

Научная статья

УДК 94(479.24):342.228

ББК 63.3(5Азе) + 67.400.581

[https://doi.org/10.14258/izvasu\(2026\)3-06](https://doi.org/10.14258/izvasu(2026)3-06)

Формирование имиджевой политики Азербайджанской Республики в 1991–2010 гг.: символические ресурсы и институциональные механизмы (на примере государственного флага)

Максим Валерьевич Петров¹, Юрий Георгиевич Чернышов²

¹Алтайский государственный университет, Барнаул, Россия,

wmanytwork@gmail.com

²Алтайский государственный университет, Барнаул, Россия, ashpi@hist.asu.ru

Original article

Formation of the Image Policy of the Republic of Azerbaijan in 1991–2010: Symbolic Resources and Institutional Mechanisms (Using the National Flag as an Example)

Maxim V. Petrov¹, Yury G. Chernyshov²

¹Altai State University, Barnaul, Russia, wmanytwork@gmail.com

²Altai State University, Barnaul, Russia, ashpi@hist.asu.ru

Аннотация. В статье рассматриваются этапы и инструменты формирования имиджевой политики Азербайджанской Республики в 1991–2010 гг. на примере использования государственного флага. Источниковую базу составляют нормативные акты (распоряжения Президента Азербайджанской Республики), официальная риторика и каталог «Azerbaycan Bayraqları» (2005). В качестве исследовательской опоры использована, в частности, работа П.Ф. Гёзалова «Знамена азербайджанских ханств как источник по изучению истории государственности» (2010). Предложена периодизация — три этапа, каждому из которых соответствуют определенные цели, аудитории и инструменты символической политики. Результаты обобщены в авторской матрице, фиксирующей переход от нормативного закрепления символов к их монументализации и событийному оформлению. Проведено сопоставление азербайджанского опыта с аналогичными практиками других постсоветских государств (Казахстан, Грузия, Туркменистан). Выявлена зависимость между внутренней повесткой государственного строительства и внешним позиционированием страны на международной арене.

Abstract. This article analyses the stages and tools through which the Republic of Azerbaijan shaped its image policy between 1991 and 2010, using the national flag as an example. The empirical base includes normative acts (presidential decrees of the Republic of Azerbaijan), official rhetoric, and the museum catalogue “Azerbaycan Bayraqları” (2005). P.F. Gyozalov’s work on the banners of Azerbaijani khanates (2010) serves as one of the principal scholarly references. Three successive stages are identified, each defined by distinct objectives, target audiences, and policy tools. An original analytical matrix captures the shift from the normative entrenchment of national symbols to their monumentalisation and calendar-based institutionalisation. The Azerbaijani experience is set against comparable practices in Kazakhstan, Georgia, and Turkmenistan. The study highlights the interdependence of the domestic state-building agenda and external positioning strategies in the international arena.

Ключевые слова: имидж государства, имиджевая политика, Азербайджан, публичная дипломатия, мягкая сила, государственные символы, vexиллология, национальный бренд, культурная политика, постсоветское пространство

Для цитирования: Петров М.В., Чернышов Ю.Г. Формирование имиджевой политики Азербайджанской Республики в 1991–2010 гг.: символические ресурсы и институциональные механизмы (на примере государственного флага) // Известия Алтайского государственного университета. 2026. № 3 (149). С. 48–56. [https://doi.org/10.14258/izvasu\(2026\)3-06](https://doi.org/10.14258/izvasu(2026)3-06).

Введение

Проблематика роли имиджа государства в международных отношениях конца XX — начала XXI в. приобретает все большую значимость в связи с ростом конкуренции за символический капитал на международной арене. Как подчеркивал Дж. Най, ресурсы «мягкой силы» — культура, ценности, институты — формируют притягательность страны не менее эффективно, чем военный или экономический потенциал [1, р. 5–11]. В свою очередь, С. Анхольт обращает внимание на то, что «конкурентная идентичность» государства складывается из совокупности каналов коммуникации: туризма, экспортных брендов, политических решений, инвестиционной среды, культурного обмена и самих граждан [2, р. 24–26]. В отечественной литературе эта тема разрабатывалась, в частности, Э.А. Галумовым, рассматривавшим международный имидж как стратегический ресурс, требующий целенаправленного формирования [3, с. 12–18], а также И.А. Василенко, предложившей модель национального и территориального брендинга [4, с. 30–45].

Для постсоветских государств, перед которыми встали задачи строительства новой государственности и формирования международного имиджа, эта проблема приобрела особую остроту. Как справедливо отмечают некоторые исследователи, стратегии «мягкой силы» на постсоветском пространстве нередко колеблются между ориентацией на внутреннюю консолидацию и попытками обращения к международной аудитории, что порождает характерные противоречия [5, с. 90]. О.Ю. Малинова показала, что символическая политика властвующей элиты неизбежно сталкивается с «дилеммами идентичности», когда актуализация прошлого служит одновременно инструментом легитимации и источником внутренних дискуссий [6, с. 35–40].

