



DOI: 10.22363/2313-1438-2024-26-1-169-180
EDN: LKVPWB

Научная статья / Research article

Имиджевая политика государств Большого Каспия: факторы и барьеры формирования имиджа макрорегиона

Е.В. Морозова 

*Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева, Астрахань,
Российская Федерация*

Кубанский государственный университет, Краснодар, Российская Федерация

✉ morozova_e@inbox.ru

Аннотация. Формирование имиджа страны является одним из компонентов политики конструирования национальной идентичности. Целью данного исследования является выявление содержательных характеристик политики трех государств Прикаспия — Казахстана, Туркмении и Азербайджана — в отношении формирования как имиджа своих стран, так и макрорегиона. Используется концепт «дискурсивной силы», эмпирическими методами выступили онлайн-опрос, фокус-групповые и экспертные интервью. Автор характеризует основные группы факторов, влияющих на конструирование имиджа в рассматриваемых странах, выделяет типы имиджевой политики, основные стратегии и технологии. Основное внимание уделено проблемам и перспективам формирования имиджа Каспийского макрорегиона. По данным анкетирования граждан Казахстана, Туркмении и Азербайджана, структурными характеристиками имиджа макрорегиона могли бы стать экосистема Каспийского моря и общее советское прошлое. Основные барьеры продвижения имиджа макрорегиона — лакуна субъектности в части институтов, общих стратегий и технологий, неравномерная включенность стран макрорегиона в глобальное и региональное информационное пространство, характер центр-региональных отношений в странах региона, существующая конкуренция макрорегиональных проектов. В современном миропорядке Каспийский макрорегион можно рассматривать как потенциальный «центр силы», обладающий огромными материальными и духовными ресурсами развития. Конструирование его имиджа, его продвижение в качестве одного из гуманитарных компонентов развивающегося сотрудничества стран «Каспийской пятерки» становится важным в условиях деглобализации и создания мегарегиональных проектов, устанавливающих новые стандарты и нормы взаимодействия.

Ключевые слова: Каспийский макрорегион, имидж, имиджевая политика, имиджевые стратегии, коммуникативные барьеры, дискурсивная сила

© Морозова Е.В., 2024



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Для цитирования: Морозова Е.В. Имиджевая политика государств Большого Каспия: факторы и барьеры формирования имиджа макрорегиона // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2024. Т. 26. №1. С. 169–180. <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2024-26-1-169-180>

Благодарности: Исследование проведено при финансовой поддержке РФФ, проект № 22-18-00301 «Процесс конструирования новых идентичностей в Каспийском макрорегионе в контексте социальной безопасности».

Image Policy of the Greater Caspian States: Factors and Challenges to Forming the Macro-Region Image

Elena V. Morozova 

Astrakhan Tatishchev State University, Astrakhan, Russian Federation

Kuban State University, Krasnodar, Russian Federation

✉ morozova_e@inbox.ru

Abstract. The formation of the country's image is one of the components of the national identity policy construction. The purpose of this study is to identify the substantive characteristics of the policy of the three Caspian states — Kazakhstan, Turkmenistan, and Azerbaijan — within the formation of both the image of their countries and the macro-region. The concept of the 'discursive power' is applied; the empirical methods used are an online survey, focus group and expert interviews. The author characterizes the main groups of factors influencing the construction of the image in the countries under consideration, identifies the types of image policies, main strategies, and technologies. We focused on the problems and prospects of forming the image of the Caspian macro-region. According to the surveys of citizens conducted in Kazakhstan, Turkmenistan and Azerbaijan, the structural characteristics of the macro-region image are as follows: the ecosystem of the Caspian Sea and the common Soviet past. The main challenges to promoting the image of the macro-region are the lacuna of agencies in terms of institutions, general strategies and technologies, the uneven inclusion of the countries of the macro-region in the global and regional information space, the nature of center-regional relations in the countries of the region, the existing competition of macroregional projects. In the modern world order, the Caspian macro-region can be considered as a potential 'center of power', possessing enormous material and spiritual resources for development. The construction of its image, its promotion as one of the humanitarian components of the developing cooperation of the Caspian Five countries in the conditions of deglobalization and the creation of mega-regional projects that establish new standards and norms of interaction.

