

ЭВОЛЮЦИЯ ИМИДЖА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В СМИ ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЫ В 1991–2015 гг.

Исследуется эволюция имиджа Республики Беларусь в западноевропейских СМИ в период с 1991 по 2015 г. Основными методами исследования стали метод контент-анализа и метод историко-сравнительного анализа. В ходе изучения обозначенной проблемы автор приходит к выводу, что имидж Республики Беларусь в западноевропейских СМИ преимущественно негативный, однако в последнее время наблюдается его улучшение, связанное с участием Республики Беларусь и ее президента в Минском переговорном процессе.

Ключевые слова: Республика Беларусь; страны Западной Европы; имидж; СМИ; Лукашенко.

В современном мире формирование привлекательного имиджа страны за рубежом является неотъемлемой частью внешнеполитической стратегии любого государства. Создание положительного имиджа страны на международной арене позволяет государству вести активную внешнюю политику, привлекать инвестиции и туристические потоки в страну, повышает его престиж на мировой арене. Действительно актуальной задачей построения и продвижения привлекательного имиджа страны становится для государств, недавно появившихся на международной арене и не обладающих благоприятными «условно-статичными» факторами для его формирования [1. С. 173].

Необходимость формирования привлекательного имиджа Республики Беларусь за рубежом долгое время после обретения независимости не осознавалась на государственном уровне [2. С. 33–34], что привело к формированию нечеткого, размытого имиджа страны в мире, где наиболее частыми ассоциациями с Республикой Беларусь были словосочетания «terra incognita» и «understanding Belarus». В настоящее время, несмотря на активную имиджформирующую деятельность государственных структур (преимущественно МИД Республики Беларусь) и частных организаций (проект А. Акантинова Imagebelarus.by) [3], у страны существует недостаток узнаваемых символов, что также не способствует ее презентации за рубежом. В то же время, если говорить об имидже Беларуси в странах Западной Европы, то в этом отношении имидж страны во многом определяется политическими характеристиками – имиджем А.Г. Лукашенко и его взаимодействием с оппозицией.

Тематика формирования, продвижения и восприятия имиджа Республики Беларусь на международной арене остается малоисследованной как в отечественной, так и в зарубежной историографии. Однако существующие по этой проблеме отдельные работы можно разделить на две группы: в первую группу войдут публикации прикладного характера, непосредственно касающиеся формирования и продвижения положительного имиджа Республики Беларусь на международной арене [2; 4–8], а во вторую – исследования эмпирического характера, посвященные восприятию имиджа Республики Беларусь за рубежом [9–12]. В то же время вышеназванные работы несколько ограничены в своем исследовательском поле и не связывают формирование привлекательного имиджа Республики Беларусь с его восприятием.

Однако стоит отметить, что исследование сформировавшегося имиджа Республики Беларусь в СМИ Западной Европы представляется актуальным как ввиду нового позиционирования государства в роли миротворца в происходящем Минском переговорном процессе, так и в условиях определенной ориентации Республики Беларусь в западном направлении в силу геополитических, экономических и ментальных причин. В то же время изучение эволюции имиджа Республики Беларусь в западноевропейских СМИ позволит определить эффективность проводимой белорусскими властями информационной политики, поскольку во многом усилия по улучшению имиджа Беларуси направлены на страны Западной Европы и США, а также на Россию.

В качестве материала для исследования изменения имиджа Республики Беларусь в западноевропейских СМИ мы использовали публикации наиболее тиражируемых СМИ Великобритании, Германии и Франции. С помощью качественного и количественного контент-анализа, выполняемого ручным способом, нами было проанализировано в общей сложности около 130 публикаций, по 40–45 публикаций на английском, немецком и французском языках. Отбор материала для исследования осуществлялся с помощью техники поиска по ключевым словам на официальных сайтах упомянутых выше изданий. В качестве ключа к контент-анализу использовались слова «Belarus» (для английского, немецкого и французского языков), «Biélorussie» (дополнительно для французского языка) и «Weißrussland» (дополнительно к немецкому языку). Стоит также сказать, что из всего обилия представленных поиском по ключевым словам результатов мы просматривали те страницы, которые содержали искомым ключ в заголовках статьи, после чего отбор статей проводился уже по смысловому содержанию (для перевода и последующего анализа отбирались только те статьи, которые имели непосредственное отношение к Республике Беларусь, ее внутривнутриполитическим отношениям или взаимодействию с европейскими странами, а также с Россией). С целью проведения объективного исследования мы также постарались учесть политическую ориентацию СМИ выбранных нами стран и представить точки зрения разных политических лагерей: нами сравнивались публикации в леволиберальных, центристских и правоцентристских изданиях.

В хронологическом плане выборка была сплошной – мы использовали все публикации, которые нам

удалось найти за период с 1991 по 2015 г. В то же время стоит отметить, что архив изданий в электронном виде, который мы использовали для своей работы, по-разному отражен на сайте: в некоторых изданиях архив выпусков представлен с 1994 г., в других – с 1996 г. или даже 2000 г. Однако, благодаря использованию разных источников, нам удалось составить приблизительную картину восприятия имиджа Республики Беларусь и его эволюции в европейских странах в постсоветский период истории. Именно поэтому хотелось бы уточнить, что в своем исследовании мы представим основные тенденции восприятия имиджа Республики Беларусь в СМИ Западной Европы, а не частные моменты (таблица).

Характеристика прессы

Великобритания	Франция	Германия
«The Telegraph», тираж 622 719 экз.	«Le Monde», тираж 364 240 экз.	«Handelsblatt», тираж 146 164 экз.
«The Guardian», тираж 256 283 экз.	«Le Figaro», тираж 322 497 экз.	«Deutsche Welle» (сайт), аудитория более 100 млн человек
	«Libération», тираж 139 959 экз.	

