

МЕДИА- ЛИНГВИСТИКА

2022

N3

ТОМ 9

международный научный журнал

МЕДИАЛИНГВИСТИКА 2022 ТОМ 9 № 3

УСЛОВИЯ ОФОРМЛЕНИЯ ПОДПИСКИ

Периодичность выхода журнала — 4 номера в год.
Минимальный период подписки — 3 месяца (1 номер).

ВАРИАНТЫ ОФОРМЛЕНИЯ ПОДПИСКИ:

1. Подписка через Издательство:

www.publishing.spbu.ru, эл. почта: post@spbu.ru

Стоимость издательской подписки в первом полугодии 2023 года:

1 номер — 620 руб., 4 номера (годовая подписка) — 2480 руб.

Стоимость доставки по действующим тарифам почты добавляется при выставлении счета.

2. Объединенный каталог «Пресса России»,
подписка онлайн на сайтах www.pressa-rf.ru и www.akc.ru

3. Подписка через подписные агентства:

ООО Агентство «Книга-Сервис» — www.akc.ru

ООО «УП Урал-Пресс» — www.ural-press.ru

ООО НПО «Информ-Система» — www.informsystema.ru

ЗАО «Прессинформ» — www.pinform.spb.ru

Стоимость подписки через подписные агентства указана
в соответствующих каталогах.



ИЗДАТЕЛЬСТВО
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА
publishing.spbu.ru



www.mediaing.ru

МЕДИАЛИНГВИСТИКА – международный научный журнал, освещающий проблемы лингвистики медиа: критики и грамматики медиаречи, медиастилистики, медиадискурсологии. Основная направленность издания – публикация оригинальных исследований ученых, интересующихся языком медиа.

В соответствии с редакционной политикой издания редколлегия принимает решение о публикации конкретной статьи после прохождения ею процедуры двойного слепого рецензирования. В качестве рецензентов приглашаются ведущие специалисты СПбГУ и других организаций, включая зарубежные. Требования к публикациям размещены в открытом доступе на сайте <http://medialing.ru/>

Редакционная коллегия журнала «МЕДИАЛИНГВИСТИКА» в своей деятельности ориентируется на принципы публикационной этики, выработанные в международном научном сообществе и отраженные, в частности, в рекомендациях Комитета по этике научных публикаций (publicet.org) и международного Committee of Publication Ethics.

КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Адрес редакции:
Санкт-Петербургский государственный университет,
199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9.
E-mail: rech@jf.pu.ru
Сайт: <https://medialing.ru>

Ответственный секретарь

ЛЕБЕДИНСКАЯ Екатерина Юрьевна

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ ЖУРНАЛА

Главный редактор

Лилия Рашидовна ДУСКАЕВА

Зам. главного редактора

Наталья Анатольевна ПРОКОФЬЕВА

С. АТТАРДО (США);
Д. БЖОЗОВСКА (Польша);
Г. Я. ВАССЕРМАН (ЮАР);
М. ВОЙТАК (Польша);
Ст. ГАЙДА (Польша);
Т. ван ДЕЙК (Испания);
В. З. ДЕМЬЯНКОВ;
Т. Г. ДОБРОСКЛОНСКАЯ;
В. И. ИВЧЕНКОВ (Беларусь);
В. И. КОНЬКОВ;
М. И. КОНЮШКЕВИЧ (Беларусь);
М. А. КОРМИЛИЦЫНА;
Д. КЭМПА-ФИГУРА (Польша);
Б. СКОВРОНЕК (Польша);
К. ФОЛЬТМЕР (Великобритания);
Чжан ХУЭЙЦИНЬ (Китай);
В. Е. ЧЕРНЯВСКАЯ;
Т. В. ШМЕЛЕВА

MEDIA LINGUISTICS – international scientific journal covering problems of linguistics, media criticism and media speech grammar, media stylistics, media discourse. The main aim of the journal is publication of original research devoted to media language.

In accordance to the editorial policy of the publication the Editorial Board decides about publishing the specific article after the passage of the procedure double-blind peer review. The reviewers are invited leading experts of St Petersburg State University and other organizations, including foreign ones. Requirements to publications made publicly available on the website <http://medialing.ru/>

The Editorial Board of the journal “Media Linguistics” in its activities is oriented on the principles of publication ethics, developed in the international scientific community and reflected, in particular, the recommendations of the Committee on the ethics of scientific publications (publicet.org) and the international Committee of Publication Ethics.

EDITORIAL BOARD

Chief Editor

Lilia R. DUSKAEVA (Russia)

Executive Editor

Natalya A. PROKOFEVA (Russia)

S. ATTARDO (USA);
D. BRZOZOWSKA (Poland);
V. Ye. CHERNYAVSKAYA (Russia);
V. Z. DEMJANKOV (Russia);
T. van DIJK (Spain);
T. G. DOBROSKLONSKAYA (Russia);
St. GAJDA (Poland);
Zhang HUIQING (China);
V. I. IVCHENKOV (Belarus);
D. KĘPA-FIGURA (Poland);
V. I. KONKOV (Russia);
M. I. KONYUSHKEVICH (Belarus);
M. A. KORMILITSYNA (Russia);
B. SKOWRONEK (Poland);
T. V. SHMELEVA (Russia);
K. VOLTMER (UK);
H. Ja. WASSERMAN (South Africa);
M. WOJTAK (Poland)

CONTACTS

Editorial office
St Petersburg State University,
7–9, Universitetskaya nab., St Petersburg, 199034.
E-mail: rech@jf.pu.ru
Website: <https://medialing.ru>

Board Secretary

Ekaterina Yu. LEBEDINSKAYA

Фреймирование предвыборной политической ситуации в дискурсе телеграм-канала*

С. Л. Кушнерук

Челябинский государственный университет,
Российская Федерация, 454001, Челябинск, ул. Бр. Кашириных, 129

Для цитирования: Кушнерук С. Л. (2022). Фреймирование предвыборной политической ситуации в дискурсе телеграм-канала. *Медиалингвистика*, 9 (3), 220–236.
<https://doi.org/10.21638/spbu22.2022.304>

Рассматривается специфика фреймирования значимого политического события — выборов Президента Беларуси 2020 г. — в дискурсе телеграм-канала. Актуальность исследования обусловлена необходимостью выявления механизмов деструктивного воздействия на подписчиков в кросс-платформенных мессенджерах — специальных программах для мгновенного обмена сообщениями. Цель исследования — систематизация и анализ генерирующих смыслов фреймов, которые должны оказать влияние на белорусских избирателей. В теоретико-методологическом отношении автор опирается на положения, доказанные в лингвистике информационно-психологической войны и теории фреймирования, об особой роли ментальных структур, предопределяющих понимание мира и взаимодействие между социальными акторами. Материалом для анализа послужили посты в количестве 2173 единиц, опубликованные в течение трех месяцев (с 8 мая по 8 августа 2020 г.) в белорусском оппозиционном телеграм-канале. В результате объяснено, как дискурсивный контекст предопределяет характеристики коммуникации между авторами канала и потенциальными избирателями. Предложена трактовка стратегического фреймирования, уходящая к социологическим взглядам И. Гофмана. Определена его роль в консолидации протестных настроений и получении запланированного политического отклика от массового адресата. Установлены ключевые темы и аспектуальные фреймы как интерпретационные схемы, моделирующие предвыборную картину. Выделены и охарактеризованы функциональные разновидности фреймов — диагностические, прогностические и мотивационные — в тематической области «Граждане Беларуси». Доказано, что посты в оппозиционном дискурсе обладают мобилизационным потенциалом, направленным на дискредитацию действующей власти. Исследование вносит вклад в теорию языка информационного противоборства. Оно призвано способствовать обеспечению интересов государства в сфере информационной безопасности и упреждения любых форм агрессии в медиасфере.