Keywords: Caspian macro-region, image, image policy, image strategies, communication barriers, discursive power

For citation: Morozova, E.V. (2024). Image policy of the Greater Caspian states: Factors and challenges to forming the macro-region image. *RUDN Journal of Political Science*, 26(1), 169–180. <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2024-26-1-169-180>

Acknowledgements: The study was carried out by a grant from the Russian science foundation No. 22-18-00301 «The process of constructing new identities in the Caspian macro-region in the context of societal security».

Введение

Одной из главных функций имиджа является конструирование идентичности, в связи с чем имиджевая политика составляет содержательный и институциональный компонент политики идентичности государства. Страны постсоветского пространства (в том числе Казахстан, Туркменистан и Азербайджан, имиджевой политике которых посвящена данная статья) столкнулись с вызовами конструирования новых национальных идентичностей. «Каждое новое государственное образование создает на обломках бывшей идентичности, как это в свое время сделало и советское государство, новую, со своими особенностями. В каждом конкретном случае оно конструирует свою модель, не имея зачастую конкретного проекта с заданными параметрами» [Романова, Морозова 2023: 96].

После распада СССР регион Каспийского моря из практически внутреннего региона (за исключением границы с Ираном) превращается в геополитический макрорегион, значение которого возрастает в современных условиях. Регион привлекателен не только для пяти акторов «первой линии», но и для более удаленных субъектов. Формирование имиджа как внутренних, так и международных макрорегионов является частью социокультурного обеспечения их целостности и фактором успешной реализации экономических и политических проектов [Милюкова и др. 2021; Российская Арктика... 2016; Назукина 2021a, 2021b].

Учитывая растущую важность Каспийского макрорегиона в условиях современных геополитических трансформаций и запрос на ценностно-политический проект, мы использовали в качестве теоретического основания концепцию «дискурсивной силы». И.С. Семененко определяет дискурсивную силу как совокупность стратегий и механизмов продвижения идеологических установок, идей, смыслов и стоящих за ними интересов в пространстве политических коммуникаций [Семененко 2023: 432]. Сам концепт имеет давнюю историю, восходящую к идеям М. Фуко [Foucault 1971]. Сегодня западные цивилизационные проекты конкурируют за первенство в конструировании образов будущего, универсализм западного либерального проекта оспаривается теорией и практикой.

В исследовании использовались подходы к анализу страновых имиджей, предложенные Э.А. Галумовым [Галумов 2005], И.С. Семененко [Семененко 2008], И.А. Василенко [Василенко 2013], А.В. Андреевской [Андреевская 2022], Н.Г. Федотовой [Федотова 2018]. Состояние имиджевой политики в отдельных странах Каспийского макрорегиона отражено в публикациях диспропорционально: максимально и достаточно детально представлены публикации по Казахстану, далее, значительно меньше, по Азербайджану и по минимуму представлены работы, характеризующие имидж Туркменистана. Особый интерес представляют работы, немногочисленные и достаточно фрагментированные, посвященные формированию имиджа Каспийского макрорегиона [Кузина, Рябцева 2006; Кассамединова 2022; Бочарникова 2018].

Методы исследования

Эмпирическую базу исследования составили материалы социологических исследований, проведенных сотрудниками Центра исследования проблем Юга России и Прикаспия Астраханского государственного университета в 2022–2023 гг. в Казахстане (700 респондентов в онлайн-опросе, 5 фокус-групповых интервью, 9 экспертных интервью) и Азербайджане (5 фокус-групповых интервью, 300 респондентов в онлайн-опросе). Анкетирование граждан Туркменистана (309 респондентов) и проведение 5 фокус-групповых интервью осуществлялось на территории РФ, респондентами выступали представители Туркменистана, обучающиеся в вузах Астрахани, Краснодара и Майкопа или работающие в данных городах. Эти исследования позволили прийти к выводам о восприятии имиджа страны самими гражданами.

