

### **Литература:**

1. Бущик, В.В. Человек и общество в условиях социально-политических преобразований / В.В. Бущик / Приложение к журналу «Право и экономика». – Минск, 1999.–263 с.
2. Статистический ежегодник Республики Беларусь. 2015 год.– С 94.
3. Статистический ежегодник Республики Беларусь. 1995 год.– С. 61–62.

## ***МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИМИДЖ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В КОНТЕКСТЕ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ: ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ***

Захаров А. М.

кандидат философских наук, доцент, Минский государственный лингвистический университет (г. Минск),

Повышение эффективности многовекторных интеграционных усилий, которые предпринимает в настоящее время Республика Беларусь для реализации своих национальных интересов, требует поиска все более разносторонних путей в развитии международного имиджа нашей страны.

Имидж (образ) Беларуси состоит из множества составляющих исторического наследия, спортивных достижений, экспортной составляющей, политических действий, ментальности нации и др. К сожалению, образ Беларуси носит в большей степени стихийный характер и недостаточно управляем, так как не в полной мере ещё присутствует чёткое позиционирование страны, под которым подразумевается поиск и предъявление ее отличительного, индивидуального преимущества среди других субъектов мирового сообщества.

Прежде чем оптимизировать образ своей страны, не излишним будет этап изучения имиджей конкурентов, особенно когда речь идет об их статусных позициях в международном сообществе. В ситуациях противостояния «включаются» механизмы намеренно-

го «разрушения» образов противников, осуществляются переходы от образа друга к образу врага, как правило, легко воспринимаемые массовым сознанием. Нелишним будет знание имиджей других стран в мировом сообществе и в ситуациях экономической конкуренции, а главное – для выбора позиционирования, поиска преимуществ, говоря языком маркетинга, или своего «лица», по которому в первую очередь и будут идентифицировать нас «другие».

Одним из важных составляющих имиджа страны является восприятие внешним миром экспортной продукции страны. Многие белорусские товары и услуги уже имеют позиции сформировавшихся брендов. Существует стихийно созданный бренд «белорусское». Он требует своей доработки, шлифовки и продвижения. Здесь важна роль отраслевых или региональных объединений, ассоциаций, которые должны взять на себя роль выбора позиционирования и продвижения своих отраслей. Однако создание бренда-это лишь первый шаг в процессе оптимизации механизмов развития современного образа страны. Как показывает практика, чем привлекательнее страна для инвестиций из международного сектора, тем успешнее была проделана работа по совершенствованию этих механизмов. Беларусь на данный момент находится в стадии работы по привлечению иностранных инвестиций, повышению эффективности приватизационных процессов и обеспечению взаимодействия инвесторов с органами государственного управления.

Исключительно важным направлением в развитии международного имиджа Республики Беларусь является использование природного и туристического ресурсов нашей страны. Здесь можно выделить следующие позиции. Во-первых, обеспечение высококачественного санаторного отдыха и высокоэффективной системы агрозкотуризма. Во-вторых, повышение эффективности маркетинга туристических услуг. По нашему мнению, важными шагами были: переход к информационным технологиям, что означает расширение практики внедрения бронирования туров и экскурсий в режиме онлайн, предоставление потребителям возможности заказа и оплаты туристической услуги не выходя из дома; создание системы высококачественной работы с белорусской диаспорой за рубежом как серьезного потенциального потребителя туристических услуг – в первую очередь в рамках реализации разработанной Консульта-

тивным советом при МИД по делам белорусов зарубежья программы «Беларусы замежжа». В-третьих, реальные успехи в производстве привлекаемых для массового иностранного туриста экспортных товаров с акцентом на тот психологический феномен, что потенциальный потребитель лучше выбирает продукт со страной происхождения, которую они хорошо знают, а также на то, что качественный продукт дешевле быть не может.

Важным направлением в рамках оптимизации работы по развитию международного имиджа Беларуси является максимальный учёт её транзитного месторасположения. Когда речь идёт о транзитном потенциале, это не значит, что под ним подразумевается только транспортная составляющая. Здесь преимущества следует рассматривать намного шире. Это место, где выгодно создавать производства, так как экономятся ресурсы на логистику. Это территория, где создаются высокоинтеллектуальные разработки. Все отрасли, которые находятся в республике, следует рассматривать с точки зрения транзитной экономики.

Исключительное значение в рассматриваемой проблеме занимает многосторонняя дипломатия, продвижение и защита национальных белорусских интересов в международных региональных и универсальных организациях, поскольку именно в рамках многостороннего сотрудничества наиболее чётко и полновесно проявляется миролюбивый характер белорусской политики, её вклад в стабильность и безопасность в международном измерении.

