

Н.А. Антанович, К.В. Девлеканова

**ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО
ИМИДЖА ГОСУДАРСТВА
(НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ)**

В статье представлено понятие политического имиджа государства, рассматриваются основные технологии его формирования. Показано, что эффективная имиджевая политика государства в современном мире является важнейшим политическим ресурсом и одной из необходимых составляющих успешной политики. Выделены исторические этапы развития политического имиджа современного Белорусского государства, дана их подробная характеристика. Рассмотрены особенности политического имиджа Республики Беларусь.

Ключевые слова: политический имидж государства, международный имидж, самоидентификация, историческая память, этапы развития политического имиджа Республики Беларусь, ценностные установки, системно-корпоративный образ.

The paper defines the political image of a state, and examines major methods of creating an image. It argues that an effective image policy of a state is a crucial political instrument and an essential component of successful policy-making. The paper distinguishes and describes historical stages of developing the political image of the contemporary Belarus state, as well as analyses the special characteristics of the image of the Belarus Republic.

Key words: political image of a state, international image, self-identification, historical memory, stages of developing the political image of the Belarus Republic, value system, system corporate image.

Стратегия любого современного государства должна включать формирование имиджевой составляющей властных органов и страны в целом. Страновая имиджелогия, по сравнению с имиджелогией персональной, имеет свои особенности, зависящие от специфики объекта создания имиджа. Политический имидж государства, по мнению Д.В. Ольшанского, — это «воображаемый образ данного государства у граждан страны и зарубежья»¹. Е.Б. Перелыгина предлагает рассматривать имидж государства как системно-корпоративный комплекс исходя из

Антанович Нина Арсеньевна — кандидат политических наук, доцент Белорусского государственного университета, Республика Беларусь, ninaant@rambler.ru
Девлеканова Ксения Александровна — магистрант Белорусского государственного университета, Республика Беларусь, ksuuushina@rambler.ru.

¹ *Ольшанский Д.В.* Политико-психологический словарь. М., 2002. С. 166.

системной организации государственных структур и их взаимосвязей, а также сущностных оснований политической деятельности².

Совокупная характеристика политического имиджа государства включает следующие элементы: 1) социальное назначение политического имиджа; 2) его содержание; 3) специфические возможности, права и полномочия, возникающие при изменении политического имиджа в сравнении с другими институтами; 4) характер формирующихся отношений с обществами, нациями, классами³.

В качестве критерия удачного, позитивного имиджа страны можно назвать *эффективность созданного образа*, т.е. то, каким образом характеристики имиджа влияют на политическую обстановку в стране, социальную, экономическую, культурную сферы общественной жизнедеятельности, и, конечно, на внешние отношения с другими государствами.

Имидж не является статичным. При формировании политического имиджа государства должен использоваться динамичный подход, связанный с изменениями, происходящими в социально-политической сфере. Чтобы соответствовать новым требованиям времени, его необходимо непрерывно изменять, уточнять, особенно с развитием экономических, социальных, геополитических, технологических, информационных и демографических процессов. В то же время имидж страны должен содержать устойчивые ценностные характеристики. Кроме того необходимо учитывать тот факт, что изменение имиджа еще не изменяет содержательных характеристик данного государства.

Международный имидж страны представляет собой систему связей и обеспечивающих их существование рамок и правил. Причем сбой в системе этих связей приводит к негативным результатам. Вопрос состоит в том, как достичь желаемого результата, сделать так, чтобы создаваемому образу поверили различные группы общественности внутри страны и вне ее. В. Королько, суммировав общие признаки имиджа, которые реально складываются на практике, выделил основные требования, предъявляемые имиджу страны. Имидж должен быть:

— *синтетическим*, планироваться, чтобы производить определенное впечатление с помощью символов (геральдических знаков);

² Перельгина Е.Б. Психология имиджа: Учеб. пособие. М., 2002. С. 23.

³ Политическая имиджелогия / Под ред. А.А. Деркача, Е.Б. Перельгиной и др. М., 2006. С. 209.