Источник: по данным сайта Wikipedia.org.

Контент-анализ зарубежной прессы показал, что британская газета «The Telegraph» и французская «Le Monde» наиболее критично освещают события, связанные с Республикой Беларусь. Еще одна французская газета – «Le Figaro», которая придерживается умеренно правых взглядов, содержит минимальную оценочную информацию относительно внутри- и внешнеполитических событий республики: ее публикации носят скорее информативный характер, факты излагаются сухо, без излишней эмоциональной окраски, политической подоплеку и аналитических суждений. Остальные газеты, в том числе британская «The Guardian», французская «Libération» и немецкая «Handelsblatt», в этом отношении являются нейтральными.

В результате исследования также была выявлена некоторая неравномерность упоминания о Республике Беларусь в зарубежной прессе. Так, например, несмотря на то, что британские газеты чаще публикуют информацию о Республике Беларусь (по запросу с помощью ключа в «Times» найдено 2 800 статей, в «The Telegraph» – 2 456 статей), в газете «The Guardian» содержится довольно мало статей об этой стране. Пресса Франции и Германии также имеет свои особенности. В частности, СМИ Германии («Deutsche Welle») и Франции («Le Figaro») продемонстрировали всплески интереса по отношению не только к внутриполитическим делам Беларуси: они также содержат публикации об отношениях Республики Беларусь с Россией и Евросоюзом, причем в немецком источнике уделяется большое внимание российскому фактору. В немецких СМИ также встречаются статьи о Республике Беларусь, не связанные с политической сферой: часто освещаются спортивные события (чемпионат мира по хоккею в Минске; победы белорусских спортсменов, например Виктории Азаренко), культурные мероприятия (участие в Евровидении, бело-

русские писатели и литература) и даже вопросы продвижения имиджа Республики Беларусь [13].

Британские СМИ. Среди британских СМИ, взятых нами для исследования имиджа Республики Беларусь в 1991–2015 гг., оказались правоцентристская консервативная «The Telegraph» и леволиберальная «The Guardian». Газета «The Independent» была исключена из нашего исследования по причине того, что может быть относительно недостоверным источником и отражать пророссийские взгляды, а также по причине того, что издание в последние годы переживает кризис и уже давно не находится на пике самой читаемой прессы в Великобритании. Газета «The Times» также не была использована нами в качестве источника для контент-анализа по причине своей принадлежности к медиахолдингу News Corporation, принадлежащему США и отражающему взгляды Республиканской партии США.

Британская газета «The Telegraph» является лидером по числу упоминаний Республики Беларусь в своих публикациях – их насчитывается 2 456, большая часть из которых – новостного характера (около 700). «The Telegraph» на своих страницах жестко критикует белорусского президента и созданный им политический режим. Контент газеты во многом сходен с публикациями других европейских газет и тиражирует одни и те же клише и стереотипы, способствуя их массовому распространению. А.Г. Лукашенко почти в каждой публикации называется «последним диктатором Европы» и не иначе (это клише повсеместно распространилось благодаря газетам после того, как в 2005 г. в своей речи белорусского президента так назвала Кондолиза Райс). Однако, помимо привычных сюжетов, касающихся силовых методов управления белорусского президента, разгона и подавления маршей и митингов оппозиции, введения цензуры в СМИ и Интернете, массовых фальсификаций на выборах, газета поднимает и более острые темы: например, продажу оружия Ирану [14] и даже помощь сторонникам Каддафи в Ливии [15]. Выражения газеты по отношению к белорусскому президенту переходят все допустимые дипломатией рамки, в частности, встречаются такие характеристики, как «бесстыдная команда президента», «беспорядочное поведение президента», «колхозный босс», «белорусский президент считает, что лучше быть диктатором, чем геем» и т.д.

Еще одна британская газета – «The Guardian», несмотря на критичные отзывы в адрес внутренней политики Беларуси и ее президента, воздерживается от излишней демонизации республики и ограничивается лишь повторением устоявшихся европейских клише: «последняя диктатура Европы», «бывшая советская республика», «единственная европейская страна, где есть смертная казнь», «пожизненный президент» и т.д. Однако «The Guardian», в отличие от «The Telegraph», фокусирует внимание и на российско-белорусских отношениях, представляя Москву в невыгодном свете. На фоне негативного изображения Москвы и подчеркивания ее «имперских амбиций», «манипулятивного поведения» по отношению к Рес-

публике Беларусь, актуализации угроз потери белорусского суверенитета Беларусь несколько «обеляется» и выглядит жертвой – то же самое можно сказать и в отношении белорусского языка. Еще одной особенностью изображения Беларуси на страницах «The Guardian» является акцентирование внимания не только на внутривнутриполитических проблемах государства и его отношениях с соседями, но и на других аспектах – в частности, культурных и ментальных. Газета освещает проблемы развития белорусского языка, формирования привлекательного имиджа республики, проводит своеобразный «ликбез» среди британцев, предоставляя справочную информацию о Беларуси, жителях белорусской деревни, деятельности Свободного театра Беларуси и т.д. Газета взвешенно оценивает и личность самого белорусского президента, с пониманием относясь к тому, что, несмотря на то, какой негативный имидж сложился в Европе у А.Г. Лукашенко, популярность его среди белорусов очень высока, и причины тому – порядок, мир, стабильность, низкий уровень преступности и уверенность в завтрашнем дне. Имидж Республики Беларусь в «The Guardian» двоякий: с одной стороны, почти в каждой публикации подчеркивается «квазисоветский стиль управления», «советский дух» в стране (иногда встречаются отождествления политики А.Г. Лукашенко с политикой И.В. Сталина), «ностальгия по СССР у населения», бедность и советское прошлое; с другой – Беларусь также рисуется пострадавшей стороной в результате сначала московско-литовских войн, а затем и мировых войн, упоминается ее постоянное угнетение. При этом Беларусь геополитически воспринимается именно как европейская страна, подчеркивается и «европейскость», «европоцентризм» белорусской молодежи [16].

