

3. *Гарявин, А. Н.* Экономический идеал анархо-коммунистического общества в работе П. А. Кропоткина «Хлеб и воля» / А. Н. Гарявин // Труды Международной научной конференции, посвященной 150-летию со дня рождения П. А. Кропоткина. — М., 1997. — Вып. 2. Идеи П. А. Кропоткина в социально-экономических науках. — С. 173–183.

4. *Шубин, А. В.* Великая испанская революция 1931–1939 гг. / А. В. Шубин. — СПб. : Академ. Проект, 2019. — 594 с.

5. *Майкл, Альберт.* Парекон сегодня [Электронный ресурс] / Майкл Альберт // ZNetwork. — Режим доступа: <https://znetwork.org/ru/znetarticle/parecon-today-by-michael-albert/>. — Дата доступа: 10.05.2024.

И. А. Малюк

*Научный руководитель — кандидат исторических наук О. Г. Казак
БГЭУ (Минск)*

ВЛИЯНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПРОПАГАНДЫ НА РЕСПУБЛИКУ БЕЛАРУСЬ

Пропаганда — мощный инструмент, способный оказать влияние на общественное мнение и поведение. В последние годы Республика Беларусь оказалась в центре внимания из-за политических изменений и социальных потрясений. Это подчеркивает необходимость изучения роли пропаганды в современной политической обстановке. Проблема деструктивной пропаганды заключается в том, что она оказывает серьезное воздействие на социально-экономическое развитие страны, вызывая разделение общества, а также мешая формированию здорового политического диалога.

Основной вектор антибелорусской пропаганды направлен против действующей системы государственного управления. Это явление оказывает отрицательное влияние на общественное мнение, что еще в 2020 г. привело к попытке дискредитации правительства среди населения. Оппозиционная пропаганда, спонсируемая иностранным капиталом, направлена на формирование отрицательного образа страны как среди международного сообщества, так и внутри самого государства.

Одним из ключевых источников антибелорусской пропаганды являются иностранные СМИ. Особенно активно это проявилось в период последних президентских выборов. Такие СМИ часто декларируют определенную позицию, подкрепляя ее искаженной или односторонней информацией, что изменяет взгляд на политическую ситуацию в стране.

Ярким примером информационных медиа, которые публиковали пропагандистские материалы о Беларуси в этот период, является немецкий новостной ресурс «Die Zeit». В издании, начиная с июня 2020 г., активно обсуждались

предстоящие выборы. На медиаплатформе можно насчитать более 60 публикаций, посвященных данной теме. Издание создало целые разделы, посвященные Беларуси, уделяло значительное внимание митингам и протестным акциям, публиковало материалы с провокационными заголовками [1]. Не менее активными оказались такие французские СМИ, как «Le Figaro». В газете был опубликован ряд манипулятивных материалов, основанных на ложной трактовке действий белорусских властей [2].

Здесь становится очевидной необходимость для Республики Беларусь разработки эффективных стратегий по борьбе с враждебной пропагандой в информационном пространстве. Данные стратегии могут включать в себя укрепление собственных медийных ресурсов, повышение осведомленности общественности о методах пропаганды, а также активное участие в международных диалогах и инициативах по борьбе с дезинформацией и манипуляциями. Только таким образом Беларусь сможет защитить и сохранить свою суверенность и представить мировому сообществу объективную картину событий в стране.

Источники

1. Ein Krieg gegen das eigene Volk [Electronic resource] // Zeit Online. — Mode of access: <https://www.zeit.de/politik/ausland/2020-08/proteste-belarus-praesidentschaftswahl-polizeigewalt-minsk-wahlbetrug-swetlana-tichanowskaja>. — Date of access: 20.03.2024.

2. Biélorussie: qui est Alexandre Loukachenko, réélu pour un sixième mandat dans un climat agité [Electronic resource] // Le Figaro. — Mode of access: <https://www.lefigaro.fr/international/bielorussie-qui-est-alexandre-loukachenko-reelu-pour-un-sixieme-mandat-dans-un-climat-agite-20200810>. — Date of access: 20.03.2024.