

ПРОДВИЖЕНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА СНГ НА МИРОВОЙ АРЕНЕ

A. С. Миксюк

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, miksiukas@bsu.by*

Статья посвящена анализу имиджа Содружества Независимых Государств (СНГ) и его продвижению на мировой арене. На основе анализа содержания официальных документов СНГ устанавливается, что отсутствует системная работа по формированию имиджа организации, упоминания вопросов имиджа (преимущественно в Концепциях председательства государств-участников) носят общий характер. Указывается на неопределенный и противоречивый имидж СНГ в глазах мировой общественности. Определяются факторы продвижения положительного имиджа СНГ: опора на фундаментальные цели и принципы организации, активная информационная политика, расширение сотрудничества с внешними партнерами.

Ключевые слова: имидж международной организации; интеграция; продвижение имиджа; международная межправительственная организация; Республика Беларусь; СНГ.

PROMOTING A POSITIVE IMAGE OF THE CIS ON THE GLOBAL STAGE

A. Miksiuk

*Belarusian State University,
4 Niezaliezhnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus, miksiukas@bsu.by*

The article is devoted to the analysis of the image of the Commonwealth of Independent States (CIS) and its promotion on the global stage. Based on the analysis of the content of official CIS documents, it is established that there is no systematic work on forming the organization's image; references to image-related issues (primarily in the Concepts of the Chairmanship of the Member States) are of a general nature. The uncertain and contradictory image of the CIS in the eyes of the world community is pointed out. The factors for promoting a positive image of the CIS are defined: reliance on the fundamental goals and principles of the organization, active information policy, and expanding cooperation with external partners.

Keywords: image of an international organization; integration; image promotion; international intergovernmental organization; Republic of Belarus; CIS.

Бесспорно, внешняя среда системы международных отношений задает определенные параметры поведения субъектов. На современном этапе особое влияние на внешнюю политику государств, деятельность международных организаций и иных акторов оказывают характеристики информационного общества. Благодаря развитию информационно-коммуникационных технологий и глубокой трансформации всей медиасфера распространение информации (как позитивной, так и негативной) не

имеет границ, что актуализирует потребность в управлении коммуникацией и, в частности, проблематику формирования позитивного имиджа как инструмента влияния на общественное мнение.

Имидж представляет собой целенаправленно формируемый образ, задающий в концентрированной форме «саму суть человека или организации» [1, с. 16], является одной из важных характеристик любого субъекта международных отношений и в некотором роде отражением его успешности или кризисного состояния. Позитивный имидж международной организации способен стать существенным подспорьем в ее деятельности: содействовать реализации задач, привлекать внешних партнеров и участников и др. Таким образом, имидж является одновременно и важным ресурсом, и результатом деятельности.

Большинство исследований имиджа в тематическом поле международных отношений, а также разнообразные имиджевые рейтинги посвящены индивидуальному имиджу политических деятелей или страновому имиджу. Между тем, имидж международных межправительственных организаций (МПО) обладает своими уникальными характеристиками: принципы деятельности, специфические черты институциональной структуры, охват участников, их репутация и формат взаимодействия внутри организации, общественное мнение (как в странах – участницах организации, так и на уровне всего мирового сообщества в целом) и др. Соответственно, формирование и продвижение положительного имиджа МПО также имеет свои особенности. При этом имидж может рассматриваться как двухсоставной конструкт, включающий как внутреннее восприятие организации ее участниками, так и внешнее видение организации международным сообществом.

В рамках данной статьи предметом исследования является имидж Содружества Независимых Государств (СНГ) и способы его продвижения на мировой арене.

Обращение к основным документам СНГ показывает, что имиджевые вопросы не нашли отражения в Уставе Содружества, Концепции дальнейшего развития СНГ и Плане основных мероприятий по ее реализации от 18 декабря 2020 г. Вместе с тем, формирование и продвижение положительного имиджа Содружества регулярно упоминается в контексте заседаний различных органов, экспертных групп, межмидовских консультаций. Кроме того, к этой тематике обращаются государства-участники при формулировании видения своего председательства. Так, президент Таджикистана Э. Рахмон, перечисляя приоритеты председательства страны в Содружестве в 2025 г., особо отметил продолжение в политическом измерении работы «по развитию положительного имиджа СНГ на мировой арене в качестве регионального объединения» [2].

