

Сістэмны аналіз узаемасувязі паміж афіцыйнымі метадалагічнымі дакументамі беларускай дзяржаўнай прапаганды і іх медыярэпрэзентацыяй у кантэксце інфармацыйнай палітыкі Беларусі

Даследванне Media IQ



РЭЗЮМЭ

Метадычныя «матэрыялы да Адзінага дня інфармавання насельніцтва» НДІ тэорыі і практыкі дзяржаўнага кіравання Акадэміі кіравання і дзяржаўныя СМІ ўтвараюць агульны прапагандысцкі дыскурс, аднак не функцыянуюць у рэжыме прамога следавання. Пры адсутнасці прамых супярэчнасцяў паміж імі яны выконваюць розныя функцыі, адрасаваныя розным аўдыторыям і па-рознаму расстаўляюць сэнсавыя акцэнтны. У той жа час нельга рабіць адназначную выснову пра пэўную самастойнасць беларускіх дзяржаўных СМІ: імаверна, яны атрымліваюць іншыя спецыяльныя ўказанні, аформленыя ў так званыя «тэмнікі». Дадзенае даследаванне ілюструе, што сістэма прапаганды ў Беларусі мае складаную структуру.

Стратэгічныя наратывы метадычных матэрыялаў слаба і нераўнамерна адлюстроўваюцца ў медыя. У метадалагічных дакументах дамінуюць доўгатэрміновыя стратэгічныя наратывы (сацыяльная дзяржава, гістарычная памяць, бяспека, лідарства Лукашэнкі), аднак іх штомесячныя «топ-5» толькі часткова адлюстроўваюцца ў СМІ. У шэрагу месяцаў ні адзін з ключавых наратываў метадычак не дасягаў у медыя парога значнай прадстаўленасці, а некаторыя тактычныя наратывы ўвогуле адсутнічалі ў выбарцы.

Дзяржаўныя СМІ ў параўнанні з метадычнымі матэрыяламі сістэмна факуюцца не на інстытутах, а на персаналізацыі ўлады. Калі метадычныя матэрыялы пераважна падтрымліваюць інстытуцыянальную логіку (дзяржава, палітыка, фармальныя каштоўнасці), то медыядыскурс канцэнтруецца на постаці Аляксандра Лукашэнкі як ключавога гаранта стабільнасці, бяспекі і развіцця. Наратыў прэзідэнцкага лідарства аказаўся найбольш частотным у СМІ на працягу ўсяго перыяду назірання, істотна апырэдджаючы яго значнасць у метадычных матэрыялах.

Каляндарная логіка метадычных рэкамендацый дрэнна канвертуецца ў медыяпавестку. Тэмы, прывязаныя да афіцыйных дат і планавых інфармацыйных нагод (здоровы лад жыцця, моладзевая палітыка, адукацыя, Дзень народнага адзінства), у большасці выпадкаў не знаходзілі водгуку ў дзяржаўных медыя. Выключэннем сталі прэзідэнцкія выбары і наратывы, звязаныя з вайной і бяспекай, што сведчыць пра прыярытэт падзейна-эмацыйных сюжэтаў над фармальна зададзенай тэматыкай.

УВОДЗІНЫ

Пасля пратэстаў 2020 года беларускія ўлады ўзмацнілі прапаганду, і маніпулятыўнае навязванне наратываў працягваецца ва ўсе наступныя гады, што фіксуецца маніторынгамі Media IQ¹.

У той жа час Навукова-даследчы інстытут тэорыі і практыкі дзяржаўнага кіравання Акадэміі кіравання пры Прэзідэнце Рэспублікі Беларусь штомесяц выпускае «матэрыялы да Адзінага дня інфармавання насельніцтва». Дакументы знаходзяцца ў адкрытым доступе на сайце Акадэміі² і ўключаюць сабой метадычныя матэрыялы, рэкамендаваныя для ідэолагаў. Яны падзеленыя на чатыры катэгорыі: агульныя рэкамендацыі, а таксама матэрыялы для рабочых, інтэлігенцыі і навучэнцаў.

Мэта дадзенага даследавання — прааналізаваць узаемасувязь паміж афіцыйнымі метадычнымі ўказаннямі дзяржаўнай прапаганды і іх фактычнай рэалізацыяй у беларускіх дзяржаўных СМІ. Гэта дае магчымасць зразумець, як функцыянуе дзяржаўная прапагандысцкая машына Беларусі на ўзроўні сістэмных механізмаў. Аналіз разрыву паміж метадычнымі ўказаннямі для груп правядзення Адзінага дня інфармавання (ідэалагічная работа на сходах з рознымі групамі насельніцтва) і адлюстраваннем праўладных наратываў у кантэнце дзяржаўных СМІ выяўляе слабыя месцы і супярэчнасці ў афіцыйнай камунікацыйнай стратэгіі. Праект запаўняе крытычны прабел у эмпірычным вывучэнні беларускай інфармацыйнай сістэмы і з'яўляецца практычным інструментам для ўсіх, хто працуе ў сферы павышэння ўстойлівасці насельніцтва Беларусі да ўздзеяння дзяржаўнай прапаганды.

1. Media IQ

2. «Матэрыялы да Адзінага дня інфармавання насельніцтва», Акадэмія кіравання пры Прэзідэнце Рэспублікі Беларусь

МЕТАДАЛОГІЯ. ЯК МЫ ПРАВODЗІЛІ ДАСЛЕДАВАННЕ

Даследаванне выкарыстоўвае змешаную метадалогію, якая спалучае якасны дыскурс-аналіз афіцыйных метадычных дакументаў і колькасны кантэнт-аналіз дзяржаўных СМІ з наступным параўнальным аналізам. Такі падыход дазваляе выявіць ступень адпаведнасці, характар адаптацый і патэрны трансфармацыі прапагандысцкіх наратываў на шляху ад афіцыйных метадалагічных указанняў да іх медыярэалізацыі.

Інструменты: база даных «Інструмент Media IQ» для кантэнт-аналізу і медыяманіторынгу, статыстычная апрацоўка дадзеных (Python).

Этап 1: Распрацоўка метадалогіі і аналіз метадычных матэрыялаў

На першым этапе было праведзена вывучэнне навуковых даследаванняў і аналітычных справаздач з мэтай разумення таго, як арганізавана ідэалагічная і прапагандысцкая праца ў Беларусі (desk research). На гэтай аснове была распрацавана метадалогія дадзенага даследавання.

Далей быў праведзены дыскурс-аналіз тэкстаў «Матэрыялаў да Адзінага дня інфармавання насельніцтва», падрыхтаваных Навукова-даследчым інстытутам тэорыі і практыкі дзяржаўнага кіравання Акадэміі кіравання пры Прэзідэнце Рэспублікі Беларусь, за перыяд са студзеня па верасень 2025 года. Усяго было прааналізавана 36 дакументаў — па чатыры ў кожным месяцы: агульны матэрыял, а таксама матэрыялы для канкрэтных аўдыторый — рабочых, інтэлігенцыі і моладзі. Па выніках аналізу і з выкарыстаннем базы наратываў³, напрацаванай у папярэднія гады, былі выяўлены і катэгарызаваны стратэгічныя і тактычныя наратывы метадычных матэрыялаў.

Наратыў — гэта выкладанне падзей з акцэнтаваннем пэўных іх аспектаў, вылучэннем герояў або ахвяр, які стымулюе эмацыйныя ці маральныя рэакцыі мэтавай аўдыторыі і прасоўвае пэўнае бачанне рэчаіснасці.

Крытэрыі наратыву:

- нясе пэўны пасыл;
- мае эмацыйную афарбоўку;
- можа быць пацверджаны цытатамі або дзеяннямі з тэксту;
- прасоўвае пэўную інтэрпрэтацыю падзей.

Формула фіксацыі наратыву: «ХТО + ШТО РОБІЦЬ + ЯК» або заклік.

Не з'яўляецца наратывам:

- простая тэма («міжнародныя адносіны», «эканоміка»);
- факт без інтэрпрэтацыі («адбылася сустрэча»);
- агульная катэгорыя;
- адзінкавая падзея без кантэксту.