Необходимо отметить активное позиционирование своих национальных интересов, которые проводит Беларусь в различных интеграционных структурах. Так, в ходе многочисленных международных форумов в 2017 – начале 2018 года Беларусь последовательно продвигала инициативу партнерства интеграций, добиваясь установления устойчивых механизмов диалога и сотрудничества ЕАЭС с ЕС, Китаем, иными странами, другими государствами и региональными интеграционными объединениями. Однако возникшие в рамках сотрудничества проблемы пока все еще остаются актуальными: дефицит производственно-технологического сотрудничества, инфраструктурные проблемы, недостаточные инвестиционные потоки в экономики друг друга.

Дальнейшее улучшение и диверсификация отношений с ЕС на основе уважительных, прагматичных, равноправных отношений с учетом обоюдного интереса к созданию более благоприятных условий, прежде всего, для торгово-инвестиционного взаимодействия – это важная составляющая стратегической программы Республики Беларусь по укреплению своих трансграничных связей в контексте развития международного имиджа. Так, в качестве участника инициативы ЕС «Восточное партнерство» Республика Беларусь выступает за наращивание равноправного и содержательного сотрудничества и его насыщение конкретными экономически значимыми проектами. С 2018 года Беларусь, наряду с другими странами-соседами ЕС, сможет воспользоваться средствами нового Европейского фонда устойчивого развития, который должен стимулировать приток в экономику страны новых инвестиций. Дальнейшее развитие взаимовыгодных отношений с ЕС требует углубления диалога правительств как нашей страны, так и стран ЕС.

Процессы оптимизации механизмов развития международного имиджа Республики Беларусь должны быть основаны на постоянной заботе всех государственных и общественных структур, консалтинговых организаций по насыщению пакета технологий конструирования образа страны, поиску все более совершенных и адекватных оценок их эффективности, проведению соответствующих прикладных исследований, которые бы и обеспечивали собственно разработку все более эффективных технологий продвижения позитивного восприятия страны в системе международных коммуникаций, а также проведение сравнительных рейтингов «брендов» государств мира.

Важным представляется также постоянный поиск все более эффективных организационных форм и мероприятий, стимулирующих развитие международного имиджа нашей страны, таких как состоявшийся в конце 2017 года Международный форум «Имидж Республики Беларусь: стратегия развития», съезды белорусов мира, заседания Консультативного совета при МИД по делам белорусов зарубежья, формирование в качестве приоритетных государственных программ наподобие действующей в настоящее время программы «Беларусь гостеприимная» на 2016–2020 годы, создание безвизового режима на определенный (пусть и краткий срок) для

граждан 80 государств мира, саммиты ЕАЭС, ШОС и других интернациональных структур, где участвует Республика Беларусь.

Направления работы по оптимизации механизмов развития положительного имиджа Республики Беларусь могут быть эффективными только при следующих условиях: наличии инициативы всех социальных групп, общественных объединений, мощного государственно-частного партнерства в решении проблемы; развитии позитивной самоидентификации граждан со своей страной, понимании населением важности имиджа страны. Без преодоления собственных комплексов, например, ложного мнения о том, что Беларусь неинтересна, достичь позитивных результатов невозможно. Позитивный внутренний образ переходит на восприятие данной страны «другими», на её внешний образ. Позитивное внутреннее восприятие страны основывается на хорошем самочувствии национального сообщества, наличии благоприятной для жизни среды, возможностей реализации творческого, социального потенциала граждан.

## ***НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ ГЛОБАЛИЗАЦИИ***

Ермолицкий М. А.

кандидат философских наук, доцент, БНТУ (г. Минск)

Понятие «глобализация», по общему мнению, является одним из самых популярных и сложных в современной социальной науке. И это, пожалуй, единственное, в чем сходятся обществоведы. А далее – сплошной диссенс. Нет согласия по ключевым аспектам данной проблемы: Что такое глобализация? Какова ее хронология? Каковы предпосылки и сферы глобализации? Кто является бенефициариями (выгодополучателями) и проигравшими в глобализации (причем, как в отношениях между странами, так и в отдельно взятых странах)? Какова динамика глобализации? Не пришла ли она к концу или, напротив, приобретает новые измерения? И не подведет ли она черту истории человечества?

По поводу этих и других вопросов развернулась настоящая идеологическая война. Нельзя не отметить большую активность идеологических и пропагандистских служб, умело подающих свои