Что касается внешних аспектов имиджа, эмпирические данные ограничиваются материалами отчасти собственных фокус-групповых интервью, но в большей степени данными статистики и социологических исследований, проведенных внешними агентствами. В работе использовались материалы Международной некоммерческой ассоциации исследовательских агентств «Евразийский монитор»¹, международные рейтинги, в частности Global Soft Power Index².

Факторы и стратегии формирования имиджа каспийских государств

Имидж любого государства (региона, города или района) представляет собой единство двух сторон. Он является результатом или следствием многих факторов развития государства (исторических, природных, экономических, политических, социокультурных и др.) Но одновременно он является результатом целенаправленной деятельности политических субъектов, нематериальным ресурсом развития, активным инструментом преобразований, повышения статуса и престижа данного государства, его привлекательности и конкурентоспособности. Имидж играет колоссальную роль в формировании национальной идентичности государства как у граждан страны, так и во внешней среде. Наше исследование не дало возможности оценить модели деятельности по продвижению имиджа государств в силу недоступности прямой информации (документы органов власти), мы сосредоточились на факторах формирования имиджа.

Э.А. Галумов выделяет три группы факторов, влияющих на формирование и продвижение имиджа:

- 1) условно-статичные, сформировавшиеся в прошлом и слабо изменяющиеся (природный потенциал, культурное наследие, исторические события, геополитическое положение);

¹ Международная некоммерческая ассоциация исследовательских агентств «Евразийский монитор». URL: <https://eurasiamonitor.org/> (дата обращения: 09.12.2023).

² Global Soft Power Index 2023. URL: <https://brandirectory.com/softpower/> (accessed: 09.12.2023).

- 2) условно-динамичные социологические факторы (социально-психологические настроения, формы социальной интеграции и солидарности, морально-нравственные ценности, уровень конфликтности, характер социальных размежеваний);
- 3) условно-динамичные институциональные факторы (основные макроэкономические показатели и их динамика, правовое пространство и эффективность властных конструкций, уровень коррупции, баланс ветвей власти и уровень поддержки лидера государства) [Галумов 2005].

Проведенный анализ показал, что во всех трех государствах в имиджевых стратегиях «работает» в основном первая группа факторов, использовать факторы второй и третьей группы достаточно затруднительно в силу значимых социальных размежеваний и невысоких позиций стран в межстрановых рейтингах. Такие условно-статичные факторы, как богатство природных ресурсов (прежде всего углеводородных) и историческое прошлое, более всего влияют на конструирование страновых имиджей. К примеру, проводимая в Казахстане политика памяти предлагает этнический символизм, в основе которого лежат казахские культурные ценности древнего—средневекового—постколониально-современного периодов в новой истории Казахстана. Идет обращение к так называемому «позитивному» древнему пласту казахстанской истории (саки, гунны, тюрки, кипчаки и т.д.) с их архетипическими персоналиями — воинами, полководцами, батырами (Атила, Бильге, Кутлык, Кюль-тегин, Тоньюкок, батыр Канжыгалы Богенбай, Каракерей Кабанбай и т.д.), со школьной скамьи формирующими гордость за свое «альтернативное» историческое прошлое [Абдугулова, Капаева, Кенжебаев 2012]. При ответе на вопрос анкеты «Какими историческими событиями гордится народ Вашей страны?» респонденты из Казахстана и Туркменистана поставили на первое место обретение независимости в 1991 г., у респондентов из Азербайджана обретение независимости на втором месте, а на первом, с количеством ответов почти в три раза большим (17 и 45 процентов) — победа по Второй карабахской войне.