Цель данной статьи — выявить этапы и ключевые инструменты формирования имиджевой политики Азербайджанской Республики в 1991–2010 гг. с акцентом на символический контур и на институциональные механизмы его закрепления (на примере государственного флага). Хронологические рамки

Keywords: state image, image policy, Azerbaijan, public diplomacy, soft power, national symbols, vexillology, national brand, cultural policy, post-Soviet space

For citation: Petrov M.V., Chernyshov Yu.G. Formation of the Image Policy of the Republic of Azerbaijan in 1991–2010: Symbolic Resources and Institutional Mechanisms (Using the National Flag as an Example). *Izvestiya of Altai State University*. 2026. No 3 (149). P. 48–56. (In Russ.). [https://doi.org/10.14258/izvasu\(2026\)3-06](https://doi.org/10.14258/izvasu(2026)3-06).

1991–2010 гг. обусловлены тем, что в эти годы формируются базовые контуры символического и институционального каркаса, задающего логику внешнего позиционирования Азербайджана: от нормативного закрепления государственных символов до их монументализации и событийного оформления.

Объектом исследования выступает имиджевая политика Азербайджанской Республики в символическом и институциональном измерениях. Предмет исследования — этапы, инструменты и механизмы формирования символического контура государственного имиджа (на примере государственного флага) в указанных хронологических рамках.

Теоретико-методологические основания исследования

Понятийное поле исследования определено пересечением нескольких дисциплинарных традиций. В политологии имидж государства обычно трактуется как целенаправленно конструируемый образ — внешний и внутренний одновременно. Н. Калл различает несколько форм публичной дипломатии (advocacy, cultural diplomacy, exchange diplomacy, international broadcasting, listening), каждая из которых опирается на свои каналы и символические ресурсы [7, р. 18–23]. Дж. Мелиссен подчеркивает, что «новая публичная дипломатия» все больше размывает границу между внутренней и внешней коммуникацией [8, р. 10–13]. В российской традиции публичная дипломатия рассматривается как система «двусторонних отношений государственных и негосударственных акторов» [9, с. 7–14].

Для нашей темы существенно то, что именно в символическом измерении — через знамена, флаги, гербы и другие государственные атрибуты — перечисленные категории приобретают материальную форму. Как подчеркивается в предисловии Н. Велиханлы к каталогу «Azerbaycan Bayraqları», знамена являются «важными историческими памятниками», которые воздействуют на «разум и чувства людей всем комплексом изобразительных, эмоциональных и психологических средств» [10, с. 5–6]. В этой логике символ —

не просто атрибут суверенитета, но инструмент, способный формировать и транслировать смысловые конструкции, лежащие в основе государственного имиджа.

В литературе нередко подчеркивается, что политика в области государственных символов обращена прежде всего к внутренней аудитории и потому не может рассматриваться как элемент имиджевой стратегии. Однако такая оппозиция, по-видимому, преувеличена. С. Анхольт показывает, что «конкурентная идентичность» формируется не только через целенаправленные внешнеполитические акции, но и через повседневные практики, которые затем считаются международными наблюдателями [2, р. 36–40]. Монументализация флага, учреждение праздничных дат, музейная экспозиция — все это создает символический каркас, воспринимаемый как внутренней, так и внешней аудиторией.

Имиджевая политика государства — предмет междисциплинарный. История дает реконструкцию символов и традиций; политология — анализ институтов и решений; социология — понимание аудитории и рецепции. В нашем случае ключевую роль играет вексиллологический подход — систематическое изучение знамен и флагов, включая их историю, функции и символические значения. П.Ф. Гёзалов опирается на работы классиков вексиллологии — Г.В. Вилинбахова, У. Смита, В. Крэмптона — и предлагает применить этот инструмент к азербайджанскому материалу [11, с. 30–42].

Методы данного исследования: сравнительно-исторический метод для выстраивания периодизации и сопоставления инструментов по этапам; элементы контент-анализа — для фиксации устойчивых смысловых маркеров в нормативных текстах и официальной риторике.

Историографический обзор

Проблематика государственной символики Азербайджана разрабатывается преимущественно азербайджанскими учеными, хотя отдельные аспекты затрагиваются и в работах зарубежных авторов. Центральное место в историографии занимает монография П.Ф. Гёзалова [11], в которой впервые в систематическом виде представлена история знамен азербайджанских ханств как источников по изучению государственности. Гёзалов привлек обширный фактический материал — от описаний знамен в путеводителях Кавказского военно-исторического музея до архивных документов фондов Национального музея истории Азербайджана (далее — НМИА) — и предложил классификацию знамен по хронологическому и функциональному принципам.

