Цесанна Андреевна Антоненко

Донецкий государственный университет

[c.antonenko@donnu.ru](mailto:c.antonenko@donnu.ru)

**Приём фрейминга в процессе преобразования информационного пространства Донбасса**

Данная статья изучает специфику приёма фрейминга в контексте преобразования информационного пространства Донбасса, рассматривает воздействие фреймированного информационного поля на восприятие аудиторией картины реальности, а также включает в себя новую трактовку понятия «фрейм».

Ключевые слова: фрейм, информационное пространство, Донбасс.

На сегодняшний день фрейминг является одним из наименее изученных коммуникативных феноменов в отечественной научной школе. При этом он является и одним из самых распространённых феноменов в современной коммуникативистике. Журналисты ежедневно прибегают к разным приёмам фрейминга, используют его многоярусную структуру для создания материалов, направленных на информирование аудитории, а также воздействия на восприятие ею отдельных фактов действительности или цельной картины репрезентируемой реальности.

Сегодня не существует единого мнения относительно того, что из себя представляет фрейм, какова трактовка данного термина и чем по своей сути он является. Одно из первых определений фрейма было дано в 1974 г. Ирвином Гоффманом. Он называл этот коммуникативный феномен базисным элементом, который исследователь в состоянии идентифицировать в рамках конкретной ситуации. Ситуация, в свою очередь, подчинена организующим принципам, «генерирующим» те или иные события. Эти же принципы регулируют и субъективное участие аудитории в событиях реальности [3].

Роберт Энтман объяснял фрейм следующим образом: «выбирать определённые аспекты реальности и делать их более заметными в коммуникативном тексте, популяризируя таким образом определённую трактовку, интерпретацию её причин, моральную оценку и возможное её решение» [2].

В своих исследованиях мы отталкивались от английского глагола ‘to frame’, который дословно переводится как «создавать», «строить», «сооружать», «конструировать». С этой точки зрения фрейминг представляется нам не способом подачи или обработки информации, но способом конструирования медиареальности или даже реальности в целом. Таким образом, мы представляем себе фрейм как рамочный сценарий репрезентации событий реальности, включающий в себя прежде всего стержневую идею, а также ряд стереотипных (сценарных) элементов, и призванный повлиять на восприятие событий реальности как массовой аудиторией, так и отдельными коммуникантами [1].

Информационное пространство, в свою очередь, представляет собой некое поле, внутри которого создаётся, редактируется, сохраняется и передаётся разного рода информация. Национальное информационное пространство имеет свойство сохранять в себе все исторические этапы и преобразования соответствующей нации. В соответствии с этим мы понимаем и то, что любые изменения информационного поля напрямую связаны с историческими колебаниями в том локализованном пространстве, которое соответствует изучаемому полю.

В современном Донбассе, начиная с 2013 г., происходят как раз такие исторические сдвиги, которые напрямую связаны с политическими и социальными преобразованиями в жизни общества. При этом эти преобразования неизбежно влекут за собой резкие изменения в медиаповестке и в репрезентации журналистами событий реальности.

Одним из важнейшим методом конструирования медиареальности, т.е. фрейминга, является рамочный метод – акцентирование внимания на конкретных аспектах события или на ряде событий реальности, чтобы сформировать у аудитории определённое представление о событии или событиях, в зависимости от масштаба применения рамочного метода. Этот метод широко применяется для формирования современной медиаповестки в СМИ Донбасса, в частности для формирования нового мировоззрения и новых стереотипов восприятия. При этом важно отметить, что методы фреминга в Донбассе действуют как на когнитивном – индивидуальном – уровне, так и на уровне массового сознания, профессионального и культурного восприятия информации.

Учитывая прямую взаимосвязь фреймирования информационного пространства и ментального здоровья аудитории, мы можем утверждать, что многие преобразования настоящей медиаповестки в Донбассе происходят именно под воздействием этого коммуникативного феномена. Его изучение на примере локализованного информационного пространства на сегодняшний день даёт наилучшее представление о фрейме, как о конструкторе не только медиареальности, но и реальности в целом.

Литература

1. Антоненко Ц. А., Артамонова И. М. Фрейминг в коммуникативном потоке // Культура в фокусе научных парадигм. 2019. № 9. С. 183–187.
2. Entman R. Projections of Power: Freming News, Public Opinion, and U.S. Foreign Police. University of Chicago Press, 2003.
3. Goffman E. Frame analysis: an essay on the organization of experience. New York, 1974.