

М. А. Самкова

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

ORCID ID: 0000-0001-6803-2701  E-mail: _degi@mail.ru.

Фреймирование в опыте медийного конструирования образа города

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена актуальной междисциплинарной концепции фреймирования, которая рассматривается с целью осмысления ее роли в конструировании значений в медиадискурсе. В статье исследуются ключевые этапы развития теории фрейма и основные подходы к концептуализации фреймирования в сфере медиакommunikаций, в которой комбинируется терминологический и методологический аппарат двух основных направлений теории — социолого-психологического и кибернетико-лингвистического. К анализу медиадискурса зарубежные и отечественные исследователи применяют критический, когнитивный и конструктивистский подходы. Когнитивные исследования, применяющие дедуктивный и индуктивный методы выделения медиафреймов, позволили сформулировать типологию медиафреймов, содержащую десять типов. Также проанализированы средства вербализации медиафреймов в процессе медиаконструирования событий города Челябинска в местном информационном издании «Комсомольская правда — Челябинск». Материалом для проведения эмпирической части исследования выступили 85 тематически разнообразных новостных текстов на актуальные для жителей города Челябинска темы. В процессе медиаконструирования образа города Челябинска местные СМИ используют общие и частные фреймы и языковые единицы, обладающие негативной коннотацией, что повышает салиентность, под которой мы понимаем свойство активизации фреймов и концептов для представления событий, специально отобранных СМИ для освещения. Продуктивными медиафреймами являются экономика, транспорт, градостроительство, здоровье (COVID-19), деятельность главы города и губернатора. Наиболее частотными средствами вербализации фреймов выступают метафора, метонимия и их виды: антропоморфная и морбиальная метафоры, антономазия.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: журналистика; медиалингвистика; медиадискурс; медиатексты; СМИ; средства массовой информации; российские СМИ; язык СМИ; фрейминг; фреймы; медиафреймы; салиентность; уральские города.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Самкова Мария Андреевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теории и практики английского языка, факультет лингвистики и перевода, Челябинский государственный университет; 454001, Россия, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129, каб. 336; e-mail: _degi@mail.ru.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Самкова, М. А. Фреймирование в опыте медийного конструирования образа города / М. А. Самкова // Политическая лингвистика. — 2021. — № 5 (89). — С. 157-167. — DOI 10.26170/1999-2629_2021_05_18.

БЛАГОДАРНОСТИ. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Челябинской области в рамках научного проекта № 20-412-740004.

ВВЕДЕНИЕ

В настоящей статье рассматривается история развития концепции фреймирования (фрейминга) как части медиаконструирования систем значений. Для анализа определений данного понятия, технологии и эффекта фреймирования мы изучили работы ученых в рамках актуальных социологического и лингвистического подходов, а также рассмотрели, как используются технологии фреймирования в медиадискурсе.

Данная концепция была выбрана для анализа интерпретации вопросов / событий города Челябинска, которые находят регулярное отражение в СМИ. Цель заключается в анализе особенностей медийной репрезентации вопросов / событий города и выявлении технологий дискурсивного «портрети-

рования» городской действительности в условиях современных вызовов времени.

Актуальность выбранной темы базируется на научном потенциале исследований механизмов фреймирования и определяется необходимостью осмысления подачи информации местными СМИ и социальными сетями с целью формирования представления о качестве городской жизни. В настоящее время СМИ имеют склонность к драматизации и негативизации информации, в результате чего у медийной аудитории формируется обедненный или искаженный катастрофический образ города. Соответственно, роль фреймирования в конструировании значений в медиадискурсе приобретает новое видение и требует теоретико-методологического осмысления.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕДИАЯЗЫКА И МЕДИАКОНСТРУИРОВАНИЯ ОБРАЗА ГОРОДА

Фрейм — это междисциплинарное явление. Теория фреймов изначально возникла в психологии и когнитивистике и постепенно распространилась на новые области — социологию и лингвистику. Теория фреймов была мотивирована задачами разработки искусственного интеллекта и искусственных систем. Социолог В. С. Вахштайн выделяет социолого-психологическое и кибернетико-лингвистическое направления как основные в развитии теории фреймов [Вахштайн 2011: 42–43]. Так как фрейм используется для обозначения структуры события, а любое событие структурируется СМИ в виде некоего медиафрейма и СМИ задают определенный тон (часто негативный), то фреймовая модель представления вопросов / событий обоснованно переносится в область изучения медиадискурса.