Вместе с тем историография темы не сводится к работе Гёзалова. Еще в конце 1990-х гг. Н. Велиханлы обратилась к вопросу о символах азербайджанской

государственности в широком историческом контексте, указав на неразрывную связь между знаменной традицией и политической культурой [12, с. 5–14]. С. Ахмедов исследовал исторические формы и этапы развития знамен Азербайджана, уделив особое внимание средневековому и раннемодерному периодам [13, с. 45–53]. С.А. Касимова в кандидатской диссертации рассмотрела атрибутику азербайджанской государственности по материалам фондов НМИА, предложив типологию и хронологическую классификацию экспонатов [14]. Ф.А. Алиев еще в 1991 г. связал историю государственных образований Азербайджана XVIII в. с антиколониальной борьбой, обозначив знамена как маркеры политической субъектности [15, с. 78–82]. Комплексное издание «Государственность в Азербайджане и ее символы», подготовленное НМИА, систематизировало музейные материалы и задавало институциональную рамку для дальнейших исследований [16].

На материале каталога «Azerbaijan Bayraqları» (2005), составленного Н. Велиханлы, З. Дулаевой, С. Ахмедовым и Р. Сафаровой [10], прослеживается уникальная коллекция из более чем 90 знамен, хранящихся в фондах НМИА. Каталог содержит детальные описания знамен ханств (Гянджинского, Шекинского, Карабахского, Нахичеванского, Эриванского и др.) с указанием инвентарных номеров, размеров, материалов и символических элементов — от арабских надписей до геральдических композиций. Показательно, что в каталоге воспроизведен на русском языке документ 1919 г. — запрос начальника Генерального штаба войск Азербайджанской Республики подполковнику М. Алиеву о возврате знамен, регалий и реликвий из Тифлисского Кавказского военно-исторического музея [10, с. 17–18]. Этот документ свидетельствует о том, что вопрос символической преемственности ставился уже в период Азербайджанской Демократической Республики (далее — АДР).

В целом в литературе вопросы символической политики Азербайджана затрагиваются фрагментарно. С. Корнелл рассматривает символическую составляющую азербайджанской государственности в контексте общего анализа постсоветского транзита [17, р. 110–130]. Т. де Ваал касается символических аспектов нагорно-карабахского конфликта и их влияния на государственное строительство [18, р. 140–155]. М.В. Загоруйко дает краткий экскурс в историю возникновения флага и герба Азербайджанской Республики [19] и т.д. Таким образом, историография располагает значительным массивом фактического материала, однако остается нехватка работ, которые рассматривали бы символическую политику Азербайджана в логике имиджевой стратегии и в сопоставлении с практиками других постсоветских государств. Настоящая статья призвана частично восполнить этот пробел.

Источниковая база и методы

Источниковая база построена по группам, что позволяет различать нормативный, риторический и презентационный уровни.

Первая группа — нормативные документы. В частности, распоряжение Президента Азербайджанской Республики Г. Алиева от 13 марта 1998 г. «Об усилении работы по изучению государственных атрибутов Азербайджанской Республики» [20] задает институциональный вектор символической политики, предписывая систематизацию, изучение и популяризацию государственных атрибутов. Распоряжение от 17 ноября 2007 г. о создании Площади Государственного флага в Баку фиксирует переход к монументализации символов. Распоряжение № 2657 от 5 февраля 2008 г. о выделении 1 млн манатов на реконструкцию и реставрацию музея [11, с. 25] свидетельствует об институциональном закреплении ресурсов.

Вторая группа — официальная риторика. Так, например, выступление Г. Алиева от 29 декабря 2000 г., воспроизведенное в структуре монографии П.Ф. Гёзалова в качестве эпиграфа, содержит формулировку об атрибутах государственности как «самых ценных, самых дорогих» элементах национальной идентичности [11, с. 7]. Эта фраза представлена как манифестационное высказывание, задающее интерпретационную рамку.

Третья группа — музейно-научные и каталожные материалы. Так, каталог «Azerbaýcan Bayraqları» [10] образует основной корпус данных, предоставляя детальные описания более 90 знамен с инвентарными номерами (например, инв. № 446–448, 471 — знамена Гянджинского ханства; инв. № 12605, 12609, 12610, 12644 — знамена мусульманских конно-иррегулярных полков [10, с. 25–40]).

Следует оговорить, что часть нормативных актов привлекается по корпусу, приведенному в монографии П.Ф. Гёзалова, а не по первичным публикациям. Это сужает возможности текстологического анализа, хотя и не влияет на общую логику периодизации, которая верифицируется перекрестно через каталожные данные и официальную риторику.

Периодизация и анализ этапов (1991–2010)

Этап I. 1991–1997: первичное позиционирование и формирование символического каркаса

Смысл описания этапов — не в перечислении внутри- и внешнеполитических событий (что потребовало бы расширения объема статьи для рассмотрения отдельного блока документов), а в фиксации того, как формировалась базовая символическая рамка. Тем не менее нужно хотя бы вкратце остановиться на характеристике «исторического фона» каждого периода.