Стратэгічныя наратывы — гэта пастаяннае ідэалагічнае ядро прапагандысцкай сістэмы, якое фарміруе базавую карціну свету і застаецца адносна нязменным незалежна ад канкрэтных падзей і інфармацыйных нагод. Стратэгічныя наратывы з'яўляюцца адносна паслядоўнымі, маюць унутраную логіку, адлюстроўваюць

3. Пётр Парфёненко: «Топовые нарративы манипуляций госпропаганды в 2023 году и их динамика», Media IQ, 5 студзеня 2024

глыбока ўкаранёныя погляды кіраўніцтва пануючага рэжыму, фарміруюць аснову інфармацыйнай кампаніі і служаць для доўгатэрміновага ўздзеяння на грамадскую думку.

Характарыстыкі:

- Пастаянства: прысутнічаюць у 50 % і больш метадычных дакументаў;
- Універсальнасць: прымяняльныя да розных падзей і кантэкстаў;
- Фундаментальнасць: фарміруюць аснову для тактычных наратываў;
- Устойлівасць: не залежаць ад кароткатэрміновых змен.

Тактычныя наратывы — гэта сітуацыйныя пасланні, накіраваныя на ўзмацненне стратэгічных наратываў у канкрэтным кантэксце. Яны актуальныя «тут і цяпер», прывязаныя да пэўных падзей і лёгка трансфармуюцца пры змене кан'юнктуры.

Характарыстыкі:

- Сітуацыйнасць: звязаныя з канкрэтнымі падзеямі;
- Часовасць: актуальныя на працягу абмежаванага перыяду;
- Канкрэтнасць: утрымліваюць адсылкі да канкрэтных дзеючых асоб і дат;
- Гнуткасць: адаптуюцца да змены абставін.

Вызначыўшы склад наратываў, мы падлічылі частату іх згадвання ў метадычных матэрыялах, каб вылучыць найбольш акцэнтаваныя. Такім чынам былі вызначаны топ-5 наратываў кожнага месяца, на аснове якіх быў сфарміраваны агульны спіс найбольш значных. У яго ўвайшлі 11 стратэгічных і 6 тактычных наратываў (гл. Дадатак 1. Кодавая кніга наратываў).

Адзначым, што адбор топ-5 наратываў выкарыстоўваецца як аналітычная з'яўістыка для спрашчэння і структуравання масіву дадзеных, а таксама для забеспячэння супастаўнасці метадычных матэрыялаў і публікацый СМІ. Такі падыход не азначае, што дадзеныя наратывы з'яўляюцца адзіна значнымі або дамінуючымі ў дыскурсе.

Этап 2: Кантэнт-аналіз СМІ

Для аналізу прапагандысцкіх наратываў была сфарміравана стратыфікаваная выпадковая выбарка аўтарскіх матэрыялаў дзяржаўных медыя Беларусі за перыяд са студзеня па верасень 2025 года.

Генеральная сукупнасць уключала 3152 аўтарскія публікацыі з шасці дзяржаўных крыніц: «СБ. Беларусь сегодня», «Мінская праўда», «Мінск-Новости», «Могилёвские ведомости», СТБ і «Беларусь-1». Для тэкставых медыя былі адабраны аўтарскія рубрыкі (блогі, калонкі меркаванняў), для тэлебачання — выніковыя аналітычныя перадачы (выніковая праграма «Неделя» на СТБ і «Клуб рэдактараў» на «Беларусь-1»).

Для забеспячэння рэпрэзентатывнасці па крыніцах была ўсталявана квота выбаркі ў 200 матэрыялаў, размеркаваная паміж выданнямі прапарцыянальна іх долі ў генеральнай сукупнасці з невялікім павелічэннем долі праграмы «Клуб рэдактараў» з прычыны яе асаблівай ролі ў фарміраванні павесткі дня ў дзяржаўных СМІ.

Унутры кожнай крыніцы прымяняўся метада простага выпадковага адбору. Паколькі размеркаванне публікацый па месяцах адрознівалася, у кожным месяцы задавалася фіксаваная квота матэрыялаў, пасля чаго са спісу публікацый месяца (адсартаванага па даце) выпадковым чынам выбіраліся нумары з дыяпазону ад 1 да фактычнай колькасці матэрыялаў за месяц, без паўтораў.

Дадзены падыход забяспечыў раўнамернае пакрыццё ўсіх месяцаў перыяду, выпадковасць адбору ў межах кожнага медыя, карэктнае прадстаўленне структуры генеральнай сукупнасці ў выбарцы, а таксама магчымасць надзейнага разліку частаты сустрэчнасці наратываў і іх дынамікі.

Аб'ём выбаркі ($n = 200$) забяспечвае арыенціровачную хібнасць каля ± 7 працэнтных пунктаў пры ўзроўні даверу

95 %, што з'яўляецца дастатковым для задач параўнальнага аналізу прысутнасці і размеркавання наратываў.

На наступным этапе быў праведзены колькасны кантэнт-аналіз паводле кодавай кнігі (гл. Дадатак 1), распрацаванай на аснове выяўленых у метадычных матэрыялах наратываў, з мэтай высвятлення таго, як заяўленыя ў метадычках наратывы адлюстроўваюцца ў медыя.

Этап 3: Параўнальны аналіз

Вызначыўшы топавыя наратывы метадычных матэрыялаў, а таксама падлічыўшы частату іх з'яўлення ў СМІ, мы атрымалі магчымасць параўнаць супадзенні і разыходжанні.

Па-першае, была складзена матрыца адпаведнасці: наколькі часта пяць топавых (для метадычных матэрыялаў НДІ) наратываў кожнага месяца сустракаліся ў публікацыях СМІ і ці перавышаў гэты паказчык 10 % ад агульнай колькасці выбаркі дадзенага медыя за месяц.

Па-другое, быў праведзены якасны аналіз прыкладаў супадзенняў і разыходжанняў публікацый з афіцыйнымі матэрыяламі. Іншымі словамі, былі супастаўлены наратывы, запланаваныя ў метадычных матэрыялах НДІ, і наратывы, рэалізаваныя ў дзяржаўных СМІ. Мы вылучылі наступныя магчымыя варыянты:

- поўная адпаведнасць (фармулёўкі ўзнаўляюцца даслоўна);
- адаптацыя пад канал (адзін і той жа наратыв гучыць па-рознаму на розных каналах);
- узмацненне або аслабленне (метадычка мяккая — СМІ радыкалізуюць; метадычка агрэсіўная — СМІ змякчаюць);
- ігнараванне (метадычка ўтрымлівае наратывы, які СМІ не выкарыстоўваюць);
- самадзейнасць (СМІ ствараюць наратывы, не прадугледжаныя метадычкамі).

Далей былі прааналізаваны наступныя кантэкстуальныя фактары трансфармацыі:

- падзеі: крызісы патрабуюць карэкціроўкі;
- аўдыторыя: адаптацыя пад мэтавую групу;
- канал: асаблівасці фармату;
- рэдакцыйная палітыка: адрозненні паміж каналамі.

Этап 4: Валідацыя і сінтэз, напісанне справаздачы

Атрымаўшы вынікі, мы правялі крос-валідацыю — праверку праз дадатковыя крыніцы. Пасля гэтага быў ажыццёўлены сінтэз высноў з адказамі на наступныя даследчыя пытанні:

1. Наколькі СМІ прытрымліваюцца метадычных матэрыялаў?
2. Якія наратывы рэалізуюцца цалкам, а якія ігнаруюцца?
3. Якія патэрны адаптацыі існуюць?
4. Якія слабыя месцы мае сістэма?

Вынікі праведзенай працы выкладзены ў дадзенай справаздачы.

АНАЛІЗ МЕТАДЫЧНЫХ ДАКУМЕНТАЎ НДІ

Аналіз размеркавання наратываў паводле колькасці месяцаў іх прысутнасці паказвае ўстойлівае дамінаванне стратэгічных наратываў над тактычнымі на працягу ўсяго перыяду назірання.

Найбольш стабільна ўзнаўляльнымі аказаліся наратывы пра **сацыяльны характар дзяржавы і абарону гістарычнай памяці**: зафіксаваныя ў топе шасці месяцаў, што сведчыць пра іх ролю як базавых, сістэмаўтваральных сэнсаў. Значную рэгулярнасць таксама дэманструюць наратывы, звязаныя з прэзідэнцкім лідарствам, бяспекай, народным адзінствам і ваеннай памяццю, якія прысутнічалі ў чатырох месяцах. Наратывы знешняй пагрозы і эканамічнага развіцця праяўляюцца менш раўнамерна, аднак захоўваюць міжмесячную паўтаральнасць, што дазваляе аднесці іх да падтрымліваючых элементаў агульнай стратэгіі.

