

**Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Кыргызско-Российский Славянский университет имени первого
Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина»**

На правах рукописи

Сабов Иван Николаевич

**Имиджевое политическое позиционирование глобальных
и региональных акторов в Центральной Азии**

Специальность 23.00.04 – политические проблемы международных отношений,
глобального и регионального развития

*Диссертация
на соискание ученой степени кандидата политических наук*

Научный руководитель:
Джунушалиева Гульмира Дженишевна
доктор исторических наук, доцент

Бишкек – 2021

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ИМИДЖА В МЕЖДУНАРОДНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ПОЗИЦИОНИРОВАНИИ ГОСУДАРСТВ	
1.1. Имидж государства как категория современной политической науки.....	17
1.2. Концептуальные принципы конструирования внешнеполитического имиджа государства.....	34
1.3. Имиджевое позиционирование в информационной политике государства.....	52
ГЛАВА 2. ИМИДЖЕВОЕ ПОЛИТИЧЕСКОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ГЛОБАЛЬНЫХ АКТОРОВ В ЦЕНТРАЛЬНО-АЗИАТСКОМ РЕГИОНЕ	
2.1. Имиджевое политическое позиционирование США и ЕС в процессах продвижения либерально-демократических ценностей в регионе.....	70
2.2. Россия как «доброжелательная сила»: социально-экономическое и историческое притяжение	87
2.3. Экономическая помощь Китая: «дипломатия долговых ловушек».....	104
ГЛАВА 3. ИМИДЖЕВОЕ ПОЛИТИЧЕСКОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ АКТОРОВ В СТРАНАХ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ	
3.1. Тюрко-исламское миссионерство Турции: культурно-религиозное влияние	122
3.2. Использование религиозной компоненты в имиджевом позиционировании арабских стран.....	140
3.3. Взаимодействие стратегий имиджевого политического позиционирования глобальных и региональных акторов в процессах внешнеполитического воздействия на страны Центральной Азии	157
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	175
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	181

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Одним из проявлений тектонических сдвигов в системе международных отношений, обозначившихся с распадом СССР и проявившихся в Центральной Азии, стала активизация большого количества внешних акторов, с которыми ранее центрально-азиатские республики не имели опыта непосредственного взаимодействия. С получением статуса суверенных национальных государств на первый план вышла задача определения стратегий внешнеполитического поведения, выстраивания выгодных отношений со всеми внешними игроками, каждый из которых активно использовал свой имиджевый капитал в качестве аттрактивного фактора. Именно имиджевый капитал определял те ниши, где тот или иной актор стремился занять лидирующие позиции. В частности, тип политического режима и форма правления арабских государств является блокирующим фактором в продвижении либерального-демократических ценностей, миссионерами которых выступают США и Европейский Союз. В свою очередь, последние не могут претендовать на роль защитников исламских ценностей, которые гармонично встраиваются в концептуальную матрицу внешнеполитического курса арабских стран и Турции.

Выявление подобных особенностей усложняет анализ внешнего воздействия на центрально-азиатский регион, обуславливая необходимость учета не только интересов и ресурсной базы внешних игроков, но их имиджевого потенциала. Уровень корреляции между конструируемыми образами и их реальными действиями по достижению своих интересов определяет эффективность их имиджевого политического позиционирования. Вместе с тем в плоскости анализа детерминант формата взаимодействия внешних акторов в регионе важно учитывать и фактор субъектности центрально-азиатских республик. Для реализации своих собственных интересов они проводят многовекторную политику, блокирующую установление абсолютного лидерства одного из акторов и создающую условия для поиска точек соприкосновения, взаимного усиления имиджей внешних игроков.

Таким образом, актуальность исследования обусловлена значимостью имиджа внешних центров сил при определении ими направлений и форматов воздействия на страны Центральной Азии.

Степень научной разработанности. Следует отметить сравнительно невысокий уровень академической активности в использовании теоретико-концептуальных рамок имиджевого позиционирования для анализа системы международных отношений. Еще одной особенностью является то, что фундаментальные работы по имиджевому позиционированию государства выполнены в основном западными учеными, которые являются первопроходцами в этой сфере и авторами многих имеющихся разработок по повышению аттрактивности государства. Поэтому исследование базировалось на анализе тех работ, в которых отражены аспекты внешнеполитического курса внешних акторов в регионе и репрезентативны с точки зрения анализа их имиджевого позиционирования.

Большое значение для настоящего исследования имели труды общетеоретического характера, позволяющие получить представление о сущностных характеристиках, содержании и структуре понятия «имидж государства». Особенностью работ ведущих российских ученых по данной проблематике является их фокус на анализе подходов к определению «имиджа» и его смысловых отличий от «образа» и «бренда». В частности, этой проблематикой занимались А.А. Гравер, В.К. Белозеров, И.К. Харичкин, П.В. Шамаров, М.И. Рыхтик, В.В. Мацько, Т.П. Лебедева, Т.А. Михайленко ¹. Особняком в этом

¹ Гравер А.А. Образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2012. №3 (19); Белозеров В.К. Пространство и граница России в ценностном измерении // Власть. 2020. № 1. С. 19-26; Харичкин И.К. Шамаров П.В. Гуманитарная деятельность как мягкая геополитическая сила современной России // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. 2021. № 1 (842). С. 35-52; Шамаров П.В. Повышение миротворческого имиджа России: актуальность, сущность и значение Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. 2020. № 1 (842). С. 133-149; Авралев Н.В., Рыхтик М.И., Жерновая О.Р. Имидж страны и его влияние на двусторонние отношения между государствами: пример американо-российских отношений // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. 2019. Т. 3. № 2. С. 165-171; Мамаева В.Ю., Мацько В.В. Имидж как объект научного анализа и

отношении стоит работа Р.С. Голованова, в которой на примере евразийских интеграционных объединений раскрывается структура и технологии политического позиционирования как процесса политической коммуникации¹.

Специфика работ западных исследователей состоит в том, что они носят в своем большинстве прикладной характер и основаны на синонимичном для них понятии «имидж» – «бренд», что, во многом, обусловлено экстраполяцией экономической терминологии на сферу политики².

В определении типов стратегий имиджевого позиционирования внешних акторов в Центральной Азии, а также их эффективности особую значимость имеют работы первопроходца, ведущего эксперта мирового уровня в сфере конструирования национального бренда/имиджа государства, редактора единственного профессионального журнала по вопросам национального брендинга *“Place Branding and Public Diplomacy”* и автора терминов «национальный брендинг» и «конкурентная идентичность» С. Анхольта³, который обозначил три ключевых компонента эффективного имиджевого позиционирования государства – стратегия, реальные изменения и символические действия. Он подчеркивает, что невозможно виртуально конструировать положительный имидж государства.

категория маркетинга // Вестник Омского университета. Экономика. 2017. № 4(60); Лебедева Т.П., Михайленко Т.А. Имидж государства в мировом политическом пространстве: структурные модели формирования // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 21. Управление (государство и общество). 2011. №1.

¹ Голованов Р.С. Политическое позиционирование новых интеграционных объединений на постсоветском пространстве. Бишкек: КРСУ, 2012.

² Ying Fan. Branding the Nation: Towards a Better Understanding // *Place Branding and Public Diplomacy*. 2010. No 6; Kotler P., Gertner D. Country as Brand, Product and Beyond: A Place Marketing and Brand Management Perspective // *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition* / eds. N. Morgan, A. Pritchard, R. Pride. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004; Morgan N., Pritchard A. Meeting the Destination Branding Challenge // *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition* / eds. N. Morgan, A. Pritchard, R. Pride. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004; Olins W. Branding the Nation: The Historical Context // *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition* / eds. N. Morgan, A. Pritchard, R. Pride. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004.

³ Anholt S. Public Diplomacy and Place Branding: Where is the Link? // *Place Branding*. 2006. No 2; Anholt S. Places. Identity, Image and Reputation. Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2010; Anholt S. Competitive Identity. The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2007; Anholt S. Nation-Brands and the Value of Provenance // *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition* / eds. N. Morgan, A. Pritchard, R. Pride. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004.

Для проведения анализа интересов в центрально-азиатском регионе глобальных и региональных акторов привлекались статьи, монографии и публикации экспертных оценок аналитических центров, в которых центральным объектом анализа выступал один из акторов, что позволило более детально сфокусироваться на особенностях его имиджевого политического позиционирования с последующим выделением особенностей внешнеполитического взаимодействия внешних игроков в центрально-азиатском регионе. В частности, большой интерес для изучения специфики имиджевого позиционирования США и ЕС играют труды Р. Кагана, а также М. Кокса, Р. Кампарано, Г. Волошина, М. Мартина и З. Бжезинского, в которых раскрывается унилатерализм США и принципы «мягкой безопасности» ЕС в трансляции либерально-демократических принципов как в мировом масштабе, так и в Центральной Азии в частности¹.

Исследование имиджевого позиционирования России в контексте влияния исторических стереотипов в странах региона выстраивалось на основе анализа двух категорий публикаций: 1. в которых ставится под сомнение распространенное определение СССР как колониальной империи и акцентируют внимание на его положительном вкладе в развитие центрально-азиатских республик – Ф. Хирш, Л. Адамс, А. Халид²; 2. в которых рельефно обозначаются гегемонистические

¹ Kagan R. Power and Weakness // Policy Review. 2002. No 113. URL: <https://www.ies.be/files/documents/JMCdepository/Robert%20Kagan,%20Power%20and%20Weakness,%20Policy%20Review,%20No.%20113.pdf>; Cox M., Campanaro R. Introduction to International Relations. London: University of London, 2016; Martin M. Reframing the Use of Force: The European Union as a Security Actor // The Handbook of Global Security Policy / eds. M. Kaldor and I. Rangelov. Chichester: John Wiley & Sons Ltd, 2014; Voloshin G. The European Union's Normative Power in Central Asia: Promoting Values and Defending Interests. London: Palgrave Pivot, 2014; Brzezinski Z. Strategic Vision. America and the Crisis of Global Power. New York: Basic Books, 2012.

² Hirsch F. Toward an Empire of Nations: Border Making and the Formation of Soviet National Identities // The Russian Review. 2002. No 59(2); Adams L. Can We Apply Postcolonial Theory to Central Eurasia? // Central Eurasian Studies Review. 2008. Vol. 7. No 1; Khalid A. Backwardness and the Quest for Civilization: Early Soviet Central Asia in Comparative Perspective // Slavic Review. 2006. Vol. 65. No 2.

устремления Москвы и настороженное отношение к ее политике центрально-азиатских республик – М. Ларуэль, Ф. Индео, А. Малащенко¹.

Среди работ, позволивших проанализировать особенность позиционирования Китая в регионе, следует отметить труды М. Ларуэль, С. Пейруза, К.Л. Сыроежкина, А. Кули, А. Вольтерса, Хао Тяна, в которых подчеркивается амбивалентность политики в рамках концепции «мирного подъема» Китая для системы международных отношений, проявляющаяся в системе кондициональности оказания финансовой помощи странам Центральной Азии, ведущей к «долговым ловушкам»².

Обоснование тезиса о позиционировании Турции в регионе как лидера тюркского мира было осуществлено на базе анализа работ Б. Сасли, С.А. Васильевой, Л.Н. Величко, А.Б. Бурашниковой, П. Вербанец, в которых рассматриваются основы пантюркизма и неоосманизма как идеологических матриц внешнеполитических концепций Анкары³.

¹ Laruelle M. Russia in Central Asia: Old History, New Challenges? // EUCAM Working Paper. 2009. No 3; Indeo F. The Role of Russia in the Central Asian Security Architecture // OSCE Academy Policy Brief. 2018. No 48; Малащенко А. Центральная Азия: на что рассчитывает Россия? М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012.

² Laruelle M., Peyrouse S. China as a Neighbor: Central Asian Perspectives and Strategies. Washington: Central Asia-Caucasus Institute & Silk Road Studies Program, 2009; Сыроежкин К.Л. Проблемы современного Китая и безопасность в Центральной Азии. Алматы: Казахстанский институт стратегических исследований при Президенте РК, 2006; Hao Tian. China's Conditional Aid and Its Impact in Central Asia // China's Belt and Road Initiative and Its Impact in Central Asia / ed. M. Laruelle. Central Asia Program, the George Washington University, 2018; Cooley A. The Emerging Political Economy of OBOR: The Challenges of Promoting Connectivity in Central Asia and Beyond // A Report of the CSIS Simon Chair in Political Economy. Washington, D.C.: The Center for Strategic and International Studies, 2016. URL: https://csis-website-prod.s3.amazonaws.com/s3fs-public/publication/161021_Cooley_OBOR_Web.pdf

³ Sasley B. Turkey in Central Asia: Turkish Identity as Enabler or Impediment // The New Central Asia. The Regional Impact of International Actors / ed. E. Kavalski. Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2010; Васильева С.А. Пантюркизм на современном этапе: теоретическая база и практическая деятельность // Социум и власть. 2011. №3; Величко Л.Н. Политика «Мягкой силы» Турции в регионе Южного Кавказа (1991-2002 гг.): проблемы реализации // Гуманитарные и юридические исследования. 2016. №3; Бурашникова А.Б. Неопантюркизм и неоосманизм во внешней политике Турции // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. История. Международные отношения. 2013. Т. 13. Вып. 2; Вербанец П. Региональные центры силы и их политика в Центральной Евразии (турецкий вектор борьбы за лидерство на исламском Востоке) // Центральная Азия и Кавказ. 2008. №1(55).

Сложность исследования имиджевого позиционирования арабских государств в Центральной Азии заключается в ограниченном количестве исследований, поскольку официальное взаимодействие данных государств с центрально-азиатскими республиками было сведено к минимуму. Больше внимания исследователи обращают на их воздействие в контексте распространения идей салафизма/ваххабизма в регионе. В качестве наиболее значимых работ по этой проблематике следует отметить публикации региональных экспертов Н. Эсенамановой, М. Мырзабаева, Э. Насритдинова, А. Салиева, Д. Вильковски¹.

В целом, представленная работа нацелена на заполнение существующего вакуума в научной литературе по вопросам использования теоретико-концептуальных рамок имиджевого позиционирования для анализа характера внешнеполитических действий акторов международных отношений в центрально-азиатском контексте. Однако необходимо подчеркнуть, что, поскольку географические рамки настоящего исследования охватывают регион Центральной Азии в целом, то отдельные его выводы могут не в полной мере отвечать текущей конкретике отдельных центрально-азиатских государств, что позволяет утверждать о перспективности проведения более узких рамках исследований по данной проблематике – на страновом уровне.

Эмпирическая база исследования представлена следующими категориями ресурсов: официальные документы и выступления высших должностных лиц государств, которые имели особую значимость для анализа стратегий взаимодействия внешних акторов в регионе; монографии, научные статьи в

¹ Myrzabaev M., Nasritdinov E. Saudi Influence in Kyrgyzstan: Beyond Mosques, Schools and Foundations. // URL: https://www.academia.edu/43788663/Saudi_influence_in_Kyrgyzstan_Beyond_Mosques_Schools_and_Foundations; Эсенаманова Н. Исламские ориентиры Кыргызстана: роль зарубежных религиозных течений // Центральная Азия и Кавказ. 2015. Т. 18. Вып. 3-4; Салиев А.А. Реализация арабскими странами в Центральной Азии концепции построения «всемирного халифата» // Геополитические проекты мировых центров сил в Центральной Азии / отв. ред. А.Л. Салиев. Бишкек: КРСУ, 2018; Салиев А.А. Стратегия построения всемирного халифата: способы и средства достижения целей // Геополитические проекты мировых центров сил в Центральной Азии: способы и средства достижения целей / отв. ред. А.Л. Салиев. Бишкек: КРСУ, 2019; Вильковски Д. Арабо-мусульманские организации в Казахстане: внешнее воздействие на исламское обновление // Россия и мусульманский мир. 2011. №11.

журналах и сборниках, доступные в открытой печати и на интернет-сайтах на русском и английском языках, которые представляют научный интерес, обусловленный проблематикой международных отношений в центрально-азиатском регионе; отчеты международных организаций (Human Rights Watch, World Bank, Freedom House) и исследовательских центров (РСМД, ИСАП, ISPI, EUCAM, CSIS, Lowy Institute, Carnegie Moscow Center, Central Asia-Caucasus Institute, Center on International Cooperation), которые были репрезентативны с точки зрения оценки эффективности внешнеполитических стратегий внешних игроков в регионе.

Теоретико-методологические рамки диссертационного исследования определены положениями теории конструктивизма и набором качественных общенаучных и частнонаучных методов. Согласно теории конструктивизма, национальные интересы и внешнеполитические действия акторов международных отношений, а также объекты этих действий конструируются самими акторами, исходя из их культурного базиса (идей, символов, норм, концептов), определяющего их идентичность. При этом эффективность внешнеполитических действий государства зависит от того, насколько они соответствуют идентификационному базису этого государства¹. Данная теоретическая платформа позволила рассмотреть имиджевое политическое позиционирование государства как категорию теории международных отношений.

В свою очередь, метод анализа документов, медиа-анализ и кейс-стади применялись с целью определения набора инструментов, используемых внешними акторами для выстраивания своей стратегии имиджевого позиционирования в странах Центральной Азии.

Сочетание историко-описательного и компаративного подходов дало возможность проследить трансформации, которые происходили в инструментарии стратегий имиджевого позиционирования внешних игроков в регионе в исторической ретроспективе, а также в сравнении со стратегиями других акторов.

¹ The Globalization of World Politics. An Introduction to International Relations. Textbook / eds. J. Baylis, S. Smith and P. Owens. Oxford: Oxford University Press, 2014. P. 158, 161.

Системный подход лежит в основе анализа приоритетных объектов воздействия внешних игроков на страны Центральной Азии – политическая система или общество (интрасоциетальная среда), с последующим выявлением факторов, которые определяют эффективность применяемых ими стратегий имиджевого позиционирования.

Объектом исследования является формирование политического имиджа государства как одной из важных форм внешнеполитической деятельности государства в системе международных отношений.

Предмет исследования – конструируемые имиджи глобальных и региональных акторов, конкурирующих за лидерство в центрально-азиатском регионе.

Цель диссертационного исследования заключается в том, чтобы определить специфику стратегий имиджевого политического позиционирования глобальных и региональных акторов в Центральной Азии. Достижение обозначенной цели предполагает решение **следующих задач**:

- проанализировать существующие подходы к определению понятия «имидж государства»;
- выявить компоненты конструирования имиджа государства;
- выделить структуру и типологию стратегий имиджевого позиционирования государства;
- провести компаративный анализ стратегий имиджевого позиционирования США и ЕС;
- определить влияние стереотипов на эффективность имиджевого позиционирования России как «доброжелательной державы»;
- раскрыть амбивалентность стратегии имиджевого позиционирования КНР как «экономического гиганта», декларирующего цель «всеобщего развития», но использующего инструменты «дипломатии долговых ловушек»;
- обозначить каузальную проблему имиджевого позиционирования Турции в конструировании образа «лидера тюркского мира»;

- показать инверсивную роль стереотипов в имиджевом позиционировании арабских стран как «покровителей мусульманского мира»;
- обосновать влияние «множественной ответственности» центрально-азиатских государств на имиджевое позиционирование внешних акторов и характер их взаимодействия в регионе.

Научная новизна исследования заключается в следующих аспектах:

- показано, что в основе существующих определений понятия «имидж государства» лежат стихийный и конструируемый подходы, которые формируют представления о государстве у международного сообщества. В определенных случаях практика идеализации стихийного образа государства влияет на процесс конструирования его имиджа в соответствии с общественными ожиданиями;
- выявлена двухкомпонентная проблема конструирования имиджа на базе анализа его структурных элементов: а) конструируемый образ не может быть выстроен без опоры на идентичность и представления граждан о государстве; б) имиджевые стереотипы в условиях реальных трансформаций в идентичности государства требуют достаточно длительного времени, чтобы стать частью общественного сознания;
- выделены структура и типы стратегий имиджевого политического позиционирования государства, которые обоснованы результатами анализа сущности имиджа страны, его структурных единиц и реализуются в практической деятельности политтехнологов и государственных ведомств по конструированию имиджа государства;
- представлены аргументы о существенных различиях в стратегиях и используемых инструментах имиджевого позиционирования США и Европейского Союза, которые объединены продвижением либерально-демократических ценностей;
- раскрыта амбивалентность роли сложившихся в советский период стереотипов, которая обуславливает с одной стороны завышенные ожидания центрально-азиатских стран, а с другой – негативно влияет на конструирование современного имиджа Российской Федерации;

– доказано, что конструирование имиджа «экономического гиганта» и нацеленность на «всеобщее развитие» не мешает Китаю активно использовать «дипломатию долговых ловушек», которая позволяет вернуть выделенные центрально-азиатским странам кредиты и инвестиции, а также активно использовать их природные ресурсы;

– установлены культурные, экономические и внутривнутриполитические причины неэффективности стратегии имиджевого позиционирования Турции: непоследовательность применяемых инструментов конструирования образа «лидера тюркского мира» и внешнеполитические амбиции, не подкрепленные экономическими возможностями;

– аргументированы подходы в конструировании имиджа «покровителей исламского мира» арабскими государствами: особенности региональной политической конкуренции на Ближнем Востоке и необходимость стабилизации своей внутривнутриполитической ситуации;

– обоснованы сложности взаимодействия внешних акторов с государствами Центральной Азии, которые в условиях жесткой конкуренции глобальных и региональных лидеров позволяют центрально-азиатским странам уклоняться от выполнения своих индивидуальных обязательств перед ними и препятствуют установлению абсолютного внешнего лидерства.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Имидж государства представляет собой сложный конструкт, объединяющий стихийное (естественное) и специально конструируемое (искусственное) представление о государстве у международного сообщества, корреляция между которыми обуславливает его устойчивость и положительный характер.

2. Основу имиджа государства составляет его идентичность, сущность которой определяется рядом объективных и субъективных факторов, что детерминирует невозможность трансформации образа государства посредством исключительно информационно-дискурсными механизмами в отрыве от действительных изменений идентичности, поскольку устойчивость стереотипов общественного сознания в отношении имиджа государства мешает быстро принять эти изменения.

3. Эффективность информационной политики государства в контексте своего имиджевого позиционирования предполагает синтез трех компонентов: наличие продуманной стратегии конструирования положительного имиджа; действительные изменения во внутренней/внешней политике, соответствующие ожиданиям внутренней и внешней аудиторий; использование не только СМИ, но и деятельности НПО, научных и культурных институтов, ТНК и других инструментов публичной дипломатии, которые способствуют росту привлекательности образа государства. Представлены типы стратегий имиджевого позиционирования государства.

4. Позиционирование США как «глобального миссионера» либеральных ценностей с правом вмешательства во внутренние дела суверенных государств ведет к усилению его позиций в регионе посредством продвижения политической демократизации и вопросов прав человека через воздействие на общество, а либерализации экономики и сферы безопасности – через давление на политическую систему. Влияние ЕС в роли актора «гражданской силы» в Центральной Азии менее наступательно в сравнении с США. Продвижение либерально-демократических ценностей, верховенства права и сотрудничества в сфере безопасности осуществляется через воздействие на политические системы стран региона с оказанием финансово-технической поддержки в экономической сфере, что позволяет сохранять лояльность правящих политических режимов, которые имеют возможность противостоять этому воздействию, не отвергая позитивное влияние европейских государств в социальной и экономической сферах.

5. Образ России как защитника многополярности и «доброжелательной силы», которая является гарантом прогресса и соблюдения норм международного права, но при этом реализует свои национальные интересы, в Центральной Азии в настоящее время еще не устоялся. Поддержка медийными средствами западных стран стереотипов об угрозе ресоветизации на постсоветском пространстве и представления о Москве как о «последнем прибежище» получения помощи в

странах Центральной Азии снижают эффективность имиджевого позиционирования России в качестве «доброжелательной державы».

6. Китай продвигает свой имидж крупной экономической державы в Центральной Азии с помощью выделения значительных кредитных средств и инвестиции, которое демонстрирует реальный экономический потенциал государства. Выделяемые финансы и материально-техническая помощь являются инструментами демонстрации потенциала «всеобщего развития» и/или соразвития. Однако условия выделения этих средств предполагают их возврат в Китай с перспективой получения доступа к стратегически важным природным ресурсам и объектам из-за коррупционных составляющих политических систем центрально-азиатских государств.

7. Конструирование образа Турции как «лидера тюркского мира» осуществляется на этногенетическом, культурно-языковом и конфессиональном родстве тюркских народов. Для обеспечения развития взаимоотношений государств региона с Анкарой в интеграционном формате имиджевое воздействие оказывается на общественность и политические системы региона. Но политические амбиции Турции, не подкрепленные ее экономическими возможностями, не позволяют ей выйти на лидирующие позиции в регионе.

8. Имиджевое позиционирование арабских стран в качестве «покровителей мусульманского мира» в центрально-азиатском регионе можно назвать условно эффективным в силу отсутствия разработанной стратегии, несоответствия реальных действий в отношении политических систем и обществ центрально-азиатских республик и информационно конструируемого положительного образа. В комплексе это проявляется в минимальном взаимодействии на официальном уровне при наличии имплицитной связи с организациями, которые поддерживают положительный дискурс в отношении арабских государств, но в тоже время пропагандируют радикальные религиозные воззрения в общественной среде региона. Радикальный потенциал, содержащийся в салафизме/ваххабизме, детерминирует репрессивную политику государств, которая слабо влияет на рост

популярности радикальных воззрений и положительных представлений об арабских странах среди определенных социальных страт.

9. Внешние акторы в Центральной Азии сталкиваются с проблемой «множественности патронов» («множественной ответственности»), суть которой заключается в том, что наличие нескольких лидеров дает возможность объектам влияния манипулировать своим положением и уклоняться от выполнения индивидуальных обязательств перед ними. «Множественная ответственность» государств региона блокирует доминирование одного центра силы и создает благоприятные условия для взаимодействия внешних акторов в неконфронтационном формате в рамках конструируемых ими имиджей.

Теоретическая значимость диссертационного исследования. Полученные результаты расширяют понимание того, что имиджевое позиционирование в политическом пространстве обладает мощным потенциалом повышения международной общественной лояльности и оказывает влияние на внутриполитические процессы объектов влияния. Определено проблемное поле дальнейшего исследования имиджевого позиционирования внешних акторов в центрально-азиатском регионе. Иными словами, представленная аналитическая база может быть использована для проведения дальнейших детализированных исследований на страновом уровне.

Практическая значимость исследования состоит в возможности использования полученных результатов в работе министерств и ведомств государств при анализе широкого спектра вопросов внешнеполитического взаимодействия и обеспечения национальной безопасности. Результаты анализа имиджевого позиционирования внешних акторов могут быть использованы в разработке стратегий политических коммуникаций, продвижении политического имиджа и глубокой проработке его негативных характеристик.

Апробация диссертационного исследования. Основные результаты исследования докладывались на международных научно-практических мероприятиях: IV Всероссийской научно-практической конференции «Возможности и угрозы цифрового общества», Ярославский государственный

университет им. П.Г. Демидова (г. Ярославль), международной конференции «Мир после пандемии: глобальные вызовы и перспективы развития», Национальный исследовательский институт мировой экономики и международных отношений им. Е.М. Примакова (г. Москва), международной научно-практической конференции «Трансформация общественного сознания в переходную эпоху», Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова (г. Нижний Новгород). Результаты исследования нашли отражение в научных публикациях в соответствии с требованиями, предъявляемыми ВАК Российской Федерации: 3 статьи журналах из перечня рекомендованных ВАК, 1 статья в журнале РИНЦ, 1 авторская монография. Общий объем публикаций составил 16 п.л.

Структура диссертации. В структурном отношении диссертационная работа состоит из введения, трех глав по три раздела в каждом, заключения, списка использованных источников и литературы.

Глава 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ИМИДЖА В МЕЖДУНАРОДНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ПОЗИЦИОНИРОВАНИИ ГОСУДАРСТВ

1.1. Имидж государства как категория современной политической науки

Исследования, посвященные проблематике политического имиджа государства на международной арене, стали развиваться в начале XXI в. на базе разработок, полученных в рамках личностной имиджеологии и политического маркетинга. Их актуальность обусловлена тем, что имиджевое позиционирование государства во многом детерминирует успех решения стоящих перед ним актуальных внешнеполитических задач. Иными словами, имиджевый капитал государства может быть конвертирован в другие виды капитала (финансовый, экономический, политический, социальный), обеспечивая определенные материальные преимущества, важные с точки зрения его конкурентоспособности на мировой арене.

Внешнеполитический имидж государства и его влияние на характер международных отношений стал предметом исследования в рамках теорий конструктивизма и постструктурализма, получивших популярность в конце XX в. В контексте развития теории международных отношений анализ государственного имиджа, позиционирования государства на мировой арене позволил отойти от традиционных категорий силы и географического детерминизма, реализма и либерализма как главных теоретических школ международных отношений и раскрыть важность идентификационных рамок в системе международного взаимодействия.

В данном разделе доказывается тезис о том, что имидж государства представляет собой сложный конструкт, объединяющий стихийное (естественное) и специально конструируемое (искусственное) представление о государстве у международного сообщества, корреляция между которыми обуславливает его устойчивость и положительный характер.

Важность имиджа как феномена социально-экономической и политической жизни прослеживается в истории. Так, британский специалист по построению бренд-имиджа государства С. Анхольт, утверждает, что современные инструменты бренд-менеджмента появились еще в XIV в. в итальянских городах-государствах, где отдельные фамилии превратились в символ богатства и доверия: Буонсиньори из Сиены, Фраскобальди из Флоренции, Рикарди из Лукки и др., чьи бизнес-империи имели представительства по всей Европе, Ближнему Востоку и Северной Африке¹. При этом средневековые итальянские купцы подчеркивали важность создания хорошего и известного имени для того, чтобы быть признаваемыми благочестивыми гражданами, а также играть значимую роль в политической и социальной жизни. Только безупречная репутация добросовестности, наличие необходимых ресурсов и успешность могли обеспечить доверие клиентов и гарантировать продолжение ведения предпринимательской деятельности. Как подчеркивает С. Анхольт, сила воздействия фамилий была идентична силе современных брендов – они выступали в качестве минимально необходимой информации для принятия решения о покупке или вкладе.

В научный дискурс понятие «имидж» было введено в 1950-х гг. При этом авторство этого понятия приписывают либо В. Гарденеру и С. Леви, которые определяли его как совокупность представлений о каком-либо объекте и его окружении², либо американскому экономисту К. Болдуингу, согласно которому имидж представляет собой поведенческий стереотип, который основан не на объективных фактах, а на репутации, мнении и иллюзиях, которые создаются людьми, мифах о прошлом и воображаемом будущем, способных повлиять на поведение как социальных групп, так и наций³. В свою очередь, понятие политического имиджа было введено в политологический дискурс английским

¹ Anholt S. Places. Identity, Image and Reputation. Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2010. P. 21.

² Гарденер В. Продукт и бренд. М. 2001. С. 37.

³ Телегина К. И. Понятие и структура имиджа государства // Грамота. 2014. № 12 (50). С. 192; Киселев И.Ю. Образы государств в международных отношениях: механизмы трансформации // Полис. 2003. № 3. С. 2.

политтехнологом Г. Уоллесом, который определял его как свойство кандидата, определяющее выбор его населением на политическую должность. При этом население в своем выборе руководствуется не рациональными мотивами, а поведенческими установками, складывающимися годами¹.

В современной российской научной литературе отсутствует унифицированное категориальное разделение терминов «имидж», «образ» и «бренд», которые либо противопоставляются друг другу, либо используются в качестве синонимов, что обуславливает гетерогенность исследований. Одна из попыток систематизировать весь массив имеющейся литературы в этом направлении была предпринята А. Гравером. Он выделяет шесть подходов, в рамках каждого из которых предлагаются различные интерпретации соотношения этих понятий²:

– *политико-психологический подход*. Характеризуется четким разделением понятий образа и имиджа, при котором первое – это спонтанно сформированное в массовом и индивидуальном сознании представление об акторе (политическом лидере, партии, государстве и др.) на основе его действительных характеристик, а второе – специально сконструированное впечатление об акторе на основе ожиданий объекта его воздействия, иными словами, имидж – это целенаправленно сформированный образ, цель которого состоит в оказании эмоционально-психологического воздействия на окружающих, получении популярности и признания;

– *культурологический подход*. Специфика подхода состоит в отсутствии категориального водораздела между имиджем и образом по критерию естественный/искусственный и их употребление в качестве синонимов для обозначения мнения о каком-либо объекте. Мнение может быть сформировано

¹ Сагалаева С.С. Имидж государства: сущность и подходы к определению Вестник МГЛУ. Общественные науки. 2020. Вып. 2 (839). С. 45.

² Гравер А.А. Образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2012. №3(19). С. 29-38.

либо осознанно в процессе рациональных рассуждений, либо быть произвольным – под влиянием эмоций;

– *маркетинговый подход*. В рамках подхода понятия «образ» и «имидж» отождествляются и определяются как сформировавшееся в психике людей оценочное представление об объекте, проявляемое в форме мнения. Данные понятия противопоставляются понятию «бренд» как термину, обозначающему известную марку, которая идентифицирует и положительно представляет объект. Благодаря механизмам бренд-менеджмента бренд становится авторитетным и популярным;

– *теоретический подход*. Определение имиджа характеризуется сложной, двуслойной структурой, объединяющей рационально-логическую (научно обоснованную, сконструированную) и эмоционально-образную (сформированную на уровне обыденного сознания). Т.е. имидж выступает совокупностью эмоциональных и рациональных представлений, которые базируются на сопоставлении всех признаков объекта, собственного опыта, а также мнений и оценок окружающих;

– *медийный подход*. Сфокусирован на процессе формирования положительного имиджа/образа объекта посредством средств массовой коммуникации на основе предпочтений целевой аудитории. Т.е. на процессе совершенствования представлений целевой аудитории об объекте за счет приближения его реального образа к идеальному;

– *социологический подход*. Особенность подхода состоит в том, что понятия «имидж» и «образ» не разграничиваются, а смысловое наполнение состоит в том, что имидж/образ формируется в результате взаимодействия носителя имиджа и целевой аудитории. Через обмен информацией, а имидж нацелен на оказание влияния на определенную аудиторию, общественность корректирует его через выдвижение определенных критериев с целью придания ему устойчивости и привлекательности.

Кроме перечисленных подходов, в научном дискурсе распространенными также являются *процессуально-коммуникативный* подход Г. Лассуэлла и

брендинговый подход. Согласно первому подходу, имидж/образ выступает комплексной формой многоканальной коммуникации, которая определяет восприятие объекта целевыми группами и формирует их поведенческие паттерны. Отсюда следует, что имидж объекта кристаллизуется в коммуникационном потоке, представляющего собой совокупность целенаправленных и спонтанных сообщений об объекте¹.

Брендинговый подход отдельными авторами выделяется в самостоятельный. Так в частности, Т. Лебедева и Т. Михайленко определяют специфику данного подхода в поиске тех ключевых элементов, которые лежат в основе узнаваемости, идентификации продукта/объекта и обеспечивают его конкурентоспособность². Согласно классическому определению Американской ассоциации маркетинга, бренд – это укоренившийся в сознании покупателя стереотипизированный знак, символ или модель товара/услуги, который позволяет отличать одного производителя от другого³. Бренды позволяют не только идентифицировать производителя, но и пробуждают эмоции и направляют действия покупателей. Как отмечают Ф. Котлер и Д. Гертнер, бренды усиливают восприятие практической ценности и необходимости продукта для покупателя и могут либо добавить, либо отнять ценность продукта⁴. При этом доверие к бренду формируется на основе соответствия его характеристик знаниям, представлениям, мнениям, оценкам, ожиданиям, эмоциям, стилю жизни и потребностям потребителя. Как отмечает М. Готтдинер, «производство» и «потребление» бренда не являются двумя различными дихотомными процессами, поскольку «в производстве всегда

¹ Гавра Д.П., Савицкая А.С., Шишкин Д.П. Внешний имидж государства в медиапространстве // Вестник СПбГУ. 2011. Сер. 9. Вып. 3. С. 188-189.

² Лебедева Т.П., Михайленко Т.А. Имидж государства в мировом политическом пространстве: структурные модели формирования // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 21. Управление (государство и общество). 2011. №1. С. 19.

³ Knieper T. Political Branding // Encyclopedia of Political Communication. Vol. 1, 2. / eds. L. Kaid and C. Holtz-Bacha. Thousand Oaks, California, SAGE Publications Inc., 2008. P. 569; Ying Fan. Branding the Nation: Towards a Better Understanding // Place Branding and Public Diplomacy. 2010. No 6. P. 98.

⁴ Kotler P., Gertner D. Country as Brand, Product and Beyond: A Place Marketing and Brand Management Perspective // Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition / eds. N. Morgan, A. Pritchard, R. Pride. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004. P. 41.

содержится элемент потребления, проявляющийся в том, что в производственный процесс закладывается потребительская ценность»¹.

Исходя из этого, важно отметить различия между маркетинговым и брендинговым подходами, в которых присутствует понятие бренда. В первом подходе и имидж и бренд связаны с визуальным и ментальным восприятием их носителя – целевой аудиторией. Отличие же состоит в том, что если бренд-менеджмент направлен на то, чтобы простимулировать потребителей на приобретение товара той или иной марки, то управление имиджем подразумевает конструирование целостного образа всей организации, а не ее отдельного продукта, что способствует формированию лояльности потребителей на долгосрочную перспективу². Однако, принимая во внимание тот факт, что если имидж компании, конструируемый с целью продвижения себя через свои товары и услуги, влияет на имидж производимых товаров и услуг, а сильный и популярный бренд оказывает положительное влияние на имидж компании в целом, то представляется, что данное отличие носит более теоретический, нежели практический смысл.

Обзор подходов позволяет утверждать, что искусственность как свойство имиджа выступает краеугольным критерием для проведения различий между тремя категориями – имиджем, образом и брендом. Ряд исследователей-политологов в этом аспекте предлагают рассматривать технологию «имиджевой легенды» для анализа политических явлений, событий и акторов с позиции наделения их объекта восприятия теми характеристиками, которыми он должен обладать для оказания нужного воздействия на целевую аудиторию³. Представляется, что данный акцент на искусственности имиджа обусловлен тенденциями развития рекламы как «двигателя» торговли во второй половине XX в., которые поставили под сомнение естественность создания образа объективной реальности сознанием самого

¹ Цит. по: Jian Wang. Shaping China's Global Imagination. Branding Nations at the World Expo. New York: Palgrave Macmillan, 2013. P. 2.

² Мамаева В.Ю., Мацько В.В. Имидж как объект научного анализа и категория маркетинга // Вестник Омского университета. Экономика. 2017. № 4(60). С. 17.

³ Давыборец Е.Н., Кузьмина О.В., Танцура М.С. Современные технологии формирования имиджа государства // Вестник ЗабГУ. 2018. Т. 24. № 2. С. 70.

человека, поскольку предполагают привлечение внимания общества к лучшим сторонам объекта, которых по факту может и не быть¹. Отсюда и определение имиджа как искусственного конструкта, создаваемого средствами массовой коммуникации для управления массовым сознанием. Так, И. Лисаковский отмечает, что имидж есть представление об объекте, которое формируется через СМИ². В свою очередь, М. Ли, акцентирует внимание на том, что имидж является инструментом формирования общественных настроений³.

Исходя из вышесказанного, представляется целесообразным использовать все три понятия – имидж, образ и бренд как синонимичные, поскольку они все связаны с восприятием того или иного объекта и/или целенаправленным/стихийным формированием этого восприятия на основе имеющейся базовой информации. Более того, они зачастую используются для взаимного определения. Неэффективность их разделения прослеживается в том, что имидж/образ/бренд может быть сформирован как стихийно, так и целенаправленно. Этот факт обуславливает невозможность установления полного контроля над формированием образа объекта, даже при наличии комплексных планов и программ. Прежде всего, это актуально для государства как актора международных отношений ввиду наличия большого количества действующих в его рамках структур: министерства, ведомства, партии, СМИ, НПО, представители науки, культуры и т.д.⁴ Поэтому проведение водораздела между образом как спонтанным восприятием объекта и имиджем/брендом как целенаправленно сконструированным конструктом ведет к значительным затруднениям в определении, где образ объекта заканчивается, а где начинается его

¹ Сагалаева С.С. Имидж государства: сущность и подходы к определению Вестник МГЛУ. Общественные науки. 2020. Вып. 2 (839). С. 46.

² Лисаковский И.Н. Художественная культура: термины, понятия, значения. М.: РАГС, 2002. С. 61.

³ Ли М. Понятия «образ» и «имидж» в русском и китайском языках // Общество: философия, история, культура. 2017. № 6. С. 116.

⁴ Сидорская И.В. «Образ» или «имидж» страны: что репрезентируют СМИ // Актуальные проблемы исследования коммуникационных аспектов PR-деятельности и журналистики. Сборник материалов научного семинара. 15 мая 2015. Псковский государственный университет. URL: https://elibr.bsru.by/bitstream/123456789/123210/1/статья_Псков_Сидорская.pdf

сформированный имидж. В частности, это актуально для СМИ, которые могут транслировать как образ государства, переданный журналистом, как его имидж, заказанный государственным органом. Более того, имидж государства является устойчивым и внутренне непротиворечивым в том случае, если его стихийное (естественное, самовоспроизводящееся) измерение совпадает с конструируемым, что является индикатором устойчивости объекта, для которого не характерны кардинальные трансформации¹.

Принимая во внимание вышесказанное, следует отметить ряд особенностей имиджа как понятия. Во-первых, имидж в силу влияния эмоциональных факторов восприятия не является достоверным отражением того или иного объекта, будучи его упрощенной копией, в которой лимитированный объем символов отражает весь массив информации об объекте. Необходимо отметить влияние стереотипов в качестве связующего звена между психологическим процессом восприятия человеком объекта и социальными процессами по формированию в сознании тех или иных характеристик этого объекта. Согласно У. Липпману, «социальный стереотип» обозначает опосредованное культурными детерминантами восприятие человека импульсов внешнего мира, что обуславливает следование тем культурным образцам, которые близки его культуре². Другими словами, стереотипы закладывают алгоритмы восприятия действительности, что позволяет человеку познавать действительность, ориентироваться в происходящих событиях, оценивать их, выводить каузальные связи и взаимодействовать с социумом без проведения глубинного рационального анализа. Однако следует подчеркнуть обратную сторону стереотипов, а именно: чем сильнее влияние стереотипов, тем слабее влияние реального опыта на восприятие человеком действительности, которая противоречива, динамична и не сводима к узкому представлению в рамках консервативного стереотипа. В свою очередь, взаимосвязь имиджа и стереотипа проявляется в том, что конструирование имиджа, по сути представляет собой

¹ Гавра Д.П., Савицкая А.С., Шишкин Д.П. Внешний имидж государства в медиапространстве // Вестник СПбГУ. Сер. 9. 2011. Вып. 3. С. 189.

² Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. С. 87.

создание устойчивого положительного стереотипа в отношении того или иного объекта¹.

Во-вторых, имидж, аккумулируя значимые характеристики объекта, подчеркивает его уникальность. Как отмечают Н. Морган и А. Притчард, бренд/имидж представляет собой уникальную комбинацию функциональных и эмоциональных характеристик объекта, которые связываются исключительно с ним, а осознание этого может быть как рациональным, так и интуитивным². Следовательно, успех имиджа объекта состоит в его узнаваемости на рынке/в конкурентной среде, в наличии у него фиксированной ниши, которую не могут занять конкуренты или его заменить.

В-третьих, имидж предполагает наличие двусторонней коммуникации, отражая ожидания адресной группы. При этом коммуникация может осуществляться через СМИ, организации и неформальные каналы. Уникальность имиджа формируется, исходя из существующего запроса со стороны целевой аудитории, который может быть в максимальной степени удовлетворен представленным набором характеристик того или иного объекта³. Следовательно, формирование имиджа требует учета существующих актуальных социальных тенденций и культурных особенностей. По сути, это кластер стратегических культурных идей⁴. Таким образом, имидж объекта находится в зависимости от

¹ Почепцов Г.Г. Имиджелогия. М.: Рефл-бук, Киев: Ваклер, 2004. С. 27.

² Morgan N., Pritchard A. Meeting the Destination Branding Challenge // Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition / eds. N. Morgan, A. Pritchard, R. Pride. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004. P. 61.

³ Гринберг Т.Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели // Электронный научный журнал «Медиаскоп». 2008. №2. URL: <http://mediascope.ru/%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7-%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%8B-%D0%B8%D0%BB%D0%B8-%D0%B8%D0%BC%D0%B8%D0%B4%D0%B6-%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%83%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0-%D0%BF%D0%BE%D0%B8%D1%81%D0%BA-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D0%B9-%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D0%B8>

⁴ Nation Branding Concepts, Issues, Practice / ed. K. Dinnie. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2008. P. 14.

критериев, объединяющих целевую аудиторию: географические, социально-демографические, психографические, экономические, поведенческие и др.

В-четвертых, имидж тесно связан с понятием «доверие целевой аудитории». Уникальность бренда и его апеллирование к запросам целевой группы не могут быть достаточными для положительного отклика без сформированного доверия к этому имиджу. Доверие может быть сформировано посредством двух механизмов: личный опыт целевой аудитории (уже завоеванное доверие) и пример других групп, которые привыкли доверять этому имиджу, исходя из своего личного опыта (доверие, приобретенное на доверии). В результате создается «облако доверия», которое окружает имидж, выступая одним из фундаментальных характеристик сильных образов¹.

Таким образом основными функциями имиджа выступают следующие²:

- *идентификационная*. Тесно связана с процессом стереотипизации, позволяет целевой группе быстро сформировать представление об объекте, исходя из имеющейся информации без проведения глубокого анализа;
- *идеализационная*. Основана на методах конструирования образа объекта, создавая вокруг объекта положительное информационное поле. Другими словами, имидж расширяет границы восприятия объекта, но только в заданном направлении;
- *компаративистская*. Опирается на двустороннюю коммуникацию, предоставляя целевой аудитории возможность проведения сравнения имиджей различных объектов с точки зрения их положительного или отрицательного восприятия;
- *дифференциационная*. Указывает на уникальность имиджа, позволяя целевой группе сразу выделять имидж того или много объекта.

Исходя из вышеприведенного анализа, можно утверждать, что в настоящее время понятие имиджа может применяться к различным объектам, включая:

¹ Anholt S. Places. Identity, Image and Reputation. Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2010. P. 20.

² Шварценберг Р.Ж. Политическая социология. М., 1992. С. 175.

личности политических лидеров, руководителей, артистов и т.д.; товары/услуги; территориальные образования (города, регионы, страны, государства и т.д.)¹. В рамках данного исследования особую значимость представляет подход к определению территориальных образований. Применяя обозначенные характеристики имиджа к территории, представляется обоснованным определение имиджа территории – как уникальной устойчивой совокупности функциональных и эмоциональных характеристик того или иного места². При этом, учитывая различные масштабы территорий, имидж территории является многоуровневым. Так, имидж страны и имидж города соотносятся друг с другом как макро-имидж и микро-имидж, имидж территории и имидж страны – как тип и вид³.

В отношении имиджа территории, как и любого другого объекта, действуют общепринятые клише, источником которых выступают мнения и оценки: Париж ассоциируется с высокой модой, Япония – с технологиями, Швейцария – с богатством и престижем, Рио-де-Жанейро – с карнавалом и футболом, а большинство африканских стран – с бедностью, коррупцией, войной, голодом и болезнями. Оперирование стереотипами обусловлено тем, что большинство людей не желает тратить время на то, чтобы самостоятельно сформировать полное и сбалансированное представление о других странах. В этом контексте актуально мнение С. Анхольта, который отмечает, что «когда у человека нет времени читать книгу, он судит по обложке»⁴. Стереотипные представления влияют на продвижение государствами своих национальных интересов на международном политическом пространстве. Государства с положительным имиджем легко

¹ Сидорская И.В. «Образ» или «имидж» страны: что репрезентируют СМИ // Актуальные проблемы исследования коммуникационных аспектов PR-деятельности и журналистики. Сборник материалов научного семинара. 15 мая 2015. Псковский государственный университет. URL: https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/123210/1/статья_Псков_Сидорская.pdf

² Nation Branding Concepts, Issues, Practice / ed. K. Dinnie. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2008. P. 15.

