

# МЕДИАМОДЕЛИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ: КОГНИТИВНЫЕ ОСНОВАНИЯ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ

*Т. В. Солодовникова*

*Белорусский государственный университет,  
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,  
tatianasolodovnikova2015@gmail.com*

Рассматриваются когнитивные и дискурсивные механизмы моделирования национальной идентичности в медиатексте. Проанализированы символические стратегии и фреймы, через которые конструируется представление о нации в современной медиасреде. Предложен подход когнитивно-матричного моделирования, опирающийся на концепты коллективной идентичности и их репрезентации в медиа. Рассматриваются методологические и прикладные аспекты использования данного подхода в образовательной практике, в том числе в рамках развития критического мышления и медиаграмотности обучаемых.

**Ключевые слова:** национальная идентичность; медиадискурс; когнитивное моделирование; концепт; фрейм; медиаграмотность.

# МЕДЫЯМАДЭЛЯВАННЕ НАЦЫЯНАЛЬнай ІДЭНТЫЧНАСЦІ: КАГНІТЫЎНЫЯ ПАДСТАВЫ І АДУКАЦЫЙНЫ ПАТЭНЦЫЯЛ

*Т. У. Саладоўнікова*

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,  
вул. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,  
tatianasolodovnikova2015@gmail.com*

Разглядаюцца кагнітыўныя і дыскурсіўныя механізмы мадэлявання нацыянальнай ідэнтычнасці ў медыятэксце. Прааналізаваны сімвалічныя стратэгіі і фрэймы, праз якія канструіруецца ўяўленне аб нацыі ў сучасным медыясяродзі. Прапанаваны падыход кагнітыўна-матрычнага мадэлявання, які абапіраецца на канцэпты калектыўнай ідэнтычнасці і іх

рэпрэзентацыі ў медыя. Разглядаюцца метадалагічныя і прыкладныя аспекты выкарыстання дадзенага падыходу ў адукацыйнай практыцы, у тым ліку ў межах развіцця крытычнага мыслення і медыяпісьменнасці навучэнцаў.

**Ключавыя словы:** нацыянальная ідэнтычнасць; медыядыкурс; кагнітыўнае мадэляванне; канцэпт; фрэйм; медыяпісьменнасць.

Современные медиапрактики играют ключевую роль в формировании образа нации как символической конструкции. Национальная идентичность задается через повторяемые образы, культурные коды и дискурсивные паттерны, встроенные в медиатексты различного жанра. В этой связи представляет интерес метод когнитивного моделирования, позволяющий выявить внутреннюю структуру таких репрезентаций и способы их усвоения массовой аудиторией. Исследование опирается на подходы Н. Н. Болдырева, Т. В. Черниговской, Ю. М. Лотмана, а также на зарубежные разработки в области анализа медиафреймов и идеологического дискурса.

Медиапространство современной Беларуси представляет собой важнейшую платформу символического воспроизводства образа нации. Через государственные и негосударственные информационные ресурсы транслируются устойчивые нарративы, призванные формировать чувство принадлежности, исторической преемственности и культурного единства. С этой целью в медиатексты активно включаются национальные символы, мифологемы, образы прошлого и современные достижения. Понимание механизмов такого представления требует обращения к когнитивному моделированию как инструменту анализа смысловой структуры медиатекстов.

Когнитивное моделирование национальной идентичности опирается на представление о концепте как сложной ментальной единице, объединяющей прототипические признаки, сценарии и ценностные компоненты. По мнению Н. Н. Болдырева [1], концепт способен структурировать культурное знание и участвовать в моделировании социальной реальности. В белорусском медиаполе ключевые концепты идентичности – «Беларусь», «независимость», «традиции», «народ», «язык» – реализуются в новостных, культурных и рекламных дискурсах. Эти концепты функционируют в рамках фреймов «родная земля», «память поколений», «национальное единство». Когнитивно-матричный подход позволяет анализировать, какие элементы концепта активизируются в конкретных

медиатекстах, как формируется ассоциативное и эмоциональное восприятие идентичности.