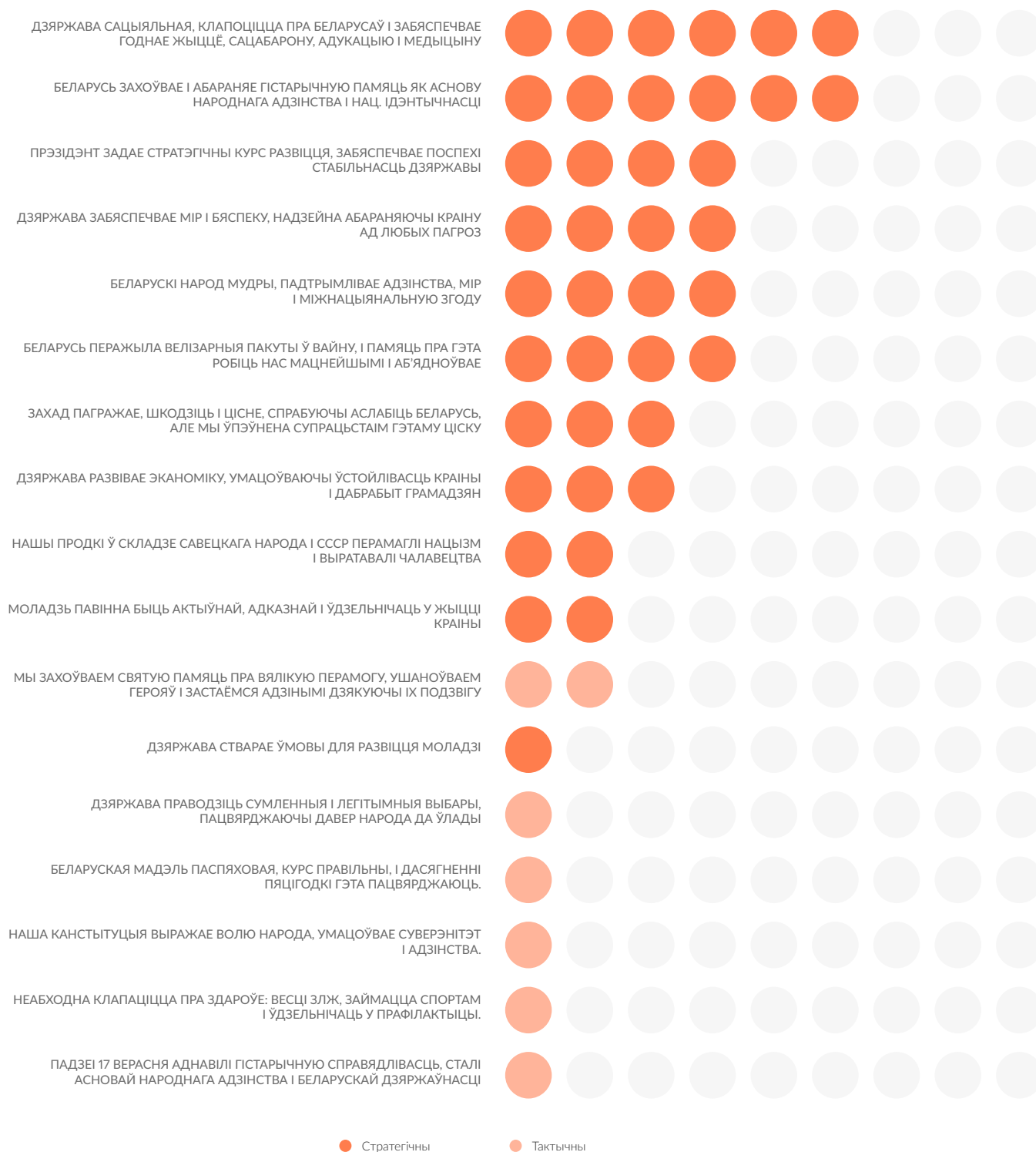
Тактычныя наратывы носяць сітуацыйны характар: большасць з іх з'яўляецца толькі ў адным месяцы і жорстка прывязана да канкрэтных падзей або календарных нагод (выбары, юбілеі, канстытуцыйная тэматыка, кампаніі здаровага ладу жыцця), не фарміруючы доўгатэрміновай сэнсавай лініі.

У сукупнасці гэтыя дадзеныя сведчаць пра наўмысны прыярытэт доўгатэрміновай стратэгічнай павесткі пры дапаможнай, эпізадычнай ролі тактычных паведамленняў. Пры гэтым менавіта тактычныя наратывы задавалі сэнсавыя акцэнты кожнага канкрэтнага месяца.

Метадычныя матэрыялы ў кожным месяцы выходзяць у чатырох фарматах: агульная інфармацыя, для рабочых, для інтэлігенцыі і для моладзі. Мэтавая аўдыторыя большасці топавых наратываў — усе катэгорыі насельніцтва. **Толькі два наратывы з больш вузкай мэтавай аўдыторыяй, арыентаваныя на моладзь, траплялі ў топ.**