Ключевые слова: стратегическое фреймирование, фрейм, телеграм-канал, Беларусь 2020, медиалингвистика.

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 21-011-31014 опн «Коммуникативное сопровождение антиправительственных выступлений в Белоруссии в 2020 г. (на примере оппозиционных каналов мессенджера Telegram)».

© Санкт-Петербургский государственный университет, 2022

Постановка проблемы

Для Беларуси годом испытаний стал 2020 г. Ночь с 9 на 10 августа 2020 г., а также следующие несколько месяцев ознаменовались акциями протеста людей, не согласных с результатами президентских выборов, на которых победу одержал действующий лидер. Оппозиционно настроенные граждане обвинили власть в фальсификации результатов голосования и многократно выходили на улицы для участия в публичных мероприятиях, а также массовых беспорядках. Установлено, что координацией действий протестующих одновременно занимались несколько телеграм-каналов. Применение сетевых технологий, а именно кросс-платформенных мессенджеров, позволяющих транслировать видео-, текстовые и голосовые сообщения, а также фотографии и иные файлы, отличает белорусские выборы 2020 г. от всех предыдущих. В предвыборный период коммуникация в телеграм-каналах продемонстрировала устойчивость благодаря сетевым возможностям.

Сети нелинейны, или ризомны, т.е. представляют собой рассредоточенные подвижные структуры, способные работать «без головы». Благодаря отсутствию традиционной иерархии их организаторы могут не знать центра происхождения задач. Наличие множественных горизонтальных связей обеспечивает участникам возможность самоорганизовываться, координироваться, договариваться о месте и времени проведения митингов, пикетов, акций протеста и в целом выступать «оружием десуверенизации» [Коровин 2014].

Социальное ориентирование аудитории может осуществляться в трех направлениях — информировании, оценочном диагностировании и стимулировании социальной активности [Дускаева 2014: 24]. Разделяя эту точку зрения, мы считаем, что создаваемая при помощи новых информационных технологий семиотическая реальность в Сети, кроме перечисленных характеристик, может обладать мощным разрушительным потенциалом, направленным на разжигание социально-политической вражды.

Выявление механизмов фреймирования, благодаря которым осуществляется систематическое воздействие на подписчиков, прежде всего молодежь, для их вовлечения в противоправные действия, необходимо для того, чтобы упредить подобного рода деяния в иных политических условиях и способствовать укреплению национальной безопасности любого суверенного государства. В этой связи обнаружение и оценку информационных угроз, исходящих от оппозиционно настроенных групп, пропагандирующих свои взгляды в интернет-пространстве, можно отнести к числу острейших вопросов в области государственной политики, решать которые целесообразно с привлечением знаний о способах конструирования языковой реальности в цифровой среде.

История вопроса

В 2016 г. В. В. Путин подписал Доктрину национальной безопасности, которая содержит перечень основных угроз, связанных с возможностями трансграничного распространения информации. Наряду с прогрессом, практика внедрения инновационных технологий убедила общество в том, что информация способна мгновенно

но поступать к адресату по разным интернет-каналам в виде многокомпонентных сообщений. Очевидно, что на этом фоне деятельность криминальных групп выходит на новый уровень опасности, поскольку моделируемая ими картина политической реальности является искаженной, а основная цель сводится к оказанию деструктивного влияния на тех людей, которые (например, в силу возраста) не имеют устойчивой мировоззренческой позиции.

Необходимость обеспечения интересов государства в сфере информации стимулировала в последние 5–7 лет появление работ, авторы которых обращаются к пропагандистскому дискурсу [Колтунова 2015], экстремистским медиатекстам [Мисонжников 2019], свойствам новых сетевых жанров [Сурикова 2020], вопросам экспертизы информационного обеспечения [Кара-Мурза 2019].

Развитие получает лингвистика информационно-психологической войны [Сковородников 2017; 2019; 2020; 2021]. Это молодое направление лингвистической дискуртологии, объектом исследования которого выступает «специфика использования языка как средства ведения информационно-психологических войн» [Сковородников 2017: 16]. В широком смысле речь идет о противоборстве сторон, возникающем из-за конфликта интересов и осуществляемом главным образом путем языкового воздействия на сознание противника [Сковородников 2017: 13].

Подчеркнем, что в последние 10–15 лет интерес к проблемам информационного противоборства и информационно-психологической войне (далее ИПВ) как технологии воздействия на массовое сознание неуклонно растет. Достаточно указать на некоторые значимые публикации [Бернацкая 2019; Бухарин, Цыганов 2015; Васильев, Подсохин 2016; Евсеева 2019; Кушнерук, Чудинов 2019; Кушнерук, Курочкина 2020; Копнина, Сковородников 2016; Панарин 2012; Синельникова 2014; Сковородников, Копнина 2016; Ткаченко 2011]. Общим местом является признание того, что ИПВ осуществляется не только через СМИ, но и посредством медиаплатформ, предназначенных для разных сообществ.

Противоборство возникает из-за конфликта интересов или идеологий [Сковородников 2017; 2019; 2021]. Конфликт интересов между легитимной властью и оппозицией в ходе предвыборной кампании в Беларуси 2020 г. как широкий дискурсивный контекст предопределяет следующие характеристики коммуникации в телеграм-каналах, которые мы выделяем в терминах лингвистики ИПВ [Сковородников 2017: 22–23]:

1. Существуют два субъекта информационного влияния: субъект-1 (легитимная власть, т.е. поддерживаемая большинством граждан) и противостоящий ему субъект-2, или инициатор ИПВ (оппозиция, ведущая политику сопротивления большинству).

2. Цель субъекта-2 — нанести ущерб субъекту-1 для достижения своих политических интересов (смена власти).

3. Основным каналом ведения ИПВ на стороне субъекта-2 выступают информационные площадки в сети Интернет, социальные сети и кросс-платформенные мессенджеры.

4. Актором ИПВ является непосредственный исполнитель, выступающий на стороне субъекта-2. Им могут быть как отдельные лица, авторы каналов, так и сообщества, протестные группы, физически и/или виртуально существующие и призывающие к действиям против власти.

5. Объект осуществляемой актором ИПВ — сознание подписчиков, имеющих аккаунты в телеграм-каналах.

6. Мишенью ИПВ оказываются представления, связанные с деятельностью властных структур, которые подвергаются критике и осуждению. В мишени выделяется ядро, на которое направлен главный удар дискредитации, — образ действующего президента Беларуси.

7. В качестве информационно-психологического оружия актора рассматриваются посты в телеграм-каналах (поликодовые информационные блоки оппозиционной направленности), в которых возможно соединение знаков разных семиотических систем — вербальных, визуальных и аудиальных.