Процесс распада Советского Союза ознаменовался в Азербайджане ростом национально-демо-

кратических, сепаратистских и иных общественно-политических движений, что сопровождалось внутренними распрями и Нагорно-Карабахским конфликтом с Арменией. Условия были не самые благоприятные для проведения последовательной имиджевой политики, однако в Азербайджане, как и в других постсоветских республиках, все же была довольно быстро предпринята попытка закрепить новые символы суверенитета — флаг, герб, гимн — на нормативном уровне. 30 августа 1991 г. Верховным Советом Азербайджанской ССР была провозглашена независимость. Но еще 5 февраля 1991 г. было принято решение о восстановлении трехцветного флага АДР (событие, которое обозначают формулой «суверенитет рамзи» — символ суверенитета) [10, с. 57].

Формирование символического каркаса опиралось на исторический прецедент — были использованы и доработаны символы, созданные еще в 1918 г. Логика решений 1918 г. была непростой: сначала был утвержден красный флаг с полумесяцем и звездой (решение от 21 июня 1918 г.), затем — трехцветный (решение от 9 ноября 1918 г.). М.Э. Расулзаде, один из основателей АДР, предложил символическую интерпретацию цветов: голубой — тюркская культура, красный — европейская демократия, зеленый — исламская цивилизация [10, с. 55–56]. Эта интерпретация указывает на изначально многоадресный характер символики — она обращена одновременно к тюркскому миру, европейскому сообществу и мусульманской умме.

Вместе с тем уже на том этапе проявилась проблема, которую П.Ф. Гёзалов обозначает в контексте геральдического анализа: «разные культуры по-разному интерпретируют цвета» [11, с. 106–107]. Так, если в европейской традиции зеленый ассоциируется с природой, экологией, молодостью, то в исламской — с религией и традицией. Это создает ситуацию «семантической неопределенности», при которой один и тот же символ считывается разными аудиториями по-разному. Данная проблема актуальна для всех постсоветских государств, использующих исторически нагруженную символику, однако в азербайджанском случае она дополнительно осложняется наличием нескольких традиций интерпретации (тюркской, исламской, европейской). Кроме полос, в центре флага размещены восьмиконечная звезда (что нередко трактуется как 8 ветвей тюркского народа) и полумесяц (как символ ислама).

Говоря о других государственных символах, стоит отметить, что они были утверждены намного позднее и в целом соответствовали образам и смыслам, заложенным в государственном флаге. «Положение о Государственном гербе Азербайджанской Республики» было утверждено президентом Абульфазом Эльчибеем 23 февраля 1993 г. Те же цвета и восьмиконечная звезда допол-

нены на гербе круглым щитом, изображением огня (Азербайджан — «Страна Огней»), венком из колосьев пшеницы и ветвей дуба. Что же касается гимна — «Марша Азербайджана» («Azərbaycan Marşı»), то здесь тоже шла апелляция к истории. Он был написан и использовался в 1919 г., а 27 мая 1992 г. по решению Милли Меджлиса Азербайджанской Республики он был принят в качестве государственного гимна. 2 марта 1993 г. было утверждено положение о государственном гимне Азербайджанской Республики.

Внутриполитический кризис, сопровождавшийся частой сменой ведущих политиков и руководителей государства (Аяз Муталибов, Абульфаз Эльчибей и др.), постепенно стал затихать с конца 1993 г., после прихода к власти Гейдара Алиева. Имея богатый опыт советско-партийной работы и в то же время понимая смысл новых вызовов времени, он сумел наладить системную трансформацию государственности. 20 сентября 1994 г. был заключен «Контракт века» с крупнейшими мировыми нефтегазовыми корпорациями (из Великобритании, Норвегии, России, Саудовской Аравии, США, Турции, Шотландии) на разработку месторождений в азербайджанском секторе Каспийского моря. Это помогло поднять экономику и стабилизировать обстановку в стране. С конца 1995 г. страна жила уже по новой Конституции, которую поддержали 91,9% проголосовавших. В одной из статей Конституции было закреплено описание трехцветного государственного флага Азербайджана.

Этап II. 1998–2003: институционализация символической политики

11 октября 1998 г. Гейдар Алиев был переизбран на второй срок, получив поддержку 76,11% проголосовавших. Этот этап символической политики связан с институциональным поворотом. Нормативным маркером выступило более раннее распоряжение президента от 13 марта 1998 г. [20], где фиксировалась задача изучения «исторических традиций и атрибутов государственности». Вопрос о том, ограничивалось ли это внутренней легитимацией или уже готовило символический контур для внешней проекции, остается дискуссионным. Скорее всего, имело место сочетание обоих мотивов. Кстати, монография П.Ф. Гёзалова, ставшая одним из результатов этой политики, явно выполняет двойную функцию: с одной стороны, это академическое исследование, с другой — инструмент репрезентации историко-символического наследия.