Достаточно объективную оценку состоянию социальной сферы дает Индекс человеческого развития (ИЧР) / Human Development Index (HDI), который ежегодно рассчитывается экспертами Программы развития Организации Объединенных Наций (ПРООН) совместно с группой независимых международных экспертов. Индекс человеческого развития (ИЧР) / Human Development Index (HDI) — это комбинированный показатель, характеризующий развитие человека в странах и регионах мира. Расчеты ведутся по трем основным направлениям: *здоровье и долголетие*, измеряемые показателем средней ожидаемой продолжительности жизни при рождении; *доступ к образованию*, измеряемый средней ожидаемой продолжительностью обучения детей школьного возраста и средней продолжительностью обучения взрослого населения; *достойный уровень жизни*, измеряемый величиной валового национального дохода на душу населения в долларах США по паритету покупательной способности. В 2023 г. в рейтинге стран по ИЧР Россия занимала 52-е место, Казахстан — 56-е,

Азербайджан и Туркменистан поделили 91-е место³. В этом же году средняя продолжительность жизни составила в Азербайджане 74,15 года, в Казахстане 72,53 и в Туркменистане 71,83 года⁴.

Учитываются не только объективные показатели (ВВП на душу населения, занятость и др.), но и такие косвенные показатели состояния общества, как уровень доверия, великодушие, щедрость, а также субъективные оценки благополучия — индекс счастья. В 2023 г. в рейтинге 100 стран по индексу счастья Казахстан занимал 44-е место, Азербайджан 92-е место⁵.

Имиджевая политика — это совокупность решений и мер системного воздействия, направленных на позитивное восприятие страны/региона как собственным населением, так и международным сообществом. Мы выделили и охарактеризовали несколько типов имиджевой политики государства: реактивная, проактивная и активная, характеризующиеся степенью связи имиджевой политики со стратегическими приоритетами развития страны. Реактивная политика характеризуется отсутствием выработанной стратегии имиджевой политики и ситуативным включением отдельных субъектов в мероприятия, инициированные извне и способствующие продвижению имиджа страны во внешней среде (кейс Туркменистана). Проактивная политика идентичности представляет собой набор разрозненных мер, основанных на включенности ряда субъектов и институциональных механизмов имиджевой политики, не имеющих общей стратегии, диверсификации имиджа и инклюзии в стратегические проекты развития страны (кейс Азербайджана). Активная политика идентичности включает в себя восприятие субъектами управления имиджа страны как ресурса развития, имеется стратегия и ее институциональное воплощение; имиджевая политика дифференцирована по направлениям и является неотъемлемым компонентом разработки и реализации стратегии развития государства (наиболее близок к этому типу Казахстан).

Используются две основные стратегии имиджевой политики — «зонтичная» (Казахстан и Азербайджан конструируют имидж из разных структурных элементов — природных, историко-культурных, индустриальных и социально-политических) и «нуклеарная» (Туркменистан во внешнеполитической среде позиционирует свой нейтралитет как основной элемент имиджа).

Основными технологиями имиджевой политики в изучаемых странах являются праздники и специальные события, использование памятников и публичных пространств, формирование так называемого «топонимического имиджа». В технологическом плане большую роль играют символы, которые ассоциируются с государством во внутренней и внешней среде. Основными символическими ресурсами являются природные и персоналистские символы.

³ Рейтинг стран бывшего СССР по уровню жизни 2022. URL: <https://top-rf.ru/places/122-rejting-stran-byvshego-sssr-po-urovnyu-zhizni.html> (дата обращения: 20.11. 2023).

⁴ Продолжительность жизни в мире по странам в 2022–2023 г. URL: <https://visasam.ru/emigration/vybor/srednyaya-prodolzhitelnost-zhizni-v-mire.html> (дата обращения: 20.11. 2023).

⁵ 100 самых счастливых стран мира: рейтинг 2023 г., место России. URL: <https://top-rf.ru/places/548-rejting-stran-po-urovnyu-schastya.html> (дата обращения: 20.11. 2023).