ИПВ реализуется в телеграм-каналах в формах ограничения политической реальности и выражается в создании «особого» дискурсивного мира (подробнее об этом: <http://discourseworld.ru/>). Он конструируется речедеятелем на основе тщательного отбора информации и средств ее организации в рамках постов. Речь идет, во-первых, об ограниченности дискурсивного мира временными рамками предвыборного периода, во-вторых, о содержании транслируемого контента. Поскольку коммуникация в дискурсе телеграм-канала осуществляется в интересах оппозиционных групп, генерируемая совокупностью постов ментально-языковая структура видоизменяет политическую действительность для своих подписчиков, чтобы усилить «эффект неприятия власти» и навязать агрессивные модели поведения.

В представлении президентских выборов в Беларуси в оппозиционном дискурсе определяющую роль играет стратегическое фреймирование, которое мы рассматриваем как комплекс информационно-психологических операций, направленных на консолидацию протестных сил.

Теория фреймирования/фрейминга (используются синонимично) за рубежом зарекомендовала себя как надежная методология для исследования относительно устойчивых социально разделяемых ментальных структур, предопределяющих понимание окружающего мира и его динамики [Bashatah 2017; Boydston et al. 2014; De Vreese 2005; Entman 1993; Gamson, Modigliani 1989; Gitlin 1980; Godefroidt, Berbers, d'Haenens 2016; Goffman 1974; Hallahan 2008; Kahneman, Tversky 1979; Pan, Kosicki 1993; Semetko, Valkenburg 2000; van Gorp 2007]. В избранной нами социологической трактовке фреймовые структуры «социабельны», в связи с чем происходит постоянное «фреймирование» реальности [Goffman 1974].

За основу в исследовании принимается понимание фреймирования Р. Энтмана. Его определение подчеркивает два момента: во-первых, выбор тех или иных аспектов воспринимаемой реальности и, во-вторых, придание им заметности, «чтобы это способствовало определению проблемы, причинно-следственной интерпретации, моральной оценке и/или рекомендациям» [Entman 1993: 53]. Фреймирование достигается «выделением битов информации в определенном положении, повторением и созданием ассоциаций с известными в культуре символами» [Entman 1993: 53].

Для исследования конструирования медийно-опосредованной реальности в телеграм-каналах важно понимание сущности **стратегического фреймирования**. В общем смысле оно подразумевает намеренное использование фреймирования специалистами по коммуникациям в разных сферах — менеджмент, ор-

ганизационные исследования, исследования социальных движений и медиаисследования [Bateson 1972; Gamson 1992; Goffman 1974; Kahneman, Tversky 1979; Ndinojuo, Thejirika, Okon 2018]. Стратегическое фреймирование служит «оформлению» действительности и ее фрагментов через придание салиентности отдельным вопросам в рамках темы. Его цели состоят в том, чтобы передавать смысл и фокусировать внимание аудитории на определенных элементах сообщения или аспектах темы для получения благоприятного или запланированного отклика [Hallahan 2008].

Как будет продемонстрировано ниже, стратегическое фреймирование обеспечивает возможность авторам оппозиционных телеграм-каналов быстро перерабатывать большие объемы поступающей с мест событий информации и, используя разные семиотические коды, «упаковывать» их для аудитории подписчиков, чтобы побуждать людей думать о предвыборной ситуации необходимым адресанту образом.

В этом процессе определяющую роль играют **фреймы коллективного действия**, в первую очередь имеющие отношение к общественным движениям и понимаемые как ориентированные на действия совокупности убеждений и смыслов, которые «инспирируют и легитимируют» деятельность и кампании по их организации [Benford, Snow 2000]. Они существуют в следующих разновидностях.

Диагностические фреймы «устанавливают диагноз» какого-либо события или аспекта жизни как неприятного и нуждающегося в изменении. Они определяют злободневную проблему, «несправедливость», «жертв», «виновных», устанавливают причинно-следственную связь между явлениями. **Прогностические фреймы** предлагают решения проблемы или по крайней мере план и стратегии реагирования. Имеют отношение к будущим действиям [Godefroidt, Berbers, d'Haenens 2016: 782]. **Мотивационные фреймы** являются мобилизационными, служат «призывом к оружию», т. е. обосновывают необходимость участия в коллективных действиях по «наведению порядка» в проблемной области, создают мотивы [Benford, Snow 2000: 618].

Описание методики исследования

Исследование проведено в соположении количественных и качественных методов [Bashatah 2017; Qaiwer 2016]. Смешанная методологическая перспектива (mixed-methods approach) избрана для дискурсивного анализа, который проводится согласно четырехэтапному алгоритму.

На первом этапе осуществляется квантитативный анализ сообщений в телеграм-канале. Проанализированы находящиеся в свободном доступе 2173 поста в одном из оппозиционных телеграм-каналов в период с 8 мая по 8 августа 2020 г. Автор статьи выступает исполнителем научного проекта № 21-011-31014 опн «Коммуникативное сопровождение антиправительственных выступлений в Белоруссии в 2020 г. (на примере оппозиционных каналов мессенджера Telegram)», поддержанного РФФИ и ЭИСИ, и не разделяет политических взглядов этих каналов.

Обращение к рассматриваемому временному промежутку согласуется с установленным графиком выборов в Беларуси: 8–10 мая 2020 г. — объявление сроков регистрации инициативных групп (51 пост); 11–15 мая 2020 г. — представление кандидатур на пост Президента и регистрация инициативных групп (47 постов);

16–20 мая 2020 г. — выдвижение представителей в территориальные избиркомы (40 постов); 21 мая — 19 июня 2020 г. — сбор подписей (858 постов); 20 июня — 4 июля 2020 г. — подача подписей в ЦИК (379 постов); 5 июля — 14 июля 2020 г. — регистрация кандидатов (235 постов); 15 июля — 3 августа 2020 г. — время агитации (405 постов); 4–8 августа 2020 г. — досрочное голосование (158 постов).

На втором этапе с учетом измеряемых характеристик — число сообщений за день, за обозначенный интервал предвыборного периода и за весь период — определены основные темы, которые оказываются в поле внимания авторов канала на протяжении трех месяцев. Актуальность тем устанавливается по количеству дней, в течение которых они обсуждаются модераторами (количество дней указано в скобках), — «Граждане Беларуси» (83), «Президент» (81), «Задержания» (50), «Кандидаты» (48), «Власти» (48), «Коронавирус» (32).

На третьем этапе проводится качественный анализ языкового материала, а именно контекстуального окружения лексем и словосочетаний, обозначающих политических акторов (граждан, Президента, кандидатов, власть), в оппозиционном дискурсе. Это позволяет охарактеризовать аспектуальное фреймирование предвыборной ситуации с учетом политического регламента.

На четвертом этапе с опорой на доказанные в науке положения [Benford, Snow 2000; Godefroidt, Verbers, d’Haenens 2016] рассмотрены функциональные аспекты фреймирования — диагностический, прогностический и мотивационный, что способствует более глубокому осмыслению того, как модераторы канала оказывают влияние на аудиторию подписчиков, «подогревая» протестные настроения.

Представленный алгоритм обеспечивает понимание моделирования дискурсивного мира предвыборной ситуации и позволяет обнаружить, каким образом в зависимости от политической повестки конструируется и меняется отражение предвыборного процесса.