Особую роль на данном этапе играет музейно-репрезентационный механизм. В советское время знамена азербайджанских ханств экспонировались в качестве «трофейных», тогда как после 1998 г. происходит их реконтекстуализация — они начинают интерпретироваться как артефакты национальной государственности [11, с. 18–22]. Это изменение

не ограничивается экспозиционной практикой. В каталоге зафиксировано 12 знамен ханств из коллекции НМИА, из которых 4 — Гянджинского ханства (инв. № 446–448, 471), переданных из Тифлисского Кавказского военно-исторического музея в 1924 г. [10, с. 25–32]. Реконтекстуализация этих артефактов — из «трофеев» в «свидетельства государственности» — представляет собой типичный прием символической политики, описанный О.Ю. Малиновой применительно к российскому материалу [6, с. 45–50].

Показателен и случай с флагом АДР, изготовленным в 1952 г. М.Э. Расулзаде в эмиграции в Турции и переданным музею в июне 2003 г. [10, с. 57]. В рамках нашей темы важен сам механизм возвращения символа: физический артефакт становится звеном, соединяющим эмигрантскую традицию с текущей государственностью. Так символическая политика приобретает транснациональное измерение, что соответствует логике «новой публичной дипломатии», по Дж. Мелиссену [8, р. 15].

2 октября 2003 г. Гейдар Алиев снял свою кандидатуру на президентских выборах в пользу своего сына Ильхама, который был назначен до этого премьер-министром Азербайджана и был назван отцом как «политический наследник».

Этап III. 2004–2010: монументализация символа и событийное закрепление

Третий этап характеризуется тем, что страна продолжала путь укрепления экономики и социальной сферы. В частности, была принята программа сокращения бедности и устойчивого развития на 2008–2015 гг.; были запущены экспортные нефте- и газотрубопроводы: Баку — Тбилиси — Джейхан и Баку — Тбилиси — Эрзурум. Символическая политика, подкрепленная солидными ресурсами, выходит на уровень пространственных и календарных практик. Так, распоряжением от 17 ноября 2007 г. было предписано создание в Баку Площади Государственного флага с флаштоком высотой свыше 160 метров. Указом Президента от 17 ноября 2009 г. 9 ноября было объявлено Днем Государственного флага — эта дата отсылает к решению парламента АДР от 9 ноября 1918 г. об утверждении трехцветного знамени [11, с. 198]. 1 сентября 2010 г. флаг был торжественно поднят на запланированную высоту. На площади также изображены другие государственные символы — герб, текст гимна и карта Азербайджана. В других городах республики тоже были созданы площади государственного флага — в Гяндже, в Джалилабаде, в Ленкоране. Данные решения фиксируют переход от текстовых и музейных форм репрезентации к пространственным и событийным.

Подобные решения имеют двойную адресацию. Внутренняя аудитория получает инструмент консолидации; внешняя — узнаваемый символический

маркер страны, особенно значимый в условиях международной конкуренции за визуальную идентичность. По оценкам ряда наблюдателей, Площадь Государственного флага стала одним из самых узнаваемых визуальных символов Баку наряду с архитектурными проектами последних лет (Центр Гейдара Алиева, комплекс «Пламенные башни»). Используя терминологию С. Анхольта, здесь сочетаются туристическое измерение (tourism dimension) и культурное измерение (cultural dimension) «конкурентной идентичности» [2, p. 50–55].

Одновременно сохраняется музейно-инфраструктурный контур. Президентским распоряжением № 2657 от 5 февраля 2008 г. музею выделен 1 млн манатов на реконструкцию и реставрацию [11, с. 25]. Это можно трактовать как сигнал о системном характере символической политики: инвестиции в знамиевую инфраструктуру не прекращаются с появлением более зрелищных (монументальных) форм, а дополняют их.

Следует учитывать и контекст ограничений. П.Ф. Гёзалов указывает, что символическая политика развивалась в условиях, когда «20% территории Азербайджана оккупированы» [11, с. 15], что повышает значимость символического позиционирования как компенсаторного инструмента. Разумеется, эти данные позволяют лишь предположить, что компенсаторная логика действительно влияла на принятие конкретных решений; однако сам факт упоминания территориальных потерь в контексте символической политики свидетельствует о том, что эта связь осознавалась ее проводниками.

Обобщение: матрица этапов символической политики

Результаты анализа сведены в таблице, представляющей собой матрицу, в которой каждому из выделенных этапов соответствуют целевые ориентиры, аудитории, инструменты, каналы и ограничения.

Матрица этапов символической политики Азербайджана (1991–2010 гг.)

