

# **О СОЦИАЛЬНЫХ ФАКТОРАХ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ СОВРЕМЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИМИДЖ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**В. В. Клейман, Е. В. Кулиш**

*Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого, Беларусь*

Представление о стране в мире всегда было одним из ресурсов государства в конкурентной борьбе, задолго до того, как понятие «имидж» появилось в науке. А в условиях информационного общества, когда информация является одним из основных ресурсов развития, образ страны стал особенно актуальным для продвижения национальных интересов и успеха международной интеграции.

Проблема формирования национального имиджа Беларуси актуальна. Об этом свидетельствуют многочисленные мероприятия, связанные с организацией открытого и честного диалога между Президентом, Правительством Республики Беларусь и международными средствами массовой информации. Необходимо также упомянуть о ежегодно проводимом международном форуме «Имидж Республики Беларусь: стратегия развития», целью которого является формирование инициатив и проектов по продвижению Республики Беларусь в различных направлениях: туризме, экспорте, коммуникациях и инвестициях.

На имидж государства оказывают влияние различные социальные факторы. Перечень всех социальных факторов разнообразен и требует классификации, в их число входят и отношение к внешней политике государства, и высказывания деятелей куль-

туры, и отношение к официальным прогнозам развития крупных предприятий. Очень важно, как население воспринимает имидж своей страны, ведь именно благодаря этому страна начинает позиционироваться.

По временному принципу социальные факторы, оказывающие влияние на формирование национального имиджа, можно разделить на статичные и динамичные.

Динамичные социальные факторы – это факторы, быстро изменяющиеся с течением времени. Они включают в себя текущие формы социально-политической, социально-экономической, социокультурной деятельности социальных субъектов, текущую структуру ценностных ориентаций, превалирующий тип интересов социальных субъектов, структуру социальных отношений и т. п.

Статичные социальные факторы – это факторы, которые медленно изменяются с течением времени. К ним можно отнести представление о природном ресурсном потенциале, национальном культурном наследии, представление о геополитических факторах (географическом положении, протяженности границ, площади территории) и т. д. Также к статичным социальным факторам относятся известные исторические события, сведения о влиянии на историю государства выдающихся людей, преобладающая в средствах массовой информации характеристика базовой формы государственного устройства и структуры управления государством. К статичным факторам относится и национальный менталитет.

У Республики Беларусь под влиянием статичных социальных факторов формируется положительный имидж, так как она расположена в центре Европы, имеет выгодное географическое положение. Это способствует развитию мнения у граждан других государств, что на территории республики выгодно создавать совместные производства, так как экономятся ресурсы на логистику, организацию политических, экономических форумов, конференций и других мероприятий. Для прогрессивного развития Республики Беларусь важно сформировать мнение о том, что трудолюбие и толерантность белорусов совместно с географическим потенциалом обуславливают эффективность концентрации на территории Республики Беларусь высокоинтеллектуальных разработок, организации производства товаров транснациональных корпораций. Социальный потенциал природных ресурсов Республика Беларусь реализует в основном путем организации санаторного отдыха и сельского туризма. Важной составляющей данной стороны имиджа являются озеро Нарочь, река Неман и т. д. Беларусь обладает значительным социокультурным потенциалом, атрибутами которого являются республиканский фестиваль-ярмарка тружеников села «Дожинки», международный фестиваль искусств «Славянский базар в Витебске», а также известные деятели культуры, искусства, науки и т. п.

Структура национального менталитета оказывает существенное влияние на имидж Республики Беларусь. Белорусам не свойственны резкая смена настроения, быстрый переход от восторженности к отчаянию. Черты, которыми не только обладают, но и гордятся белорусы, – спокойствие, вежливость, эмоциональная уравновешенность. Белорусы – хорошие хозяева, они более бережливые, чем другие славянские народы. Они также отличаются взвешенным, разумным отношением к труду и отдыху, уважением к традициям, бесконфликтностью. В целом, белорусы более «основательны», ответственны, чем другие славянские народы.

С политической стороны белорусы характеризуются как терпеливые и невоинственные, стремящиеся наладить дружеские отношения со многими странами, чтобы в будущем развивать равноправное и взаимовыгодное международное сотрудничество в разных сферах деятельности. Для белорусов характерно невмешательство в политику.

Эти черты предопределяют малую поддержку белорусами активных политических акций, собраний, шествий, митингов.

Значительную роль в формировании национального имиджа играют социальные стереотипы. Стереотип (от греч. *stereos* – твердый и *typos* – отпечаток) – относительно устойчивый и упрощенный образ, складывающийся в условиях дефицита информации как результат обобщения личного опыта и нередко предвзятых представлений, принятых в обществе. Как показывают исследования, о Беларуси у иностранных граждан сложились следующая иерархия социальных стереотипов: белорусы – толерантная нация, что выражается в отношении к другому человеку как к равной и достойной личности; Беларусь – мультикультурная страна; Беларусь – страна картофеля и т. п.

Необходимо обогащать и усиливать национальный имидж страны, корректируя его структуру и составляющие компоненты. Для этого желательно демонстрировать и уже имеющиеся позитивные ментальные характеристики белорусов, и стремление к актуализации таких ментальных характеристик, как соревновательность, конкуренция, обязательность, ассоциирующихся у социальных субъектов с эффективной экономической и политической деятельностью.

Директива № 4 от 31 декабря 2010 г. «О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь» является примером и следствием формирования государственной политики с учетом особенностей национального менталитета белорусов и необходимости формирования положительного имиджа республики в условиях стремления к поливекторной интеграции. Она направлена на улучшение делового климата, повышение инвестиционной привлекательности нашего государства, воспитание обязательности, верности слову и в перспективе приведет к улучшению имиджа страны. Структура менталитета белорусов (в которой коллективистский компонент в 2–3 раза выражен сильнее индивидуалистического компонента) определяет государственное управление имиджем как самое эффективное, поэтому необходимо и дальше развивать имидж Республики Беларусь с использованием сложившейся эффективной системы идеологической работы и законодательных государственных инициатив, активно используя социальные факторы.