

Персонализация политики в белорусских сетевых медиа как фактор конструирования национальной идентичности

Научный руководитель – Якова Тамара Сергеевна

Долголаптева Кристина Олеговна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра зарубежной журналистики и литературы, Москва, Россия
E-mail: k.dolgolapteva@yandex.ru

Белорусские сетевые массмедиа играют первоочередную роль в конструировании национальной идентичности на современном этапе. Государственные медиа, транслирующие символы «старой» национальной идеи, уступают свои позиции оппозиционным изданиям и социальным медиа. Тренд на усиление влияния альтернативной повестки в белорусском медиополе прослеживается с 2019 года.

Материалы оппозиционных сетевых массмедиа политически ангажирует белорусов и снижает доверие читателей к государственным СМИ благодаря освещению остросоциальных тем, вовлекающему контенту, новым форматам, инсайдерской информации и апеллированию к эмоциям [3]. Трансляция новых ценностей и символов (например, переосмысление итогов Великой Отечественной войны, манифестация отказа от интеграционных процессов с Россией, пересмотр статуса национальных языков, муссирование идеи литвинства) негосударственных медиа в противоположность традиционалистской повестке государственных изданий дестабилизируют ситуацию внутри страны, формируя в общественном сознании новые символы, определяющие фундамент национальной идеи, с точки зрения конструктивистских теорий национализма [1].

С 1994 г. по 2019 г. внутренняя политика Республики Беларусь носила персонафицированный характер: положительные личностные качества президента экстраполировались на принимаемые им политические решения [2]. С 2019 г. в медиaprостранстве 2019 года прослеживалась трансформация индивидуального образа как президента страны, так и оппозиционных ему неформальных лидеров. Представители разных политических лагерей выражали свое видение белорусской национальной идеи. Мы провели контент-анализ крупных белорусских сетевых медиа («Наша Ніва», «Новы Час», «TUT.BY», «СБ Беларусь сегодня», «Куку», «Политринг», «Телескоп», «Комсомольская правда в РБ» («Sputnik Беларусь», «Радые Свабода», «БелСат» (часть из них сегодня заблокированы на территории Беларуси или вовсе перестали действовать); сентябрь 2019 - январь 2022; метод - лингвистический и медиаметрический анализ), чтобы выявить тенденции, связанные с рассматриваемым вопросом.

Результаты анализа показали, что конструирование образов А.Г. Лукашенко, С.Г. Тихановской, С.Л. Тихановского, В.Д. Бабарико, А.А. Канопацкой, А.Д. Дмитриева, О.С. Гайдукевича, В.В. Цепкало носили системный и осмысленный характер. Медийная повестка формировалась не только с целью информирования аудитории, но и своеобразного ответа идеологическим противникам, дискредитации политических оппонентов и транслируемых ими идей [4]. Обилие оценочной лексики, использование языка вражды, приемов умолчания, односторонней аргументации, подмены фактов экспертными мнениями в отношении политиков свидетельствовали о выстраивании манипулятивных стратегий в белорусских сетевых изданиях [6]. С февраля 2021 г. по январь 2022 в медиа, как правило, противопоставлялись лишь два образа - А.Г. Лукашенко и С.Г. Тихановской.

В контексте исследования был также проведен анализ фреймов (в выборку вошли 211 аналитических материалов) с упоминанием политиков. Он показал, что как государственные, так и оппозиционные медиа интерпретировали события и актуальные проблемы в субъективном ключе. Личностные качества формального и неформального лидеров нередко становились основой для создания мемов в социальных сетях, что поляризовало и ангажировало общество, в частности молодежь.

Фрейминг повестки с участием А.Г. Лукашенко и С.Г. Тихановской стал одним из ключевых приемов социального влияния. Он способствовал более глубокой поляризации некогда гомогенного населения Беларуси и стал фактором расщепления в общественном сознании символов новой и старой национальной идеи [5]. Новая национальная идентичность белорусов конструировалась на культивировании в публикациях массмедиа польских и литовских деятелей как национальных белорусских героев, на педалировании отличий между русскими и белорусами, на создании привлекательного для аудитории медиаобраза будущего Беларуси как демократического государства с постиндустриальной экономикой.

Источники и литература

- 1) Бикетова Е.А., Чернышов Ю.Г. Нацестроительство Республики Беларусь и европейский компонент белорусской идентичности // *Мировая экономика и международные отношения*. 2018. Т. 62. № 1
- 2) Казаков М.А. Персонификация как тенденция современного политического лидерства: особенности проявления и восприятия // *Вестник Нижегородского университета имени Н.И. Лобачевского* / 2018, № 1 (49)
- 3) Кузнецов К.А., Щелин П.А. Национальная идентичность и устойчивая государственность // *Сравнительная политика*. 2014. №1 (14)
- 4) Науменко Л. И. Белорусская идентичность. Концептуализация понятия // *Социологический альманах*. 2010. №1
- 5) Николайчук И.А., Якова Т.С., Янглева М.М. Крылья хаоса. Масс-медиа, мировая политика и безопасность государства. М., 2018. С. 34
- 6) Rudling P. A. *The Rise and Fall of Belarusian Nationalism, 1906-1931*. Pittsburgh, 2015. P.118