³ Сидорская И.В. «Образ» или «имидж» страны: что репрезентируют СМИ ... URL: https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/123210/1/статья_Псков_Сидорская.pdf

⁴ Anholt. S. Competitive Identity. The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2007. P. 1.

достигают поставленных целей, а негативный имидж обуславливает трудности во взаимодействии с другими участниками мировой политики.

Вместе с тем, необходимо отметить, что в настоящее время в научной литературе существуют разногласия относительно того, следует ли различать имидж государства и имидж страны. Одни ученые полагают, что это синонимы, понимая под имиджем государства/страны, с одной стороны, репутацию, приобретенную государством в результате взаимодействия с внешним миром, с другой – совокупность характеристик государственной системы, сформировавшихся в процессе исторического развития, эффективность взаимодействия элементов которой детерминирует направления общественных, политических, экономических и др. процессов¹. Другие исследователи отмечают несводимость имиджа государства и страны, подчеркивая, что государство – это категория, связанная со структурой управления, исторически сложившейся на конкретной территории, взаимодействием общества и органов управления. Страна в данном контексте имеет культурно-историческое содержание, включая национальные особенности населения территории². Эти различия хорошо прослеживаются в учете структурных элементов, которые формируют имидж государства и имидж страны. Так, образ государства выстраивается на основе таких элементов как: органы государственной власти, общественно-государственное взаимодействие, правящая государственная элита, государственная бюрократия. А образ страны – география, история, музыка, живопись, известные люди³.

Однако, несмотря на подчеркиваемую несводимость этих понятий, между ними существует имплицитная связь, проявляющаяся в том, что положительный образ страны может быть использован для выстраивания положительного образа государства. Данный тезис раскрывает С. Анхольт, указывая на то, что группы

¹ Галумов Э.А. Имидж против имиджа. М., 2005. С. 371-372.

² Сидорская И.В. «Образ» или «имидж» страны: что репрезентируют СМИ ... URL: https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/123210/1/статья_Псков_Сидорская.pdf

³ Лябухов И.В. О соотношении понятий «имидж государства» и «имидж страны» (к постановке проблемы) // Известия Алтайского государственного университета. 2011. №4-1(72). С. 251-252.

людей, равно как и территории их проживания, являются субъектами «брендового эффекта» – их благосостояние во многом зависит от распространенного имиджа. Принадлежность к какой-либо религии, касте или социальному классу, стране и т.д. обеспечивает распространение брендового эффекта на каждого члена и обуславливает либо «игру на повышение», либо «игру на понижение»¹. В этом проявляется комплексность имиджа как такового, объединяющего эмоциональные и функциональные (имидж страны), логические характеристики объекта (имидж государства) – территории.

В трактовке Н. Моргана и А. Притчард имидж страны выстраивается вокруг «сердца», а имидж государства – вокруг «головы»². В качестве примера можно привести Турцию, которая выстраивала имидж курортной страны и одновременно проводила реформы по демократизации своей политической системы в попытке интегрироваться в Европейский Союз. В результате, туристическая инфраструктура в живописных курортных и исторических местах республики стала рассматриваться как результат хорошего государственного управления. Действительно в данном аспекте важна скоординированная работа многих государственных и негосударственных акторов³:

- туристические агентства привлекают внимание отдыхающих и путешественников;
- агентства по инвестициям привлекают внимание иностранных компаний и инвесторов;
- ведомства по культуре популяризируют страновые культурные и образовательные традиции;
- министерства иностранных дел презентуют государственную политику за рубежом в самом выгодном свете.

¹ Anholt S. Places. Identity, Image and Reputation. Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2010. P. 23.

² Morgan N., Pritchard A. Meeting the Destination Branding Challenge // Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition / eds. N. Morgan, A. Pritchard, R. Pride. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004. P. 70.

³ Anholt. S. Competitive Identity. The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2007. P. 2.

Исходя из этого, представляется нецелесообразной дифференциация категорий имиджа страны и имиджа государства, поскольку в сознании целевой аудитории создается цельный образ территории, который включает в себя как его культурно-географические, так и политические характеристики. Как показывает пример той же Турции, в ходе целенаправленной работы по конструированию имиджа государства эти характеристики еще более переплетаются. Как отмечает Д. Котирлеа, имидж страны/государства определяют культурные и психографические характеристики жителей, дополняемые товарами, произведенными в этой стране¹. Широкое значение понятия «государство», включающего не только политическую надстройку общества в его узком значении, но и проживающее на этой территории население, на которое распространяются действия органов высшей власти, коррелирует с содержанием понятия «страна» как политически организованного общества, проживающего на определенной территории². С этой точки зрения дифференциация понятий имидж страны и имидж государства теряет смысл.

Для анализа имиджа государства представляется рациональным подход Э. Галумова, который выделяет базовый и второстепенный имидж государства, где первый – это комплексное представление международного сообщества о государстве, которое включает самые разные аспекты (культурные, географические, экономические, политические и др.), а второй – представление о государстве, возникающее в результате наполнения базового образа новыми смыслами и признаками в ходе конкуренции с другими государствами³. Данный подход во многом совпадает с подходом американского исследователя К. Боулдинга, который указывает на то, что имидж государства объединяет три аспекта:

¹ Cotîrlea D.A. Country Image vs. Country Brand: Differences and Similarities // Ecoforum. 2015. Vol. 4. Special Issue 1. P. 167.

² Давыборец Е.Н. Объективные условия и субъективные факторы внешнего имиджа государства // ПОЛИТЭКС. 2015. Т. 11. № 3. С. 32-33.

³ Галумов Э.А. Международный имидж России: стратегия формирования. М.: Известия, 2003. С. 17.

- географическое расположение государства – климат, рельеф, площадь и др.;
- позиция государства на международной арене – характер взаимодействия с другими государствами;
- уровень «мощи» государства в контексте конкуренции с другими государствами – эффективность использования инструментария «мягкой» и «жесткой» силы.

Учитывая все вышеприведенные подходы к имиджу как междисциплинарной категории и имиджу государства как категории политологии представляется целесообразным в рамках данного исследования использовать определение имиджа государства/страны, предложенное Е.В. Анохиным. Согласно мнению исследователя, имидж государства – это сложившийся на базе собственного опыта, а также информации в массовом сознании людей комплекс рациональных и эмоциональных представлений о государстве¹. В данном определении нашли отражение четыре основополагающих начала имиджа: 1. рационально-эмоциональная сущность; 2. стихийность, формируемая личным опытом; 3. искусственность, формируемая через каналы коммуникации; 4. комплексность.

Вместе с тем, необходимо отметить особенность механизмов формирования и конструирования имиджа государства. Прежде всего, важно подчеркнуть существующую дихотомию «Я – Другой», которая используется для отстройки своего образа от образа оппонента. Как подчеркивал Д. Кембелл «те акторы и события, которые интерпретируются как “иностранцы” являются таковыми не в силу их чуждой идентификации, а ввиду того, что они необходимы для выстраивания “своего Я”, т.е. это есть механизм политической репрезентации посредством выстраивания границ»². При этом «Другой» может иметь различные вариации: «враг», «варвар», «союзник», «колония», «империя».

Образ врага довольно часто использовался в период холодной войны в условиях биполярной системы международных отношений. Так, образ США как

¹ Анохин Е.В. Имидж страны: проблемы формирования и управления // Проблемы современной экономики. 2014. № 3 (51). С. 214.

² Cambell D. Writing Security. United States Foreign Policy and the Politics of Identity. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1992. P. 69.

либерального миссионера формировался на базе странового имиджа «нации демократов» через дискредитацию СССР как «империи зла», несущей угрозы стабильного существования всего человечества, что оправдывает вмешательство во внутренние дела других государств¹. Однако по окончании холодной войны образ врага перестал быть доминирующим ввиду появления новых акторов в мировой политике².

В свою очередь, необходимость раскрытия механизма выстраивания имиджей «Другого» детерминировали введение в теорию международных отношений понятия «Я-концепция» государства. В психологии, откуда данный термин был взят для интерпретации событий на международной арене, он означает сложное образование, которое складывается из собственных представлений индивида о своих характеристиках, его возможностях взаимодействия с внешним миром и ценностях, а также реакций на оценочные суждения в отношении него со стороны других людей³. Последние формируют его представления о том, как он хочет и как он должен выглядеть.

В свою очередь, в теории международных отношений Я-концепция включает в себя весь спектр представлений государственного субъекта о себе. Она отражается в дискурсе политических лидеров, транслирующих такие образы как – «жертва агрессии», «несостоявшееся государство», «сверхдержава» и т.д. Образы складываются под влиянием трех факторов:

- личных убеждений лидера;
- статуса государства в системе международных отношений;
- принципов функционирования системы международных отношений.

Важно подчеркнуть, что Я-имидж государства складывается, прежде всего, под влиянием особенностей системы международных отношений и места в ней

¹ Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: Изд-во Эксмо, 2004. URL: <http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul25.htm><http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul25.htm>

² Киселев И.Ю. Образы государств в международных отношениях: механизмы трансформации // Полис. 2003. № 3. С. 3.

³ Перелыгина Е.Б. Психология имиджа. М.: Аспект-Пресс, 2002. С. 58.

государства. Первый фактор играет роль медиатора и зачастую носит ситуативный характер ввиду того, что политический лидер, с одной стороны, является выразителем формировавшегося на протяжении поколений круга знаний о себе населения, с другой стороны, выступает в качестве актора, который используя эти знания, идентифицирует образ государства в текущих условиях развития системы межгосударственного взаимодействия¹. Т.е. изменение социально-политической ситуации влечет принятие решения об изменении содержания имиджа, способах его представления и каналах передачи информации необходимых для того, чтобы встроиться в новую реальность. Как правило, эти образы зачастую исчезают с изменением ситуации. В качестве примера можно привести кейс российско-американских отношений: образ США-«партнера» демократизирующейся России при администрации Б. Клинтона и образ США-противника» усиливающей свое влияние в мире России при администрации Б. Обамы и Д. Трампа. Вместе с тем и в первом и во втором случае Я-имидж либерального миссионера, сформированный под влиянием возросшего политического веса и статуса в системе международных отношений и принципов функционирования этой системы, сохранялся. Другими словами, изменение Я-концепции государства возможно только при условии, что изменения внешней конъюнктуры сопровождаются внутренними трансформациями в этом государстве, которые отражаются на политических лидерах.

Таким образом, проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы. Во-первых, в настоящее время существует большое количество определений имиджа в рамках различных подходов и научных дисциплин. При этом двумя ключевыми моментами, детерминирующими это многообразие определений, являются: попытки провести разграничения между понятиями «имидж», «образ», «бренд»; попытки категориально разграничить стихийное и конструируемое представление об объекте имиджа. Однако, принимая во внимание тот факт, что зачастую разграничение данных понятий осуществляется через их перекрестное использование, нами был сделан вывод о нецелесообразности проведения такого

¹ Киселев И.Ю. Образы государств в международных отношениях: механизмы трансформации // Полис. 2003. № 3. С. 3.

разделения. Вместе с тем стихийное и конструируемое представление об имидже, как правило, на практике сложно разделить. Конструирование имиджа нацелено на создание выгодных качеств объекта, идеализацию его стихийного образа, исходя из ожиданий целей группы воздействия. Следовательно, конструируемый и стихийный компоненты образа связаны между собой через общественные ожидания. Именно эта связка обеспечивает устойчивость имиджа.

Во-вторых, образ не раскрывает все свойства объекта, он подчеркивает его специфичность и уникальность.

В-третьих, что имидж государства формируется через соотношение с образами других государств, главным образом по линии дихотомии «Я – Другой». На данный процесс, влияют как внутренние социально-экономические, культурные и политические факторы, так и внешние в виде специфики текущей политической ситуации в международных отношениях и расклада сил. При этом политические лидеры являются теми агентами, которые могут конструировать временные образы государств, исходя из конъюнктурных особенностей внешней среды при сохранении неизменных внутренних характеристик образа.

1.2. Концептуальные принципы конструирования внешнеполитического имиджа государства

Конструирование внешнеполитического имиджа государства основывается на имеющемся первоначальном базисе, на который влияют внешние и внутренние факторы. Умение правильно воспользоваться имеющимися возможностями в контексте существующих реалий обуславливает формирование устойчивого бренда государства, который может определить его «экономическую, культурную и политическую судьбу»¹. В качестве примеров С. Анхольт приводит несколько

¹ Anholt S. Nation-Brands and the Value of Provenance // Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition / eds. N. Morgan, A. Pritchard, R. Pride. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004. P. 28.

теоретических кейсов: 1. решения Европейской комиссии о рассмотрении заявок на членство в Европейском Союзе основываются на бренде государства-кандидата, поскольку в конечном счете, это членство влияет на бренд самого Европейского Союза; 2. в условиях конфликтов, когда даже экспертное сообщество сомневается в определении «жертвы» и «агрессора», именно бренд государства выступает главным фактором, влияющим на поддержание существующего черно-белого видения этого конфликта международным сообществом; 3. рассмотрение дел международными судебными органами зачастую также находится под влиянием бренда государства.

Цель данного параграфа состоит в том, чтобы обосновать, что имидж государства представляет собой сложную структуру, основу которой представляет идентичность государства. Сущность идентичности определяется рядом объективных и субъективных факторов, что детерминирует: невозможность трансформации образа государства посредством исключительно информационно-дискурсных механизмов в отрыве от действительных изменений идентичности, определяющих интересы государства, и устойчивость стереотипов об имидже государства, несмотря на произошедшие изменения в идентичности.

Ведущий профессор Лондонского университета Брунеля Ин Фань отмечает, что отдельные элементы бренда государства, в отличие от бренда политического актора или экономической единицы, не могут быть изменены в краткосрочной перспективе, исходя из практической необходимости. Прежде всего, это идентичность государства, которая определяет бренд государства вне мероприятий по конструированию его образа¹.

В этом контексте Ин Фань предлагает рассматривать национальный бренд как двусоставную структуру, объединяющую его репутацию и идентичность. По его мнению, репутация государства касается его восприятия на международной арене. Если образ государства – это его облик, генерируемый в рамках соответствующей государственной политики политическим истеблишментом и

¹ Ying Fan. Branding the Nation: Towards a Better Understanding // Place Branding and Public Diplomacy. 2010. No 6. P. 98.

политтехнологами и транслируемый для других акторов международных отношений, то репутация – это реакция последних на образ и действия государства. Оценка достоинств и недостатков государства основана на личном опыте сообщества или на полученных данных от других, формируя «облако доверия» или «облако недоверия».

В свою очередь, идентичность, согласно Ин Фаню, определяется населением страны на основе географических, культурных, исторических и других характеристик, а не государственными структурами. Любые изменения в идентичности завершаются или сопровождаются изменениями в политической, экономической и социальной системах. Это представление государства о самом себе, положении среди других государств, ожиданиях относительно самого себя, формирование которых частично находится под влиянием взаимодействия с другими государствами. Иными словами, это Я-концепция государства. Именно идентичность обуславливает тот факт, что государственный имидж обладает гораздо более глубоким и богатым культурным ресурсным потенциалом в сравнении с любым другим типом имиджа, будь то товар/услуга или компания.

В свою очередь, сама идентичность государства является двухуровневой структурой¹:

- национальная идентичность, особенности которой составляют его географическое положение, организация политико-экономической жизни, культура, история, этно-конфессиональный состав населения;
- ситуативные роли, реализуемые в зависимости от трансформации внешней международной конъюнктуры и статуса государства в системе международных отношений.

Формирование национальной идентичности происходит под влиянием факторов, которые относят к категории объективных². В научной литературе существуют различные классификации таких факторов. Одной из наиболее

¹ Гринберг Т.Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели // Электронный научный журнал «Медиаскоп». 2008. №2.

² Давыборец Е.Н. Объективные условия и субъективные факторы внешнего имиджа государства // ПОЛИТЭКС. 2015. Т. 11. № 3. С. 33.

известных выступает классификация Э. Галумова, который по критерию актуальности выделяет¹:

- условно-статичные факторы, которые не изменяются с течением времени: природные ресурсы, географическое положение государства, культурно-цивилизационные особенности и историческое развитие, специфика национального менталитета;
- условно-динамические факторы: социологические и институциональные факторы, которые подвержены трансформациям с течением времени.

Социологические условно-динамические факторы включают в себя: социально-психологическую атмосферу в государстве; формы, структуру, принципы и особенности функционирования общественно-политических объединений; морально-нравственные характеристики населения.

К институциональным факторам относят: устойчивость и управляемость экономики страны; особенности правового пространства государства и соответствие его правовых норм международным стандартам; эффективность властно-управленческой конструкции.

Ситуативные роли государства и составляющие компоненты его идентичности в системе международных отношений находятся под влиянием следующих субъективных факторов²:

- интенсификация международной конкуренции (влияние на идентичность осуществляется через открытое информационное общество, которое превращается в арену конкуренции государств). Это обстоятельство детерминирует важность эффективной обратной связи между государством и социумом в контексте популяризации национальной культуры, повышения национальной гордости и национальной консолидации;
- барьеры на пути формирования имиджа государства: возникновение когнитивного диссонанса между положительной Я-концепцией государства

¹ Галумов Э.А. Международный имидж России: стратегия формирования. М.: Известия, 2003. С. 124.

² Харбих С.К. Международный имидж государства. Факторы формирования // Социально-гуманитарные знания. 2015. №2. С. 309-310.

и негативными стереотипами, мифами и слухами, распространенными в международном сообществе; наличие культурно-идеологических различий между Я-концепциями государства и целевой аудиторией.

В качестве примера того, каким образом данные факторы воздействуют на статус государства можно отметить Nation Brand Index, составляемый на базе методологии, разработанной С. Анхольтом. В частности, анализируя данные первого отчета, выпущенного в 2005 г., он отмечает, что положительное восприятие населением имиджа/бренда собственного государства или в его трактовке «жизнь брендом», является мощным фактором его продвижения на международной арене¹. Он указывает на такую тенденцию, что население государств с сильной репутацией на международной арене (по версии населения других государств), как правило, высоко оценивают свои государства, и наоборот, население стран со слабой репутацией также низко оценивают репутацию своего государства. Как отмечает Анхольт, «если вы не верите в свое государство, в него никто не поверит»². На эту же зависимость указывает и эксперт Китайской Академии социальных наук Хунин Ванг, согласно которому на позитивное отношение общества к государству влияет полученное им уважение и признание на мировой арене. Негативное отношение международного сообщества детерминирует снижение уровня общественной поддержки³.

Идентичность выступает в качестве матрицы для имиджевого политического позиционирования государства. Образ государства, формирующийся у других акторов мировой политики, зависит от их Я-концепций, которые определяют приоритеты выстраивания отношений с другими государствами. Совпадение Я-концепций закладывает базис для сотрудничества или соперничества. Так, например, американский политолог М. Хиршберг на основе проведенных исследований выводит связь между: Я-имиджем американцев как нации,

¹ Anholt S. Competitive Identity. The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2007. P. 56.

² Там же. P. 57.

³ Hongying Wang. National Image Building and Chinese Foreign Policy // China: An International Journal. 2003. Vol. 1. No 1. P. 61.

сплоченной на базе «высших», «лучших» либерально-демократических ценностей свободы и прав человека и восприятием американцами собственного государства как государства воплощающего эти ценности, а также положительной оценкой американцами внешней политики США по «экспорту» демократии¹.

В этом отношении одну из ключевых ролей играет этно-конфессиональная специфика государства, которая зачастую выступает решающим критерием в определении государством других акторов по линиям «они – такие же», «они – чужие» в силу сложной трансформации этнических и религиозных характеристик социума².

В свою очередь, низкий уровень осведомленности об истории и этно-религиозных традициях и ценностях других государств ведет к этноцентризму. С одной стороны, этноцентризм представляет собой механизм самосохранения нации. С другой стороны, если представители того или иного сообщества не располагают информацией о других этнических сообществах, то этноцентризм получает негативный окрас, проявляющийся в том, что сообщество³:

- проецирует собственную систему ценностей и традиций на другие этнические сообщества, ценности других он видит в искаженном свете;
- рассматривает свои культурные и социальные характеристики в качестве универсальных, предпочтительных и превосходящих;
- допускает проявление враждебного отношения к другим сообществам.

В качестве примера можно привести идентичность нацистской Германии и обусловленные ею военные действия. Вместе с тем, если данные перцепции при отсутствии интенции к военной экспансии и наличии цели сохранения культурной уникальности имеют место во взаимоотношениях государств, то это ведет к

¹ Hirshberg M.S. The Self-Perpetuating National Self-Image: Cognitive Biases in Perceptions of International Intervention // *Political Psychology*. 1993. Vol. 14. No 1. P. 79-80.

² Давыборец Е.Н. Объективные условия и субъективные факторы внешнего имиджа государства // *ПОЛИТЭКС*. 2015. Т. 11. № 3. С. 40.

³ Кумышева Р.М. Содержание и структура имиджа страны с теоретических и методологических позиций // *Вестник МГЛУ. Образование и педагогические науки*. 2019. Вып. 1(830). С. 201.

блокированию их гармоничного развития. В качестве примера можно привести взаимоотношения Евросоюза и Турции в контексте попыток турецкой интеграции.

Базовый образ Европейского Союза на международной арене определяют три элемента его идентичности: концепция «мягкой безопасности»¹; принцип «двойной толерантности» как базовый принцип секулярного государства, где религией большинства населения является христианство². В свою очередь, идентичность Турции как актора международных отношений определяется следующими элементами: неоосманизм и связанный с ним панисламизм, пантюркизм. С точки зрения процесса интеграции в Европейский Союз, идентичность Турции имеет два проблемных момента: во-первых, в исторической ретроспективе Османская империя считалась центром мусульманского мира планеты, наследницей арабского халифата, и в Европе рассматривалась в качестве главного противника христианства, во-вторых, как исламская империя она завоевала обширные территории в Европе³.

В первом случае для Европейского Союза актуализируются два вопроса: угроза размывания его секулярной модели государственно-церковных отношений на фоне усиливающейся исламизации Турции. Сущность общего месседжа экспертных оценок и высказываний европейских политиков озвучил экс-председатель Европейской Комиссии Ж. Делор: «Европа является христианским клубом»⁴. На уровне граждан Европейского Союза также прослеживается доминирование религиозного идентификационного фактора, обуславливающего

¹ Martin M. Reframing the Use of Force: The European Union as a Security Actor // The Handbook of Global Security Policy / eds. M. Kaldor and I. Rangelov. Chichester: John Wiley & Sons Ltd, 2014. P. 355.

² Stepan A. The Multiple Secularisms of Modern Democratic and Non-Democratic Regimes / eds. C. Calhoun, M. Juergensmeyer, and J. VanAntwerpen. New York: Oxford University Press, Inc., 2011. P. 116.

³ Салиев А.А. Религия и геополитика: международные отношения в Центральной Азии (вторая половина XIX – начало XX в.). Бишкек: КРСУ, 2017. С. 347.

⁴ Цит. по: Гаджиев А.Г. Трудности вступления Турции в ЕС // Вестник РУДН. Сер. Международные отношения. 2009. № 1. С. 47.

негативный общественный дискурс в отношении вступления Турции в Европейский Союз¹.

В контексте исторического османского доминирования на части территории Европейского континента, а также обозначенного курса официального руководства Турции на превращение в мировой центр силы и популяризацию своей модели развития в странах, принадлежащих к ареалу тюркских культурно-лингвистических традиций как базиса для интеграции, обозначаются следующие проблемы:

- возможная заявка Анкары на получение доминирующих позиций в Европейском Союзе;
- изменение позиционирования Европейского Союза на международной арене в условиях размывания его имиджа как транслятора «мягкой безопасности».

По сути, именно идентичность государства обуславливает тот факт, что вне политтехнологических манипуляций государство изначально имеет определенный базовый образ, стереотипное представление о нем у международного сообщества. С этих позиций выступает ряд российских политологов. В частности, А.И. Соловьев отмечает, что имидж государства не может быть выстроен с чистого листа, поскольку в его основе лежат традиции восприятия страны несколькими поколениями². Е. Давыборец подчеркивает, что основу имиджа государства, несмотря на все усилия по приданию ему положительного смысла как внутри государства, так и за его пределами, составляет его прототип образа, основанный на объективно существующих характеристиках, которые можно усилить или ослабить, но не создать с нуля³. Именно реальные характеристики государства составляют основу представлений о нем у международного сообщества. По мнению Крылова, положительный имидж государства является индикатором его

¹ Gerhards J., Hans S. Why not Turkey? Attitudes towards Turkish Membership in the EU among Citizens in 27 European Countries // Journal of Common Market Studies. 2011. No 49(4). URL: https://www.researchgate.net/publication/227374708_Why_not_Turkey_Attitudes_towards_Turkish_Membership_in_the_EU_among_Citizens_in_27_European_Countries

² Соловьев А.И. Политические коммуникации. М., 2004. С. 119.

³ Давыборец Е.Н. Объективные условия и субъективные факторы внешнего имиджа государства // ПОЛИТЭКС. 2015. Т. 11. № 3. С. 33.

влиятельности на мировой арене, а также высокого уровня экономического развития¹.

Образ, репутация и идентичность государства взаимосвязаны. Идентичность государства и детерминированные ею действия на международной платформе обуславливают формирование представлений о нем в сообществе. Однако и государство синтезирует свои представления о сообществе и корректирует свой конструируемый образ в соответствии с ожиданиями сообщества. Иными словами, имиджевое политическое позиционирование государства, с одной стороны, базируется на его идентичности, а с другой – на тех ожиданиях, которые складываются в мировом сообществе. Это обстоятельство закладывает комплекс его внешнеполитического инструментария, репрезентирующего его уникальность. В этом аспекте следует отметить, что отдельные эксперты предлагают выделять взаимосвязанные внутренний и внешний имидж государства². Первый является Я-концепцией государства, представления населения о самом себе и его проекцию на восприятие внешнего мира. Второй – представления о государстве на международной площадке, основанные на проявлениях его внутреннего имиджа, его репутации.

Таким образом, представления с точки зрения формирования имиджа государства выполняют следующие функции: устанавливают связь между мыслительными и перцептивными процессами, с одной стороны, и социальной реальностью, с другой; выступают индикаторами успешности образа государства; определяют образ государства. Следовательно, имидж государства в глазах международного сообщества формируется под влиянием целенаправленного влияния самого государства, а также различных факторов, которые действующих как внутри международного сообщества, так и вне его.

¹ Крылов С.М. Формирование международного имиджа государства // Вологодские чтения. 2006. № 58. С. 51.

² Кумышева Р.М. Содержание и структура имиджа страны с теоретических и методологических позиций // Вестник МГЛУ. Образование и педагогические науки. 2019. Вып. 1(830). С. 202-203.

Классификация факторов, предложенная В. Буяновым, основана на содержании сущности имиджа государства как такового. Он подчеркивает, что в процессы глобализации, обостряя конкурентную борьбу между государствами, включается и международный имидж страны. Он приобретает особую значимость, поскольку его привлекательность выступает в качестве «входного билета» в процессы мировой интеграции, а негативный имидж превращается в препятствие. В этом отношении в ключевую роль играют следующие факторы¹:

- соответствие конструируемого образа базовому образу государства;
- уникальность и специфичность имиджа;
- постоянство отдельных стереотипов, при общей адаптивности образа (ситуативные образы);
- простота позиционирования образа;
- включение мифологической и символической составляющих имиджа;
- популяризация представлений о государстве;
- взаимосвязь между идентичностью и репутацией государства на международной арене.

Из этого следует сложность в трансформации государственного имиджа. Стереотипы, сложившиеся о государстве будь то негативные или положительные, могут не отражать реальную политику государства, поскольку «место может трансформироваться достаточно быстро, а вот имидж может отставать на протяжении нескольких десятилетий, что позволяет сравнивать его со светом от звезды, который, достигая Земли, представляет собой лишь отдаленное эхо события, которое началось и закончилось задолго до этого»². В свою очередь, это обусловлено тем, что люди чувствуют себя комфортно, оперируя привычными клише. Только действительно кардинальные трансформации могут подготовить общество к изменению своих представлений о государстве. Как отмечают С. Большаков и С. Бодрунова, стереотипы, возникая стихийно, защищают традиции,

¹ Буянов В. Международный имидж России: прошлое и настоящее // Безопасность Евразии. 2007. №4. С. 18.

² Anholt. S. Competitive Identity. The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2007. P. 27.

включают оценочно-эмоциональное отношение к объекту и являются однозначными, формируя необходимость выбора в рамках дихотомий: «Да – Нет», «Свой – Чужой» и др.¹

В качестве примера можно рассмотреть выстраиваемый образ России как защитника принципов международного права и многополярности, «доброжелательной силы», который в настоящее время еще не устоялся, да и сама концепция многополярного мира находится в процессе разработки². Идентификация образа Российской Федерации в западном медийном и научном пространствах с имиджем СССР, который был главным противником атлантических ценностей, лимитирует эффективность имиджевого позиционирования российского государства.

Аналогичный подход разделяет российский ученый И.Ю. Киселев, описывая алгоритм трансформации имиджа государства как трехэтапный процесс: на первом этапе изменения в базовом имидже государства, по сути, игнорируются международными акторами, на втором – по мере увеличения количества фактов, подтверждающих наличие несоответствия между базовым имиджем и имеющимися стереотипами, подвергается сомнению, и на третьем – наличие критического числа неоспоримых фактов, детерминирует изменение отношения к имиджу государства. Но тем не менее при этом сохраняется в определенной степени влияние прежнего образа³.

В качестве наглядного примера изменения национального имиджа под влиянием внутривнутриполитических пертурбаций можно привести ретроспективный анализ становления французской государственности, предложенный У. Олинсом в контексте ребрендинга. Ученый отмечает, что этот процесс во Франции происходил «спорадично и зачастую насильственным путем... всегда с

¹ Большаков С.Н., Бодрунова С.С. Формирование позитивного имиджа страны: политические метафоры, стереотипы и параллелизмы // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. 2011. Т.4. №6. С. 88.

² Дегтерев Д. Многополярность или «новая биполярность»? 16.01.2020. URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/mnogopolyarnost-ili-novaya-bipolyarnost/>

³ Киселев И.Ю. Образы государств в международных отношениях: механизмы трансформации // Полис. 2003. № 3. С. 5.

одинаковым рвением, чувством достоинства и интеллектуальной решительностью», а к моменту установления Третьей республики французские политики стали «мировыми специалистами в области брендинга и ребрендинга нации»¹. Сам процесс ребрендинга интерпретируется ученым как «символическое появление новой версии Франции как для внутренней аудитории, так и для внешнего мира», подчеркивая, что изменения не могут быть поверхностными, косметическими. Иными словами, изменение имиджа возможно при условии изменения идентичности и соответствующих ей действий, т.е. изменение реалий влечет за собой необходимость проекции данной реальности во вне.

Данная обусловленность раскрывается одним из основателей конструктивизма в теории международных отношений А. Вендтом, который выделяет два типа государственной идентичности – корпоративную и социальную, которые по сути, соотносятся с обозначенными выше уровнями идентичности государства следующим образом:

- корпоративная идентичность, определяемая как специфика внутренней самоорганизации государства, соответствует уровню национальной идентичности, особенности которой формируются объективными факторами;
- социальная идентичность, определяемая как специфика внутренней самоорганизации государства, соотнесенная с другими акторами, соответствует ситуативным ролям государства.

Согласно А. Вендту, корпоративная и социальная идентичность государства определяют его базовые интересы на мировой арене и формы их реализации²:

- обеспечение физической безопасности;
- обеспечение онтологической безопасности или предсказуемости взаимодействия с международным сообществом;

¹ Olins W. Branding the Nation: The Historical Context // Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition / eds. N. Morgan, A. Pritchard, R. Pride. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004. P. 18-19.

² Wendt A. Collective Identity Formation and the International State // The American Political Science Review. 1994. Vol. 88. No 2. P. 385.

- признание актором международных отношений;
- развитие в аспекте удовлетворения потребностей населения в лучшей жизни.

Если рассматривать трансформации, которые происходили в Турции в процессе попыток интегрирования в Европейский Союз посредством механизмов имиджевого позиционирования, то становится очевидным, что при сохранении статуса-кво во внешнеполитическом курсе по вопросам статуса Кипра, геноцида армян и курдской автономии, они изначально являются неэффективными, поскольку не изменяют базовых элементов национального бренда Турции. В данном случае в полной мере проявляется неэффективность декларативного имиджевого позиционирования государства, не соответствующего основанному на его идентичности базовому образу.

Зависимость эффективности имиджа государства от того, насколько его конструируемый образ соответствует его базовому образу и идентичности значительна, поскольку он должен определять внешнеполитические действия для защиты интересов. Чрезмерная мифологизация и виртуализация имиджа государства, которые резко контрастируют с реальностью, могут привести к противоположному результату – формирование негативной репутации, вызванной недоумением и фрустрацией ожиданий целевой аудитории¹. Средства массовой информации в процессе имиджевого позиционирования государства могут выступать лишь одним из факторов укрепления его бренда или ребрендинга, поскольку их эффективность зависит от репутации государства, основанной на его идентичности. По мнению Л. Гарусовой, дискурс средств массовой информации, как одного из инструментов выстраивания положительного (или негативного со стороны оппонентов) образа государства может быть нейтрализован реалиями международной жизни². Например, после того как началась волна

¹ Леонова О.Г. Барьеры имиджа страны // Социально-гуманитарные знания. 2014. №1. С. 137; Большаков С.Н., Бодрунова С.С. Формирование позитивного имиджа страны: политические метафоры, стереотипы и параллелизмы // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. 2011. Т.4. №6. С. 88-89.

² Гарусова Л.Н. Имиджи России и США как фактор международных отношений // Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2012. №3(16). С. 148.

антиамериканских настроений из-за военных интервенций в Афганистан и Ирак, Вашингтон предпринял попытку укрепить свой бренд либерального миссионера. Была инициирована PR-кампания, предметом продвижения которой была универсальная американская система ценностей. Но она не принесла ощутимого эффекта, поскольку была нацелена на изменение отношения мирового сообщества к продвигаемому бренду без его изменения¹.

Необходимо отметить два момента в конструировании бренда: применяемые стратегии и механизмы его формирования. Сложность имиджа государства состоит в его идентичности и факторах ее формирования. Именно отсюда, проистекает невозможность применения к образу государства подходов, которые применяются к формированию товарного бренда. Простой и однозначный имидж товарного бренда дает возможность сохранить свою уникальность в хаосе рыночных предложений в медийном пространстве и привлечь внимание покупателей². Для государства важна комплексность и многогранность имиджа, поскольку он должен отражать политическую, экономическую, культурную и др. особенности, чтобы привлечь внимание разнородной целевой аудитории, каждая категория которой (туристы, инвесторы, покупатели, мигранты, союзники и т.д.) имеют свое специфичное представление о государстве в зависимости от того к какой категории они относятся. В интерпретации Д. Замятина, представления о государстве у каждой категории складываются в форме «матрешки», где есть центральный для нее элемент, выбор которого основан на специфике ее иерархии потребностей и интересов, и остальные менее важные элементы, выстраиваемые вокруг центра³. На данный факт также указывают в своей работе, посвященной анализу рейтингов национальных брендов, исследователи НИУ ВШЭ А. Владимирова, В. Королев и А. Трунина, отмечая, что влияние отдельных факторов на имидж государства

¹ Ляпоров В. Бренд-политика как основа внешнеполитической стратегии // Власть. 2007. №7. С. 69.

² Anholt S. Places. Identity, Image and Reputation. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010. P. 38.

³ Замятин Д.Н. Гуманитарная география: Пространство и язык географических образов. СПб.: Алетейя, 2003. С. 35.

неравномерно. Например, для имиджей Франции, Италии и России центральное место занимает культура, а система государственного управления уходит на второй план, а для имиджа Германии последнее, наоборот, выступает в качестве ключевого фактора¹.

Многогранный образ государства выступает гарантией того, что проблемы в одной сфере могут оказать определенное воздействие на представление об имидже в целом, но не превратят его в полную обструкцию. В частности, имидж США совмещает в себе непопулярную, агрессивную внешнюю политику и столь любимые во всем мире массовую культуру и товары, что позволяет их имиджу получать высокие оценки в рейтингах национальных брендов². В результате бренд Америки, несомненный лидер в имиджевом позиционировании, имеет ряд репутационных проблем в ряде стран и регионов³. И. Киселев подчеркивает, что такое когнитивное рассогласование может не приниматься во внимание длительное время до того момента пока не вступит в противоречие с реальностью. Объяснение противоречия потребует синхронизации этих ценностей и трансформации представлений о государстве⁴. Поэтому нельзя свести конструирование имиджа государства к процедурам брендинга товара. Данный процесс ввиду отмеченной выше сложности имиджа государства и множества определяющих его факторов не могут решаться только маркетинговыми техниками и рекламными методиками. Иными словами, изменение имиджа государства требует нечто большего, нежели рекламные и PR-кампании. Реальные действия, а не лозунги, слоганы и картинки, генерируемые маркетинговыми компаниями/брендинговыми агентствами, создают и меняют представления о государстве. С. Анхольт предлагает использовать вместо терминов «имидж» и «бренд», которые имеют

¹ Владимирова А.В., Королев В.А., Трунина А.А. Лучшие практики и инструменты «мягкой силы». Страновой брендинг и его отражение в глобальных рейтингах «мягкой силы» // Вестник международных организаций. 2014. Т. 9. № 2. С. 211.

² Anholt S. Places. Identity, Image and Reputation. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010. P. 39.

³ Владимирова А.В., Королев В.А., Трунина А.А. Лучшие практики и инструменты «мягкой силы». Страновой брендинг ... С. 219.

⁴ Киселев И.Ю. Образы государств в международных отношениях: механизмы трансформации // Полис. 2003. № 3. С. 5.

экономическую коннотацию, термин «конкурирующая идентичность». Ключевым инструментом продвижения «конкурирующей идентичности» рассматривать публичную дипломатию – «дипломатию действий», «культурную дипломатию». «Брендинг места», по его мнению, характерно для развивающихся государств, которые преследуют цель заявления о себе на международной арене через экономическое развитие. «Публичная дипломатия» – для развитых государств, для которых она представляет собой инструмент внешней политики, а не метод коммуникации с международным сообществом.

Фактором успеха публичной дипломатии выступает ее влияние на процесс принятия политических решений, в том числе через воздействие на население, с последующей трансформацией ее содержания под влиянием этих решений¹. Содержание публичной дипломатии определяется не только коммуникационными инструментами при всей их значимой роли. На это указывает и российский специалист И. Киселев, подчеркивая, что «имиджевая политика» является не средством манипуляции массовым сознанием, а способом выстраивания взаимодействия, обретения совместимости с глобализирующимся миром².

Важно, чтобы в создании имиджа государства было задействовано как можно больше стейкхолдеров и политических акторов, работающих в рамках определенной разработанной долгосрочной стратегии. Соответственно, «имидж государства выстраивается через множество каналов и секторов, ни один из которых не владеет абсолютным контролем над всеми факторами, которые влияют на реализацию их интересов»³.

¹ Anholt S. Public Diplomacy and Place Branding: Where is the Link? // Place Branding. 2006. No 2. P. 274.

² Киселев И.Ю. Образы государств в международных отношениях: механизмы трансформации // Полис. 2003. № 3. С. 1.

³ Anholt S. Public Diplomacy and Place Branding: ... P. 274.

Подводя итог, необходимо отметить, что содержание имиджа государства следует рассматривать в фреймах трех соотношений, поскольку формирование имиджа представляет собой сложный перекрестный процесс¹:

- соотношение субъекта/носителя имиджа и объекта его воздействия/целевой аудитории;
- соотношение когнитивного и эмоционального компонентов, формируемых объективными и субъективными факторами;
- соотношение идеального/конструируемого и реального/базового образа.

Соотношение между этими фреймами обусловлено тем, что имидж не может быть сформирован только самим его носителем – государством. Это процесс интеракции субъекта имиджа и объекта влияния. Объект, обладая определенной осведомленностью о государстве, представленной объективными факторами, преломляет ее в своем сознании. Он реагирует на имидж, исходя из субъективной системы ценностных установок и принципов различных этнических и социально-демографических групп, целостности представлений, положительных или отрицательных, объективных или предвзятых, которые включают в себе эмоциональную компоненту.

Имидж государства на международной арене проецируется на внутренние представления населения о своем государстве. Если он имеет негативную коннотацию, блокирующую реализацию государством своих интересов, то государство стремится его трансформировать. С одной стороны, конструируемый образ не может быть выстроен без опоры на идентичность и представлений населения о государстве. В противном случае, как было описано выше, это ведет к появлению ситуативных образов государства, обусловленных текущими международными реалиями и решающих тактические внешнеполитические задачи, или к провалу внешнеполитического курса. С другой стороны, даже при наличии реальных трансформаций в идентичности государства, необходимо время для

¹ Кумышева Р.М. Содержание и структура имиджа страны с теоретических и методологических позиций // Вестник МГЛУ. Образование и педагогические науки. 2019. Вып. 1(830). С. 204.

изменения представлений воспринимающей его имидж аудитории. На всю поступающую информацию об имидже накладывается действие стереотипов, которые, по сути, выступают ее фильтрами, отвергая информацию, противоречащую убеждениям как ложь, или принимая сведения, соответствующие взглядам как истину. Так, сложившееся отрицательное представление о государстве усиливает негативный оттенок любых сообщений о нем, распространяемых в глобальном дискурсом поле, и нивелирует значимость положительных сообщений. Устойчивые положительные паттерны представлений о государстве также выступают препятствием при формировании согласованного с реальностью оценочного суждения. Иными словами, и в первом и во втором случае представление о субъекте имиджа является важнее информации о нем. Таким образом, имидж государства базируется на выборочной и трансформированной информации, на контексте получаемых сведений, а не на самих сведениях.

Отсюда три вывода. *Во-первых*, положительный и устойчивый имидж государства должен быть правдоподобным и соответствовать желаемым представлениям как своих граждан, так и внешней аудитории, поскольку в противном случае он будет иметь отрицательный или нулевой эффект. *Во-вторых*, конструируемый имидж государства не должен быть монолитным: чем более он диверсифицирован, обозначая несколько характерных признаков государства и используя различные факторы его формирования, тем шире окно возможностей его трансформации. *В-третьих*, коррекция/конструирование имиджа государства осуществляется не только и не столько через коммуникационные механизмы, сколько через целенаправленную работу большого количества экспертов, которые определяют тот или иной фактор формирования образа государства.

1.3. Имиджевое позиционирование в информационной политике государства

Необходимость формирования положительного международного имиджа государства диктуется потребностью реализовать свои внешнеполитические устремления и закрепить свои успехи на мировой арене, а также получить одобрение своего внешнеполитического курса у социума.

В настоящее время особенностью конструирования имиджа государства на международной арене выступает «медиатизация политики»¹, предполагающая переплетение политики, средств массовой информации и процессов коммуникации. Данный процесс обуславливает три современные трансформации²:

- главным ресурсом повышения имиджа государства выступает его коммуникация с обществом;
- поведение человека в политике определяется не только и не столько идейными соображениями, сколько его осведомленностью;
- эффективными инструментами внешнеполитического курса выступают инструменты «мягкой силы».

Цель данного параграфа состоит в том, чтобы обосновать тезис о том, что эффективность информационной политики государства в контексте своего имиджевого позиционирования предполагает синтез трех компонентов: наличие продуманной стратегии конструирования положительного имиджа; действительные изменения во внутренней/внешней политике, соответствующие ожиданиям внутренней и внешней аудиторий и предполагаемым характеристикам будущего образа; использование не только средств массовой информации (СМИ), но и деятельность неправительственных организаций (НПО), научных и культурных институтов, транснациональных корпораций (ТНК) и др.

¹ Засурский И.И. Реконструкция России. Масс-Медиа и политика в 90-е годы. М.: Издательство МГУ, 2001. С. 59.

² Суворова И.С. Информационно-имиджевая политика государства в мировом политическом пространстве: ключевые понятия и основные тенденции // Теории и проблемы политических исследований. 2016. Т. 5. № 6А. С. 103.

инструментов публичной дипломатии, которые способствуют повышению аттрактивности образа государства.

Прежде всего, необходимо рассмотреть те факторы, которые способствуют актуализации имиджевого позиционирования государства в современных реалиях, представленные в синтезированном виде С. Харбих¹. *Во-первых*, это глобализационные процессы, которые оказывают влияние как на экономику, так и на политику государства. В первом аспекте товарные и инвестиционные потоки направляются в страны с конкурентными имиджевыми преимуществами, превращая их в хабы транснациональной экономики. В политическом отношении государства с положительным имиджем получают преимущества в формировании транснациональной политики, оказывая влияние на содержание курса международных правительственных организаций.

Во-вторых, это т.н. коммуникационная революция, которая предполагает: устранение пространственных и временных ограничений при передаче информации посредством новых информационно-коммуникационных технологий (ИКТ); высокий мобилизационный потенциал ИКТ, когда несколько человек в социальной сети могут мобилизовать миллион активистов в ряде других стран на протестные демонстрации; генерацию большого массива данных, который превосходит ментальные способности индивида по ее анализу и генерации оценочных суждений, что актуализирует стереотипное восприятие действительности.

В-третьих, трансформация парадигмы общественной жизни, проявляющаяся в утверждении критичности и относительности истины общественно-политических явлений и процессов, в появлении симулякров, распространяемых через СМИ, изменяет суть внутривнутриполитической и внешнеполитической конкуренции, которая переходит в плоскость конкуренции имиджей, рейтингов и накопления символического капитала.

¹ Харбих С.К. Международный имидж государства. Факторы формирования // Социально-гуманитарные знания. 2015. № 2. С. 311-313.

В современных условиях большую значимость приобретает государственная информационная политика, суть которой состоит в том, чтобы создать максимально благоприятные условия для реализации своих внешнеполитических задач в системе международного разделения труда и глобальной политики с позиций влиятельного и надежного актора. Информационный обмен, таким образом, представляет собой механизм структурирования не только социально-политической действительности, но и взаимодействия государства с другими акторами международных отношений.

Между тем, следует подчеркнуть, что в современном политологическом дискурсе отсутствует единая трактовка понятия «государственная информационная политика», поэтому сложилось несколько различных теоретических позиций в определении ее сущности. В качестве основных можно выделить управленческий, регулятивный, культурологический¹.

В рамках управленческого подхода под информационной политикой понимают способ управления информационными ресурсами и потоками, используемыми институциональными государственными акторами. В частности, информационная политика определяется как воздействие субъектов политики на сознание граждан через информацию с целью направления их деятельности на реализацию интересов государства и гражданского общества².

Сторонники регулятивного подхода акцентируют внимание на регламентации информационной деятельности, что предполагает определение правил и принципов функционирования информационного пространства, а также выделение параметров качества, объективности и достоверности информации. Так, Е. Тавокин полагает, что информационная политика представляет собой отдельное направление государственной политики, которое охватывает не только управление информационными ресурсами и взаимодействие государственных субъектов со СМИ, но и информационное сопровождение действий государства во всех сферах

¹ Родина В.В. Имиджевый аспект государственной информационной политики // Балтийский гуманитарный журнал. 2016. Т. 5. № 3(16). С. 70.

² Информационная политика / Под общ. ред. В. Д. Попова. М.: РАГС, 2003. С. 36.

общественной жизни¹. Схожей позиции придерживается и М. Ковалева, отмечая, что понятие «политика» в словосочетании «информационная политика» следует интерпретировать в широком значении, т.е. не только в веберовской версии определения этого феномена как действий по овладению и удержанию власти, но и как формирование государственно-общественных отношений, которые лежат в основе развития и благосостояния общества². Информационная политика в рамках регулятивного подхода является системой взаимодействия между государственными структурами, обществом и СМИ в качестве медиатора на основе разделяемых правовых и этических принципов.