Наратывы метадычных матэрыялаў — 2025

і колькасць месяцаў з студзеня па верасень, калі яны траплялі ў топ-5



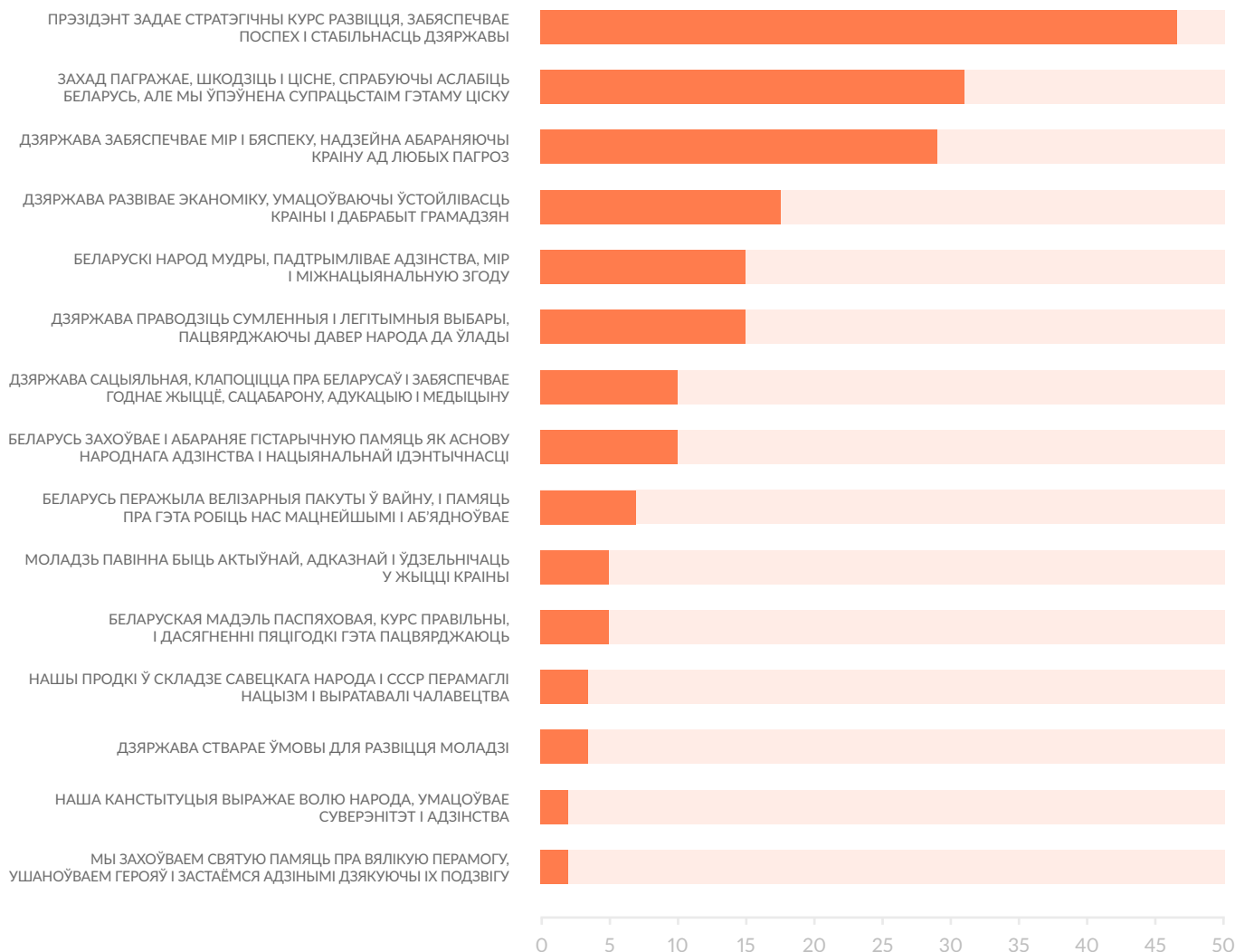
Крыніца: *Media IQ*

ВЫНІКІ МЕДЫЯМАНІТОРЫНГУ

Вось якія частоты ў выбарцы публікацый СМІ за перыяд са студзеня па верасень набралі топавыя наратывы метадычных матэрыялаў. Два з іх — тактычныя наратывы «**Неабходна клапаціцца пра здароўе: весці здаровы лад жыцця, займацца спортам і ўдзельнічаць у прафілактыцы**» і «**Падзеі 17 верасня аднавілі гістарычную справядлівасць**», сталі асновай народнага адзінства і беларускай дзяржаўнасці — не сустракаліся ў выбарцы.

Наратывы метадычных матэрыялаў у СМІ — 2025

па колькасці публікацый са студзеня па верасень



Крыніца: Media IQ

Аналіз частотнасці паказвае выразнае дамінаванне **стратэгічных наратываў**, перадусім звязаных з **роляй Аляксандра Лукашэнкі** як гаранта стабільнасці і курсу развіцця (кожная чацвёртая публікацыя), знешнімі пагрозамі з боку Захаду, а таксама тэмамі бяспекі і суверэнітэту дзяржавы. Гэтыя наратывы фарміруюць устойлівы рамкавы дыскурс і сістэмна ўзнаўляюцца ў публікацыях.

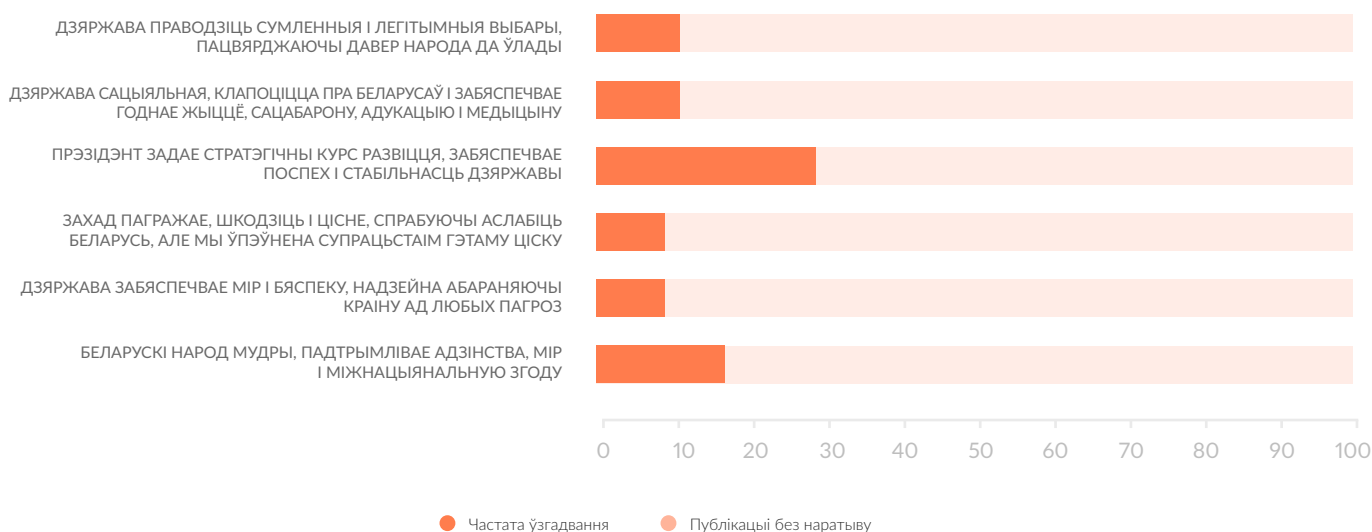
Тактычныя наратывы выкарыстоўваюцца прыкметна радзей і маюць сітуацыйны характар: яны прывязаныя да канкрэтных інфармацыйных нагод (выбары, дасягненні пяцігодкі, канстытуцыйная павестка, памятныя даты) і выконваюць дапаможную функцыю, узмацняючы і канкрэтызуючы стратэгічныя сэнсы, але не вызначаючы агульны дыскурсіўны фон самастойна.

ПАРАЎНАЛЬНЫ АНАЛІЗ

Паколькі метадычныя матэрыялы выходзяць штомесяц і прызначаны для канкрэтнага месяца, мы праверылі прысутнасць топ-5 наратываў кожнага месяца ў дзяржаўных СМІ. Гіпотэза заключалася ў тым, што вызначаныя наратывы павінны часта сустракацца і ў медыя — не менш як у 10 % публікацый з выбаркі за адпаведны месяц.

Студзень

Тэма метадычных матэрыялаў: «Падвядзенне вынікаў выбараў Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь і забеспячэнне стабільнага развіцця краіны»



Агульны аналіз. У студзені метадычныя матэрыялы робяць акцэнт на інстытутах — эфектыўнай працы дзяржавы і сумленнасці выбараў. Дзяржаўныя СМІ, у сваю чаргу, больш засяроджваюцца на чалавечым фактары: постаці Аляксандра Лукашэнкі і мудрасці народа, які яго падтрымлівае.

Аналіз кейса

Параўнаем з метадычнымі матэрыяламі выпуск праграмы «Клуб рэдактараў» ад 31 студзеня 2025 года пад назвай «Рэакцыя Захаду на выбары ў Беларусі».

Вось якія ключавыя наратывы ў ім праяўляюцца.

SN-04. Прэзідэнт задае стратэгічны курс развіцця, забяспечвае поспех і стабільнасць дзяржавы

У перадачы гэты наратыв абсалютна дамінуе і цалкам адпавядае метадычным матэрыялам:

- Лукашэнка — нацыянальны лідар, які стаіць над дзяржаўнымі органамі і ўсімі іншымі актарамі беларускай палітыкі;
- 30 гадоў яго кіраўніцтва забяспечылі развіццё краіны;
- ён выконвае абяцанні, мысліць стратэгічна, «ён папярэджваў — і аказаўся правы».

Наратыв узнаўляецца найпрост, але ў больш эмацыйнай і персаналізаванай форме, чым у метадычках.

Цытата з метадычкі для інтэлігенцыі:

«Наш лідар і надалей будзе дэманстраваць цуды эквілібрыстыкі ў знешняй палітыцы, каб ухіляцца ад удзелу

ва ўзброеных канфліктах і пазбягаць адцягнення ад галоўнай мэты — стваральнай працы на карысць беларускага народа».

Цытата з «Клуба рэдактараў»:

«Ён яшчэ раз паказаў усяму свету, што ён не проста прэзідэнт, а нацыянальны лідар».

SN-06. Беларускі народ мудры, падтрымлівае адзінства, мір і міжнацыянальную згоду

У метадычных матэрыялах дадзены наратыў выконвае нарматыўна-каштоўнасную функцыю: ён **задае мадэль** пажаданага паводзінаў народа ў кантэксце прэзідэнцкіх выбараў — спакойных, рацыянальных і кансалідаваных. Народ прадстаўлены як сталы суб'ект, здольны да ўсвядомленага выбару; адзінства трактуецца як натуральны стан грамадства, а не як вынік мабілізацыі; мудрасць разумеецца як адмова ад радыкалізму, эмацыйнасці і «раскачвання» сітуацыі.

