

ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Д. А. Яркович

Белорусский государственный университет

В информационных обществах представления людей о мире и политических процессах в значительной мере формируются средствами массовой информации и коммуникации. Неотъемлемой частью политического дискурса и центральным понятием теории территориального маркетинга является образ страны, равно как бренд – на потребительском рынке, если говорить экономическими категориями. Образ государства на политическом рынке стал играть существенную роль. В этой связи огромное значение уделяется информационно-имиджевой политике. Исследование феномена образа государства приобретает все более актуальный характер в политической науке.

Важнейшую роль в формировании имиджа страны наряду с объективными факторами (уровень социально-экономического развития, культурные и научные достижения, экономические бренды, характер политического режима) играет возможность и способность внедрить благоприятный образ страны в массовое сознание народов других стран. Особое место в этом коммуникационном процессе принадлежит средствам массовой информации, от которых во многом зависит, что и как узнают о стране и ее людях зрители и читатели зарубежных стран.

На данном этапе следует констатировать отсутствие устойчивого благоприятного образа Республики Беларусь в представлении различных социальных групп зарубежных стран. Ряд шагов, в том числе на законодательном уровне, был сделан нашей страной: принятие Государственной программы информационного обеспечения внешнеполитической и внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь на 2006–2010 годы, Национальной программы развития туризма в Республике Беларусь на 2008–2010 годы. Деятельность государственных органов по формированию положительного имиджа Беларуси опирается на последовательное проведение нашим государством миролюбивой внешней политики. Важными сегментами данной работы являются совершенствование системы ведения информационной работы за рубежом; обеспечение участия белорусских делегаций в международных научных, культурных, образова-

тельных, спортивных мероприятиях; налаживание системной работы по увеличению количества позитивных материалов о политической и социально-экономической ситуации в Беларуси в зарубежных средствах массовой информации; создание белорусских информационно-культурных центров на территории основных политических и торговых партнеров Республики Беларусь за рубежом; популяризации туристических, сервисных и транзитных возможностей Республики Беларусь. Одним из основных источников коммуникативных имиджевых связей может стать белорусская диаспора за рубежом.

Стремление Республики Беларусь улучшить позиции на мировом рынке, создать позитивное общественное мнение выдвигает на первый план проблемы формирования благоприятного образа страны и объективно встает на одно из ведущих мест в системе приоритетов государства. В этой связи имидж страны становится тем важнейшим ресурсом, который предопределяет ее экономическую, политическую и социокультурную перспективу.