Культурологический подход определяет информационную политику как способ создания условий для трансляции идей и смыслов. Информационный поток, транслируемый государством, представляет собой механизм передачи символов, которые способны мотивировать целевую аудиторию на определенный тип поведения. Как формировать у нее определенное представление о различных аспектах действительности, так и трансформировать всю систему ценностей через воздействие на ее систему взглядов и ценностей. Исходя из этого, культурологический подход включает в себе элементы управленческого и регулятивного подходов, сфокусированные на механизмах легитимации государства, поддержания статус-кво в существующем международном порядке. Он акцентируется на самом информационном потоке как совокупности символов и смыслов по обеспечению необходимой направленности представлений о государстве в мировом сообществе. Информационная политика, будучи средством воздействия на целевую аудиторию по формированию у нее определенного типа представлений о государстве, выполняет следующие функции:

- *преобразующую*, которая заключается в получении, отборе, структурировании и распространении информации в необходимом для государства ключе;

¹ Тавокин Е.П. Государственная информационная политика: концепции и перспективы. М., 2001. С. 42

² Ковалева М.М. Содержание и структура понятия «государственная информационная политика» // Средства массовой информации в современном мире. СПб., 2010. С. 125.

- *интегрирующую*, которая связана с включением в политический дискурс требующих общественного ознакомления стратегических вопросов;
- *легитимирующую*, направленную на то, чтобы получить поддержку и одобрение мирового сообщества;
- *концептуализирующую*, которая связана с формированием необходимой системы мировоззрения целевой аудитории.

В рамках настоящего исследования будет использован культурологический подход, поскольку он, во-первых, коррелирует с теоретико-методологическим базисом исследования, во-вторых, позволяет рассмотреть широкий спектр инструментария, которым располагает государство для успешного формирования своего устойчивого положительного имиджа на мировой арене, необходимого для реализации своих внешнеполитических задач. При этом под имиджевым политическим позиционированием понимается заполнение государством уникальной ниши в системе международных отношений путем трансляции «уникального политического предложения» и имиджевых характеристик¹. Таким образом, имиджевое политическое позиционирование включает в себя два субпроцесса: создание уникального образа/модели имиджа на мировой арене и передача этого имиджа/трансляция зарубежной целевой аудитории. Иными словами, имидж государства – это продукт информационной политики.

Культурологический подход позволяет рассматривать информационную политику государства как совокупность таких элементов внешнеполитической имиджевой деятельности как информационный менеджмент, «брендинг места/территории» и публичная дипломатия². Проблематика определения информационного менеджмента состоит в том, что в научной литературе отсутствует консенсус относительно того, следует ли рассматривать его как процесс исключительно технологического характера или синтезирующего технологическую, управленческую и творческую составляющие. Т.е. процесс,

¹ Ольшанский Д.В. Политический PR. СПб.: Питер, 2003. С. 210.

² Харбих С.К. Международный имидж государства. Факторы формирования // Социально-гуманитарные знания. 2015. № 2. С. 311.

который включает в себя не только контроль, распределение и технологическую поддержку информационных потоков, но и разработку содержания информационных сообщений, а также стратегий и методов их распространения¹. Представляется, что сужение категории информационного менеджмента исключительно до технологической стороны является нецелесообразным, принимая во внимание тот факт, что наличие у государства достаточных технологических, финансовых и человеческих ресурсов без разработанной стратегии и методов трансляции информации, в том числе «уникального политического предложения» на мировой арене не будут эффективными². Данный тезис нашел подтверждение на уровне отдельных коммерческих компаний и организаций, в которых функции планирования, генерирования информационных поводов и их реализация осуществляется одними и теми же сотрудниками.

Информационный менеджмент сопряжен с деятельностью СМИ как инструмента формирования постоянного информационного потока. Следует отметить несколько особенностей СМИ в качестве механизма имиджевого позиционирования государства. Во-первых, эффективное конструирование положительного образа государства сопряжено с работой не только национальных, но и иностранных СМИ. В силу этого важно налаживать коммуникацию по двум направлениям как с национальными информационными агентствами, так и с зарубежными масс-медиа, предоставляя как можно больше детализированной информации о государстве. В первом случае позволит укрепить национальную гордость, обеспечить гражданскую лояльность и консенсус вокруг ее качественных характеристик, что важно с точки зрения национальной идентичности и поддержки внешнеполитического курса государства. В случае с иностранными масс-медиа этот шаг позволит раскрыть для зарубежной аудитории те положительные

¹ Калачев Д.Н., Бровко В.Ю. К вопросу о концептуализации информационной политики // Известия МГТУ «МАМИ». 2014. Т. 5. № 3(21). С. 92.

² Тризно Т.А. Информационный менеджмент и управление государственной информацией как компоненты государственной информационной политики Канады // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2013. №11. С. 187.

характеристики образа государства, которые для внутренней аудитории являются естественными и нестоящими их освещения. Для внешней аудитории это значимые преимущества – фактор формирования положительного базового имиджа государства¹. Как отмечает Дж. Най, национальные ценности проявляются в поведении и нарративах государства², что формирует представление о нем у международного сообщества. Такие примеры как принадлежащие Великобритании острова Ла-Манша или ямайский город Фрутфул Вейл, которые могут быть совершенно незнакомы иностранной аудитории, но иметь потенциал для формирования положительных базовых образов Великобритании и Ямайки³, являются красноречивыми доказательствами.

Во-вторых, образ государства в СМИ является уже «обработанной реальностью», воспринятой либо с позиции журналиста, либо редакционной коллегии информационного агентства. Отсюда способность СМИ контролировать общественное мнение, понимание государства зарубежной аудиторией, формирование представления о государстве, акцентируя внимание на освещении тех или иных вопросов и определяя механизмы освещения в границах имеющихся ресурсов и возможностей государства. В результате месседжи СМИ можно рассматривать в качестве нарративов, концентрирующих в себе информационные смыслы и обладающих силой воздействия на аудиторию⁴. В качестве примера формирования СМИ образа государства можно привести кейс войны в Заливе в 1991 г., когда CNN и Al Jazeera создавали фреймы восприятия происходящих событий. CNN описывал вторжение Ирака в Кувейт как агрессию Багдада, а не как возвращение территории Ирака по версии правительства Ирака. Al Jazeera интерпретировала вовлечение западных государств американским

¹ Сидорская И.В. «Образ» или «имидж» страны: что репрезентируют СМИ ... URL: https://elibr.bsu.by/bitstream/123456789/123210/1/статья_Псков_Сидорская.pdf

² Nye J. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: PublicAffairs, 2004. P. 55.

³ Anholt S. Competitive Identity. The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2007. P. 8.

⁴ Родина В.В. Имиджевый аспект государственной информационной политики // Балтийский гуманитарный журнал. 2016. Т. 5. № 3(16). С. 71.

информационным агентством как наступление коалиции, «наступление захватчиков»¹.

На данном примере прослеживается использование в СМИ фреймов, которые представляют собой лингвистические средства, формирующие мироощущение и когнитивные представления у аудитории². Изменение фреймов ведет к тому, что один и тот же концепт ввиду измененного акцента, фокуса может использоваться как для создания отрицательного, так и положительного оттенка значения. В качестве основных способов фреймирования образа государства, используемых СМИ, следует отметить: опровержение, замещение и создание новых стереотипов³. Действие этих фреймов можно проследить на примере формирования образа России американскими масс-медиа. При опровержении любые события в России в части реализации принципов демократического режима фреймируются таким образом, что они представляются в отрицательном свете, подтверждающим образ «авторитарного государства». Например, на проводимых выборах, одного из основных институтов демократии, фиксируемые нарушения нивелируют их значимость. Замещение позитивных образов России прослеживается на примере создания Евразийского Союза, который интерпретируется как восстановление СССР. Т.е. образ нового интеграционного объединения, основанного на рыночной экономике и политическом суверенитете его государств-членов, замещается имиджем государства федеративного типа с командно-административной экономикой. Создание новых образов России происходит через увеличение криминальных сюжетов, освещение в негативном ключе задержаний оппозиционеров и т.д.

Еще одним механизмом конструирования государственного имиджа выступает политическое мифотворчество, основанное на внушении аудитории, что

¹ Nye J. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: PublicAffairs, 2004. P. 54.

² Большаков С.Н., Бодрунова С.С. Формирование позитивного имиджа страны: политические метафоры, стереотипы и параллелизмы // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. 2011. Т.4. №6. С. 90.

³ Леонова О.Г. Барьеры имиджа страны // Социально-гуманитарные знания. 2014. №1. С. 142.

та или иная информация является достоверной и мотивирует ее к определенным действиям. При этом выделяют два типа политических мифов: мифы-ужасы, которые транслируют, например, образ деспотического государства или государства на грани гражданской войны; мифы-идиллии, фиксирующие в государстве состояние всеобщего благоденствия¹. В качестве действенных технологий создания политических мифов выступают:

- «умолчание», замалчивание определенных фактов как позитивных, так и негативных, и формирование в этом контексте определенных коннотаций;
- нейтрализация негативной информации, которая для снижения влияния негативных фактов организует вброс в информационное пространство позитивной информации.

В качестве примера замалчивания информации можно привести т.н. «белую пропаганду» в СССР, когда сообщения в советских СМИ о дискриминации чернокожего населения США, запретах на профессии, безработице, протестных движениях и их жестоких разгонах полицией были единственным фокусом информирования населения СССР. Формировался образ США как «угнетателя» рабочего класса².

Второй составляющей информационной политики государства в аспекте имиджевого позиционирования выступает «брендинг места/территории», цель которого состоит в том, чтобы привлекать туристов, компании, инвестиции и открывать новые рыночные возможности в стране в целом или же в отдельно взятой регионе. Он заключается в изучении особенностей базового имиджа места/территории, определении своей ниши в предпочтениях и интересах своей целевой аудитории, трансляции преимуществ места/территории, чтобы создать

¹ Морозова А.А. Средства массовой информации как инструмент управления общественным мнением в процессе формирования политического имиджа государства за рубежом // Социально-экономические явления и процессы. 2018. Т. 13. № 103. С. 37.

² Косачев К. О роли СМИ в формировании имиджа государства и развитии межкультурного диалога // Публикация РСМД. 23.05.2013. URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/comments/o-rol-i-smi-v-formirovanii-imidzha-gosudarstva-i-razvitii-mezh/>

новый или усилить существующий имидж¹. Следует подчеркнуть, что в формировании экономического или туристического бренда работает тот же самый ключевой принцип, что и в политическом имидже – конструируемый образ должен быть максимально приближен к базовому. Так, небезопасное место никогда не станет безопасным для туристов исключительно благодаря рекламе. При этом недостоверность последней обусловит формирование отрицательного имиджа места/территории.

Символы места/территории могут выступить не просто драйверами его туристической или экономической привлекательности, но и в целом репутации страны. В этом аспекте С. Анхольт приводит пример ситуации, когда правительства целенаправленно выдвигают те локации, которые априори не могут быть выбранными для проведения международных спортивных или культурных соревнований для того, чтобы показать, что государство является активным членом международного сообщества и гордится своими достижениями².

Другой элемент информационной политики государства по имиджевому позиционированию – публичная дипломатия. Термин «публичная дипломатия» был впервые использован Информационным агентством США в начале 1960-х гг. в попытке раскрыть сущность процесса управления репутацией государства за рубежом и трактовался как оказание влияния на общественное отношение по формированию и реализации внешней политики посредством механизмов нетрадиционной межгосударственной дипломатии. К ним можно отнести культивирование правительством общественного мнения зарубежных стран, взаимодействие групп интересов одной страны с группами интересов другой страны, использование правительством отчетов о внешней политике по изменению своего курса, обеспечение интеракции между акторами, чьи функциональные обязанности состоят в выстраивании коммуникационных связей (например, между

¹ Kotler P., Gertner D. Country as Brand, Product and Beyond: A Place Marketing and Brand Management Perspective // Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition / eds. N. Morgan, A. Pritchard, R. Pride. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004. P. 46-47.

² Anholt S. Places. Identity, Image and Reputation. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010. – P. 14.

дипломатами и иностранными корреспондентами), организация межкультурной коммуникации¹.

В российском академическом сообществе под публичной дипломатией понимается комплекс мер, цель которых состоит в том, чтобы повысить аттрактивность определенной внешнеполитической стратегии в глазах международного сообщества². При этом общим для всех генерируемых определений выступает признание публичной дипломатии в качестве обязательной составляющей положительного образа государства.

Следует выделить ряд особенностей публичной политики, которые необходимо учитывать при ее использовании в качестве инструмента имиджевого позиционирования государства. Во-первых, публичная дипломатия не должна быть ориентирована исключительно на внешнюю аудиторию. Как отмечалось выше, процессы глобализации и информатизации (коммуникационная революция) обусловили ситуацию взаимозависимости реалий глобального взаимодействия, когда информация, предназначенная для внутренней аудитории, становится доступной внешней акторам, и наоборот. Например, министр внутренних дел Нидерландов в 2004 г. высказался о том, что 26000 нелегальных беженцев будут экстрадированы из страны, информация быстро распространилась по каналам массовой коммуникации и повлияла на сокращение иммиграционного потока³.

Во-вторых, публичная дипломатия предполагает не просто трансляцию положительного образа государства, а взаимодействие с иностранной аудиторией. Процесс изучения иностранной аудитории становится важным элементом информационной политики государства, создающей условия для продвижения своих внешнеполитических интересов. В этом контексте одну из ключевых ролей играют социальные медиа, которые позволяют не только транслировать месседж,

¹ Anholt S. Competitive Identity. The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2007. P. 12.

² Боришполец К.П. Публичная дипломатия на пространстве ЕАЭС: осмысление феномена и тенденций развития // Вестник МГИМО-Университета. 2015. №5(44). С. 43.

³ Melissen J. The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice // The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005. P. 14.

но и получать реакцию целевой аудитории. В настоящее время такие социальные сети, как Twitter и Facebook превратились в площадки взаимодействия государственных деятелей, дипломатов с общественностью как своей страны, так и гражданами иностранных государств¹. В качестве другого примера формирования позитивного образа страны на международной арене можно рассматривать запущенный правительственным агентством «Шведский Институт» в 2011 г. проект «Кураторы Швеции», привлекающий граждан Швеции к делу распространения информации о своей стране через социальную сеть Twitter. Его суть состоит в том, что каждую неделю аккаунт @Sweden передается активному гражданину, который становится «куратором Швеции», рассказывая мировой общественности о положительных сторонах своего государства.

В-третьих, диссонанс между выстраиваемым образом государства в рамках публичной дипломатии и агрессивными шагами на международной арене способен привести к негативным последствиям – снижению эффективности дальнейшего использования публичной дипломатии в имиджевом позиционировании государства. Как отмечает нидерландский ученый Ж. Мелиссен, «публичная дипломатия не является альтруистической деятельностью и может преследовать широкий спектр целей в таких сферах, как налаживание политического диалога, развитие торговли и инвестиционной привлекательности, установление связи с гражданским обществом в обход официальной цензуры, а также создание союзов, предотвращение конфликтов или инициация военной интервенции»². В последнем случае она превращается в помеху, нежели инструмент продвижения государственного имиджа. В частности, «война с терроризмом» объявленная администрацией Дж. Буша в 2001 г. привела к тому, что американская публичная политика стала ассоциироваться в общественном мнении стран Ближнего Востока со «столкновением цивилизаций» и американским интервенционизмом. В

¹ Глебов М.С. Элементы и механизмы новой публичной дипломатии во внешней политике государства // Государственное управление. Электронный вестник. 2018. № 68. С. 283.

² Melissen J. The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice // The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005. P. 14.

результате, в этих странах сложился образ США как «вельветового кулака в железной перчатке»¹.

В-третьих, механизмы публичной дипломатии не будут иметь эффекта, если они не будут влиять на репутацию государства, политику которой они продвигают. Поскольку же репутация может быть изменена только посредством политики, а не коммуникации, фактором успеха публичной дипломатии выступает учет правительством рекомендаций и отчетов лидеров публичной дипломатии в качестве «ответа рынка». Только в этом случае инструменты публичной дипломатии могут усилить положительные представления внешней аудитории о государстве, что, соответственно, закладывает базис того, что все последующие решения будут приниматься в более выгодном свете. Публичная дипломатия должна реализовываться в координации с действиями всех стейкхолдеров и политических акторов, принимающих решения и взаимодействующих в рамках эффективной национальной стратегии. По сути, это представляет собой стратегическую коммуникацию, которую российский эксперт Е. Пашенцев определяет как трансляцию государством определенных ценностей, интересов и принципов посредством синхронизации деятельности во всех областях общественной жизни с ее профессиональным коммуникационным сопровождением².

В качестве примера неэффективности отрыва информационного нарратива от реальных действий государства в контексте имиджевого позиционирования можно привести кейс США, на котором акцентировали внимание как сам официальный Вашингтон, так и официальные представители других государств. Президент Д. Эйзенхауэр отмечал, что практика расовой сегрегации, которая сохранялась на юге США, несмотря на продвижение ценностей демократии и прав человека, могут привести к отчуждению от США новых независимых государств на Африканском континенте. Дж. Най приводит высказывание одного из шведских дипломатов,

¹ Leonard M. Diplomacy by Other Means // Foreign Policy. November 9, 2009. URL: <https://foreignpolicy.com/2009/11/09/diplomacy-by-other-means/>

² Пашенцев Е.Н. Провокация как элемент стратегической коммуникации США: опыт Украины // Государственное управление. Электронный вестник. 2014. Вып. 44. С. 150.

озвученное им во время приватного разговора о том, что «все страны хотят продвигать те ценности, в которые они верят, но самая критикуемая сторона “упаковки” американской мягкой силы – это двойные стандарты и несоответствия»¹.

Аспект имиджевого политического позиционирования в информационной политике государства представляет собой сложный процесс, эффективность которого зависит от учета множества факторов. С. Анхольт предлагает трехсоставную структуру имиджевого позиционирования: разработанная стратегия, реальные действия, символические действия². Под стратегией он понимает осознание национальной идентичности, того, как она позиционируется на данный момент, видение того, как должна быть представлена на международной арене и как этого достигнуть. Проблема в разработке стратегии состоит в том, чтобы определить ту цель, которая является одновременно вдохновляющей и реализуемой, и направить на реализацию этой цели усилия множества стейкхолдеров, которые имеют разные потребности и интересы в условиях отсутствия единого институционального центра, направляющего данные усилия.

Реальные действия – это эффективное осуществление выбранной стратегии в формате экономических, правовых, политических, социальных, культурных и образовательных трансформаций (внедрение инноваций, политических институтов, принятие нормативно-правовых актов, проведение реформ, привлечение инвестиций).

Символические действия (в рамках публичной дипломатии или брендинга места) – представляют собой действия, демонстрирующие нацеленность на реальные трансформации и несущие в себе значительный информационный

¹ Nye J. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: PublicAffairs, 2004. P. 55.

² Anholt S. Places. Identity, Image and Reputation. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010. P. 13.

эффект, который запоминается, интересен, удивляет или драматичен. В качестве примеров таких действий С. Анхольт приводит¹:

- предоставление финансовой помощи балканским странам, в которых не было военных конфликтов и этнических столкновений (Албании, Черногории и Македонии) с целью подчеркнуть дистанцированность от соседних государств (Хорватия, Сербия, Босния);
- размещение в Гааге штаб-квартиры Европейского суда по правам человека с целью закрепления репутации Нидерландов в качестве европейской цитадели верховенства права.

Важно при этом отметить три условия, при которых данные символические действия будут иметь должный эффект. Во-первых, это не должны быть разовые действия. Для формирования целостного и правдоподобного образа государства необходимо, чтобы различные действия продуцировались как можно большим количеством акторов (государственные институты, неправительственные организации, бизнес-ассоциации, СМИ и т. д.). Во-вторых, они не должны быть «пустой риторикой» и должны иметь вполне ощутимые результаты. В-третьих, они должны генерироваться на постоянной основе на протяжении многих лет для закрепления и дальнейшего конструирования имиджа государства, поскольку влияние на целевую аудиторию ослабевает по мере того, как проходит время с момента их реализации. Это требует инициации новых запоминающихся доказательств государственного имиджа. Их масштабы и стоимость не всегда пропорциональны их символической ценности.

Следует отметить возможный алгоритм разработки стратегии по имиджевому позиционированию государства, предложенный Т. Гринберг, которая экстраполировала стратегию корпораций на государства². На первом этапе необходимо изучение специфики имиджей акторов мировой политики, особенности их позиционирования в информационном пространстве, а также

¹ Anholt S. Places. Identity, Image and Reputation. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010. P. 14.

² Гринберг Т.Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели // Электронный научный журнал «Медиаскоп». 2008. №2.

инструменты, которые они используют для этого. Второй этап состоит в том, чтобы оценить соотношение базового имиджа с ожиданиями внутренней и внешней аудиторий с целью определения «точек совпадений», закладывающие фундамент желаемого имиджа, приоритетные параметры имиджа, которые должны «отретушировать» негативные аспекты образа государства и представить его уникальность/преимущества перед другими. Фактически это определение сущности Я-концепции государства и ее соотношения с Я-концепциями других государств. Третий этап предполагает выбор и разработку коммуникативных стратегий, а также определение технических средств и методов для продвижения имиджа – информационная политика государства (работа со СМИ, публичная дипломатия, брендинг места/территории).

Разработанная стратегия, символические действия и реальные действия являются тремя обязательными элементами формирования имиджа государства. Отсутствие одного из них ведет к потере эффективности имиджевого политического позиционирования. В частности, известны пять возможных ситуаций в контексте потери эффективности¹:

– *«безызвестность»*: отсутствие символических действий. В этих условиях государство рискует остаться «безликим» и неспособным изменить укоренившиеся клише о его политической репутации, поскольку стратегии зачастую не афишируются, а реальные трансформации являются «скучными» для целевой аудитории;

– *«непоследовательность»*: реальные действия без разработанной стратегии. Данная ситуация может обусловить получение спорадических экономических и социальных достижений, которые не станут залогом устойчивости положительного образа государства. Даже если реальные трансформации сопровождаются частыми символическими действиями, в отсутствии стратегии данные информационные месседжи останутся фрагментированными и не смогут сформировать необходимые представления о государстве;

¹ Anholt S. Places. Identity, Image and Reputation. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010. P. 15-17.

– *«вращение на одном месте»*: стратегия без реальных и символических действий, что характерно для слабых государств. Зачастую в таких ситуациях у государства много планов, но отсутствует воля, ресурсы, влияние или общественная поддержка для их имплементации;

– *«пропаганда»*: стратегия и символические действия без реальных трансформаций. По сути такая стратегия является чистой пропагандой, целенаправленным манипулированием общественным мнением с целью заставить людей поверить во что-то, что не соответствует действительности. В условиях глобальной информатизации это может разрушить хороший имидж государства;

– *«провал»*: фокус на символических действиях при отсутствии стратегии и реальных действий. Правительства, которые фокусируются исключительно на символических действиях, но при этом не разрабатывают стратегий и не создают реальных трансформаций, поскольку нацелены исключительно на получение популярности, зачастую лишаются власти в силу того, что задача создания положительного имиджа требует гораздо больших ресурсов, чем простая трансляция информации.

Таким образом, информационная политика государства в части своего имиджевого позиционирования должна быть тщательно продуманной и с пониманием того, что принцип «хорошей рекламы плохого товара» может только ускорить его провал. Необходимо учитывать тот факт, что изменение имиджа государства является задачей долгосрочного выполнения в силу комплексности имиджа государства, устойчивости имеющихся представлений о государстве у внутренней и внешней аудиторий. Отсюда следует и комплексность информационных мероприятий по имиджевому политическому позиционированию государства, которые не могут быть ограничены работой СМИ. Необходимо привлечение широкого спектра инструментов, прежде всего, публичной дипломатии, нацеленной на взаимодействие, диалог с внутренней и с внешней аудиториями для гармонизации представлений о государстве и предотвращения противоречий, которые в условиях информационной открытости могут быстро стать предметом обсуждения и свести к нулю усилия по

конструированию положительного образа государства. К обнулению результатов по имиджевому политическому позиционированию могут привести не только недочеты в коммуникативных стратегиях, но и отсутствие реальных изменений в самом государстве, когда происходит разрыв между конструируемым и базовым образами, т.е. устоявшимися когнитивными и аттитюдными паттернами. Вместе с тем направления этих изменений должны определяться результатами взаимодействия с целевыми аудиториями. Эффективность имиджевого политического позиционирования государства зависит от разработанной стратегии, применяемых информационных практик и готовности правительства к трансформациям, необходимым для усиления позиций государства на международной площадке и роста благосостояния.

Глава 2. ИМИДЖЕВОЕ ПОЛИТИЧЕСКОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ГЛОБАЛЬНЫХ АКТОРОВ В ЦЕНТРАЛЬНО-АЗИАТСКОМ РЕГИОНЕ

2.1. Имиджевое позиционирование США и ЕС в процессах продвижения либерально-демократических ценностей в регионе

Основу имиджа США на международной арене составляют два основных компонента: исключительность, мировое превосходство США как актора международных отношений и универсализация американских политических ценностей. Исключительность США как элемент государственного имиджа заключается в том, что американские ценности (демократия), политическая система (представительное управление) и история являются уникальными и заслуживают всеобщего одобрения. В реалиях современной системы международных отношений США присвоили себе право на распространение любыми способами, включая военные действия, «света свободы и демократии» даже в те страны, где их не приемлют¹, и определение направления и координацию действий мирового сообщества по урегулированию мировых кризисных явлений, начиная с редуцирования последствий мирового экономического спада и заканчивая урегулированием перманентно напряженных взаимоотношений между Индией и Пакистаном или Израилем и Палестиной².

Как отмечает Р. Каган, США стремятся к унилатерализму в своей внешней политике, будучи менее склонными к сотрудничеству в рамках международных организаций, более скептически настроенными в отношении международного права, что проявляется в их действиях в обход правовых норм, когда это видится им «необходимым или полезным»³. США стремятся создавать такой имидж,

¹ Гарусова Л.Н. Имиджи России и США как фактор международных отношений // Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2012. №3(16). С. 156.

² Quinn A. The United States // The Handbook of Global Security Policy / eds. M. Kaldor and I. Rangelov. Chichester: John Wiley & Sons Ltd, 2014. P. 446.

³ Kagan R. Power and Weakness // Policy Review. 2002. No 113. URL: <https://www.ies.be/files/documents/JMCdepository/Robert%20Kagan,%20Power%20and%20Weakness,%20Policy%20Review,%20No.%20113.pdf>

который бы соотносился с ценностями мирового сообщества, игнорируя при этом в своих действиях эти ценности, что и порождает недовольство международного сообщества, усматривающего лицемерие и двойные стандарты в действиях Вашингтона¹.

Базовый образ Европейского Союза на международной арене основан на приверженности «мягкой безопасности», суть которой состоит в том, что обеспечение безопасности осуществляется через разрешение проблем социального и экономического неравенства, проблем окружающей среды и трансграничной преступности посредством реализации мер по предотвращению конфликтов и урегулирования кризисов. В эти меры включаются и миротворческие механизмы – использование «гражданской силы»². Как отмечают М. Кокс и Р. Кампарано, «европейцы предпочитают тратить свои деньги на социальное обеспечение и пенсии, нежели на покупку танков и ракет. После «кровавого» XX в. континентальные страны потеряли интерес к войне»³. В контексте действий «мягкой безопасности» Европейского Союза показательна военная кампания в Афганистане, где из 150000 человек военного контингента на 2010 г. две трети составляли американские военнослужащие. Европейские же военные были задействованы только в сфере обучения афганских правоохранительных органов. Американский политолог, старший научный сотрудник Брукингского института и член Совета по международным отношениям Р. Каган даже пошутил: «Американцы с Марса, европейцы с Венеры». Эту шутку он интерпретирует как несводимость американского и европейского видения мира, поскольку по всем важным вопросам власти и силы американцы и европейцы расходятся во взглядах. «Европа отклоняется от силы... она движется в направлении самоограничивающегося мира законов и правил и международных переговоров и

¹ Walt S. The Myth of American Exceptionalism // Foreign Policy. October 11, 2011. URL: <https://foreignpolicy.com/2011/10/11/the-myth-of-american-exceptionalism/>

² Martin M. Reframing the Use of Force: The European Union as a Security Actor // The Handbook of Global Security Policy / eds. M. Kaldor and I. Rangelov. Chichester: John Wiley & Sons Ltd, 2014. P. 355.

³ Cox M., Campanaro R. Introduction to International Relations. London: University of London, 2016. P. 216.

сотрудничества – кантовского «вечного мира». В то же время США существуют и применяют силу в анархичном гоббсовском мире»¹.

Целью данного параграфа является обоснование тезиса о том, что позиционирование США как глобального миссионера либеральных ценностей сосредоточено на усилении своих позиций в регионе посредством продвижения политической демократизации, вопросов прав человека через воздействие на общество, а либерализации экономики и сферы безопасности – через влияние на политическую систему.

В свою очередь, влияние Европейского Союза в роли актора «гражданской силы» в Центральной Азии не является наступательным в сравнении с США и осуществляется посредством продвижения политической демократизации, вопросов прав человека и верховенства права, а также сотрудничества в сфере безопасности через оказание воздействия на политические системы стран региона и с помощью финансово-технического влияния на социум в экономической сфере. Такой подход позволяет сохранять лояльность правящих политических режимов, которые имеют возможность противостоять этому воздействию, не отвергая позитивное влияние европейских государств в социальной и экономической сферах.

1991 г. обозначил новую страницу в новейшей истории стран Центральной Азии, которые стали утверждаться на мировой арене в качестве полноправных независимых участников мировой политики. Приоритетными задачами, которые ставили перед собой в начале 90-х г. государства региона, были форсированное освобождение от атавизмов советской системы и решение проблемы выбора модели развития. Независимые центрально-азиатские республики испытывали острую нужду в финансовой, технической и консалтинговой помощи. В достаточном объеме ее могли предоставить только международные финансовые организации, а также правительства развитых стран Запада во главе с США.

¹ Kagan R. Power and Weakness // Policy Review. 2002. No 113. URL: <https://www.ies.be/files/documents/JMCdepository/Robert%20Kagan,%20Power%20and%20Weakness,%20Policy%20Review,%20No.%20113.pdf>

Следует отметить разницу в оказании экономической помощи США и Европейского Союза. США в качестве условий предоставления помощи выдвигали требования экономической либерализации и политической демократизации¹. Эти меры были нацелены на установление контроля над общественно-политическими системами государств региона и формирование лояльного США политического истеблишмента². Представляется, что в качестве подтверждения выдвинутого тезиса можно рассматривать слова помощника госсекретаря США по делам Южной и Центральной Азии Р. Баучера о том, что цель Вашингтона в регионе состоит в усилении своих позиций в политической и экономической сферах посредством усиления зависимости стран от подконтрольных США международных финансовых институтов и навязывания более глубоких политических реформ, формирования новых и совершенствование уже существующих НПО³.

Влияние либерального миссионерства США в экономической сфере осуществляется напрямую через политические системы стран региона и использование кредитных предложений международных финансовых организаций: Всемирного банка, Международного валютного фонда и Азиатского банка развития, в которых Вашингтон в начале 90-х гг. увеличил свои квоты для предоставления помощи новым независимым государствам постсоветского пространства. А также за счет целевых грантов, выделяемых из федерального бюджета и распределяемых через американские фонды и НПО.

Однако предоставление Вашингтоном помощи имеет два блокирующих фактора, которые отражаются на ее эффективности. Во-первых, она увязывается с обязательным выполнением условий («Вашингтонский консенсус»), которые нацелены на минимизацию влияния государства и разрушение реального сектора

¹ Иванов С.Г. Роль внешнеполитических факторов в процессах трансформации экономики Кыргызской Республики. Бишкек, 2009. С.206.

² Казанцев А.А. Политика США в постсоветской Центральной Азии: характер и перспективы // Вестник МГИМО. 2012. № 4(25). С. 160; Попов Д. Центральная Азия во внешней политике США 1991-2016 гг. М.: РИСИ, 2016. С. 168.

³ Верещагин А.А. Геополитическая конкуренция США, КНР и РФ в Кыргызской Республике. Бишкек, 2012. С. 94.

экономик бывших советских республик, функционирование которого выстраивалось на базе единой народно-хозяйственной системы¹. О несостоятельности применения принципов Вашингтонского консенсуса в условиях социально-экономического кризиса в середине 90-х гг. стали говорить представители западного научного сообщества. В частности, Дж. Стиглиц, экс-вице-президент Всемирного Банка, указывал на то, что рынок не является превосходной системой регулирования экономики и что в успешных экономических системах он регулируется государством для того, чтобы обеспечить справедливую конкуренцию и безопасность финансовых институтов, а также защитить потребителей².

Во-вторых, использование полученной финансовой помощи государствами Центральной Азии в 90-х гг. сопровождалось масштабными коррупционными составляющими. О наличии коррупции было известно руководству как США, так и международным финансовым институтам, принимая во внимание работу большого количества иностранных консультантов в республиках, находившихся в активной фазе процесса трансформации своих экономических систем³. Среди них были и представители спецслужб. Предлагаемые США меры по выводу экономик стран Центральной Азии из кризиса и переводу их на либеральные рельсы были нацелены на создание благоприятных условий финансовой эксплуатации стран путем кредитования и для решения своих геополитических задач. В качестве доказательств того, что американская финансовая помощь изначально не была нацелена на вывод экономик стран региона из кризиса можно считать следующие факты.

1. США не были заинтересованы в инвестициях в центрально-азиатские республики. Так, создание в 2008 г. совместного американо-узбекского

¹ Иванов С.Г. Роль внешнеполитических факторов в процессах трансформации экономики Кыргызской Республики. Бишкек, 2009. С. 125, 151.

² Stiglitz J. and Squire L. International Development: Is It Possible? // Foreign Policy. 1998. No 110. P. 146, 150.

³ Попов Д. Центральная Азия во внешней политике США 1991-2016 гг. М.: РИСИ, 2016. С. 137.

предприятия GM Uzbekistan было продиктовано условием, выдвинутым узбекской стороной об американских прямых инвестициях в период восстановления двусторонних отношений после Андижанских событий¹. В целом, участие США в товарообороте экономик стран региона остается ограниченным, несмотря на подписанные соглашения о Генерализованной системе преференций с Казахстаном, Кыргызстаном и Узбекистаном. Даже в сфере энергетики, которую ряд экспертов называют в качестве одной из сфер, представляющих национальный интерес США в Центральной Азии, влияние США минимально. Если нефтепровод Баку-Тбилиси-Джейхан и газопровод Баку-Тбилиси-Эрзурум открыли доступ к нефтяным и газовым месторождениям Кавказа, то для Центральной Азии нефтепровод представляет собой второстепенный маршрут экспорта нефти с месторождений Казахстана².

2. Сравнительный анализ результатов экономической либерализации в странах Центральной Азии позволяет утверждать, что невыполнение рекомендаций международных финансовых организаций и наличие запасов углеводородов способствуют большей стабильности экономической системы, нежели их реализация в полной мере. Так, Кыргызстан, который провел максимальную либерализацию экономической системы в попытке компенсировать отсутствие месторождений нефти и газа, фактически потерял контроль над процессами функционирования экономики. Разрушился реальный производственный сектор и страна превратилась в реэкспортный хаб китайских товаров на фоне поспешного и необдуманного вступления во Всемирную торговую организацию с принятием на себя всех дополнительных обязательств, в том числе отказ от использования льготных периодов³. Как результат, к настоящему времени,

¹ Попов Д. Центральная Азия во внешней политике США 1991-2016 гг. М.: РИСИ, 2016. С. 143.

² Emerson M., Boonstra J., Hasanova N., Laruelle M., Peyrous S. Into Eurasia. Monitoring the EU's Central Asia Strategy. Report of the EUCAM Project. Madrid, Brussels: Centre for European Policy Studies (CEPS), Fundación para las Relaciones Internacionales y el Diálogo Exterior (FRIDE), 2010. P.45.

³ Галушкина Е.А. Членство Киргизии в составе ВТО: угрозы и возможности // Вестник КРСУ. 2003. №1. С. 48.

по данным Всемирного банка, Кыргызстан по уровню ВВП на душу населения, после всех предпринятых реформ, опережает лишь переживший гражданскую войну Таджикистан: 1309 долл. и 870 долл. соответственно по данным за 2019 г.¹

3. США могут использовать долговые обязательства государств для оказания на них давления при реализации своих национальных интересов. Например, размещение военной базы США в Кыргызстане. Члены Парижского клуба с участием США и Великобритании в качестве наблюдателей запустили раунд переговоров о возможности реструктурировать государственный долг Кыргызстана в год начала военной операции «Несокрушимая свобода» в Афганистане. В результате, к 2005 г. на территории Кыргызстана пять лет функционировала американская военная база «Ганси», а Парижский клуб списал Бишкеку беспрецедентный объем внешнего долга – более 120 млн долл. и предоставил отсрочку по выплате оставшейся части².

Стратегия Европейского Союза по предоставлению финансовой помощи странам Центральной Азии значительно отличается от стратегии США. Для нее характерна особенность инструментария Брюсселя в отношении стран Центральной Азии – предварительное создание нормативно-правового базиса для взаимодействия с приверженностью принципам верховенства права, защиты прав человека и демократии даже в условиях необходимости решения вопросов, связанных с обеспечением собственной безопасности. Эта особенность особенно хорошо проявляется в энергетической сфере взаимодействия Европейского Союза и стран региона. Важность этой сферы для ЕС обусловлена энергетическим потенциалом Центральной Азии в качестве альтернативного России ресурсного базиса углеводородного сырья особенно в контексте российско-украинских конфликтов по условиям транзита газа европейским потребителям и в целом

¹ GDP per capita (current US\$). World Bank national accounts data, and OECD National Accounts data files. 2019. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD>

² Попов Д. Центральная Азия во внешней политике США 1991-2016 гг. М.: РИСИ, 2016. С. 140.

напряженности в отношениях с Москвой¹. Это подтверждается следующими фактами:

- в настоящее время экономическая заинтересованность Европейского Союза в государствах Центральной Азии прослеживается в объемах товарооборота (22 млн евро) и прямых инвестициях (47,7 млн евро) в богатый энергоресурсами и более открытой политической системой Казахстан в сравнении с политически закрытыми Узбекистаном (1,9 млн евро и 2,5 млн евро соответственно) и Туркменистаном. Причем Туркменистан в последний период переориентируется на китайский рынок (1,8 млн евро и 0,1 млн евро соответственно)²;
- разработка Региональной стратегии для Центральной Азии совпала со стартом переговоров по строительству газопровода NABUCCO в 2002 г.;
- разработка стратегии «ЕС и ЦА: новое партнерство в действии» в 2007 г. совпала с российско-украинскими противоречиями по вопросам транзита газа;
- разработка новой стратегии для Центральной Азии «ЕС и Центральная Азия: новые возможности для сильного партнерства» в 2019 г. совпала с объявлением в 2018 г. Ашхабадом своего намерения построить Транскаспийский трубопровод для экспорта газа в Европу через запущенный Турцией Трансанатолийский газопровод.

Подготовительным этапом к сотрудничеству в энергетической сфере можно рассматривать подписание всеми странами Центральной Азии Договора к Энергетической Хартии в 1995-1997 гг., который устанавливает общие принципы выстраивания сотрудничества в Евразии. На основе договора в 1995 г. была инициирована программа INOGATE (Межгосударственная транспортировка нефти и газа в Европу), нацеленная на конвергенцию энергетических рынков, обеспечение энергетической безопасности, а также привлечение инвестиций в энергетическую сферу. В последующем Европейский Союз стал заключать двусторонние меморандумы о взаимопонимании в сфере развития энергетической транспортной инфраструктуры (в 2006 г. – с Казахстаном, в 2008 г. – с

¹ Anghelescu A. European Union and Central Asia – past directions and future perspective // CES Working Papers. 2018. Vol. X. No 3. P. 281.

² Boonstra J., Panella R. Three Reasons Why the EU Matters to Central Asia. 3.03.2018. URL: <https://voicesoncentralasia.org/three-reasons-why-the-eu-matters-to-central-asia/>

Туркменистаном, в 2011 г. – с Узбекистаном); организовывать министерские встречи для подтверждения приверженности стран Центральной Азии европейским принципам и нормам развития энергетической отрасли (например, министерская встреча в Астане в 2006 г.); наделение специального представителя Европейского Союза по Центральной Азии полномочиями в формулировании предложений в сфере энергетической безопасности¹. Кроме того, официальный Брюссель смягчил свою критически окрашенную риторику в отношении политических режимов стран Центральной Азии на предмет соблюдения ими прав человека и верховенства закона².

Однако формируемый нормативно-правовой базис без предложения коммерчески выгодных соглашений со стороны Европейского Союза не обеспечивает гарантии реализации его интересов, что проявилось в проекте газопровода NABUCCO, где ключевым поставщиком в Центральной Азии должен был стать Туркменистан. Переговоры по проекту длились с 2002 по 2009 гг. и фактически показали свою неэффективность после того, как Китай всего за три года (с 2006 по 2009 гг.) построил трубопровод из Туркменистана в СУАР через Узбекистан и Казахстан с той же пропускной способностью, что и планировалось для NABUCCO³. Как отмечал в 2012 г. А. Петерсен, «Пекин достиг в Центральной Азии гораздо больше того, о чем мечтал Брюссель»⁴.

В деле продвижения демократии в Центральной Азии воздействие США сфокусировано на поддержке гражданского общества, а не на реформировании

¹ Voloshin G. The European Union's Normative Power in Central Asia: Promoting Values and Defending Interests. London: Palgrave Pivot, 2014. P. 53.

² Efeşil E. The European Union's New Central Asian Strategy // The New Central Asia. The Regional Impact of International Actors. Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2010. P. 83.

³ Emerson M., Boonstra J., Hasanova N., Laruelle M., Peyrous S. Into Eurasia. Monitoring the EU's Central Asia Strategy. Report of the EUCAM Project. Madrid, Brussels: Centre for European Policy Studies (CEPS), Fundación para las Relaciones Internacionales y el Diálogo Exterior (FRIDE), 2010. P. 44.

⁴ Цит. по Voloshin G. The European Union's Normative Power in Central Asia: Promoting Values and Defending Interests. London: Palgrave Pivot, 2014. P. 55.

государственных институтов в силу сопротивления местных режимов¹. Одним из ключевых агентов гражданского общества выступили финансируемые США НПО и подконтрольные ему международные организации. С формальной точки зрения, такие НПО являются агентами гражданского общества, которое препятствует узурпации власти и ограничивает влияние государства на общественную жизнь. Однако, принимая во внимание источники финансирования НПО, объем которого может превышать бюджет государственных ведомств республик региона, их искусственное конструирование США, сотрудничество с американскими спецслужбами и оказание протекции несистемным оппозиционным группам и лицам (например, имеющим статус политического беженца опальным политикам Узбекистана, Таджикистана, Казахстана и Туркменистана М. Салиху, А. Абдулладжанову, М. Аблязову и Ф. Тухбатуллину)², НПО в Центральной Азии являются механизмами продвижения американских интересов. В частности, накануне «тюльпановой революции» в Кыргызстане, после которой во внешнеполитическом курсе государства был усилен проамериканский вектор, на поддержание демократических процессов (деятельность НПО и СМИ), Вашингтон выделил 2,5 млн долл³.

Другим инструментом продвижения интересов США в регионе под лозунгом демократизации и либерализации общественной жизни являются СМИ. В частности, Фонд Сороса оказывает финансовую поддержку информационному агентству EurasiaNet, а ЦРУ США – информационному ресурсу «Радио свобода», которые выступают с острой критикой местных правящих режимов. Центральное командование вооруженных сил США финансировало медиаресурс

¹ Emerson M., Boonstra J., Hasanova N., Laruelle M., Peyrous S. Into Eurasia. Monitoring the EU's Central Asia Strategy. P.45-46.

² Александров А., Ипполитов И., Попов Д. «Мягкая сила» как инструмент американской политики в Центральной Азии. Казахстан // Россия и мусульманский мир. 2014. №2(260). С. 69.

³ Тофан А.В. Формирование политической системы Кыргызской Республики в контексте внешнего влияния // Вестник КРСУ. 2017. Т. 17. №6. С. 207.

CentralAsiaOnline.com, в материалах которого осуществлялась пиар-поддержка размещенных в Центральной Азии американских военных объектов¹.

Однако, как и в случае с НПО результаты работы СМИ в действительной демократизации общественной жизни противоречивы. С одной стороны, они способствуют формированию проамериканского пула журналистов в регионе, который может быть использован для создания алармистских настроений. А с другой – проамериканские СМИ активно используются для расширения социальной базы поддержки политики Вашингтона через широкое освещение благотворительной и гуманитарной деятельности правительства США, американских фондов и НПО, а также пропаганду либеральных ценностей и американского образа жизни. Такие активные вбросы информации формируют условия для смены правящего режима и оказания влияния на общество. В Грузии и Кыргызстане СМИ сотрудничали с международной некоммерческой организацией Internews Network (80% бюджета финансируется правительством США по линии USAID), которая является главным инструментом Вашингтона в конструировании своего имиджа мирового либерального миссионера, а также установления контроля над глобальным медиа-пространством². Internews Network в 2003 г. и 2005 г. однобоко и предвзято освещал действия правящих режимов в постсоветских республиках, усиливая атмосферу социально-политической нетерпимости, что привело к цветным революциям³.

Особенностями влияния Европейского Союза на центрально-азиатские республики являются: продвижение демократических принципов через воздействие на политические системы, а не социум; отсутствие жесткой привязки предоставляемой помощи с реализацией политических реформ. В качестве механизмов используются Европейская инициатива по верховенству права и

¹ Попов Д. Центральная Азия во внешней политике США 1991-2016 гг. М.: РИСИ, 2016. С. 174.

² Baker J. What is Internews. Май 2005. URL: <https://drkprnts.wordpress.com/what-is-internews/>

³ Егоров М. Западные НПО в Центральной Азии: благодетели или агенты влияния? 15.12.2015. URL: <http://www.turkishnews.com/ru/content/2017/12/15/>

диалоги по правам человека с правительствами стран Центральной Азии. Механизмы ориентированы на оказание воздействия на руководство стран региона, а не гражданский сектор.

Инициатива по верховенству права сфокусирована на вопросах реформирования законодательства и судебной системы. Ее инструментарий включает в себя оказание консультационной помощи европейских юристов, организацию международных обменов специалистами и развитие сотрудничества с Венецианской комиссией. Но результативность Инициативы остается на низком уровне.

Диалоги по правам человека первоначально планировалось проводить в двухуровневом и двустороннем формате. На уровне НПО и официальных представителей каждого из центрально-азиатских государств¹. Однако после первого совместного семинара НПО, проведенного в 2007 г. в Узбекистане, где критика европейскими НПО ситуации с правами человека в республике вызвала резкую отрицательную реакцию со стороны проправительственных НПО Узбекистана. Они посчитали это вмешательством во внутренние процессы государства. Ранее запланированный аналогичный семинар в Туркменистане был отменен ввиду отсутствия там неподконтрольных государству НПО². В последующем Европейский Союз стал проводить подобные семинары для НПО только на региональном уровне. При этом важно подчеркнуть, что основная часть средств, выделяемых Брюсселем идет на финансирование не местных НПО, а международных, что вызывает возражения со стороны первых и требования в организации встреч на национальном уровне³.