Анализ материала и результаты исследования

В настоящей статье мы ограничиваемся рассмотрением особенностей фреймирования в рамках темы «Граждане Беларуси», которая получает развитие в течение 83 дней предвыборного периода.

Благодаря дискурсивной стратегии поляризации регулярно противопоставляется власть и белорусский народ. Основной аспектуальный фрейм — «недовольство граждан». В модели дискурсивного мира власть отграничивается от народа, при этом ей приписываются исключительно негативные свойства, в то время как народ представлен жертвой, страдающей от плохой жизни. Ср.: *Власти зажрались, заврались и оторвались от реальности, пока простой народ живет в нищете и едва сводит концы с концами* (14.05). Пейоративная семантика глаголов, обозначающих действия властей, актуализируется в целях «диагностики» глубокого политического кризиса для оказания главным образом эмоционального давления на аудиторию.

Дискредитация власти на эмоциональном уровне часто осуществляется за счет иронии как формы осмеяния и протеста. В традиционном понимании механизмом иронии является противоречие между тем, что эксплицировано, и тем, что подразумевается. Ср.: *Инвалиды — люди, о которых в последнюю очередь думают в нашем государстве для народа* (8.07).

В данном контексте негативная оценка индуцируется благодаря иронии, основанной на семантической трансформации национально-прецедентного феномена, — известного высказывания «Беларусь — государство для народа», которое А. Г. Лукашенко сделал на собрании ко Дню Независимости 2 июля 2018 г. В контексте поста, вызывающего сочувствие к людям с ограниченными возможностями, идейно-эмоциональная оценка политики государства приобретает противоположный смысл и звучит изобличительно.

В других постах идея массового возмущения политикой власти выстраивается благодаря имитации устной разговорной речи, что облегчает модераторам донесение транслируемого мнения до целевой аудитории. Этому же способствует введение в текст прецедентных для белорусов фактов, подкрепляющих протестные настроения. Ср.: *Люди просто накалены до предела всеми этими принудилолками, ложью, хамством, пропагандой. 26 лет — ну сколько можно ж уже?* (28.05). С одной стороны, ложь, хамство, пропаганда, с другой — недовольство граждан (причина — длительный срок президента у власти). Коммуникативно «подогревается» идея злости людей как ответной реакции. Ср.: *Сценарий власти не сработал и еще больше разозлил людей* (30.05).

Сарказм как высшая степень иронии в дискурсе телеграм-канала способствует резкой, бескомпромиссной критике выборов, исходящей от граждан. Ср.: *Псевдовыборы все ближе, а это значит, что народной любви становится больше. Раньше расклеиванием листовок, наклеек, граффити занимались десятки активистов из оппозиционных движений. Сейчас же этим занимаются тысячи обычных людей* (13.07).

Приведенный пост имеет высокую степень негативной эмоциогенности, которая создается разнотипными средствами. На морфологическом уровне префиксоид «псевдо» актуализирует значение мнимости и ложности выборов. В риторическом плане язвительная насмешка, заключенная в словосочетании «народная любовь», служит речевой формой обличения власти. При этом определяется семантическая роль актора, которому приписывается коллективное чувство, — народ. Утверждение о том, что народной любви «становится все больше» меньше чем за месяц до дня выборов, содержит издевку, внедряющую в сознание подписчиков идею непреодолимости разрыва между властью и электоратом. В когнитивном плане профилируется идея массового недовольства. Думается, что акцент на том, что «обычные граждане» вовлечены в деятельность оппозиционных групп, носит пропагандистский характер.

Другой аспектуальный фрейм в рамках развития обсуждаемой темы — «гражданская солидарность». Он чаще всего объективируется лексическими и синтаксическими средствами, например такими как *длинные очереди, километровые очереди, цепи солидарности, живые цепи, скопления людей, самоорганизованность*. Реализация названного фрейма в оппозиционном дискурсе позволяет выделить следующие аспекты фокусировки.

Солидарность граждан Беларуси в действиях и чувствах

В период выдвижения кандидатов и сбора подписей солидарность проявляется в готовности людей стоять в очередях, чтобы поставить подпись за альтернативных кандидатов. Ср.: *По всей Беларуси люди выстраиваются в очереди к пикетам, чтобы подписаться за альтернативных кандидатов* (2.06). Солидарность белорусу-

сов также проявляется в поддержке задержанных. Ср.: *Люди скандируют «Солидарность», показывая отношение к задержаниям на неделе* (7.06).

В прагматическом отношении миромоделирование этого временного отрезка усиливает контрастное восприятие образа действующего президента и обобщенного образа альтернативного кандидата. В создаваемой авторами канала модели предвыборного мира очередь символизирует поддержку гражданами Белоруссии кандидатов от оппозиции, ее отсутствие — непопулярность действующего лидера. Ср.: *За трехпроцентного нет очередей. Ждут подвоза массовки* (10.06).

В большинстве постов дискурсивно конструируется картина, где люди выстраиваются в очереди или цепи. Ср.: *очередь растянулась на сотню метров чтобы поставить подпись за Тихановскую* (24.05); *людей в очереди валом* (26.05); *очень много людей пришли на Тихановскую* (28.05); *люди стекаются на митинги оппозиционных кандидатов* (29.05); *очень многолюдно* (30.05); *очереди просто невероятные!* (31.05); *люди идут и идут* (31.05); *огромные очереди с разных белорусских городов сегодня* (31.05); *езде очереди* (6.06).

Во время агитации солидарность белорусов представлена через указание на эмоциональное единение и разделяемое воодушевление людей во время митингов, организованных альтернативными кандидатами. Ср.: *Атмосфера после митинга [С. Тихановской] не менее воодушевляющая, чем на самом митинге! Эмоции переполняют! Люди получили настоящее удовольствие!* (31.07). Акцентируется удовольствие как общее субъективное переживание, коллективно полученное гражданами от встреч с кандидатами, а также атмосфера праздника. Ср.: *Минск расходится, машины сигналият. Настоящий праздник* (31.07); *Люди расходятся с митинга. Все улыбаются, каждая проезжающая машина сигналиит. Что это, если не праздник?* (1.08).

Солидарность между жителями Беларуси и белорусами в других странах

С конца июня 2020 г. до дня голосования фрейм получает реализацию главным образом через указания на проведение акций солидарности, в том числе организацию велопробегов в крупных городах по всему миру. Ср. список городов в хронологическом следовании митингов — Варшава (21.06), Киев, Лондон, Манчестер, Мюнхен (28.06), Дюссельдорф (30.06), Ницца (1.07), Париж (2.07), Краков, Милан, Рим, Москва (4.07), Франкфурт (5.07), Амстердам (6.07), Брно (9.07), Берлин (18.07), Белосток, Гданьск (19.07), Хабаровск (24.07) и др. Ср.: *Кроме Нью-Йорка, акции за последние дни прошли в Филадельфии, Бремене, Вашингтоне, Париже, Санкт-Петербурге, Лондоне, Копенгагене, Стокгольме, Варшаве, Риге, Киеве, Москве, Изамире, Тель-Авиве, Мадриде, Барселоне, Праге, Вене, Берлине, Гааге, Сан-Франциско, Денвере, Атланте, Лос-Анджелесе, Ванкувере, Бали, Братиславе, Дубае, Лимассоле, Мюнхене, Вильне, Бостоне, Манчестере... кого мы забыли?* (28.06).