Параметр	Этап I (1991–1997 гг.)	Этап II (1998–2003 гг.)	Этап III (2004–2010 гг.)
Цель образа	Фиксация суверенитета	Историческая легитимация	Международная узнаваемость
Аудитория	Преимущественно внутренняя	Внутренняя + научное сообщество	Двойная: внутренняя + внешняя
Инструменты	Нормативное закрепление символов	Музей, каталог, научные публикации	Площадь Государственного флага, День флага, реставрация
Каналы	Законодательство, гос. риторика	Издательская и экспозиционная практика	Пространственные и календарные практики
Ограничения	Символ без нарратива	Узость научного сообщества	Межкультурная нечитаемость символов

Матрица позволяет зафиксировать несколько закономерностей. Во-первых, на каждом этапе расширяется целевая аудитория — от исключительно внутренней к двойной (внутренней и внешней). Во-вторых, наблюдается диверсификация каналов: от нормативно-правовых к пространственным и событийным. В-третьих, ограничения каждого этапа не снимаются полностью, а видоизменяются: если на первом этапе основной проблемой является отсутствие нарратива, сопровождающего символ, то на третьем — сложность его межкультурной трансляции.

Азербайджанский опыт в постсоветском контексте

Символическая политика Азербайджана в рассматриваемый период не является уникальным явлением — она вписывается в общий постсоветский паттерн, хотя и обладает рядом специфических черт. Сопоставление с практиками других постсоветских государств позволяет точнее определить место азербайджанского опыта в этой типологии.

Наиболее близкую аналогию представляет Казахстан. Монумент «Байтерек» в Астане, открытый в 2002 г. по инициативе Н. Назарбаева, функ-

ционально сопоставим с бакинской Площадью Государственного флага: оба объекта проектировались как визуальные маркеры столицы, обращенные одновременно к внутренней и внешней аудиториям. В 2007 г. указом Президента Казахстана учрежден День государственных символов (4 июня), что структурно совпадает с учреждением Дня Государственного флага Азербайджана двумя годами позже. Вместе с тем казахстанская модель в большей степени ориентирована на конструирование принципиально нового символического пространства (Астана как город-символ, не отягощенный советским прошлым), тогда как азербайджанская модель делает акцент на реконтекстуализации исторического наследия (знамена ханств, флаг АДР). При этом, как показывает А.М. Мустафабейли на материале учебников истории Казахстана, процесс конструирования национального нарратива в обоих случаях сопряжен с пересмотром оценок имперского и советского периодов, что создает дополнительное напряжение в символическом поле [21, с. 82–85]. Проблема разного понимания (или непонимания) символов здесь тоже присутствует — это касается, например, изображения шанырака (навешенная юрты), которое встречается на гербе Казахстана

(и, кстати, на флаге Кыргызстана): данный символ для внешней аудитории зачастую нуждается в «расшифровке» [22, с. 116–117].

Грузинский случай дает иной ракурс. Смена государственного флага в январе 2004 г. (замена флага Звиада Гамсахурдиа на пятикрестный «флаг Давида IV Строителя») [23] была встроена в масштабный имиджевый «перезапуск», связанный с «революцией роз». В отличие от Азербайджана, здесь символический разрыв с непосредственным прошлым был сознательно акцентирован: новый флаг маркировал не только суверенитет, но и политический курс на евроатлантическую интеграцию. Азербайджанская модель, напротив, выстраивала линию преемственности (от АДР 1918 г. через советский период к восстановлению независимости), что предполагает иную риторическую стратегию. Причем, как замечает один исследователь, в Азербайджане «авторы шли не от герба к флагу, а наоборот, — от флага к гербу» [19, с. 101].

Туркменистан демонстрирует крайний вариант персоналистской символической политики. «Арка нейтралитета» в Ашхабаде (1998 г.), увенчанная вращающейся золотой статуей С. Ниязова, представляла собой монументализацию не столько государственных символов, сколько фигуры лидера. В целом анализ материалов символики центральноазиатских стран показывает, что основными маркерами идентичности там являются: «идеализация национальной истории», «преемственность по отношению к советскому периоду», «апелляция к религиозным ценностям», «обращение к традиционной культуре и мифологии», «акцентирование роли лидера» [22, с. 121–122]. Азербайджанская практика занимает промежуточное положение: монументализация присутствует (Площадь Государственного флага), но она адресована государственному символу, а не личности и в целом опирается на институциональные ресурсы — музей, каталог, нормативные акты.

При всех различиях прослеживается общая тенденция: символическая политика постсоветских государств выходит за пределы нормативного закрепления атрибутов суверенитета и превращается в инструмент конструирования того, что С. Анхольт называет «конкурентной идентичностью» [2, р. 60–65]. Специфика азербайджанского варианта — в последовательном выстраивании институциональной вертикали (от распоряжения к музею, от музея к монументу) и в опоре на вексиллологическую традицию как научное обоснование символической политики.

Заключение

В 1991–2010 гг. имиджевая политика Азербайджанской Республики (в пределах рассмотренного символического и институционального контура) прошла путь от первичного закрепления символического каркаса государственности до его монументализации и событийного оформления. Предложенная периодизация (три этапа) позволяет зафиксировать не только хронологическую последовательность решений, но и качественные сдвиги в целеполагании, аудитории и инструментарии символической политики (на примере государственного флага). Авторская матрица (см. табл.) обобщает эти сдвиги и может быть использована как аналитический инструмент при изучении символической политики других постсоветских государств.