Семинары в гражданском секторе, наряду с диалогами с официальными представителями стран Центральной Азии проходят в закрытом формате и потому

¹ Isaacs R. The EU's Rule of Law Initiative in Central Asia // EUCAM Policy Brief. August 2009. Issue 9. URL: <https://eucentralasia.eu/2009/08/the-eus-rule-of-law-initiative-in-central-asia/>

² Axoyanova V. The EU-Central Asia Human Rights Dialogues: Making a Difference? // EUCAM Policy Brief. April 2011. Issue 16. URL: <https://eucentralasia.eu/2011/04/the-eu-central-asia-human-rights-dialogues-maki>

³ Voloshin G. The European Union's Normative Power in Central Asia: Promoting Values ... P. 47.

трудно определить их эффективность¹. Вместе с тем, несмотря на увязку предоставления финансовой поддержки странам Центральной Азии с демократическими преобразованиями, экономической либерализацией и улучшением ситуации в сфере защиты прав человека не прописаны обязательства центрально-азиатских стран, методология оценки эффективности и условия прекращения технико-экономической помощи ЕС. Например, Индикативные программы на период реализации стратегии «ЕС и ЦА: новое партнерство в действии», рассчитанной на 2007-2013 гг., по факту остались нереализованными по этой причине. Как подчеркивает Г. Волошин, санкции за нарушения условий предоставления финансовой помощи Европейском Союзом не были прописаны ни в самой стратегии, ни в сопутствующих технических документах².

Данный факт отражает намеренный отказ Европейского Союза идти на конфликт с правительствами центрально-азиатских республик, вмешиваясь в их политические процессы через общество. «Мягкий» формат трансляции либерально-демократических ценностей выгоден как центрально-азиатским республикам, так и Брюсселю, поскольку предоставляет возможность продемонстрировать приверженность этим ценностям, что закладывает основу для пролонгации сотрудничества, не актуализируя при этом имеющиеся проблемные вопросы в фактическом следовании им.

В сфере безопасности, несмотря на то, что воздействие обоих акторов сфокусировано на политических системах, а не социуме, также кристаллизовались различия в их стратегиях, обусловленные их имиджами на мировой арене. Так, амбивалентность имиджа США, при которой действия не соотносятся с конструируемым образом, проявляется в различных типах зависимости кооперации центрально-азиатских республик с США и НАТО, финансируемой Вашингтоном. *Обратная зависимость* – по критериям демократизации (несмотря на существование поправки Лихи от 1997 г., в соответствии с которой Вашингтон

¹ Axoynova V. The EU-Central Asia Human Rights Dialogues: Making a Difference? ... URL: <https://eucentralasia.eu/2011/04/the-eu-central-asia-human-rights-dialogues-maki>

² Voloshin G. The European Union's Normative Power in Central Asia: Promoting Values ... P. 46.

не может оказывать военную помощь государствам, в которых нарушаются права человека). *Прямая зависимость* – по критерию взаимодействия с Россией и мощности армии центрально-азиатских государств. Несмотря на то, что Кыргызстан в рейтинге Freedom House классифицируется как «частично свободная»¹, республика находится только на втором уровне «Партнерства ради мира» (Программа планирования процесса и анализа)², в рамках которого в соответствии со стандартами НАТО в республике располагался только один батальон «Скорпион».

В свою очередь, статус «несвободного государства» не стал для Вашингтона препятствием для активного сотрудничества с Узбекистаном³. Несмотря на то, что Узбекистан, так же, как и Кыргызстан, находился на втором уровне «Партнерства ради мира», а также временную напряженность на тот момент в двусторонних отношениях после Андижанских волнений и вывод американской военной базы с территории республики, он гораздо дальше продвинулся в трансформации своих вооруженных сил. В 2011 г., несмотря на сохраняющиеся проблемы в сфере защиты прав человека и демократизации, отраженные в отчете Human Rights Watch⁴, а также в нарушение национального законодательства (поправка Лихи) и потребностей национальной безопасности США⁵, между Ташкентом и Вашингтоном была достигнута договоренность о предоставлении Узбекистану значительной части военной техники после завершения операции в Афганистане.

Между тем Казахстан, один из главных союзников России по евразийской интеграции и ОДКБ, дальше других республик региона продвинулся по пути реформирования своей армии по стандартам НАТО и занял третий уровень сотрудничества – План действий по индивидуальному партнерству. Казахстан

¹ Freedom in the World. 2020. URL: <https://freedomhouse.org/countries/freedom-world/scores>

² NATO's Relations with Central Asia. 16.02.2016. URL: https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_107957.htm?se

³ Freedom in the World. 2020. URL: <https://freedomhouse.org/countries/freedom-world/scores>

⁴ Human Rights Watch. World Report 2012. Events of 2011. URL: <https://www.hrw.org/sites/default/files/reports/wr2012.pdf>

⁵ Панфилова В. Ташкент переводит армию на стандарты НАТО. Узбекистан становится главным партнером США в Центральной Азии становится главным партнером США в Средней Азии. 10.03.2013. URL: http://www.ng.ru/cis/2013-03-10/7_tashkent.html?print=Y&id_user=Y

рассматривается альянсом в качестве «особенно активного партнера в регионе»¹. Однако, как подчеркивают эксперты, республика сохраняет определенную дистанцию в сотрудничестве с НАТО и переходе на четвертый уровень «Партнерства ради мира» – План действий сотрудничества по созданию оборонных институтов, что вызывает негативную реакцию со стороны Вашингтона. Например, Казахстан отклонил приглашение НАТО принять участие в миссии в Афганистане, а военное подразделение, подготовленное в соответствии со стандартами альянса, стало на регулярной основе отправляться на учения, проводимые в рамках ОДКБ².

Влияние Европейского Союза на Центральную Азию в сфере обеспечения безопасности характеризуется как «мягкая безопасность», в рамках аксиологии «гражданской силы»: размещение военных баз стран-участниц Союза в Центральной Азии; инициирование программ по обеспечению трансграничной безопасности; урегулирование кризиса на юге Кыргызстана в 2010 г.

Размещение европейских военных контингентов на территории стран Центральной Азии (немецкая авиабаза в аэропорту Термеза, французского контингента в аэропорту Душанбе) сопровождалось разработкой Региональной программы для Центральной Азии в рамках TACIS. В этом проявляется отличие «гражданской силы» Европейского Союза, действующего в фарватере убеждения и разработки норм и правил поведения, от «либерального миссионерства» США, базирующегося на оказании разрозненной военной помощи странам региона и нарушении выработанных норм на «праве сильного». Если функционирование военных объектов США в Бишкеке и Ташкенте основывалось на оказании имплицитного влияния на политические системы центрально-азиатских республик, то размещение военных баз стран Европейского Союза – на предоставлении помощи в рамках эксплицитно разработанного документа, основанного на нуждах стран-реципиентов. Действенность последнего проявляется в характере завершения пребывания европейских военных в регионе

¹ NATO's Relations with Central Asia. 16.02.2016. URL: https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_107957.htm?se

² Nichol J. Kazakhstan: Recent Developments and U.S. Interests // CRS Report for Congress, 2013. URL: <https://fas.org/sgp/crs/row/97-1058.pdf>

по окончании фазы активных военных действий в Афганистане – оно не сопровождалось какими-либо ультиматумами. Переговоры по продлению пребывания немецкой базы в Термезе не были удачными в силу того, что Германия не согласилась на условие повышения арендной платы, выдвинутое Ташкентом. Данный факт можно рассматривать в качестве подтверждения приведенных ранее слов М. Кокса и Р. Кампанаро о том, что европейские государства предпочитают тратить средства на социальное обеспечение и пенсии, а не на военные нужды. В свою очередь, французский контингент располагался в аэропорту Душанбе на бесплатной основе, но Париж оказал значительную помощь в реконструкции аэропорта и строительстве школ в столице республики.

Второй кейс раскрывает особенности влияния Европейского Союза на страны Центральной Азии в военной сфере. Запущенные в 2003 г. взаимосвязанные программы BOMCA (Программа содействия управлению границами в Центральной Азии) и CADAP (Программа предотвращения распространения наркотиков в Центральной Азии) продолжают работать до сегодняшнего дня. Первая программа нацелена на улучшение трансграничного сотрудничества, повышение прозрачности и легализации торговых операций между государствами¹. CADAP должна повысить эффективность борьбы с контрабандой наркотиков из Афганистана через Таджикистан, Кыргызстан и Узбекистан² в европейские государства, поскольку США отказался бороться с наркопосевами. Также взаимосвязь этих программ прослеживается на уровне структурной организации – они реализуются одними и теми же страновыми группами. Должностные лица обеих программ работают в одних офисах и часто совместно разрабатывают планы действий по программам³.

¹ Voloshin G. The European Union's Normative Power in Central Asia: Promoting Values and Defending Interests. London: Palgrave Pivot, 2014. P. 56.

² Герасимов Л. Таджикистан – главный поставщик наркотиков из Афганистана на мировые рынки. 24.05.2013. URL: <https://centrasia.org/newsA.php?st=1369409280>

³ Emerson M., Boonstra J., Hasanova N., Laruelle M., Peyrous S. Into Eurasia. Monitoring the EU's Central Asia Strategy. Report of the EUCAM Project. Madrid, Brussels: Centre for European Policy Studies (CEPS), Fundación para las Relaciones Internacionales y el Diálogo Exterior (FRIDE), 2010. P. 89.

Третий кейс отражает подход Брюсселя к реализации миротворческих операций и кризис-менеджмента. Ключевым механизмом стал Инструмент по стабильности, запущенный в регионе в 2010 г. на фоне этнических столкновений в Кыргызстане. В республику был направлен значительный объем т.н. «гражданской помощи». Европейский Союз профинансировал не только реконструкцию разрушенных в ходе столкновений жилых домов, но и организационные мероприятия для проведения национального референдума и досрочных парламентских выборов¹.

Таким образом, США и ЕС в странах Центральной Азии продвигают имидж либерально-демократических акторов в международных отношениях. У них различаются типы имиджевого политического позиционирования. Если использовать типологию С. Анхольта, то для США характерна «пропаганда» – наличие разработанной стратегии и символических действий по продвижению демократических трансформаций в странах Центральной Азии. По сути она приводит к противоположным результатам: ангажированности СМИ и предвзятости НПО; намеренной «некомпетентности» экономических консультантов, вкупе с неэффективными условиями получения помощи от международных финансовых институтов; перевода вооруженных сил стран региона на евроатлантические стандарты и военном сотрудничестве, на которое не распространяются критерии закрытости политических режимов или сотрудничества с Россией.

ЕС характерен такой тип имиджевого позиционирования, как «непоследовательность». Имплементация реальных действий созвучных с транслируемым ценностным корпусом при отсутствии разработанной стратегии, когда активизация присутствия в регионе сопровождается актуализацией вопросов безопасности или обеспечения энергетической независимости ЕС. Тем не менее, учитывая резистентность политических систем к трансформации и необходимость реализации своих интересов, определенная степень индифферентности ЕС

¹ Voloshin G. The European Union's Normative Power in Central Asia: Promoting Values ... P. 58.

проявляется и в вопросах продвижения ценностей демократии. В отличие от США Евросоюз не привязывает выделение финансовой помощи к реализации структурных трансформаций политических систем региона, а политический диалог с политическим истеблишментом центрально-азиатских республик по соблюдению демократических принципов осуществляет открыто.

2.2. Россия как «доброжелательная сила»: социально-экономическое и историческое притяжение

Основу базового образа России составляет признание национальной уникальности каждого государства. Примечательно, что данный элемент имиджа России отмечается даже в западной академической мысли в качестве положительной характеристики Российской империи и СССР, а также государственных образований, преемницей которых выступает Россия. В частности, Ф. Хирш, в целом характеризуя национальную политику Советского Союза как колонизаторскую, указывает на то, что ее отличие от политики Великобритании состоит в отсутствии эксплуатации колонизаторами колонизируемых. Она пишет, что «советский режим не противопоставлял, а связывал свои интересы с интересами своих колоний, создавая доброжелательный тип колонизации, в котором колонизаторы помогали местному населению и способствовали продвижению его экономического и культурного развития»¹. Л. Адамс, развивая данный тезис, указывает на то, что для анализа постсоветских республик нельзя применять теорию постколониализма, поскольку «советский режим вмешивался во внутренние процессы местных сообществ, что более похоже на модернизационную кампанию, нежели колонизацию»². В этом контексте А. Халид предлагает в отношении СССР использовать термин «мобилизационное

¹ Hirsch F. Toward an Empire of Nations: Border Making and the Formation of Soviet National Identities // The Russian Review. 2002. No 59(2). P. 203-204.

² Adams L. Can We Apply Postcolonial Theory to Central Eurasia? // Central Eurasian Studies Review. 2008. Vol. 7. No 1. P. 3.

государство», которое добилось преодоления отсталости местных сообществ и «цивилизующая миссия которого не была подорвана расовым или этническим превосходством какой-либо группы»¹.

Применительно к современной системе международных отношений основу имиджевого позиционирования России составляет: отстаивание равенства всех государств на мировой арене, имеющих право на свой уникальный путь политико-экономического развития в рамках своей системы ценностей, а также на уважение этого права другими акторами международных отношений; обязательность следования нормам международного права и сотрудничество в институциональных форматах, легализованных этим правом (ООН)². Приоритеты российской внешней политики в своем выступлении на международной конференции «Россия в мире силы XXI в.» четко обозначил министр иностранных дел Российской Федерации С. Лавров. Он подчеркнул, что цель внешней политики России состоит в том, чтобы формирующаяся система международных отношений была полицентричной, предполагающей множественность моделей развития, поскольку либеральная демократия уже не является унифицированной моделью развития мира. Навязывание западной модели либерально-капиталистической системы, по мнению С. Лаврова, вызывает обратную реакцию и способствует усилению экстремистских сил и появлению элементов хаоса на глобальном уровне³.

На постсоветском пространстве Россия имеет особый имидж – «первого среди равных»⁴. С одной стороны, длительный исторический период взаимодействия в рамках одного государственного образования (Российской империи, СССР) обусловил формирование у населения чувства принадлежности к

¹ Khalid A. Backwardness and the Quest for Civilization: Early Soviet Central Asia in Comparative Perspective // *Slavic Review*. 2006. Vol. 65. No 2. P. 232, 250.

² Савин Л.В. Внешняя политика России в XXI веке: итоги двадцатилетия. Многополярность и внешняя политика России // *Постсоветские исследования*. 2020. Т.3. №1. С. 13.

³ Выступление Министра иностранных дел России С.В. Лаврова на юбилейной международной конференции «Россия в мире силы XXI века», приуроченной к 20-летию Совета по внешней и оборонной политике и 10-летию журнала «Россия в глобальной политике», Москва, 1 декабря 2012 г. URL: http://www.mid.ru/brp_4.nsf/0/30011D027DECDBF844257AC7003D39D0

⁴ Olcott M.B. Central Asia: Catapult to Independence // *Foreign Affairs*. 1992. Vol. 71. No 3. P. 115.

одной цивилизации, а у политического истеблишмента – опыт взаимодействия с представителями российских политических и административных структур. В частности, русский язык остается широко распространенным языком межнациональной коммуникации в регионе. В Кыргызстане он имеет статус официального, в Казахстане и Таджикистане – статус языка межнационального общения. Русская культура присутствует в социокультурном пространстве региона в силу популярности российских масс-медиа, о чем свидетельствуют результаты социологического опроса, проведенного Институтом Гэллага и правительственного Broadcasting Board of Governors в 2015 г. Большинство населения Кыргызстана, Казахстана и Таджикистана рассматривают российские СМИ как более достоверные, нежели прозападные¹. Более того, большой популярностью пользуются российская поп музыка, а также литература. Вкупе эти факты указывают на то, что мировоззрение основной части населения стран центрально-азиатского региона опирается на российские паттерны².

Негативный аспект имиджа «первого среди равных» состоит в том, что после распада СССР он синтезировал в себе интерпретации представлений о России как государстве, намеренно ограничившего суверенитет союзных республик³.

Цель данного параграфа состоит в том, чтобы обосновать тезис о том, что образ России как защитника многополярности, «доброжелательной силы», которая является гарантом прогресса и соблюдения норм международного права и реализует свои национальные интересы в Центральной Азии в настоящее время еще не устоялся. Этому способствовали: сравнительно недавно обозначенные контуры своего имиджа в противовес США и ЕС, отсутствие разработанной региональной стратегии, действия западных стран по распространению

¹ BBG Research Series: Assessing Russia's Influence in Its Periphery. 16.02.2016. URL: <https://www.usagm.gov/2016/02/04/assessing-russias-influence-in-its-periphery-is-russia-really-winning-an-information-war/>

² Laruelle M. Russia and Central Asia // The New Central Asia. The Regional Impact of International Actors / ed. E. Kavalski. Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2010. P. 150.

³ Laruelle M. Russia in Central Asia: Old History, New Challenges? // EUCAM Working Paper. 2009. No 3. P. 4.

стереотипов об угрозе ресоветизации в странах Центральной Азии средствами масс-медиа. Однако представление о Москве как о «последнем прибежище» получения помощи сохраняется. В результате, несмотря на оказание Москвой реальной поддержки политическим системам центрально-азиатских республик в сохранении своего суверенитета и наличия значительного социально-экономического и культурного советского наследия, за последние тридцать лет эффективность ее имиджевого политического позиционирования в качестве «доброжелательной державы» ощутимо упала.

Одной из главных причин отсутствия международного устоявшегося имиджа России как «доброжелательной державы» выступает тот факт, что в 90-е гг. российская политическая система сама была подвержена тем же процессам социально-политической и экономической трансформации, как и других постсоветских государствах. Россия развернулась к сотрудничеству с западными странами и готова была принять западные ценности как эталон социально-политического развития, а значительные финансово-экономические вливания развитых стран на реформирование политической и экономической систем¹ обусловили попытки приблизить национальные интересы к интересам стран Запада (особенно это проявилось в периоды, когда российское правительство возглавляли Е. Гайдар и В. Черномырдин). Кроме того, Запад выступал ключевым источником инвестиций, технологий для российского бизнеса². Страны постсоветского пространства новое российское руководство рассматривало в качестве своеобразного тормоза модернизации и встраивания России в структуры мира либеральных демократий, в «Европейский общий дом», поскольку они

¹ Князев А. Россия возвращается в Центральную Азию // Центральная Азия и Кавказ. — 2007. №5 (53). С. 35.

² Сафранчук И. Российская политика в Центральной Азии. Стратегический контекст // Записка Аналитического центра Обсерво. Ноябрь 2014. №8. URL: <https://mgimo.ru/upload/iblock/d8b/d8be9a2679338e37315ca64bfdd064ad.pdf>

являлись наследием империализма и советизма, были экономически «отсталыми» и политически «консервативными»¹.

В итоге вплоть до конца 90-х гг. в государствах Центральной Азии более активными были западные страны. У России в этот период отсутствовала четко разработанная внешнеполитическая стратегия в отношении всего постсоветского пространства. Основная цель состояла в том, чтобы обеспечить мирный процесс распада СССР². Для этого было необходимо сохранить хотя бы в неполном объеме взаимные контакты между бывшими советскими республиками в политической и в экономической сферах из-за общей советской инфраструктуры и хозяйственной зависимости. Но при этом постараться свести эти контакты к минимуму в связи внешнеполитической ориентации России на Запад³.

Центрально-азиатские республики в силу сложившихся исторических комплексов и стереотипов о наличии у России гегемонистических устремлений на постсоветское пространство (имперская попытка восстановить традиционное влияние посредством включения государств в наднациональные структуры, созданные по модели СССР)⁴. Например, негативная реакция официального Ташкента на инициативу создания союзного государства между Россией и Белоруссией в начале 90-х гг., которая интерпретировалась как попытка «державных коммунистических, патриотических сил» установить диктат над суверенными государствами постсоветского пространства⁵. В 2000-х гг. на проблемы политического имиджа России на постсоветском пространстве указывал бывший специальный представитель по вопросам развития отношений с Европейским Союзом С. Ястржембский, отмечая, что создание нового имиджа

¹ Suyarkulova M. Reluctant Sovereignities? Central Asia States' Path to Independence // Sovereignty after Empire. Comparing the Middle East and Central Asia / eds. S. Cummings and R. Hinnebusch. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2011. P. 132.

² Малащенко А. Центральная Азия: на что рассчитывает Россия? М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012. С. 13.

³ Парамонов В., Строков А., Столповский О. Внешняя политика России: взгляд из Узбекистана // Центральная Азия и Кавказ. 2009. №3 (63). С. 124.

⁴ Indeo F. The Role of Russia in the Central Asian Security Architecture // OSCE Academy Policy Brief. 2018. No 48. P. 4.

⁵ Малащенко А. Центральная Азия: на что рассчитывает Россия... С. 12.

является серьезной работой, задачи которой не могут быть решены только информационными агентствами¹.

Методы воздействия России на страны региона в 90-х гг. носили в основном случайный, рефлекторный характер и сочетали элементы «мягкой» и «жесткой» силы. В контексте «мягкой силы» следует отметить создание СНГ, которое рассматривалось Россией не как инструмент сохранения своих лидирующих позиций или механизм налаживания политико-экономических отношений с республиками бывшего СССР в новом формате, а как инструмент неконфликтной дезинтеграции, президентский клуб с нерегламентированными условиями участия, подписанием необязывающих документов и возможностью его покинуть без значимых санкций и финансовых обязательств. Это и обусловило его недееспособность в качестве интеграционного объединения². В частности, по данным И. Кобринской, из почти 1500 подписанных в рамках СНГ договоров и соглашений с 1991 по 2007 гг., реализовано было только 10%³. Экономическое взаимодействие было еще более ослаблено в 1993 г., когда Москва исключила республики из рублевой зоны, а в 1994 г. – отказалась поддержать предложение Астаны создать Евразийский Союз с целью поддержания высокого уровня экономической интеграции бывших советских республик без идеологической доминанты и помощи странам региона в переходе к рыночной экономике. В результате товарооборот между Россией и центрально-азиатскими республиками сократился в десять раз⁴.

Инструментарий «жесткой силы» включал в себя формирование основ коллективной безопасности через подписание в 1992 г. Договора о коллективной безопасности, который носил декларативный характер и был вписан в ту же

¹ Ястржембский призывает улучшить имидж России 30.01.2007 // <https://iz.ru/news/392517>

² Roberts S., Marin A., Moshes A., Pynnöniemi K. The Eurasian Economic Union: Breaking the Pattern of the Post-Soviet Integration? // Technical Report. Helsinki: Finnish Institute of International Affairs, 2014. P. 6-7.

³ Kobrinskaya I. The Post-Soviet Space: From the USSR to the Commonwealth of Independent States and Beyond // The CIS, the EU and Russia Hampshire: Palgrave Macmillan, 2007. P. 14-15.

⁴ Парамонов В., Строков А., Столповский О. Внешняя политика России: взгляд из Узбекистана // Центральная Азия и Кавказ. 2009. №3 (63). С. 126.

концепцию «цивилизованного развода», что и СНГ. Данный факт подтверждают следующие факты:

- в урегулировании гражданского противостояния в Таджикистане одну из ключевых ролей сыграли российские миротворческие силы в составе Коллективных миротворческих сил СНГ, состоявших из военных подразделений России, Казахстана, Кыргызстана и Узбекистана, а также российская 201 мотострелковая дивизия;
- активное взаимодействие центрально-азиатских стран с НАТО в рамках программы «Партнерство ради мира»;
- требование Грузии в 1996 г., Туркменистана в 1999 г. о сворачивании сотрудничества с Россией по совместной охране границ и выводе подразделений российских пограничных войск с их территорий;
- отказ Узбекистана, Азербайджана и Грузии продлевать ДКБ в 1999 г. и их взаимодействие в рамках созданной в 1997 г. Организации за демократию и экономическое развитие ГУАМ (Грузия, Украина, Азербайджан и Молдавия). С 1999 г. по 2005 г. ГУУАМ (Узбекистан). Организация поддерживается западными странами. В 1999 г. была подписана Вашингтонская декларация, согласно которой страны-члены ГУАМ нацелены на интеграцию в европейские и евроатлантические структуры.

На первом этапе после распада СССР отношения между странами Центральной Азии и РФ характеризуются взаимной дистанцированностью и фактическим отсутствием влияния России на внутривнутриполитические процессы в регионе, где основной тон задавали страны Запада. Они выделяли значительные средства на реформирование политических систем и вооруженных сил стран региона.

Косвенно пассивная политика Российской Федерации в регионе и собственный пример евроатлантической ориентации явились катализатором оформления прозападного пути развития стран региона. Элемент «жесткой силы» во время военного конфликта в Таджикистане не был использован Россией в качестве механизма оказания воздействия на республики Центральной Азии с

целью вовлечь их в орбиту своих интересов. Эскалация военного конфликта в Чечне и напряженность на южных рубежах в любой момент могла стать катализатором дезинтеграционных процессов в России.

Однако ряд факторов поставили вопрос необходимости смены внешнеполитического курса России и корректировки ее стратегии имиджевого политического позиционирования в Центральной Азии:

- неудовлетворительные результаты либерализации экономики при содействии западных консультантов;
- нарастающие противоречия между Россией и Западом на фоне разрастания НАТО и агрессивного «либерального миссионерства» США;
- ухудшение ситуации в Афганистане (приход к власти движения «Талибан» в 1996 г., рост объемов наркотрафика);
- инфильтрация террористических группировок на территорию Кыргызстана в 1999-2000-х гг.

В 1996 г. в соответствии с «доктриной» министра иностранных дел Е. Примакова был сделан поворот в сторону процесса восстановления Россией своего международного статуса как одной из мировых держав и возвращения лидирующих позиций в первую очередь на постсоветском пространстве¹. Согласно этой доктрине, Россия должна была обозначить свое неприятие однополярной системы международных отношений без конфронтации с Западом и осознать необходимость развития альтернативных альянсов со странами Азии и бывшего СССР как региона традиционного влияния. По мнению И. Сафранчука, «доктрина Примакова» была основана на том, что России необходимо было отстаивать нормы международного права в силу двух причин: во-первых, в СССР был не только одним из авторов действовавших норм, но и одним из их бенефициаров, а, во-вторых, будучи экономически и политически ослабленным государство не могло «участвовать во внеправовых разборках»,

¹ Oliphant C. Russia's role and Interests in Central Asia // Policy Brief. Saferworld Preventing Violent Conflict. Building Safer Lives. October 2013. P. 3.

где верх одерживает более сильные акторы, которыми на тот момент были США и страны НАТО¹.

В последующем конструируемый образ «доброжелательной державы» был дополнен предложенной в 2005 г. концепцией суверенной демократии, предполагающей отказ от универсализированной либерально-демократической модели государственного строительства в силу нелинейности развития государств мира². Турбулентность политических событий в ряде государств постсоветского пространства (цветные революции в Грузии, Украине и Кыргызстане) показала рациональность такого решения. В основе концепции лежит принцип самостоятельного определения государством сроков и масштабов демократизации своей политической системы с учетом местных особенностей без вмешательства внешних акторов, предлагающих необходимый набор демократических преобразований исходя из своих интересов³.

С точки зрения общественных настроений в странах Центральной Азии на фоне обозначившихся неудач трансформационного периода, проявившихся в социально-экономических трудностях, популярным лейтмотивом стала ностальгия по «застойным временам» периода правления Л. Брежнева и смягчение негативного дискурса в отношении России⁴.

В качестве символических действий в рамках нового имиджевого политического позиционирования России следует отметить два момента. Во-первых, в первые месяцы своего первого президентского срока В. Путин посетил страны региона, обозначив приоритеты внешней политики России, которая должна

¹ Сафранчук И. Российская политика в Центральной Азии. Стратегический контекст // Записка Аналитического центра Обсерво. Ноябрь 2014 №8. URL: <https://mgimo.ru/upload/iblock/d8b/d8be9a2679338e37315ca64bfdd064ad.pdf>

² Князев А. Россия возвращается в Центральную Азию // Центральная Азия и Кавказ. 2007. №5(53). С. 36-36.

³ Орлов Д. Политическая доктрина суверенной демократии // Суверенная демократия: от идеи к доктрине. Сборник статей. 2007. URL: http://www.e-reading-lib.com/bookreader.php/73463/Suverennaya_demokratiya__ot_idei_k_doktrine._Sbornik_stateii.html#note_1

⁴ Laruelle M. Russia and Central Asia // The New Central Asia. The Regional Impact of International Actors / ed. E. Kavalski. Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2010. P. 150.

была приобрести реальные, а не декларативные очертания. Во-вторых, в 2000 г. была принята новая Концепция национальной безопасности РФ, концептуально обозначившая отказ России от безусловного следования либерально-демократическим догмам во внутренней политике и учета интересов Запада во внешней политике¹.

В измерении реальных действий имиджевого политического позиционирования Москва отказалась от идеологической опосредованности экономических и политических отношений со странами региона, что выгодно отличает ее от США, навязываемые реформы которых уже к 1993 г. доказали свою неэффективность как в России, так и странах Центральной Азии.

Во-вторых, в 2000 г. в целях укрепления и развития экономического взаимодействия с регионом был подписан договор об учреждении ЕврАзЭС, которое в течение нескольких лет превратилось в ключевой институциональный механизм организации экономического сотрудничества между Россией и странами Центральной Азии. Кроме того, был увеличен товарооборот со странами региона, главным образом за счет торговли углеводородами: в период с 2003 г. по 2007 г. он вырос с 7 млрд долл. до 21 млрд долл.² Россия стала главным импортером Казахстана (объем товарооборота составил 10 млрд долларов) и третьим экспортером после ЕС и КНР. В Узбекистане РФ превратилась в первого торгового партнера, на которого приходилось более четверти всего товарооборота страны (3 млрд долларов). Россия стала вторым после КНР торговым партнером Кыргызстана и первым – Таджикистана. В Туркменистане РФ занимала второе место после Украины и Ирана³.

В-третьих, в 2002 г. на основе ДКБ была создана полноценная международная организация ОДКБ, которая укрепила позиции России в сфере

¹ Концепция национальной безопасности Российской Федерации. 10.01.2000. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/14927>

² Oliphant C. Russia's role and Interests in Central Asia // Policy Brief. Saferworld Preventing Violent Conflict. Building Safer Lives. October 2013. P. 3.

³ Laruelle M. Russia in Central Asia: Old History, New Challenges? // EUCAM Working Paper. 2009. No 3. P. 5.

региональной безопасности, называемую в западных академических кругах «восточным НАТО» – противовес западному влиянию на постсоветском пространстве¹. Другими механизмами заявки на лидерство в сфере обеспечения региональной безопасности стали: размещение военных объектов в Кыргызстане (российская авиабаза в Канте для поддержки сформированных в 2001 г. Коллективных сил быстрого развертывания Центрально-Азиатского региона) и Таджикистане (изменение статуса 201-й мотострелковой дивизии и превращение ее в российскую авиабазу в 2004 г.); совместные военные учения в рамках ОДКБ, проводимые с 2004 г.; продажа по внутренним ценам российского рынка (Узбекистану, Казахстану) и передача (Кыргызстану, Таджикистану) современной военной техники; льготные условия для подготовки военных кадров стран-участниц ОДКБ в российских военных учебных заведениях.

Однако, необходимо подчеркнуть, что, несмотря на перечисленные символические и реальные действия, у России отсутствует четкая, рассчитанная на среднесрочную и долгосрочную перспективу стратегия в отношении стран Центральной Азии. Они рассматриваются как часть постсоветского пространства или конструируемого в настоящее время евразийского, с которыми необходимо выстраивать отношения на основе принципов «равноправия, взаимной выгоды, уважения и учета интересов друг друга»². По мнению экспертов Российского совета по международным делам, сложившаяся ситуация обуславливает ситуативный и реагирующий, нежели превентивный характер действий Москвы в регионе³. В результате регион представляет значимость с точки зрения географической локации и пересечения интересов различных акторов мировой политики, характер взаимодействия с которыми у России значительно варьируется,

¹ Indeo F. The Role of Russia in the Central Asian Security Architecture // OSCE Academy Policy Brief. 2018. No 48. P. 4.

² Концепция внешней политики Российской Федерации (утверждена Президентом РФ В.В. Путиным 30 ноября 2016 г.). URL: // <https://interkomitet.ru/blog/2019/10/31/kontseptsiya-vneshnej-politiki-rossijskoj-federatsii-utverzhdena-prezidentom-rossijskoj-federatsii-v-v-putinym-30-noyabrya-2016-g/>

³ Интересы России в Центральной Азии: содержание, перспективы, ограничители // Аналитический доклад / Под ред. И. С. Иванова. М.: РСМД, 2013. С. 6.

но он не выделяется в отдельную единицу, требующую четкого плана скоординированных действий¹.

Однако важно отметить, что Россия имеет сильный базовый образ, сложившийся в советский период, положительные стороны которого она использует для конструирования нового имиджа через реальные действия:

- оказание финансовой поддержки не только на безусловной основе, но и с перспективой списания, реструктурирования задолженностей;
- невмешательство во внутривнутриполитические процессы.

В рамках настоящего исследования представляется целесообразным рассмотреть данные измерения на примере определенных кейсов с отсылкой к советскому базовому образу и тех его негативных характеристик, которые блокируют оформление нового имиджа России в центрально-азиатском регионе.

Оказание финансовой поддержки. В советский период развитие инфраструктуры рассматривалось в качестве основы решения социально-хозяйственных вопросов развития не только республик Центральной Азии, но и всего государства в целом, на что выделялись средства из центрального бюджета².

В настоящее время оказание Россией финансовой помощи центрально-азиатским республикам осуществляется по широкому спектру направлений. При этом используются не только традиционные, но и нетрадиционные инструменты оказания «официальной помощи развитию»³. К первым относится предоставление льготных кредитов с грант-элементом более 25% и грантов; списание долгов; оказание гуманитарной помощи; покрытие расходов на обучение граждан центрально-азиатских республик в российских высших учебных заведениях; целевые взносы в международные организации, программы и глобальные фонды.

¹ Laruelle M. Russia and Central Asia // The New Central Asia. The Regional Impact of International Actors / ed. E. Kavalski. Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2010. P. 173.

² Быстрова А.К. Проблемы глобальной инфраструктуры в Центрально-Азиатском регионе. Оптимизация роли России. М.: ИМЭМО РАН, 2013. С. 18.

³ Содействие развитию государств Центральной Азии: стратегические горизонты Российского участия. Рабочая тетрадь. №10 / Под ред. И. С. Иванова. М.: РСМД, 2013. С. 41.

Данная поддержка со стороны России осуществляется как на двусторонней основе, так и через институты СНГ и Евразийского экономического союза.

При этом особенность предоставления финансовой помощи, нацеленной на поддержку политической стабильности республик и недопущение усиления влияния других внешних акторов, состоит в том, что Россия: несмотря на то, что не входит в десятку крупнейших стран-доноров для центрально-азиатских республик¹, оказывает значительное влияние на их экономическое развитие, главным образом списывая имеющиеся задолженности и оказывая прямую поддержку бюджету; использует компании с государственным участием, несмотря на то, что для последних инвестирование в центрально-азиатские республики может быть заведомо убыточным.

В первом случае выделяемые Москвой льготные кредиты странам Центральной Азии зачастую могут быть сопоставлены с совокупными объемами помощи, которую она оказывает в масштабах мира, но при необходимости подлежат списанию для укрепления позиций России в регионе. Например, списание задолженностей Узбекистану в объеме 865 млн долл., что составило 95% всей суммы основного долга, в условиях усиления взаимодействия Ташкента и Вашингтона из-за вывода американского контингента из Афганистана и заключенных договоренностях о передаче части военной техники Узбекистану². Кыргызстану в 2017 г. в объеме 240 млн долл., что полностью ликвидировало внешнюю задолженность Бишкека перед Москвой³ из-за заявлений официального Бишкека о намерении закрыть авиабазу в Канте после истечения срока договора.

Выделение российских кредитов и грантов без идеологической платформы все же отличается высокой степенью политической обусловленности — необходимость уступок со стороны стран-реципиентов, помощи в тех вопросах,

¹ Oliphant C. Russia's role and Interests in Central Asia // Policy Brief. Saferworld Preventing Violent Conflict. Building Safer Lives. October 2013. P. 8.

² РФ списала Узбекистану 95% долга/ 5.04.2016. URL: <https://www.interfax.ru/business/502203>

³ Россия списала Киргизии долг в \$240 млн. 20.07.2017. URL: <https://www.interfax.ru/business/567392>

которые имеют значимость для реализации национальных интересов России. Опыт Кыргызстана хорошо иллюстрирует ее¹:

- в 2009 г. российской стороной в обмен на закрытие Бишкеком американской военной базы «Ганси» в аэропорту «Манас» в условиях напряженных российско-американских отношений из-за военных действий в Абхазии и Южной Осетии (2008 г.) на беспрецедентно выгодных для Бишкека условиях (на 40 лет с семилетней отсрочкой по выплатам под 0,75% годовых) был выделен кредит в размере 300 млн долл. и грант в размере 150 млн долл.;

- в 2012 г. Бишкек заявил о необходимости пересмотра договора аренды авиабазы в Канте в связи с тем, что на территории республики дислоцированы еще четыре российских объекта – была предоставлена прямая поддержка бюджету в размере 25 млн долл. при условии предоставления Бишкеком отчетности о расходуемых средствах;

- в 2014 г. на безвозмездной основе было выделено 200 млн долл. в качестве помощи и 500 млн долл. заемных средств для вхождения Кыргызстана в Евразийский экономический союз;

- в 2020 г. в условиях политической нестабильности и сложной социально-экономической ситуации, пандемии COVID-19 на безвозмездной основе республике были выделены средства в объеме 25 млн долл. на покрытие дефицита бюджета с условием предоставления отчетности о расходуемых средствах.

Россия задействует государственные компании для оказания помощи странам Центральной Азии в инвестиционных проектах по сооружению гидроэнергетических проектов в Кыргызстане. Соглашения о реализации этих проектов были заключены между Москвой и Кыргызстаном в 2012 г. Две российские компании «Интер РАО ЕЭС» и «РусГидро» должны были инвестировать средства в строительство Камбар-Атинской ГЭС-1 и Верхне-Нарынского каскада ГЭС. В первом случае было создано совместное предприятие «Камбар-Атинская ГЭС-1», 50% акций которого принадлежало «Интер РАО

¹ Содействие развитию государств Центральной Азии: стратегические горизонты Российского участия. Рабочая тетрадь. №10 / Под ред. И.С. Иванова. М.: РСМД, 2013. С. 48-49.

ЕЭС»¹. Для инвестирования компания должна была, согласно распоряжению правительства, продать свои 40% акций в «Иркутскэнерго», что, по оценкам представителей самой компании, являлось неприемлемым с точки зрения получения инвестиционных доходов для акционеров². В отношении возведения Верхне-Нарынского каскада ГЭС как независимые эксперты, так и представители компании отмечали, что активы в проекте являются непрофильными и представляют больше политический, нежели экономически оправданный шаг, принимая во внимание, что срок предполагаемого строительства четырех станций составлял семь лет, а срок окупаемости – двенадцать с половиной³.

Вместе с тем Москва широко использует нетрадиционные механизмы оказания помощи странам региона, которые более эффективны с точки зрения экономического развития центрально-азиатских республик, но с точки зрения имиджевого политического позиционирования России носят характер реальных, очень затратных действий, нежели символических. Поставки горюче-смазочных материалов по льготным ценам; тарифные преференции; оказание поддержки мигрантам – это не полный список преференций, предоставляемых государствам региона.

Невмешательство во внутриполитические дела. Данная практика берет свое начало в СССР, когда местные сети неформального властного взаимодействия не разрушались центральной властью, а использовались в качестве медиаторов между ней и местным населением, создавая базис ее легитимности. Д. Льюис называет такой тип государственного управления «децентрализованным непрямым управлением», которое позволяет избежать роста резистентности со стороны

¹ Бейсебаев Р.С. Сотрудничество Кыргызстана и России в топливно-энергетическом секторе: состояние, проблемы и перспективы // Вестник Томского государственного университета. 2017. № 422. С. 77.

² «Интер РАО» не собирается тратить деньги на строительство ГЭС в Киргизии. 15.02.2013. URL: <https://www.forbes.ru/news/234374-inter-rao-ne-sobiraetsya-tratit-dengi-na-stroitelstvo-ges-v-kirgizii>

³ Вавина Е. Киргизия предложила России вернуться к строительству ГЭС. Но «РусГидро» больше не заинтересована в проекте. 6.02.2019. URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2019/02/06/793480-kirgiziya>

населения¹. Примером сохранения приверженности принципу невмешательства во внутренние дела стран региона может быть кейс андижанских событий 2005 г. Москва в противовес позиции США организовать международное расследование поддержала Ташкент, признав легальность использования руководством Узбекистана оружия во время разгона демонстраций религиозно-экстремистских группировок для обеспечения стабильности политического режима. Между Россией и Узбекистаном был подписан Договор о союзнических отношениях, по которому государства обязуются оказывать помощь при возникновении угрозы стабильности конституционного строя, присоединение республики к ЕврАзЭС и восстановление ее членства в ОДКБ². В последнем случае важно отметить, что военное вмешательство в любую из стран-членов организации возможно только при наличии внешней угрозы национальной безопасности.

Вместе с тем при всей затратности и теоретической эффективности действий по имиджевому позиционированию России, республики Центральной Азии действуют согласно принципу, который можно обозначить в трактовке К. Токтомушева как «признание обязательств России без признания лидерства»³, что проявляется в следующем:

- вскоре после достижения Москвой соглашения с Бишкеком о выделении финансовой помощи и кредита в 2009 г. в обмен на закрытие американской авиабазы в аэропорту «Манас», глава администрации президента Кыргызстана Д. Усенов информировал посольство США о том, что «ситуацию все еще можно исправить» при условии увеличения арендной платы, которое было выполнено и сохранило базу под вывеской «центра транзитных перевозок»⁴;

- списание задолженности Таджикистана Россией в обмен на реинвестирование в строительство Сангтудинской ГЭС. Последующий рост

¹ Содействие развитию государств Центральной Азии: стратегические горизонты Российского участия. Рабочая тетрадь. №10 / Под ред. И.С. Иванова. М.: РСМД, 2013. С. 50.

² Федулова Н. Россия и страны Центральной Азии // Россия и мусульманский мир. 2010. №3. С. 89.

³ Toktomushev K. Kyrgyzstan – Regime Security and Foreign Policy. Abingdon: Routledge, 2017. P. 109.

⁴ Cooley A. Great Games, Local Rules. New York: Oxford University Press, 2012. P. 124-125.

задолженности национального энергохолдинга «Барки Точик» совместному российско-таджикскому предприятию¹ подтолкнул Душанбе вести переговоры об условиях продления аренды 201-й военной базы;

– предложение В. Путина рассмотреть перспективу выработки общей внешней политики в рамках Евразийского экономического союза было отвергнуто странами-участницами. По мнению экспертов, это предложение было воспринято республиками как угроза национальному суверенитету².

Таким образом, для конструируемого имиджа России «доброжелательной державы» характерна «непоследовательность», обусловленная отсутствием разработанной стратегии в отношении стран Центральной-Азии. Россия заинтересована в вовлечении региона в сферу своего влияния, поскольку он представляет собой важную геополитическую локацию между Востоком и Западом, стратегический буфер против внешних угроз. В случае, если регион перейдет под контроль других внешнеполитических акторов, стратегическая оборонительная линия России будет проходить по государственной границе.

Как следствие непоследовательности в имиджевом политическом позиционировании вкупе с устоявшимися стереотипами о советском периоде истории (периоде подавления суверенитета) и практически десятилетним отсутствием России в регионе, иницируемые Москвой реальные действия являются реакцией на действия внешних акторов или самих стран региона. Политические режимы стран региона успешно используют стереотипы в своих интересах. Образ «доброжелательной державы» подменяется образом «последнего прибежища», при котором за Россией признаются ее обязательства как наследницы СССР по списанию долгов, выделению кредитов и грантов для поддержки бывших союзных республик, но не ее статус лидера с вытекающими обязательствами для центрально-азиатских республик.

¹ Содействие развитию государств Центральной Азии: стратегические горизонты Российского участия ... С. 50.

² Indeo F. The Role of Russia in the Central Asian Security Architecture // OSCE Academy Policy Brief. 2018. No 48. P. 6.

2.3. Экономическая помощь Китая: «дипломатия долговых ловушек»

Завершение холодной войны детерминировало необходимость для Пекина трансформировать свой внешнеполитический курс. В основу нового курса был положен принцип обеспечения «безопасности, процветания и силы» государства, который стал ядром концепции «мирного подъема», предполагающего нацеленность Китая на гармоничное встраивание в существующий мировой порядок для получения выгод от современной международной экономической системы¹. Как отмечал автор термина «мирный подъем» Чжен Бицзянь, бывший вице-президент Центральной партийной школы Пекина и советник Коммунистической партии Китая, суть стратегии Пекина состоит в том, чтобы продолжать строить социализм с китайскими особенностями, участвуя при этом в процессах экономической глобализации². В последующем экс-председатель КНР Китая Ху Цзиньтао заявлял, что цель Китая состоит в том, чтобы поддерживать «гармоничный мир» и способствовать «всеобщему развитию» в соответствии с нормами международного права и ведущей роли ООН как гаранта международной безопасности и развития, что приведет к усилению доверия и укреплению сотрудничества между странами мира³. Можно утверждать, что основой конструируемого Пекином имиджа на международной арене выступает меседж о стремлении Китая стать не военной державой, преследующей цель глобальной гегемонии, а крупной экономической державой. Как экономическая держава он будет играть конструктивную роль в системе международных отношений, станет

¹ Clarke M. China and the Shanghai Cooperation Organization: The Dynamics of “New Regionalism”, “Vassalization”, and Geopolitics in Central Asia // The New Central Asia. The Regional Impact of International Actors / ed. E. Kavalski. Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2010. P. 120.

² Zheng Bijian. China’s “Peaceful Rise” to Great-Power Status // Foreign Affairs. 2005. Vol. 84. No 5. P. 20-21.

³ Build Towards a Harmonious World of Lasting Peace and Common Prosperity. Statement by H.E. Hu Jintao President of the People’s Republic of China at the United Nations Summit. New York. September 15, 2005. URL: <https://www.un.org/webcast/summit2005/statements15/china050915eng.pdf>

государством, которое «помогает богатеть соседям» за счет собственного быстрого экономического развития на взаимовыгодной основе.

В настоящее время данный тезис подтверждается растущей экономической мощью Китая. В частности, согласно данным RWR advisory group, с 2013 по 2019 год Китай вложил около 1,1 трлн долл. в реализацию инфраструктурных проектов в рамках инициативы «Один пояс – один путь», охватывающий 87 стран мира¹. По мнению экспертов, конечный объем инвестирования к 2049 г., определяемому китайскими аналитиками в качестве точки отсчета полномасштабного функционирования всех проектов, связывающих Европу и Азию, может составить 4 трлн долл., превратив «Один пояс – один путь» в самую масштабную и дорогостоящую инвестиционную кампанию в мире².

Однако последствия демонстрируемой экономической мощи Китая амбивалентны, поскольку, с одной стороны, она обуславливает его аттрактивность в мире, где «уважают материальный успех», с другой стороны, она детерминирует осознание того, что ввиду масштабности и последовательности экономических трансформаций они будут иметь значительное влияние на мировое сообщество в политической и идеологической сферах³. Актуализация второго момента обусловлена действиями Китая на мировой арене – экономическим экспансионизмом, проявляющийся в том, что китайские инвестиции зачастую предоставляются в формате займов под государственные гарантии, невыплата которых влечет получение Китаем права на разработку месторождений полезных ископаемых или использование объектов инфраструктуры. Это позволяет квалифицировать такие инвестиции как «хищническую помощь»⁴ в рамках «дипломатии долговых ловушек». Объективность определения «хищническая

¹ Drache D., Kingsmith A. T., Qi Duan. One Road, Many Dreams. China's Bold Plan to Remake the Global Economy. London: Bloomsbury China, 2019. P. 31.

² Zou Lei. The Political Economy of China's Belt and Road Initiative. Singapore: World Scientific Publishing, 2018. P. 15.

³ Scott D. "The Chinese Century"? The Challenge to Global Order. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2008. P. 16-17.