В 2008 г. белорусским президентом А.Г. Лукашенко была предпринята попытка улучшить имидж Республики Беларусь и самого президента на международной арене; с этой целью в июле 2008 г. республика заключила годовой контракт с британским агентством «Chime Communications», основной целью которого было улучшение имиджа белорусского президента на Западе и обеспечение ему статуса въездного, в качестве официальной цели стояла задача «донести более достоверное представление о Беларуси в противовес образу, созданному в мировых СМИ» [17]. Для развития туристической привлекательности страны Bell Pottinger Group в преддверии мирового чемпионата по футболу организовал ознакомительную поездку в Беларусь для семи британских журналистов, среди которых присутствовали корреспонденты «The Daily Mirror», «The Daily Telegraph», «The Daily Mail» и других изданий. Хорошо подготовленная и организованная экскурсионная программа дала положительные результаты: в ведущих изданиях Великобритании появилось семь положительных статей о Беларуси. Большинство из них объемом 1–2 страницы позитивно освещали туристическую привлекательность Республики Беларусь. Так, например, вторая по распространенности в Великобритании газета – «The Daily Mirror» – высоко отзывалась о Беларуси и рекомендо-

вала посетить ее. В частности, описывая привлекательность Минска, газета использовала такие характеристики, как «modern, stunning, hearty and fascinating» (современный, великолепный, дружелюбный, очаровательный) [18. Р. 18].

Однако улучшение имиджа Республики Беларусь и ее президента на международной арене имело кратковременный характер: в условиях систематического подавления действий оппозиции, давления на СМИ, усиления силовых мер, нарушений в ходе президентских и парламентских выборов, изменения Конституции, осуществления смертной казни и ухудшения отношений с Евросоюзом с трудом создаваемый позитивный имидж был быстро разрушен и развенчан негативными публикациями европейских СМИ и критикой Беларуси видными политическими деятелями.

В 2010 г. имиджем Республики Беларусь за рубежом был обеспокоен уже сам Евросоюз. «EuropeAid» заключила контракт на £ 340,000 с немецкой телекомпанией, чтобы запустить рекламную кампанию в Украине и Беларуси (проект назывался «Скажи изюм!»), целью которой было «выделить конкретные преимущества помощи ЕС для этих стран» [19]. Кампания была свернута после 2010 г. в результате оказываемого давления.

В целом можно говорить о том, что для британских СМИ характерен перекрестный имидж белорусского президента и самой страны. На примере британских газет становится отчетливо видно, как политические действия А.Г. Лукашенко сказываются на его имидже как главы государства и политического лидера и какое влияние это оказывает на имидж Беларуси за рубежом.

Последние публикации в британских СМИ носят уже не такой резко критичный контекст по отношению к А.Г. Лукашенко. Очевидно, что белорусский президент существенно выиграл в имиджевом плане, предложив Минск в качестве переговорной площадки по вопросу мирного урегулирования украинского вопроса, выступив тем самым в качестве нейтральной стороны. Британские газеты, которые, как выяснилось, задают тон на европейском континенте в вопросах освещения событий, начинают видеть в А.Г. Лукашенко «миротворца» и «международного арбитра», а также «раскаявшегося авторитарного лидера».

Французские СМИ. Основной массив публикаций о Республике Беларусь среди изученных нами трех крупнейших газет был сосредоточен в издании «Le Monde». Издание принадлежит леволиберальному крылу, при этом также является одной из самых массовых газет Франции – ее тираж составляет около 364 240 экземпляров. Среди основных сюжетов, затрагиваемых газетой и посвященных белорусской тематике, в основном внутривнутриполитические аспекты: «авторитарное правление Лукашенко», «подавление оппозиции», «фальсификация выборов», «нарушение прав человека», «политические заключенные», «репрессии», «цензура». Среди внешнеполитических аспектов встречаются упоминания о «международной изоляции» Беларуси, введении экономических санкций, о российско-белорусских отношениях. Газета

уделяет «российскому фактору» большое внимание: он встречается в публикациях довольно часто, при этом подчеркивается зависимость Беларуси от России: в частности, упоминается о том, что Беларусь передала свои ядерные ракеты России и что «Беларусь рассматривается Москвой как транзитный коридор для поставок газа в Европу». В статьях о перевыборах Лукашенко сообщается, что только Москва признала выборы легитимными; встречаются и совсем смелые высказывания: «поздравления Москве», «в рабстве у брата». В отношении Президента Республики Беларусь А.Г. Лукашенко газета употребляет следующие выражения: «председатель колхоза», «неустрашимый президент», «авторитарный президент», «последний диктатор Европы», «союзник Москвы», «посредник», «популист Лукашенко», «персона нон грата», «железная рука», «бацька» (на белорусский манер, в значении «отец народа»); носит сатирическо-иронический оттенок в контексте газетных публикаций «Le Monde», намекая на значимость его фигуры для белорусов, неограниченные полномочия, что сопоставимо с восприятием Сталина как «отца народа»). Что же касается имиджа самой Республики Беларусь, то применительно к стране встречаются такие ассоциации: «бывшая советская республика» (очень часто, практически в каждой статье), «диктатура», «Чернобыльское загрязнение», «советский дух», «бедная страна», «маленькая страна», «форпост тирании», «окно в Европу», «преступное государство у ворот в Европу», «самое авторитарное и изолированное государство Европы».

