

*КЛАСИРАНЕТО НА ДЪРЖАВИТЕ КАТО „БРАНДОВЕ“ ЗА 2016 ГОДИНА*

## ИСЛЯМСКА ДЪРЖАВА ПРОДЪЛЖАВА СТРЕМИТЕЛНОТО СИ ИЗКАЧВАНЕ В ПОДРЕДБАТА GLOBAL LEADERSHIP RANKING

ПРОФЕСОР АНДРЮ РОБЪРТС: МНОГО ОБЕЗПОКОИТЕЛНО Е, ЧЕ СКОРО ИСЛЯМСКА ДЪРЖАВА ЩЕ СЕ РАДВА НА СЪЩОТО ГЛОБАЛНО ПРИЗНАНИЕ НА ИМЕТО СИ, КАКТО ОСНОВНИТЕ СВЕТОВНИ СИЛИ, С ЦЯЛАТА ВЛАСТ И ВЛИЯНИЕ, КОЕТО ДАВА ТОВА В ДНЕСНАТА ГЕОПОЛИТИЧЕСКА ОКОЛНА СРЕДА



Изследването WorldPR Global Leadership Ranking 2016©, както и предишното проучване от 2015 година показват, че стратегията на култ към смъртта и на удавяне на ефира в терор, изтезания и разрушение, успешно е осигурила много висока степен на разпознаване на Ислямска държава сред обществеността във всички страни по света. На снимката: Създателят на “WorldPR” и негов изпълнителен директор – Патрик Робертсън (Patrick Robertson). Снимка: WorldPR S. A.

Днес, 21 август 2016 година бяха представени резултатите от WorldPR Global Leadership Ranking 2016© (Световното класиране на лидерството за 2016). Най-

важният акцент сред изводите от изследването беше даден може би от д-р Андрю Робъртс (Dr. Andrew Roberts), гост професор във факултета за военни изследвания в „Кингс Колидж“ в Лондон. (War Studies Department, King's College London). Той заяви:

*„Това ново изследване показва ужасяващия успех, който има Ислямска държава в подобряването на международния си профил, особено в очите на потенциални доброволци, които биха могли да бъдат набрани, чрез политиката си на широко огласяване на мъчения и убийства. Много обезпокоително е, че скоро Ислямска държава ще се радва на същото глобално признание на името си, както основните световни сили, с цялата власт и влияние, което дава това в днешната геополитическа околна среда“.*

### **WorldPR Global Leadership Ranking 2016©**

WorldPR Global Leadership Ranking 2016© (Световното класиране на лидерството за 2016) е статистически анализ, публикуван днес, който измерва нивото на разпознаване от страна на публиката на 193 суверенни държави и на 18 автономни финансови зони в съответствие с шест различни индекса. Изследването е показало, че:

Ислямска държава продължава тревожно да израства в очите на публиката, като се издига от 203-то на 107-мо място в “Western Perception Index” (Западен индекс на възприятие), изпреварвайки такива популярни „брандове“ като Бахрейн и Бахамите. Казахстан и Беларус, както и други държави от ОНД като Туркмения, Киргизстан и Таджикистан, също са останали след Ислямска държава. По-назад са и други страни, популярни в медиите с тежките си вътрешни конфликти, като Сомалия и Южен Судан.

**Това доказва, че стратегията на култ към смъртта и на удавяне на ефира в терор, изтезания и разрушение, успешно е осигурила много висока степен на разпознаване на Ислямска държава сред обществеността във всички страни по света.**

Това развитие на нещата, следва удивителното откритие от класацията за 2015 година (WorldPR Global Leadership Ranking 2016©), широко коментирано от международните медии, включително и от “The Sunday Times” и от “The Daily Mail”, че през 2015 година, Ислямска държава вече е имала по-силен международен бранд от Ватикана, столицата на общността на 1,2 милиарда католици, която през 2016 е спаднала с 19 места надолу

в класацията до крайното 211 място от 213 възможни. (На последните две места са Косово и Кюрасао). Трябва изрично да се отбележи, че не става дума за кумулативното класиране, а за стойността на “Western Perception Index” за последните 12 месеца.

### **Страните с вътрешни конфликти**

Бурната дейтелност на Ислямска държава извън традиционните места на напрежение през последната година е довела до изоставане на Афганистан, Алжир, Египет, Ирак и Тунис и падането им надолу в „ранкинга“. Съвсем контрастно, Либия и Сирия се издигат нагоре, съответно с девет и шест места според “Western Perception Index”, което ясно отразява нарастналата глобална загриженост около гражданските, религиозни и междуплеменни войни в тези две страни.

### **Франция и Германия**

Като цяло, Франция запазва първото място, а Германия я следва на шесто място (издигайки се там от 7-мото място през 2015 година). И двете страни регистрират по-висок резултат според “Western Perception Index” в сравнение с 2015 година. Тези данни отразяват въздействието на все още нерешените бежанска и миграционна криза в ЕС през последните дванадесет месеца. Събирането на данните е приключило непосредствено преди да станем свидетели на терористичните атаки в Ница и в Бавария и на тяхното въздействие върху общия резултат на Франция и на Германия в класирането за 2016 година.