— *правдоподобным, достоверным*. Никому не нужен имидж, если он не пользуется доверием у людей. Имидж должен идентифицироваться с конкретной страной. Для того чтобы быть живым, ему необходимо отвечать требованиям здравого смысла;

— *ярким и конкретным*. Он становится более эффективным, если апеллирует к чувствам, быстро воспринимается, сосредотачивается на определенных чертах и ярко высвечивает один или несколько наиболее характерных для конкретной страны признаков;

— *в некоторой степени неопределенным*, обитающим между чувствами и рассудком, между ожиданиями и реальностью. Он должен устоять перед непредвиденным развитием событий, изменениями в политических пристрастиях, соответствовать желаниям и ожиданиям разных людей⁴.

При формировании политического имиджа государства прежде всего следует ответить на следующие вопросы: для каких целей строится имидж? кто является заказчиком создания данного имиджа? кто и зачем формирует имидж государства (как на внутренней, так и на внешней арене)? кто является противником появления мирового позитивного имиджа страны?

Имидж государства как системно-корпоративного субъекта зависит от организационной структуры государства, распределения функций между различными органами, внутренней структуры и динамики государственных институтов, способов формирования санкционируемой властью официальной системы ценностей и идеологии, социальной эффективности права, состава аппарата управления, роли малых групп в политике, политического поведения масс и ряда других аспектов. В конечном итоге имидж государства зависит от того, образ какого субъекта внедрится в массовое сознание и найдет в нем для себя благоприятную идеологическую, политическую и психологическую почву⁵.

Фиксация государственного имиджа на негативных аспектах может остановить позитивные процессы, происходящие в государстве. Негативный политический имидж («переменчивость законодательства», «бюрократизация») приводит к снижению инвестиций в экономику, недоверию и нежеланию сотрудничать с данным государством. В сложившейся ситуации государство должно использовать все свои ресурсы для сглаживания негативных аспектов созданного имиджа. К примеру, привлекать удобными условиями транзита, в том числе тамо-

⁴ См.: *Королько В.Г.* Основы публичных отношений. Киев, 2000. С. 336.

⁵ Политическая имиджелогия. С. 11.

женными льготами, облегченным процессом прохождения таможенного досмотра и оформления документов. Способность адекватно реагировать на изменение внешних условий и внутреннего состояния, быстро адаптироваться к ним при проведении имиджевой политики делает государственную систему динамически устойчивой и способной к саморазвитию.

Если ожидается информационно-психологическое воздействие на массы по созданию негативного имиджа страны, то оно может быть снижено благодаря грамотной государственной политике. Так, в качестве опережающего воздействия при формировании имиджа страны вполне допустима «вакцинация» общества на уровне морально-нравственных императивов⁶. Необходимы эффективные методы разъяснения и убеждения, основанные не на страхе перед данным воздействием, а на доведении до населения и доходчивом объяснении нежелательности для общества и государства использованных внешних политических технологий, описание форм защиты от подобного рода воздействий. Для ограничения применения нежелательных имиджевых технологий необходимо подключать не только государственные, но и общественные структуры. В обществе также должны выработаться моральные нормы, совокупность которых образует своего рода фильтр на пути движения негативной информации к конечному потребителю.

Государственные институты, активно формируя имидж государства, используют символический капитал спорта, армии, искусства, закрепляя существующий властный порядок через символическую отсылку к героическому прошлому. Задача формирования имиджа любого государства состоит в том, что осуществляется мобилизация населения, стирание индивидуальных различий и предпочтений в общественном сознании.

Крайне важной является историческая составляющая имиджа государства, которая необходима для поиска ответов на такие первостепенные вопросы: какова историческая основа создания политического имиджа данного государства?, где искать истоки государственности, а, следовательно, и определяющие акценты для технологий создания политического имиджа? Кроме того, факторами, влияющими на выбор политического имиджа, являются: менталитет народа, его социальный опыт, традиции, политическая культура. Особняком стоит вопрос о формировании политического имиджа в переходный период. Существует мнение, что «население государств, освободившихся от “оков

⁶См.: Володенков С.В. Информационно-психологические войны и массовое сознание // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12. Политические науки. 2003. № 3. С. 135.