Исходя из приведенных выдержек из публикаций в газете «Le Monde», можно говорить о негативном имидже как президента Республики Беларусь А.Г. Лукашенко, так и самой страны. Газета «Le Monde» даже получила официальное письмо от Владимира Сенько – посла Республики Беларусь во Франции, о том, что ее публикации об «эскадронах смерти» в Беларуси есть не что иное, как «необоснованные, возмутительные обвинения, которые влияют на имидж Республики Беларусь» [20]. Однако при этом, несмотря на излишнюю демонизацию Беларуси и жесткую критику действий ее президента, его политического курса, можно заметить колебания газеты в отношении описания и самой страны, и самого президента: так, в газете отмечается популярность А.Г. Лукашенко среди избирателей, позитивно оценивается его роль в миротворческом процессе по украинскому вопросу. В отношении изображения Республики Беларусь у газеты также не прослеживается четкой позиции: при том что постоянно подчеркивается связь Республики с Москвой, зависимость от нее, советских традиций и советского прошлого в управлении государством и жизни населения страны, Беларусь оценивают как близкую к Европе («окно в Европу», «преступное государство у ворот в Европу», «самое авторитарное и изолированное государство Европы») – не понятно только, с какой точки зрения – с позиций геополитики или идентичности.

Целая серия статей газеты посвящена белорусской журналистке – Светлане Алексиевич, получившей в октябре 2015 г. Нобелевскую премию по литературе.

Стоит отметить, что даже в этих публикациях особое место занимает критика белорусского политического режима и отношение к нему самой Светланы Алексиевич. В целом французская газета «Le Monde», также как и британская «The Telegraph», довольно критично настроена по отношению к белорусскому политическому режиму, президенту Беларуси, внутривнутриполитической ситуации. Отдельные публикации газеты освещают успехи белорусских спортсменов (Виктория Азаренко, Цупер), особенности путешествия по Республике (рубрика «Вояж»). Среди других сюжетов – оскорбительное поведение А.Г. Лукашенко по отношению к Гидо Вестервелле, запрет на вещание песен Ляписа Трубецкого, Андрея Макаревича и Виктора Цоя «Мы ждем перемен», закрытие Европейского университета в Беларуси, чернобыльская авария и последующее заражение территории.

Французская газета «Libération» обращается к белорусской тематике преимущественно в контексте президентских выборов А.Г. Лукашенко. Несмотря на наличие таких характерных для европейской прессы в отношении Беларуси штампов, как «последний диктатор Европы» применительно к А.Г. Лукашенко, «жесткие репрессии», «фальсификация выборов», «нарушение прав человека» и пр., газета временами дает взвешенную оценку белорусским событиям: в статье 2010 г., посвященной очередным президентским выборам и победе А.Г. Лукашенко, отмечается, что «избирательная кампания была свободнее, чем в 2006 году» [21]. В публикации, посвященной переизбранию А.Г. Лукашенко на пятый срок, «Libération» отмечает, что А.Г. Лукашенко «в последние месяцы увеличил свои жесты доброй воли». В отношении режима газета применяет определение «мягкая диктатура», при этом она также напоминает, что Лукашенко «регулярно обвиняется в нарушении прав человека и подавлении оппозиции» [22].

Еще одна французская газета – «Le Figaro» – газета правого толка, довольно сдержанно и сухо подает информацию о Республике Беларусь. Как и другие европейские СМИ, издание часто использует устоявшиеся клише: «последний диктатор Европы», «ближайший союзник России», «железная рука А.Г. Лукашенко», «бывшая советская республика». Особенностью подачи информации о Беларуси в данном издании стало значительное уделение внимания тематике российско-белорусских отношений, в частности, отношениям в сфере энергопоставок и дальнейшей интеграции.

Немецкие СМИ. Средства массовой информации Германии, как и любые локальные издания, имеют свою специфику при подаче информации. С одной стороны, для немецких изданий характерно сосредоточение внимания на экономических проблемах, потому как Германия не только является одним из наиболее социально ориентированных в своей политике государств, но и одновременно выполняет роль «финансового директора» в Евросоюзе – большая часть финансирования европейских проектов как раз приходится на налогоплательщиков Германии. С другой стороны, в своей внешней политике Германия

всегда (за исключением некоторых периодов в истории) ориентировалась на внешнеполитический курс России, имела с ней общие взгляды по многим вопросам и не игнорировала «российский фактор» в своей внешнеполитической стратегии. Именно поэтому в немецкой прессе значительное место уделяется российско-белорусским отношениям – так же, как например, это делает французская «Le Figaro». В то же время в целом немецкая пресса (особенно это применимо к сайту «Deutsche Welle») более аналитична, однако в своей риторике не выходит за рамки «европейской солидарности».

Немецкое издание «Handelsblatt» довольно критично относится к сложившемуся белорусскому политическому режиму в целом и к персоне белорусского президента в частности. По своему стилю и сюжетному содержанию издание близко к французской газете «Le Monde» – А.Г. Лукашенко рисуется на ее страницах авторитарным правителем, диктатором, который управляет страной с помощью своего «железного кулака» и «поддерживает авторитарные режимы на периферии Европы», а в своей стране «прочно удерживает вожжи». В то же время последние публикации газеты называют А.Г. Лукашенко «арбитром в международном конфликте», «посредником» и даже «ангелом мира». Описания самой Беларуси на страницах издания не очень радужные, упоминаются растиражированные, в том числе британскими СМИ (которые, как нам кажется, задают тон в европейской информационной политике), сюжеты о фальсификации выборов, подавлении оппозиции, гонениях на СМИ, политических убийствах и репрессиях. Также Беларусь описывается как страна с «квасисоветской плановой экономикой», подчеркиваются ее зависимость и субсидиарность от России, малый размер. С точки зрения геополитической идентичности отмечается ее роль как «моста между Западом и Востоком», нахождение «на краю Европы». Возможно, что, как и в случае с французской прессой, демонстрация «недоевропейскости» Беларуси идет по политическим, а не геополитическим или иным мотивам. Подчеркивается именно «несоответствие» Беларуси европейским стандартам: нарушение прав и свобод человека, отсутствие свободной прессы, наличие смертной казни. Складывается ощущение, что для изменения белорусской идентичности и принятия ее в «европейскую семью» необходима смена только политической конъюнктуры.

