

Секция «Политическая коммуникация в цифровом обществе: новые тенденции и их осмысление»

**Сравнительный анализ фреймов открытых и закрытых административно-территориальных образований (на материалах городов атомной промышленности)**

*Назарова Мария Сергеевна*

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет политологии, Кафедра российской политики, Москва, Россия  
*E-mail: nazarova.mari1997@mail.ru*

В настоящее время средства массовой информации представляют собой важнейший инструмент, оказывающий влияние на развитие всех сфер жизни общества. С каждым днем медийное пространство расширяет свои границы и проникает в большинство областей деятельности человека. Названная тенденция сформировала острую необходимость в конструктах, облегчающих процесс передачи и усвоения информации, к которым относятся и фрейм. Значение данного феномена тяжело переоценить, поскольку представление о каком-либо объекте политического мира может играть более важную роль, чем его физические характеристики. Соответственно, исследования, посвященные фрейму того или иного политического объекта, представляются незаменимыми как для политологического сообщества, так и для реализации стратегий позиционирования.

Фрейм является междисциплинарным понятием, именно поэтому следует остановиться на нескольких определениях рассматриваемой нами категории. Прежде всего, необходимо проанализировать интерпретацию фреймов И. Гофманом, который смог закрепить понятие в социологии. В данном контексте фрейм связывается, прежде всего, с ситуацией, в то же время социолог отмечает, что определение самой ситуации формируются путем соответствия «принципам социальной организации событий» и степени вовлеченности субъекта в них [1]. Однако в рамках данного исследования будет использовано определение, данное У. Гамсоном и А. Модильяни. В понимании исследователей фрейм - это основная идея текста либо сюжета в средствах массовой информации, содержащая суть главного «сюжета информационного сообщения» [3].

Указанная выше тенденция характерна для всех объектов политического мира, и территориальные единицы не являются исключением. В России насчитывается более тысячи городов, и их физическое состояние недоступно для большей части жителей страны, именно поэтому их фреймы являются единственным способом для «знакомства» с населенным пунктом. Кроме того, представляется важным и его внутреннее позиционирование для жителей. Для открытых и закрытых городов атомной промышленности эта проблема встает особенно остро, поскольку данные территории являются стратегически важными для государства, при этом возможности их всеобъемлющего позиционирования несколько ограничены. В качестве «представителей» были выбраны город ядерно-оружейного комплекса Государственной корпорации по атомной энергии «Росатом», ЗАТО г. Заречный, и город топливного дивизиона Глазов. Соответственно, для данных населенных пунктов особую значимость приобретают искусственно созданные конструкты, необходимые и для внутреннего позиционирования города, и для формирования внешнеполитического позиционирования на региональном и даже федеральном уровнях. В рамках исследования будут рассмотрены именно внутренние фреймы городов. Соответственно, целью работы является выявление особенностей конструирования городского фрейма, направленного на внутреннюю аудиторию.

Для реализации цели исследования был проведен фрейм-анализ контента крупнейших городских интернет-ресурсов. Для Заречного мы выбрали «Информационно-развлекательный портал города Заречного Пензенской области «Город Z» [5] и «ЗарПресса» [7], для Глазова - «Город Глазов» [4] и «Жизнь Глазова» [6]. Данные медиа являются самыми посещаемыми в своих городах, статьи отбирались по релевантности и охватывали временной промежуток, начиная с 2021 года.

В рамках данной работы для анализа интернет-ресурсов была применена модель массовой коммуникации, разработанная Г. Лассуэллом еще в XX веке, которая включает в себя ряд элементов: источник сообщения, само сообщение, канал передачи информации, реципиент, а также эффект коммуникации [2]. Для реализации цели исследования модель массовой коммуникации была совмещена с концепцией фреймов, таким образом, транслируемое сообщение должно отвечать на вопрос «Что здесь должно происходить?». Формируется сценарий повседневной деятельности, куда входят актер, место действия, основное действие, а также возможные причинно-следственные связи, что и представляет собой фрейм города.

В результате исследования сформированных городскими СМИ фреймов был проведен сравнительный анализ, в рамках которого были выделены основные общие и особенные характеристики конструкторов. Кроме того, сделан ряд выводов, касающихся уникальных черт фреймов городов присутствия атомной промышленности, что позволило дать рекомендации органам самоуправления и городским медиа для более эффективного внутриполитического позиционирования населенного пункта.

#### Источники и литература

- 1) Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта: Пер. с англ. / Под ред. Г.С. Батыгина и Л.А. Козловой; вступит. статья Г. С. Батыгина. М., 2003.
- 2) Юферева А.С. Средства массовой информации как институт политической коммуникации в условиях интернета // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2017. Т.2, №3. С. 286-296.
- 3) Gamson W.A., Modigliani A. The Changing Culture of Affirmative Action // Research in Political Sociology. 1989. №3. P. 137-177.
- 4) Город Глазов: <https://gorodglazov.com/>
- 5) Город Z: <https://gorodz.info/>
- 6) Жизнь Глазова: <https://glazovlife.ru/>
- 7) ЗарПресса: <http://news.zarpressa.ru/>