

Революция Жёлтых жилетов: медиа, насилие и неравенство

Научный руководитель – Кастийо Моник

Горелик Юлия Александровна

Аспирант

Университет Париж XII Валь-де-Марн, Кретей, Франция

E-mail: gorelikjulia@mail.ru

Несмотря на то, что в российском медиа-пространстве революция Жёлтых жилетов давно отошла на второй план, в самом Париже не утихают споры, дебаты, профсоюзные движения, и демонстрации. В своем докладе мы бы хотели представить результаты исследования проведенного Лабораторией прикладных исследований и исследований в области социальных наук Университет, г. Тулуза.[1] Речь пойдет о лексикометрическом анализе (дискурс-анализе) специально отобранного корпуса. В него вошли 103 529 комментариев и постов, опубликованных более чем с 20 000 аккаунтов, на странице общественной группы Facebook «La France en colère !!!» («Франция в гневе») в период с 5 по 10 февраля, а также 352 статьи из базы данных Europresse (Европейская пресса) с использованием ключевых слов «желтый жилет» и «желтые жилеты». Выбор периода не случаен: именно в это время задержанный Эрик Друэ, один из лидеров движения, ожидал своего решения. Он также охватывает день мобилизации 5 февраля (забастовка и демонстрация по призыву профсоюзов) и манифестацию Жёлтых жилетов 9 февраля 2019 года. Анализ проводился при помощи специализированного программного обеспечения для статистического анализа текстовых данных, разработанного Лабораторией. Мы бы хотели обратить внимание на следующие выводы, сделанные по его результатам:

1. Средства массовой информации в своей совокупности не занимаются определением и пониманием сути и проблем, поставленных самим движением, но сосредотачивают все своё внимание на реакциях на его последствия на уровне правительств и министерств. Анализ показывает, что темам, связанным с движением, неявно отказывают в самостоятельной повестке дня, переориентируя их на более общий план широкой политической тематики, например, европейских выборов или Больших Дебатов (RIC- гражданский референдум), отдавая голоса экспертным группам. Основное внимание в прессе уделяется двум тематическим областям: спорным вопросам, связанным с насилием, и спорным вопросам, касающимся профсоюзного движения. В целом получается, что по прошествии трех месяцев мобилизации традиционные политические деятели вновь заняли пьедестал медиа-почёта. В изученной группе Facebook Желтые жилеты комментируют новости и, таким образом, частично совпадают с медийной повесткой дня. Однако если участники страницы и призывают к осторожности при получении информации от традиционных средств массовой информации, их жёсткая критика уже не составляет центральный фокус, как это было в ноябре месяце, когда после манифестаций на зданиях наравне с призывами отставки Президента оставались лозунги о коррумпированности всех видов СМИ.

2. Вопрос о политическом насилии, безусловно, занимает первостепенное место в этой области. Если в традиционных медиа Желтые жилеты осуждаются за насилие и вандализм, то в социальных медиа они сами по-прежнему остаются единодушными в отношении порицания насилия как по инициативе демонстрантов, так и сотрудников правоохранительных органов. Здесь «разбойники в масках» по-прежнему обозначаются как не входящие в группу. Однако эта тема получает новое развитие, поскольку связывается с присутствовавшим с самого начала в их дискурсе вопросом социального неравенства. Если раньше она была сосредоточена на экономических привилегиях членов правительства,

то теперь распространяется на разницу в правосудии, обращенной к сообществу желтых жилетов и силе порядка. Приговоры членов движения, ночи, проведенные в тюрьмах, сравниваются с наказаниями государственных чиновников, и приближенных к президенту политических деятелей, например, таких, как Александр Беналла. Таким образом, с новой силой подчеркивается разрыв между населением и фарватерами системы, что подрывает политику, средства массовой информации, а также один из главных идеалов Республики - справедливость.

Источники и литература

- 1) <https://www.lerass.com/wp-content/uploads/2019/02/GJ-V3.pdf> (дата консультации - 25.02.2019)