Так, респонденты считают основными природными символами Туркменистана хлопок, ахалкетинцев и алабаев (породы лошадей и собак, выведенных в данной стране). Среди персоналистских символов были названы Огуз-хан (древний родоначальник туркмен), Мухтумкули (великий национальный поэт) и президенты государства в постсоветское время. В Казахстане персоналистский ряд включает не только руководителей республики в советское и постсоветское время, но и классика казахской литературы Мухтара Ауэзова, знаменитого боксера Геннадия Головкина и молодого певца Димаша.

Имидж макрорегиона Большого Каспия и барьеры имиджевой политики

Конструируя имидж Каспийского макрорегиона в целом, трудно переоценить значимость его формирования и продвижения в качестве одного из гуманитарных компонентов развивающегося сотрудничества стран «каспийской пятерки» в условиях повышения роли макрорегиона перед современными вызовами кардинальных геополитических трансформаций.

Объективная сторона процесса конструирования идентичности включает идентификационные маркеры (один или несколько могут являться доминантными). В нашем случае видим два доминантных идентификатора — само Каспийское море, воспринимаемое как ценность всеми живущими на его берегах народами, и культурное многообразие каспийского сообщества. Анкетный опрос респондентов из РК показал, что общими чертами, объединяющими народы Казахстана, России, Азербайджана и Туркмении, респонденты считают саму экосистему Каспийского моря и общее советское прошлое (табл. 1). Пятая часть опрошенных считает, что существуют общекаспийские символы, четыре пятых полагают, что таких символов нет.

Таблица 1

Базисы для конструирования общекаспийской идентичности, % от ответивших

Базис объединения жителей Прикаспия	Казахстан	Азербайджан	Туркмения
Общая территория Каспийского бассейна	32,2	35,3	33,7
Общее советское прошлое	29,4	18,6	26,9
Язык	7,3	3,1	4,2
Менталитет	4,8	4,2	6,0
Культура	4,2	11,3	6,4
Религия	3,1	3,5	5,6
Кухня	3,1	2,0	3,4
Экономическое благосостояние/трудности	12,8	4,7	8,2
Другое	0,3	0,7	-
Нет ничего общего	2,1	4,4	1,8
Затрудняюсь ответить	0,7	12,2	3,6

Источник: составлено автором по результатам исследования.

Реализации имиджевой политики на уровне макрорегиона препятствует ряд барьеров. Прежде всего, это неравномерная включенность стран макрорегиона в глобальное и региональное информационное пространство, обусловленная различным состоянием цифрового неравенства не только в межстрановом сравнении, но и в межрегиональных сравнениях внутри каждой из стран Прикаспия. «К сожалению, мы чаще узнаем о Казахстане, Азербайджане и других сопредельных странах через друзей, знакомых, новости из соцсетей и новостных ресурсов поступают нерегулярно, а само информационное пространство региона разрознено и бессубъектно»⁶.

Определенные барьеры создает характер центр-региональных отношений в каждой из стран. Как отметил обозреватель международного медиа-холдинга «Евромедиа» А.В. Покатилов, «из пяти прикаспийских государств только у Азербайджана на берегу моря расположена столица — Баку. Многие берега Каспия, доставшиеся другим государствам, являются либо заболоченными, либо территориями пустынь и полупустынь при отсутствии пресной воды. Крупнейший иранский город на Каспии — Энзели — населяет немногим более 100 тысяч человек. То есть у побережья такой огромной акватории, как Каспий, на самом деле, если сравнивать со многими другими морями или озерами, живет не так уж и много людей. При этом основные центры, продуцирующие информацию, то есть столицы, у четырех государств находятся достаточно далеко от побережья. В итоге прикаспийские проблемы рассматриваются как провинциальные, что не способствует высокой роли информационных технологий в развитии сотрудничества стран Каспия»⁷.

Значимым социально-психологическим барьером стала слабая познавательная мотивация к получению информации о жизни соседей. Представляется, что причиной этой тенденции является не столько языковой фактор, сколько своеобразная «зацикленность» на нарративах, обосновывающих новую национально-государственную идентичность в странах постсоветского пространства. Анализируя результаты межстрановых исследований ассоциации «Евразийский монитор», Л.Г. Бызов и В.В. Петухов отметили, что «у большинства жителей постсоветского пространства отсутствует глубокий интерес к своим бывшим соседям по единому государству» [Бызов, Петухов 2008: 81].