⁴ Laruelle M. Introduction. China's Belt and Road Initiative. Quo Vadis? // China's Belt and Road Initiative and Its Impact in Central Asia / ed. M. Laruelle. Central Asia Program, the George Washington University, 2018. P. XI.

помощь» подтверждается и тем, что большая часть тех средств, которые вкладываются в экономики стран-участниц «Один пояс – один путь» остаются в Китае. Условием предоставления китайскими банками займов выступает реинвестирование в китайские компании, которые имеют преференциальное право на реализацию иницируемых инвестиционных проектов, используя произведенную в Китае технику и нанимая китайских рабочих.

Обозначенные действия обуславливают восприятие возрастающей экономической мощи Китая как «китайской угрозы» в различных странах мира¹. Ввиду этого официальным Пекином был запущен дискурс о «гармоничном мире», в основе которого лежат три основополагающие идеи: продвижение интересов Китая не является унилатералистским и предполагает уважение интересов других акторов международных отношений; невмешательство во внутренние дела суверенных государств; соблюдение существующих норм международного права².

Цель данного параграфа состоит в том, чтобы обосновать тезис о том, что Китай продвигает свой имидж крупной экономической державы в Центральной Азии через влияние на политические системы стран региона, выделяя значительные кредитные средства и инвестиции. С одной стороны, эти средства являются инструментами демонстрации реального экономического потенциала государства, который может быть использован для «всеобщего развития» или соразвития. Но, с другой стороны, принимая во внимание условия выделения этих средств, предполагается возвращение этих средств в Китай с перспективой получения Пекином доступа к стратегически важным природным ресурсам и объектам стран региона. Учитывая масштабные коррупционные составляющие политических систем региона, инвестиции и займы являются проявлением «дипломатии долговых ловушек».

В начале 90-х гг. отношения между Китаем и странами Центральной Азии находились под влиянием напряженных советско-китайских отношений и

¹ Scott D. "The Chinese Century"? The Challenge to Global Order. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2008. P. 18.

² Kissinger H. On China. Toronto: Penguin Group, 2011. P. 443-445.

стереотипных клише и представлений о восточном соседе. Представления о Китае во многом коррелировали с историческими стереотипами: враг народов «степи», противник распространения ислама, экспансионистская держава, наращивающая экономическую мощь¹. В этот период правительство Китая, учитывая важность имиджа в продвижении национальных интересов, стало уделять особое внимание улучшению своего образа на международной арене, что проявилось в институализации имиджевого позиционирования: Отдел пропаганды при Центральном комитете Коммунистической партии Китая в 1990 г.; организация Информационного бюро Госсовета в 1991 г.; издание на постоянной основе белых книг по таким вопросам, как права человека, ситуация на Тибете, национальная оборона, окружающая среда для того, чтобы объяснить международному сообществу позицию Китая по этим вопросам. Такие действия резко контрастировали с прежней практикой игнорирования международной критики в свой адрес².

В свою очередь, установление отношений сотрудничества с центрально-азиатскими странами осуществлялось Пекином в рамках стратегии «периферийной политики», разработанной в конце 1980-х гг. Ее суть состояла в том, чтобы установить добрососедские и стабильные отношения с граничащими с ней странами как необходимое условие для своей модернизации и растущей экономической мощи без возможных алармистских настроений по этому поводу³. Другими аспектами «периферийной политики» были: предотвращение установления союзнических отношений между новыми независимыми республиками и Тайванем, а также обеспечение безопасности своих западных территорий от потенциального роста сепаратистских настроений, принимая во

¹ Laruelle M., Peyrouse S. China as a Neighbor: Central Asian Perspectives and Strategies. Washington: Central Asia-Caucasus Institute & Silk Road Studies Program, 2009. P. 24; Jarosiewicz A., Strachota K. China vs. Central Asia. The achievements of the past two decades // OSW Studies. 2013. No 45. P. 13.

² Hongying Wang. National Image Building and Chinese Foreign Policy // China: An International Journal. 2003. Vol. 1. No 1. P. 48.

³ Kellner T. China's Rise in Central Asia: The Dragon Enters the Heart of Eurasia // Interpreting China as a Regional and Global Power Nationalism and Historical Consciousness in World Politics / ed. B. Dissein. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014. P. 217.

внимание близость культурных, религиозных и этнических характеристик населения Синьцзян-Уйгурского автономного района и стран региона на волне «парада суверенитетов» в контексте распада СССР¹.

Символические действия в рамках стратегии имиджевого позиционирования китайские власти, осознавая негативный имидж Китая в Центральной Азии, с 1992 г. стали формировать образ «доброго соседа», признающего равноправность новых независимых республик и не стремящегося к захвату территорий посредством. Для этого были признаны суверенные статусы центрально-азиатских государств, приняты их дипломатических миссий, инициированы процессы урегулирования территориальных претензий, существовавших с XIX в. и нерешенных в советский период ввиду жесткой позиции советского руководства и значительно сокращенных со стороны КНР (с 910 тыс. км² до 34 тыс. км²), а также организованы визиты премьер-министра и председателя КНР Ли Пена и Цзян Цзэминя в страны региона в 1994 г. и в 1996 г.² Суть символизма данных действий состояла в том, чтобы убедить страны региона в открытости Пекина в отношениях с соседями, соблюдении принципов равноправия и сотрудничества взаимоотношениях³.

Главным действительным шагом, нацеленным на разрушение стереотипов прошлого, стало создание Шанхайской организации сотрудничества (ШОС), которая позволила сбалансировать сферы влияния между Россией и Китаем, выступая механизмом кооперации и диалоговой площадкой, и установить более тесные отношения со странами региона. Более того, в основу ШОС были положены нормативные принципы, альтернативные тем, по которым действуют другие внешние акторы в Центрально-Азиатском регионе (главным образом США). К ним

¹ Indeo F. A Comprehensive Strategy to Strengthen China's Relations with Central Asia // China's Belt and Road: a Game Changer? / ed. A. Amighini. Novi Ligure: ISPI, 2017. P. 36; Laruelle M., Peyrouse S. China as a Neighbor: Central Asian Perspectives and Strategies. Washington: Central Asia-Caucasus Institute & Silk Road Studies Program, 2009. P. 24-25.

² Kellner T. China's Rise in Central Asia: The Dragon Enters the Heart of Eurasia // Interpreting China as a Regional and Global Power Nationalism and Historical Consciousness in World Politics / ed. B. Dissein. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014. P. 217-218.

³ Мураталиева З.Т. Реализация Китаем в Центральной Азии концепции построения гармоничного мира // Геополитические проекты мировых центров сил в Центральной Азии. Бишкек: КРСУ, 2018. С. 84.

относится невмешательство во внутренние дела стран-участниц и их суверенное равенство (в противовес гуманитарным интервенциям США)¹. ШОС способствовала формированию позитивной характеристики имиджа КНР – принцип многосторонних отношений, предполагающий равноправие сторон и снижающий опасения попасть в зависимость от более сильного партнера.

Индикаторами успешности реализации стратегии имиджевого позиционирования Китая стали конкретные шаги центрально-азиатских стран: запрет деятельности националистических группировок на своих территориях, что позволило Пекину создать «санитарный кордон» вокруг СУАР, и заключение соглашений о демилитаризации приграничных зон с Китаем и выстраивания мер доверия в этой зоне.

В последующем главным механизмом оказания влияния на страны региона стала экономика. В начале 2000 г. Пекин запустил программу экономической открытости «Великая стратегия развития Запада», частично нацеленную на стимулирование торговли между Китаем и странами региона через инвестирование в транспортную инфраструктуру СУАР и предоставление торговых преференций². По мнению К. Сыроежкина, запуск программы именно в 2000-х гг. не является случайным, принимая во внимание тот факт, что распад СССР и последующий социально-экономический кризис открывал перспективы для развития северо-западного региона КНР. В качестве доказательства он приводит принятый правительством СУАР в 1992 г. нормативно-правовой акт о бартерной торговле с иностранными государствами, который превратил китайские компании в бенефициариев мер «шоковой терапии» в Казахстане и Кыргызстане³.

¹ Clarke M. China and the Shanghai Cooperation Organization: The Dynamics of “New Regionalism”, “Vassalization”, and Geopolitics in Central Asia // *The New Central Asia. The Regional Impact of International Actors* / ed. E. Kavalski. Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2010. P. 122.

² Kellner T. China’s Rise in Central Asia: The Dragon Enters the Heart of Eurasia // *Interpreting China as a Regional and Global Power Nationalism and Historical Consciousness in World Politics* / ed. B. Dissein. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014. P. 220.

³ Сыроежкин К.Л. Проблемы современного Китая и безопасность в Центральной Азии. – Алматы: Казахстанский институт стратегических исследований при Президенте РК, 2006. С. 109.

К 2007 г. объем товарооборота между республиками и Китаем достиг 18 млрд долл., тогда как в 1991 г. этот показатель был на уровне 350 млн долл.¹ К 2012 г. доля Китая во внешней торговле стран Центральной Азии выросла до 45,9 млрд долл. превратив его либо в первого, либо во второго по значимости торгового партнера для всех центрально-азиатских республик.

Следует отметить три момента важных для понимания действительного и конструируемого имиджа КНР. *Во-первых*, особенностью товарооборота является экспорт сырья (цветной и черной металл, углеводороды) пятью центрально-азиатскими республиками, что составляет две трети всего экспорта, а оставшаяся часть приходится на сферу услуг. В свою очередь, они импортируют из Китая категории готовых товаров с высокой добавочной стоимостью: «различные промышленные товары» (обувь, одежда, пряжа, ткани, и мебель) и «машины и транспортное оборудование» (электротехническое и телекоммуникационное оборудование, запчасти для автомобилей и др.). Доля этих товаров в экспорте Китая в Центральную Азию в 2018 г. составила более 28%². В этом контексте К. Сыроежкин отмечает, что экономический подъем Китая идет в разрез с интересами стран Центральной Азии, прежде всего, в области развития обрабатывающей промышленности³.

По сути, такая торговля способствует развитию двух тенденций: торговли в направлении с востока на запад (товаропоток из Китая в страны Центральной Азии) и поставок энергоресурсов обратном направлении (энергетический коридор из Центральной Азии в Китай). В результате, получила развитие челночная торговля, способствующая продвижению китайских товаров в региональном масштабе благодаря их реэкспорту мелкими предпринимателями через государства, которые не обладают значительными углеводородными ресурсами⁴.

¹ Laruelle M., Peyrouse S. China as a Neighbor: Central Asian Perspectives and Strategies. Washington: Central Asia-Caucasus Institute & Silk Road Studies Program, 2009. P. 39.

² Умаров Т. На пути к Pax Sinica: что несет Центральной Азии экспансия Китая // Московский центр Карнеги. Комментарий. 25.03.2020. URL: <https://carnegie.ru/commentary/81265>

³ Сыроежкин К.Л. Проблемы современного Китая и безопасность ... С. 272.

⁴ Tolipov F. One Belt, One Road in Central Asia: Progress, Challenges, and Implications. Risk Assessment, Private Security and Special Insurances along the New Wave of Chinese Outbound

В свою очередь, для стран с запасами углеводородных ресурсов характерно усиление т.н. «голландской болезни», когда экспорт природных ресурсов закладывает основу несимметричного экономического роста, что имеет два негативных последствия¹:

- в экономической сфере происходит перемещение трудовых и финансовых ресурсов в сектор добычи и транспортировки полезных ископаемых, а полученные средства от экспорта идут не на развитие отечественного производства, а на импорт готовых товаров;

- в политической сфере происходит распределение полученных доходов от экспорта полезных ископаемых по линиям патронажно-клиенталистских отношений, что обуславливает разрыв между населением и властью.

Так, в 2007 г. организация Global Witness в своем докладе раскрыла факт того, что на счетах в Deutsche Bank главы Туркменистана хранилось 8 млрд долл., полученных за счет доходов от экспорта газа².

Во-вторых, для экономики Китая значимость торговли со странами Центральной Азии занимает нижние строчки списка приоритетных партнеров, представляя десятые доли объема внешней торговли КНР. Так, за 2018 г. доля центрально-азиатских республик в импорте КНР составляла 0,8%, а в экспорте – 0,9%³. Однако если рассматривать ситуацию с товарооборотом в разрезе регионов КНР, то центрально-азиатские республики являются главными торговыми партнерами СУАР⁴.

В-третьих, несмотря на дискурс китайских властей о комплементарности развития экономик Китая и центрально-азиатских республик, они принимают меры

Investments // Securing the Belt and Road Initiative / eds. A. Arduino, X. Gong. Singapore: Palgrave Macmillan, 2018. P. 186.

¹ Rustemova A. Political Economy of Central Asia: Initial Reflections on the Need for a New Approach // Journal of Eurasian Studies. 2011. No 2. P. 33.

² Cooley A. and Heathershaw J. Dictators without Borders. Power and Money in Central Asia. New Haven and London: Yale University Press, 2017. P. 22.

³ Умаров Т. На пути к Pax Sinica: что несет Центральной Азии экспансия Китая // Московский центр Карнеги. Комментарий. 25.03.2020. URL: <https://carnegie.ru/commentary/81265>

⁴ Kellner T. China's Rise in Central Asia: The Dragon Enters the Heart of Eurasia // Interpreting China as a Regional and Global Power Nationalism and Historical Consciousness in World Politics / ed. B. Dissein. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014. P. 229.

по защите собственных производителей через внесение постоянных поправок в налоговое законодательство и затягивание процедуры получения лицензий иностранными компаниями¹, а также требованиями местных реинвестиций.

Таким образом, символические и реальные действия Пекина в 90-х гг. в контексте конструирования имиджа «экономического гиганта», чей дальнейший экономический рост не только коррелирует с экономическим развитием государств, но и возможен при условии активного взаимодействия со странами Центральной Азии, изначально были нацелены исключительно на реализацию интересов КНР:

- страны региона попали в экспортно-импортную зависимость от Китая (в частности, Кыргызстан превратился в реэкспортный хаб региона, Казахстан и Туркменистан «страдают» «голландской болезнью»);
- проблемный СУАР получил гарантии безопасности от внешних угроз и импульс к экономическому развитию, а Китай в целом – ресурсный рынок для удовлетворения растущей потребности в энергоносителях для обеспечения своего экономического роста.

Особенности имиджевого политического позиционирования в полной мере стали кристаллизоваться во второй половине 2000-х гг., когда Пекин стал усиливать свое экономическое присутствие в регионе через вливание значительных кредитных и грантовых средств как на двусторонней основе, так и через механизмы ШОС, которая стала главной площадкой своего имиджевого позиционирования в качестве «экономического гиганта», «помогающего богатеть соседям», придерживающегося принципов невмешательства в их внутренние дела и полицентричности международной системы отношений. В частности, в 2005 г. Пекин предложил создать Деловой совет ШОС и Межбанковское объединение ШОС, которые были успешно осуществлены. Однако последующие предложения создания зоны свободной торговли ШОС и Регионального банка развития были

¹ Ашимбаева А. Старые проблемы новой экономики Казахстана. 04.06.2007. URL: <https://nomad.su/?a=4-200706040231>

блокированы, прежде всего, позицией России¹. Предложение китайской стороны о создании антикризисного фонда ШОС для предоставления краткосрочных кредитов по низким процентным ставкам странам Центральной Азии в сфере энергетики и инфраструктуры, отклоненное Москвой, получило свое воплощение в 2012 г., когда Пекин на двусторонней основе выделил странам региона 10 млрд долл. в качестве кредитных средств для преодоления последствий экономического кризиса². Если до 2008 г. доля китайских кредитов в структуре государственных долгов центрально-азиатских республик была невелика, то за последнее десятилетие Пекин превратился ведущего регионального кредитора³.

Объемы кредитования стали увеличиваться в геометрической прогрессии в ходе реализации Пекином инициативы «Один пояс – один путь». Официальный запуск в 2013 г. «Экономического пояса Шелкового пути» как части этой инициативы, охватывающей сухопутные коридоры взаимодействия Китая и стран-участниц, сопровождался выделением Пекином 48 млрд долл. в качестве инвестиций и кредитов странам региона с фокусом на проекты в сфере энергетики, торговли и инфраструктуры⁴. В частности, после визита Си Цзиньпина в страны Центральной Азии в сентябре 2013 г. Пекин приобрел 8,3% акций в международном консорциуме по разработке крупнейшего в Казахстане нефтяного месторождения Кашаган⁵.

Предоставление финансовой помощи более слабым экономически странам выступает одним из распространенных инструментов, используемых государствами для продвижения своих национальных интересов. Это

¹ Cooley A. *Great Games, Local Rules: The New Great Power Contest in Central Asia*. New York: Oxford University Press, 2012. P. 88.

² Jarosiewicz A., Strachota K. *China vs. Central Asia. The achievements of the past two decades* // OSW Studies. 2013. No 45. P. 68.

³ Jaborov S. *Chinese Loans in Central Asia: Development Assistance or “Predatory Lending”?* // *China’s Belt and Road Initiative and Its Impact in Central Asia* / ed. M. Laruelle. Central Asia Program, the George Washington University, 2018. P. 35.

⁴ Yakobashvili T. *A Chinese Marshall Plan for Central Asia?* // Central Asia Caucasus Institute Analyst. 16.10.2013. URL: <https://www.cacianalyst.org/publications/analytical-articles/item/12838-a-chinese-marshall-plan-for-central-asia>

⁵ Indeo F. *A Comprehensive Strategy to Strengthen China’s Relations with Central Asia* // *China’s Belt and Road: a Game Changer?* / ed. A. Amighini. Novi Ligure: ISPI, 2017. P.45.

обеспечивается через выдвижение определенных эксплицитных или имплицитных условий получения помощи целевыми государствами. В случае с китайскими грантами и кредитами их предоставление не предполагает выполнение каких-либо идеологических (как в случае с США и ЕС) или политических (как в случае с Россией) условий. Однако, принимая во внимание тот факт, что «гармоничный мир» основан на идее взаимной выгоды, данные кредиты служат интересам Пекина, что предполагает наличие их обусловленности, но в нетрадиционной форме.

В этом отношении необходимо отметить, что у Китая отсутствует четкое определение того, что можно рассматривать в качестве политики оказания помощи иностранным государствам. Зачастую оказываемая им помощь по своим характеристикам занимает промежуточное место между кредитами на развитие и иностранными инвестициями, когда она интерпретируется как средства кооперации, предполагающие взаимовыгодную ситуацию – программы экономического развития Китая как источник иностранной помощи. По мнению ряда экспертов, инициатива нацелена на решение именно внутренних диспропорций в развитии КНР как импульс к развитию центральных и западных провинций за счет интеграции с соседними странами, стимул внутреннего потребления на фоне проблем перепроизводства и избытка промышленных мощностей, совершенствование технологической базы производства через экспорт своих технико-энергетических стандартов в сфере энергетики и телекоммуникаций, гарантии экономического роста на долгосрочную перспективу посредством выгодного использования накопленных золотовалютных резервов, редуцирование угроз экстремизма и терроризма в СУАР¹.

¹ Фролова И.Ю. Китайский проект «Экономический пояс Шелкового Пути»: развитие, проблемы, перспективы // Проблемы национальной стратегии. 2016. № 5 (38). С. 50-51; Cai P. Understanding China's Belt and Road Initiative. Lowy Institute Analysis. March 2017. URL: https://www.lowyinstitute.org/sites/default/files/documents/Understanding%20China%E2%80%99s%20Belt%20and%20Road%20Initiative_WEB_1.pdf; Jaborov S. Chinese Loans in Central Asia: Development Assistance or “Predatory Lending”? // China's Belt and Road Initiative and Its Impact in Central Asia / ed. M. Laruelle. Central Asia Program, the George Washington University, 2018. P. 35.

Отсюда вытекают особенности кредитования и инвестирования Китая, противоречащие имиджу «доброго соседа» и его политики «мирного подъема». *Первая особенность.* Выделяемые Пекином кредиты сопровождаются различными типами жестких обязательств по их возвращению. Хао Тянь условно называет два типа таких обязательств¹:

- «дипломатические» обязательства – выражение поддержки Пекину по ряду значимых для него вопросов с точки зрения позиций на мировой арене – территориальная целостность Китая (вопрос Тайваня и Тибета);
- «встроенные» обязательства – китайская помощь оказывается пакетами, где взаимосвязаны кредиты, гранты, торговые и инвестиционные соглашения, а условиями выступают: обязательство закупать не менее половины необходимого объема материалов, оборудования, технологий и услуг в Китае, что позволяет расширять экспортный рынок китайских товаров; участие китайских компаний в реализации проектов, что открывает выход китайским госкомпаниям на внешние рынки; предоставление доступа к месторождениям полезных ископаемых стран-реципиентов кредитов (т.н. «ангольская» модель кредитования), которое используется, в регионах с высоким риском невозврата кредитов.

В качестве примеров выдвижения и исполнения данных обязательств странами Центральной Азии можно привести следующие. Так, в 2011 г. Н. Назарбаев после заключения соглашений с Пекином о сотрудничестве в сфере торговли ураном и предоставлении китайской стороной кредитных средств заявил о том, что Казахстан выражает свою поддержку политике территориальной целостности Китая, что можно квалифицировать как выполнение «дипломатического» обязательства.

Однако более показательны факты выполнения «встроенных» обязательств: а) в 2009 г. Казахстан в обмен на кредит в объеме 10 млрд долл., 5 млрд долл. из которых было выделено Китайской национальной нефтегазовой корпорацией,

¹ Hao Tian. China's Conditional Aid and Its Impact in Central Asia // China's Belt and Road Initiative and Its Impact in Central Asia / ed. M. Laruelle. Central Asia Program, the George Washington University, 2018. P. 26.

предоставил доступ к своему нефтегазовому сектору; б) в 2016-2018 гг. Таджикистан вынужден был передать китайской компании ТВЕА права на разработку золоторудные месторождения «Восточный Дуоба» и «Верхний Кумарг» для погашения кредита, выделенного на строительство Душанбинской ТЭЦ-2; в) в 2009 г. Туркменистан предоставил право китайским компаниям разрабатывать газовое месторождение Южный Иолотан за кредит в объеме 4 млрд долл. с выплатой в течение 30 лет., что обеспечило поставки газа в Китай в объеме 40 куб. метров в год; г) вопрос строительства железной дороги Китай-Кыргызстан-Узбекистан остается открытым в силу того, что, с одной стороны, китайской стороной предлагается неприемлемая ширина колеи, с другой стороны, Пекин продвигает маршрут данной дороги через малозаселенные, но богатые природными ресурсами территории¹.

Вторая особенность. Китайские инвестиции нацелены не на развитие местного производства и экспортного потенциала, а на создание условий для экспорта китайских товаров и импорта сырья из стран Центральной Азии. В частности, на это может указывать тот факт, что в Узбекистане Китай отказывается от инвестирования в предприятия по переработке хлопка или производству синтетического шелка, несмотря на то, что они являются важными секторами национальной экономики². Между тем, Туркменистан в качестве обязательств по выплате долга поставляет 35 млн куб. метров газа в Китай в год по низкой стоимости, лишившись при этом возможности поставок в Иран и Россию³.

¹ Акматалиева А.М. Инициатива «Один пояс-один путь» в Центральной Азии // Сравнительная политика. 2018. Т. 9. № 4. С. 143; Wolters A. Hegemonic or Multilateral? Chinese Investments and the BRI Initiative in Tajikistan and Kyrgyzstan // China's Belt and Road Initiative and Its Impact in Central Asia / ed. M. Laruelle. Central Asia Program, the George Washington University, 2018. P. 45-46; Vakulchuk R., Overland I. China's Belt and Road Initiative through the Lens of Central Asia // Regional Connection under the Belt and Road Initiative. The prospects for Economic and Financial Cooperation / eds. Fanny M. Cheung, Ying-yi Hong. Abigdon, New York: Routledge, 2019. P. 122.

² Laruelle M., Peyrouse S. China as a Neighbor: Central Asian Perspectives and Strategies. Washington: Central Asia-Caucasus Institute & Silk Road Studies Program, 2009. P. 139.

³ Акматалиева А.М. Инициатива «Один пояс-один путь» в Центральной Азии // Сравнительная политика. 2018. Т. 9. № 4. С. 144.

Третья особенность. Китайские инвестиции сопровождаются коррупционными скандалами и зачастую характеризуются непрозрачностью соглашений, а суммы выделяемых кредитов не разглашаются. В качестве примера можно привести кейс модернизации ТЭЦ Бишкека китайской компанией ТВЕА, когда по итогам судебно-уголовных разбирательств в результате произошедшей аварии было установлено, что лоббированием интересов компании занимался ряд правительственных чиновников, а товары на модернизацию закупали по завышенным ценам. В итоге, внешний долг республики перед КНР увеличился на 386 млн долл., модернизация проведена китайской компанией, а оборудование закуплено в Китае.

Коррупционными скандалами сопровождались также проекты в Казахстане (проект надземной легкорельсовой железной дороги «Астана LRT») и Таджикистане (незаконное получение лицензии китайской компанией China Nonferrous Gold Limited на освоение золоторудного месторождения)¹.

Таким образом, как отмечает С. Джаборов, взаимовыгодные соглашения между странами Центральной Азии и КНР вскрывают «хищническое кредитование»: предоставляя кредиты центрально-азиатским республикам Пекин преследует свои политические и экономические интересы, что проявляется в том, что центрально-азиатские республики должны не только выплачивать сумму основного долга и проценты по ней, но и гарантировать экономические/политические уступки в пользу Китая или его компаний².

Принимая во внимание вышеперечисленные особенности стран региона необходимо отметить, что в контексте результативности имиджевого политического позиционирования Китая в Центральной Азии существует следующий парадокс, обозначенный Д. Керром как «политическая лояльность и

¹ Умаров Т. На пути к Pax Sinica: что несет Центральной Азии экспансия Китая // Московский центр Карнеги. Комментарий. 25.03.2020. URL: <https://carnegie.ru/commentary/81265>

² Jaborov S. Chinese Loans in Central Asia: Development Assistance or “Predatory Lending”? // China’s Belt and Road Initiative and Its Impact in Central Asia / ed. M. Laruelle. Central Asia Program, the George Washington University, 2018. P. 34.

общественное неприятие»¹. Иными словами, в представлениях политических элит стран региона о Китае доминируют положительные оценки в силу того, что, с одной стороны, китайские кредиты позволяют создавать атмосферу экономического развития и отчасти решать определенные экономические проблемы, чтобы поддерживать легитимность правящих режимов без угрозы вмешательства во внутривнутриполитические дела со стороны КНР; с другой стороны, финансовые вливания Пекина широко используются для удовлетворения личных интересов политических элит, принимая во внимание закрытость информации об объемах и условиях их выделения². Как следствие, неформальное, прямое взаимодействие с лицами, принимающими решения, обуславливает по большей части неинституализированное присутствие Китая в регионе, позволяющее ему эффективно продвигать свои интересы, используя недостатки неопатримониальных политических систем центрально-азиатских республик, среди которых:

- система семейно-бюрократического капитализма, ключевой характеристикой которой выступает недифференцированный контроль над властью-собственностью, когда государство управляется как частная собственность³;

- «порядок ограниченного доступа» к системе семейно-кланового капитализма – система политико-экономической договоренности между различными политическими группировками на основе патронажно-

¹ См.: Hao Tian. China's Conditional Aid and Its Impact in Central Asia // China's Belt and Road Initiative and Its Impact in Central Asia / ed. M. Laruelle. Central Asia Program, the George Washington University, 2018. P. 28; Vakulchuk R., Overland I. China's Belt and Road Initiative through the Lens of Central Asia // Regional Connection under the Belt and Road Initiative. The prospects for Economic and Financial Cooperation / eds. Fanny M. Cheung, Ying-yi Hong. Abingdon, New York: Routledge, 2019. P. 117.

² Cooley A. The Emerging Political Economy of OBOR: The Challenges of Promoting Connectivity in Central Asia and Beyond // A Report of the CSIS Simon Chair in Political Economy. Washington, D.C.: The Center for Strategic and International Studies, 2016. URL: https://csis-website-prod.s3.amazonaws.com/s3fs-public/publication/161021_Cooley_OBOR_Web.pdf

³ Engvall J. Why are Public Offices Sold in Kyrgyzstan // Kyrgyzstan beyond "Democracy Island" and "Failing State" Social and Political Changes in a Post-Soviet Society / ed. Marlene Laruelle and Johan Engvall. London: Lexington Books, 2015. P. 40-41.

клиенталистских отношений по ограничению возможности создания конкурирующих политических и экономических структур¹.

В свою очередь, именно отсутствие достоверной информации, резонансные коррупционные дела на фоне экспорта трудовых ресурсов из Китая как части обязательств по полученным кредитам и минимальных бенефиций для граждан центрально-азиатских республик в плане трудоустройства формируют алармистские представления о КНР в общественном мнении стран региона, подтверждая советские стереотипы о «китайской угрозе». Среди таких фобий в отношении Китая М. Ларюэль выделяет две категории: не имеющие фактологического доказательного базиса – массовая демографическая экспансия китайских граждан, которые не только «оккупируют» рынок труда, но и будут продвигать свои культуру и традиции; имеющие под собой объективные данные – вопрос землепользования, торговая конкуренция, непрозрачность заключаемых соглашений с китайскими компаниями, а также плохие условия работы для местного населения в китайских компаниях (в частности, более низкая оплата труда, в сравнении с китайскими рабочими)². Негативный общественный дискурс плохо поддается трансформации и интенсивному влиянию информационного и символического воздействия положительного образа КНР. Поэтому главными инструментами продвижения имиджа КНР стали Институты Конфуция и выгодные образовательные гранты. Инициатива «Один пояс – один путь» вызывает опасения своими масштабами и размытостью, что резонно вызывает вопросы относительно угроз колониальной политики Китая³.

Алармистские настроения в отношении Китая проявляются в форме организуемых политическими/националистическими группами антикитайских

¹ North D., Wallis J., Webb S., Weingast B. Limited Access Orders. An Introduction to the Conceptual Framework // In the Shadow of Violence. Politics, Economics and the Problems of Development. Cambridge: Cambridge University Press, 2013. P. 3.

² Laruelle M. Introduction. China's Belt and Road Initiative. Quo Vadis? // China's Belt and Road Initiative and Its Impact in Central Asia / ed. M. Laruelle. Central Asia Program, the George Washington University, 2018. P. XI-XII.

³ Умаров Т. На пути к Pax Sinica: что несет Центральной Азии экспансия Китая // Московский центр Карнеги. Комментарий. 25.03.2020. URL: <https://carnegie.ru/commentary/81265>

выступлений, которые можно разделить на два типа согласно классификации (М. Ларуэль):

- протесты, на основе манипулирования субъективными фобиями населения. Протесты в 2017 г. в Нур-Султане против заключения браков между гражданами Казахстана и КНР, антикитайские выступления в Бишкеке в декабре 2018 г. – январе 2019 г. против китайской иммиграции (требование запрета интернациональных браков, выдачи меньшего количества виз китайским гражданам);

- протесты, на основе манипулирования объективными страхами населения. Массовые протесты в 2016 г. в нескольких регионах Казахстана против внесения изменений в земельный кодекс республики, разрешающих продажу земли иностранцам, протесты в 2019 г. в ряде городов Казахстана против создания совместных предприятий с Китаем в нефтегазовом секторе в преддверии визита президента республики в КНР, протесты в Нарынской области Кыргызстана против строительства торгово-логистического центра.

Таким образом, имидж Китая как «доброго соседа», готового к оказанию помощи в целях «всеобщего развития», в центрально-азиатских республиках не является устоявшимся в силу существующего разрыва между реальными действиями Пекина и информационно конструируемого образа. Данный тип имиджевого позиционирования в терминологии С. Анхольта можно обозначить как «пропаганда». С одной стороны, у КНР есть все три элемента успешного имиджевого политического позиционирования: реальные действия, символические действия и стратегия. С другой стороны, декларируемое соразвитие в рамках концепции «мирного подъема» противоречит сущности предоставляемой финансовой помощи странам региона. Она нацелена на оказание влияния на политические системы центрально-азиатских республик через скрытые коррупционные схемы, ведущие к росту внешнего государственного долга, и оказывает минимальное воздействие на развитие сектора обрабатывающей промышленности и производства товаров с высокой добавочной стоимостью. Финансовая помощь неоднозначно коррелируется с принципом многосторонних

отношений, что особенно ярко проявилось в смене приоритетов китайского руководства во внешней политике с инициатив в рамках ШОС на двусторонне сотрудничество в рамках инициативы «Один пояс – один путь». Целесообразно говорить о том, что финансовая помощь Китая является амбивалентной: будучи эксплицитно нацеленной на помощь развитию стран региона, имплицитно она выступает инструментом продвижения исключительно интересов КНР. В свою очередь, это обозначает и двойственность представлений о КНР в республиках Центральной Азии, где для населения характерно восприятие Китая как организатора «долговых ловушек» и «демографического оккупанта», а для политического истеблишмента – «делового партнера», способствующего легитимации политического режима.

Глава 3. ИМИДЖЕВОЕ ПОЛИТИЧЕСКОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ АКТОРОВ В СТРАНАХ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ

3.1. Тюрко-исламское миссионерство Турции: культурно-религиозное влияние

Геополитическое противостояние периода холодной войны со своим завершением повлекло значительные трансформации во внешнеполитических курсах и стратегиях обеспечения национальной безопасности в большинстве стран мира. В частности, с распадом СССР Турция выступила одним из влиятельных внешних акторов в Центральной Азии. С одной стороны, Анкара воспринимала регион в качестве сферы внешнеполитического влияния, где ключевыми механизмами влияния могут стать, прежде всего, этнические, лингвистические и культурные связи. Независимые республики Центральной Азии для Турции стали той группой государств, органической частью которых она могла стать, принимая во внимание ее уже сформированный имидж вестернизированного государства с мусульманским большинством населения и государства, занимающего промежуточное положение между Европой и Ближним Востоком¹. Примечательно высказывание С. Хантингтона: «Отвергнув Мекку, а затем будучи отвергнутой Брюсселем, в какую сторону должна смотреть Турция? Вероятным ответом может быть Ташкент. Распад Советского союза предоставил Турции возможность стать лидером тюркской цивилизации»².

Активизация действий Турции в отношении стран Центральной Азии была детерминирована стремлением усилить свои позиции в диалоге с Западом, а не созданием альтернативного вектора внешнеполитического курса, отмечает Л. Ховсепян. Политическое и экономическое влияние Турции в Центральной Азии рассматривалось официальной Анкарой как механизм усиления регионального и международного статуса и превращения во влиятельного актора международных

¹ Robins P. Turkey and the Middle East. New York: CFRP, 1991. P. 16.

² Huntington S. The Clash of Civilizations // Foreign Affairs. 1993. Vol. 72. No 3. P. 42.

отношений¹. На этот же факт указывает и Т. Уиллер, отмечая, что не получив членства в Европейском союзе в 1989 г., Турция надеялась на усиление своих политических и экономических позиций в центрально-азиатских республиках, которое создаст ареал ее лидерства, где она станет «мостом» для внешнего мира и таким образом докажет свою стратегическую важность для Запада².

Имидж Турции как актора международных отношений стал определяться через идеи пантюркизма. Следует подчеркнуть, что несмотря на то, что в период правления Мустафы Кемаля Ататюрка пантюркизм интерпретировался как идея, которая не может способствовать становлению современного цивилизованного государства западного типа, «опирающегося на свой суверенитет в рамках своей территории», тюркская идентичность оставалась центральным звеном идеологии кемализма. Ататюрк был более нацелен на предотвращение использования во внешней и внутренней политике религиозной доминанты, нежели тюркской идентичности. Созданная им группа историков с целью избежать любых ассоциаций нового турецкого государства с Османской империей обосновала тезис о том, что турки были наследниками великой доисламской цивилизации и культуры Анатолии, ареал которой охватывал территории и современной Центральной Азии³. Несмотря на то, что Ататюрк критиковал идеи пантюркизма, он косвенно, посредством акцентирования внимания на тюркском наследии, обозначил идентификационную связь Турции с тюркскими центрально-азиатскими республиками. В свою очередь, распад СССР послужил импульсом к развитию идеи общей идентичности во внешнеполитическом курсе.

Исторически идеи пантюркизма зародились на закате Османской империи в конце XIX в. В попытке найти способ остановить распад империи турецкие интеллектуалы предложили идею пантюркизма в качестве альтернативы

¹ Hovsepyan L. The Turkish Model and Turkey's Central Asian Policies Conditioned by Western Strategic Interests // *Central Asia and the Caucasus*. 2009. No 2(59). P. 113.

² Wheeler T. Turkey's Role and Interests in Central Asia // *Policy Brief*. Saferworld Preventing Violent Conflict. Building Safer Lives. October 2013. P. 3.

³ Sasley B. Turkey in Central Asia: Turkish Identity as Enabler or Impediment // *The New Central Asia. The Regional Impact of International Actors* / ed. E. Kavalski. Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2010. P. 198.

существующим идентичностям с целью усилить этно-религиозное ядро. Важную роль в разработке концепции сыграли российские мусульмане, которые эмигрировали в Турцию из Российской империи. Они способствовали популяризации антироссийских настроений, обвиняя ее в том, что Россия – государство, завоевавшее и подавлявшее тюркские народы, которые проживали вне территории Турции, блокируя их естественное объединение¹.

Если рассматривать пантюркизм концептуально, то для его понимания следует определить три основных компонента, составляющих данное понятие. *Во-первых*, это идея о некогда единых исторических корнях тюркских народов, которые на сегодняшний день сохранили родственные язык и культуру. В силу чего появляется необходимость создания: общетюркского языка (переход на латинский алфавит считается первым шагом на пути к этому) и единой всеобъемлющей общетюркской истории². В XIX в. родоначальником идеи общетюркского языка стал крымско-татарский общественный деятель Исмаил-бей Гаспралы, инициировавший выпуск журнала «Терджюман» на тюркском и русском языках в Бахчисарае. На страницах журнала обосновывался тезис о необходимости единого тюркского языка на базе турецкого и превращение России в центр тюркского мира³. Однако данная идея так и не была реализована в силу того, что различия в тюркских наречиях были значительными, а роль центра притяжения тюркских народов была принята Турцией. В основу единой общетюркской истории предлагалось внести идеи многовекового взаимодействия кочевого и оседлого народов, характерного как для Турции, так и для государств Центральной Азии⁴, а также сходные

¹ Sasley B. Turkey in Central Asia: Turkish Identity as Enabler or Impediment // The New Central Asia. The Regional Impact of International Actors / ed. E. Kavalski. Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2010. P. 195.

² Варбанец П. Региональные центры силы и их политика в Центральной Евразии (турецкий вектор борьбы за лидерство на исламском Востоке) // Центральная Азия и Кавказ. 2008. № 1(55). С. 57.

³ Геополитические аспекты безопасности Кыргызстана в свете внешнего воздействия на мусульманскую общину страны: Коллектив. монография / Отв. ред. А. Л. Салиев. Бишкек: КРСУ, 2020. С. 309.

⁴ Омаров М.Н. Центральная Азия в османской и пантюркистской стратегии Турции // Геополитические проекты мировых центров сил в Центральной Азии / Отв. ред. А.Л. Салиев. Бишкек, 2018. С. 164.

характеристики процесса модернизации Турции времен Ататюрка и центрально-азиатских обществ в советский период¹.

Во-вторых, это идея единения тюркских народов на основе общей для всех них веры – ислам с доминированием ханафитского мазхаба суннитского толка. Турция предлагает государствам Центральной Азии использовать как образец свою модель государственно-конфессиональных отношений – светское государство с мусульманским большинством населения и укоренившейся исламской традицией, финансово помогает официальному исламу и включает основные элементы западной демократии². Так, в 1997 г. экс-президент Турции С. Демирель, подчеркивая уникальный опыт Турции как модель для подражания в отношении новых независимых государств Центральной Азии и Кавказа, отмечал, что «государство с мусульманским большинством населения доказало, что демократизация может быть достигнута и без разрушения социального порядка»³.

В-третьих, это идея интеграции разрозненных тюркских народностей на основе общности языка, культуры и религии на первоначальном этапе с перспективой создания единого тюркского союза или государства «Великий Туран» с лидирующей ролью Турции в новом объединении⁴. Турции должна принадлежать ведущая роль в оказании помощи в развитии политических и экономических систем государств, а также формировании их национальной идентичности. Именно она запустит процесс регионализации Центральной Азии, способствуя интеграции стран региона как между собой и с Турцией на основе общей идентичности, общих социальных и политических структур. Иными

¹ Казанцев А.А. «Большая игра» с неизвестными правилами: мировая политика и Центральная Азия. М., 2008. С. 202; Khalid A. Backwardness and the Quest for Civilization: Early Soviet Central Asia in Comparative Perspective // Slavic Review. 2006. Vol. 65. No 2. P. 232.

² Троицкий Е.Ф. Политика Турции в Центральной Азии (1992-2000 гг.) // Вестник Томск. гос. ун-та. 2009. № 324. С. 84.

³ Цит. по: Sasley B. Turkey in Central Asia: Turkish Identity as Enabler or Impediment // The New Central Asia. The Regional Impact of International Actors / ed. E. Kavalski. Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2010. P. 204.

⁴ Геополитические аспекты безопасности Кыргызстана в свете внешнего воздействия на мусульманскую общину страны: Коллектив. монография / Отв. ред. А.Л. Салиев. Бишкек: КРСУ, 2020. С. 314.

словами, Анкара должна направлять процесс государственного строительства в регионе по турецкой модели¹.

Именно третий аспект политического имиджа Турции как «лидера тюркского мира», стремящегося к созданию политического союза, в целом неагрессивного характера его продвижения через культурно-гуманитарную и религиозную сферы вызывает настороженность в регионе².

Целью данного параграфа является обоснование тезиса о том, что конструирование образа Турции как «лидера тюркского мира» осуществляется посредством оказания воздействия на общественность центрально-азиатских республик на основе актуализации культурно-языковой близости и конфессионального родства тюркских народов. Соппротивление политических систем региона мешает выстраиванию отношений с Анкарой в интеграционном формате, что во многом вызвано политическими амбициями Турции при отсутствии значительного экономического веса.

Турция стала первым государством, которое признало независимость центрально-азиатских республик в декабре 1991 г. и президенты Туркменистана, Узбекистана и Кыргызстана посетили ее с официальными визитами. Анкара начала активно продвигать тюркскую идентификационную доминанту во взаимоотношениях со странами Центральной Азии. При этом в дискурсе политического истеблишмента Турции отсутствовали нарративы построения пантюркистского союза. Он отличался наличием высокопарных заявлений о будущем турецко-центрально-азиатских взаимоотношений, касающихся:

– территориального охвата тюркского мира. Занимавший в 1992 г. пост премьер-министра С. Демирель выдвигал идею «тюркского мира от Адриатического моря до Великой китайской стены», который представляет собой важный культурно-цивилизационный блок мирового пространства.

¹ Sasley B. Turkey in Central Asia: Turkish Identity as Enabler or Impediment // The New Central Asia. The Regional Impact of International Actors / ed. E. Kavalski. Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2010. P. 203.

² Васильева С.А. Пантюркизм на современном этапе: теоретическая база и практическая деятельность // Социум и власть. 2011. №3. С. 76.

– роли идентичности в развитии тюркского мира. Экс-президент Т. Озал на открытии первого саммита лидеров тюркских государств заявил о том, что XXI в. будет «веком тюрков», а идентичность выступит важным связующим звеном между Турцией и тюркскими государствами, отношения между которыми должны быть соизмеримы с «уровнем родства их населения»¹;

– роли Турции в интеграции тюркского мира. Бывший министр иностранных дел Турции Х. Четин в ходе своей поездки по странам региона в 1992 г. объявил о том, что Турция готова представлять тюркоязычные государства в международных организациях².

Официально притязания Турции в регионе были обозначены в 1993 г. в рамках утверждения парламентом Турции программы правительства Тансу Чиллер. В ней независимые республики региона были объявлены зоной особого интереса ввиду тюркского происхождения и исламской конфессиональной принадлежности их населения, что обуславливало особые обязательства Турции в процессе их открытия миру, поскольку идентичность ни одной другой страны не объединяет этих двух элементов³.

Анкара в основу своего имиджевого политического позиционирования включила два компонента: культурно-религиозную идентичность и свой статус светского государства, имеющего влияние в мировой политике, что позволяет ей выступать «мостом» между независимыми республиками региона и остальным миром.

В контексте символических действий, которые осуществила Турция в фарватере своего имиджевого позиционирования следует отметить следующие шаги. В 1992 г. в целях развития экономических, культурных, социальных и политических связей с центрально-азиатскими республиками путем

¹ Sasley B. Turkey in Central Asia: Turkish Identity as Enabler or Impediment // The New Central Asia. The Regional Impact of International Actors / ed. E. Kavalski. Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2010. P. 204.

² Hovsepyan L. The Turkish Model and Turkey's Central Asian Policies Conditioned by Western Strategic Interests // Central Asia and the Caucasus. 2009. No 2(59). P. 115.

³ Величко Л.Н. Политика «Мягкой силы» Турции в регионе Южного Кавказа (1991-2002 гг.): проблемы реализации // Гуманитарные и юридические исследования. 2016. №3. С. 45.

предоставления им технической и консультационной помощи было создано Турецкое агентство по международному сотрудничеству и координации (ТИКА), а также Совет по внешнеэкономическим отношениям Турции (ДЕИК)¹. В том же году в структуре министерства иностранных дел Турции появилось управление, занимающееся странами СНГ, в котором в последующем была проведена реорганизация и появились два самостоятельных департамента: один по взаимодействию с тюркскими государствами, второй – со всеми остальными². В 1992 г. Турция стала проводить саммиты глав тюркоязычных государств, на первом из которых занимавший должность президента Т. Озал озвучил идеи создания общего тюркского рынка и тюркского банка. Развитие культурно-образовательного взаимодействия, в 1993 г. была создана Международная организация тюркской культуры (ТЮРКСОЙ) как эквивалента ЮНЕСКО и запущена программа студенческих обменов “Big Student Project”. Вплоть до настоящего времени Турция проявляет особый интерес именно к культурно-образовательному аспекту взаимодействия. Программа студенческих обменов, цель которой состояла в том, чтобы упростить процесс подачи документов и зачисления в турецкие высшие учебные заведения для студентов из стран Центральной Азии. Эти шаги вели к формированию поколения бизнес- и политической элиты, лояльной к Турции. Тысячи молодых людей получили стипендии на обучение в Турции³. По данным К. Фраппи, научного сотрудника Института международных политических исследований, в период с 1992 по 2002 гг. правительство Турции выделило более 14000 стипендий для студентов из Центральной Азии и Кавказа⁴.

Анкара посчитала полезным обучение турецких студентов в высших учебных заведениях стран Центральной Азии, дипломы которых официально признавались

¹ Robins P. Turkey and the Middle East. New York: CFRP, 1991. P. 279.

² Sasley B. Turkey in Central Asia: Turkish Identity as Enabler or Impediment // The New Central Asia. The Regional Impact of International Actors / ed. E. Kavalski. Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2010. P. 207.

³ Balci B., Liles T. Turkey's Comeback to Central Asia // Insight Turkey. 2018. Vol. 20. No 4. P. 19.

⁴ Frappi K. Central Asia's Place in Turkey's Foreign Policy // Analysis ISPI. 2013. No 225. P. 4.

в Турции. Такой подход способствовал знакомству граждан Турции с лингвистическими и культурными особенностями стран Центральной Азии и символическому укреплению братства тюркских народов.

