

ской борьбы. В каком-то смысле данную оппозицию можно уподобить диалектической паре «инь-ян», играющей роль скрытой пружины всех политических (идеологических) противоборств, разворачивающихся на политической сцене. «Левое» и «правое» следует отнести к фундаментальным различительным категориям в политике. Судя по всему, оно будет существовать (постоянно видоизменяясь и принимая иные формы) до тех пор, пока существует политическое как таковое.

Разделение на правое и левое в политике принадлежит к базовым, фундаментальным характеристикам политики, подобным разделению на «друзей» и «врагов» (К. Шмитт). Только касается оно не экзистенциальной ситуации выбора между жизнью и смертью (порождающей необходимость государства с его основополагающим решением), а определения текущей, определяющей всю совокупность общих дел, политики. Она связана с выработкой конкретных *policy* в экономике, культуре, образовании и пр. В этих вопросах всегда будут те, кто попытается изменить существующий порядок в соответствии с собственными представлениями о справедливом и правильном и теми, кто будет этому противостоять, сохраняя ценности существующего статуса-кво. Для нормального функционирования общества необходимо поддержание баланса между этими двумя крайностями.

**А. М. Захаров**

#### ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ МЕХАНИЗМОВ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ИМИДЖА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Имидж Беларуси состоит из множества составляющих исторического наследия, спортивных достижений, экспортной составляющей, политических действий, ментальности нации. Очень важно, в каком образе население воспринимает имидж своей страны, ведь именно благодаря этому страна начинает позиционировать себя в каком-либо свете. К сожалению, образ Беларуси носит в большей степени стихийный характер и недостаточно управляем, так как не в полной мере еще присутствует четкое позиционирование страны, под которым подразумеваются поиск и предъявление ее отличительного, индивидуального преимущества среди других субъектов мирового сообщества.

Прежде чем оптимизировать образ своей страны, не лишним будет этап изучения имиджей конкурентов, особенно когда речь идет об их статусных позициях в международном сообществе. В ситуациях противостояния «включаются» механизмы намеренного «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 агроэкотуризма. Во-вторых, повышение эффективности маркетинга туристических услуг. Здесь, 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 серьезным потенциальным потребителем туристических услуг – в первую очередь в рамках реализации разработанной Консультативным советом при МИД по делам белорусов зарубежья программы «Беларусы за рубежом». 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 дешевым быть не может.

Важным направлением в рамках оптимизации работы по развитию международного имиджа Беларуси является максимальный учет ее транзитного месторасположения. Когда речь идет 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 четко

и повсюду проявляется миролюбивый характер белорусской политики, ее 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 г. Беларусь последовательно продвигала инициативу партнерства интеграций, добиваясь установления устойчивых механизмов диалога и сотрудничества ЕАЭС с ЕС, Китаем, иными странами ШОС, 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 экономике 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 г. Беларусь наряду с другими странами-соседями 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 г. 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 гг., создание безвизового режима на определенный (пусть и краткий срок) для граждан 80 государств мира, саммиты ЕАЭС, ШОС и других интеграционных структур, где участвует Республика Беларусь.

Направления работы по оптимизации механизмов развития положительного имиджа Республики Беларусь могут быть эффективными только при следующих условиях: наличие инициативы всех социальных групп, общественных объединений, мощного государственно-частного партнерства в решении проблемы; развитие позитивной самоидентификации граждан со своей страной, понимание людьми 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 ее внешний образ. Позитивное внутреннее восприятие страны основывается на хорошем самочувствии национального сообщества, наличии благоприятной для жизни среды, возможностей реализации творческого, социального потенциала граждан.

**Т. Ф. Иванова**

### КЛАСТЕРНАЯ ПОЛИТИКА В ФЕДЕРАЛЬНЫХ ЗЕМЛЯХ ВОСТОЧНОЙ ГЕРМАНИИ

В условиях усиления глобализационных и интеграционных процессов актуальной является деятельность не отдельных предприятий, а встраивание отдельных отраслей в региональную экономическую среду страны и в глобальную социально-экономическую сеть. В промышленно развитых странах Европы со второй половины XX в. возрастает роль своеобразных «сплетений» из территории, хозяйства и предприятий смежных отраслей, которые совместно с местной администрацией, научно-исследовательскими и образовательными учреждениями нацелены на эффективное использование преимуществ специализации и кооперации. В промышленности Восточной Германии с начала XXI в. также наблюдаются изменения, связанные с трансформацией организационной структуры промышленности бывшей Германской Демократической Республики (ГДР), которые привели к созданию новых форм территориально-промышленных образований – кластеров.

Существуют различные определения понятия *кластер*, введенного основоположником кластерной теории, американским экономистом *Майклом Портером*. В целом, под кластером следует понимать объединения предприятий, которые формируются на определенной территории, могут развиваться как в одной, так и в нескольких отраслях, производящих товары и услуги, и которые являются двигателями экономического роста страны и ключевым инструментом политики по развитию национальной конкурентоспособности.

Мировая практика свидетельствует, что для экономики государства кластеры исполняют роль точек роста внутреннего рынка, а сильная позиция отдельных кластеров обеспечивает увеличение международной конкурентоспособности страны в целом. К настоящему времени, по оценке экспертов, кластеризацией охвачено около 50 % экономик ведущих стран мира, которые целенаправленно занимаются кластерной политикой. Основная *цель кластерной политики* заключается в повышении конкурентоспособности и иннова-