Вместе с тем повышение геополитической значимости Каспийского макрорегиона в целом повлияло на изменение оценок «мягкой силы» каждой из стран. В рейтинге «мягкой силы», регулярно проводимом Brand Finance, в 2023 г. Азербайджан поднялся на 20 позиций, заняв 57-е место из 121, Казахстан — на 9 позиций, 79-е место, а Туркменистан поднялся на 25 позиций и занял 88-е место⁸.

Нельзя не отметить и нарастание конкуренции макрорегиональных проектов. Все три государства входят в сферу интересов Турции, продвигающей

⁶ Покатилов А.В. Каспийская медиа-среда: как сделать партнерство реальным. URL: <http://casp-geo.ru/kaspijskaya-media-sreda-kak-sdelat-partnerstvo-realnym/> (дата обращения: 19.11.2023).

⁷ Покатилов А.В. Каспийская медиа-среда: как сделать партнерство реальным. URL: <http://casp-geo.ru/kaspijskaya-media-sreda-kak-sdelat-partnerstvo-realnym/> (дата обращения: 19.11.2023).

⁸ Global Soft Power Index 2023. URL: <https://brandirectory.com/softpower/> (accessed: 9.12.2023).

проект «Великого Турана», в основе которого лежит идея создания общности, основанной на общих тюркских корнях огромного массива разнообразных, поликонфессиональных народов, имеющих общую языковую основу и в прошлом представлявших собой великую империю [Рахманалиев 2019]. Наибольшей степенью интеграции в данное формирующееся трансграничное политическое пространство отличается Азербайджан. Другой конкурирующий макрорегиональный проект — это сообщество государств Центральной Азии, макрорегиона, который «примеряет» роль «евразийского моста» в новых геополитических условиях и обнаруживает себя в центре внимания внешнеполитических ведомств стран Старого и Нового Света. В этом проекте Казахстан уверенно играет лидерскую роль, что обуславливается в первую очередь объективными причинами, показателями социально-экономического развития.

В качестве барьера может рассматриваться институциональный дефицит, выражающийся прежде всего в отсутствии субъектов имиджевой политики на уровне макрорегиона и, как следствие, отсутствии диверсификации имиджа с учетом интересов и ценностей основных целевых групп. В 2018 г. на Пятом Каспийском саммите в Актау (Казахстан) была подписана Конвенция о правовом статусе Каспийского моря. Как отмечает министр иностранных дел РФ С.В. Лавров, «в интересах повышения эффективности существующих структур и механизмов целесообразно выстроить их в единую региональную систему. На текущем этапе оптимальным способом достижения этой цели видится создание гибкого пятистороннего форума — Каспийского Совета»⁹. Потенциально Совет мог бы стать ключевым звеном в выстраивании многосубъектной политики идентичности в макрорегионе, объединяя деятельность национальных правительств, региональных властей и бизнеса.

Заключение

Обработка материалов эмпирического исследования продолжится в 2024 г., предстоит также провести социологические исследования в прикаспийских регионах России. Но промежуточные итоги исследований, проведенных в 2022–2023 гг., позволяют сформулировать некоторые предложения и рекомендации по совершенствованию имиджевой политики в макрорегионе Большого Каспия. Необходимо провести аудит символического капитала и имиджевых активов каждой из стран «большой пятерки» Каспия, обосновать отбор общих содержательных компонентов для конструирования и продвижения позитивного имиджа макрорегиона Большого Каспия. Рабочим органам Каспийского сотрудничества целесообразно рассмотреть предложение о формировании субъекта конструирования и продвижения позитивного имиджа Каспийского