С позиций братства следует рассматривать и выбор названия двух созданных Турцией университетов в Казахстане и Кыргызстане: Международный казахско-турецкий университет им. Ахмеда Ясави в г. Туркестане и Кыргызско-Турецкий университет «Манас» в Бишкеке. В г. Туркестане расположен мавзолей ходжи Ахмета Ясави, сыгравший важную роль в развитии суфизма среди тюркского населения стран Центральной Азии, который также был распространен в Анатолии. Образ героя Манас сыграл важную роль в становлении национальной идентичности кыргызов, поэтому очень символично, что соглашение о создании университета было подписано в год празднования 1000-летия эпоса «Манас»¹. Помимо этого, Турция выделила Кыргызстану 100 тысяч долл. на проведение праздничных мероприятий: издание ряда книг и альбомов, съемка документальных фильмов, организация прямой трансляции праздничных торжеств по каналу CNN на огромное информационное пространство. В 33-х университетах Турции были проведены конференции по чествованию эпоса «Манас» и пропаганде общетюркских ценностей².

Центрально-азиатские республики воспринимали с доверием и воодушевлением формируемый Турцией имидж «моста» для связи с внешним миром на базе культурно-конфессионального родства в начале 90-х гг. В социально-политическом пространстве республик региона обозначилась тенденция на избавление от советского наследия, возрождение национального самосознание и становление полноценными членами международного сообщества. В частности президенты Казахстана, Узбекистана и Кыргызстана во время своих

¹ Balci B., Liles T. Turkey's Comeback to Central Asia // Insight Turkey. 2018. Vol. 20. No 4. P. 20.

² Вейцель Р. Влияние Турции на культуру и образование стран Центральной Азии. 9.03.2015. URL: http://polpred.dumrf.ru/books/islamic/?6287#_ftnref6

визитов в Турцию в 1991 г. сделали схожие заявления о том, что они считают Турцию хорошим примером для подражания¹.

Однако уже к середине 90-х гг. в конструируемом образе Турции обозначилась двойственность, что подвигло политический истеблишмент центрально-азиатских республик дистанцироваться от Анкары. Во-первых, стала сомнительна устойчивость секулярной модели политической системы Турции. В 1995 г. в парламентских выборах победила происламская Партия благоденствия под руководством Н. Эрбакана, ставший премьер-министром в 1996 г. При нем изменился внешнеполитический вектор Турции в направлении тесного сотрудничества с мусульманскими странами Ближнего Востока и Северной Африки. Свои первые визиты на посту премьер-министра он совершил в Иран, Ливию и Пакистан. Позже инициировал создание международной организации «Исламская восьмерка», в которую вошли Бангладеш, Египет, Нигерия, Индонезия, Иран, Малайзия и Пакистан. В этот же период для стран Центральной Азии стала актуальна проблема активизации исламистских формирований, оспаривавших легитимность светских властей. В наиболее радикальной форме это проявилось в Таджикистане во время гражданской войны.

Разочарование политического истеблишмента центрально-азиатских стран выразил президент Узбекистана И. Каримов, который в интервью турецкому журналисту ответил, что Ташкент не рассматривает Турцию в качестве медиатора в отношениях с западными странами². Иными словами, Турция уже не рассматривалась как политический и экономический представитель интересов Узбекистана. Привлекательность модели развития Турции, успешно выстраивавшая сотрудничество с западным миром, на основе своей секулярной модели государственно-конфессиональных отношений, перестала быть таковой.

Экономический потенциал Турции не соответствовал ожиданиям центрально-азиатских республик, которые именно в экономике видели драйвер

¹ Hovsepyan L. The Turkish Model and Turkey's Central Asian Policies Conditioned by Western Strategic Interests // Central Asia and the Caucasus. 2009. No 2(59). P. 115-116.

² Там же. P. 116.

интеграционных процессов. Несмотря на выделенные кредиты Экспортно-импортным банком Турции странам региона, общая сумма которых в 1996 г. достигла 1 млрд долл., а также экономической активности турецких фирм в сфере строительства и банковском деле, уже к 1997 г. товарооборот между республиками снизился с 1306 млн долл. до 873 млн долл., численность турецких фирм и предприятий значительно сократилась¹. Данные тенденции были обусловлены финансово-экономическими кризисами и политической нестабильностью в Турции в условиях смещения военными Н. Эрбакана. На этом фоне в регионе стали усиливать свое влияние американские и европейские корпорации, обозначили свое присутствие Россия и Китай, что нивелировало значимость образа Турции как «моста» во взаимоотношениях с внешними акторами. Контакты внешних акторов с центрально-азиатскими республиками стали осуществляться напрямую². По сути, у Турции отсутствовали экономические ресурсы для помощи странам Центральной Азии в реализации их либерально-экономических трансформаций³.

Анкара продемонстрировала неспособность обеспечить безопасность «тюркского мира» во время гражданской войны в Таджикистане, в урегулировании которой решающую роль сыграла Россия. По мнению В. Сасли, у Турции не было достаточного объема ресурсов для стабилизации и развития тюрко-язычных республик, даже несмотря на то, что она была признана одной из самых успешно развивающихся экономики мира в начале 90-х гг. Географическая удаленность также сыграла свою роль⁴.

Республики региона не устраивало политическое позиционирование Турции в качестве «большого брата», который выступает не просто примером для

¹ Иванова И. Турция в Центральной Азии: партнер или соперник? // Азия и Африка сегодня. 2019. №7. С. 40.

² Там же. С. 43.

³ Balci B., Liles T. Turkey's Comeback to Central Asia // Insight Turkey. 2018. Vol. 20. No 4. P. 13.

⁴ Sasley B. Turkey in Central Asia: Turkish Identity as Enabler or Impediment // The New Central Asia. The Regional Impact of International Actors / ed. E. Kavalski. Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2010. P. 201-212.

подражания, а диктует нормы поведения государств на мировой арене¹. Фактически в отношении Турции воспроизводилась та же формула, что и в отношении России. С той лишь разницей, что акцент был на идентификационную, а не историческую доминанту взаимодействия – «признание обязательств Турции как братского государства без признания лидерства». Этот подход стран региона был обусловлен двумя факторами. С одной стороны, имиджевое позиционирование самих центрально-азиатских республик базировалось на самостоятельном формировании уникальной национальной идентичности, а не на ее конструировании третьей стороной². В советский период она была подчинена наднациональной идентичности советского гражданина и потому перспективы развития зависели от того, насколько не противоречила советской идентичности. С другой стороны, уникальность национальной идентичности республиками должна была определяться самостоятельностью в выборе внешнеполитических партнеров, потому политическая элита и пыталась сама выстраивать внешнеполитический вектор. Н. Назарбаев высказал мнение, что существующая общность в идентификационных характеристиках не может выступать в качестве фактора, ограничивающего выбор направлений внешнеполитического сотрудничества Казахстана³.

Следует отметить также, что культурно-языковая близость с Турцией не имеет абсолютной значимости, поскольку существуют значительные лингвистические различия, несмотря на общие языковые корни, и этнические различия, обусловленных многовековым историческим развитием в различных географических и социально-политических условиях Турции и центрально-

¹ Wheeler T. Turkey's Role and Interests in Central Asia // Policy Brief. Saferworld Preventing Violent Conflict. Building Safer Lives. October 2013. P. 3.

² Malashenko A. Turning away from Russia: New Directions for Central Asia // Commonwealth and Independence in Post-Soviet Eurasia / eds. B. Coppieters, A. Zverev, and D. Trenin. London: FrankCass, 1998. P. 163, 165-167.

³ Sasley B. Turkey in Central Asia: Turkish Identity as Enabler or Impediment // The New Central Asia. The Regional Impact of International Actors / ed. E. Kavalski. Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2010. P. 211.

азиатских республик¹. Экс-посол Кыргызстана в Турции М. Абылов обозначил «болевые точки» во взаимоотношениях двух стран: «Тюркский мир возник, как известно, после возникновения общего языка у приобщенных к Тюркскому каганату народов и этносов. Узнаваемость языка, к счастью, сохранилась у наших народов даже после тысячелетней разобщенной жизни. Этот факт воспринимается турками как признак этнического родства, нам же это утверждение кажется довольно спорным. Вместе с тем трудно “проглатывать” их представление об истории, которое словно требует от нас затушевывать индивидуальность происхождения нашего собственного народа»². Слабый идентификационный базис определил акцент стран региона на финансово-экономической доминанте интеграции, которую, как было отмечено выше Турция обеспечить не могла.

Официальная Анкара отвергала приверженность идеям пантюркизма во внешней политике, предполагающем создание политического союза тюркоязычных стран, о чем в 1994 г. открыто говорил С. Демирель на конференции «Евразия в наши дни». Но в 1992 г. во время президентского тура по странам региона в составе его делегации входил А. Тюркеш, лидер Партии националистического действия, которая публично подтвердила свои пантюркистские воззрения, пропагандируя лидерство Турции в «тюркском мире»³.

Лидерские притязания Турции выражаются поддержкой националистических политических сил, которые разделяли турецкую концепцию «тюркского мира». В частности, М. Салих и А. Пулатов лидеры правых партий Узбекистана «Эрк» и «Бирлик», эмигрировали в Турцию под давлением организованных правящим режимом репрессий и получили убежище⁴. Этим шагом

¹ Carley P.M. Turkey and Central Asia // Regional Power Rivalries in the New Eurasia / eds. A.Z. Rubinstein and O.M Smolansky. Armonk, New York: M.E. Sharpe, 1995. P. 174.

² Цит. по: Вейцель Р. Влияние Турции на культуру и образование стран Центральной Азии. 9.03.2015. URL: http://polpred.dumrf.ru/books/islamic/?6287#_ftnref6

³ Геополитические аспекты безопасности Кыргызстана в свете внешнего воздействия на мусульманскую общину страны: Коллектив. монография / Отв. ред. А.Л. Салиев. Бишкек: КРСУ, 2020. С. 316.

⁴ Balci B., Liles T. Turkey's Comeback to Central Asia // Insight Turkey. 2018. Vol. 20. No4. P. 23.

Турция обозначила свое намерение влиять на внутривнутриполитические процессы в республике.

Ряд внешнеполитических действий и заявлений глав государств Центральной Азии показал низкий уровень популярности имиджа Турции в регионе как «моста» в международное сообщество для братских государств в конкретных политических действиях. Центрально-азиатские государства не поддержали Анкару в споре с Республикой Кипр и не признали Турецкую Республику Северного Кипра. Первый саммит глав тюркских государств в 1992 г. фактически завершился провалом для Турции, поскольку по его итогам не было инициировано никаких интеграционных институциональных структур. Более того, Н. Назарбаев высказался против создания организации на основе этнических или религиозных критериев, что может привести к напряженности со странами СНГ.

Низкая результативность имиджевого политического позиционирования Турции в регионе поставила вопрос о необходимости пересмотра генеральной стратегии. Ключевым внутривнутриполитическим триггером в этом отношении стали внутривнутриполитические трансформации в Турции. Приход к власти Партии справедливости и развития под руководством Р. Эрдогана. Он попытался репозиционировать Турцию на геополитической арене, выстроить равноправные отношения с Западом через отказ от статуса второстепенного актора (в трактовке экс-министра иностранных дел Турции А. Давутоглу «периферийного государства»), в пользу приобретения статуса самостоятельного влиятельного центра силы в системе международных отношений, «центрального государства»¹. Сдвиг в «Я-концепции» Турции дал толчок развитию новой когнитивной карты внешнеполитического курса страны. Ее идеологическую основу составляет концепция неоосманизма, о чем в 2009 г. официально объявил А. Давутоглу².

¹ Wheeler T. Turkey's Role and Interests in Central Asia // Policy Brief. Saferworld Preventing Violent Conflict. Building Safer Lives. October 2013. P. 4; Köstem S. Turkey's Central Asia Strategy // ISPI Commentary. October 3, 2019. URL: <https://www.ispionline.it/en/publicazione/power-quiet-turkeys-central-asia-strategy-24069>

² Омаров М.Н. Центральная Азия в османской и пантюркистской стратегии Турции // Геополитические проекты мировых центров сил в Центральной Азии / Отв. ред. А.Л. Салиев. Бишкек, 2018. С. 160.

Ядром неоосманизма выступают тезисы о былом величии Османской империи как одного из крупнейших государственных образований, центра мусульманского мира планеты и наследника арабского халифата. Теперь Турция позиционирует себя преемницей Османской империи и должна превратиться в мировой полюс власти/силы, базисом которого должно стать историческое, культурное и конфессиональное наследие Османской империи¹. Формула Великой Турции, предложенная А. Давутоглу, выглядит как «неоосманизм + пантюркизм + ислам = Великая Турция»². В этой формуле прослеживается отказ от регионального позиционирования в сторону лидирующей роли на евразийском континенте, принимая во внимание обширные территории, входившие в состав Османской империи и страны с мусульманским большинством населения.

Характер политического воздействия Турции на Центральную Азию после изменения «Я-концепции» проявился в добавлении двух элементов в конструирование имиджа государства: религиозная составляющая внешнеполитической практики Анкары и смещение акцентов в объектах воздействия – с политической системы на общество.

Символические действия Турции проявились в активизации турецко-центрально-азиатских отношений с 2007 г. Импульс был задан президентом А. Гюль, который совершил свои первые поездки в этом статусе именно в страны Центральной Азии. В 2008 г. создается Парламентская Ассамблея тюркоязычных стран (ТюркПА), в 2009 г. – Совет сотрудничества тюркоязычных государств (ССТГ), в которые наряду с Турцией вошли Азербайджан, Казахстан и Кыргызстан, а в 2019 г. членом ССТГ стал Узбекистан. Тем самым Турция для себя обозначила значимость региона. Цели ТюркПА состоят в усилении политического диалога, социально-экономических, культурных и гуманитарных отношений. ССТГ заявляет о более амбициозных намерениях – усиление взаимного доверия, отстаивание общих позиций на международной арене, содействие торговле и

¹ Бурашникова А.Б. Неопантюркизм и неоосманизм во внешней политике Турции // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. История. Международные отношения. 2013. Т. 13. Вып. 2. С. 67.

² Искендеров П. Турция: неоосманизм или неоглобализм? (II). 4.04.2016. URL: <https://www.fondsk.ru/news/2016/04/14/turcia-neosmanizm-ili-neoglobalizm-ii-39661.html>

взаимным инвестициям, совместное противодействие международному терроризму, экстремизму и трансграничной преступности¹. Внешнеполитические шаги по созданию институтов взаимодействия Турции и стран Центральной Азии достигли цели, которую Анкара ставила на первом саммите глав тюркоязычных государств в 1992 г. – институционализации «тюркского братства». Однако эффективность институционализации «братства» остается низкой в силу тех же причин, что были 90-х гг.: противоречия между значительным культурно-конфессиональным потенциалом и незначительным экономическим присутствием в регионе; политические амбиции Турции, проявляющиеся в стремлении выступать от имени всего тюркского мира.

Неэффективность институционализации «тюркского братства» проявляется в ряде совместных решений. Например, в инициативе учреждения Тюркской академии (2009 г., саммит глав тюркоязычных государств), которая должна была стать центром исследования тюркского мира. Ее удалось реализовать в 2010 г. Идея о снятии таможенных ограничений между странами союза, предложенная на первом саммите глав ССТГ в Алматы в 2011 г., не увенчалась успехом, но стал реальностью Тюркский деловой совет. По инициативе официального Нур-Султана в 2019 г. на платформе XII Астанинского экономического форума было подписано соглашение о создании Тюркской Торгово-промышленной палаты, нацеленной на содействие взаимовыгодному сотрудничеству между бизнес-сообществами тюркоязычных стран. Это индикатор того, что экономический статус Турции в регионе не изменился с 90-х гг. Как отмечает Б. Балчи, страна не является ведущим экономическим игроком в регионе, а ее усилия получают результат на векторе встраивания в сектор малого и среднего бизнеса, что позволяет укрепить отношения между людьми – гражданами Турции и центрально-азиатских республик² и способствовать продвижению турецкой культуры и идентичности.

¹ Frappi K. Central Asia's Place in Turkey's Foreign Policy // Analysis ISPI. 2013. No 225. P. 10.

² Balci B., Liles T. Turkey's Comeback to Central Asia // Insight Turkey. 2018. Vol. 20. No 4. P. 16.

Слабость позиций Турции в качестве лидера тюркского мира показал российско-турецкий конфликт в 2015-2016 гг., в ходе которого страны Центральной Азии дистанцировались от Турции. Н. Назарбаев выступил медиатором в урегулировании конфронтации, когда передал письмо Р. Эрдогана В. Путину на саммите ШОС в Ташкенте. Еще одним примером неприятия лидерства Турции стала ситуация с опальным религиозным лидером Ф. Гюленом, учебные заведения под патронатом которого Анкара требовала закрыть в странах ССТГ – Кыргызстане и Казахстане по причине выдвинутого ему обвинения в организации попытки вооруженного переворота. Руководство Кыргызстана отказалось от закрытия образовательных учреждений. С целью снижения напряженности в межгосударственных отношениях Кыргызстан применил уже отработанную схему переименования сети из 16 образовательных учреждений «Себат» в «Сапат»¹ при сохранении действующих названий университета «Ататюрк-Ала-Тоо» и школ «Silk Road» и «Cambridge». Несмотря на кризисные ситуации в 2018 г. (высказывания Р. Эрдогана во время визита С. Жээнбекова в Турцию об охлаждении отношений между двумя республиками ввиду деятельности организаций, подконтрольных гюленистам) и в 2019 г. (скандал, разразившийся во время организованного ДУМК ифтара, когда посол Турции в резкой форме выразил свое негодование в отношении присутствующего сотрудника одного из образовательных учреждений сети «Сапат», фактически выдвинув ультиматум – или официальное руководство Турции или Ф. Гюлен)² официальный Бишкек не изменил свою позицию по данному вопросу.

Эффективность имиджевого воздействия Турции проявляется больше на социуме, нежели на политической системе Кыргызстана. Принимая во внимание тот факт, что 40-50% представителей нынешнего политического истеблишмента

¹ Иванова И. Турция в Центральной Азии: партнер или соперник? // Азия и Африка сегодня. 2019. №7. С. 43.

² Геополитические аспекты безопасности Кыргызстана в свете внешнего воздействия на мусульманскую общину страны: Коллектив. монография / Отв. ред. А.Л. Салиев. Бишкек: КРСУ, 2020. С. 331, 333.

республики получили образование в турецких лицах¹, ситуация может измениться по прошествии какого-то времени, когда политическая элита полностью обновится.

Поэтому особую важность для Анкары в имиджевом политическом позиционировании приобретают механизмы воздействия на общественное мнение. На современном этапе они характеризуются доминированием религиозной компоненты. В частности, Б. Балчи отмечает, что турецкие инициативы в религиозной сфере не всегда коррелируют со светским характером государства Турции, соперничая с Ираном и Саудовской Аравией². Главным драйвером религиозного влияния Турции в Центральной Азии выступает Управление по делам религии Турции (Диянет), которое напрямую или через фонд «Туркия диянет вакфы» реализует свое присутствие в регионе в сфере религиозного образования, строительства мечетей, распространения религиозной литературы. В частности, Диянет активно участвует в строительстве и реставрации мечетей в странах региона. Одним из наиболее значительных примеров выступает строительство рассчитанной на 10 тыс. человек центральной мечети в Бишкеке, в архитектуре которой прослеживаются архитектурные черты Софийского собора в Стамбуле.

Наряду с возведением мечетей, Управление по делам религий Турции предоставило стипендии сотням центрально-азиатских студентов для прохождения обучения на факультете теологии университета Мармара, одного из старейших и престижных университетов Турции. Кроме того, Диянет способствовало открытию нескольких теологических факультетов в странах Центральной Азии: Ашхабаде, Оше и Шымкенте, – выступая таким образом в качестве одного из ключевых участников в подготовке национальных религиозных кадров стран региона. В Ошском государственном университете «Туркия диянет вакфы» организует мероприятия, в рамках которых подчеркивается важность внедрения в систему

¹ Салиев А.А. Стратегия построения всемирного халифата: способы и средства достижения целей // Геополитические проекты мировых центров сил в Центральной Азии: способы и средства достижения целей / отв. ред. А.Л. Салиев. Бишкек: КРСУ, 2019. С. 164.

² Balci B., Liles T. Turkey's Comeback to Central Asia // Insight Turkey. 2018. Vol. 20. No 4. P. 20.

религиозного образования Кыргызстана «передового опыта Турции по изучению канонов ислама»¹.

Таким образом, образ Турции в регионе как «лидера тюркского мира» не является устойчивым, что объясняется «непоследовательной» стратегией имиджевого позиционирования. У Турции отсутствует четкое видение в отношении стран «тюркского мира». Ключевым фактором неустойчивости имиджевого позиционирования являются внутривнутриполитические пертурбации, которые вызывают сдвиги во внешнеполитическом позиционировании: от региональной державы к мировому центру силы, от светского государства к центру мусульманского мира.

Негативный штрих имиджу Турции в регионе придает уверенность турецкого политического руководства в своем лидирующем положении в «тюркском мире». Существующие культурно-языковые связи и историческое наследие при отсутствии необходимого экономического базиса для подтверждения оно принимает как достаточное основание для лидерства без учета стремления центрально-азиатских республик к самостоятельному позиционированию на мировой политической арене и руководящей роли третьей стороны. Более того, страны Центральной Азии готовы принять продвигаемую Анкарой идею «тюркского братства» с признанием ею своих обязательств перед братскими народами, но без признания ее лидерства. В этих условиях воздействие Турции на политические системы стран региона по линии институциональных структур доказало свою неэффективность и отчасти компенсируется в культурно-религиозной сфере.

¹ Ибраев Б. Турецкий гамбит в Кыргызстане. 16.06.2009. URL: <https://centrasia.org/newsA.php?st=1245135060>

3.2. Использование религиозной компоненты в имиджевом позиционировании арабских стран

Республики Центральной Азии являются государствами с мусульманским большинством населения, которые сильно отличаются от обществ Ближнего Востока. В период СССР мусульмане региона жили в условиях государственного атеизма, при котором исламские традиции частично соблюдались на бытовом уровне. Преподавание суннитского ислама ханафитского мазхаба ограничивалось медресе Самарканда и Бухары, а официальное духовенство находилось под контролем государства. Т.н. «параллельный ислам» практиковался суфийскими орденами Накшбандия и Кадирия главным образом в сельской местности¹. В рамках международного образовательного сотрудничества учащиеся советских религиозных образовательных учреждений отправлялись в теологические университеты дружественных СССР Ливии и Сирии, а также известные высшие учебные заведения Египта и Иордании.

После обретения независимости центрально-азиатскими республиками перед их мусульманскими общинами встала сложность, состоящая в том, что свобода вероисповедания несет в себе не только возможности, но и новые ограничения. Как отмечает М. Пелкманс, в советский период у мусульман Центральной Азии было гораздо больше возможностей для религиозного самовыражения, чем это принято считать: религия, по сути, исчезла из общественной жизни, но у мусульман осталась свобода религиозного самовыражения на уровне «бытового ислама»: «У людей была “определенная свобода” в плане возможности самоидентификации с теми или иными религиозными традициями, что не противоречило доктринальным основам вероучений»². Как итог, к 80-м гг. для большинства центрально-азиатских мусульман ислам стал маркером этнической и культурной идентификации, когда народные традиции считались частью мусульманской традиции, а не

¹ Mirkasymov B. Salafism in Central Asia and the Northern Caucasus // Central Asia and the Caucasus. URL: https://ca-c.org/journal/2003/journal_eng/cac-03/04.mireng.shtml

² Pelkmans M. Paradoxes of Religious Freedom and Repression (Post) Soviet Contexts // Journal of Law and Religion. 2014. Vol. 29. No 3. P. 439.

совокупностью четко определенных духовных обязательств, что проявлялось в достаточно распространенном выражении «мусульманин-атеист»¹.

Свобода вероисповедания, полученная мусульманами с независимостью, поставила под сомнение правильность следования религиозным традициям, поскольку пришло осознание того, что религиозная самоидентификация должна сопровождаться вполне конкретным типом поведения. Иными словами, выход религии в публичное пространство в условиях открытости государств внешнему воздействию обусловил наложение на мусульман ограничений в социально-поведенческих практиках, которые ранее они определяли самостоятельно.

Принимая во внимание тот факт, что в советский период духовные лидеры находились под влиянием государства и не пользовались доверием населения, распад СССР обнажил проблему поиска мусульманами источников «истинного ислама», которыми оказались зарубежные исламские миссионеры, главным образом из государств арабского мира. Наиболее значительное влияние на страны Центральной Азии стали оказывать Саудовская Аравия и Катар, которые воспринимались в качестве защитников интересов мусульман, «цитадели исламского мира». Обе страны продолжают играть главенствующую роль в реализации различных геополитических инициатив в исламском мире². Как отмечают Э. Насритдинов и М. Мырзабаев, мусульмане региона идеализировали, все, что исходило из «цитадели исламского мира», «земли Пророка», в силу того, что это воспринималось в качестве аутентично исламского³.

¹ Akiner S. The Contestation of Islam in Post-Soviet Central Asia. A Nascent Security Threat // The Middle East's Relations with Asia and Russia. / eds. H. Carter and A. Ehteshami. New York: Routledge, 2004. P. 76.

² Салиев А.А. Реализация арабскими странами в Центральной Азии концепции построения «всемирного халифата» // Геополитические проекты мировых центров сил в Центральной Азии / отв. ред. А.Л. Салиев. Бишкек: КРСУ, 2018. С. 137, 141; Косач Г. Политика Саудовской Аравии на постсоветском «мусульманском» юге: цели и итоги курса // Вестник Евразии. 2005. №2. С. 158.

³ Myrzabaev M., Nasritdinov E. Saudi Influence in Kyrgyzstan: Beyond Mosques, Schools and Foundations. // URL: https://www.academia.edu/43788663/Saudi_influence_in_Kyrgyzstan_Beyond_Mosques_Schools_and_Foundations

Вместе с тем необходимо отметить три факта внешнеполитического курса арабских государств важных для понимания особенностей их имиджевого позиционирования в регионе¹:

- достижение декларируемой цели защиты мусульман во всем мире осуществляется ими через борьбу с «неверными» (индивидами, не разделяющими догм «истинного» ислама, правителями и политическими системами). Право объявления кого-то «неверным» принадлежит духовным лидерам ближневосточных монархий, а помощь оказывается через финансирование религиозно-экстремистских группировок;

- соперничество между арабскими странами за лидерство в исламском мире, поэтому оно обуславливает отсутствие единого подхода к решению большого круга вопросов регионального и глобального масштабов, что не позволяет их рассматривать в качестве «единого организма» (противостояние Катара и Саудовской Аравии);

- использование конфессиональной идентификации в качестве механизма воздействия на другие государства для решения своих национальных внешнеполитических задач (например, получить поддержку своей позиции в палестино-израильском и арабо-израильском противостоянии).

Таким образом, можно утверждать, что построение халифата не является действительной целью политики арабских государств и ислам во внешнеполитических инициативах этих государств выступает в качестве инструмента, а не цели².

Цель данного раздела состоит в том, чтобы обосновать тезис о том, что имиджевое политическое позиционирование арабских стран как «покровителей мусульманского мира» в регионе является условно эффективным в силу отсутствия разработанной стратегии и несоответствия реальных действий в отношении политических систем и обществ центрально-азиатских республик и

¹ Салиев А.А. Реализация арабскими странами в Центральной Азии концепции ... С. 140.

² Салиев А.А. Стратегия построения всемирного халифата: способы и средства достижения целей ... С. 157.

информационно конструируемого образа. Эти недостатки проявляются в сведении к минимуму взаимодействия на официальном уровне при наличии имплицитной связи между организациями, которые инициируют положительный дискурс об арабских государствах, но пропагандируют радикальные религиозные воззрения среди населения стран региона. Пропаганда радикальных исламских взглядов возрождает советские стереотипы об угрозе, которую несет в себе салафизм/ваххабизм. Рост религиозности мусульман региона вынуждает руководство государств проводить репрессивную политику в распространении радикальных исламских установок, что дает обратный эффект – рост популярности исламских радикалов и положительное отношение к арабским странам среди определенных социальных страт.

Независимость для центрально-азиатских стран сопровождалась процессом возрождения национальных и конфессиональных ценностей, а также развитием религиозного сознания. Арабские страны в силу особенностей исторического развития своих политических систем (в основном, теократические монархии), специфики государственно-конфессиональных отношений и расположенных там святынь мусульманского мира (Мекка с мечетью аль-Харам, Медина с мечетью Аль-Масджид ан-Набави, где находится могила пророка Мухаммада) позиционируют себя центральным звеном мусульманской Уммы¹. В частности, в титуле короля Саудовской Аравии присутствует наименование «Хранитель двух священных мечетей», что говорит о позиционировании имиджа королевства в качестве лидера мусульманского мира². Центрально-азиатские республики восприняли налаживание отношений с арабскими государствами как механизм вхождения в глобальную Умму³. Так, в дискурсах Н. Назарбаева и И. Каримова во время их первых официальных визитов в Саудовскую Аравию прослеживается

¹ Eilts H.F. Saudi Arabia's Foreign Policy // Diplomacy in the Middle East / ed. by L.C. Brown London: I.B Tauris & Co Ltd, 2004. P. 231.

² Казанцев А.А. «Большая игра» с неизвестными правилами: мировая политика и Центральная Азия. М., 2008. С. 324.

³ Косач Г. Политика Саудовской Аравии на постсоветском «мусульманском» юге: цели и итоги курса // Вестник Евразии. 2005. №2. С. 152-153.

отношение к монархии как к «центру мусульманского мира», взаимодействие с которым для них является важным не только с точки зрения взаимовыгодных двусторонних отношений, но и в аспекте сохранения исламской идентичности и мусульманской цивилизации, а также укрепления солидарности в исламском мире.

Данные нарративы были созвучны предложениям арабского научного сообщества по характеру выстраивания отношений со странами Центральной Азии. Согласно данным исследования Д. Вильковски, эксперты призывали арабские государства проводить скоординированную политику в отношении новых независимых государств региона с целью преодоления отчужденности от исламского мира, подъема исламского самосознания, укрепления ощущения принадлежности к всемирной мусульманской Умме. Ислам должен был занимать центральное место в этой политике. С точки зрения Всемирного комитета исламского спасения Саудовской Аравии, именно в мусульманском образовании заключается сам «дух ислама», «источник прозрения человека, благодаря которому он видит путь к спасению»¹.

Д. Вильковски на основе анализа дискуссий, развернувшихся на страницах газеты «Аль-Алам Аль-Ислами» в 90-х гг., являвшейся главным печатным рупором Лиги исламского мира, сделал вывод, что основными механизмами реализации политического позиционирования были образование и благотворительные акции. Арабские теологи призывали через образование возродить духовное исламское наследие, подорванное «атеистической коммунистической идеологией» в советский период истории².

Конкретика мероприятий по исламскому просвещению мусульманского населения стран Центральной Азии и оказанию им финансовой помощи включала в себя следующие позиции³:

¹ Косач Г. Политика Саудовской Аравии на постсоветском «мусульманском» юге: цели и итоги курса // Вестник Евразии. 2005. №2. С. 155.

² Вильковски Д. Арабо-мусульманские организации в Казахстане: внешнее воздействие на исламское обновление // Россия и мусульманский мир. 2011. №11. С. 59.

³ Там же. С. 59-61.

- отправка литературы религиозного содержания, проповедников и преподавателей, отличавшихся высокой культурой и талантом к ведению доверительного диалога и проведению исламского призыва, а также популяризация изучения арабского языка через финансирование отделений арабского языка и исламоведения в светских университетах;

- выделение учебных грантов на обучение университетах Саудовской Аравии для студентов из Центральной Азии, оказание материальной поддержки научным организациям, осуществление обмена исследователями и преподавателями;

- организация международных конференций в центрально-азиатских республиках с целью изучения особенностей религиозной ситуации в них и установления связей с местными исламскими лидерами;

- строительство социальных и культурно-религиозных объектов: больниц, школ, арабских мусульманских учебных заведений, учебно-культурных центров, оснащенных современными техническими средствами, культурных учреждений и мечетей как многофункциональных социально-религиозных центров.

Объектами воздействия были выбраны молодежь и социально-уязвимые слои населения как наиболее восприимчивые к идеям исламской солидарности. Эти категории населения должны были продолжить распространение религиозного дискурса в определенном арабскими теологами и клириками формате. Молодое поколение республик региона религия не ограничивает в развитии личности и даже подталкивает к получению качественного образования, а для жителей сельских районов религия становится одним из дополнительных механизмов консолидации и получения социальной поддержки в условиях роста социального неравенства и расцвета коррупции.

В комплексе четко вырисовывается имиджевая стратегия политических истеблишментов арабских монархий. Основном объектом воздействия стали мусульманские общины стран Центральной Азии, а не их политические системы. Арабские монархии не спешили открывать свои дипломатические представительства регионе. В частности, Саудовская Аравия открыла свои посольства в Казахстане, Узбекистане и Туркменистане лишь через несколько лет

после признания их полноценными субъектами международных отношений. Посольство в Алматы было открыто в 1996 г., а в Ташкенте – в 1997 г. В Кыргызстане и Таджикистане посольства в 90-х гг. открыты не были из-за признания Бишкеком Иерусалима столицей Израиля, а в Таджикистане началась гражданская война, в основе которой лежал религиозный фактор. В Душанбе диппредставительство Саудовской Аравии открылось только в 2010 г., а в Бишкеке годом позже, в 2011 г. Более того визиты официальных представителей арабских государств, деятелей культуры, религиозных лидеров в регион носили эпизодический и/или ознакомительный характер.

Политическая элита арабских государств оставила без внимания предложение арабского научного сообщества об усилении экономических контактов с центрально-азиатскими республиками, что должно было их мнению предотвратить экономическое давление на страны региона со стороны других внешних акторов. Экономическая поддержка ослабила бы их дистанцирование от исламского мира. Инициаторами развития экономического взаимодействия выступали сами республики Центральной Азии. При этом заключаемые экономические соглашения зачастую были рамочными и не всегда реализовывались. По мнению экспертов, нежелание арабских государств развивать экономические связи были обусловлены двумя главными причинами: имея устоявшиеся торгово-экономические связи с развитыми странами, сотрудничество со слабыми экономиками было невыгодно; одним из приоритетных направлений инвестирования в странах Центральной Азии является сектор добычи углеводородов, что также не привлекало арабские монархии, которые сами владеют большей частью прибыли от добычи нефтепродуктов на мировом рынке¹. Те лица из стран Персидского залива, которые посещали страны Центральной Азии в начале 90-х гг. и представлялись предпринимателями, пользующимися поддержкой высокопоставленных чиновников в своих государствах, зачастую

¹ Восточный вектор внешней политики Кыргызстана: Азиатско-тихоокеанский регион и Ближний Восток / Под ред. А.Л. Салиева. Бишкек: КРСУ, 2011. С. 235.

занимались незаконным ведением бизнеса, что наносило вред двусторонним межгосударственным отношениям¹.

В этих условиях укрепление культурно-конфессиональных связей превратилось в ключевой механизм легитимации их активности в Центрально-Азиатском регионе. В официальных заявлениях подчеркивался вклад центрально-азиатских ученых и имамов в развитие мусульманской цивилизации – Абу Абдаллы аль-Бухари, Муслима Нишапури, Абу Исы ат-Термези, Абу Дауда ас-Саджахани, Абу Зара ар-Рази, Ас-Сархаси, Аль-Бейхаки и др.² При этом акцентировалось внимание на том, что создание и распространение трудов этих ученых определялось влиянием мусульманской культуры и распространением арабского языка, носителями которых в VIII в. стали арабские племена, превратившие Самарканд, Бухару и Термез в центры исламской мысли региона³.

Однако, как отмечают эксперты, политика арабских государств в отношении Центральной Азии выстраивалась стихийно при отсутствии разработанных стратегий и программ действий, а также четкого представления о специфике политических систем, религиозных и мировоззренческих особенностей⁴. Наиболее заметным фактором влияния арабских стран является поддержка процесса исламизации населения стран Центральной Азии. Первыми символическими действиями Саудовской Аравии в этом отношении стали⁵:

- отправка в регион одного миллиона экземпляра Корана, а также иных книг религиозного содержания;
- содействие в проведении хаджа для паломников из стран Центральной Азии;
- организация в городах центрально-азиатских республик семинаров наставниками из Исламского университета имама Мухаммада ибн Сауда;

¹ Восточный вектор внешней политики Кыргызстана: Азиатско-тихоокеанский регион... С. 236-237.

² Косач Г. Политика Саудовской Аравии на постсоветском «мусульманском» юге: цели и итоги курса // Вестник Евразии. 2005. №2. С. 153.

³ Там же. С. 153-154.

⁴ Там же. С. 162.

⁵ Там же. С. 155.

– реставрация и строительство мечетей (по данным Всемирного комитета исламского спасения Саудовской Аравии, только в период с 1993 по 1997 он оказал помощь в строительстве 110 мечетей в регионе.) и религиозных институтов.

Особую активность в области религиозного образования и оказания гуманитарной помощи населению начали играть государственные структуры, многочисленные арабские частные и государственные благотворительные фонды, действия которых плохо контролировались республиками Центральной Азии. Всемирная исламская благотворительная организация, штаб-квартира которой расположена в Эль-Кувейте, через Комитет мусульман Азии как одной из важных ее структурных единиц (деятельность сфокусирована на России и странах Центральной Азии), профинансировала строительство более 20 мечетей, систем обеспечения питьевой водой, а также два детских дома в Южно-Казахстанской области¹. Не менее активны в гуманитарно-религиозной сфере и саудовские фонды и благотворительные организации. Всемирная ассоциация исламской молодежи, являясь проводником гуманитарной миссии Лиги исламского мира и ориентируясь на молодежь как целевую группу распространения исламского призыва, активно участвует в организации конференций и семинаров, возведении воспитательно-образовательных учреждений, выделении стипендий и грантов студентам, оказании финансовой поддержки исламским молодежным организациям, а также налаживании системы преподавания арабского языка (распространение арабоязычной религиозной литературы, организация летних курсов арабского языка)². По аналогичной схеме в Кыргызстане действовал первый саудовский благотворительный фонд «Аль-Вакф аль-Ислами», который был открыт в 1993 г. шейхом Абу Хасан Мунтасиром и активно функционировал вплоть до 2010 г. Фонд спонсировал создание Исламского университета, выделял средства на выплату заработной платы его учителям из числа местных граждан, а также организацию

¹ Вильковски Д. Арабо-мусульманские организации в Казахстане: внешнее воздействие на исламское обновление // Россия и мусульманский мир. 2011. №11. С. 63.

² Там же. С. 63, 65.

лекций преподавателей из Саудовской Аравии и отправку студентов на обучение в университеты Мекки и Медины.

Однако эти символические действия по поддержке имиджевого политического позиционирования стран арабского мира противоречили их реальным действиям. С одной стороны, данные мероприятия помогали в оформлении системы религиозного образования и активизации локальных мусульманских центров в центрально-азиатских республиках, учитывая возросший спрос и интерес населения к религии и отсутствие собственного кадрового резерва в религиозном просвещении. Население и политическое истеблишмент стран региона лояльно относилось к деятельности арабских религиозных центров. По мнению Э. Насритдинова и М. Мырзабаева, «люди были “голодны” как в аспекте религиозных знаний, так и духовного развития, а саудовские религиозные и благотворительные организации предлагали “пищу” для удовлетворения этого голода»¹.

Однако постепенно стало кристаллизоваться разрушительное воздействие арабского меценатства, пожертвования больших сумм денег на строительство мечетей, бесплатное обучение студентов из Центральной Азии в арабских странах. Во-первых, особенность обучения состоит в том, что оно нацелено на трансформацию религиозного мировоззрения верующих против шиизма и воспитание поколения мусульман в странах Центральной Азии, разделяющих их религиозную риторику и поддерживающих политику арабских стран, противостоящих влиянию Ирана². По мнению П. Марра, внешняя политика Саудовской Аравии базируется не на исламской солидарности, а на завуалированных мотивах защиты национальных интересов и национальной безопасности, предполагающих экспорт идей ваххабизма в целях минимизации

¹ Myrzabaev M., Nasritdinov E. Saudi Influence in Kyrgyzstan: Beyond Mosques, Schools and Foundations. // URL: https://www.academia.edu/43788663/Saudi_influence_in_Kyrgyzstan_Beyond_Mosques_Schools_and_Foundations

² Салиев А.А. Реализация арабскими странами в Центральной Азии концепции построения «всемирного халифата» // Геополитические проекты мировых центров сил в Центральной Азии / отв. ред. А.Л. Салиев. Бишкек: КРСУ, 2018. С. 143.

угрозы роста популярности шиизма, центром которого выступает Иран как ее главный региональный оппонент¹. Например, Эр-Рияд поддержал светский режим в Багдаде во время ирано-иракской войны 90-х гг. Из недавних событий следует особо отметить, что несмотря на то, что верховный муфтий королевства осудил ИГИЛ, подчеркивая, что оно «использует идеи экстремизма, терроризма и радикализм, которые не имеют никакого отношения к исламу», другие представители правящего класса Саудовской Аравии не стали подвергать эту организацию жесткой критике из-за того, что она стоит в твердой оппозиции шиизму и отстаивает необходимость приверженности правоверных мусульман аутентичным практикам ислама².

Примеры негативного воздействия на мусульманские общины стран региона действий образовательных центров, спонсируемых арабскими государствами, хорошо иллюстрируются исследованиями Ф. Хейат. Она проводила их в образовательном центре г. Ош. Он финансировался Саудовской Аравией («Общество Имана Бахита»), где пропагандировались антишиитские установки. Один из ее интервьюеров заявил, что «шииты – это враги правоверных мусульман»³.

В учебных заведениях, спонсируемых арабскими странами, зачастую возникает дискурс об отступлении местных религиозных школ от «истинного ислама», т.е. той интерпретации ислама, которая принята в арабских государствах. По сути, это такфиристская версия ислама, адепты которого отрицают национальные особенности исламских традиций и обвиняют местных мусульман в неверии, что ведет к блокированию конструктивного внутримусульманского диалога, отказу от гармоничного сосуществования с представителями других

¹ Marr P. Iraqi Foreign Policy / Diplomacy in the Middle East / ed. L.C. Brown. London: I.B Tauris & Co Ltd, 2020. P. 224.

² Armstrong K. Wahhabism to ISIS: How Saudi Arabia Exported the Main Source of Global Terrorism. 27.11.2014. URL: <https://www.newstatesman.com/world-affairs/2014/11/wahhabism-isis-how-saudi-arabia-exported-main-source-global-terrorism>

³ Heyat F. Reislamisation in Kyrgyzstan: Gender, New Poverty and the Moral Dimension // Central Asia Survey. 2004. Vol. 23. No 3-4. P. 284.

конфессий и отрицанию легитимности светского государства¹. В г. Шымкенте в 90-х гг. большую популярность среди молодежи приобрело общественное объединение «Ыкылас», которое было создано при финансовой поддержке Катарского благотворительного фонда. На средства указанного фонда активистам «Ыкылас» удалось построить интернат для постоянного проживания молодых людей из малообеспеченных семей. Специфика интерната состояла в том, что там преподавали арабский язык миссионеры из Иордании и Египта, которые, как позднее выяснилось, были адептами «Братьев мусульман». Проповедники через преподавание языка внушали идеи возрождения халифата и нелегитимности светского правления².

В качестве еще одного примера негативного влияния арабских благотворительных фондов на религиозное образование выступает кейс Международного Казахско-Арабского университета, который во второй половине 90-х гг. в целях расширения своих финансовых возможностей и улучшения кадрового потенциала заключил договоры о сотрудничестве с международной организацией «Таиба», фондом «Ибрагим бен Абд аль-Азиз аль-Ибрагим» и вышеупомянутым Катарским благотворительным фондом. На базе университета был открыт факультет религиоведения, а в профессорско-преподавательский состав были включены преподаватели из Египта, Йемена, Судана, которые стали обучать студентов не только арабскому языку, но и основам шариата. Это послужило причиной реформирования университета, в результате чего было сокращено преподавание арабского языка, факультет религиоведения упразднен, а название университета изменено на Университет «Отар»³.

По аналогичной схеме преподавание арабского языка осуществлялось в созданной на средства кувейтского Общества социальных реформ Южно-Казахстанской гуманитарной академии (ЮКГА). Она имеет статус частного

¹ Салиев А.А. Стратегия построения всемирного халифата: способы и средства достижения целей ... С. 158-159.

² Вильковски Д. Арабо-мусульманские организации в Казахстане: внешнее воздействие на исламское обновление // Россия и мусульманский мир. 2011. №11. С. 68.

³ Там же.

светского высшего учебного заведения. ЮКГ привлекла внимание со стороны не только Министерства образования Казахстана, которое выявило низкий уровень знаний учащихся, но и правоохранительных органов. Закрытость учебного заведения, требования соблюдения определенного дресс-кода, принятого в арабских странах, включение Общества социальных реформ в российский список террористических организаций¹ – все это стало предметом разбирательства.

Политическая элита и научное сообщество арабских государств относилось к мусульманам центрально-азиатского региона как к пребывающим в состоянии джахилии (варварства и невежества), в котором пребывали жители Аравийского полуострова до того, как они познакомились с учением Мухаммада ибн Абд аль-Ваххаба. Вина за состояние джахилии центрально-азиатских республик возлагалась как на советское атеистическое руководство, так и на лояльных этому руководству духовных лидеров, которые фактически исполняли волю «безбожного государства»². Только арабские миссионеры обладают знаниями «истинного ислама», которые они считают своим долгом распространить в глобальной Умме и избавить праведных мусульман от беда – всех «неправильных» наслоений, которые стали органической частью их культурно-конфессиональной жизни. Это, в свою очередь, подрывает традиционный исламский плюрализм³.

В-третьих, стала прослеживаться связь между деятельностью радикально-религиозных группировок и их финансово-идеологической их поддержкой монархиями Персидского залива, а также состоятельными гражданами этих стран⁴. Примечательно, что данный процесс был запущен еще в советский период, когда в 80-е гг. возникли первые подпольные исламистские ячейки на территории Ферганской долины. Их адепты были, как правило, выходцами из подпольных

¹ Вильковски Д. Арабо-мусульманские организации в Казахстане: внешнее воздействие на исламское... С. 69.

² Косач Г. Политика Саудовской Аравии на постсоветском «мусульманском» юге: цели и итоги курса // Вестник Евразии. 2005. №2. С. 154.

³ Armstrong K. Wahhabism to ISIS: How Saudi Arabia Exported the Main Source of Global Terrorism. 27.11.2014. URL: <https://www.newstatesman.com/world-affairs/2014/11/wahhabism-isis-how-saudi-arabia-exported-main-source-global-terrorism>

⁴ Эсенаманова Н. Исламские ориентиры Кыргызстана: роль зарубежных религиозных течений // Центральная Азия и Кавказ. 2015. Т. 18. Вып. 3-4. С. 223.

школ, в которых помимо арабской графики преподавались и каноны «истинного ислама». Со второй половины 80-х гг. из-за ослабления контроля со стороны государства стремительно увеличилось число религиозных учебных заведений и медресе¹. Параллельно осуществлялось усиление их контактов с зарубежными мусульманскими организациями, прежде всего, с Саудовской Аравией. В результате таких контактов происходило изменение не только характера функционирования этих центров, но и их идеологии – усиливалось влияние ханбалитской школы (мазхаба) суннизма, гораздо более радикального, нежели традиционный для народов Центральной Азии ханафитский мазхаб². Так, лидер нелегальной исламистской организации «Возрождение исламской молодежи», а в последующем Объединенной таджикской оппозиции Саид Абдулло Нури получил религиозное образование именно в одной из таких подпольных школ. В Узбекистане в период с 1989 по 1992 гг. были созданы такие сильные радикальные исламистские организации, как Партия исламского возрождения, «Адолат», «Ислам лошкари», «Товба», «Халифатчылар» и «Нур»³. Кроме того, Саудовская Аравия напрямую финансировала такие группировки как «Хамас» и «Братья мусульмане» на Ближнем Востоке. Частные саудовские фонды спонсировали движение моджахедов в 80-х гг. с последующим установлением дипломатических отношений с Талибаном. Местное население и политический истеблишмент стран Центральной Азии постепенно стали понимать разрушительность деятельности арабских фондов, которые распространяли радикальных идей⁴. Причины поддержки Саудовской Аравией радикальных организаций, по мнению П. Муллоджанова, коренились в необходимости решения внутрисполитических проблем королевства, связанных с радикализацией местного населения, путем

¹ Akiner S. The Contestation of Islam in Post-Soviet Central Asia. A Nascent Security Threat // The Middle East's Relations with Asia and Russia. / eds. H. Carter and A. Ehteshami. New York: Routledge, 2004. P. 77.