Пры гэтым акцэнт вар'іруецца ў залежнасці ад аўдыторыі. Для інтэлігенцыі падкрэсліваецца сталасць і рацыянальнасць. Для моладзі — адзінства пакаленняў і сацыяльны кансэнсус. Для рабочых — згода як элемент стабільнасці сістэмы.

Цытата (матэрыялы для інтэлігенцыі): *«Для грамадзян [выбары] — гэта экзамен на палітычную сталасць, якая дазваляе адэкватна ацэньваць дасягненні і недапрацоўкі ўлады».*

У тэлеперадачы наратыў узнаўляецца як **эмпірычны «доказ»** — не як норма, а як ужо здзейснены факт, пацверджаны паводзінамі людзей. Напрыклад, адзінства як масавыя паводзіны: *«Людзі прыходзілі сем'ямі, з дзецьмі... Было ўсім зразумела, за каго».* Мудрасць як адмова ад канфлікту і «засвоены ўрок»: *«Калі б нават цяпер хтосьці захацеў балатавацца на выбарах з той рыторыкай, якую казалі кандыдаты ў дваццатым годзе, тыпу "ідзем на вуліцу, давайце разбураць краіну", — дык іх бы людзі самі на вілах вынеслі».* Адзінства большасці супраць меншасці: *«Яны ўбачылі дваццаты год: меншасць хоча кіраваць. І яны, седзячы дома, казалі — мы больш меншасці не дазволім хадзіць па вуліцы. І большасць выйшла і пайшла на выбарчыя ўчасткі».*

Наратыў пра **Захад як крыніцу ціску і пагрозы цалкам супадае**: Захад не прызнае выбары, бо не кантралюе іх вынік, ужываючы дваічныя стандарты дэмакратыі і караючы санкцыямі за суверэнітэт, фінансуючы апазіцыю і вядучы «гібрыдную вайну».

Адпаведна, **мір і бяспека сцвярджаюцца як ключавая каштоўнасць**. Наратыў узнаўляецца, але ў «Клубе рэдактараў» ён ўзмоцнены: прэзідэнцкія выбары падаюцца як выбар паміж мірам і вайной. Асоба Аляксандра Лукашэнкі трактуецца як бар'ер ад вайны. І нават нязгодныя галасавалі за яго дзеля захавання міру.

Наратыў пра **дабрабыт і сацыяльную дзяржаву** таксама супадае з метадычнымі матэрыяламі, але падаецца праз публіцыстычную аргументацыю. Калі ў метадычках дамінуе рацыянальны і апісальны тон, то ў перадачы — даказальны і палемічны: лічбы (рост ВУП, пенсій, заробкаў, аб'ёмаў жылля і інш.) выкарыстоўваюцца як інструмент у спрэчцы з Захадам і апазіцыяй.

А вось якія наратывы былі ўзмоцненыя ў ток-шоу у параўнанні з метадычнымі матэрыяламі.

Дыскрэдытацыя апазіцыі і «беглых»

У метадычных матэрыялах гэты наратыў прысутнічае ва ўмеранай форме, у праграме — у жорсткай: апазіцыя падаецца як махлярства, крадзеж і ўтрыманства; дзейнічае логіка «няма грошай — няма палітыкі»; адсутнасць суб'ектнасці, пагарда і высмейванне.

Цытата з метадычак: *«...цвяроза падыходзіць да перадвыбарных абяцанняў, не даючы ўвесці сябе ў зман наконт фантастычных, не маючых шанцаў быць рэалізаванымі, чаканняў, што ўкідваюцца легкадумнымі палітыкамі, "сваімі" і замежнымі "добрадзеямі"».*

Цытата з выпуску «Клуба рэдактараў»: *«Людзі назіраюць, што на працягу пяці гадоў лідары беглай вярхушкі нічым не займаюцца, акрамя сваркаў і распілу грошай... Іх прапагандысты, беглыя, хлусяць бясконца... Людзі разумеюць, што ў 2020 годзе ледзь не сталі ахвярамі самага сапраўднага махлярства з боку Захаду і іх мясцовых прыхлебнікаў».*

2020 год як урок і кропка незвароту

Метадычныя матэрыялы згадваюць 2020 год як досвед, тады як праграма трансфармуе яго ў калектыўную траўму: страх паўтарэння хаосу, формула «больш не дазволім меншасці», жорсткае супрацьпастаўленне «тады» і «цяпер». Гэта ўжо не тлумачальны, а мабілізацыйны наратыў.

А вось якія наратывы былі дададзены звыш метадычак.

Інфармацыйная перамога дзяржавы і ўслаўленне дзяржаўных СМІ

У метадычных матэрыялах гэты матыў другасны, тады як у «Клубе рэдактараў» ён вылучаецца ў асобную лінію: дзяржаўныя СМІ прадстаўляюцца як ключавы актар «перамогі», сцвярджаецца значнасць ідэалогіі і інфармацыйнай барацьбы, гучыць пасыл «мы навучыліся тлумачыць». Гэта ўнутрысістэмная рэфлексія, важная перадусім для элітнага і медыйнага дыскурсу.

Цытаты:

«Такой інтэнсіўнасці працы СМІ... не было раней ніколі... Мы нарэшце пачалі тлумачыць людзям... Людзі зразумелі, бо мы ім растлумачылі... Да 2020 года мы лічылі, што людзі і так усё разумеюць».

«Усе тыя сродкі масавай інфармацыі, якія працавалі тут выключна на развал краіны, у гэты раз адсутнічалі... І гэта правільна. Так і павінна быць... Апазіцыйныя беглыя рэсурсы паказалі сваю поўную нікчэмнасць... Яны аказаліся няздольнымі канкураваць з прадуктам, які выдавалі нашы СМІ... Адбылася поўная дэмаралізацыя іх глядачоў і чытачоў... Усе яны з'яўляюцца ўтрыманкамі — усё пацвердзілася, калі адміністрацыя Трампа паставіла фінансаванне на паўзу».

Беларусь як альтэрнатыўная мадэль дэмакратыі

У метадычных матэрыялах гэты наратыў прасоўваецца асцярожна, тады як у «Клубе рэдактараў» ён агучваецца адкрыта: гучыць крытыка заходніх стандартаў і адмаўленне ад іх, каб праз кантраст сцвердзіць нібыта «беларускую мадэль, не ўзятую па лекалах, а выбудаваную на ўласным досведзе» (што з'яўляецца падменай паняццяў, бо насамрэч гаворка ідзе пра адсутнасць незалежнага кантролю за выбарчым працэсам).

Цытата з агульнага матэрыялу за студзень: *«Выбіраць і вызначаць са сваім будучым мы будзем толькі ў адпаведнасці з нацыянальным заканадаўствам, зыходзячы з нашых традыцый і каштоўнасцей... Воля беларускага народа — адзіная легітымная сіла, якая можа і павінна выбіраць лёс дзяржавы... Мы зыходзім з прынцыпаў паслядоўнасці і рацыянальнасці, абавіраючыся на ўласныя выбарчыя традыцыі».*

Цытаты з ток-шоу: *«Мы сфарміравалі абсалютна сваю, беларускую, аўтэнтычную мадэль народаўладдзя, мадэль дэмакратыі... Многія назіральнікі казалі: "Дэмакратыя па-беларуску"... У паліталогіі гэта называюць плебісцыйным галасаваннем — галасаваннем за ўхваленне курсу».*

Выснова. Дадзены выпуск ток-шоу «Клуб рэдактараў» не адхіляецца ад метадычных матэрыялаў і не супярэчыць ім, а выступае іх пашыранай, публічнай, тэлевізійнай рэалізацыяй, выконваючы функцыі легітымізацыі вынікаў выбараў, эмацыйнай кансалідацыі, дэманстрацыі ўпэўненасці і «паслявыбарчай нармальнасці», а таксама сімвалічнага «дыялогу з Захадам». Калі метадычныя матэрыялы — гэта інструкцыя, то дадзенае ток-шоу — гэта вітрына і трыбуна.

Люты

«Вынікі завяршальнай пяцігодкі як аснова стратэгіі паспяховага развіцця краіны»



Аналіз. Зададзеная ў метадычных матэрыялах мэта — указаць на дасягненні пяцігодкі і правільнасць абранага курсу — у дзяржаўных СМІ рэалізуецца не найпрост у заяўленай фармулёўцы, а хутчэй ускосна: праз услаўленне Аляксандра Лукашэнкі як лідара, які вядзе за сабой, і падкрэсліванне сацыяльных і эканамічных дасягненняў на фоне праведзеных выбараў.