Наиболее устойчивыми оказались инструменты, опирающиеся на институциональные и культурные механизмы: нормативные решения о государственных символах, музейно-исследовательская инфраструктура, публичные научные издания. Менее устойчивыми стали монументальные формы (Площадь Государственного флага как символический маркер), чья эффективность зависит от постоянного смыслового сопровождения.

Выявляется зависимость между внутренней повесткой государственного строительства и внешним позиционированием. Символический контур выступает связующим звеном между юридическим суверенитетом, историческим нарративом и международным имиджем. В этом смысле опыт Азербайджана подтверждает тезисы о «конкурентной идентичности» как многоканальной системе [2, р. 70], а также выводы о противоречиях в интерпретациях «мягкой силы» на постсоветском пространстве [5, с. 91].

Сопоставление с казахстанской, грузинской и туркменистанской моделями показывает, что азербайджанский вариант символической политики отличается последовательностью институциональной вертикали и опорой на вексиллологическую традицию, но сохраняет общую для постсоветских государств проблему межкультурной нечитаемости символов. Представляется перспективным расширение сравнительной рамки за счет анализа других символов и визуальных стратегий (герб, гимн, архитектурная символика, событийный дизайн) и сопоставления с практиками государств за пределами постсоветского ареала.

Библиографический список

1. Nye J.S. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: PublicAffairs, 2004. 191 p.

2. Anholt S. *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. London: Palgrave Macmillan, 2007. 147 p.

3. Галумов Э.А. Международный имидж России: стратегия формирования. М.: Известия, 2003. 450 с.
4. Василенко И.А. Имидж России: концепция национального и территориального брендинга. М.: Экономика, 2012. 246 с.
5. Чернышов Ю.Г. Исторический опыт использования государствами «мягкой силы»: к итогам дискуссий // Известия Алтайского государственного университета. 2019. № 2 (106). С. 87–91. [https://doi.org/10.14258/izvasu\(2019\)2-15](https://doi.org/10.14258/izvasu(2019)2-15)
6. Малинова О.Ю. Актуальное прошлое: символическая политика властвующей элиты и дилеммы российской идентичности. М.: Политическая энциклопедия, 2015. 207 с.
7. Cull N.J. *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. Los Angeles: Figueroa Press, 2009. 60 p.
8. Melissen J. (ed.). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005. 246 p.
9. Публичная дипломатия: Теория и практика / под ред. М.М. Лебедевой. М.: Аспект Пресс, 2017. 272 с.
10. Valixanlı N., Dulaeva Z., Ahmadov S., Saferova R. *Azərbaycan Bayraqları. Kataloq*. Bakı: Elm, 2005. 85 s.
11. Гёзалов П.Ф. Знамена азербайджанских ханств как источник по изучению истории государственности. Баку: AFpoliqraf, 2010. 208 с.
12. Велиханлы Н. Государственность в Азербайджане и ее символы // Дирчалиш – XXI аср. 1999. № 1. С. 5–14.
13. Ахмедов С. Исторические формы и этапы развития знамен Азербайджана // Известия НАН Азербайджана. Серия гуманитарных наук. 2000. № 3. С. 45–53.
14. Касимова С.А. Атрибутика азербайджанской государственности как исторический источник: по материалам фондов Национального музея истории Азербайджана : дис. ... канд. ист. наук. Баку, 2007.
15. Алиев Ф.А. Анतिकолониальная борьба и государственные образования Азербайджана (XVIII в.). Баку: Элм, 1991. 200 с.
16. Государственность в Азербайджане и ее символы // Национальный музей истории Азербайджана. Баку: Элм, 2000. 96 с.
17. Cornell S. E. *Azerbaijan since Independence*. New York: M. E. Sharpe, 2011. 472 p.
18. De Waal T. *The Caucasus: An Introduction*. Oxford: Oxford University Press, 2010. 259 p.
19. Загоруйко М.В. Символы флага и герба Республики Азербайджан // Государственный советник. 2014. № 4. С. 97–102.
20. Об усилении работы по изучению государственных атрибутов Азербайджанской Республики : Распоряжение Президента Азербайджанской Республики Г. Алиева от 13 марта 1998 г. // Азербайджан. 1998. 14 марта.
21. Мустафабейли А.М. Идеология отношения государств Центральной Азии к общей истории в составе Российской империи и Советского Союза // Дипломатическая служба. 2020. № 5 (92). С. 79–87. <https://doi.org/10.33920/vne-01-2005-08>
22. Дерендяева А.Д., Чернышов Ю.Г. Принятие государственной символики в странах Центральной Азии в начале 1990-х гг.: основные маркеры идентичности // Вестник Томского государственного университета. История. 2021. № 74. С. 112–121. <https://doi.org/10.17223/19988613/74/13>
23. О Государственном флаге Грузии // Законодательный Вестник Грузии. URL: <https://matsne.gov.ge/ru/document/view/13270?publication=5> (дата обращения: 03.03.2026).