Географическая широта перечисленных топонимов создает эффект массовой поддержки белорусских граждан «всем миром» — США, Франция, Россия, Великобритания, Дания, Швеция, Польша, Латвия, Украина, Турция, Израиль, Испания, Чехия, Австрия, Германия, Нидерланды, Индонезия, Словакия, ОАЭ, Кипр и др. На этом фоне подчеркивается несостоятельность акций, организованных действующей властью.

Фрейм преимущественно активируется со второй половины июня по конец июля 2020 г. в постах, сообщающих о том, что этнические белорусы за рубежом принимают активное участие в маршах солидарности, а также выражают свою поддержку гражданам Беларуси через искусство и перформанс.

Солидарность между авторами телеграм-канала и подписчиками

Авторы телеграм-канала устанавливают и поддерживают общий с аудиторией подписчиков язык. В этом отношении особый интерес представляют посты от 14 июля 2020 г. (последний день регистрации кандидатов) и следующего дня, когда люди вышли на протесты против отказа в регистрации кандидатам от оппозиции В. Бабарико и В. Цепкало.

Всех, кто вышел на улицы, модераторы канала назвали «неравнодушными», «гражданами, которые хотят перемен», а также «настоящими потомками партизан», в то время как в официальных источниках фигурирует «немногочисленная», но «агрессивная толпа».

Имеет место заигрывание с аудиторией с целью ее вовлечения в уличные протесты. В этот день в телеграм-канале профилируется идея о том, что «протест везде», а «зеленые человечки» бегают «в попытке разогнать людей». Активируются диагностические и мотивационные фреймы, работающие на мобилизацию подписчиков.

В рамках диагностического фрейма эксплицируется и имплицуруется идея консолидации белорусов для борьбы с несправедливостью. В контексте ниже этому способствует этноним *беларус*, используемый в качестве обращения, а также формы местоимений 1-го и 2-го лица ед. и мн. числа, призванные установить тесную ассоциативную связь между модераторами и реципиентами. Ср.: *Здравствуй, беларус. Я — это ты, а ты — это Я, вместе Мы — Народ! Сегодня, 14 июля, ЦИРК окончательно забрал у всех нас право голоса* (орфография и пунктуация сохранены. — С. К.) (14.07).

Графически обыгрывается акроним ЦИК (Центральная избирательная комиссия), номинирующий государственный орган, который организует и контролирует проведение выборов. В контексте обращения он метафорически превращается в цирк для укрепления идеи зрелища, которое устраивают представители власти перед выборами.

Метафорическая репрезентация гражданской солидарности усиливает передаваемые прагматические смыслы о единстве людей, противостоящих «тараканьей» власти. Ср.: *В Беларуси поднялась небывалая волна солидарности, которая разбивает все преграды, выстраиваемые подлой тараканьей властью* (8.08). Семантика лексем «волна» и «разбивает» передает идею мощи масс и разрушения закрепленных политических установок.

Единство, децентрализация и солидарность граждан рассматриваются как основные элементы консолидации, необходимой для защиты свободы и независимости. В следующем примере мотивационный фрейм запускается серией синтаксических конструкций, содержащих констатирующую часть и рекомендации в формах призывов к действиям сопротивления. Ср.: *Итак, наша сила в единстве — старайтесь держаться рядом с людьми, по отдельности вас гораздо проще выцепить*

тихарям. *Наша сила в децентрализации — не бойтесь просто пройти по улице. Наша сила в солидарности — поддерживайте тех, кто вышел, и особенно тех, кто пострадал в результате милицейского беспредела. Жыве Беларусь!* (15.07). Пост также отличает характерная лозунговость, т. е. использование афористичной синтаксической формы на родном для белорусов языке «Жыве Беларусь!» («Да здравствует Белоруссия!») — девиза, воздействующего на эмоции коллективного адресата и нацеленного на пробуждение и укрепление единения людей на основе национально-гражданских и патриотических чувств.

«Запущенный» в массы мотивационный фрейм в других постах поддерживается эмоциональным «зарядом» восклицательных конструкций, выражающих семантику восхищения и одобрения коллективных действий. Таких примеров обнаруживается много после объединения 16 июля 2020 г. оппозиционных штабов, давшего белорусской политике «женское трио» (С. Тихановская, В. Цепкало, М. Колесникова). Ср.: *В Гомеле настолько много людей, что они натурально не помещаются на выделенную площадку! Гомель очень и очень крут!* (26.07).

В прогностическом отношении фрейм способствует визуализации перспективы, которая должна открыться белорусам после выборов. Ср.: *Наша солидарность уничтожит этот режим и развеет его прах по ветру!* (8.08). За день до голосования заявление звучит пророчеством, которому не было суждено сбыться.

Еще один значимый аспектуальный фрейм в данной тематической области — «перемены». Символический уровень его реализации составляет ставшая гимном протестующей молодежи в постперестроечное время песня В. Цоя «Перемен» (1985), а также песня-бунт «Стены», русскоязычная версия которой была написана российским поэтом К. Медведевым и исполнена группой «Аркадий Коц» (2011).

Известно, что политизация текста песни Цоя произошла вопреки воле автора (см.: https://www.gazeta.ru/culture/2020/08/15/a_13195537.shtml). В постсоветском пространстве композиция превратилась в песню-лозунг (Белоруссия 2011 г., Украина 2014 г.) и оказалась прочно увязанной с выборами в Беларуси 2020 г., особенно после того как звукорежиссеры Кирилл Голанов и Владислав Соколовский включили ее 6 августа на официальном празднике в Минске.

«Песня всех протестов» «Стены» была написана в 1968 г. в Испании на каталонском языке Луисом Льяком (Lluís Llach) и считалась гимном антифранкистского сопротивления. В 1978 г. ее перевел польский бард Яцек Качмарский, превратив в символ польского рабочего движения. В 1990–2010-е она признана универсальной песней протеста, особенно на юге Европы, а затем в Тунисе. В 2020 г. композиция сопровождала митинги С. Тихановской.

Социально-протестные смыслы актуализируются в оппозиционном телеграм-канале через регулярную референцию к вышеназванным прецедентным текстам. Ср.: *Люди скандируют «перемен!»* (24.05); *стоят машины из них играют «перемен» и «стены рухнут». Люди хлопают* (24.06); *Беларусы требуют перемен!* (26.07); *Чтобы сотрудникам, которые едут в автозаке, было не скучно стоять на светофоре, заботливые белорусы включили им «Перемен»* (31.07).

Мотивационный потенциал песни «Стены» раскрывается призывом к разрушительным действиям, которые представлены в припеве: «Давай разрушим эту тюрьму!» Со времен польской демократической оппозиции метафоры тюрьмы и стен допускают широкую трактовку, имплицитно заключая, наказание, огра-

ничения свободы граждан со стороны режима. Ср.: *Здесь этих стен стоять не должно! Так пусть они рухнут, рухнут, рухнут! <...> стены рухнут, рухнут, рухнут. И свободно мы вздохнем!* (полный текст см.: <https://pesni.guru/>).