² Князев А. Ваххабизм и другие течения радикального ислама в Центральной Азии. URL: <http://ctaj.elcat.kg/tolstyj/e/e003.htm#2>

³ Курбанова Н.У. Религия в общественно-политической жизни Кыргызстана на рубеже XX-XXI вв. Бишкек, 2010. С.211.

⁴ Казанцев А.А. «Большая игра» с неизвестными правилами: мировая политика и Центральная Азия. М., 2008. С. 325.

перенаправления фокуса внимания радикально настроенной молодежи с внутренних проблем на проблемы глобальной Уммы. Отсюда поощрение молодых людей со стороны правительства вступать в ряды военизированных организаций, действующих в различных уголках мира для восстановления справедливости¹.

Обозначенные реальные действия арабских стран, контрастирующие с выстраиваемым ими образом «покровителей мусульманского мира», обусловили неэффективность арабского имиджа из-за его противоречивости, которую достаточно сложно доказать. Сложность обусловлена двумя моментами:

- сложно отследить источники и реципиентов финансовых потоков, поступающих из стран арабского мира, поскольку они: имеют смешанный характер (средства из фондов Саудовской Аравии, Катара и Кувейта могут поступать одним потоком, когда используются каналы друг друга в случае, если деятельность одного из фондов была ограничена)²; деятельность не всех фондов имеет негативные последствия, но установить точный критерий для определения какие из фондов и благотворительных организаций пока не представляется возможным;

- происходит усложнение исламского поля республик, когда среди приверженцев салафизма/ваххабизма возникают группы, значительно различающиеся между собой по своим воззрениям на государственно-конфессиональные отношения и в целом интерпретации религиозных текстов, что не позволяет их однозначно квалифицировать в качестве радикалов, имеющих специфическое понимание исламских догматов³.

Результатом такой неопределенности становятся – актуализация репрессивной политики государства в отношении граждан, которые демонстрируют нетрадиционные формы объективации религиозности, и усиление контроля над арабскими благотворительными организациями. Зачастую такие

¹ Парвиз Муллоджанов: Постсоветская Средняя Азия и мусульманский мир: салафизация как инструмент геополитики. 21.04.2017. URL: <https://cabar.asia/ru/parviz-mullodzhanov-postsovetskaya-srednyaya-aziya-i-musulmanskiy-mir-salafizatsiya-kak-instrument-geopolitiki/>

² Казанцев А.А. «Большая игра» с неизвестными правилами: мировая политика ... С. 326.

³ Montgomery D. Namaz, Wishing Trees, and Vodka: The Diversity of Everyday Religious Life in Central Asia // *Everyday Life in Central Asia: Past and Present* / ed. J. Sahadeo, R. Zanca. Bloomington: Indiana University Press, 2007. P. 359.

шаги правительства приводят к разрастанию подпольных ячеек экстремистских-такфиристских организаций, имеющих поддержку из арабских стран, гонений на нетрадиционные религиозные течения, которые способны конкурировать с ними¹.

За время деятельности арабских фондов и организаций формируется фрагментированное религиозное поле республик региона. Параллельно возрождению общественных стереотипов советского периода, отождествлявших изменение во внешнем виде верующих с салафизмом/ваххабизмом, которые несли в себе ассоциации с внешним негативным воздействием², формируются группы граждан положительно оценивающих деятельность арабских стран. Мотивацией служили бенефиции, которые они получают от арабских фондов и организаций: стипендии во время обучения в арабских вузах, финансовая поддержка после возвращения на родину, помощь в трудоустройстве (преподавание в медресе, должность имама в мечетях, построенных на средства, поступившие из стран Аравийского полуострова)³.

Таким образом, имиджевое политическое позиционирование арабских стран в Центральной Азии может быть охарактеризовано как условно эффективное в силу отсутствия разработанной стратегии и в большей степени приближается к характеристике – «непоследовательное». Центральным элементом конструируемого ими образа выступает ислам как исторически сформированная основа их политической системы и социокультурной жизни. При этом именно историческая детерминированность обуславливает легитимность их притязаний на статус «покровителей исламского мира». Проблема данного образа состоит в том, что он не соответствует реальным действиям арабских государств в регионе. Интересы арабских стран сфокусированы на стабилизации их внутривнутриполитической

¹ Салиев А.А. Стратегия построения всемирного халифата: способы и средства достижения целей ... С. 159.

² McBrien J. Mukadas's Struggle: Veils and Modernity in Kyrgyzstan // The Journal of the Royal Anthropological Institute. Islam, Politics, Anthropology. 2009. Vol. 15. P. 135.

³ Myrzabaev M., Nasritdinov E. Saudi Influence in Kyrgyzstan: Beyond Mosques, Schools and Foundations. // URL: https://www.academia.edu/43788663/Saudi_influence_in_Kyrgyzstan_Beyond_Mosques_Schools_and_Foundations

ситуации и конкуренцией за лидерство на Ближнем Востоке. Поэтому нет сбалансированной стратегии, минимальные контакты на официальном уровне и в экономической сфере. Благотворительные фонды и организации, деятельность которых достаточно сложно контролировать, превратились в ключевые инструменты продвижения образа стран арабского мира. Полулегальная деятельность этих фондов формирует достаточно противоречивый характер представлений об арабских странах среди политиков и граждан центрально-азиатских республик. Социальная значимость, положительная оценка меценатства и помощи в социализации в глобальной Умме нивелируются актуализацией идей о не легитимности светских режимов в республиках, которые могут сопровождаться призывами к насильственной смене власти. Необходимость формирования адекватного ответа на вызовы национальной безопасности обуславливает репрессивную политику государств и возрождение в обществе советских стереотипов о взаимосвязи внешних атрибутов ислама и радикальных религиозных воззрений в условиях, когда отсутствуют четкие критерии в определении носителей радикализма. Все в целом приводит к росту числа людей, положительно оценивающих политику арабских стран и готовых принять радикальные религиозные воззрения, что в определенной мере можно рассматривать как достижение цели имиджевого политического позиционирования стран Аравийского полуострова.

3.3. Взаимодействие стратегий имиджевого политического позиционирования глобальных и региональных акторов в процессах внешнеполитического воздействия на страны Центральной Азии

Окончание холодной войны позволило ряду акторов международных отношений усилить свои позиции и масштабы присутствия в различных регионах. В этом отношении Центральная Азия превратилась в регион особого академического интереса, представляя собой площадку взаимодействия и реализации национальных интересов нескольких центров сил.

Проведенный анализ стратегий имиджевого политического позиционирования внешних акторов в Центральной Азии показывает, что страны региона вовлечены в масштабные политические процессы в глобальном и евразийском пространствах. В современных условиях внешнее вмешательство осуществляется как результат реализации стратегий имиджевого позиционирования. Привлекательность образа внешних акторов играет особую актуальность, принимая во внимание отсутствие региональной идентичности и безуспешные внутрирегиональные интеграционные проекты в Центральной Азии.

Ни один из внешних акторов до сих пор не разработал эффективную стратегию своего имиджевого политического позиционирования в регионе. Проблемы с восприятием их образов и усиления их позиций во многом обусловлены приверженностью курсу многовекторной внешней политики центрально-азиатских республик. Национальные интересы и потребности модернизации социально-экономических и политических отношений в странах региона нуждаются в доступе к материальным, финансовым, политическим и прочим ресурсам внешних акторов.

Цель данного параграфа состоит в том, чтобы доказать тезис о том, что в Центральной Азии взаимоотношения внешних акторов в контексте их имиджевого политического позиционирования не носят открытого конфронтационного характера и сопровождаются тактической кооперацией, когда один образ используется для усиления другого, позволяя укрепить позиции внешних акторов.

Это обусловлено двумя факторами: стратегией «множественной ответственности» центрально-азиатских республик и различными конструируемыми ими имиджами и лимитами их воздействия. Выделено три ключевых типа неконфронтационного взаимодействия внешних акторов: кооперация, предоставление возможностей, подражание.

Центрально-азиатскими республиками используются как формальные, так и неформальные инструменты многовекторной политики. Формальные механизмы поддержания стабильности политических режимов региона с внешними акторами представлены попытками манипулирования вопросами суверенитета. По мнению А. Кули и Х. Спрута, суверенитет в системе международных отношений не является абсолютным, целостным феноменом, что позволяет государствам, особенно молодым и слабым, вступать в т.н. «неполные контракты» с другими государствами, передавая им часть своих суверенных прав и требований как часть их инструментария выстраивания внешнеполитических отношений¹. Иными словами, суверенитет используется как товар для реализации интересов правящих режимов стран региона. Р. Эллисон отмечает, что именно императив сохранения стабильности политического режима обуславливает позицию одновременного «следования» за несколькими внешними акторами, что позволяет минимизировать влияние различных типов угроз положению и легитимности политических элит. Отсюда и одновременное встраивание в различные интеграционные проекты, что приводит к появлению «защитной интеграции» – институциональная кооперация между республиками региона и внешними акторами, которая позволяет защитить от интервенционистских действий других акторов².

Неформальные инструменты многовекторной политики центрально-азиатских стран включают в себя, прежде всего, местные коррупционные механизмы, открывающих возможности незаконного обогащения правящего

¹ Cooley A., Spruyt H. Contracting States. Sovereign Transfers in International Relations. Princeton: Princeton University Press, 2009. P. 19.

² Allison R. Virtual Regionalism, Regional Structures and Regime Security in Central Asia // Central Asia Survey. 2008. Vol. 27. No 2. P. 202.

режима¹. Кроме того, к этому типу инструментов следует отнести и коррупционные механизмы, встроенные в международные институты глобальной системы политической экономики².

В Центральной Азии внешние силы сталкиваются с проблемой «множественности патронов» или «множественной ответственности», суть которой состоит в том, что наличие нескольких внешних лидеров дает возможность объектам их влияния манипулировать и уклоняться от своих индивидуальных обязательств перед любым из лидеров, ослабляя таким образом общий контроль объективно более сильных внешних акторов³.

Как результат такого манипулирования в регионе параллельно реализуется несколько интеграционных инициатив, участие в которых для центрально-азиатских государств на данном этапе не основано на принципе взаимоисключения. Вместе с тем, и сами внешние акторы не исключают возможности кооперации с одними акторами и усиления сдержанной конфронтации с другими. По сути, в данном отношении можно оперировать понятиями «новой большой игры», введенной А. Кули, и «множественной гегемонии» Р. Дейермонда.

Новый формат «Большой игры», которая была предложена Р. Киплингом состоит в том, что в нее вовлечено гораздо больше внешних акторов, действующих в системе современного международного права. Центрально-азиатские республики являются полноценными участниками системы международных отношений и имеют свои интересы, которые влияют на эффективность имиджевого политического позиционирования внешних акторов (в рамках «множественной ответственности»). Установление контроля над регионом не предполагает физического контроля и открытого военного противостояния, а нацелено на

¹ Cooley A. Great Games, Local Rules. New York: Oxford University Press, 2012. P. 21; Toktomushev K. Kyrgyzstan – Regime Security and Foreign Policy. Abingdon: Routledge, 2017. P. 86.

² Cooley A., Heathershaw J. Dictators without Borders. Power and Money in Central Asia. New Haven and London: Yale University Press, 2017. P.22.

³ Cooley A. Great Games, ... P. 9.

формирование системы предсказуемости поведения центрально-азиатских республик и переориентацию региона в требуемом направлении¹.

Другими словами, значимость региона для внешних акторов обусловлена не декларируемыми угрозами, которые несет в себе трансграничный терроризм (проблематика Афганистана) или религиозный экстремизм (экстремистские военизированные организации). А факт, что Центральная Азия – это площадка взаимодействия множества акторов и никто из них не может в среднесрочной перспективе занять в Центральной Азии доминирующую позицию. Поэтому возникает необходимость учета влияния и возможные ответные меры оппонентов². В настоящее время главная задача внешних акторов состоит в том, чтобы предотвратить сценарий установления контроля над регионом одним из конкурентов³.

Основываясь на факте невозможности установления абсолютного лидерства внешних акторов, концепт «множественной гегемонии» отражает их вынужденное взаимодействие и поддержание статус-кво, представленных в центрально-азиатском регионе. Согласно Р. Дейермонду, гегемония на глобальном уровне создает препятствия для интересов региональных гегемонов, но не обязательно предполагает их уничтожение в ходе конфронтации. В определенных условиях наличие региональных гегемонов выступает даже желательным обстоятельством для реализации своих интересов глобальным гегемоном⁴. По его мнению, если интересы всех лидеров на всех уровнях не противоречат друг другу, то течение политических процессов подобны матрешке. Если же интересы гегемонов,

¹ Cooley A. Great Games, Local Rules ... P. 5.; Kavalski E. Uncovering the “New” Central Asia: The Dynamics of External Agency in a Turbulent Region // The New Central Asia. The Regional Impact of International Actors / ed. E. Kavalski. Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2010. P. 16.

² Ермаков С.М. Политика США и НАТО на постсоветском пространстве // Проблемы национальной стратегии. 2010. № 1(2). С. 83.

³ Eroyan A., Kolpak E., Litvinova S., Gusakov N., Ryazantsev S. Spatial-Economic and Geopolitical Interests of Russia, the USA and China in Central Asia: Competition, Coincidence of Wants and Strategies in a Changing World // International Review of Management and Marketing. 2016. No 6(S6). P. 199.

⁴ Deyermond R. Matrioshka Hegemony? Multi-Levelled Hegemonic Competition and Security in PostSoviet Central Asia // Review of International Studies. 2009. Vol. 35. No 1. P. 157.

расположенных на разных уровнях, противоречат друг другу в отдельно взятом регионе, то в данной ситуации наблюдается параллельное существование конфронтационных и кооперационных тенденций.

Анализ показал, что механизмы взаимодействия внешних акторов в Центральной Азии представлены тремя формами и выстраиваются в рамках их имиджевого позиционирования: кооперация, предоставление возможностей и подражание.

Кооперация. Взаимодействие между США и ЕС можно рассматривать в качестве ключевого кейса кооперации в регионе, несмотря на отсутствие координационных механизмов и платформы для обсуждения ситуации в Центральной Азии по примеру диалога США-ЕС по Азиатско-Тихоокеанскому региону и регулярному обмену информацией по Ближнему Востоку и Северной Африки. Следует особо подчеркнуть, что несмотря на особенности внешнеполитического инструментария, США и ЕС являются ключевыми союзниками друг другу¹.

Кооперация объяснима тем, что в основе конструируемых ими имиджей лежит приверженность либерально-демократическим принципам. В недавно презентованной стратегии США «Стратегия США в отношении Центральной Азии 2019-2025: Продвигая независимость и экономическое процветание» четко прослеживается образ «либерального миссионера». В качестве первостепенной задачи своей политики в регионе по содействию суверенитету и независимости центрально-азиатских республик США выделяет средства в рамках программ по усилению демократических институтов². Образ «гражданской державы» ЕС проявляется в гибком подходе при определении сфер оказания помощи странам региона³, а также финансовая поддержка инициатив в сферах: верховенство права,

¹ Акматалиева А.М. Эволюция трансатлантических отношений сквозь призму секьюритизации // Вестник КРСУ. 2010. Т.10. №10. С. 67.

² United States Strategy for Central Asia 2019-2025. Overview. Advancing Sovereignty and Economic Prosperity. February 5, 2020. URL: <https://www.state.gov/united-states-strategy-for-central-asia-2019-2025-advancing-sovereignty-and-economic-prosperity/>

³ Dzhuraev E., Muratalieva N. The EU Strategy on Central Asia: To the Successful Implementation of the New Strategy. Bishkek: Friedrich Ebert Foundation, 2020. P. 3.

защита окружающей среды, управление водными ресурсами, торговлей и границами¹. Официальные представители ЕС особо подчеркивают тот факт, что ЕС является ведущим партнером Центральной Азии по развитию и уже выделил странам региона в период между 2014 и 2020 гг. более 1 млрд евро.

Нацеленность на сотрудничество, отраженная в этих документах, прослеживается в общности взглядов на важность сохранения многовекторности стран региона. В стратегии США указывается, что главным императивом политики США в регионе выступает оказание помощи в «построении стабильной и процветающей Центральной Азии», когда государства свободны в выборе своих партнеров для реализации своих интересов в сфере политики, экономики и безопасности, в построении Центральной Азии, которая связана с глобальными рынками и пользуется иностранными инвестициями, в построении Центральной Азии, где функционируют сильные демократические институты, а также реализуются принципы верховенства права и уважения прав человека².

Новая стратегия ЕС в отношении Центральной Азии «ЕС и Центральная Азия: новые возможности для сильного партнерства», презентованная в 2019 г., одним из ключевых понятий в аспекте видения характера взаимодействия с государствами региона определила «неисключительное партнерство» (nonexclusive partnership)³. По мнению экспертов, оно предполагает: взаимовыгодное сотрудничество в регионе с третьими заинтересованными акторами там, где для этого есть возможности⁴, в частности, с Китаем в рамках ОПОП и Россией в рамках

¹ The European Union and Central Asia: New Opportunities for a Stronger Partnership. May 2019. URL: https://ec.europa.eu/international-partnerships/news/european-union-and-central-asia-new-opportunities-stronger-partnership_en

² United States Strategy for Central Asia 2019-2025. Overview. Advancing Sovereignty and Economic Prosperity. February 5, 2020. URL: <https://www.state.gov/united-states-strategy-for-central-asia-2019-2025-advancing-sovereignty-and-economic-prosperity/>

³ The EU's New Central Asia Strategy. January 2019. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/633162/EPRS_BRI\(2019\)633162_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/633162/EPRS_BRI(2019)633162_EN.pdf)

⁴ Колесникова Л.С. Новая стратегия Европейского Союза в Центральной Азии и её влияние на евроазиатскую интеграцию // Постсоветские исследования. 2020. Т.3. № 2. С. 142.

ОДКБ¹, а также с США по афганской проблематике²; поддержание уровня осведомленности в случаях необходимости совершения геополитических балансировок³.

Вторым индикатором общности взглядов и подходов к региональной проблематике выступают позиции США и ЕС по Афганистану. С 2015 г. Афганистан уже не фигурирует в качестве центрального звена разрабатываемых Вашингтоном региональных стратегий. Содержание встреч глав внешнеполитических ведомств США и центрально-азиатских государств в формате диалоговой платформы «C5+1», предложенной США в 2015 г., а также положения «Стратегии США в отношении Центральной Азии 2019-2025: Продвигая независимость и экономическое процветание», сфокусированы исключительно на продвижении сотрудничества центрально-азиатских республик с Афганистаном, а не интеграции с ним, как механизме стабилизации внутриафганской ситуации и минимизации угроз для региона в целом. В этом отношении акцент делается на реализацию проектов CASA-1000 (экспорт электроэнергии из Кыргызстана и Таджикистана в Афганистан и Пакистан) и «Лазуритовый коридор» (система транспортного сообщения между Афганистаном, Туркменистаном, Азербайджаном, Грузией Турцией с выходом на европейский рынок). О возможности же включения Афганистана в качестве участника «C5+1» и ее трансформации в «C6+1» основатель Института Центральной Азии и Кавказа при Университете им. Джона Хопкинса Ф. Старр в начале 2019 г. отмечал, что инициатива должна исходить исключительно от пяти стран Центральной Азии⁴.

Аналогичный подход прослеживается и в позиции Брюсселя. Так, в новой региональной стратегии ЕС указывается на важность восстановления экономики

¹ Boonstra J. New EU Strategy for Central Asia: First reactions // EUCAM Watch. June 2019. Issue 21. URL: <https://eucentralasia.eu/2019/06/new-eu-strategy-for-central-asia-first-reactions/>

² The EU's New Central Asia Strategy. January 2019. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/633162/EPRS_BRI\(2019\)633162_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/633162/EPRS_BRI(2019)633162_EN.pdf)

³ Bossuyt F. New EU Strategy for Central Asia: All about Balance // The Diplomat. July 2, 2019. URL: <https://thediplomat.com/2019/07/new-eu-strategy-for-central-asia-all-about-balance/>

⁴ Frederick Starr: For Central Asian States the Regional Cooperation is Important, But Not Integration and Loss of Sovereignty. February 7, 2019. URL: <https://cabar.asia/en/frederick-starr-for-central-asian-states-the-regional-cooperation-is-important-but-not-integration-and-loss-of-sovereignty>

Афганистана с использованием его транзитного потенциала через сотрудничество с центрально-азиатскими республиками, что, по сути, должно принести дивиденды и странам региона. В качестве приоритетных проектов называются CASA-1000, и ТАРІ (газопровод Туркменистан – Афганистан – Пакистан – Индия)¹.

Представляется, что данная кооперация имеет определенные выгоды для обеих сторон. Для США ее важность состоит в возможности дистанцироваться от негативных представлений о нем, как о «либеральном миссионере», действующем в фарватере унилатерализма. Этого можно добиться за счет: а) поддержки со стороны ЕС, образ которого как «гражданской силы» имеет положительную коннотацию в силу оказания социально-экономической поддержки населению при решении вопросов либерализации политической системы через диалог с политическим истеблишментом; б) вовлеченности ЕС в процесс урегулирования внутриафганского кризиса. В свою очередь, для ЕС данная кооперация имеет положительное значение потому, что он продолжает присутствовать в регионе, который важен в аспекте обеспечения энергетической безопасности.

Предоставление возможностей. Данный тип неконфронтационного взаимодействия внешних акторов в Центральной Азии является наиболее распространенным. Например, через призму данного подхода можно рассматривать взаимодействие Китая и ЕС. Основы корреляции их типов имиджевого политического позиционирования опираются на декларируемую обеими сторонами приверженность принципам взаимовыгодного развития. В случае с ЕС это выражается в концепции «мягкой безопасности», а в случае с КНР – в концепции «мирного подъема». Согласно «Совместному обращению, направленному в Европейский парламент, Европейский совет, Европейскому экономическому и социальному комитету, Комитету по делам регионов и Европейскому инвестиционному банку» Европейской комиссией и Верховным представителем ЕС по внешней политике и вопросам безопасности в 2018 г., развитие связей между Азией и Европой не являются взаимоисключающими. Если

¹ The EU's New Central Asia Strategy. January 2019. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/633162/EPRS_BRI\(2019\)633162_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/633162/EPRS_BRI(2019)633162_EN.pdf)

Пекин развивает транспортную инфраструктуру, то Брюссель, не имея таких же финансовых возможностей для инвестирования в Центральную Азию, может способствовать развитию сопутствующей нормативно-правовой инфраструктуры, основанной на международных стандартах. Имеющийся опыт ЕС в создании прозрачных условий для свободного перемещения товаров, услуг и людей будет способствовать развитию экономик вовлеченных стран, а не росту неконтролируемых долговых обязательств¹.

Заинтересованность Китая во взаимодействии с ЕС проявляется в создании Европейско-китайской инфраструктурной платформы. Цель ее создания состоит в усилении взаимодействия между инициативой «Один пояс – один путь» и Политикой трансевропейской транспортной сети ЕС, на базе которой уже был составлен список пилотных проектов совместной реализации, а также была создана экспертная группа, состоящая из представителей Европейского инвестиционного банка, Европейского банка реконструкции и развития и Банка развития Китая для разработки финансовых соглашений по пилотным проектам². Кроме того, стороны договорились о том, что реализация пилотных проектов будет соответствовать международным нормам прозрачности, открытости и конкуренции, а также принципам рыночной экономики.

С позиции ЕС китайские инвестиции предоставляют возможности укрепить свой имидж «гражданской силы», которая действует в соответствии с принципом верховенства права, давая нормативно-правовую оценку инвестиционным проектам и в интересах населения центрально-азиатских республик. В аспекте имиджевых выгод Пекина от кооперации с «законопослушным» Брюсселем возникает возможность нивелировать негативные коннотации его имиджа

¹ Joint Communication to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee, the Committee of the Regions and the European Investment Bank. Connecting Europe and Asia – Building blocks for an EU Strategy. 19.09.2018. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52013JC0001&from=EN>

² Bossuyt F. Connecting Eurasia: Is Cooperation between Russia, China, and the EU in Central Asia Possible? RIAC Article. May 30, 2019. URL: <https://russiancouncil.ru/en/analytics-and-comments/analytics/connecting-eurasia-is-cooperation-between-russia-china-and-the-eu-in-central-asia-possible/>

(«дипломатия долговых ловушек») за счет усиления кредита доверия. Этому взаимодействию способствуют такие обстоятельства, как: ЕС не является конкурентом Китая на энергетическом рынке центрально-азиатского региона (поставки из Туркменистана практически полностью замкнулись на КНР из-за большой кредитной задолженности Ашхабада перед Пекином); ЕС – один из главных торговых партнеров и диверсификация рынка доказывает реализуемость принципа «всеобщего развития».

Формат взаимодействия внешних акторов в Центральной Азии представлен связкой США и КНР. Для США, в отличие от ЕС, китайская экономическая мощь представляет возможности в подрыве имиджа России как «доброжелательной державы» и укреплении стереотипов об экспансионистских устремлениях Москвы в отношении стран постсоветского пространства. Концепции национальной безопасности США в отношении Китая и России включает в себя положения о том, что¹:

- обоим государствам характерен ревизионизм – стремятся переделать мир в соответствии со своей авторитарной моделью, т.е. в терминологии имиджевого позиционирования конструируются «образы врагов», которые, по сути, подтверждают Я-концепцию США как глобального «либерального миссионера»;
- приверженность обоих государств международному праву, но не принципам, которые продвигаются США – «использование преимуществ мирового порядка при одновременном подрыве принципов и “правил дорожного движения”»;
- отмечается особая опасность, которую Китай представляет для стран Индийско-Тихоокеанского региона, а Россия – своим соседям. При этом подчеркивается, что долгосрочная цель США состоит в том, чтобы военные отношения с КНР стали развиваться в атмосфере прозрачности и ненападения, а перспектива нормализации отношений с Россией является иллюзорной, ввиду того, что последняя «расширяет и модернизирует свой ядерный арсенал», использует

¹ Summary of the 2018 National Defense strategy of the United States of America. Sharpening the American Military's Competitive Edge. URL: <https://dod.defense.gov/Portals/1/Documents/pubs/2018-National-Defense-Strategy-Summary.pdf>

различные новейшие технологии для «подрыва демократических процессов» на постсоветском пространстве.

З. Бжезинский, один из влиятельнейших в свое время политологов, чьи рекомендации не раз имплементировались американским истеблишментом, в конце 90-х гг. указывал на то, что первостепенной задачей США в Евразии, является предотвращение доминирования России¹. Позже в интервью *Foreign Policy*, развивая идеи своей книги «Стратегический взгляд. Америка и глобальный кризис» о росте влияния азиатских государств в решении мировых проблем, особенно Китая, который по степени влияния идет следом за США², он отмечал необходимость оформления оси «Вашингтон – Пекин», аналога G7 – G2. По его мнению, «гармонизация отношений между Китаем и США, предполагающая взаимное признание очевидных выгод двустороннего взаимодействия, должна заложить основу создания новых международных институтов, необходимых для стабилизации системы международных отношений, которая переживает период турбулентности»³.

В аналитических материалах ряда ведущих американских аналитических центров подчеркиваются перспективы использования инфраструктурных проектов инициативы «Один пояс – один путь» в центрально-азиатском регионе в интересах США⁴, принимая во внимание проблему контроля над целевым использованием финансовых потоков, выделяемых Пекином на реализацию этих проектов. «По мере того, как проекты инициативы «Один пояс – один путь» будут

¹ Бжезинский З. Великая Шахматная доска (Господство Америки и его геостратегические императивы) / Пер. О.Ю. Уральской. М.: Междунар. отношения, 1998. URL: <http://read.virmk.ru/b/bzezinsky/index.htm>

² Brzezinski Z. *Strategic Vision. America and the Crisis of Global Power*. New York: Basic Books, 2012. P. 20.

³ Rothkop D. A Time of Unprecedented Instability? A Conversation With Zbigniew Brzezinski on Today's Worldwide Turmoil, Overstating Iran's Near-Term Nuclear Threat, and Why a Return to Global Order May Rest on the Relationship Between the United States and China // *Foreign Policy*. July 21, 2014. URL: http://foreignpolicy.com/2014/07/21/a-time-of-unprecedented-instability/?wp_login_redirect=0

⁴ Chatzky A., McBride J. China's Massive Belt and Road Initiative // *Backgrounders*. Council on Foreign Relations. January 28, 2020. URL: <https://www.cfr.org/backgrounders/chinas-massive-belt-and-road-initiative>

имплементироваться, часть из них может быть переформатирована в направлении минимизации затрат США на реализацию своих интересов и максимизацию значимости глобального развития. Проблема контроля Пекина может стать возможностью для Вашингтона»¹.

Эксперты Центра по международному сотрудничеству Нью-Йоркского университета указывают на то, что готовность КНР увеличить вложения в экономическое развитие Афганистана как механизм стабилизации ситуации будет способствовать региональной экономической интеграции, а также усилению региональной стабильности². В отношении же перспектив сотрудничества Пекина и Москвы аналитики вышеуказанного центра отмечают ригидность последней в силу желания сохранить свой политический вес в регионе. Отмечается, что главное противоречие состоит в том, что при поддержке экономических инициатив КНР в регионе, Россия стремится выступать медиатором в реализации этих инициатив между центрально-азиатскими республиками и Китаем (отсюда и предложение о сопряжении инициативы «Один пояс – один путь» и ЕАЭС). Однако это противоречит интересам КНР³. Спонсируемые США НПО в странах Центральной Азии поддерживают антироссийскую и антисоветскую риторику, основанную на том, что цель России как наследницы СССР на международной арене состоит в восстановлении советской империи в качестве ведущего противника Запада⁴.

Доказательством того, что позиция американского экспертного сообщества о демонстрации лояльности Вашингтона к Пекину согласуется с мнением и действиями политического истеблишмента США является высказывание бывшего заместителя государственного секретаря Э. Блинкена о том, что инициатива США «Новый шелковый путь» по интеграции Центральной и Южной Азии через

¹ Hillman J. China's Belt and Road Is Full of Holes // CSIS Brief. September 4, 2018. URL: <https://www.csis.org/analysis/chinas-belt-and-road-full-holes>

² Zimmerman T. The New Silk Roads: China, the U.S., and the Future of Central Asia // New York University. Center on International Cooperation. October 2015. URL: https://cic.nyu.edu/sites/default/files/zimmerman_new_silk_road_final_2.pdf

³ Там же.

⁴ Стронски П., Румер Е. Россия, Украина и Евразия спустя четверть века после распада СССР // Московский центр Карнеги. 02.02.2016. URL: <http://carnegie.ru/publications/?fa=62636>

Афганистан как реанимационный механизм для страны перманентных военных действий, не противоречит и полностью стыкуется с китайской инициативой «Один пояс – один путь». Заместитель помощника государственного секретаря по делам Южной и Центральной Азии Р. Хоугланд во время его визита в КНР высказался о том, что китайская и американская инициатива имеют много общего и должны дополнять друг друга в вопросах освоения энергоресурсов региона и его инфраструктурного развития¹.

Принимая во внимание, что несмотря на подписанное в 2015 г. соглашение о сопряжении ЕАЭС и инициативы «Один пояс – один путь», не было реализовано ни одного проекта на фоне возросшего экономического присутствия КНР в Афганистане; КНР проявила заинтересованность в финансировании одного из ключевых проектов США по восстановлению Афганистана – CASA-1000; официальное руководство и экспертное сообщество Китая сознательно избегает темы перспектив вытеснения из региона США². Можно сделать вывод о заинтересованности Пекина в согласовании интересов с Вашингтоном на данном этапе. Механизмы имиджевого политического позиционирования Китая дают возможность США, как и в случае с кооперацией с ЕС, редуцировать негативные представления об унилатералистском характере своих действий на международной арене в целом и в Центральной Азии и Афганистане в частности; сохранить свою Я-концепцию «либерального миссионера», разграничивая «образы врагов» – авторитарных КНР и России – на менее (КНР) и более (Россия) опасных и обеспечивая возможность усиливать свои позиции в регионе. В свою очередь, данная конъюнктура устраивает и Китай, который в связке с США, получает подтверждение его имиджа «экономического гиганта», нацеленного на содействие «гармоничному миру».

Другим примером кооперации в международной региональной политике выступает тандем США и Саудовской Аравии. Как отмечалось в предыдущем

¹ Денисов И. Шелковая безопасность: новая китайская концепция развития и правила игры в Евразии // Индекс безопасности. 2015. Т. 21. № 3. С. 58.

² Там же. С. 57.

разделе, реальные действия королевства свидетельствуют о нацеленности не на оказание покровительства мусульманам региона, а на экспорт салафизма/ваххабизма и противостояние иранскому влиянию. Принимая во внимание тот факт, что в Концепции национальной безопасности США Иран указывается в качестве государства с правящим нелегитимным «преступным режимом», который «конкурирует со своими соседями за установление региональной гегемонии и дестабилизирует Ближний Восток, поддерживая террористические группировки, растущую сеть агентов, а также свою ядерную программу вооружений»¹, обострение противостояния между Эр-Риядом и Тегераном с началом конфликта в Сирии, которое приняло форму «холодной войны»², представляется обоснованным тезис о том, что Саудовская Аравия является проводником интересов США центрально-азиатском регионе. Фатвы совета улемов государств региона используются для популяризации антииранских религиозно-политических настроений среди мусульман, чтобы минимизировать вероятность поддержки Ирану в случае усиления конфронтации на Ближнем Востоке с вовлечением в конфликт Ирана, Израиля, Саудовской Аравии и США³.

США в этом кейсе, как и в случае с КНР и России, использует игру на контрасте – Саудовская Аравия как цитадель «истинного ислама», с которым можно сотрудничать, несмотря на авторитарный характер политического режима, и Иран как источник террористической угрозы, блокирующий конструктивное взаимодействие «либерального миссионера» с ним. В свою очередь, для Эр-Рияда поддержка Вашингтона и активно продвигаемый американцами дискурс о финансировании террористических группировок его главным конкурентом (Иран)

¹ Summary of the 2018 National Defense strategy of the United States of America. Sharpening the American Military's Competitive Edge. URL: <https://dod.defense.gov/Portals/1/Documents/pubs/2018-National-Defense-Strategy-Summary.pdf>

² Мусульмане Кыргызстана – заложники чужой игры. 03.07.2017. URL: <http://www.ca-portal.ru/article:36014>; Парвиз Муллоджанов: Постсоветская Средняя Азия и мусульманский мир: салафизация как инструмент геополитики. 21.04.2017. URL: <https://cabar.asia/ru/parviz-mullodzhanov-postsovetskaya-srednyaya-aziya-i-musulmanskiy-mir-salafizatsiya-kak-instrument-geopolitiki/>

³ Салиев А.А. Реализация арабскими странами в Центральной Азии концепции построения «всемирного халифата» ... С. 143-144; Мусульмане Кыргызстана – заложники чужой игры 03.07.2017. URL: <http://www.ca-portal.ru/article:36014>

позволяет усиливать образ «покровителя мусульманского мира», а не «экспортера ваххабизма/салафизма», ассоциирующегося в Центральной Азии с экстремистско-террористической активностью.

Подражание. Данный тип имиджевого взаимодействия внешних акторов характерен для треугольника КНР, Россия и США, что ярко проявляется в двух кейсах. Первый касается фоне усиления позиций США в регионе, их военного и гражданского вовлечения во внутривосточные процессы стран мира под лозунгами защиты прав человека, а также актуализации угроз международного терроризма, исходящих от Афганистана. Пекин и Москва вынуждены были активизировать свои усилия в сфере безопасности в центрально-азиатском регионе. Оба актора стали ядром интеграционного объединения – Шанхайской организации сотрудничества, декларируемая цель которой состояла в борьбе с тремя угрозами национальной безопасности государств-участников – экстремизмом, терроризмом и сепаратизмом в контексте дискурса о невмешательстве во внутренние дела государств и уважения национального суверенитета. В научном дискурсе появилось большое количество определений новой организации. В частности, такие как: «антиамериканская азиатская НАТО» и «ОПЕК с ядерными бомбами»¹. Создание ШОС послужило стимулом формирования имиджей России и Китая как акторов, имеющих свое видение развития системы международных отношений, краеугольными элементами которой должны быть национальный суверенитет и верховенство международного права. Российско-китайское взаимодействие в сфере обеспечения региональной безопасности придерживается стратегии использования преимуществ политических имиджей. Пекин использовал имидж «доброжелательной державы» для снижения накала советских негативных нарративов о своих захватнических устремлениях, а Москва использовала образ «экономического гиганта» КНР для демонстрации отсутствия намерений восстановления СССР.

¹ Clarke M. China and the Shanghai Cooperation Organization: The Dynamics of “New Regionalism”, “Vassalization”, and Geopolitics in Central Asia // The New Central Asia. The Regional Impact of International Actors / ed. E. Kavalski. Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2010. P. 117.

Второй кейс отражает инициативы по экономической интеграции. КНР и США в этом случае выступили подражателями России, которая стала локомотивом евразийской интеграции – объединение организации центрально-азиатского сотрудничества с ЕврАзЭС в 2005 г. и началом работы по созданию Таможенного союза в 2006 г. Эти инициативы усилили позиции России и обозначили привлекательность экономической составляющей интеграционных процессов для стран региона. В 2011 г., с началом функционирования Таможенного союза (2010), Вашингтон озвучил свою экономическую инициативу «Новый шелковый путь», которая сменила концепцию «Партнерство Большой Центральной Азии для Афганистана и его соседей»¹. В 2013 г. в Нур-Султане Си Цзиньпин впервые озвучил инициативу создания «Экономического пояса Великого Шелкового пути» по развитию транспортной и логистической инфраструктуры региона. Важно отметить тот факт, что, несмотря на наличие общего звена этих проектов (экономическое обоснование интеграции), они реализуются в рамках конструируемых имиджей:

- Россия – «доброжелательная держава», предлагающая тесную институциональную интеграцию в рамках ЕАЭС, которая создает механизмы и гарантии для оказания помощи странам-участницам, развития их производственного потенциала через прямые инвестиции, переходные периоды интеграции, оказание безвозмездной финансовой поддержки;
- США – «либеральный миссионер», который предлагает альтернативу политическому проекту России, основываясь на развитии торгово-экономического взаимодействия государств региона без наднациональной надстройки в соответствии с принципами рыночной экономики.
- КНР – «экономический гигант» согласный на сопряжение своего проекта с ЕАЭС, в то же время не видит противоречий с американским проектом «Новый шелковый путь». Но он не выдвигает гарантий политической лояльности,

¹ Старр Ф. Партнерство для Центральной Азии. Дефицит внимания // Новая Большая игра в Большой Центральной Азии. Мифы и реальность. Бишкек: Издательский дом «Салам», 2005. С. 10.

общего фрейма экономического взаимодействия (приверженность принципам рыночной экономики и одновременное встраивание в скрытые политические процессы в странах региона), политической наднациональной надстройки.

Проекты США и КНР являются масштабным и предоставляют свободный формат взаимодействия с расчетом многовекторный внешнеполитический курс центрально-азиатских республик.

«Множественная ответственность» государств Центральной Азии блокирует доминирование одного центра силы и создает благоприятные условия для взаимодействия внешних акторов в неконфронтационном формате на основе конструируемых ими имиджей. Эта ситуация выгодна обеим сторонам международной политической коммуникации. Если для политических режимов центрально-азиатских республик бенефиции представлены сохранением стабильности положения в политическом поле и удовлетворением узкокорыстных финансовых интересов, то для внешних акторов открываются возможности использования дополнительных механизмов усиления своих имиджевых позиций.

США: кооперация с ЕС на базе либерально-демократических принципов для редуцирования негативных ассоциаций с американским унилатерализмом; использование преимуществ КНР как «экономического гиганта» для демонстрации прагматичного подхода к внешнеполитическому сотрудничеству; подражание России в инициировании экономического интеграционного проекта с участием Афганистана.

Свой имидж «гражданской силы» ЕС укрепляет через кооперацию с США как «либерального миссионера» и преимуществ имиджа Китая с акцентом на важность следования принципу верховенства закона при реализации транспортно-логистических проектов.

Имиджевое позиционирование КНР усиливается путем использования преимуществ имиджей США и России в нацеленности на создание «гармоничного мира», имиджа ЕС для преодоления негативных представлений о китайской «дипломатии долговых ловушек», подражания имиджу России в позиции о «всеобщем развитии», которое лежит в основе проекта «Один пояс – один путь».

Образ России как «доброжелательной державы», не ставящей целью возрождения СССР, укрепляется через использование преимуществ имиджа КНР в рамках ШОС и предложениями по сопряжению ЕАЭС с инициативой «Один пояс – один путь».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ стратегий имиджевого политического позиционирования глобальных и региональных акторов в Центральной Азии позволил сделать нижеследующие выводы по обозначенным задачам и целью диссертационного исследования.

Имидж государства представляет собой воображаемый, сконструированный образ, сложившийся на базе собственного опыта и комплексе рациональных и эмоциональных представлений о государстве в международном сообществе. При этом проведение различий между имиджем страны и имиджем государства не всегда неэффективно силу того, что о государстве складывается комплексное представление, включая как культурно-географические и демографические, так и политические аспекты. Конструирование положительного имиджа строится на основе двух концептуальных составных: стихийного и конструируемого. Обе части связаны между собой общественными ожиданиями. Имидж государства формируется через сравнение/соотношение с образами других государств по линии дихотомии «Я – Другой».

Содержание имиджа государства следует рассматривать в ракурсе трех соотношений: соотношение субъекта/носителя имиджа и объекта его воздействия/целевой аудитории; соотношение когнитивного и эмоционального компонентов, формируемых объективными и субъективными факторами; соотношение идеального/конструируемого и реального/базового образа. Это обусловлено тем, что имидж не может быть сформирован только самим его носителем – государством, требуется интеракция субъекта имиджа и объекта влияния. Поэтому конструирование эффективного имиджевого государства должно соответствовать трем принципам:

- положительный и устойчивый имидж государства должен быть правдоподобным и соответствовать желаемым представлениям как граждан, так внешней аудитории;

- конструируемый имидж государства не должен быть монолитным, чем более он диверсифицирован, обозначая несколько характерных признаков государства и используя различные факторы его формирования, тем шире окно возможностей его трансформации;
- коррекция/конструирование имиджа государства осуществляется не только и не столько через коммуникационные механизмы, сколько через целенаправленную работу большого количества экспертов, которые определяют тот или иной фактор формирования образа государства.

Имиджевое политическое позиционирование в информационной политике государства представляет собой сложный процесс, эффективность которого зависит от учета множества факторов. Эксперты предлагают трехсоставную структуру имиджевого позиционирования: разработанная стратегия (осознание национальной идентичности, того, как она позиционируется на данный момент, видение того, как должна быть представлена на международной арене и как этого достигнуть), реальные действия (эффективное осуществление выбранной стратегии в формате экономических, правовых, политических, социальных, культурных и образовательных трансформаций через развитие законодательства, внедрение инноваций, проведение реформ и пр.) и символические действия (действия, демонстрирующие нацеленность на реальные трансформации и несущие в себе значительный информационный эффект). Необходимо учесть тот факт, что изменение имиджа государства является задачей долгосрочного выполнения в силу комплексности имиджа государства и устойчивости имеющихся представлений о государстве у внутренней и внешней аудиторий. Поэтому имиджевое политическое позиционирование государства должно задействовать все инструменты публичной демократии. Таким образом, эффективность имиджевого политического позиционирования государства зависит от разработанной стратегии, готовности правительства к трансформациям, необходимым для усиления позиций государства на международной площадке и применяемых информационных практик.

США и ЕС в странах Центральной Азии продвигают имидж либерально-демократических акторов, но у них различаются типы стратегий имиджевого политического позиционирования. Для имиджа США характерна «пропаганда» – наличие разработанной стратегии и символических действий по продвижению демократических трансформаций в странах Центральной Азии. Но такое позиционирование приводит к противоположным результатам: ангажированности СМИ и предвзятости НПО; намеренной «некомпетентности» экономических консультантов вкупе с неэффективными условиями получения помощи от международных финансовых институтов и пр. Для имиджевого позиционирования ЕС характерен тип «непоследовательность». Осуществление реальных действий созвучных с транслируемым ценностным корпусом при отсутствии разработанной стратегии, когда активизация присутствия в регионе сопровождается актуализацией вопросов безопасности или обеспечения энергетической независимости ЕС. В вопросах продвижения ценностей демократии в регионе проявляется определенная степень индифферентности ЕС., выражающаяся в выделении финансовой помощи без жестких требований реализации структурных трансформаций политических систем региона.

Для конструируемого имиджа России «доброжелательной державы» характерна «непоследовательность», обусловленная отсутствием разработанной стратегии в отношении стран Центральной-Азии. Устоявшиеся стереотипы о советском периоде истории и десятилетнее отсутствие России в регионе обусловили восприятие реальных действий Москвы как реакцию на действия внешних акторов или самих стран региона. Политические режимы стран региона успешно используют советские стереотипы в своих интересах – образ «доброжелательной державы» подменяется образом «последнего прибежища», при котором за Россией признаются ее обязательства как наследницы СССР по списанию долгов, выделению кредитов и грантов для поддержки бывших союзных республик, но не ее статус лидера с вытекающими обязательствами для центрально-азиатских республик.

Политический имидж Китая как «доброго соседа», оказывающего помощь в целях достижения «всеобщего развития», в центрально-азиатских республиках не является устоявшимся в силу существующего разрыва между реальными действиями Пекина и информационно конструируемого образа. У КНР есть все три элемента успешного имиджевого политического позиционирования: реальные действия, символические действия и стратегия. Но декларируемое соразвитие в рамках концепции «мирного подъема» противоречит сущности предоставляемой финансовой помощи странам региона. Она нацелена на оказание влияния на политические системы центрально-азиатских республик через скрытые коррупционные схемы, ведущие к росту внешнего государственного долга, и оказывает минимальное воздействие на экономическое развитие центрально-азиатских государств. Фактически финансовая помощь Китая стала инструментом продвижения исключительно интересов КНР. Данный факт обозначил двойственность представлений о КНР в республиках Центральной Азии, где для населения характерно восприятие Китая как организатора «долговых ловушек» и «демографического оккупанта», а для политического истеблишмента – «делового партнера», способствующего легитимации политического режима.

Имидж Турции в центрально-азиатском регионе в качестве «лидера тюркского мира» не является устойчивым, что объясняется «непоследовательной» стратегией имиджевого позиционирования. У Турции отсутствует четкое видение «тюркского мира». Ключевым фактором неустойчивости имиджевого позиционирования являются внутривнутриполитические пертурбации, которые вызывают сдвиги во внешнеполитическом позиционировании: от региональной державы к мировому центру силы, от светского государства к центру мусульманского мира. Негативный аспект в имидже Турции в Центральной Азии придает уверенность турецкого политического руководства в лидирующем положении в «тюркском мире». Наличие культурно-языковых связей и исторического наследия ею принимается как достаточное основание для лидерства. Однако отсутствие необходимого для лидерства экономического базиса и учета стремлений центрально-азиатских республик к самостоятельному позиционированию на

мировой политической арене Турцией игнорируются. Страны Центральной Азии готовы принять продвигаемую Анкарой идею «тюркского братства», если она признает своих обязательств перед братскими народами, но вряд ли согласится признать ее лидерство.

