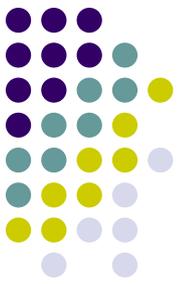


Имидж Таможенного Союза: aut bene, aut nihil



Комплекс проблем, которые могут сыграть *негативную роль* с точки зрения *имиджа, динамики и качества взаимодействия* в рамках данного проекта:

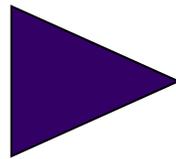


- отсутствие единой, внятной картины перспектив нового интеграционного образования, имиджевого образа Таможенного Союза
- нехватка "спикеров" ТС - кроме первых лиц государств и чиновников ЕВРАЗС "о союзе" говорит достаточно небольшой круг немедийных лиц.
- Далеко не все заявления государственных чиновников отличаются взвешенностью и оптимистической тональностью. В некоторых случаях акцент публично делается на негативных, проблемных сторонах сотрудничества в рамках ТС, что "разрушает" образ "политивного проекта".
- Несмотря на участие первых лиц государств в публичном продвижении союза (в связи с подписанием базовых документов, что случается не часто), их риторика основана на повторении достаточно условных и общих по значению фраз - об интеграции постсоветского пространства, активизации торговли и т.д.



отсутствие необходимой глубины риторики публичных лиц для различных целевых групп.

Общий информационный тренд
- *"Естественная интеграция,
Интенсификация торговли,
дружба народов и т.д."*



Не является
универсальным и
эффективным ответом на
многочисленные
информационные
запросы населения



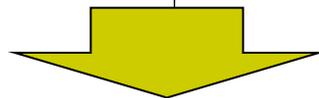
Число этих запросов
постоянно возрастает



На ТВ практически отсутствуют признаки системной работы по
продвижению позитивного имиджа "ТС"



Для продвижения проекта практически не используются «лидеры
общественного мнения»

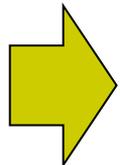


Может сложиться впечатление, что данный процесс простых граждан не
касается, дескать "государево это дело", и на жизнь отдельного человека
формирование ТС никак не повлияет.

Итак, мы наблюдаем следующие тенденции:



- Уровень знания о перспективах и направлениях развития проекта ТС достаточно низок → негативные последствия для имиджа ТС
- Отсутствует системная работа со стороны органов государственной власти по информационному продвижению данного проекта
- Отсутствует четкая картина развития ТС. Проект воспринимается как бюрократическая инициатива, ему явно не хватает элементов широкой общественной поддержки
- На три вопроса "Почему, зачем и что дальше", внятного и понятного всем ответа пока не прозвучало
- Продолжающиеся информационные баталии России с Белоруссией по поводу ряда торговых вопросов наносит существенный имиджевый ущерб союзу, и сводят на нет интеграционную риторику



Пассивность в информационном продвижении союза может привести к тому что, в условиях активного медийного противодействия модераторы ТС **потеряют инициативу**

Негативные тренды:



1. Искусственно формируется мнение что *ТС - это форма российского империализма*. Такая агрессивная трактовка ТС уже нанесла существенный имиджевый вред идее интеграционного проекта, как внутри стран-участниц так и за ее пределами.
2. Союз трактуется как *неравнозначная по формату участия и правам* международная организация, несущая *прямую угрозу суверенитету и национальным интересам* отдельных государств. П

Пример - "Заявление по поводу вступления Казахстана в Таможенный союз", казахских оппозиционных сил, опубликованное в СМИ, 25.03.2010. Будучи слабо аргументированным, данное заявление вместе с тем, формирует отрицательный тренд восприятия ТС.

3. Союз трактуется как *лишенная всяческих перспектив, сугубо бюрократическая интеграционная* структура.

Таким образом, проблемное поле можно разделить на следующие категории:



- **Отсутствие** глубокой, проработанной **программы "ответов"** на вопросы различных групп населения, актуальных для всех трех стран-участниц союза.
- **Отсутствие "позитивной" информации** о "соседях" по союзу в информационном пространстве стран участниц ТС.
- **Отсутствие "объединяющей" линии** в общем информационном пространстве стран участниц.
- **Отсутствие сквозных сюжетов** (информационных поводов) по ТС в информационном пространстве стран участниц интеграционного проекта.
- **Слабое использование современных методов и инструментов** информационного продвижения позитивного имиджа ТС.
- Продвижение ТС идет только на государственном уровне, налицо **слабость механизмов общественной поддержки проекта**.
- **Недостаточное использование образовательного, экспертного, межкультурного, молодежного** и прочих уровней трансграничного **диалога** для дальнейшего продвижения идеи ТС.

Необходимо:



Разработка **комплексной программы имиджевого позиционирования** ТС. В медийном пространстве ЕврАзЭС необходимо продвигать удачные бизнес-истории с Таможенным Союзом.

Формировать **пул компаний** разного масштаба и объемов торговли, руководители которых **рассказывали бы в СМИ** на своем примере **о тех преимуществах, что дает ТС** и конечно о проблемах роста и выстраивания взаимной координации.

Инициировать **создание торгово-промышленной палаты ТС ЕврАзЭС**. Опыт работы аналогичной российской структуры показывает, что данная организация бизнес сообщества весьма удачно лоббирует свои интересы во власти, а также, наиболее адекватно интерпретирует решения власти, выгодные бизнесу.

Главная задача состоит в том, чтобы сформировать **имидж ТС** как **"общественного проекта"**. Вывести его из поля умозрительных рассуждений о макроэкономических победах и показать "на пальцах", как именно сложение потенциалов трех государств работает на благо простых людей.