Сайт СМИ «Deutsche Welle» очень хорошо наполнен информацией по белорусской тематике. По запросу «Belarus» находим 546 упоминаний, большая часть которых релевантна ему. Основные клише, касающиеся Беларуси, – те же, что и в других европейских СМИ: «авторитарный режим», «последняя диктатура в Европе», «серьезные нарушения прав человека», «подавление оппозиции», «аресты журналистов», «отсутствие свободы СМИ», «политические выборы – фарс», «марионеточный парламент» и т.д. Для сайта «Deutsche Welle» характерно обращение к российско-белорусской тематике, стремление учитывать «российский фактор» в белорусско-европейских

отношениях, глубокая аналитическая составляющая статей, комментарии экспертов (в том числе и российских). В отношении восприятия самой Республики Беларусь абсолютно нет негативного контекста, имидж страны и имидж государства здесь разводится по разные стороны баррикад. Так, на уровне имиджа государства подчеркивается, что «Беларусь должна сдерживать свои обещания на практике» (речь идет о необходимости соблюдения прав человека и касается таких сюжетов, как политические заключенные и смертная казнь в Беларуси), «авторитарная страна под управлением Лукашенко». Однако имидж Республики Беларусь как страны совершенно другой: она terra incognita, «спящая красавица», загадочная незнакомка, которую хочется узнать, разгадать, понять. Среди вопросов, которыми интересуются немцы, говоря о Беларуси, – что же творится за «фасадом» «последнего коммунистического гнета в Европе»? К кому же все-таки Беларусь ближе в культурном отношении – к Европе или России? Действительно ли в Беларуси преимущественно не говорят на белорусском языке и почему?

В Германии чувствуется желание узнать об этой загадочной стране, малоизвестной в Европе, побольше. Не случайно «Deutsche Welle» публикует репортажи о жизни в белорусской глубинке, ее простых жителях, о поиске страной своего уникального облика и попытках создания позитивного имиджа. В 2011 г. в Германии даже запустили сайт «Literabel.de» [23], который знакомит немцев с белорусской литературой. Основная цель сайта – показать жителям Германии, «как живут люди в Беларуси», а также помочь белорусам сохранить свой язык. На сайте представлены биографии 10 современных белорусских писателей, отрывки из их книг, библиографии, переводы на немецкий язык.

Как мы уже говорили, особенностью немецкой прессы является ее ориентация на экономические процессы, а также принятие в расчет «российского фактора» в белорусско-европейских отношениях. Помимо этого, для немецкой прессы, как и для всей европейской прессы, характерно наличие «цивилизаторских мотивов» в отношении Республики Беларусь. Однако особенностью немецких СМИ является акцентирование внимания на необходимости помочь Беларуси именно с экономической стороны: «Германия должна помочь белорусам выйти из кризиса» – именно такой лейтмотив встречается в публикациях.

Говоря об эволюции имиджа Республики Беларусь в западноевропейских СМИ в 1991–2015 гг., нам представляется корректным сравнить его с имиджем Беларуси в российских СМИ. Имидж Республики Беларусь в европейских и российских СМИ кардинально отличается. В российских СМИ А.Г. Лукашенко не представляется «последним диктатором Европы», его образ в российском восприятии – это образ крепкого мужика-хозяйственника, «колхозника», несколько простоватого по своей природе. Акценты в описании Беларуси в российских СМИ также смещены в другую сторону: если в 1990-е гг. больше внимания уделялось созданию и развитию Союзного государства,

то в последние годы чаще критикуются российско-белорусские отношения, своеобразным клише российской прессы стал тезис об «уходе Лукашенко на Запад» и о «сидении на двух стульях». В российских СМИ в целом внимание больше фокусируется на внешней политике Республики Беларусь, на проблемах российско-белорусских отношений. В то же время для западной прессы характерен другой акцент – освещение преимущественно внутренних проблем в Республике Беларусь (проблема легитимности президентских выборов, борьба с оппозицией, демократические права и свободы, проблемы гражданского общества). Однако, несмотря на кардинально противоположные картины, рисуемые прессой на Западе и на Востоке, можно выделить и несколько общих черт, характерных для изображения Беларуси. Во-первых, на протяжении 1991–2015 гг. и в России и в Европе меняется восприятие Беларуси – происходит уход от ее советской идентичности и образа «бывшей советской республики» к пониманию ее «европейскости». Во-вторых, и в российских, и в европейских СМИ содержится мало упоминаний об истории и культуре Республики Беларусь, что мешает формированию представлений об этой стране. И, наконец, в-третьих, несмотря на полярный образ белорусского президента А.Г. Лукашенко в российском и европейском восприятии, именно его фигура является ключевой в ассоциативном ряду с Республикой Беларусь и играет ведущую роль в формировании и трансформации имиджа страны.

В целом хотелось бы отметить, что зарубежные СМИ зачастую воспроизводят одни и те же штампы, клише и стереотипы, созданные в предшествующие годы или введенные в свое время в оборот политическими деятелями стран Евросоюза и США. Общая подача информации в исследуемых британских, немецких и французских СМИ выдержана в едином ключе в духе «европейской солидарности». Складывается впечатление, что в Европейском Союзе существует определенное представление о Республике Беларусь, которое во многом сложилось под влиянием США и строится на антироссийской риторике, а отношение к Республике Беларусь заложено в лозунге «кто не с нами – тот против нас». Единая информационная политика, которую проводит ЕС, нашла свое отражение и в единообразном стиле публикаций о Республике Беларусь.