тоталитаризма” имеет высокую внушаемость»⁷. Все это стоит учитывать при выборе основной стратегии формирования политического имиджа. Анализ этапов формирования политического имиджа государства позволяет не только определить и разработать стратегию формирования политического имиджа, но и спрогнозировать эффекты от предполагаемого транслируемого имиджа.

Вопрос самоидентификации и исторической памяти формирует отношение к истории государства, в восприятии себя как субъекта социокультурных отношений, а значит, формирует и политический имидж государства. Историческое прошлое Белоруссии имеет огромное значение для формирования политического имиджа государства в данный момент. Следует отметить вариативность трактовок имиджевых характеристик белорусской государственности. Так, историк Э.М. Загоруйский пишет, что названия «белорус», «Белая Русь», «Беларусь» закрепились за населением и страной не сразу. В объяснении происхождения этих названий среди ученых нет единства. Полагают, что имя «Белая Русь» появилось впервые в латинской форме *Alba Russia/Russica* в польской хронике 1382 г. Слово «белый» означает не только цвет, его синонимами являются слова «светлый», «свободный» и «западный». В конце XVI — XVII вв. название «Белая Русь» употреблялось в документах Московского государства. Жители страны называли себя белорусцами либо литвинами, либо литвинами-белорусцами. Э.М. Загоруйский пишет: «Слово “белый” применительно к названию страны означало “запад”, “западный”. Поэтому сочетание слов “белый” и “Русь” в документах XVI—XVII вв. означало западные земли общего пространства, заселенного восточными славянами»⁸.

Вопрос о развитии понимания такой категории как «политический имидж Республики Беларусь» является недостаточно разработанным. Представляется возможным выделить следующие исторические этапы, имеющие значение для развития политического имиджа современного Белорусского государства:

1) 1990—1993 гг. появление политического имиджа Республики Беларусь как нового суверенного и независимого субъекта международных отношений;

2) 1994—1996 гг. определение направлений дальнейшего развития государства, а, следовательно, и развития политического имиджа Белоруссии;

⁷ Жмыриков А.Н. Как победить на выборах? Обнинск, 1995. С. 13.

⁸ Загоруйский Э.М. Происхождение и основные этапы этнического развития белорусского народа // Основы идеологии Белорусского государства / Под общ. ред. Г.А. Василевича, Я.С. Яскевич. Минск, 2004. С. 106—107.

3) 1997—2002 гг. выявление стратегических приоритетов в политике государства; развитие имиджевой составляющей Белорусского государства;

4) 2003—2007 гг. разработка и активное внедрение позитивного политического имиджа Белоруссии как на международной арене, так и в самом государстве.

Период с 1990 по 1993 г. являлся переломным этапом в политической, экономической и социальной жизни страны. Можно говорить о постановке проблемы формирования политического имиджа Республики Беларусь как суверенного государства, самостоятельной правосубъектности на международной арене и во внутренней политической жизни страны. Белоруссия вышла из состава СССР и начала проводить самостоятельную политику. Основная задача на тот момент была связана с организацией нового государственного устройства. Страна столкнулась с тяжелыми экономическими и политическими проблемами, связанными с разрывом сложившихся экономических связей между бывшими республиками Советского Союза. По сути, насущным вопросам того периода было как «накормить страну и выжить». Однако, несмотря на то что для развития политического имиджа нового государства не было ни правовой, ни политической, ни экономической базы, данный период характеризуется всплеском, пиком национального возрождения, стремительным ростом национального самосознания, многовекторной направленностью политических движений, свободой выбора.

Начало идентификации белорусской государственности было связано с названием страны, и именно — Республика Беларусь. Белорусский язык признавался единственным государственным языком, появилась собственная денежная единица. Именно в этот период возникает множество политических движений, партий, общественных объединений. Анализ сложившейся системы взаимоотношений между органами государственного управления позволяет охарактеризовать форму правления как парламентскую республику. Однако в мире политический имидж Белоруссии воспринимался не иначе как бывшей республики СССР. Республика Беларусь лишь заявила о себе мировому сообществу, которое не было готово воспринять Белорусское государство как самостоятельное и независимое.