Концепция фреймирования (фрейминга) глубоко разработана в социологии И. Гофманом и описана в работе «Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience». Фрейм определяется исследователем через понятия «ситуация» и «событие» [Goffman 1986]. Фрейм понимается как способ организации возможных событий, который доступен изучению благодаря наличию структуры, а восприятие структурно изоморфно самому воспринимаемому — событию или ситуации.

В сфере медиакommunikаций П. Д'Анджело выделяет три основных подхода к концептуализации фреймирования, которые до сих пор актуальны. Среди них различают критический, когнитивный и конструктивистский подходы [D'Angelo 2002]. И. А. Асланов при проведении контент-анализа фреймирования в работах российских ученых использует именно данную классификацию, потому что российская традиция заимствовала основные подходы к анализу фреймов из зарубежных исследований [Асланов 2020].

Критический подход основан на работах Р. Энтмана, который акцентирует внимание на «отборе (селекции) и салиентности» (англ. *selection and salience*) отдельных аспектов проблем и событий и дает следующее определение термину «фреймировать»: «отобрать часть аспектов воспринимаемой действительности и выделить (сделать их более заметными) в тексте» [Entman 1993: 52]. Это позволит «определить проблему, дать причинно-следственную интерпретацию, моральную оценку и/или рекомендацию, как относиться к проблеме и как ее трактовать»

[Там же]. В своих последующих работах Р. Энтман определяет фреймирование как «селекцию и выделение некоторых черт событий или вопросов повестки дня с тем, чтобы продвигать определенную интерпретацию, оценку и/или решение» [Entman 2004]. С. Л. Кушнерук считает фреймовый анализ значимым и эффективным, так как он «позволяет обнаружить интерпретационные схемы, при помощи которых журналисты диагностируют проблему, оценивают ее и дают рекомендации относительно возможных путей решения» [Кушнерук 2021: 37].

Согласно когнитивному подходу, фрейм — это «когнитивная схема, которая позволяет классифицировать информацию и интерпретировать события определенным образом» [Мавлетова, Лебедев 2017: 80]. В настоящее время активного пользования Интернетом человек узнает из медиа, в том числе социальных, больше, чем из личного опыта. Поэтому медиафреймы в основном и используются для конструирования образов, в том числе образа города.

В конструктивистском подходе опираются на работы У. Гамсона и А. Модильяни и Б. Ван Горпа. Первые анализируют основные сюжетные линии, метафоры, крылатые выражения, визуальные образы, нравственные мотивы и другие символические приемы, характеризующие медиадискурс [Мавлетова, Лебедев 2017; Gamson, Modigliani 1989]. Б. Ван Горп объединяет качественные и количественные методы и предлагает использовать матрицу медиафреймов — моделей интерпретации реальности [Van Gorp 2010]. Он отмечает наличие «абстрактной природы фрейма» [Van Gorp 2010], которому дается следующее определение: «фрейм — метакоммуникативное сообщение, подчеркивающее взаимосвязь между элементами, связанными в отдельных новостных историях» [Van Gorp 2005].

Критический и конструктивистский подходы используют индуктивный метод исследования. Они «выделяют медиафреймы в зависимости от целей исследования, контекста и изучаемой тематики» [Мавлетова, Лебедев 2017: 83]. Индуктивный метод позволяет выявить те медиафреймы, которые еще не обоснованы теоретически. Основу дедуктивного метода составляет экспериментальная методика. Критический подход использует данную методику и выделяет медиафреймы на основании фреймов, принятых в более ранних эмпирических работах, например, классы медиафреймов, выделенные в работах Х. А. Семетко и П. М. Валкенбург, а также К. Х. де Вриз и др. (таблица 1).

В рамках теоретико-методологического подхода выделяют группу исследований, изучающих формирование повестки дня (англ. *agenda-setting*, термин предложен М. Маккомбсом в 1972 г.) и медиафреймы (англ. *media frames*). Теория установления повестки дня (англ. *agenda-setting theory*) утверждает, что СМИ оказывают значительное влияние на широкую общественность, отбирая те социально-политические проблемы, которые аудитория считает значимыми и на которые обратит внимание. Фрейминг выступает повесткой дня второго уровня. Предполагается, что влияние СМИ на общественное мнение косвенно и ограничено теми проблемами, которые они описывают. Согласно теории, СМИ не могут влиять на то, как граждане оценивают проблемы. Установления повестки дня — это актуализация заранее определенных тем и событий, которые социально и политически значимы.