References

1. Nye J.S. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs, 2004. 191 p.
2. Anholt S. *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. London: Palgrave Macmillan, 2007. 147 p.
3. Galumov E.A. *Russia's International Image: A Formation Strategy*. Moscow: Izvestiya, 2003. 450 p. (In Russ.).
4. Vasilenko I.A. *Russia's Image: A Concept of National and Territorial Branding*. Moscow: Ekonomika, 2012. 246 p. (In Russ.).
5. Chernyshov Yu.G. Historical Experience of States' Use of "Soft Power": Toward Discussion Conclusions. *Izvestiya of Altai State University*. 2019. No 2(106). P. 87–91. [https://doi.org/10.14258/izvasu\(2019\)2-15](https://doi.org/10.14258/izvasu(2019)2-15) (In Russ.).
6. Malinova O.Yu. *The Relevant Past: Symbolic Politics of the Ruling Elite and Dilemmas of Russian Identity*. Moscow: Politicheskaya entsiklopediya, 2015. 207 p. (In Russ.).
7. Cull N.J. *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. Los Angeles: Figueroa Press, 2009. 60 p.
8. Melissen J. (ed.). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005. 246 p.
9. Lebedeva M.M. (ed.). *Public Diplomacy: Theory and Practice*. Moscow: Aspekt Press, 2017. 272 p. (In Russ.).
10. Valixanlı N., Dulaeva Z., Ahmadov S., Saferova R. *Azərbaycan Bayraqları. Kataloq [Flags of Azerbaijan. Catalogue]*. Bakı, 2005. 85 p. (In Azerb.).
11. Gyozalov P.F. *Banners of Azerbaijani Khanates as a Source for the Study of Statehood History*. Bakı, 2010. 208 p. (In Russ.).
12. Velikhanly N. Statehood in Azerbaijan and Its Symbols. *Dirchyalish – 21st asr*. 1999. No 1. P. 5–14. (In Russ.).
13. Akhmedov S. Historical Forms and Stages of the Development of Banners of Azerbaijan. *Izvestiya NAN Azerbaidzhana. Seriya Gumanitarnykh Nauk*. 2000. No 3. P. 45–53. (In Russ.).
14. Kasimova S.A. *Attributes of Azerbaijani Statehood as a Historical Source (Based on NMIA Collections)*. History Cand. Diss. Bakı, 2007. (In Russ.).

15. Aliev F.A. *Anti-Colonial Struggle and State Formations of Azerbaijan (18th Century)*. Baku: Elm, 1991. 200 p. (In Russ.).
16. *Statehood in Azerbaijan and Its Symbols. National Museum of History of Azerbaijan*. Baku: Elm, 2000. 96 p. (In Russ.).
17. Cornell S.E. *Azerbaijan since Independence*. New York: M.E. Sharpe, 2011. 472 p.
18. De Waal T. *The Caucasus: An Introduction*. Oxford: Oxford University Press, 2010. 259 p.
19. Zagoruiko M.V. Symbols of the Flag and Coat of Arms of the Republic of Azerbaijan. *State Advisor*. 2014. No 4. P. 97–102.
20. Decree of the President of the Republic of Azerbaijan G. Aliev of March 13, 1998. *Gazeta "Azerbaidzhan"*. 1998. March 14. (In Russ.).
21. Mustafabeyli A.M. Ideology of the Relationship of Central Asian States to the Common History of the Russian Empire and the Soviet Union. *Journal "Diplomatic Service"*. 2020. No 5 (92). P. 79–87. <https://doi.org/10.33920/vne-01-2005-08> (In Russ.).
22. Derendyaeva A.D., Chernyshov Yu.G. Adoption of State Symbols in the Central Asian Countries in the Early 1990s: Main Identity Markers. *Bulletin of Tomsk State University. History*. 2021. No 74. P. 112–121. <https://doi.org/10.17223/19988613/74/13> (In Russ.).
23. On the State Flag of Georgia. *Legislative Bulletin of Georgia* [website]. URL: <https://matsne.gov.ge/ru/document/view/13270?publication=5> (accessed: 03.03.2026).

Информация об авторах

М.В. Петров, аспирант Института истории и международных отношений, Алтайский государственный университет, Барнаул, Россия;

Ю.Г. Чернышов, доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры всеобщей истории и международных отношений, Алтайский государственный университет, Барнаул, Россия.

Information about the author

M.V. Petrov, Postgraduate Student, Institute of History and International Relations, Altai State University, Barnaul, Russia;

Yu.G. Chernyshov, Doctor of Historical Sciences, Professor, Professor at the Department of General History and International Relations, Altai State University, Barnaul, Russia.