На символическом уровне фрейм «перемены» также соотносится с продолжительными звуковыми сигналами, которые подавали водители во многих городах Беларуси в знак солидарности с оппозиционными кандидатами на митингах. Ср.: *Как минимум 97 % машин сигналият в поддержку людей, которые расходятся с митинга* (1.08); *Как же в Минске много сторонников перемен. И это только люди на машинах!* (7.08).

Противопоставляются власть, которая не желает перемен и наказывает за неповиновение, и обычные люди. Ср.: *Выписывают протокол сигналившему водителю. Но сигналили сегодня тысячи* (18.06). Перемены, ассоциируемые с издаваемым звуком личных автомобилей, метафорически характеризуются звуком выбора белорусов (31.07).

Накануне дня голосования в 22:48 появляется пост, одобряющий действия граждан, которые нарушают правила использования звуковых сигналов, что по закону страны является административно наказуемым. Ср.: *Белорусы, вы невероятные! Мы договаривались на акцию в 19:00, а вы сигналили и выражаете солидарность до сих пор!* (8.08).

Мотивационный аспект фрейма «перемены» реализуется в периоды сбора подписей и агитации. В первом случае модераторы канала призывают записывать и присылать песни, которые бы *раскрывали стремление белорусов к переменам, настоящей независимости, свободным и честным выборам* (10.06). Ср.: *Любые перемены всегда сопровождают яркие песни, которые подхватывают тысячи людей, они становятся народными гимнами. Мы знаем, что среди наших подписчиков много творческих людей. Напишите авторскую песню, запишите видео, залейте на YouTube и пришлите ссылку нам в чат* (10.06).

В период досрочного голосования идея перемен концептуально связывается со взаимопомощью и свободой. Позитивно оценочные смыслы актуализируются в отношении граждан Беларуси. Ср.: *Именно благодаря взаимопомощи, благодаря открытым сердцам своих сограждан, мы уверенно движемся к своей цели — свободе. Мы уже не боимся, потому что знаем, мы — не одни, нас много, нас миллионы. Миллионы улыбок, миллионы протянутых рук помощи, миллионы добрых дел, которые никого не оставят наедине с бедой. Помощь придет в любой ситуации, и мы это доказали. Жыве Беларусь!* (8.08).

Контекстная реализация инклюзивного местоимения «мы» устанавливает тесную связь между корпоративным речедееателем (модератором) и адресатом (подписчиками), объединяя их в группу социально-политического действия («**мы** уверенно движемся к своей цели»; «**мы** уже не боимся»; «**мы** это доказали»). Конструируется образ «группового субъекта», уверенного в своих силах, способного ставить цели и принимать решения. Повтор числительного *миллион* способствует осмыслению оппозиционно настроенного коллективного субъекта как недифференцированного множества, высшей ценностью и целью которого является свобода. На фоне идейно-политического лозунга «Жыве Беларусь!» профилируется идея «омассовления» оппозиции, т. е. ее усиления, что фактически свидетельствует о возрастании угрозы действующей власти.

Выводы

В статье рассмотрены особенности стратегического фреймирования предвыборной политической ситуации в Беларуси 2020 г. в дискурсе одного из белорусских оппозиционных телеграм-каналов в течение трех месяцев, предшествовавших дню голосования. Когнитивно-дискурсивный подход позволил учитывать языковые, когнитивные, а также социальные и политические факторы рассматриваемого периода в «смешанной» методологической перспективе, т. е. в сочетании процедур количественного и качественного анализа.

Фреймирование трактуется как стратегический процесс, намеренно осуществляемый авторами телеграм-канала для информационного продвижения взглядов, критикующих государственные органы, госслужащих и правоохранительную систему. В дискурсивном мире предвыборной ситуации обнаруживается резкое противопоставление интересов представителей действующей власти и электората. Качественный анализ позволил установить аспектуальные фреймы в рамках ключевой темы «Граждане Беларуси» — «недовольство граждан», «гражданская солидарность», «перемены». Значимые фокусировки фреймирования выявлены в диагностическом, прогностическом и мотивационном аспектах.

В диагностическом плане установлено, что миромоделирование носит идеологический характер. Оно направлено на создание, укрепление и концептуальное приращение смыслов об общей несправедливости гражданского общества в Беларуси и необходимости политических перемен. Благодаря дискурсивной стратегии поляризации обобщенный образ оппозиционного кандидата как защитника интересов белорусов моделируется в резком контрасте с образом действующего президента, дискредитируемого в глазах подписчиков.

В прогностическом плане фреймирование относится к будущему развитию политической ситуации после дня выборов в пользу сил, называющих себя демократическими, пропагандирующих свободу граждан Беларуси и разрабатывающих стратегии реагирования на действия властей, которые квалифицируются модераторами как «нелегитимные».

Мотивационный аспект фреймирования в предвыборный период объективируется открытыми призывами к коллективным действиям, большинство из которых способно дестабилизировать белорусское общество. Посты в оппозиционном телеграм-сегменте обладают мобилизационным потенциалом, направленным на подрыв авторитета и дискредитацию действующей власти. Это проявляется в селективной подаче информации о главном политическом противнике альтернативных кандидатов разнотипными, в том числе инвективными, средствами, вызывающими неприязнь к действующему президенту Беларуси, а также прямо и косвенно стимулирующими граждан республики к протестным действиям.

Представляется, что дальнейшее исследование особенностей стратегического фреймирования в оппозиционных телеграм-каналах может внести вклад в лингвистику информационно-психологической войны и оказаться полезным для предотвращения агрессии в интернет-среде.

