

24. Якубаў, В.У Сапегі ў барацьбе Жыгімonta Вазы за шведскую карону (1594–1611 гг.) / В.У Якубаў // Леў Санега (1557–1633 гг.) і яго час : зб. навук. арт. / Гродзен. дзярж. ун-т ; рэдкал.: С.В. Марозава, В.У. Галубовіч, А.І. Груша. – Гродна, 2007. – С.143–149.

25. Якубаў, В.У. Узаемаадносіны ВКЛ і Польскага каралеўства ў дачыненні да Інфлянтаў у 1582–1621 гг. / В.У. Якубаў // Studia Historica Europae Orientalis : науч. сб. / Рэсп. ин-т вышн. шк. – Минск, 2008. – Вып. 1. – С.116–131.

26. Якубаў, В.У. Уплыў барацьбы Жыгімonta Вазы за Швецию і Інфлянты ў 1592–1611 гг. на сацыяльна-культурную ситуацыю ў Вялікім княстве Літоўскім / В.У. Якубаў // Беларускае мастацтва: гісторыя і сучаснасць: зб. матэрыялаў Рэсп. навук.-творчай канф., 19 сак. 2009 г.: [у 2 т.] / III Нядзеяў. чытанні. – Мінск, 2009. – Т. 2: Вялікае княства Літоўскіе ў гісторыі і культуры Беларусі / склад. А.У.Любы. – С.38–47.

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКИХ ИНИЦИАТИВ: ПЯТИДНЕВНЫЙ БЕЗВИЗОВЫЙ РЕЖИМ ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ ГРАЖДАН

Малишевская Г.В.,
соискатель факультета международных отношений БГУ

С 12 февраля 2017 года в Беларуси действует безвизовый порядок въезда на срок не более 5 суток при въезде через Национальный аэропорт Минск. Эта внешнеполитическая инициатива явилась результатом серьезной работы государственных органов Республики Беларусь в направлении укрепления политики открытости и добрососедства, развития бизнес сотрудничества и укрепления туристического потенциала страны. Новый порядок введен Указом президента и распространяется на 39 стран Европы, включая весь Евросоюз, а также Бразилию, Индонезию, США, Японию и иные государства. В целом новый порядок въезда касается граждан 80 государств. В первую очередь, это благоприятные в миграционном плане страны, стратегические партнеры Беларуси и государства, в одностороннем порядке установившие безвизовый режим в отношении белорусских граждан.

Одним из важнейших условий успешной реализации инициативы и дальнейшего развития ее экономического потенциала, является активное информационное сопровождение на каждом этапе реализации. Речь идет об информационной активности государственных институтов, ответственных внедрение и дальнейшее укрепление востребованности режима безвизового въезда. В первую очередь это МИД, Министерство спорта и туризма, силовые структуры. Кроме того информационное сопровождение предполагает и активность на уровне экспертов и так называемых «фабрик мысли»,

международных профессиональных и общественных организаций. А также организацию или поддержку медийных инициатив отдельных активистов и лидеров мнений как внутри нашей страны, так и в соседних странах.

При определении подходов к реализации информационного сопровождения необходимо учитывать характер внешнеполитической инициативы, среду, в которой она реализовывается и особенности функционирования медиа пространства. В числе основных тенденций, которые разворачиваются в медиа пространстве можно назвать, во-первых, глобализацию медиа потоков. Во-вторых, сетевой, вирусный характер распространения информации. И, наконец, интерактивность с акцентированной эмоциональностью обратной связи.

Информационное сопровождение включает в себя следующие этапы: новостное информационное освещение после принятия нормативного акта, мониторинг информационного пространства и оперативное обеспечение обратной связи, долгосрочная информационная работа по продвижению целевых программ, проектов и идей среди целевых групп иностранных граждан.

Необходимо отметить, что первый, новостной, элемент информационного сопровождения был реализован традиционными медийными инструментами на высоком профессиональном уровне. Государственные органы через белорусские СМИ (как государственные, так и негосударственные) оперативно и всесторонне раскрыли суть инициативы, сформировали в отношении ее позитивный информационный фон. Новостные сюжеты были подкреплены персональными комментариями заместителей министра иностранных дел, Минспорта и туризма, пресс-службы МВД и других ведомств, что позволило создать целостную картину. Опыт Чемпионата мира по хоккею в 2014 году, введение безвизового режима с Израилем и Турцией, безвизовый въезд для групп китайских туристов, безвизовое посещение туристами «Августовского канала» стали дополнительными аргументами перспективности данной инициативы. У белорусской аудитории безусловно сложилось доверие к последовательным шагам страны в направлении открытости миру. Это подтверждает активная и положительно окрашенная волна комментариев в социальных сетях.

