

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА СТРАНЫ

Кулик С.П., Сайганова В.С.

Рецензия на коллективную монографию «Имидж Беларуси: становление, состояние, продвижение» (под науч. ред. М.А. Слемнева. – Витебск: ВГУ имени П.М. Машерова, 2020. – 199 с.).

Формирование и продвижение положительного имиджа страны является сегодня для Беларуси одним из важнейших ресурсов национального развития. Количество исследований по проблеме формирования имиджа Беларуси с каждым годом растет. Вместе с тем следует признать, что в основном это научные статьи и учебная литература. В связи с этим монографическое исследование в данной сфере заслуживает особого внимания. К числу первых подобных работ относится научное издание: Имидж Беларуси: становление, состояние, продвижение: монография / М.А. Слемнев [и др.] ; под науч. ред. М.А. Слемнева. – Витебск: ВГУ имени П.М. Машерова, 2020. – 199 с.

Название и содержание обозначенной коллективной монографии под редакцией доктора философских наук, профессора М.А. Слемнева отражают актуальные тенденции в изучении социальных феноменов. Действительно, в современном глобализирующемся мире в условиях интенсивного развития информационно-коммуникативных технологий роль имиджа страны как многогранного социального феномена непрерывно возрастает. Позитивное восприятие Беларуси как собственными, так и иностранными гражданами являет собой значимый фактор привлекательности и развития страны. Поэтому рассмотрение вопросов становления, развития и продвижения имиджа Беларуси внутри страны и на международном уровне представляется интересным и своевременным. Достоинством рецензируемой монографии выступает также акцентуация технологий создания эффективного и конкурентоспособного образа страны и регионов в контексте строительства Союзного государства. В связи с этим коллективное обсуждение и глубокое философско-культурологическое осмысление авторами этого исследования широкого круга теоретико-методологических и практических проблем, связанных с формированием позитивного имиджа Беларуси, позволяют говорить об актуальности данной коллективной монографии. Научное издание подготовлено на базе кафедры социально-гуманитарных наук учреждения образования «Витебский государственный университет имени П.М. Машерова» в рамках Государственной программы научных исследований на 2016–2020 гг. «Экономика и гуманитарное развитие белорусского общества» с привлечением ученых из других учреждений Беларуси и России.

Издание отличается оригинальным дизайном, и оглавление книги включает в себя предисловие, заключение научного редактора и пять глав, последовательно и систематично раскрывающих содержание проблемного поля коллективной монографии.

В первой главе «Имидж как многогранный социальный феномен: теоретико-методологические аспекты» заслуживает внимания и высокой оценки предпринятый логико-семантический анализ понятийного аппарата имиджелогии, в рамках которого раскрывается многообразие интерпретаций и смыслов понятия «имидж» и разносторонность репрезентируемых им реалий. В данной части монографии также исследуются структура, функции и гуманитарные технологии формирования международного имиджа страны, прослеживается трансформация духовных основ и имиджевых характеристик современного социума. В имидже страны авторы выделяют и анализируют, прежде всего, географическую, историческую, политическую, экономическую, научно-технологическую, этнокультурную, туристическую и спортивную составляющие. Делается вывод о том, что умелое позиционирование этих составляющих имиджа способствует установлению деловых контактов и привлечению иностранных инвестиций, реализации собственного национального продукта в других странах.

Следующие главы «Становление и развитие международного имиджа Беларуси» (вторая) и «Социально-экономические и политические предпосылки продвижения имиджа Беларуси на международной арене» (третья) уже своим названием отражают всю проблемную насыщенность и содержательную полноту проведенного авторами данной монографии исследования сущностных проявлений имиджформирующей деятельности Беларуси. Обращает на себя внимание беспристрастный экскурс в историческую символику Беларуси, который осуществила Е.А. Бикетова, российский соавтор монографии. Ее утверждение о том, что «...современной Республике Беларусь в формировании стратегии успешного позиционирования страны за рубежом необходимо проанализировать, какие именно символы, связанные с историей и культурой Беларуси, позитивно воспринимаются на международной арене, и сделать акцент именно на них, но с учетом исторического прошлого Беларуси и опыта использования символики в информа-

ционно-пропагандистской деятельности государства» (с. 51), представляется актуальным. Анализ же в монографии основных методов и средств создания положительного имиджа страны, его духовных, социальных, экономических и политических составляющих приводит авторов к выводу: «Успешное продвижение имиджа страны на международной арене возможно при участии трех сторон: а) государства, в обязанности которого, в первую очередь, входит создание правовой основы и разработка имиджевой политики; б) негосударственных структур (коммерческих и некоммерческих), определяющих и инвестирующих... перспективные отрасли экспорта товаров, услуг и культурного продукта; в) ученых (философов, историков, социологов, экономистов, политологов, психологов и др.), важнейшей задачей которых является концептуальное и аналитическое обеспечение имиджевого процесса» (с. 173).

Несомненной новизной и бесспорным достоинством монографии можно считать вовлечение в сферу исследования проблематики формирования имиджа нашей страны в контексте Союзного государства Беларуси и России (*четвертая глава «Союзное государство Беларуси и России на пути к привлекательному образу»*). Анализ межрегиональных связей как основы развития союзнических отношений, выявление роли белорусской диаспоры в России позволили раскрыть технологии создания привлекательного образа Беларуси, ее регионов на пути строительства Союзного государства. Необходимым условием жизнеспособности и необратимости интеграционных процессов является активизация молодежного фактора союзного строительства, поэтому особую актуальность, как справедливо заключает М.А. Слемнев, приобретает создание привлекательного образа данного объединения для молодежи: «Без включения молодежи двух стран в ин-

теграционные процессы создаваемый союз не имеет будущего» (с. 173).

Пятая глава «Витебск как “город искусств” – становление и развитие бренда» привлекает внимание читателя не только информационной насыщенностью и анализом уникальности феномена культуры Витебска и его художественной школы, определением направлений трансформации концепции и культурных функций «Славянского базара в Витебске», но и выступает в монографии своеобразной иллюстрацией значимости конструирования благоприятного социокультурного облика больших и малых населенных пунктов нашей страны при разработке и проведении имиджевой политики.

В целом коллективную монографию отличают цельность и содержательность раскрытия проблемы, хороший язык и последовательность изложения материала, четкая структура и смысловая соподчиненность частей текста. Заслуживает внимания обширный библиографический материал источников информации, отражающий скрупулезный научный подход авторского коллектива к его отбору и представлению читателям. В конце монографии представлена краткая информация об авторах глав и параграфов.

Научное исследование может быть охарактеризовано как одно из первых монографических изданий в освещении многогранной проблематики имиджевого содержания применительно к белорусским социокультурным реалиям. Монография являет собой серьезный научный труд и, безусловно, имеет ценность как для научного сообщества, так и широкого круга читателей. Материалы, представленные в монографии, могут быть использованы при разработке образовательных и культурных проектов, а также в практике имиджмента и брейдинга.