Подводя своеобразный итог нашему исследованию и возвращаясь к проблеме эволюции имиджа Республики Беларусь в западноевропейской прессе в 1991–2015 гг., отметим несколько важных моментов. На протяжении 1991–2015 гг. в восприятии имиджа Республики Беларусь в Западной Европе произошли определенные изменения. После распада СССР Республика Беларусь на протяжении некоторого времени как бы «по инерции» продолжала восприниматься как «бывшая советская республика», находившаяся под «крылом» у Москвы. Однако с появлением в Беларуси проевропейски настроенной оппозиции, провалом проекта Союзного государства России и Белоруссии, а также усилением белорусско-европейских связей в рамках программы «Восточное партнерство» Республика Беларусь постепенно стала восприниматься как европейская страна и, как следствие, оцениваться тоже по европейским меркам. В то же время Европа оказывает определенное политическое давление на Республику Беларусь, преподнося его в качестве своей «цивилизаторской миссии» – необходимости наладить диалог с Беларусью и помочь ей стать полноценной европейской страной.

Однако если в восприятии самой Беларуси произошли определенные позитивные перемены, то имидж белорусского президента после его первых президентских выборов стал неуклонно ухудшаться на Западе. В настоящее время клише «последнего диктатора Европы» прочно ассоциируется с белорусским президентом, что, несомненно, накладывает негативный отпечаток на репутацию страны. В настоящее время наметились положительные тенденции в восприятии как самого А.Г. Лукашенко, так и Беларуси в целом. Во многом это связано с Минским переговорным процессом, а также готовностью белорусских властей в условиях сложной экономической обстановки идти на компромисс с европейской стороной. Европейские газеты в течение нескольких последних месяцев пишут о снятии санкций с А.Г. Лукашенко и других белорусских политических деятелей, рассуждают о скором восстановлении белорусско-европейских отношений; образ белорусского президента тоже значительно смягчился: в последнее время за ним закрепился имидж миротворца, а в Беларуси активно обсуждается возможность превращения Республики Беларусь в нейтральную страну и ее дальнейшее неучастие в конфликтах на европейском континенте.

ЛИТЕРАТУРА

1. Галумов Э.А. PR в международных отношениях // Кашлев Ю.Б., Лепский В.Е., Галумов Э.А. Информация, дипломатия, психология. М., 2002. С. 171–183.
2. Антанович Н.А., Девлеканова К.В. Формирование политического имиджа государства (на примере Республики Беларусь) // Вестник МГУ. Сер. 21: Управление (государство и общество). 2009. № 2.
3. Imagebelarus. О проекте // Imagebelarus. by. URL: imagebelarus.by/o-proekte
4. Гилевич М. Войти в образ. Каким должен быть имидж Беларуси // Белорусская думка. 2010. № 3. С. 24–31.
5. Денисюк Н.П. Позитивный имидж Беларуси как ресурс национального развития // Научные труды Республиканского института высшей школы. Философско-гуманитарные науки : сб. науч. ст. / под ред. В.Ф. Беркова. Минск, 2009. Вып. 7 (12). URL: <http://www.law.bsu.by/content/?6221>
6. Савиных А. Имидж государства // Белорусская думка. 2011. № 11. С. 3–7.
7. Сидорская И.В. Формирование позитивного образа страны на международной арене: теоретико-методологический аспект // Международная журналистика-2012: современное состояние и направления развития : материалы Междунар. науч.-практ. конф., 17 февр. 2012 г., Минск / под общ. ред. Т.Н. Дасаевой ; сост. Б.Л. Залесский. Минск, 2012. С. 124–135.

8. Столярова Е.В. Формирование международного имиджа страны во внешней политике Республики Беларусь. URL: http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/28337/1/stolyarova_IR_2012.pdf
9. Машко В.В. Белоруссия и белорусы в российской прессе 1996–2001 гг. // Новая Евразия: Россия и страны ближнего зарубежья: аналитический альманах. 2002. № 14. С. 119–155.
10. Машко В.В. Образ Белоруссии и белорусов на страницах российских газет // Новый исторический вестник. 2002. № 8. С. 157–163.
11. Муха В.Н. Образ страны и образ народа: россияне о Беларуси и белорусах // Теория и практика общественного развития. 2013. № 9. С. 80–82.
12. Dębowski T.R. Obraz Republiki Białorusi na Łamach «Przeglądu Prawosławnego» (Białystok) w Łatach 1991–2014 // Беларуска-польскія адносіны: гісторыя і сучаснасць: матэрыялы Міжнар. круглага стала. Мінск, 30 кастр. 2014 г. / рэдкал.: В. Г. Шадурскі (адк. рэд.) [і інш.]. Мінск, 2015. С. 44–50.
13. Panschenko S. Belarus: Image-Pflege mit Hilfe der Opposition // Deutsche Welle. 15.01.2009. URL: <http://www.dw.com/de/belarus-image-pflege-mit-hilfe-der-opposition/a-3948226>
14. Blomfield A. White House report alleges Belarus has sold arms to Iran // The Telegraph. 19.03.2006. URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/northamerica/usa/1513405/White-House-report-alleges-Belarus-has-sold-arms-to-Iran.html>
15. Osborn A. Libya: Belarus mercenary 'paid £1,900 a month to help Gaddafi forces' // The Telegraph. 06.04.2011. URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/africaandindianocean/libya/8432996/Libya-Belarus-mercenary-paid-1900-a-month-to-help-Gaddafi-forces.html>
16. Rice-Oxley M. Belarus: 20 years under dictatorship and a revolution behind the rest of Europe // The Guardian. 9.06.2014. URL: <http://www.theguardian.com/world/2014/jun/09/-sp-belarus-remains-revolution-behind>
17. Как Лорд Белл спасал репутацию Беларуси // Naviny. By. URL: http://naviny.by/rubrics/politic/2012/12/13/ic_articles_112_180205/
18. Belarus – Chime Communications plc. Quarterly report. November 2008 – January 2009 // Bell Pottinger. Проект «Прачечная». URL: <http://www.facebook.com/media/set/?set=a.4953052266255.198375.1297362360&type=1>
19. Holehouse M. British aid for Belarus puppet shows // The Telegraph. 27.10.2013. URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/belarus/10406566/British-aid-for-Belarus-puppet-shows.html>
20. Une lettre de Vladimir Senko // Le Monde. 11.07.2001. URL: http://www.lemonde.fr/archives/article/2001/07/11/une-lettre-de-vladimir-senko_207381_1819218.html?xtmc=belarus&xtcr=109
21. Biélorussie: Loukachenko réélu, les opposants dispersés // Libération. 19.12.2010. URL: http://www.liberation.fr/planete/2010/12/19/bielorusse-loukachenko-reelu-les-opposants-disperses_701820
22. Biélorussie: le président Loukachenko obtient un cinquième mandat // Libération. 12.10.2015. URL: http://www.liberation.fr/planete/2015/10/12/belarus-loukachenko-reelu-avec-8349-des-voix_1402157
23. Literabel. De Belarussische Literatur auf Deutsch. URL: <http://www.literabel.de>