Имиджевое политическое позиционирование арабских стран в Центральной Азии приближается к характеристике – «непоследовательное». Центральным элементом конструируемого ими образа выступает ислам как исторически сформированная основа их политической системы и социокультурной жизни. Проблема имиджевого позиционирования состоит в том, что он не соответствует реальным действиям арабских государств в регионе Центральной Азии. Интересы арабских стран сфокусированы на стабилизации их внутривнутриполитической ситуации и конкуренцией за лидерство на Ближнем Востоке. Поэтому отсутствие сбалансированной стратегии, минимальные контакты на официальном уровне и в экономической сфере ограничивают возможности политического позиционирования имиджа. Социальная значимость, положительная оценка меценатства и помощи в социализации в глобальной Умме нивелируются актуализацией идей о не легитимности светских режимов в республиках, что приводит к попыткам борьбы с радикальными религиозными воззрениями государственных структур республик. Но рост числа людей, положительно оценивающих политику арабских стран и готовых принять радикальные религиозные воззрения говорит о частичном достижении цели имиджевого политического позиционирования стран Аравийского полуострова.

«Множественная ответственность» государств Центральной Азии исключает доминирование одного центра силы и создает благоприятные условия для взаимодействия внешних акторов в неконфронтационном формате на основе конструируемых ими имиджей. Выявлено три формата такого взаимодействия: кооперация, использование преимуществ и подражание. США кооперирует с ЕС на базе либерально-демократических принципов, использует преимущества КНР как «экономического гиганта», подражает России в инициировании экономического интеграционного проекта с участием Афганистана. Имидж «гражданской силы»

ЕС укрепляется через кооперацию с США как «либерального миссионера» и преимуществ имиджа Китая с акцентом на важность следования принципу верховенства закона при реализации транспортно-логистических проектов. Имиджевое позиционирование КНР усиливается путем использования преимуществ имиджей США и России в нацеленности на создание «гармоничного мира», имиджа ЕС для преодоления негативных представлений о китайской «дипломатии долговых ловушек», подражания имиджу России в позиции о «всеобщем развитии», которое стало основой проекта «Один пояс – один путь». Образ России как «доброжелательной державы», не ставящей целью возрождения СССР, укрепляется через использование преимуществ имиджа КНР в рамках ШОС и предложениями по сопряжению ЕАЭС с инициативой «Один пояс – один путь».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

Официальные документы

1. Выступление Министра иностранных дел России С.В. Лаврова на юбилейной международной конференции «Россия в мире силы XXI века», приуроченной к 20-летию Совета по внешней и оборонной политике и 10-летию журнала «Россия в глобальной политике». Москва, 1 декабря 2012 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.mid.ru/brp_4.nsf/0/30011D027DECDBF844257AC7003D39D0
2. Концепция внешней политики Российской Федерации (утверждена Президентом РФ В.В. Путиным 30 ноября 2016 г.) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://interkomitet.ru/blog/2019/10/31/kontseptsiya-vneshnej-politiki-rossijskoj-federatsii-utverzhdена-prezidentom-rossijskoj-federatsii-v-v-putinym-30-noyabrya-2016-g/>
3. Концепция национальной безопасности Российской Федерации. 10.01.2000. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/14927>
4. Build Towards a Harmonious World of Lasting Peace and Common Prosperity. Statement by H.E. Hu Jintao President of the People's Republic of China at the United Nations Summit. New York. September 15, 2005. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.un.org/webcast/summit2005/statements15/china050915eng.pdf>
5. Joint Communication to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee, the Committee of the Regions and the European Investment Bank. Connecting Europe and Asia – Building blocks for an EU Strategy. 19.09.2018. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52013JC0001&from=EN>
6. Summary of the 2018 National Defense strategy of the United States of America. Sharpening the American Military's Competitive Edge [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://dod.defense.gov/Portals/1/Documents/pubs/2018-National-Defense-Strategy-Summary.pdf>

7. The European Union and Central Asia: New Opportunities for a Stronger Partnership. May 2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ec.europa.eu/international-partnerships/news/european-union-and-central-asia-new-opportunities-stronger-partnership_en
8. The EU's New Central Asia Strategy. January 2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/633162/EPRS_BRI\(2019\)633162_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/633162/EPRS_BRI(2019)633162_EN.pdf)
9. United States Strategy for Central Asia 2019-2025. Overview. Advancing Sovereignty and Economic Prosperity. February 5, 2020. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.state.gov/united-states-strategy-for-central-asia-2019-2025-advancing-sovereignty-and-economic-prosperity/>

Литература на русском языке

10. Авралеv, Н.В., Рыхтик, М.И., Жерновая О.Р. Имидж страны и его влияние на двусторонние отношения между государствами: пример американо-российских отношений / Н.В. Авралеv, М.И. Рыхтик, О.Р. Жерновая // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. – 2019. – Т. 3. – № 2. – С. 165-171.
11. Акматалиева, А.М. Инициатива «Один пояс-один путь» в Центральной Азии / А.М. Акматалиева // Сравнительная политика. – 2018. – Т.9. – № 4. – С. 139-146.
12. Александров, А., Ипполитов, И., Попов, Д. «Мягкая сила» как инструмент американской политики в Центральной Азии. Казахстан / А. Александров, И. Ипполитов, Д. Попов // Россия и мусульманский мир. – 2014. – №2(260). – С. 62-81.
13. Анохин, Е.В. Имидж страны: проблемы формирования и управления / Е.В. Анохин // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 3 (51). – С. 214-218.

14. Бейсебаев, Р.С. Сотрудничество Кыргызстана и России в топливно-энергетическом секторе: состояние, проблемы и перспективы / Р.С. Бейсебаев // Вестник Томского государственного университета. – 2017. – № 422. – С. 73-81.
15. Белозеров, В.К. Пространство и граница России в ценностном измерении / В.В. Белозеров // Власть. – 2020. – № 1. – С. 19-26.
16. Большаков, С.Н., Бодрунова, С.С. Формирование позитивного имиджа страны: политические метафоры, стереотипы и параллелизмы / С.Н. Большаков, С.С. Бодрунова // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. – 2011. – Т.4. – №6. – С. 87-93.
17. Боришполец, К.П. Публичная дипломатия на пространстве ЕАЭС: осмысление феномена и тенденций развития / К.П. Боришполец // Вестник МГИМО-Университета. – 2015. – №5(44). – С. 42-55.
18. Бурашникова, А.Б. Неопантюркизм и неоосманизм во внешней политике Турции / А.Б. Бурашникова // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. История. Международные отношения. – 2013. – Т. 13. – Вып. 2. – С. 65-69.
19. Буянов, В. Международный имидж России: прошлое и настоящее / В. Буянов // Безопасность Евразии. – 2007. – №4. – С. 34-50.
20. Быстрова, А.К. Проблемы глобальной инфраструктуры в Центрально-Азиатском регионе. Оптимизация роли России / А.К. Быстрова. – М.: ИМЭМО РАН, 2013. – 98 с.
21. Варбанец, П. Региональные центры силы и их политика в Центральной Евразии (турецкий вектор борьбы за лидерство на исламском Востоке) / П. Варбанец // Центральная Азия и Кавказ. – 2008. – №1(55). – С. 51-60.
22. Васильева, С.А. Пантюркизм на современном этапе: теоретическая база и практическая деятельность / С.А. Васильева // Социум и власть. – 2011. – №3(31). – С. 75-78.
23. Величко, Л.Н. Политика «Мягкой силы» Турции в регионе Южного Кавказа (1991-2002 гг.): проблемы реализации / Л.Н. Величко // Гуманитарные и юридические исследования. – 2016. – №3. – С. 44-52.

24. Вильковски, Д. Арабо-мусульманские организации в Казахстане: внешнее воздействие на исламское обновление / Д. Вильковски // Россия и мусульманский мир. – 2011. – №11. – С. 57-73.
25. Владимирова, А.В., Королев, В.А., Трунина, А.А. Лучшие практики и инструменты «мягкой силы». Страновой брендинг и его отражение в глобальных рейтингах «мягкой силы» / А.В. Владимирова, В.А. Королев, А.А. Трунина // Вестник международных организаций. – 2014. – Т. 9. – № 2. – С. 209-228.
26. Верещагин, А.А. Геополитическая конкуренция США, КНР и РФ в Кыргызской Республике / А.А. Верещагин. – Бишкек, 2012. – 212 с.
27. Восточный вектор внешней политики Кыргызстана: Азиатско-тихоокеанский регион и Ближний Восток / Под ред. А.Л. Салиева. – Бишкек: КРСУ, 2011. – 364 с.
28. Гавра, Д.П., Савицкая, А.С., Шишкин, Д.П. Внешний имидж государства в медиaprостранстве / Д.П. Гавра, А.С. Савицкая, Д.П. Шишкин // Вестник СПбГУ. – 2011. – Сер. 9. – Вып. 3. – С. 187-196.
29. Гаджиев, А.Г. Трудности вступления Турции в ЕС / А.Г. Гаджиев // Вестник РУДН. Сер. Международные отношения. – 2009. – №1. – С. 46-52.
30. Галумов, Э.А. Имидж против имиджа / Э.А. Галумов. – М., 2005. – 551 с.
31. Галумов Э.А. Международный имидж России: стратегия формирования / Э.А. Галумов. – М.: Известия, 2003. – 452 с.
32. Галушкина, Е.А. Членство Киргизии в составе ВТО: угрозы и возможности / Е.А. Галушкина // Вестник КРСУ. – 2003. – №1. – С. 47-59.
33. Гарусова, Л.Н. Имиджи России и США как фактор международных отношений / Л.Н. Гарусова // Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2012. – №3(16). – С. 147-160.
34. Геополитические аспекты безопасности Кыргызстана в свете внешнего воздействия на мусульманскую общину страны: Коллектив. монография / Отв. ред. А.Л. Салиев. – Бишкек: КРСУ, 2020. – 468 с.

35. Глебов, М.С. Элементы и механизмы новой публичной дипломатии во внешней политике государства / М.С. Глебов // Государственное управление. Электронный вестник. – 2018. – № 68. – С. 275-293.
36. Гравер, А.А. Образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования / А.А. Гравер // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2012. – №3(19). – С. 29-45.
37. Давыборец, Е.Н., Кузьмина, О.В., Танцура, М.С. Современные технологии формирования имиджа государства / Е.Н. Давыборец, О.В. Кузьмина, М.С. Танцура // Вестник ЗабГУ. – 2018. – Т. 24. – №2. – С. 66-73.
38. Давыборец, Е.Н. Объективные условия и субъективные факторы внешнего имиджа государства / Е.Н. Давыборец // ПОЛИТЭКС. – 2015. –Т. 11. – № 3. – С. 32-42.
39. Денисов, И. Шелковая безопасность: новая китайская концепция развития и правила игры в Евразии / И. Денисов // Индекс безопасности. – 2015. – Т. 21. – № 3(114). – С. 51-60.
40. Ермаков, С.М. Политика США и НАТО на постсоветском пространстве / С.М. Ермаков // Проблемы национальной стратегии. – 2010. – № 1(2). – С. 79-91.
41. Замятин, Д.Н. Гуманитарная география: Пространство и язык географических образов / Д.Н. Замятин. – СПб.: Алетейя, 2003. – 336 с.
42. Засурский, И.И. Реконструкция России. Масс-Медиа и политика в 90-е годы / И.И. Засурский. – М.: Издательство МГУ, 2001. – 288 с.
43. Иванова, И. Турция в Центральной Азии: партнер или соперник? / И. Иванова // Азия и Африка сегодня. – 2019. – №7. – С. 39-47.
44. Иванов, С.Г. Роль внешнеполитических факторов в процессах трансформации экономики Кыргызской Республики / С.Г. Иванов. – Бишкек, 2009. – 300 с.

45. Интересы России в Центральной Азии: содержание, перспективы, ограничители. Аналитический доклад / Под ред. И.С. Иванова. – М.: РСМД, 2013. – 65 с.
46. Казанцев, А. «Большая игра» с неизвестными правилами: мировая политика и Центральная Азия / А. Казанцев. – М.: МГИМО-Университет, 2008. – 382 с.
47. Казанцев, А.А. Политика США в постсоветской Центральной Азии: характер и перспективы / А.А. Казанцев // Вестник МГИМО. – 2012. – № 4(25). – С. 155-164.
48. Калачев, Д.Н., Бровко В.Ю. К вопросу о концептуализации информационной политики / Д.Н. Калачев, В.Ю. Бровко // Известия МГТУ «МАМИ». – 2014. Т. 5. – № 3 (21). – С. 87-93.
49. Киселев, И.Ю. Образы государств в международных отношениях: механизмы трансформации / И.Ю. Киселев // Полис. – 2003. – № 3. – С. 50-57.
50. Князев, А. Россия возвращается в Центральную Азию / Князев А. // Центральная Азия и Кавказ. – 2007. – №5 (53). – С. 35-44.
51. Ковалева, М.М. Содержание и структура понятия «государственная информационная политика» / М.М. Ковалева // Средства массовой информации в современном мире. – СПб., 2010. – С. 125-126.
52. Колесникова, Л.С. Новая стратегия Европейского Союза в Центральной Азии и её влияние на евроазиатскую интеграцию / Л.С. Колесникова // Постсоветские исследования. – 2020. – Т.3. – № 2. – С. 136-144.
53. Косач, Г. Политика Саудовской Аравии на постсоветском «мусульманском» юге: цели и итоги курса / Г. Косач // Вестник Евразии. – 2005. – №2. – С. 151-179.
54. Крылов, С.М. Формирование международного имиджа государства / С.М. Крылов // Вологдинские чтения. – 2006. – № 58. – С. 48-51.

55. Кумышева, Р.М. Содержание и структура имиджа страны с теоретических и методологических позиций / Р.М. Кумышева // Вестник МГЛУ. Образование и педагогические науки. – 2019. – Вып. 1 (830). – С. 196-208.
56. Курбанова, Н.У. Религия в общественно-политической жизни Кыргызстана на рубеже XX-XXI вв. / Н.У. Курбанова. – Бишкек, 2010. – 325 с.
57. Лебедева, Т.П., Михайленко, Т.А. Имидж государства в мировом политическом пространстве: структурные модели формирования / Т.П. Лебедева, Т.А. Михайленко // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 21. Управление (государство и общество). – 2011. – №1. – С. 13-28.
58. Леонова, О.Г. Барьеры имиджа страны / О.Г. Леонова // Социально-гуманитарные знания. – 2014. – №1. – С. 135-146.
59. Ли, М. Понятия «образ» и «имидж» в русском и китайском языках / М. Ли // Общество: философия, история, культура. – 2017. – № 6. – С. 116-121.
60. Липпман, У. Общественное мнение / У. Липпман. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
61. Лябухов, И.В. О соотношении понятий «имидж государства» и «имидж страны» (к постановке проблемы) / И.В. Лябухов // Известия Алтайского государственного университета. – 2011. – №4-1(72). – С. 250-253.
62. Ляпоров, В. Бренд-политика как основа внешнеполитической стратегии / В. Ляпоров // Власть. – 2007. – №7. – С. 66-70.
63. Малашенко, А. Центральная Азия: на что рассчитывает Россия? / А. Малашенко. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012. – 118 с.
64. Мамаева, В.Ю., Мацько В.В. Имидж как объект научного анализа и категория маркетинга / В.Ю. Мамаева, В.В. Мацько // Вестник Омского университета. Экономика. – 2017. – № 4(60). – С.92-104.
65. Морозова, А.А. Средства массовой информации как инструмент управления общественным мнением в процессе формирования политического имиджа государства за рубежом / А.А. Морозова // Социально-экономические явления и процессы. – 2018. – Т. 13. – № 103. – С. 33-41.

66. Мураталиева, З.Т. Реализация Китаем в Центральной Азии концепции построения гармоничного мира / З.Т. Мураталиева // Геополитические проекты мировых центров сил в Центральной Азии. – Бишкек: КРСУ, 2018. – С. 82-105.
67. Образы государств, наций и лидеров / Под ред. Е.Б. Шестопал. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 147 с.
68. Ольшанский, Д.В. Политический PR / Д.В. Ольшанский. – СПб.: Питер, 2003. – 544 с.
69. Омаров, М.Н. Центральная Азия в османской и пантюркистской стратегии Турции / М.Н. Омаров // Геополитические проекты мировых центров сил в Центральной Азии / Отв. ред. А.Л. Салиев – Бишкек, 2018. – С. 154-167.
70. Парамонов, В., Строков, А., Столповский, О. Внешняя политика России: взгляд из Узбекистана / В. Парамонов, А. Строков, О. Столповский // Центральная Азия и Кавказ. – 2009. – №3 (63). – С. 123-137.
71. Пашенцев, Е.Н. Провокация как элемент стратегической коммуникации США: опыт Украины / Е.Н. Пашенцев // Государственное управление. Электронный вестник. – 2014. – Вып. 44. – С. 149-175.
72. Попов, Д. Центральная Азия во внешней политике США 1991-2016 гг. / Д. Попов. – М.: РИСИ, 2016. – С. 189-195.
73. Почепцов, Г.Г. Имиджелогия / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, Киев: Ваклер, 2004. – 575 с.
74. Родина, В.В. Имиджевый аспект государственной информационной политики / В.В. Родина // Балтийский гуманитарный журнал. – 2016. – Т. 5. – № 3(16). – С. 69-73.
75. Савин, Л.В. Внешняя политика России в XXI веке: итоги двадцатилетия. Многополярность и внешняя политика России / Л.В. Савин // Постсоветские исследования. – 2020. – Т.3. – № 1. – С. 9-17.
76. Салиев, А.А. Реализация арабскими странами в Центральной Азии концепции построения «всемирного халифата» / А.А. Салиев //

- Геополитические проекты мировых центров сил в Центральной Азии / отв. ред. А.Л. Салиев. – Бишкек: КРСУ, 2018. – С. 137-153.
77. Салиев, А.А. Религия и геополитика: международные отношения в Центральной Азии (вторая половина XIX – начало XX в.) / А.А. Салиев. – Бишкек: КРСУ, 2017. – 571 с.
 78. Салиев, А.А. Стратегия построения всемирного халифата: способы и средства достижения целей / А.А. Салиев // Геополитические проекты мировых центров сил в Центральной Азии: способы и средства достижения целей. / отв. ред. А.Л. Салиев. – Бишкек: КРСУ, 2019. – С. 155-173.
 79. Старр, Ф. Партнерство для Центральной Азии. Дефицит внимания / Ф. Старр // Новая Большая игра в Большой Центральной Азии. Мифы и реальность. – Бишкек: Издательский дом «Салам», 2005. – С. 191 с.
 80. Суворова, И.С. Информационно-имиджевая политика государства в мировом политическом пространстве: ключевые понятия и основные тенденции / И.С. Суворова // Теории и проблемы политических исследований. – 2016. – Том 5. – № 6А. – С. 96-106.
 81. Сыроежкин, К.Л. Проблемы современного Китая и безопасность в Центральной Азии / К.Л. Сыроежкин. – Алматы: Казахстанский институт стратегических исследований при Президенте РК, 2006. – 299 с.
 82. Тавокин, Е.П. Государственная информационная политика: концепции и перспективы / Е.П. Тавокин // Государственная информационная политика: концепции и перспективы. – М., 2001. – С. 1-13.
 83. Телегина, К.И. Понятие и структура имиджа государства / К.И. Телегина // Грамота. – 2014. – № 12 (50). – С. 191-194.
 84. Тофан, А.В. Формирование политической системы Кыргызской Республики в контексте внешнего влияния / А.В. Тофан // Вестник КРСУ. – 2017. – Т. 17. – №6. – С.206-209.
 85. Тризно, Т.А. Информационный менеджмент и управление государственной информацией как компоненты государственной информационной политики Канады / Т.А. Тризно // Исторические, философские, политические и

- юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2013. – №11. – С. 183-187.
86. Троицкий, Е.Ф. Политика Турции в Центральной Азии (1992-2000 гг.) / Е.Ф. Троицкий // Вестник Томск. гос. ун-та. – 2009. – №324. – С. 84-88.
 87. Федулова, Н. Россия и страны Центральной Азии / Н. Федулова // Россия и мусульманский мир. – 2010. – №3. – С. 88-105.
 88. Фролова, И.Ю. Китайский проект «Экономический пояс Шелкового Пути»: развитие, проблемы, перспективы / И.Ю. Фролова // Проблемы национальной стратегии. – 2016. – № 5 (38). – С. 47-67.
 89. Харбих, С.К. Международный имидж государства. Факторы формирования / С.К. Харбих // Социально-гуманитарные знания. – 2015. – №2. – С. 308-314.
 90. Харичкин, И.К. Шамаров, П.В. Гуманитарная деятельность как мягкая геополитическая сила современной России / И.К Харичкин, П.В. Шамаров // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные наук. – 2021. – № 1 (842). – С. 35-52.
 91. Шамаров, П.В. Повышение миротворческого имиджа России: актуальность, сущность и значение / П.В. Шамаров // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные наук. – 2020. – № 1 (842). – С. 133-149.
 92. Шварценберг, Р.Ж. Политическая социология / Р.Ж. Шварценберг. – М., 1992. – 180 с.
 93. Эсенаманова, Н. Исламские ориентиры Кыргызстана: роль зарубежных религиозных течений / Н. Эсенаманова // Центральная Азия и Кавказ. – 2015. – Т.18. – Вып. 3-4. – С. 213-227.

Литература на английском языке

94. Akiner S. The Contestation of Islam in Post-Soviet Central Asia. A Nascent Security Threat // The Middle East's Relations with Asia and Russia. / eds. H. Carter and A. Ehteshami. – New York: Routledge, 2004. – 28 pp.

95. Adams L. Can We Apply Postcolonial Theory to Central Eurasia? // *Central Eurasian Studies Review*. – 2008. – Vol. 7. – No 1. – Pp. 2-7.
96. Allison R. Virtual Regionalism, Regional Structures and Regime Security in Central Asia // *Central Asia Survey*. – 2008. – Vol. 27. – No 2. – Pp. 185-202.
97. Anghelescu A. European Union and Central Asia – past directions and future perspective // *CES Working Papers*. – 2018. – Vol. X. – No 3. – Pp. 271-290.
98. Anholt. S. *Competitive Identity. The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. – Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2007. – 134 pp.
99. Anholt S. Nation-Brands and the Value of Provenance // *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition* / eds. N. Morgan, A. Pritchard, R. Pride. – Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004. – 336 pp.
100. Anholt S. *Places. Identity, Image and Reputation*. – Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2016. – 182 pp.
101. Anholt S. Public Diplomacy and Place Branding: Where is the Link? // *Place Branding*. – 2006. – No 2. – Pp. 271-275.
102. Balci B., Liles T. Turkey's Comeback to Central Asia // *Insight Turkey*. 2018. – Vol. 20. – No 4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.insightturkey.com/commentaries/turkeys-comeback-to-central-asia>
103. Brzezinski Z. *Strategic Vision. America and the Crisis of Global Power*. – New York: Basic Books, 2012. – 224 pp.
104. Cambell D. *Writing Security. United States Foreign Policy and the Politics of Identity*. – Minneapolis: University of Minnesota Press, 1992. – 312 pp.
105. Clarke M. China and the Shanghai Cooperation Organization: The Dynamics of “New Regionalism”, “Vassalization”, and Geopolitics in Central Asia // *The New Central Asia. The Regional Impact of International Actors* / ed. E. Kavalski. – Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2010. – Pp. 1-20.
106. Cooley A. *Great Games, Local Rules*. – New York: Oxford University Press, 2012. – 272 pp.
107. Cooley A. and Heathershaw J. *Dictators without Borders. Power and Money in Central Asia*. – New Haven and London: Yale University Press, 2017. – 312 pp.

108. Cooley A., Spruyt H. Contracting States. Sovereign Transfers in International Relations. – Princeton: Princeton University Press, 2009. – 280 pp.
109. Cotîrlea D.A. Country Image vs. Country Brand: Differences and Similarities // Ecoforum. – 2015. – Vol. 4. – Special Issue 1. – 165 pp.
110. Cox M., Campanaro R. Introduction to International Relations. – London: University of London, 2016. – 302 pp.
111. Deyermond R. Matrioshka Hegemony? Multi-Levelled Hegemonic Competition and Security in PostSoviet Central Asia // Review of International Studies. – 2009. – Vol. 35. – No 1. – Pp.151-173.
112. Drache D., Kingsmith A.T., Qi Duan. One Road, Many Dreams. China's Bold Plan to Remake the Global Economy. – London: Bloomsbury China, 2019. – 288 pp.
113. Dzhuraev E., Muratalieva N. The EU Strategy on Central Asia: To the Successful Implementation of the New Strategy. – Bishkek: Friedrich Ebert Foundation, 2020. – 16 pp.
114. Efegil E. The European Union's New Central Asian Strategy // The New Central Asia. The Regional Impact of International Actors. – Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2010. – Pp. 71-87.
115. Eilts H.F. Saudi Arabia's Foreign Policy // Diplomacy in the Middle East / ed. By L.C. Brown – London: I.B Tauris & Co Ltd, 2004. – Pp.219-244.
116. Emerson M., Boonstra J., Hasanova N., Laruelle M., Peyrous S. Into Eurasia. Monitoring the EU's Central Asia Strategy. Report of the EUCAM Project. Madrid, Brussels: Centre for European Policy Studies (CEPS), Fundación para las Relaciones Internacionales y el Diálogo Exterior (FRIDE), 2010. – 143 pp.
117. Engvall J. Why are Public Offices Sold in Kyrgyzstan // Kyrgyzstan beyond "Democracy Island" and "Failing State" Social and Political Changes in a Post-Soviet Society. / eds. Marlene Laruelle and Johan Engvall. – London: Lexington Books, 2015. – Pp.39-59.
118. Eroyan A., Kolpak E., Litvinova S., Gusakov N., Ryazantsev S. Spatial-Economic and Geopolitical Interests of Russia, the USA and China in Central Asia: Competition, Coincidence of Wants and Strategies in a Changing World //

- International Review of Management and Marketing. – 2016. – No 6(S6). – Pp. 197-201.
119. Frappi K. Central Asia's Place in Turkey's Foreign Policy // Analysis ISPI. – 2013. – No 225. – Pp. 1-12.
 120. Hao Tian. China's Conditional Aid and Its Impact in Central Asia // China's Belt and Road Initiative and Its Impact in Central Asia / ed. M. Laruelle. – Central Asia Program, the George Washington University, 2018. – Pp. 21-34.
 121. Heyat F. Reislamisation in Kyrgyzstan: Gender, New Poverty and the Moral Dimension // Central Asia Survey. – 2004. – Vol. 23. – No 3-4. – Pp. 275-287.
 122. Hirsch F. Toward an Empire of Nations: Border Making and the Formation of Soviet National Identities // The Russian Review. – 2000. – No 59(2). – Pp. 201-226.
 123. Hirshberg M. S. The Self-Perpetuating National Self-Image: Cognitive Biases in Perceptions of International Intervention // Political Psychology. – 1993. – Vol. 14. – No 1. – Pp. 77-98.
 124. Hongying Wang. National Image Building and Chinese Foreign Policy // China: An International Journal. – 2003. – Vol. 1. – No 1. – Pp. 46-72.
 125. Hovsepyan L. The Turkish Model and Turkey's Central Asian Policies Conditioned by Western Strategic Interests // Central Asia and the Caucasus. – 2009. – No. 2(59) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.cac-c.org/online/2009/journal_eng/cac-02/12.shtml
 126. Huntington S. The Clash of Civilizations // Foreign Affairs. – 1993. – Vol. 72. – No. 3. – Pp. 2-49.
 127. Indeo F. A Comprehensive Strategy to Strengthen China's Relations with Central Asia // China's Belt and Road: a Game Changer? / ed. A. Amighini. – Novi Ligure: ISPI, 2017. – Pp. 35-53.
 128. Indeo F. The Role of Russia in the Central Asian Security Architecture // OSCE Academy Policy Brief. – 2018. – No 48. – Pp. 1-14.
 129. Jaborov S. Chinese Loans in Central Asia: Development Assistance or "Predatory Lending"? // China's Belt and Road Initiative and Its Impact in Central Asia / ed.

- M. Laruelle. – Central Asia Program, the George Washington University, 2018. – Pp. 34-41.
130. Jarosiewicz A., Strachota K. China vs. Central Asia. The achievements of the past two decades // OSW Studies. – 2013. – No 45. – 84 pp.
 131. Jian Wang. Shaping China's Global Imagination. Branding Nations at the World Expo. – New York: Palgrave Macmillan, 2013. – 210 pp.
 132. Kavalski E. Uncovering the "New" Central Asia: The Dynamics of External Agency in a Turbulent Region // The New Central Asia. The Regional Impact of International Actors / ed. E. Kavalski. – Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2010. – Pp. 3-25.
 133. Kellner T. China's Rise in Central Asia: The Dragon Enters the Heart of Eurasia // Interpreting China as a Regional and Global Power Nationalism and Historical Consciousness in World Politics / ed. B. Dissein. – Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014. – Pp. 216-245.
 134. Khalid A. Backwardness and the Quest for Civilization: Early Soviet Central Asia in Comparative Perspective // Slavic Review. – 2006. – Vol. 65. – No 2. – Pp. 231-251.
 135. Kissinger H. On China. – Toronto: Penguin Group, 2011. – 624 pp.
 136. Knieper T. Political Branding // Encyclopedia of Political Communication. Vol. 1, 2. / eds. L. Kaid and C. Holtz-Bacha. – Thousand Oaks, California, SAGE Publications Inc., 2008. – 1104 pp.
 137. Kobrinskaya I. The Post-Soviet Space: From the USSR to the Commonwealth of Independent States and Beyond // The CIS, the EU and Russia / eds. K. Malfliet, L. Verpoest, and E. Vinokurov. – Hampshire: Palgrave Macmillan, 2007. – Pp. 13-21.
 138. Kotler P., Gertner D. Country as Brand, Product and Beyond: A Place Marketing and Brand Management Perspective // The Journal of Brand Management. – 2004. – Vol.9. – Pp. 249-261.

139. Laruelle M. Introduction. China's Belt and Road Initiative. Quo Vadis? // China's Belt and Road Initiative and Its Impact in Central Asia / ed. M. Laruelle. – Central Asia Program, the George Washington University, 2018. – Pp. X-XII.
140. Laruelle M., Peyrouse S. China as a Neighbor: Central Asian Perspectives and Strategies. – Washington: Central Asia-Caucasus Institute & Silk Road Studies Program, 2009. – 203 pp.
141. Laruelle M. Russia and Central Asia // The New Central Asia. The Regional Impact of International Actors / ed. E. Kavalski. – Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2010. – 365 pp.
142. Laruelle M. Russia in Central Asia: Old History, New Challenges? // EUCAM Working Paper. – 2009. – No 3. – Pp. 1-12.
143. Malashenko A. Turning away from Russia: New Directions for Central Asia // Commonwealth and Independence in Post-Soviet Eurasia / eds. B. Coppieters, A. Zverev, and D. Trenin. – London: FrankCass, 1998. – 232 pp.
144. Marr P. Iraqi Foreign Policy / Diplomacy in the Middle East / ed. L.C. Brown – London: I.B Tauris & Co Ltd, 2020. – 365 pp.
145. Martin M. Reframing the Use of Force: The European Union as a Security Actor // The Handbook of Global Security Policy / eds. M. Kaldor and I. Rangelov. – Chichester: John Wiley & Sons Ltd, 2014. – Pp. 355-371.
146. McBrien J. Mukadas's Struggle: Veils and Modernity in Kyrgyzstan // The Journal of the Royal Anthropological Institute. Islam, Politics, Anthropology. [Электронный ресурс]. – 2009. – Vol. 15. – Режим доступа: <https://rai.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1467-9655.2009.01546.x>
147. Melissen J. The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice // The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations. – Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005. – Pp. 3-27.
148. Montgomery D. Namaz, Wishing Trees, and Vodka: The Diversity of Everyday Religious Life in Central Asia // Everyday Life in Central Asia: Past and Present / eds. J. Sahadeo, R. Zanca. – Bloomington: Indiana University Press, 2007. – Pp. 355-370.

149. Morgan N., Pritchard A. Meeting the Destination Branding Challenge // Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition / eds. N. Morgan, A. Pritchard A., R. Pride. – Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004. – 20 pp.
150. Nation Branding Concepts, Issues, Practice / ed. K. Dinnie. – Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2008. – 306 pp.
151. North D., Wallis J., Webb S., Weingast B. Limited Access Orders. An Introduction to the Conceptual Framework // In the Shadow of Violence. Politics, Economics and the Problems of Development. – Cambridge: Cambridge University Press, 2013. – Pp. 1-22.
152. Nye J. Soft Power: The Means to Success in World Politics. – New York: PublicAffairs, 2004. – 191 pp.
153. Olins W. Branding the Nation: The Historical Context // Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition / eds. N. Morgan, A. Pritchard A., R. Pride. – Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004. – 314 pp.
154. Oliphant C. Russia's role and Interests in Central Asia // Policy Brief. Saferworld Preventing Violent Conflict. Building Safer Lives, October 2013. – 17 pp.
155. Olcott M.B. Central Asia: Catapult to Independence // Foreign Affairs. – 1992. – Vol. 71. – No 3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.foreignaffairs.com/articles/kazakhstan/1992-06-01/central-asias-catapult-independence>
156. Quinn A. The United States // The Handbook of Global Security Policy / eds. M. Kaldor and I. Rangelov. – Chichester: John Wiley & Sons Ltd, 2014. – 560 pp.
157. Pelkmans M. Paradoxes of Religious Freedom and Repression (Post) Soviet Contexts // Journal of Law and Religion. – 2014. – Vol. 29. – No 3. – Pp. 436-446.
158. Roberts S., Marin A., Moshes A., Pynnöniemi K. The Eurasian Economic Union: Breaking the Pattern of the Post-Soviet Integration? // Technical Report. Helsinki: Finnish Institute of International Affairs, 2014. –
159. Robins P. Turkey and the Middle East. – New York: CFRP, 1991. – 117 pp.

160. Rustemova A. Political Economy of Central Asia: Initial Reflections on the Need for a New Approach // *Journal of Eurasian Studies*. – 2011. – No 2. – Pp. 30-39.
161. Sasley B. Turkey in Central Asia: Turkish Identity as Enabler or Impediment // *The New Central Asia. The Regional Impact of International Actors* / ed. E. Kavalski. – Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2010. – Pp. 191-214.
162. Scott D. “The Chinese Century”? The Challenge to Global Order. – Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2008. – 197 pp.
163. Stepan A. The Multiple Secularisms of Modern Democratic and Non-Democratic Regimes / eds. C. Calhoun, M. Juergensmeyer, and J. VanAntwerpen. – New York: Oxford University Press, Inc., 2011. – 48 pp.
164. Stiglitz J. and Squire L. International Development: Is It Possible? // *Foreign Policy*. – 1998. – No 110. – Pp. 138-151.
165. Suyarkulova M. Reluctant Sovereignties? Central Asia States’ Path to Independence // *Sovereignty after Empire. Comparing the Middle East and Central Asia* / eds. S. Cummings and R. Hinnebusch. – Edinburgh: Edinburgh University Press, 2011. – Pp. 127-149.
166. The Globalization of World Politics. An Introduction to International Relations. Textbook / eds. J. Baylis, S. Smith and P. Owens. – Oxford: Oxford University Press, 2019. – 648 pp.
167. Toktomushev K. Kyrgyzstan – Regime Security and Foreign Policy. – Abingdon: Routledge, 2017. – 192 pp.
168. Tolipov F. One Belt, One Road in Central Asia: Progress, Challenges, and Implications. Risk Assessment, Private Security and Special Insurances along the New Wave of Chinese Outbound Investments // *Securing the Belt and Road Initiative* / eds. A. Arduino, X. Gong. – Singapore: Palgrave Macmillan, 2018. – 92 pp.
169. Vakulchuk R., Overland I. China’s Belt and Road Initiative through the Lens of Central Asia // *Regional Connection under the Belt and Road Initiative. The prospects for Economic and Financial Cooperation* / eds. Fanny M. Cheung, Ying-yi Hong. – Abigdon, New York: Routledge, 2019. – 21 pp.

170. Voloshin G. The European Union's Normative Power in Central Asia: Promoting Values and Defending Interests. – London: Palgrave Pivot, 2014. – 77 pp.
171. Wendt A. Collective Identity Formation and the International State // The American Political Science Review. – 1994. – Vol. 88. – No 2. – 22 pp.
172. Wheeler T. Turkey's Role and Interests in Central Asia // Policy Brief. Saferworld Preventing Violent Conflict. Building Safer Lives, October 2013. – 16 pp.
173. Wolters A. Hegemonic or Multilateral? Chinese Investments and the BRI Initiative in Tajikistan and Kyrgyzstan // China's Belt and Road Initiative and Its Impact in Central Asia / ed. M. Laruelle. – Central Asia Program, the George Washington University, 2018. – Pp. 41-51.
174. Ying Fan. Branding the Nation: Towards a Better Understanding // Place Branding and Public Diplomacy. – 2010. – No 6. – 11 pp.
175. Zheng Bijian. China's "Peaceful Rise" to Great-Power Status // Foreign Affairs. – 2005. – Vol. 84. – No 5. – Pp. 18-24.
176. Zou Lei. The Political Economy of China's Belt and Road Initiative. – Singapore: World Scientific Publishing, 2018. – 404 pp.

Интернет-источники

177. Ашимбаева А. Старые проблемы новой экономики Казахстана [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nomad.su/?a=4-200706040231>
178. Бжезинский З. Великая Шахматная доска (Господство Америки и его геостратегические императивы) [Электронный ресурс] / Пер. О. Ю. Уральской. – М.: Междунар. отношения, 1998. – 256 с. – Режим доступа: <http://read.virmk.ru/b/bzezinsky/index.htm>
179. Вавина Е. Киргизия предложила России вернуться к строительству ГЭС. Но «РусГидро» больше не заинтересована в проекте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2019/02/06/793480-kirgiziya>
180. Вейцель Р. Влияние Турции на культуру и образование стран Центральной Азии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://polpred.dumrf.ru/books/islamic/?6287#_ftnref6

181. Герасимов Л. Таджикистан – главный поставщик наркотиков из Афганистана на мировые рынки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://centrasia.org/newsA.php?st=1369409280>
182. Гринберг Т.Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели // Электронный научный журнал «Медиаскоп». – 2008. – №2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mediascope.ru/образ-страны-или-имидж-государства-поиск-конструктивн>
183. Дегтерев Д. Многополярность или «новая биполярность»? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/mnogopolyarnost-ili-novaya-bipolyarnost/>
184. Егоров М. Западные НПО в Центральной Азии: благодетели или агенты влияния? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.turkishnews.com/ru/content/2017/12/15/>
185. Ибраев Б. Турецкий гамбит в Кыргызстане [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://centrasia.org/newsA.php?st=1245135060>
186. «Интер РАО» не собирается тратить деньги на строительство ГЭС в Киргизии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/news/234374-inter-rao-ne-sobiraetsya-tratit-dengi-na-stroitelstvo-ges-v-kirgizii>
187. Искендеров П. Турция: неоосманизм или неоглобализм? (II) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fondsk.ru/news/2016/04/14/turcia-neoosmanizm-ili-neoglobalizm-ii-39661.html>
188. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – М.: Изд-во Эксмо, 2004. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul25.htm><http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul25.htm>
189. Князев А. Ваххабизм и другие течения радикального ислама в Центральной Азии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ctaj.elcat.kg/tolstyj/e/e003.htm#2>
190. Косачев К. О роли СМИ в формировании имиджа государства и развитии межкультурного диалога // Публикация РСМД [Электронный ресурс]. –

- Режим доступа: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/comments/roli-smi-v-formirovanii-imidzha-gosudarstva-i-razviti-mezh/>
191. Мусульмане Кыргызстана – заложники чужой игры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ca-portal.ru/article:36014>
 192. Орлов Д. Политическая доктрина суверенной демократии // Суверенная демократия: от идеи к доктрине. Сборник статей. – 2007. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.e-reading-lib.com/bookreader.php/73463/Suverennaya_demokratiya__ot_idei_k_doktrine._Sbornik_stateii.html#note_1
 193. Панфилова В. Ташкент переводит армию на стандарты НАТО. Узбекистан становится главным партнером США в Центральной Азии становится главным партнером США в Средней Азии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ng.ru/cis/2013-03-10/7_tashkent.html?print=Y&id_user=Y
 194. Парвиз Муллоджанов: Постсоветская Средняя Азия и мусульманский мир: салафизация как инструмент геополитики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cabar.asia/ru/parviz-mullodzhanov-postsovetskaya-srednyaya-aziya-i-musulmanskiy-mir-salafizatsiya-kak-instrument-geopolitiki/>
 195. Россия списала Киргизии долг в \$240 млн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.interfax.ru/business/567392>
 196. РФ списала Узбекистану 95% долга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.interfax.ru/business/502203>
 197. Сафранчук И. Российская политика в Центральной Азии. Стратегический контекст // Записка Аналитического центра Обсерво. Ноябрь 2014. – №8 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mgimo.ru/upload/iblock/d8b/d8be9a2679338e37315ca64bfdd064ad.pdf>
 198. Сидорская И.В. «Образ» или «имидж» страны: что репрезентируют СМИ // Актуальные проблемы исследования коммуникационных аспектов PR-деятельности и журналистики. Сборник материалов научного семинара. 15 мая 2015. Псковский государственный университет [Электронный ресурс]. –

Режим

доступа:

https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/123210/1/статья_Псков_Сидорская.pdf

199. Стронски П., Румер Е. Россия, Украина и Евразия спустя четверть века после распада СССР // Московский центр Карнеги. Статья [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://carnegie.ru/publications/?fa=62636>
200. Умаров Т. На пути к Pax Sinica: что несет Центральной Азии экспансия Китая // Московский центр Карнеги. Комментарий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://carnegie.ru/commentary/81265>
201. Ястржембский призывает улучшать имидж России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iz.ru/news/392517>
202. Armstrong K. Wahhabism to ISIS: How Saudi Arabia Exported the Main Source of Global Terrorism [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.newstatesman.com/world-affairs/2014/11/wahhabism-isis-how-saudi-arabia-exported-main-source-global-terrorism>
203. Axoynova V. The EU-Central Asia Human Rights Dialogues: Making a Difference? // EUCAM Policy Brief. – April 2011. – Issue 16 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eucentralasia.eu/2011/04/the-eu-central-asia-human-rights-dialogues-maki>
204. Baker J. What is Internews. May 2005. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://drkprnts.wordpress.com/what-is-internews/>
205. BBG Research Series: Assessing Russia's Influence in Its Periphery [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.usagm.gov/2016/02/04/assessing-russias-influence-in-its-periphery-is-russia-really-winning-an-information-war/>
206. Boonstra J. New EU Strategy for Central Asia: First reactions // EUCAM Watch. – June 2019. – Issue 21. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eucentralasia.eu/2019/06/new-eu-strategy-for-central-asia-first-reactions/>
207. Boonstra J., Panella R. Three Reasons Why the EU Matters to Central Asia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://voicesoncentralasia.org/three-reasons-why-the-eu-matters-to-central-asia/>

208. Bossuyt F. Connecting Eurasia: Is Cooperation between Russia, China, and the EU in Central Asia Possible? // RIAC Article. May 30, 2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://russiancouncil.ru/en/analytics-and-comments/analytics/connecting-eurasia-is-cooperation-between-russia-china-and-the-eu-in-central-asia-possible/>
209. Bossuyt F. New EU Strategy for Central Asia: All about Balance // The Diplomat. July 2, 2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://thediplomat.com/2019/07/new-eu-strategy-for-central-asia-all-about-balance/>
210. Cai P. Understanding China's Belt and Road Initiative. Lowy Institute Analysis. March 2017. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.lowyinstitute.org/sites/default/files/documents/Understanding%20China%E2%80%99s%20Belt%20and%20Road%20Initiative_WEB_1.pdf
211. Chatzky A., McBride J. China's Massive Belt and Road Initiative // Backgrounder. Council on Foreign Relations. January 28, 2020. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cfr.org/backgrounder/chinas-massive-belt-and-road-initiative>
212. Cooley A. The Emerging Political Economy of OBOR: The Challenges of Promoting Connectivity in Central Asia and Beyond // A Report of the CSIS Simon Chair in Political Economy. Washington, D.C.: The Center for Strategic and International Studies, 2016. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://csis-website-prod.s3.amazonaws.com/s3fs-public/publication/161021_Cooley_OBOR_Web.pdf
213. Frederick Starr: For Central Asian States the Regional Cooperation is Important, But Not Integration and Loss of Sovereignty. February 7, 2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cabar.asia/en/frederick-starr-for-central-asian-states-the-regional-cooperation-is-important-but-not-integration-and-loss-of-sovereignty>
214. Freedom in the World. 2020. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://freedomhouse.org/countries/freedom-world/scores>

215. GDP per capita (current US\$). World Bank national accounts data, and OECD National Accounts data files. 2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD>
216. Gerhards J., Hans S. Why not Turkey? Attitudes towards Turkish Membership in the EU among Citizens in 27 European Countries // Journal of Common Market Studies. – 2011. – No 49(4). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/227374708_Why_not_Turkey_Attitudes_towards_Turkish_Membership_in_the_EU_among_Citizens_in_27_European_Countries
217. Hillman J. China's Belt and Road Is Full of Holes // CSIS Brief. September 4, 2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:// URL: <https://www.csis.org/analysis/chinas-belt-and-road-full-holes>
218. Human Rights Watch. World Report 2012. Events of 2011. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hrw.org/sites/default/files/reports/wr2012.pdf>
219. Isaacs R. The EU's Rule of Law Initiative in Central Asia // EUCAM Policy Brief. – August 2009. – Issue 9. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eucentralasia.eu/2009/08/the-eus-rule-of-law-initiative-in-central-asia/>
220. Kagan R. Power and Weakness // Policy Review. – 2002. – No 113. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ies.be/files/documents/JMCdepository/Robert%20Kagan,%20Power%20and%20Weakness,%20Policy%20Review,%20No.%20113.pdf>
221. *Köstem S.* The Power of the Quiet? Turkey's Central Asia Strategy // ISPI Commentary. October 3, 2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ispionline.it/en/pubblicazione/power-quiet-turkeys-central-asia-strategy-24069>
222. Leonard M. Diplomacy by Other Means // Foreign Policy. November 9, 2009. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://foreignpolicy.com/2009/11/09/diplomacy-by-other-means/>

223. Mirkasymov B. Salafism in Central Asia and the Northern Caucasus // Central Asia and the Caucasus [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cac.org/journal/2003/journal_eng/cac-03/04.mireng.shtml
224. Myrzabaev M., Nasritdinov E. Saudi Influence in Kyrgyzstan: Beyond Mosques, Schools and Foundations [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.academia.edu/43788663/Saudi_influence_in_Kyrgyzstan_Beyond_Mosques_Schools_and_Foundations
225. NATO's Relations with Central Asia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_107957.htm?se
226. Nichol J. Kazakhstan: Recent Developments and U.S. Interests // CRS Report for Congress. 2013. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fas.org/sgp/crs/row/97-1058.pdf>
227. Rothkop D. A Time of Unprecedented Instability? A Conversation With Zbigniew Brzezinski on Today's Worldwide Turmoil, Overstating Iran's Near-Term Nuclear Threat, and Why a Return to Global Order May Rest on the Relationship Between the United States and China // Foreign Policy. July 21, 2014. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://foreignpolicy.com/2014/07/21/a-time-of-unprecedented-instability/?wp_login_redirect=0
228. Walt S. The Myth of American Exceptionalism // Foreign Policy. October 11, 2011. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://foreignpolicy.com/2011/10/11/the-myth-of-american-exceptionalism/>
229. Yakobashvili T. A Chinese Marshall Plan for Central Asia? // Central Asia Caucasus Institute Analyst [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cacianalyst.org/publications/analytical-articles/item/12838-a-chinese-marshall-plan-for-central-asia>
230. Zimmerman T. The New Silk Roads: China, the U.S., and the Future of Central Asia // New York University. Center on International Cooperation. October 2015. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cic.nyu.edu/sites/default/files/zimmerman_new_silk_road_final_2.pdf