Однако СМИ не только выполняют функцию установления повестки дня, но и предвзвешенно готовят реципиента к ее восприятию. Согласно исследованиям медиафреймов и медиаэффектов (англ. *media effects*, подробно описанные Д. А. Шофелем в 1999 г.), СМИ могут оказать влияние не только на отбор социально-политических проблем для освещения, но и на то, как общественность их оценивает. «Теория медиафреймов исследует, каким образом интерпретируются и оцениваются в СМИ освещаемые ими сюжеты. Предполагается, что используемые медиафреймы оказывают влияние на общественное мнение» [Мавлетова, Лебедев 2017: 80]. Под медиаэффектом подразумевается само влияние СМИ на реципиентов [Бодрунова 2019].

В тезаурусе современной коммуникативистики также существуют понятия «прайминг» (англ. *priming*, явление открыто психологами Д. Е. Мейером, Р. В. Шваневелдтом и М. Г. Руди в 1971 г.) и «теория привратника», или информационное фильтрование (англ. *gatekeeping*, понятие введено К. Левиным в 1943 г.), связанные с концепцией фреймирования. Эффект прайминга, или предустановки, описывается как взаимосвязь предыдущей и последующей информации, а также скорости ее опознания без активного участия реципиента. Информационное фильтрование — выбор СМИ определенной информации о действительности. Наконец, в сложную модель медиаэффектов входит фреймирование как базовый когнитивный механизм интерпретации дискурса. Часто СМИ подвергают фреймированию (интерпретируют) реальность с определенной це-

лью — побудить реципиента к желаемому действию, например одобрению, порицанию, оправданию.

Таким образом, согласно социолого-психологическому направлению, фреймирование понимается преимущественно с точки зрения ситуации и экстралингвистических факторов. В медиаисследованиях чаще используется термин «фрейминг», чем термины «фреймирование» и «фрейм». Последний свойственен лингвистическим и филологическим публикациям. В рамках лингвистического подхода изучается определенное семантическое наполнение и языковая репрезентация фрейма.

В своей работе Ф. Барлетт описывает «базовое значение прошлого опыта для понимания и запоминания языковых высказываний. Для описания целесообразного представления информации в памяти Ф. Барлетт использует понятие схемы, под которой понимается активная организация прошлого опыта» [Бекмуратова 2017: 220].

В рамках кибернетико-лингвистического направления фрейм определяется как структура данных, когнитивная структура, формат знания (понятие впервые употреблено М. Минским в статье «A Framework for Representing Knowledge», опубликованной в 1974 г.) [Minsky 1974], а в лингвистике и когнитивистике вслед за Ч. Филлмором фрейм принято определять как «все необходимое, вербализованное знание, имеющее отношение к одному конкретному слову» [Fillmore 1977: 59]. Фрейм предстает семантической схемой, системообразующей единицей категоризации и систематизации знаний о мире, а элементы фрейма описываются его репрезентирующими лексемами. Однако М. Минский и Ч. Филлмор определяют фрейм как статическую структуру и не учитывают его динамики. На текущем этапе своего развития когнитивная лингвистика рассматривает фрейм как схему культурного опыта, изменяющуюся в процессе восприятия. Когнитивный подход сфокусирован на «процессах выявления и переработки определенных фрагментов информации в сообщении и изучении того, как эта информация запоминается, используется в принятии решений, влияет на суждения и поведение» [Price, Tewksbury, Powers 1997: 482]. Данный подход подразумевает, что в интерпретации контента фоновые знания реципиента играют важную роль [Iyengar, Kinder 1987].

Фрейм анализируется как единица категоризации (упорядочения знаний), так же как и концептуализации (приписывания смысла и значения). Т. А. ван Дейк определяет фрейм как «единицу знания, организован-

ную вокруг некоторого концепта, содержащую основную, типическую и потенциально возможную информацию, которая ассоциирована с тем или иным концептом» [Дейк, Кинч 1988: 157]. В. З. Демьянков дополняет определение ван Дейка: «...фрейм содержит данные о возможном для представления стереотипной ситуации» [Демьянков 1996: 24].