Литература

- Бернацкая, А. А. (2019). Информационно-психологическая война как дискурсивная практика на страницах художественной литературы. *Экология языка и коммуникативная практика*, 3, 57–71. <https://doi.org/10.17516/2311-3499-069>
- Бухарин, С. Н., Цыганов, В. В. (2015). *Методы и технологии информационных войн*. Москва: Академический проект.
- Васильев, А. Д., Подсохин, Ф. Е. (2016). Информационная война: лингвистический аспект. *Политическая лингвистика*, 2 (56), 10–16.
- Дускаева, Л. Р. (2014). Типология речевых жанров журналистского дискурса. *Медиалингвистика*, 3, 21–24.
- Евсеева, И. В. (2019). Коммуникативная ситуация «обсуждение закона о неуважении к госсимволам» в аспекте информационно-психологического противоборства. *Экология языка и коммуникативная практика*, 3, 72–86. <https://doi.org/10.17516/2311-3499-070>
- Кара-Мурза, Е. С. (2019). Лингвистическая экспертиза информационного обеспечения выборов (на материале президентской кампании 2018 г.). *Медиалингвистика*, 6 (2), 148–163. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2019.201>
- Колтунова, М. В. (2015). Медиамемы в политическом пропагандистском дискурсе. *Медиалингвистика*, 3 (9), 85–92. Электронный ресурс <https://medialing.ru/mediamemy-v-politicheskom-propagandistskom-diskurse/>.
- Копнина, Г. А., Сквородников, А. П. (2016). О философских основаниях лингвистики информационно-психологической войны. *Экология языка и коммуникативная практика*, 1, 35–50.
- Коровин, В. М. (2014). *Третья мировая сетевая война*. Санкт-Петербург: Питер.
- Кушнерук, С. Л., Чудинов, А. П. (2019). Становление лингвистики информационно-психологической войны: методологическая неоднородность и первые результаты. *Экология языка и коммуникативная практика*, 4 (1), 105–118. <https://doi.org/10.17516/2311-3499-081>
- Кушнерук, С. Л., Курочкина, М. А. (2020). Информационно-психологическая война в зарубежной медиакоммуникации: взгляд дискурсолога. *Вестник Челябинского государственного университета*, 7 (441), 97–105. <https://doi.org/10.47475/1994-2796-2020-10713>
- Мисонжников, Б. Я. (2019). Экстремистский медиатекст: угроза насилия — определяющая. *Медиалингвистика*, 6 (2), 218–229. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2019.206>
- Панарин, И. Н. (2012). *СМИ, пропаганда и информационные войны*. Москва: Поколение. Электронный ресурс https://propagandahistory.ru/books/Igor-Panarin_SMI-propaganda-i-informatsionnye-voyny/.
- Синельникова, Л. Н. (2014). Информационная война ad infinitum: украинский вектор. *Политическая лингвистика*, 2 (48), 95–101.
- Сквородников, А. П. (Ред.). (2017). *Лингвистика информационно-психологической войны*. Кн. I. Красноярск: Сибирский федерал. ун-т.
- Сквородников, А. П. (Ред.). (2019). *Лингвистика информационно-психологической войны*. Кн. II. Красноярск: Сибирский федерал. ун-т.
- Сквородников, А. П. (Ред.). (2020). *Лингвистика информационно-психологической войны*. Кн. III. Красноярск: Сибирский федерал. ун-т.
- Сквородников, А. П. (Ред.). (2021). *Лингвистика информационно-психологической войны*. Кн. IV. Красноярск: Сибирский. федерал. ун-т.
- Сквородников, А. П., Копнина, Г. А. (2016). О психологических основаниях лингвистики информационно-психологической войны. *Экология языка и коммуникативная практика*, 2, 238–258.
- Сурикова, Т. И. (2020). Демотиватор в медиадискурсе: границы и свойства жанра. *Медиалингвистика*, 7 (1), 29–50. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2020.103>
- Ткаченко, С. В. (2011). *Информационная война против России*. Санкт-Петербург: Питер.
- Bashatah, N. S. (2017). *Framing analysis of British Newspaper Representation of Saudi Women from 2005–2013*. Doctor thesis. Электронный ресурс <https://usir.salford.ac.uk/id/eprint/42880/1/thesis%20final%206.7.17.pdf>.
- Bateson, G. (1972). *Steps to an ecology of mind: Collected essays in anthropology, psychiatry, evolution, and epistemology*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Benford, R. D., Snow, D. A. (2000). Framing processes and social movements: An overview and assessment. *Annual Review of Sociology*, 26, 611–639. <http://dx.doi.org/10.1146/annurev.soc.26.1.611>
- Boydston, A. E., Card, D., Cross, J. H., Resnik, P., Smith, N. A. (2014). Tracking the development of media frames within and across policy issues. *Working Paper*, 1–25. Электронный ресурс <http://www.cs.cmu.edu/~nasmith/papers/boystun+card+gross+resnik+smith.apsa14.pdf>.

- De Vreese, C. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal*, 13 (1), 51–62.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Gamson, W. A. (1992). *Talking Politics*. New York: Cambridge University Press.
- Gamson, W., Modigliani, A. (1989). The Changing Culture of Affirmative Action. *Research in Political Sociology*, 3, 137–177.
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: Mass media in the making and unmaking of the New Left*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Godefroidt, A., Berbers, A., d'Haenens, A. (2016). What's in a frame? A comparative content analysis of American, British, French, and Russian news articles. *The International Communication Gazette*, 78 (8), 777–801. <https://doi.org/10.1177/1748048516640482>
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. New York: Harper & Row.
- Hallahan, K. (2008). Strategic framing. *International Encyclopedia of Communication*. Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecs107>
- Kahneman, D., Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47 (2), 263–291. <https://doi.org/10.2307/1914185>
- Ndinojuo, B.-C., Ihejirika, W.C., Okon, G.B. (2018). Reinvigorating the Framing Theory: Appraising Reports on Nigerian Military and Boko Haram Insurgency. *International Journal of Media, Journalism and Mass Communications*, 4 (4), 10–19. <https://doi.org/10.1177/1750635218776560>
- Pan, Z., Kosicki, G.M. (1993). Framing analysis: an approach to news discourse. *Political communication*, 10 (1), 55–75. <https://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962963>
- Qaiwer, S.N. (2016). *A Study of Identity Construction in Political Discourse*. Doctor thesis. Электронный ресурс https://www.researchgate.net/publication/309607807_A_study_of_identity_construction_in_political_discourse.
- Semetko, H.A., Valkenburg, P.M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50 (2), 93–109. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- van Gorp, B. (2007). The constructionist approach to framing: Bringing culture back in. *Journal of Communication*, 57 (1), 60–78. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00329.x>

Источники

Указ Президента РФ от 05.12.2016 № 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации». Электронный ресурс <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41460>.

Статья поступила в редакцию 1 марта 2022 г.;
рекомендована к печати 4 июня 2022 г.

Контактная информация:

Кушнерук Светлана Леонидовна — д-р филол. наук, доц.; Svetlana_kush@mail.ru

Framing of pre-election political situation in the Telegram channel discourse*

S. L. Kushneruk

Chelyabinsk State University,
129, ul. Brat'yev Kashirinyh, Chelyabinsk, 454001, Russian Federation

For citation: Kushneruk S. L. (2022). Framing of pre-election political situation in the Telegram channel discourse. *Media Linguistics*, 9 (3), 220–236. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2022.304> (In Russian)

* The research was funded by the Russian Foundation for Basic Research and EISR according to the research project no. 21-011-31014 “Communicative support of anti-government demonstrations in Belarus in 2020 (the case of the opposition channels of the Telegram messenger)”

The paper aims, within the cognitive-discursive paradigm, at analyzing framing of one of the major political events in 2020 — the election of the President in Belarus, covered in the discourse of a Telegram channel. The author focuses on identifying mechanisms of destructive influence exerted on mass subscribers of a cross-platform messenger during a pre-election period. The objective of the research is to systematize and analyze frames that generate meanings that should influence Belarusian voters. In theoretical terms, the study is based on the provisions crucial for Linguistics of information and psychological war and Framing theory. The material for the analysis presents a selection of 2173 messages, posted in an oppositional telegram channel within three months (from May 8 till August 8, 2020). The sociological understanding of frame structures is important for the research. Its methodological implications are discussed. The interpretation of strategic framing is developed to suit the aim of the research and establish its role in consolidating protest sentiments and obtaining a planned political response from the mass addressee. The key themes and issue-specific frames are reconstructed to reveal how interpretive schemas model the pre-election political world. The thematic field “the Belarussians” is characterized from the point of view of three functional varieties of frames — diagnostic, prognostic and motivational. It is argued that posts in the opposition discourse channel have a mobilization potential, directed at subscribers with the aim of discrediting the official government. The research contributes to the theory of the language of information war and ensures the interests of Russian state politics in the field of information security and prevention of any aggression.

Keywords: strategic framing, frame, telegram channel, Belarus 2020, media linguistics.