### **Обединеното кралство Великобритания и Северна Ирландия**

Организаторите на изследването, отчитат като изненада изкачването на Великобритания с четири места нагоре до осмото място при “Investor Perception Index” (индекс на възприемането от страна на инвеститорите) след референдума за излизане от Европейския съюз през юни. Тук може да се каже, че те разсъждават само от медийна гледна точка, имайки пред вид преобладаващо негативното отношение на медиите, особено на чуждестранните медии към кампанията за излизане от ЕС. Тези съображения не отчитат силата на британската икономика, в това число – отличното ѝ представяне в момента. Борсовият индекс FTSE 100 е близък до исторически максимум, продажбите на дребно отбелязват бум и Bank of England и Moody’s дават оптимистични оценки да икономиката на Обединеното кралство в близкото бъдеще.

В този смисъл, не е изненадващо, че гобалният инвеститорски интерес към британската икономика се е повишил в последно време. Още повече, че изследването не съвпада по време с появата на първите негативни ефекти от Brexit-a.

### **Русия и Иран**

Русия и Иран се изкачват съответно с три и с четири места нагоре при “Western Perception Index”. Това е естествено следствие от вдигането на международните санкции срещу Иран, както и от засилването на ангажирането и на двете държави в конфликта в Сирия. Някои наблюдатели смятат, че широко отразената от медиите критика на кандидата за президент на САЩ от страна на Републиканската партия – Доналд Тръмп срещу иранската политика на сегашния президент – Барак Обама, също е допринесла за по-добрата разпознаваемост на Иран.

### **Турция**

Турция се издигна с 31 места до 20-тото място в класацията по “Western Perception Index”. Това се дължи на няколко фактора, включително на ключовата роля на Турция в сирийската гражданска и религиозна война; на продължаващата миграционна криза, в която Анкара играе основна роля; както и на терористичните атаки на вътрешни и чуждестранни екстремисти.

### **Бразилия**

Бразилия жъне бурите, посяти от негативната ѝ публичност през последните две години. Това включва и фокусирането върху политическата корупция и действията на Парламента за „импийчмънт“ на Дилма Русев. Изследователите обаче отчитат, че брандът на Бразилия остава „изненадващо статичен“ при всички индекси. Според тях, това е силна индикация, че олимпийските игри в Рио де Жанейро са изиграли стабилизираща роля и до изграждането на относително балансиран международен „имидж“ на Бразилия в момента.

### **Северна и Южна Корея**

Северна и Южна Корея са се изкачили с 37 и с 61 места нагоре според “Western Perception Index”. Това става с ескалацията на напрежението между двете съседни държави и след като САЩ предприеха действия за засилване на южно корейската противоракетна защита, в отговор на ядрените опити и на изпитанията на балистични ракети от страна на Севера.

## **Мианмар (Бирма)**

Мианмар (някогашната Бирма) е пропаднала надолу в „ранкинга” с цели 30 места и се е установила на 111-то място. Това класиране е отражение на факта, че вниманието на международните медии към страната е започнало да отслабва, след провеждането на общи избори и формалното начало на процеса на реформи.

### **Някои заключения на авторите на изследването:**

Създателят на “WorldPR” и негов изпълнителен директор – Патрик Робертсън (Patrick Robertson) е заявил днес: *„Тези резултати показват, че за тези нации с не дотам оптимални държавни „имиджи”, които се стремят към изграждане на позитивен и влиятелен международен бранд (марка, б. авт.) е от основно значение да развият политики и програми, които „да ги поставят на картата”. Според нашия над 25 годишен опит, като лидери в този бизнес, правителствените стратегии трябва на първо място и преди всичко да обмислят главните структурни реформи в сфери, които да доведат до конкретни и положителни резултати. Каквито и да са първоначалните впечатления, в рамките на относително кратък период от време, този подход ще направи много по-лесно да обърнете негативния бранд на дадена страна в такъв, който блести”.*

Ръководителката на изследването – д-р Дебра Букхолц (Dr. Debra Buchholtz), преподавател в Оксфорд и ръководител на изследователската програма GLR (Global Leadership Ranking) е посочила редица „интригуващи корелации” в WorldPR Global Leadership Ranking 2016©. Тя е заявила днес:

*„Ние вярваме, че нашият уникален подход, предлага едно по-точно и по-обективно разбиране на глобалния образ (имидж) на бранда на страната, отколкото която и да*

*е предварителна оценка на това дали този образ е „положителен” или „отрицателен”. Такива определения са по дефиниция субективни и често водят до опростенчески и предсказуеми резултати, докато нашите констатации позволяват на правителствените стратегии точно да оценят силните и слаби страни на бранда на тяхната страна”.*

В следваща публикация, ще Ви запознаем с подробности за същността на изследването WorldPR Global Leadership Ranking 2016© и за неговата методика.