Внешнеполитическая инициатива по введению безвизового не только имеет важное символическое значение для имиджа страны, но и рассматривается в разрезе региональной безопасности. Ее реализация сопряжена с разрешением большого количества вопросов, которые поднимают за пределами страны как рядовые граждане через интернет сети, так и формулируют в СМИ представители различных политических сил и экспертных сооб-

ществ стран-соседей. Мониторинг информационных потоков и информационная работа с возражениями является важным этапом информационного сопровождения реализации инициативы. На политическом уровне этот вопрос артикулирует президент. Так, А. Лукашенко в ходе утверждения решения на охрану государственной границы 20 января 2017 года обратил внимание на возникшую в СМИ информационную кампанию. "Иногда знакомишься с замечаниями этих авторов и диву даешься. Это люди, которые не понимают сути или же специально нагнетают обстановку. Скорее всего, специально. Отмена виз не означает отмены пограничного контроля. Как он был, так и есть, - сказал президент. - Мы здесь ничего не нарушили с точки зрения нашего внутреннего законодательства. Это наше суверенное право. И мы не нарушили ничего в плане наших договоренностей с другими государствами".[1]

На уровне МИДа сразу после официального объявления о введении пятидневного безвизового въезда в Беларусь были предприняты шаги по детализации информации, содержащейся в Указе. Во-первых, в официальных аккаунтах ведомства в социальных сетях (Твиттер, Фейсбук) размещены полные списки стран, на которые распространяется действие Указа[2].

Использование современных каналов коммуникации обеспечило возможность быстрого распространения информации в заинтересованной среде. Во-вторых, МИД провел «Консультский день» он-лайн, отвечая через свои каналы в соцсетях на вопросы, касающиеся реализации Указа. Эти информационные блоки могут быть основой информационной базы для работы наших посольств по информационному сопровождению процесса. В свою очередь, белорусские интернет СМИ провели мониторинг зарубежных порталов и опубликовали перечень вопросов, которые высказывают на форумах иностранцы в связи с возможностью посетить Беларусь. Нужно отметить, что наиболее часто встречающийся бытовой вопрос – языковой барьер. Именно этот фактор следует учитывать профильным ведомствам и местным органам власти при разработке туристических предложений [3].

Отдельное внимание необходимо уделять анализу внешнего медийного пространства. Сегодня мы можем видеть не только кто и что написал по данной теме, но можем проследить по активным ссылкам что положено в основу публикации. Также мы имеем возможность оценить охват аудитории, ее активность, качество реакции на предложенную информацию.

Рассмотрим отдельный пример: интернет портал американского издания «The Washington Post» опубликовал статью, посвященную введению пятидневного режима безвизового въезда и разместил ее на своей официальной странице в соцсети Фейсбук [4]. Статью на сайте прокомментирова-

ли 36 человек, что является показателем низкого уровня обратной связи. В соцсети Фейсбук в аккаунте издания статью отметили позитивным «лайком» 680 человек, 129 человек разместили ее у себя на личных страницах (расширили), обеспечив виральный эффект материалу. Одним из важнейших технологических аспектов является анализ источников, которые приведены в материале. На примере данной публикации мы можем отметить, что для анализа информационного повода автор обращается к материалам БелТА, российской прессе и лидерам мнений, которые проводят сравнение туристического потенциала города Минска, называя его «новой Варшавой» и «возможно новым Берлином».

Еще более масштабный охват и высокую виральность мы отмечаем на примере любительского видеоролика, снятого польским туристом в ходе путешествия по Беларуси. Видео-ролик -- «Беларусь – как там на самом деле?» -- размещен на канале YouTube в сентябре 2015 года. За полтора года его посмотрело более 570 тысяч человек. [5] В ходе освещения новости о безвизовом въезде медиа обращались к нему как к частному примеру оценки туристического потенциала Беларуси представителем целевой аудитории (турист посещал историческую родину). Тем самым было артикулировано перспективное направление для развития темы безвизового въезда не только через воздушные ворота страны, но и наземным транспортом.