Фрейм — это модель стереотипной ситуации, а фреймирование (фрейминг) — когнитивный механизм ее представления. Фрейм определяет событие или ситуацию, задает параметры, предлагает сценарии репрезентации событий и варианты их интерпретации. Фрейм связан с процессом категоризации, усваивается и разделяется членами общества, имеет жесткую структуру. Во фрейме преобладают типизированные при-

знаки события или ситуации. Фреймирование позволяет создать целостную картину ситуации и более полно описать когнитивные структуры в категориях, приемлемых для лингвистики.

Теоретико-методологическое основание исследования составляют типы медиафреймов, объединенные в сводную таблицу и подробно описанные Н. Ф. Пономаревым [Пономарев 2010].

Помимо определения типа, в ряде работ по медиафреймам проводится контент-анализ с использованием схемы Х. Семетко и П. Валкенбург [Semetko, Valkenburg 2000], включающей вопросы-индикаторы. В таблице ниже представлены вопросы по общим медиафреймам.

Таблица 1

Типы медиафреймов в рамках когнитивного подхода

Имя исследователя, предложившего классификацию	Тип фреймов	Пояснение
Дедуктивный метод выделения медиафреймов		
Ш. Айенгар [Iyengar 1991]	эпизодические (англ. episodic)	проблемы иллюстрируются событиями
	тематические (англ. thematic)	обобщается тематический контекст
Х. А. Семетко и П. М. Валкенбург [Semetko, Valkenburg 2000], К. Х. де Вриз и др. [de Vreese, Peter, Semetko 2001]	частные (англ. issue-specific)	осмысливаются конкретные события
	общие (англ. generic)	темы используются в разных культурных контекстах: «конфликт, человеческий интерес, экономические последствия, мораль / нравственные принципы, ответственность, национализация» [Semetko, Valkenburg 2000]
Индуктивный метод выделения медиафреймов		
Д. Чонг и Дж. Н. Дракмен [Chong, Druckman 2007], П. Д'Анджело [D'Angelo 2017]	эквивалентные (англ. equivalency)	логически эквивалентны, но сформулированы так, что формулировка заставляет людей изменять свои предпочтения
	эмфатические (англ. emphasis)	люди формируют суждения в зависимости от того, какой аспект утверждения был намеренно подчеркнут
Н.-Дж. Ли и другие [Lee, McLeod, Shah 2008]	стратегические (англ. strategy)	акцентируют внимание на столкновении интересов конкурирующих субъектов
	ценностные (англ. value)	события предстают как «столкновение моральных принципов или базовых ценностей субъектов» [Lee et al. 2008: 696]
	материальные (англ. material)	подчеркивают экономические последствия
	проблемные (англ. issue)	дают альтернативам рациональное объяснение

Таблица 2

Вопросы-индикаторы по схеме Х. Семетко и П. Валкенбург

Наименование медиафрейма	Вопросы-индикаторы
Конфликт	Описывает ли новостной текст несогласие между сторонами / отдельными лицами / группами?
Человеческий интерес	Делается ли акцент в новостном тексте на том, как проблема влияет на отдельных людей и групп?
Экономические последствия	Есть ли упоминания о финансовых потерях или прибылях в настоящем или будущем?
Мораль / нравственные принципы	Содержит ли новостной текст какое-либо моральное послание?
Ответственность	Возлагает ли новостной текст ответственность за проблему на правительственные организации какого-либо уровня?

В исследовании Х. Семетко и П. Валкенбург ответы на вопросы-индикаторы кодируются с помощью 0 и 1. Единица ставится, если ответ положительный, ноль — если ответ отрицательный. Ряд исследователей «для проверки надежности рекомендуют рассчитать статистику альфа-Кронбаха, которая показывает надежность-согласованность предложенных индикаторов» [Мавлетова, Лебедев 2017: 85]. С помощью бинарной кодировки можно кодировать процент новостного текста в рамках конкретного медиафрейма. Количественный анализ проводится для проверки надежности данных.

Наконец, качественный анализ включает исследование средств, с помощью которых фрейм вербализуется (активизируется). Активизация фрейма происходит в том числе благодаря салиентности (выделенности, значимости — англ. *saliency*) в новостном тексте, который играет важную роль в фокусировании внимания пользователей, так как салиентность — это свойство организации концептуальной системы человека, активации концептов и концептуальных структур в речевых актах. Это также и степень, с которой событие, отобранное СМИ для освещения, отличается от других событий в условиях той или иной ситуации. Для того, чтобы медиафреймы оказывали влияние на концептуальную систему реципиентов, салиентность должна быть высокой. В таком случае аудитория сама использует медиафреймы для осмысления события. Активизация фреймов происходит в результате «прямой референции (знак — концепт) либо переносной референции (метафора, метонимия)» [Шевченко, Змиева 2007: 14]. К другим средствам вербализации (активизации) фрейма в тексте часто относят речевые приемы, нарушающие максимы, сформулированные Г. П. Грайсом, стилистически окрашенную лексику и тематическую лексику,

смешение стилей, высоких и сниженных пластов лексики.