Анализ Концепций председательства стран в Содружестве с 2009 г. [3] демонстрирует значительный интерес к вопросам внешнего позиционирования СНГ: 12 из 17 Концепций содержат упоминания об имидже в качестве цели, задачи, отдельного направления или хотя бы формального

обозначения, только в 5 документах упоминания полностью отсутствуют. Хотя государства-председатели, как правила, исходят из принципа преемственности, в имиджевых вопросах документы обнаруживают отсутствие единой терминологии из-за неразработанности данной тематики в основополагающих документах СНГ. Так, речь идет об «усилении международного позиционирования» (Концепция председательства Республики Таджикистан в СНГ в 2025 г.), «повышении имиджа на международной арене» (Концепция председательства Республики Таджикистан в СНГ в 2025 г., Концепция председательства Республики Беларусь в СНГ в 2021 г.), «укреплении положительного образа» (Концепция председательства Российской Федерации в СНГ в 2024 г.), «повышении авторитета как региональной межгосударственной организации» (Концепция председательства Республики Казахстан в СНГ в 2022 г.), «повышении международного авторитета СНГ, его позитивной роли в современных глобальных и региональных процессах» (Концепции председательства Туркменистана в СНГ в 2012 и 2019 гг.) и др.

Как правило, указанные документы в силу их общего характера не содержат конкретных мер по продвижению имиджа СНГ, эти меры также отсутствуют и в Планах мероприятий по реализации Концепций председательства. В связи с этим особый интерес представляет Концепция председательства Республики Беларусь в СНГ в 2013 г., в которой «повышение имиджа СНГ на международной арене и внутри Содружества» рассматривается в качестве важного фактора, способствующего « дальнейшему укреплению добрососедства в регионе» [4]. В свою очередь, План мероприятий по реализации Концепции председательства Республики Беларусь в СНГ в 2013 г. является единственным среди аналогичных рассмотренных документов, содержащим отдельный раздел, посвященный реализации указанного направления деятельности [5]. Данный раздел содержит перечень из пяти мероприятий, которые можно сгруппировать по трем тематическим блокам:

1) расширение практики использования символики СНГ и представление сувенирной продукции с символикой СНГ в исторических и культурных центрах, аэропортах и т. д.;

2) расширение практики выпуска информационно-презентационных материалов о проектах, существующих на пространстве СНГ;

3–5) проведение мероприятий, посвященных тематике Великой Отечественной войны, поддержка инициатив по патриотическому воспитанию и проведение консультаций по вопросам, связанным с социальной защитой участников и инвалидов Великой Отечественной войны.

Пункты 1 и 2 в данном перечне направлены на рост узнаваемости Содружества, повышение осведомленности о деятельности СНГ и его достижениях как внутри объединения, так и в целом в мире. Что касается мероприятий 3–5, бесспорно, важных самих по себе в контексте сохранения исторической памяти о событиях Великой Отечественной войны и в контексте общего социокультурного опыта государств-участников Содруже-

ства, представляется, что они являются скорее отражением внутреннего запроса стран СНГ и не влияют напрямую на позиционирование организации на мировой арене.

Следует отметить, что СНГ ведет достаточно активную информационную политику, широко использует медиаресурсы для освещения своей деятельности, включая официальные сайты (сайт Исполнительного комитета СНГ, Интернет-портал СНГ), средства массовой информации, социальные сети. Одним из успешных информационных проектов СНГ является межгосударственная телерадиокомпания «Мир». С 2003 г. действует Ассоциация национальных информационных агентств государств-участников СНГ (АНИА). В 2020 г. было запущено мобильное приложение «Новости СНГ», призванное стать источником «оперативной и актуальной информации о деятельности органов СНГ и важных событиях в странах Содружества, размещаемой на официальном сайте Исполнительного комитета СНГ» [6].

Вместе с тем, по данным на 22 марта 2025 г., в *Google Play* было отмечено всего лишь 500+ скачиваний данного приложения. Аналогичным образом, СНГ достаточно слабо присутствует в социальных сетях: многие аккаунты неактивны, а в активных аккаунтах количество подписчиков невелико (например, телеграм-канал «Новости Исполкома СНГ», по данным на 22 марта 2025 г., имеет 909 подписчиков [7]). Сайты и аккаунты в социальных сетях ведутся на русском языке, отсутствуют, как минимум, англоязычные версии, важные для донесения информации до широкой общественности за рубежом. Таким образом, хотя деятельность Содружества получает достаточно широкое освещение, что чрезвычайно важно для формирования имиджа, не все возможные актуальные ресурсы задействованы.