Как известно, существует два способа формирования политического имиджа — стихийный и основанный на целенаправленной деятельности специалистов-имиджмейкеров. На этом отрезке времени политический имидж Белоруссии формировался скорее стихийно. Видение новой республики не совпадало

у различных политических сил. Более того, тяжелое экономическое положение отодвигало проблемы создания политического имиджа на задний план. Внешняя, да в общем и внутренняя политика, не была полностью отделена от советского прошлого и связей с бывшими советскими республиками, прежде всего с Россией. Белоруссия была открыта для европейских государств, США, новых международных связей.

Второй период — 1994—1996 гг. Важная роль в формировании имиджа государства отводилась новой конституции, вступившей в силу 15 марта 1994 г., в качестве необходимого атрибута суверенитета Белоруссии. Кризис власти, вылившийся в противостояние Верховного Совета и Президента Республики Беларусь, разрешился республиканским референдумом 1996 г. о принятии новой редакции конституции. Русскому языку был придан статус наравне с белорусским. Были установлены новый Государственный флаг и новый Государственный герб Республики Беларусь. Кроме того, были поддержаны действия Президента Республики Беларусь, направленные на экономическую интеграцию с Российской Федерацией. Ключевые вопросы, поставленные президентом на референдуме, получили поддержку населения. Таким образом, политический курс государства определенным образом изменился. Соответственно изменились и характеристики, на которых базировался новый политический имидж Белоруссии. В этот период истории страны начинает формироваться четкая направленность политического имиджа государства.

На этапе 1997—2002 гг. государство определяется со стратегией построения важнейших общественных отношений, а именно предпочтение отдается строительству социального государства; созданию политического и экономического союза Белоруссии и России. Определяются приоритеты во внешней и внутренней политике. Целенаправленно выстраивается вертикаль власти. Акценты расставляются на формировании социального государства. *В начале XXI в. приходит понимание необходимости направленной имиджевой политики как внутри государства, так и на международной арене.*

Период 2003—2007 гг. характеризуется совершенно новым отношением к такой важной категории как политический имидж Республики Беларусь. Целенаправленно разрабатываются и совершенствуются различные программы формирования позитивного имиджа страны. Особая роль при этом отводится средствам массовой коммуникации. Проводимая официальная государственная политика позиционируется как весьма успешная. Создаются многочисленные сайты государственных органов, про-

пагандируются государственные символы, атрибуты государства и независимости. Лейтмотив всех патриотических акций: Белоруссия — государство для народа. Акценты делаются на особой роли президента Республики Беларусь в достижении экономических, политических, социальных, культурных, спортивных показателей⁹. Пропагандируются здоровый образ жизни, общечеловеческие ценности. Используется огромное количество социальной рекламы.

Если говорить о внешнем политическом имидже Республики Беларусь, то его формирование основано на провозглашении многовекторной внешней политики. Белоруссия ориентирована на равноправные отношения со всеми государствами мира. Сформирован положительный имидж Белорусского государства в странах СНГ, Китае, в азиатских странах, Латинской Америке. Белоруссия является участницей Движения неприсоединения, активно поддерживает и иницирует многие политические проекты на постсоветском пространстве.

Этап 2002—2007 гг. можно оценить следующим образом: тенденция осознания необходимости и развития категории политического имиджа Белоруссии находит свое отражение в проводимой государственной политике.

Историческая и политическая судьба белорусского народа не всегда воспринималась в качестве самостоятельной. По сути, шла борьба за историческое прошлое белорусов. Ведь история — это огромный политический ресурс, позволяющий реализовать многие действия, происходящие в современном политическом пространстве. Но самое важное и главное — воспитать у народа чувство собственного достоинства и уважения к собственной истории. Только народ, у которого сформированы такие качества, способен выжить, существовать, доказать, оправдать свое достойное место в истории. Возникновение и развитие суверенного государства Республики Беларусь сделало актуальным вопрос о ценностных установках, которые объединяют современное белорусское общество, а именно *суверенное Белорусское государство, общечеловеческие ценности, идея Отечества, национальные интересы, социальная справедливость*.

Можно выделить следующие особенности политического имиджа Республики Беларусь:

1. Особенности внутреннего и внешнего политического имиджа Белоруссии. В республике политический имидж госу-

⁹ Главные принципы государственной политики Республики Беларусь (<http://president.gov.by/press10663.html>) (Дата доступа: 27.02.2007).