References

- Bashatah, N. S. (2017). *Framing analysis of British Newspaper Representation of Saudi Women from 2005–2013*. Doctor thesis. Retrieved from <https://usir.salford.ac.uk/id/eprint/42880/1/thesis%20final%206.7.17.pdf>.
- Bateson, G. (1972). *Steps to an ecology of mind: Collected essays in anthropology, psychiatry, evolution, and epistemology*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Benford, R. D., Snow, D. A. (2000). Framing processes and social movements: An overview and assessment. *Annual Review of Sociology*, 26, 611–639. <http://dx.doi.org/10.1146/annurev.soc.26.1.611>
- Bernatskaia, A. A. (2019). Information and psychological war as a discursive practice on the pages of fiction. *Ekologiya iazyka i kommunikativnaia praktika*, 3, 57–71. <https://doi.org/10.17516/2311-3499-069> (In Russian)
- Boydston, A. E., Card, D., Cross, J. H., Resnik, P., Smith, N. A. (2014). Tracking the development of media frames within and across policy issues. *Working Paper*, 1–25. Retrieved from <http://www.cs.cmu.edu/~nasmith/papers/boydstun+card+gross+resnik+smith.apsa14.pdf>.
- Bukharin, S. N., Tsyganov, V. V. (2015). *Methods and technologies of information wars*. Moscow: Akademicheskii proekt Publ. (In Russian)
- De Vreese, C. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal*, 13 (1), 51–62.
- Duskaeva, L. R. (2014). Typology of speech genres in journalistic discourse. *Medialingvistika*, 3, 21–24. (In Russian)
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Evseeva, I. V. (2019). The communicative situation ‘discussion of the law on disrespect for state symbols’ in the aspect of information and psychological confrontation. *Ekologiya iazyka i kommunikativnaia praktika*, 3, 72–86. <https://doi.org/10.17516/2311-3499-070> (In Russian)
- Gamson, W. A. (1992). *Talking Politics*. New York: Cambridge University Press.
- Gamson, W., Modigliani, A. (1989). The Changing Culture of Affirmative Action. *Research in Political Sociology*, 3, 137–177.
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: Mass media in the making and unmaking of the New Left*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Godefroidt, A., Berbers, A., d’Haenens, A. (2016). What’s in a frame? A comparative content analysis of American, British, French, and Russian news articles. *The International Communication Gazette*, 78 (8), 777–801. <https://doi.org/10.1177/1748048516640482>

- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. New York: Harper & Row.
- Hallahan, K. (2008). Strategic framing. *International Encyclopedia of Communication*. Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecs107>
- Kahneman, D., Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47 (2), 263–291. <https://doi.org/10.2307/1914185>
- Kara-Murza, E. S. (2019). Linguistic expertise of information support of elections (based on the presidential campaign of 2018). *Medialingvistika*, 6 (2), 148–163. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2019.201> (In Russian)
- Koltunova, M. V. (2015). Media memes in the political propagandistic discourse. *Medialingvistika*, 3 (9), 85–92. Retrieved from <https://medialing.ru/mediamemy-v-politicheskom-propagandistskom-diskurse/>. (In Russian)
- Kopnina, G. A., Skovorodnikov, A. P. (2016). On the philosophical foundations of the linguistics of information and psychological war. *Ekologiya iazyka i kommunikativnaia praktika*, 1, 35–50. (In Russian)
- Korovin, V. M. (2014). *The Third World Network War*. Saint Petersburg: Piter Publ. (In Russian)
- Kushneruk, S. L., Chudinov, A. P. (2019). Linguistics of information-psychological war in the making: methodological heterogeneity and first results. *Ekologiya iazyka i kommunikativnaia praktika*, 4 (1), 105–118. <https://doi.org/10.17516/2311-3499-081> (In Russian)
- Kushneruk, S. L., Kurochkina, M. A. (2020). Information and psychological war in the media: a discourse analyst's perspective. *Vestnik Cheliabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 7 (441), 97–105. <https://doi.org/10.47475/1994-2796-2020-10713> (In Russian)
- Misonzhnikov, B. Ia. (2019). Extremist media text: the threat of violence — the defining. *Medialingvistika*, 6 (2), 218–229. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2019.206> (In Russian)
- Ndinojuo, B.-C., Ihejirika, W. C., Okon, G. B. (2018). Reinvigorating the Framing Theory: Appraising Reports on Nigerian Military and Boko Haram Insurgency. *International Journal of Media, Journalism and Mass Communications*, 4 (4), 10–19. <https://doi.org/10.1177/1750635218776560>
- Pan, Z., Kosicki, G. M. (1993). Framing analysis: an approach to news discourse. *Political communication*, 10 (1), 55–75. <https://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962963>
- Panarin, I. N. (2012). *Mass media, propaganda and information wars*. Moscow: Pokolenie Publ. Retrieved from https://propagandahistory.ru/books/Igor-Panarin_SMI-propaganda-i-informatsionnye-voyny/. (In Russian)
- Qaiwer, S. N. (2016). *A Study of Identity Construction in Political Discourse*. Doctor thesis. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/309607807_A_study_of_identity_construction_in_political_discourse.
- Semetko, H. A., Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50 (2), 93–109. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- Sinel'nikova, L. N. (2014). Information war ad infinitum: Ukrainian vector. *Politicheskaya lingvistika*, 2 (48), 95–101. (In Russian)
- Skovorodnikov, A. P. (Ed.). (2017). *Linguistics of information and psychological war*. Book 1. Krasnoyarsk: Siberian Federal University Publ. (In Russian)
- Skovorodnikov, A. P. (Ed.). (2017). *Linguistics of information and psychological war*. Book 2. Krasnoyarsk: Siberian Federal University Publ. (In Russian)
- Skovorodnikov, A. P. (Ed.). (2017). *Linguistics of information and psychological war*. Book 3. Krasnoyarsk: Siberian Federal University Publ. (In Russian)
- Skovorodnikov, A. P. (Ed.). (2017). *Linguistics of information and psychological war*. Book 4. Krasnoyarsk: Siberian Federal University Publ. (In Russian)
- Skovorodnikov, A. P., Kopnina, G. A. (2016). On the psychological foundations of the linguistics of information and psychological war. *Ekologiya iazyka i kommunikativnaia praktika*, 2, 238–258. (In Russian).
- Surikova, T. I. (2020). Demotivator in media discourse: Boundaries and properties of the genre. *Medialingvistika*, 7 (1), 29–50. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2020.103> (In Russian)
- Tkachenko, S. V. (2011). *Information war against Russia*. Saint Petersburg: Piter Publ. (In Russian)
- van Gorp, B. (2007). The constructionist approach to framing: Bringing culture back in. *Journal of Communication*, 57 (1), 60–78. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00329.x>
- Vasil'ev, A. D., Podsokhin, F. E. (2016). Information warfare: linguistic aspect. *Politicheskaya lingvistika*, 2 (56), 10–16. (In Russian)

Sources

Decree of the President of the Russian Federation no. 646 dated 05.12.2016 “On the approval of the Information Security Doctrine of the Russian Federation”. Retrieved from <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41460>. (In Russian)

Received: March 1, 2022

Accepted: June 4, 2022

Author's information:

Svetlana L. Kushneruk — Dr Sci. in Philology, Associate Professor; Svetlana_kush@mail.ru