Статья представлена научной редакцией «История» 8 апреля 2016 г.

THE EVOLUTION OF THE IMAGE OF THE REPUBLIC OF BELARUS IN WEST EUROPEAN MASS MEDIA IN 1991–2015

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal, 2016, 407, 36–43.

DOI: 10.17223/15617793/407/6

Biketova Ekaterina A. Altai State University (Barnaul, Russian Federation). E-mail: gorbeleva@yandex.ru

Keywords: Republic of Belarus; West European countries; image; mass media; Lukashenko.

The creation of an attractive image of a country is an organic part of the foreign policy strategy of any state. Creating a positive image of a country in the international arena allows the state to conduct an active foreign policy, to attract investment and tourism flows to a country, to raise its prestige in the world. The process of a country's positive image constructing is especially important for states that have recently emerged on the international arena. The research is focused on the evolution of the image of the Republic of Belarus in West European mass media during the period from 1991 to 2015. The author analyzes changes in the perception of the Republic of Belarus in western countries in publications in the mass media of Great Britain (*The Telegraph*, *The Guardian*), Germany (*Handelsblatt*, *Deutsche Welle*) and France (*Le Monde*, *Le Figaro*, *Libération*). The main methods of research were methods of context analysis and of comparative studies. The need to create a positive and attractive image of the Republic of Belarus was not realized on the state level for a long time. In fact, the image of country was formed spontaneously from 1991 to 2006. As a result, nowadays the Republic of Belarus has an indecipherable and unidentified image on the international arena (the country is often described as “terra incognita” and “understanding Belarus”). The study of the image of the Republic of Belarus in mass media of western countries has scientific significance in the context of the modern geopolitical situation (especially in the context of the current Minsk peace talks and the role of the Republic of Belarus and its president in this process). The analysis showed that Russia's and West European mass media draw the image of the Republic of Belarus differently. For example, Russia's mass media focus on the foreign policy of Belarus and on problems in the Russian-Belarus relations. In contrast, West European mass media concentrate on the domestic problems in Belarus (such as human rights violation, opposition movement repressions, mass falsification causes during the presidential elections, changes in the Constitution and others). Russia's mass media draw the image of Lukashenko, the President of Belarus, as a housewifely man, sometimes as a plowboy. West European mass media draw the image of Lukashenko with a lot of negative clichés: “the last dictator of Europe”, “an authoritarian leader”, “a man with an iron fist”, etc. A polar image of Lukashenko had been formed in Russia's and Western Europe's mass media during the period, but Lukashenko plays the leading role in the creation and transformation of the image of the Republic of Belarus. The main idea of the article is that the image of the Republic of Belarus in West European mass media changed during the period from 1991 to 2015. Some years ago, after the USSR came to an end, the Republic of Belarus was perceived as an ex-soviet territory that stood behind the back of the Kremlin. However, the emergence of pro-European movements, the strengthening of the Belarus-European ties in the frameworks of the Eastern Partnership program and the failure of the Russian-Belarus Union State influenced the situation: the image of the Republic of Belarus changed and Belarus is perceived as a European country.

REFERENCES

1. Galumov, E.A. (2002) PR v mezhdunarodnykh otnosheniyyakh [PR in international relations]. In: Kashlev, Yu.B. et al. *Informatsiya, diplomatiya, psikhologiya* [Information, diplomacy, psychology]. Moscow: Izvestiya.
2. Antanovich, N.A. & Devlekanova, K.V. (2009) Formirovaniye politicheskogo imidzha gosudarstva (na primere Respubliki Belarus') [Formation of the political image of the state (on the example of the Republic of Belarus)]. *Vestnik MGU. Ser. 21: Upravlenie (gosudarstvo i obshchestvo) – Moscow University Bulletin. Series 21. Public Administration. 2.*