Белорусские теленовости (например, «ОНТ», «Беларусь 1») регулярно используют символические фреймы – изображения государственных флагов, гербов, торжественных мероприятий, цитат исторических деятелей. Как отмечает Н. М. Шестёркина [1], подобные визуальные коды запускают когнитивные схемы «стабильности», «принадлежности», «исторического наследия». Например, сюжеты ко Дню Победы структурируются вокруг концепта «нация как наследница героизма», где повторяются сцены с ветеранами, цветами, военными маршами. Это моделирует когнитивную матрицу, в которой Беларусь – это «память, преемственность, мир».

Спортивные трансляции и репортажи создают фрейм «Беларусь – страна героев». Комментаторы, как правило, апеллируют к образам силы, воли и победы, закрепляя спортсменов в роли национальных символов. Исследование А. Ю. Смирновой [2] демонстрирует, что ключевые концепты в спортивных СМИ – «честь», «слава», «героизм» – визуализируются через лозунги, цвета национального флага, обращения к «народу». В новостях о международных турнирах используется формула: «наши спортсмены защищают честь страны», что поддерживает когнитивный сценарий коллективной солидарности.

Медиарепрезентации, формирующие национальную идентичность, могут и должны становиться объектом анализа в рамках медиаобразовательных программ. Один из подходов – использование когнитивно-матричной модели, предполагающей вычленение концептов, сценариев и фреймов в медиатексте. Это позволяет обучаемым осознанно деконструировать символические коды, транслируемые средствами массовой информации.

Примером актуального медиакейса является освещение в белорусских СМИ первого в истории страны полета женщины-космонавта – Марины Василевской (апрель 2023 г.). Медиа сопровождали это событие многоуровневым нарративом, совмещающим научное достижение, гендерное представительство и национальную гордость.

Проведем небольшой кейс-анализ: «Марина Василевская – лицо современной Беларуси». Материалы порталов БелТА, «СБ. Беларусь сегодня», телеканалов «ОНТ», «СТВ» и «Беларусь 1» репрезентировали Василевскую как «наследницу» традиций советского космоса и одновременно как символ «независимой, современной Беларуси». Активно

эксплуатировались фреймы: «Белорусская мечта» – акцент на том, что «обычная девушка» стала первой женщиной от Республики Беларусь в космосе; «Женское лицо нации» – образ женщины как «лидера», «матери», «интеллектуалки»; «Наука и патриотизм» – Беларусь как страна, вносящая вклад в глобальные космические миссии.

Когнитивная матрица этого медианарратива включает концепты: «нация» → «достижение» → «будущее»; «женщина» → «интеллект», «служение», «гордость»; «Беларусь» → «космос», «традиции», «инновации». Эта матрица формирует когнитивный сценарий: «Белоруска в космосе – следствие успешной государственной политики, символ культурной зрелости и технологической независимости». Данный кейс, равно как и подобные ему, может быть использован в рамках занятий по медиаобразованию, истории, обществознанию или культурологии с целью формированию позитивной государственной идеологии и четкой гражданской позиции у молодежи. Приведем некоторые варианты заданий: анализ сопроводительного текста и видео; выделение фреймов и концептов; составление визуальной карты когнитивной матрицы; сравнение подачи события в разных СМИ (в т. ч. зарубежных); обсуждение, какие символы активируются, какие смыслы доминируют, что умалчивается.

Убеждены в том, что подобная практика способствует развитию навыков дискурсивного анализа; пониманию роли медиа в национальной мифологии; формированию метапознавательной позиции обучающегося; осознанию механизмов культурной идентификации в медиа.

Подводя итог представленным несколько эскизно рассуждениям, отметим, что медиамоделирование национальной идентичности включает в себя сложную сеть когнитивных и символических механизмов. Использование когнитивных моделей позволяет выявить, как медиадискурс формирует устойчивые образы нации и активирует ключевые культурные концепты. Интеграция этого подхода в образовательную среду открывает перспективы для системного развития медиаграмотности и критического восприятия информации.

### Бібліографічныя спасылкі

1. Шестёркина Н. М. Медiateксты как инструмент формирования образа государства // Медиаобразование. 2015. № 1. С. 33–39.
2. Смирнова А. Ю. Национальные символы в спортивных СМИ: когнитивный и прагматический аспекты // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2021. № 3. С. 75–82.