В целом, имеются определенные сложности с оценкой имиджа Содружества: хотя вопросы имиджа могут напрямую не упоминаться в официальных документах СНГ, восприятие международной организации формируется, исходя из множества факторов.

Прежде всего, таким фактором являются цели и задачи МПО, ее миссия. В своей деятельности СНГ преследует мирные и созидательные цели развития «отношений дружбы, добрососедства, межнационального согласия, доверия, взаимопонимания и взаимовыгодного сотрудничества между государствами-членами» (ст. 1–2 Устава Содружества), а принципы деятельности организации исходят из общепризнанных норм международного права и Хельсинского Заключительного акта 1975 г. (ст. 3 Устава) [8]. Указанные цели и принципы косвенно способствуют формированию позитивного имиджа организации как группы государств, заинтересованных в развитии регионального сотрудничества.

Особенностью реализации целей и задач СНГ является принцип разноуровневой и разноскоростной интеграции, предусматривающий возможность сторон самостоятельно определять объем обязательств по каждому направлению сотрудничества, что «воспринимается в СНГ с по-

ниманием и уважением» (п. 1.2 Концепции дальнейшего развития СНГ от 18 декабря 2020 г.) [9]. В связи с этим СНГ представляется скорее платформой для политического диалога, что в некоторой степени расходится с целями и задачами, постулированными в уставных документах, а вектор реальной интеграции смещается в сторону других многосторонних институтов (к примеру, ЕАЭС). Кроме того, среди государств-участников Содружества по-прежнему сохраняется некоторый перевес в пользу развития двустороннего сотрудничества. И если участников СНГ в целом устраивают сложившиеся подходы и механизмы взаимодействия, то на уровне международного сообщества указанные обстоятельства приводят к восприятию СНГ как достаточно расплывчатого, аморфного и неэффективного объединения, что снижает интерес к его деятельности в целом. Так, ведущие мировые новостные порталы и информационные агентства (*VBC, CNN, Синьхуа* и др.) содержат относительно мало новостей о деятельности СНГ и освещают преимущественно события из жизни отдельных государств-участников организации.

Важным фактором имиджа МПО можно назвать охват участников и их репутацию. Широкий охват участников является отражением эффективности и значения международной организации, позволяет успешнее продвигать свои цели и делает ее более привлекательной для новых членов и партнеров. Фактор репутации участников может считаться наиболее субъективным, поскольку он зависит от сложившихся отношений между государствами, различных оценок, расстановки сил в мире и др. Отметим, что в настоящий момент данный фактор работает скорее не в пользу СНГ, поскольку одни участники покинули состав организации (Грузия, 2008 г.), другие приостановили или значительно сократили участие в ее деятельности (Украина – с 2014 г.; Республика Молдова – с 2022 г.). Однако, вместе с тем, интерес представляет учреждение в октябре 2023 г. статусов Наблюдателя при Содружестве и Партнера Содружества [10], а также разработка Положения о формате «Содружество Независимых Государств +», проект которого в настоящее время (февраль–март 2025 г.) находится в работе специальной экспертной группы [11]. Реализация данных форматов взаимодействия с внешними партнерами может в перспективе содействовать продвижению положительного имиджа СНГ на мировой арене.

Очевидно, что расширение международных связей с внешними партнерами (как с глобальными и региональными организациями, объединениями и инициативами, так и с отдельными странами) способно упрочить авторитет международной организации на мировой арене, поскольку не только демонстрирует вовлеченность в решение глобальных и региональных проблем, но и является инструментом интеграции в систему международных отношений, способом позиционирования себя в качестве самостоятельного субъекта мировой политики. СНГ развивает сотрудничество с ООН, ОБСЕ, ШОС, организациями постсоветского пространства и другими международными структурами. Статус наблюдателя при Генеральной Ассамблее ООН (с 1994 г.) является важным символом

признания важности Содружества как субъекта международных отношений и предоставляет возможности для выражения и отстаивания организацией своих интересов, а участие представителей СНГ в авторитетных международных форумах, конференциях и мероприятиях улучшает имидж и узнаваемость Содружества на глобальном уровне.