Таким образом, использование современных информационных и медиа технологий с одной стороны помогает реализации внешнеполитических инициатив, а с другой – позволяет выявлять как проблемные, так и перспективные направления для дальнейшего развития их экономического, политического и социо-культурного потенциала.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Официальный интернет портал Президента республики Беларусь [Электронный ресурс] / Официальный интернет портал Президента республики Беларусь. – Минск, 2017. – Режим доступа: <http://www.president.gov.by>. – Дата доступа: 21.01.2017.
2. Официальный аккаунт Министерства иностранных дел Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Официальный аккаунт Министерства иностранных дел Республики Беларусь. – Минск, 2017. – Режим доступа: <http://www.facebook.com/belarusmfa/?pnref=story>. – Дата доступа: 21.01.2017.
3. Европейцы о безвизовом въезде в Беларусь: готовы ли нас принять?//Спутник [Электронный ресурс].– 2017. – Режим доступа: <http://sputnik.bv/society/20170110/1026885769/evropejcy-o-bezvizovom-vezde-v-belarus-gotovy-li-nas-prinyat.html>. Дата доступа: 15.01.2017.

4. Офіційний акаунт СМІ/Новостная компания Washington Post в Вашингтоне [Електронный ресурс] / Офіційний акаунт Washington Post. – Минск, 2017. – Режим доступа: https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2017/01/14/europe-s-last-dictatorship-has-a-new-plan-tourism/?utm_term=.012928f0b54e. – Дата доступа: 22.01.2017.

ДЫНАМИКА ЗМЕН ЛІТОЎСКАГА ІМПАРТУ ТАВАРАЎ У БЕЛАРУСЬ (1997–2004 гг.)

Русаковіч У.М.,
асpirант кафедры міжнародных адносін БДУ, м.г.н.

За першы год разгледжанага перыяду, то бок за 1997 г., літоўскі імпарт у Беларусь склаў \$191,919 млн, або 6,68 % агульнага імпарту Беларусі [1, с. 18-19]. Уступленне Беларусі ў мытны саюз з Расіяй паводле Пагаднення ад 6 студзеня 1995 г. і наступнае ўступленне Літвы ў Еўрапейскі Саюз 1 мая 2004 г. істотна змянілі склад літоўскага імпарту ў Беларусь паводле асноўных таварных групп, як і іх памеру. У 2004 г. імпарт з Літвы скараціўся як у абсолютных лічбах на 9,3 % да \$175,592 млн, гэтак і ў адносным вылічэнні. Доля Літвы ў агульным імпартце Беларусі скарацілася да 3,81 % [2, с. 60]. Калі на 1997 г. налічвалася 42 асноўныя таварныя группы літоўскага імпарту ў Беларусь [1, с. 110-112], то да 2004 г. іх засталося 16 [2, с. 213-214]. За разгледжаны перыяд са спісу літоўскага імпарту выбылі 30 асноўных таварных групп: шакалад і прадукты з утрыманнем какава; нафтавыя газы; патака (мелес); часткі для рухавікоў унутранага згарання; лекі; нафтапрадукты; раслінны корм для жывёл; цыклічныя вуглевадароды; ацыклічныя спірты; баваўняна-папяровая праца; паветраныя і вакуумныя насосы; апараты для пайкі; прылады апрацоўкі і ўпакоўкі тавараў; ніпорыстыя пліты, лісты, стужкі, фольга і палосы з пластмасы; часткі для вадкасных насосаў; апаратура для вымярэння выдаткоўвання і ўзроўню ціску вадкасці і газа; альдэгіды; тканіны з сінтэтычных валокнаў; аміяк; шклата-ра; электрычныя рухавікі і генераторы; марожаная рыба; масла; санітарна-тэхнічнае абсталяванне з чорных металаў; вырабы з цементу, бетону і штучнага каменя; шматслойныя і немелаваныя папера і кардон у рулонах і аркушах; гатовыя і кансерваваныя прадукты з рыбы; фруктовыя і гароднінныя сокі; мука і гранулы з мяса і мясных субпрадуктаў. Усе пералічаныя тавары зніклі з літоўскага імпарту ў Беларусь без замены адпаведнікамі з іншай сырэвіны або іншага ўзроўню яе апрацоўкі. Выбылья таварныя группы складалі \$46,868 млн літоўскага імпарту ў Беларусь, або