⁹ Статья Министра иностранных дел Российской Федерации С.В. Лаврова по тематике сотрудничества в Каспийском регионе // Международная жизнь. 20.09.2022. URL: <https://interaffairs.ru/news/show/37062> (дата обращения: 15.11. 2023)

макрорегиона как в странах «пятерки», так и за их пределами. Потенциал межличностных отношений граждан каспийских стран посредством технологий «дипломатии второго трека» (совместные научные мероприятия, академические обмены, молодежные форумы, фестивали креативной индустрии, побратимские связи между городами и сельскими поселениями) позволит укрепить как двусторонние, так и многосторонние отношения сотрудничества. Необходимо придавать наиболее успешным социальным и культурным проектам, инициированным в рамках двусторонних отношений между странами, общекаспийский масштаб.

Огромным потенциалом развития сотрудничества в макрорегионе обладает туризм. По данным исследования «Евразийского монитора», интересуются историей и культурой других стран 51 % опрошенных респондентов в России, 55 % в Азербайджане и 53 % в Казахстане. В то же время посещали какие-либо достопримечательности на территории бывшего СССР за последние 2–3 года 6 % респондентов в России, 19 % в Азербайджане и 11 % в Казахстане [Бызов, Петухов 2008: 82]. Старт круизного судоходства на Каспийском море намечен на весну 2024 г.¹⁰ Пассажирский теплоход «Петр Великий», строительство которого ведется на астраханских верфях, станет первым пассажирским судном, совершающим туристические круизы по Каспийскому морю, так как ранее такие круизы никогда не проводились¹¹. Географическая близость и благоприятные визовые режимы, действующие для большинства стран, позволяют прогнозировать рост турпотоков между Казахстаном, Туркменистаном, Ираном, Азербайджаном и прикаспийскими регионами России. Предполагается, что Каспийское побережье сможет принимать не менее миллиона путешественников в год. Планируемый маршрут Астрахань — Махачкала — Баку — Ноушехр — Туркменбаши — Актау — Астрахань включает посещение 5 стран — России, Азербайджана, Ирана, Туркменистана и Казахстана.

В современном миропорядке Каспийский макрорегион можно рассматривать как потенциальный «центр силы», обладающий огромными материальными и духовными ресурсами развития. Будут ли ресурсы актуализированы, зависит от множества факторов как внешнего порядка (изменение геополитического положения стран, вхождение в иные транснациональные политические пространства), так и внутреннего порядка (факторы, связанные с организацией Каспийского сотрудничества, институционализацией органов, осуществляющих координацию совместной деятельности, в том числе и в социокультурной сфере) [Абдуллаев 2021].

Современные государства активно отстаивают право придерживаться собственных политических и ценностных установок и утверждают лидерство с опорой на экономические рычаги, в том числе через создание мегарегиональных

¹⁰ Впервые о старте каспийского круиза было объявлено еще в 2011 г. тогдашним губернатором Астраханской области А.А. Жилкиным.

¹¹ Сайт бюро путешествий «Фортуна». URL: <https://fortuna-travel.ru/kruizy/cruise-caspian-sea/> (дата обращения: 06.12.2023).

проектов, устанавливающих стандарты и нормы взаимодействия¹². Каспийский макрорегион, с его уникальным экономическим потенциалом и историческим опытом управления цивилизационным разнообразием, последовательно выстраивает свой мегарегиональный проект. Акторы этого политико-ценностного проекта находятся в состоянии конкуренции как на мировой арене, так и внутри макрорегиона, продвигая собственные «дискурсивные силы».