Таким образом, хотя формирование положительного имиджа СНГ как международной организации напрямую не упоминается в основных документах Содружества, а упоминания в Концепциях председательства носят скорее общий характер, мероприятия по укреплению авторитета, повышения узнаваемости и продвижения позитивного восприятия СНГ реализуются на практике в различных направлениях деятельности. В глазах мировой общественности СНГ имеет неопределенный имидж, связанный с субъективной оценкой деятельности стран-участниц, выходом или сокращением некоторыми странами участия в деятельности СНГ, расходжением между заявленными целями и реальным взаимодействием в формате разноскоростной интеграции, отсутствием системной работы по позиционированию международной организации на мировой арене.

Формирование и продвижение положительного имиджа должно носить постоянный и долгосрочный характер с опорой на фундаментальные цели и принципы организации и с учетом актуальных событий в мире. Наилучшим способом формирования позитивного имиджа, бесспорно, является эффективная деятельность и соблюдение норм международного права. Одновременно продвижение имиджа Содружества может быть связано с активизацией информационной политики и расширением взаимодействия с внешними партнерами.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Почепцов, Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – М. : СмартБук, 2009. – 575 с.
2. Раҳмон назвал приоритеты председательства Таджикистана в СНГ в 2025 году // БЕЛТА. – 08.10.2024. – URL: <https://belta.by/society/view/rahmon-nazval-priority-predsedatelstva-tadzhikistana-v-sng-v-2025-godu-666871-2024/> (дата обращения: 17.03.2025).
3. Председательство в СНГ // Интернет-портал СНГ. – URL: <https://e-cis.info/page/3485/> (дата обращения: 18.03.2025).
4. Концепция председательства Республики Беларусь в Содружестве Независимых Государств в 2013 году // Исполнительный комитет СНГ. – URL: <https://cis.minsk.by/page/19072/konsepcia-predsedatelstva-respubliki-belarus-v-sodruzestve-nezavisimyh-gosudarstv-v-2013-godu> (дата обращения: 18.03.2025).
5. План мероприятий по реализации Концепции председательства Республики Беларусь в Содружестве Независимых Государств в 2013 году // Министерство иностранных дел Республики Беларусь. – URL: <https://www.mfa.gov.by/upload/Plan.pdf> (дата обращения: 18.03.2025).
6. Выпущено обновление информационного приложения сайта Исполкома СНГ для мобильных устройств // Исполнительный комитет СНГ. – 24.02.2025. – URL: https://cis.minsk.by/news/18064/vypuscheno_obnovlenie_informacionnogo_prilozhenija_sajta_ispolkoma_sng_dlja_mobilnyh_ustrojstv (дата обращения: 22.03.2025).

7. Телеграм-канал «Новости Исполкома СНГ». – URL: <https://t.me/officialcisnews> (дата обращения: 22.03.2025).
8. Устав Содружества Независимых Государств (г. Минск, 22 января 1993 г.) // Исполнительный комитет СНГ. – URL: <https://cis.minsk.by/page/180/ustav-sodruzestva-nezavisimyh-gosudarstv-g-minsk-22-anvara-1993-goda> (дата обращения: 17.03.2025).
9. Решение Совета глав государств СНГ о Концепции дальнейшего развития Содружества Независимых Государств и Плане основных мероприятий по ее реализации от 18 декабря 2020 года // Единый реестр правовых актов и других документов Содружества Независимых Государств. – URL: <http://cis.minsk.by/reestr2/doc/6363#text> (дата обращения: 17.03.2025).
10. Решение Совета глав государств СНГ о статусе Наблюдателя при Содружестве Независимых Государств и статусе Партнера Содружества Независимых Государств от 13 октября 2023 года // Единый реестр правовых актов и других документов Содружества Независимых Государств. – URL: <https://cis.minsk.by/reestr2/doc/6838#text> (дата обращения: 17.03.2025).
11. В СНГ обсуждается инициатива об учреждении формата «Содружество Независимых Государств +» // Интернет-портал СНГ. – 20.02.2025. – URL: https://e-cis.info/news/564/125194/?phrase_id=191969 (дата обращения: 17.03.2025).