Сакавік

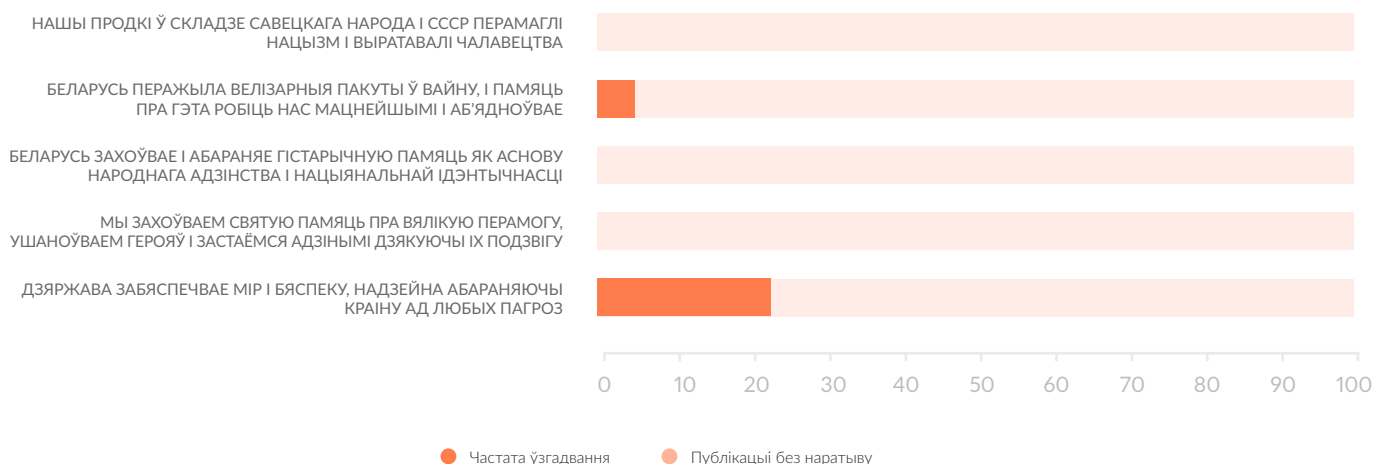
«Канстытуцыя Рэспублікі Беларусь — аснова суверэнітэту, народнага адзінства і стабільнасці».



Аналіз. Тэма Канстытуцыі як інстытута аказалася для дзяржаўных СМІ не надта прывабнай. Замест гэтага сімвалам і ключавым фактарам суверэнітэту, народнага адзінства і стабільнасці ў медыядзіскурсе паказваецца Аляксандр Лукашэнка.

Красавік

«Гераізм і подзвіг савецкага народа ў гады Вялікай Айчыннай вайны як маральны арыенцір сучаснага грамадства».



Аналіз. Хаця нарратывы пра Вялікую Айчынную вайну пастаянна прысутнічаюць у фонавым парадку дня дзяржаўных СМІ, у красавіку медыя канцэнтраваліся хутчэй на сучасных ваенных пагрозам з боку Захаду і здольнасці дзяржавы ім супрацьстаяць.

Май

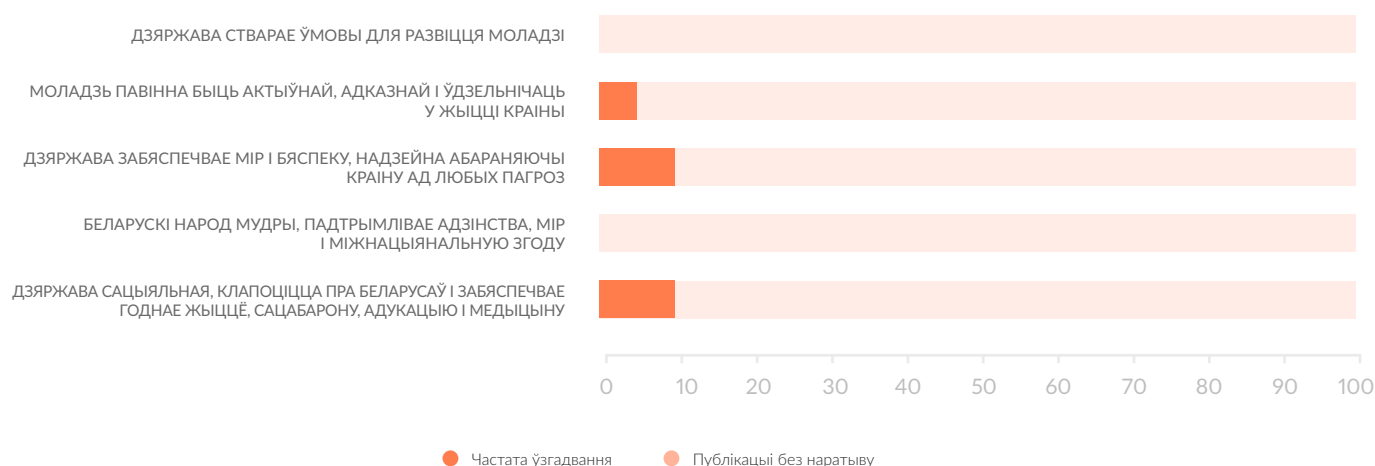
«Здаровая нацыя — стратэгічная аснова ўстойлівага развіцця Рэспублікі Беларусь».



Аналіз. Тэма здароўя і намаганняў дзяржавы ў гэтай сферы не атрымала шырокай папулярнасці ў дзяржаўных СМІ. Пры гэтым тое, што было прадказальна для мая — месяца святкавання Дня Перамогі, — у дзяржаўных СМІ актыўна рэалізаваліся нарратывы, прысвечаныя Вялікай Айчыннай вайне і гістарычнай памяці.

Чэрвень

«Моладзь — стратэгічны рэсурс і стваральная сіла будучыні Беларусі».



Аналіз. Тэма моладзевай палітыкі, прымеркаваная да Дня моладзі 28 чэрвеня ў Беларусі, не знайшла істотнага водгуку ў дзяржаўных СМІ.

Ліпень

«Стваральная праца беларускага народа па аднаўленні і развіцці краіны пасля вайны і ў гады індустрыялізацыі».



Аналіз. Калі метадычныя матэрыялы апелавалі да эканамічных поспехаў мінулага, то дзяржаўныя СМІ — да сучасных дасягненняў, паралельна ўслаўляючы Аляксандра Лукашэнку.

Жнівень

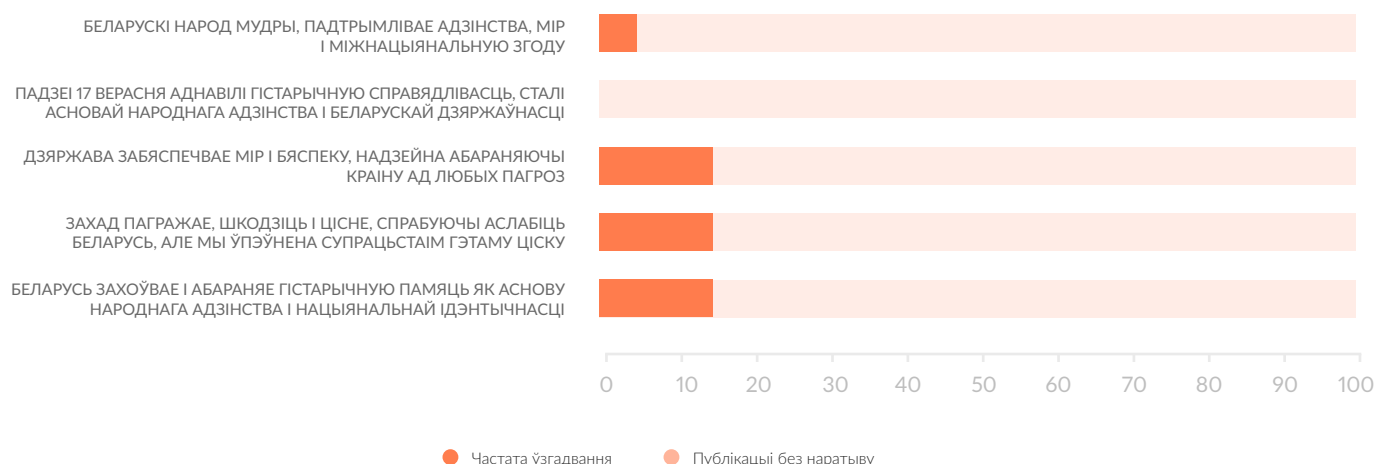
«Развіццё сістэмы адукацыі як ключавая ўмова фарміравання чалавечага капіталу Беларусі».