дарства воспринимается позитивно. Внешний политический имидж Республики Беларусь в мире ассоциируется с особым независимым внешне- и внутривнутриполитическим курсом, принципами безъядерности, Чернобыльской трагедией, спортивными победами, порядком и стабильностью. На формирование имиджа Белоруссии существенное влияние оказывают бренды БелАЗ, МАЗ, МТЗ, «Атлант», «Гефест».

2. Политический имидж страны отражает национальную психологию и политическую культуру белорусского народа. При учете культурных, психологических и исторических особенностей общества самое трудное — разделить переменные и постоянные (устойчивые) факторы. Первые поддаются изменениям и корректировке, вторые — нет. Народный характер, душа народа достаточно стабильны. Случайные обстоятельства задают только название, внешние специфические черты, внутренние, сущностные характеристики отражают устойчивые структуры народного характера и определяют судьбу нации. Изменения в характере народа могут закрепиться лишь посредством наследственного их накопления в течение длительного времени. Отражение современных ожиданий населения, формирующейся постсоветской психологии все определеннее проявляется в имидже республики.

3. Особое внимание уделяется формированию *внутреннего* политического имиджа Республики Беларусь. Государственная политика направлена на трансляцию позитива на общество, особенно в отношении имиджа страны. Трансляция имиджа происходит в том числе посредством активной политической рекламы внутреннего политического имиджа, а именно распространением значков, марок, флажков с государственной символикой; организацией праздников, массовых гуляний, концертов в День герба и флага, а также приуроченных к другим событиям с использованием государственной символики. Акценты при формировании внутреннего имиджа ставятся на независимости, стабильности, динамичном развитии молодого государства — Республики Беларусь¹⁰.

4. Из множества характеристик политического имиджа государства выделим особую роль бизнес-структур, которые наиболее существенно влияют на экономику и экономический рост в республике. Здесь имеют значение политическая стабильность в государстве, региональная политическая стабильность, частной собственности, законопослушание как ведущий прин-

¹⁰ Там же.

цип организации общества. Политическая стабильность важна для бизнеса, поскольку снижает риск потери капитала.

Ведущие позиции в бизнесе занимают компании, поддерживающие государственную политику. Частный бизнес и предпринимательство сталкиваются с проблемами из-за сложности бюрократических процедур, неразвитости законодательства, большого количества контролирующих органов. С другой стороны, население настороженно относится к проявлению деловой инициативы. Пока сложно говорить и о *развитой* культуре в отношении частной собственности. Таким образом, роль бизнеса в формировании политического имиджа Белоруссии пока еще невелика, ее следует развивать и укреплять.

5. Для усиления своего имиджа Белоруссия активно сотрудничает со странами СНГ, Китаем, странами Латинской Америки, государствами Европейского союза. Имидж каждой из этих стран оказывает значительное влияние на формирование имиджа Белоруссии. Особого внимания заслуживают отношения Республики Беларусь с Российской Федерацией, которая является ее главным стратегическим, экономическим и политическим партнером. Успехи и неудачи во взаимоотношениях с Россией существенно влияют на смещение акцентов, тактики как во внешней, так и во внутренней политике Белоруссии.

Особое место в системе органов государственного управления, занимающихся проблемами трансляции политического имиджа Белоруссии, занимает Министерство иностранных дел Республики Беларусь. Так, 23 июня 2006 г. было принято постановление Совета министров Республики Беларусь № 792 «О государственной программе информационного обеспечения внешнеполитической и внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь на 2006—2010 гг. и плане мероприятий на 2006 г. по реализации Государственной программы информационного обеспечения внешнеполитической и внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь на 2006—2010 гг.» В этом документе подробно рассматриваются полномочия министерства в вопросах внешнеполитического имиджа государства. Целями Государственной программы являются:

— во внешнеполитической сфере — утверждение на международной арене имиджа Белоруссии как независимого государства, надежного партнера для других стран в решении актуальных проблем современности, продвижение позитивного восприятия международной общественностью белорусской модели развития;

— во внешнеэкономической сфере — информационная поддержка продвижения продукции (услуг) белорусских предприятий за рубежом¹¹.