Поступила в редакцию / Received: 24.10.2023

Доработана после рецензирования / Revised: 13.11.2023

Принята к публикации / Accepted: 30.11.2023

Библиографический список

- Абдугулова Б.К., Капаева А.Т., Кенжебаев Г.К. Рассказы по истории Казахстана: учебник. 2-е изд., перераб. Алматы: Алматыкітап баспасы, 2012.
- Абдуллаев И.И. Каспийский регион в условиях новых геополитических вызовов и новые задачи государственного управления // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление. 2021. Т. 8. № 1. С. 80–88. <http://doi.org/10.22363/2312-8313-2021-8-1-80-88>
- Андреевкова А.В. Человеческое измерение российско-казахстанских отношений — управление имиджем // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. 2022. № 3. С. 92–104. <https://doi.org/10.24412/1994-3776-2022-3-92-104>
- Бочарникова А.В. Имидж прикаспийских государств в освещении региональных СМИ // Медиаисследования. 2018. № 5. С. 98–104.
- Бызов Л.Г., Петухов В.В. Постсоветское пространство культурные и социальные связи // Мониторинг общественного мнения. 2008. № 3 (87). С. 79–94.
- Галумов Э.А. Имидж против имиджа. М.: Известия, 2005.
- Василенко И.А. (ред.). Имиджевая стратегия России в контексте мирового опыта. М.: Международные отношения, 2013.
- Кассамединова А.А. Изменения политических брендов стран Большого Каспия: влияние на национальные интересы России (на примере Азербайджана и Казахстана) // Проблемы комплексной безопасности Каспийского макрорегиона: материалы Межд. науч.-практ. конференции. Астрахань: Астраханский государственный университет, 2022. С. 83–88.
- Кузина К.А., Рябцева Е.Е. Имидж Каспийского региона сквозь призму печатных и электронных СМИ // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2006. № 1. С. 42–51.
- Милукова А.Г., Ковалева А.В., Валюлина Е.В. Пантюркизм и геополитическая идентичность на современном Евразийском пространстве: анализ репрезентаций в СМИ // Мировая политика. 2021. № 1. С. 25–38. <http://doi.org/10.25136/2409-8671.2021.1.34970>
- Назукина М.В. Макрорегиональная идентичность и регионализм в современной Сибири // Трансформация идентичностей: опыт Европы и России: сб. науч. статей: в 2 ч. / под ред. Е.В. Викторовой. Санкт-Петербург: СПбГЭУ, 2021. С. 185–191.
- Назукина М.В. Мифы и реальность дальневосточного регионализма: внешний образ и идентичность макрорегиона // Известия Российской Академии наук. Серия географическая. 2021. Т. 85. № 2. С. 195–204.

¹² Фрагментация и регионализация международного порядка. URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/796097894.pdf> (дата обращения: 07.12.2023).

- Семенов И.С.* (ред.). *Образ России в мире: становление, восприятие, трансформация*. М.: ИМЭМО РАН, 2008.
- Рахманалиев Р.* Империя тюрков. История великой цивилизации. М.: Рипол Классик, 2019.
- Романова А.П., Морозова Е.В.* Конструирование новых идентичностей в современном Казахстане: тенденции и ориентиры // *Мировая экономика и международные отношения*. 2023. № 7. С. 85–102. <https://doi.org/10.20542/0131-2227-2023-67-7-85-102>
- Российская Арктика в поисках интегральной идентичности / отв. ред. О.Б. Подвинцев. М.: Новый хронограф, 2016.
- Семенов И.С.* Перспективы идентитарных исследований и российские приоритеты // *Идентичность личность, общество, политика. Новые контуры исследовательского поля*. М.: Весь мир, 2023. С. 431–438.
- Федотова Н.Г.* Символический капитал места: понятие, особенности накопления, методики исследования // *Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение*. 2018. № 29. С. 141–155. <https://doi.org/10.17223/22220836/29/13>
- Foucault M.* *L'Ordre du discours. Leçon inaugurale au Collège de France prononcée le 2 décembre 1970*. Paris: Gallimard, 1971.

Сведения об авторе:

Морозова Елена Васильевна — доктор философских наук, профессор, ведущий научный сотрудник НИЦ исследований проблем Юга России и Прикаспия, Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева, профессор кафедры государственной политики и государственного управления, Кубанский государственный университет (e-mail: morozova_e@inbox.ru) (ORCID: 0000-0002-1369-7594) (SPIN-код: 1051-4663)