Аналіз. Тэма адукацыі і звязаная з ёй чалавечага капіталу, прымеркаваная да Дня ведаў і пачатку навучальнага года 1 верасня, атрымала слабы водгук у дзяржаўных СМІ. Затое медыя актыўна ўслаўлялі Аляксандра Лукашэнку (мяркуючы па васьмі згадваннях, менавіта ён падаецца як галоўны «чалавечы капітал» Беларусі) і звязаныя з яго кіраваннем поспехі ў сацыяльнай і эканамічнай сферах.

Верасень

«Дзень народнага адзінства як сімвал гістарычнай справядлівасці, суверэнітэту і кансалідацыі беларускага грамадства».



Аналіз. Непасрэдна звязаны з тэмай «народнага адзінства» гістарычны наратыў «Падзеі 17 верасня аднавілі гістарычную справядлівасць, сталі асновай народнага адзінства і беларускай дзяржаўнасці» ўвогуле не сустракаўся ў выбарцы. Значна часцей выкарыстоўвалася больш шырокая фармулёўка, звязаная з абаронай гістарычнай памяці як асновай «народнага адзінства». Акрамя таго, дзяржаўныя СМІ паведамлялі пра пагрозы для Беларусі і здольнасць дзяржавы на іх адказаць, а таксама актыўна ўслаўлялі Аляксандра Лукашэнку.

АГУЛЬНЫ АНАЛІЗ АДПАВЕДНАСЦІ ЗА ПЕРЫЯД СА СТУДЗЕНЯ ПА ВЕРАСЕНЬ 2025 ГОДА

Каляндарныя інфанагоды метадычак слаба адлюстроўваліся ў СМІ

Прывязаныя да календара тэматыкі метадычных матэрыялаў — такія як здаровы лад жыцця да Дня здароўя або моладзевая палітыка да Дня дзяцей і Дня моладзі — слаба адлюстроўваліся ў дзяржаўных СМІ. Выключэннем сталі тэма прэзідэнцкіх выбараў у студзені і звязанае з імі падвядзенне вынікаў у лютым, а таксама тэматыка Вялікай Айчыннай вайны (актыўна прасоўвалася ў красавіку напярэдадні мая). Гэта можна патлумачыць двума фактарамі.

Па-першае, **метадычныя матэрыялы рыхтуюцца загодзя** як базавы план, калі рэальнае падзейнае напаўненне месяца яшчэ невядома. Дзяржаўныя СМІ, **наадварот, працуюць у рэжыме «жывога часу»**, рэагуючы на актуальны кантэкст, і, імаверна, маюць уласны механізм каардынацыі: сфера масавай інфармацыі ў Беларусі знаходзіцца пад жорсткім кантролем і каардынацыяй як з боку Адміністрацыі прэзідэнта, так і Міністэрства інфармацыі.

Па-другое, **метадычныя рэкамендацыі распаўсюджваюцца па адміністрацыйных каналах** камунікацыі, яны носяць фармальны характар, а іх дасягненне аўдыторыі не залежыць ад прывабнасці кантэнту (ідэалагі на месцах у любым выпадку даносяць зададзеныя пасылы пэўным групам людзей, якія вымушаныя іх слухаць). Эфектыўнасць жа **медыякамунікацыі залежыць ад прывабнасці паведамлення і яго здольнасці да рэтрансляцыі**: аўдыторыя больш свабодная, а сіла паведамлення вызначаецца тым, наколькі яно здольнае зацікавіць адрасата і выклікаць рэакцыю, якая ўзмацняе і распаўсюджвае яго.

Таму большы водгук у дзяржаўных СМІ атрымліваюць эмацыйна насычаныя наратывы, якія лягчэй «прадаць», — напрыклад, прыгоды Лукашэнкі, пагроза вайны або «жахі жыцця на Захадзе»: медыям патрэбныя героі і міфы.

Калі ж наратывы метадычак трапляюць у СМІ, яны трансфармуюцца з інструкцый у больш канкрэтныя гісторыі, што ствараюць у аўдыторыі патрэбны эмацыйны досвед.

У цэлым наратывы метадычак слаба ўзнаўляліся ў СМІ

У двух месяцах (маі і чэрвені) **ніводзін** з топ-5 наратываў метадычных рэкамендацый не набраў у СМІ 10 % і больш згадванняў.

Два наратывы (заклік да здаровага ладу жыцця і адзначэнне «Дня народнага адзінства») **увогуле не сустракаліся** ў выбарцы.

Толькі два наратывы пераадолелі парог у 20% згадванняў: **услаўленне Лукашэнкі ў студзені і сакавіку**, а таксама **ўслаўленне здольнасці дзяржавы забяспечваць бяспеку ў красавіку**.

Метадычныя матэрыялы факусаваліся на інстытутах, СМІ — на людзях

Метадычныя матэрыялы ў большай ступені падтрымлівалі інстытуты і фармальнасці, у той час як дзяржаўныя СМІ рабілі акцэнт на **чалавечым** аспекце і эмацыйнасці — праз апеляцыю да асобы Аляксандра Лукашэнкі і «мудрасці адзінага народа».

СМІ значна больш улаўлялі Лукашэнку, чым метадычныя матэрыялы

Улаўленне Лукашэнкі — наратыў, які найбольш выразна адрознівае дыскурс метадычных матэрыялаў і дзяржаўных СМІ. Сярод наратываў, прысутных у метадычках, менавіта ён стаў самым папулярным у медыя: гэты наратыў трапляў у топ-5 выбаркі публікацый СМІ ва ўсіх месяцах, а ў 6 з 9 месяцаў займаў першае месца па частаце са значным адрывам. Акрамя таго, ён стаў самым частотным наратывам у СМІ за ўвесь перыяд назірання.

СМІ выкарыстоўвалі наратывы, адрозныя ад метадычных

Вось асноўныя патэрны разыходжанняў паміж наратывамі метадычных матэрыялаў і іх рэалізацыяй у дзяржаўных СМІ:

- **узнаўленне** наратыву з яго далейшым развіццём праз нападненне актуальнымі падзеямі і ўзмацненне эмацыйнасці (напрыклад, прэзідэнцкія выбары: у метадычках прэзідэнт часцей выступае як функцыя, у СМІ — як асоба);
- **адаптацыя** наратыву праз змену акцэнтаў (напрыклад, поспехі дзяржавы ў сферы аховы здароўя замест важнасці ЗЛЖ);
- **ускосная падтрымка** праз звязаныя наратывы (напрыклад, Перамога ў ВОВ і сучасныя поспехі ў абараназдольнасці);
- **ігнараванне** наратыву (частковае; поўнае ігнараванне не зафіксавана, бо нават адсутнасць у выбарцы даследавання не азначае, што наратыў не выкарыстоўваўся зусім).

СЛАБЫЯ МЕСЦЫ СІСТЭМЫ І РЭКАМЕНДАЦЫІ

Магчыма, слабасць прапаганды палягае ў тым, што, з аднаго боку, інфармацыйныя нагоды ў метадычных матэрыялах маюць фармальны характар і адарваныя ад рэальнасці, часцей за ўсё прывязаныя да календара, а таксама да фрагментаў савецкага мінулага (у першую чаргу да перыяду Вялікай Айчыннай вайны). Актыўнасць жа дзяржаўных СМІ, з другога боку, моцна завязаная на асобе Аляксандра Лукашэнкі, што з часам таксама становіцца аднастайным і нават камічным.

Патэнцыял у супрацьстаянні прапагандзе — у генерацыі **новых ідэй**, пераасэнсаванні і асіміляцыі больш **шырокіх кантэкстаў беларускай гісторыі ў кантакце з сучаснасцю**, а таксама ў стварэнні **вобразу будучыні**, звязанага з актуальным дыскурсам.

