
Формирование позитивного внешнего имиджа Узбекистана: современное состояние, проблемы и перспективы

Ташкент 2008

Точка зрения, выраженная в данном докладе принадлежит членам рабочей группы и может не совпадать с официальной точкой зрения ЦЭИ

© Центр экономических исследований, 2008

Все права принадлежат Центру экономических исследований. Любое воспроизведение доклада или использование выдержек из данной публикации могут быть произведены только с письменного согласия, ссылка на источник обязательна. По всем вопросам, касающимся перепечатки, перевода и приобретения печатных версий обращаться по следующему адресу: Центр экономических исследований, Узбекистан, Ташкент, 700070, ул. Усмана Носира, 1-ый тупик, дом 5

Состав рабочей группы:

Координатор исследований:	Б. Эргашев
Ассистент координатора исследований:	З. Давыдова
Национальные эксперты:	Р. Сайфулин (руководитель)
	А. Мурзин
	Ф. Талипов
	Д. Рашидова
	А. Комилов
	Н. Ахмедов

Выражение признательности

Мы благодарны нашим коллегам, членам Научно-проблемного совета ЦЭИ, чьи замечания были весьма полезны в ходе исследования. Мы благодарны Б. Эшонову за руководство и консультации на протяжении всей работы. Выражаем глубокую признательность А. Шайхову и А.Абдувахитову за ценные комментарии и предложения.

Резюме

Формирование позитивного внешнего имиджа Узбекистана является одним из важных факторов успешной реализации долгосрочной стратегии модернизации Узбекистана. Недооценка этого фактора может привести к серьезным негативным последствиям, как для внешней политики страны, так и для ее экономического развития.

Оценивая сложившийся на современном этапе внешний имидж Узбекистана, необходимо отметить, что, несмотря на предпринимаемые со стороны правительства усилия по продвижению позитивного имиджа страны, он в основном для зарубежной аудитории остается негативным.

Негативный имидж страны имеет политическое и экономическое измерение, препятствуя эффективной реализации внешнеполитических инициатив и реализации экономического потенциала.

В связи с этим становится актуальной задача разработки и реализации стратегии формирования позитивного внешнего имиджа Узбекистана на средне- и долгосрочную перспективу и в данной аналитической записке предложено видение основных направлений, этапов и инструментов формирования и реализации государственной политики по формированию и продвижению позитивного внешнего имиджа Узбекистана.

Ключевая идея данной аналитической записки заключается в том, что в рамках реализации имиджевой политики, государству необходимо обеспечить системный и комплексный подход в решении задач формирования и продвижения позитивного имиджа, активизировать работу по созданию новых институтов, механизмов и инструментов реализации имиджевой политики в среднесрочной перспективе, сделать упор на активное вовлечение существующих аналитических и экспертных центров, структур, представляющих интересы предпринимателей, а также и само бизнес-сообщество, всё более усиливающейся сектор неправительственных организаций к формулированию, продвижению и защите позитивного внешнего имиджа страны.

Содержание:

Введение.....	6
Глава 1. Формирование внешнего имиджа страны: актуальность, условия и механизмы.....	8
1.1. Актуальность формирования позитивного внешнего имиджа для Узбекистана на современном этапе.....	8
1.2. Имидж страны в современных условиях: основные составляющие и механизмы формирования.....	11
Глава 2. Внешний имидж и имиджевая политика Узбекистана на современном этапе.....	13
2.1. Ключевые характеристики сложившегося внешнего имиджа Узбекистана.....	13
2.2. Основные причины неэффективности имиджевой политики Узбекистана на современном этапе.....	16
Глава 3. Основные направления формирования позитивного внешнего имиджа Узбекистана.....	21
3.1. Основные этапы, инструменты и механизмы реализации стратегии по формированию позитивного внешнего имиджа Узбекистана.....	22
3.2. Мониторинг имиджевой стратегии.....	30
Заключение.....	32
Приложения.....	34
Приложение 1. О подходах к формированию позитивного имиджа страны.....	34
Приложение 2. Формирование позитивного внешнего имиджа страны: опыт ряда стран.....	36
Приложение 3. О некоторых аспектах сформировавшегося внешнего имиджа Узбекистана (на основе контент-анализа материалов зарубежных СМИ)	42
Приложение 4. Алгоритм формирования позитивного внешнего имиджа страны: стратегия и тактика.....	69
Приложение 5. Алгоритм планирования, реализации и мониторинга стратегии позитивного имиджа Узбекистана.....	75
Приложение 6. Алгоритм механизма позитивного освещения событий (в разрезе контрпропагандистской деятельности по защите имиджа страны).....	76
Библиография.....	78

Вставки

	стр.
1. Функции имиджа государства	11
2. Формирование нового позитивного имиджа Европейского Союза	12
3. Государственная корпорация по организации пиара страны в России	12
4. Антироссийский PR на Западе	17
5. Опыт Казахстана в формировании имиджа страны	18
6. Узбекистанская диаспора за рубежом и продвижение имиджа	19
7. Финансирование имиджевых кампаний за рубежом	20
8. Американский опыт контрпропаганды и защиты имиджа	21
9. Конференции как механизм продвижения имидж-инициатив	27

Схемы

1. Алгоритм формирования стратегии продвижения имиджа на основе широкого партнерства	24
--------------------------------------------------------------------------------------	----

Таблицы

1. Негативные квантификационные параметры имиджа Узбекистана в зарубежных СМИ	14
2. Позитивные квантификационные параметры имиджа Узбекистана в зарубежных СМИ	15