3. Imagebelarus.by. (n.d.) *Imagebelarus. O proekte* [Imagebelarus. About the project]. [Online]. Available from: imagebelarus.by/o-proekte.
4. Gilevich, M. (2010) Voyti v obraz. Kakim dolzhen byt' imidzh Belarusi [Get into the image. What the image of Belarus should be]. *Belaruskaya dumka*. 3. pp. 24–31.
5. Denisyuk, N.P. (2009) Pozitivnyy imidzh Belarusi kak resurs natsional'nogo razvitiya [The positive image of Belarus as a national development resource]. *Nauchnye trudy Respublikanskogo instituta vysshey shkoly. Filosofsko-gumaniarnye nauki*. 7 (12). [Online]. Available from: <http://www.law.bsu.by/content/?6221>.
6. Savinykh, A. (2011) Imidzh gosudarstva [Image of the state]. *Belaruskaya dumka*. 11. pp. 3–7.
7. Sidorskaya, I.V. (2012) [Creating a positive image of the country in the international arena: the theoretical and methodological aspect]. *Mezhdunarodnaya zhurnalistika-2012: sovremennoe sostoyanie i napravleniya razvitiya* [International Journalism-2012: the current state and development directions]. Proceedings of the international conference. 17 February 2012. Minsk. pp. 124–135. (In Russian).
8. Stolyarova, E.V. (2012) *Formirovanie mezhdunarodnogo imidzha strany vo vneshney politike Respubliki Belarus'* [The formation of the international image of the country in the foreign policy of the Republic of Belarus]. [Online]. Available from: http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/28337/1/stolyarova_IR_2012.pdf.
9. Mashko, V.V. (2002) Belorussiya i belorusy v rossiyskoy presse 1996–2001 gg. [Belarus and Belarusians in the Russian media of 1996–2001]. *Novaya Evraziya: Rossiya i strany blizhnego zarubezh'ya*. 14. pp. 119–155.
10. Mashko, V.V. (2002) Obraz Belorussii i belorusov na strantsakh rossiyskikh gazet [The image of Belarus and Belarusians in the pages of Russian newspapers]. *Novyy istoricheskiy vestnik – The New Historical Bulletin*. 8. pp. 157–163.
11. Mukha, V.N. (2013) Image of the country and image of the people: Russians about Belarus and Belarusians. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya – Theory and Practice of Social Development*. 9. pp. 80–82. (In Russian).
12. Dębowski, T.R. (2015) [The image of the Republic of Belarus in the pages of Orthodox Review (Białystok) in the years 1991 to 2014]. *Belaruskapol'skiya adnosiny: gistoryya i suchasnasts'* [Belarusian-Polish relations: Past and Present]. Proceedings of the international round table. 30 April 2014. Minsk. pp. 44–50. (In Polish).
13. Pantschenko, S. (2009) Belarus: Image-Pflege mit Hilfe der Opposition [Belarus: Image-care with the help of the opposition]. *Deutsche Welle*. 15 January 2009. [Online]. Available from: <http://www.dw.com/de/belarus-image-pflege-mit-hilfe-der-opposition/a-3948226>.
14. Blomfield, A. (2006) White House report alleges Belarus has sold arms to Iran. *The Telegraph*. 19 March 2006. [Online]. Available from: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/northamerica/usa/1513405/White-House-report-alleges-Belarus-has-sold-arms-to-Iran.html>.
15. Osborn, A. (2011) Libya: Belarus mercenary 'paid £1,900 a month to help Gaddafi forces'. *The Telegraph*. 06 April 2011. [Online]. Available from: <http://www.tele-graph.co.uk/news/worldnews/africaandindianocean/libya/8432996/Libya-Belarus-mercenary-paid-1900-a-month-to-help-Gaddafi-forces.html>.
16. Rice-Oxley, M. (2014) Belarus: 20 years under dictatorship and a revolution behind the rest of Europe. *The Guardian*. 9 June 2014. [Online]. Available from: <http://www.theguardian.com/world/2014/jun/09/-sp-belarus-remains-revolution-behind>.
17. Naviny.by. (2012) *Kak Lord Bell spasal reputatsiyu Belarusi* [How Lord Bell saved the reputation of Belarus]. [Online]. Available from: http://naviny.by/rubrics/politic/2012/12/13/ic_articles_112_180205/.
18. YouGov. (c. 2009) *Belarus – Chime Communications plc. Quarterly report. November 2008 – January 2009*. [Online]. Available from: <http://www.facebook.com/media/set/?set=a.4953052266255.198375.1297362360&type=1>.
19. Holehouse, M. (2013) British aid for Belarus puppet shows. *The Telegraph*. 27 October 2013. [Online]. Available from: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/belarus/10406566/British-aid-for-Belarus-puppet-shows.html>.
20. Le Monde. (2001) *Une lettre de Vladimir Senko* [A letter by Vladimir Senko]. 11 July 2001. [Online]. Available from: http://www.lemonde.fr/archives/article/2001/07/11/une-lettre-de-vladimir-senko_207381_1819218.html?xtmc=belarus&xtrc=109.
21. Libération. (2010) *Biélorussie: Loukachenko réélu, les opposants dispersés* [Belarus: Lukashenko reelected, opponents scattered]. 19 December 2010. [Online]. Available from: http://www.liberation.fr/planete/2010/12/19/bielorussie-loukachenko-reelu-les-opposants-disperses_701820.
22. Libération. (2015) *Biélorussie: le président Loukachenko obtient un cinquième mandat* [Belarus President Lukashenko gets a fifth term]. 12 October 2015. [Online]. Available from: http://www.liberation.fr/plane-te/2015/10/12/belarus-loukachenko-reelu-avec-8349-des-voix_1402157.
23. Literabel. (n.d.) *De Belarussische Literatur auf Deutsch* [Belarusian literature in German]. [Online]. Available from: <http://www.literabel.de>.

Received: 08 April 2016