У кантэксце папулярнасці наратыву пра Лукашэнку асабліва важна адзначыць патэнцыял выкарыстання **архетыпу Героя**. Слабасць палітычнага рэжыму Лукашэнкі якраз і праяўляецца ў гэтым наратыве: падобна да бога-бацькі Кронаса, які з'ядае сваіх дзяцей, Бацька «з'ядае» новых герояў Беларусі — як праз рэпрэсіі супраць апазіцыі, так і праз недапушчэнне росту выхадцаў з самой сістэмы. Адсюль і складанасці з канструяваннем вобразу будучыні: у ім **няма новага беларускага Героя**. І «галодныя» СМІ вымушаныя чапляцца за адзінага наяўнага.

АСНОЎНЫЯ ВЫСНОВЫ

Нельга сцвярджаць, што дзяржаўныя СМІ найпрост ідуць за метадычнымі матэрыяламі «да Адзінага дня інфармавання насельніцтва». Хоць іх дыскурсы не супярэчаць адзін аднаму (і нават можна сказаць, што яны належаць да адзінага дыскурсу дзяржаўнай прапаганды), метадычныя матэрыялы і СМІ выкарыстоўваюць розныя каналы і звяртаюцца да розных аўдыторый, расстаўляюць розныя сэнсавыя акцэнтны і выконваюць розныя функцыі.

У той жа час нельга рабіць адназначную выснову пра нейкую самастойнасць беларускіх дзяржаўных СМІ. Імаверна, яны атрымліваюць іншыя спецыяльныя тэматычныя рэкамендацыі. Пра гэта сведчыць практыка паўтарэння сюжэтаў у розных медыя: то схаваная рэклама⁴, то «эксклюзіў»⁵ адразу на трох тэлеканалах, то сюжэты, якія даслоўна⁶ паўтараюцца на СТБ і «Беларусь-1», то вячэрнія выпускі навін, дзе прысутнічае адзін ідэнтычны сюжэт і шэсць вельмі падобных...⁷

Так ці інакш, у дзяржаўных СМІ Беларусі існуюць хронічныя праблемы⁸ не толькі з арыгінальнасцю, але і з канструяваннем вобразу будучыні. Ключавая слабасць сучаснага прапагандысцкага міфа палягае ў тым, што ён не мае яркага зместу і не прадугледжвае развіцця, пакуль у ім няма месца для новага Героя.

Разам з тым дадзенае даследаванне дэманструе, што сістэма прапаганды ў Беларусі ўладкаваная складана, і яе не варта недаацэньваць. Гэтая складанасць можа сведчыць не толькі пра пэўны знешні разрыў у расстаноўцы акцэнтаў, але і пра яе адаптыўнасць.

4. Рына Віж: «ГосТВ сделали одинаковые сюжеты про Dana Holdings. Опять», Media IQ, 30 студзеня 2020

5. Рына Віж: «Эксклюзивное интервью БТ» показали ещё два телеканала», Media IQ, 15 красавіка 2020

6. «На «Беларусь 1» и СТБ вышли сюжеты, которые повторяют друг друга слово в слово», Media IQ, 29 студзеня 2020

7. «В программе наших коллег...». «Беларусь 1» и ОНТ «поют в унисон», Media IQ, 29 жніўня 2020

8. Пётр Парфёненко: «Прогнозы госСМИ на 2025 год: успех Беларуси и крах Запада», Media IQ, 21 студзеня 2025

ДРУГАСНЫЯ КРЫНІЦЫ

Навуковыя даследаванні і аналітычныя справаздачы:

1. Parfionienka, P., & Bykoŭski, P. (2025). *A Divided Reality: Analysis of the Belarusian Media in 2024*. Media IQ. <https://mediaiq.info/a-divided-reality-analysis-of-the-belarusian-media-in-2024>
2. Бузовский, И., Карлюкевич, А., Посталовский, А., и Ротман, Д. (2020). *Особенности трансформации информационного поля Республики Беларусь в современных условиях*. Минск: Высшая школа.
3. Быковский, П., Сидорская, И., и Мазуркевич, М. (2024). *Государственная пропаганда: как избежать ее в Новой Беларуси*. БАЖ. https://baj.media/sites/default/files/analytics/files/2024/government_propaganda.pdf
4. Быковский, П. (2024). *Культурные разломы и медиаландшафт Беларуси*. Media IQ. <https://mediaiq.info/kulturnye-razlomy-i-medialandshaft-belarusi>
5. Bykouski, P. (2023). *A Loss of Media Sovereignty: Synchronization of Belarusian and Russian Propaganda after 2020*. In A. Moshes & R. Nizhnikau (Eds.), *Russian Policy towards Belarus after 2020*. Rowman & Littlefield. <https://doi.org/10.5771/9781666925982>
6. iSANS. (2025). *Monitoring Study of Public Opinion in Belarus. No. 5*. https://isans.org/wp-content/uploads/2025/10/monitor_isansw5eng.pdf

АЎТАРЫ



Media IQ

Беларускі праект, які ажыццяўляе сістэмны маніторынг медыядыскурсу на аснове строга верыфікаваных метадалагічных стандартаў і крытэрыяў журналісцкай этыкі.

У цэнтры даследаванняў знаходзіцца дэканструкцыя маніпулятыўных тэхналогій і аналіз прапагандысцкіх наратываў з выкарыстаннем інструментаў кагнітыўнай лінгвістыкі і колькаснага кантэнт-аналізу.

Маніторынг наратываў скіраваны на выяўленне, сістэматызацыю і аналіз наратываў дзяржаўных СМІ Беларусі і фарміруе сістэматычнае веданне пра структуру прапаганды, доказную базу для супрацьдзеяння маніпуляцыям.

mediaiq@mediaiq.info

ДАДАТАК 1. КОДАВАЯ КНІГА НАРАТЫВАЎ

КОД	НАРАТЫЎ	АЎДЫТОРЫЯ
SN-01	Дзяржава сацыяльная, клапаціцца пра беларусаў і забяспечвае годнае жыццё, развіваючы сацыяльную абарону, адукацыю і медыцыну.	усе
SN-02	Дзяржава развівае эканоміку, умацоўваючы ўстойлівасць краіны і дабрабыт грамадзян.	усе
SN-03	Дзяржава забяспечвае мір і бяспеку, надзейна абараняючы краіну ад любых пагроз.	усе
SN-04	Прэзідэнт задае стратэгічны курс развіцця, забяспечвае поспех і стабільнасць дзяржавы.	усе
SN-05	Захад пагражае, шкодзіць і цісне, спрабуючы аслабіць Беларусь, але мы ўпэўнены супрацьстаім гэтаму ціску.	усе
SN-06	Беларускі народ мудры, падтрымлівае адзінства, мір і міжнацыянальную згоду.	усе
SN-07	Беларусь захоўвае і абараняе гістарычную памяць як аснову народнага адзінства і нацыянальнай ідэнтычнасці.	усе
SN-09	Нашы продкі ў складзе савецкага народа і СССР перамаглі нацызм і выратавалі чалавецтва.	усе
SN-10	Беларусь перажыла велізарныя пакуты ў вайну, і памяць пра гэта робіць нас мацнейшымі і аб'ядноўвае.	усе
SN-11	Дзяржава стварае ўмовы для развіцця моладзі.	моладзь
SN-12	Моладзь павінна быць актыўнай, адказнай і ўдзельнічаць у жыцці краіны.	моладзь
TN-01	Дзяржава праводзіць сумленныя і легітымныя выбары, пацвярджаючы давер народа да ўлады.	усе
TN-02	Беларуская мадэль паспяховая, курс правільны, і дасягненні пяцігодкі гэта пацвярджаюць.	усе
TN-03	Наша Канстытуцыя выражае волю народа, умацоўвае суверэнітэт і адзінства.	усе
TN-04	Неабходна клапаціцца пра здароўе: весці здаровы лад жыцця, займацца спортам і ўдзельнічаць у прафілактыцы.	усе
TN-05	Мы захоўваем святую памяць пра Вялікую Перамогу, ушаноўваем герояў і застаёмся адзінымі дзякуючы іх подзвігу.	усе
TN-06	Падзеі 17 верасня аднавілі гістарычную справядлівасць, сталі асновай народнага адзінства і беларускай дзяржаўнасці.	усе