КОНСТРУИРОВАНИЕ СОБЫТИЙ ГОРОДА ЧЕЛЯБИНСКА В МЕСТНОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ИЗДАНИИ «КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА — ЧЕЛЯБИНСК»

Мы проводим анализ медиафреймов, которые содержат интерпретацию событий, формирующих образ города Челябинска. Нам представляется актуальным рассмотреть, как медиафрейм активизируется в местной прессе. Материалом послужили новостные тексты, размещенные на сайте газеты «Комсомольская правда — Челябинск» (<https://www.chel.kp.ru/>) и на странице в социальной сети «ВКонтакте» (<https://vk.com/kpchel>) за период с 01.12.2020 до 01.07.2021. Выбор материала исследования обусловлен высокой читательской активностью, которую добились издатели газеты за счет актуальности новостей. В нашем исследовании мы рассматриваем новостные тексты, к которым опубликовано больше всего комментариев на сайте и на странице в социальной сети, следовательно, те новостные тексты, которые обладают высокой салиентностью.

Преимущественное большинство новостных текстов формирует отрицательный образ города, формулируя проблемы городской среды. Ниже мы приведем вербализованные в новостных текстах фреймы, транслирующие представления о неблагополучии города.

Неодобрительно, но объективно СМИ выражают отношение к завышению цен на продукты, используя фразеологическую единицу «ни в какие ворота» и метафору «не только с колючим названием, но и ценой» [Петухова 2021]. Так в прессе характеризуется мороженое, которое в одном из магазинов города продавалось по завышенной цене.

В характеристике общественного транспорта как актуальной проблемы города с целью усиления эффекта используется разговорная усилительная частица «это же» в сочетании с лексемами с отрицательной коннотацией «ужас», «уродливые маршрутки» и аргумент «скотовозка»:

Это же ужас на чем мы ездим. Иначе, чем скотовозками, не назвать [Семенюк 2021а].

Использование специфической лексики формирует отрицательный образ старого, разбитого транспорта, а единицы разговорного стиля, например, «возникла неразбериха» [Волкова 2021а], усиливают эмоциональную характеристику.

«Челябинск — город уродов» — такая антропоморфная метафора негативно характеризует Челябинск с архитектурной точки зрения. Слово «уроды» относится к «панелькам» — серым железобетонным многоэтажным домам, которые портят облик города. Данная характеристика наряду со сравнением памятника культурного наследия с религиозной святыней: «сносить его — кощунство», а жителей и чиновников — с «болтунами» и «теми, кому город безразличен», создает образ бескультурного города. Памятник культурного наследия — это Немецкий квартал, который также обозначается в новостных текстах как «маленькая Бавария» и «изюминка города» со своеобразной архитектурной прелестью [Яхин 2021]. Данное сравнение создает положительный образ города, подчеркивая его уникальные черты. Однако приведенные выше метафоры используются в контексте проблемы сноса Немецкого квартала.

Антропоморфная и морбиальная метафора с концептуальной сферой-источником «Болезнь» является продуктивным средством актуализации фреймов для характеристики проблем города и региона:

— *У каждого муниципалитета определили болевые точки* [Воронин, Реутова 2021];

— *чтобы перестали травить города* [Там же];

— *Сейчас в клубе снова кадровая лихорадка* [Там же].

В основном используются фреймы «Симптомы болезни» для обозначения проблем. Они усиливают негативную оценку социально-экономического состояния города.

Следующей актуальной проблемой являются неблагоприятные метеоусловия, свойственные крупным индустриальным городам и приводящие к затруднению рассеивания вредных веществ в атмосфере — к режиму «черного неба». Данная метафора

— «черное небо» — основана на использовании сходства с темным цветом, который приобретает небо из-за загрязненности воздуха. Тесно связана с данной проблемой неблагоприятная экологическая обстановка, создаваемая «предприятиями-загрязнителями» — заводами, которые рассматриваются СМИ как источники загрязнения [Там же].