Основными инструментами распространения информации о Белоруссии являются выступления, интервью и комментарии официальных представителей Республики Беларусь, заявления и комментарии пресс-секретарей государственных органов, пресс-релизы и сообщения для средств массовой информации государственных органов, дипломатических представительств и консульских учреждений Республики Беларусь в иностранных государствах. Кроме того, для формирования имиджа страны привлекаются печатные, электронные, аудио- и видеоматериалы, теле- и радиопрограммы по белорусской тематике, в том числе для спутникового теле- и радиовещания, веб-сайты государственных органов, организаций-экспортеров, заграничных учреждений Республики Беларусь, общественных организаций и объединений белорусов, проживающих за рубежом. Особая роль отводится использованию возможностей белорусской диаспоры для информирования зарубежной общественности о политической и социально-экономической ситуации в Белоруссии. Популяризация имиджа страны на международной арене должна быть подкреплена вспомогательными мероприятиями внутри страны.

Политический имидж можно рассматривать как эффективную форму презентации государства, общественных организаций, политического лидера. Грамотно сконструированный имидж государства свидетельствует о его мощи и уровне развития культуры, является показателем авторитета и успешности на международной арене.

Специфика имиджа в политике определяется тем, что им является в большей степени «имя собственное» как индикатор субъекта политики. Конструируемый имидж зависит от того, образ какого субъекта конструируется для различных социальных групп либо государств. Имидж государства выступает в качестве *системно-корпоративного* образа и зависит от организационной структуры, распределения функций между раз-

¹¹ О Государственной программе информационного обеспечения внешнеполитической и внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь на 2006—2010 годы и плане мероприятий на 2006 год по реализации государственной программы информационного обеспечения внешнеполитической и внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь на 2006—2010 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 23 июня 2006 г. № 792 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. 2006. № 5/22498.

личными органами власти, динамики социальных институтов, путей формирования официальной системы ценностей и идеологии, социальной эффективности права, состава аппарата управления, роли групп в политике, политического поведения масс и ряда других аспектов. Эффективная имиджевая политика государств в современном мире является важнейшим политическим ресурсом и одной из необходимых составляющих успешной политики. Формирование государством своего уникального имиджа определяет уровень конкурентоспособности, продуктивности, успешности, действенности, влияния, притягательности политического субъекта как на внутреннем, так и внешнем политическом рынке.

Развитие суверенного государства Республики Беларусь сделало актуальным вопрос о ценностных установках, которые объединяют белорусское общество, а именно суверенное Белорусское государство, общечеловеческие ценности, идея Отечества, национальный интерес, национальная безопасность, социальная справедливость. Акценты при формировании имиджа ставятся на суверенитете, стабильности, динамичном развитии государства Республики Беларусь.

Список литературы

- Володенков С.В.* Информационно-психологические войны и массовое сознание // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12. Политические науки. 2003. № 3.
- Главные принципы государственной политики Республики Беларусь (<http://president.gov.by/press10663.html>) (дата доступа: 27.02.2007).
- Загоруйский Э.М.* Происхождение и основные этапы этнического развития белорусского народа // Основы идеологии Белорусского государства / Под ред. Г.А. Василевича, Я.С. Яскевич. Минск, 2004.
- Жмыриков А.Н.* Как победить на выборах? Обнинск, 1995.
- Королько В.Г.* Основы публичных речей. Киев, 2000.
- О Государственной программе информационного обеспечения внешнеполитической и внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь на 2006—2010 гг. и плане мероприятий на 2006 г. по реализации государственной программы информационного обеспечения внешнеполитической и внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь на 2006—2010 гг. Постановление Совета министров Республики Беларусь от 23 июня 2006 г. № 792 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. 2006. № 5/22498.
- Ольшанский Д.В.* Политико-психологический словарь. М., 2002.
- Перельгина Е.Б.* Психология имиджа: Учеб. пособие. М., 2002.
- Политическая имиджелогия / Под ред. А.А. Деркача, Е.Б. Перельгиной и др. М., 2006.