Журналисты издания «Комсомольская правда — Челябинск» сочетают книжный и разговорный стиль в формулировании проблем города. Книжное выражение «родители шли на разнообразные ухищрения» сочетается с разговорными выражениями «устраивающих ребенка на учебу», «закладывали губернатора множеством обращений», «отработать каждый случай» [Семенюк 2021б] и «ушли ни с чем» [Волкова 2021в]. Наблюдаемая стилевая свобода СМИ и полистилизм помогают достигнуть коммуникативно-прагматической задачи, которая свойственна и фреймированию. СМИ информируют, используя книжный стиль, и выражают эмоции, дают оценку, в некоторых случаях — усиливают отрицательную оценку, с помощью единиц разговорного стиля.

Книжный и разговорный стиль сочетаются в новостных текстах также и для положительной оценки. Один из видов метонимии — антономазия: *Георгий Победоносец потяжелел*. В приведенном примере она выражается в замене монеты номиналом 100 рублей указанием на Георгия Победоносца, изображенного на аверсе монеты [Волкова 2021б]; опирается на ассоциативные признаки, которые возникают, когда представляется Георгий Победоносец на коне с копьем, пронзающим крылатого змия. Монеты с изображением данного святого чеканятся в качестве коллекционных, являются дорогими и редкими, и тот факт, что они появились в Челябинске, указывает на престиж города.

Наряду с антономазией — стилистическим средством, относящимся к книжному стилю, используются единицы разговорного стиля и эпитеты:

— *То есть, по сути, Челябинск может „засветиться“ на деньгах* [Мызгина 2021] — в значении «оказаться»;

— *недостроенный конгресс-холл — символ провалившихся саммитов ШОС и БРИКС* [Там же] — в значении «потерпевший неудачу»;

— *Новая кандидатура „варяга“ вызвала недоверие* [Воронин, Реутова 2021] — в переносном значении «руководителя, пришедшего со стороны, приглашенного для помощи, усиления чего-либо». В новостном тексте так обозначен губернатор Челябинской области Алексей Текслер, назначенный

президентом и малоизвестный жителям самой области;

– *Жизнь зависла если не в 90-х годах, то в 2000-х точно* [Там же] — в значении медленного развития региона;

– *Глава области лично „протестил“ Челябинск* [Антонова 2021].

Таким образом, фреймы актуализируются с помощью разных выразительных языковых средств, в основном с помощью метафоры и метонимии, а также их видов, и усиливаются элементами разговорного стиля и эпитетами.

Если рассматривать фреймы с позиции критического подхода, предложенного Р. Энтманом, местные СМИ в основном определяют проблему в новостном тексте, редко предлагают причинно-следственную интерпретацию и иногда дают рекомендации по решению проблемы, например, в рубрике «Кстати» [Семенюк 2021а], содержащей гиперссылки на предыдущие новостные тексты, схожие по содержанию. Рубрика «Кстати» часто публикует обзор и решение проблемы.

В результате контент-анализа с использованием схемы Х. Семетко и П. Валкенбург, в местных СМИ выявлены следующие общие медиафреймы: «человеческий интерес» и «экономические последствия». Однако в местных СМИ фреймирование политических тем не так актуально, как социально-экономических.

В связи с этим мы определили частные медиафреймы, выявленные в изучаемом материале. К ним относятся экономика, транспорт, градостроительство, здоровье, а именно COVID-19, местная власть и деятельность главы города Челябинска и губернатора Челябинской области.

ВЫВОДЫ

В данной статье мы рассмотрели концепцию фреймирования (фрейминга), изучили первоисточники и описали различные подходы к определению фрейма, а также выявили специфику фреймирования как создания определенной схемы интерпретации вопроса / события и салиентности как свойства организации концептуальной системы и отбора определенных аспектов с целью повышения их выделяемости на общем информационном фоне.

Существует несколько подходов к определению фрейма и фреймирования (фрейминга). Взгляды на данные категории различаются в зависимости от научной сферы и исследовательских целей; разный терминологический аппарат приводит к разнообразным определениям, выделяемым классам фреймов и вариантам фрейм-анализа.

Изначально разработанная И. Гофманом в социологии теория фреймов интегрировалась в область изучения медиадискурса как способ интерпретации события. В сфере междокоммуникаций наиболее востребован в зарубежных и российских научных традициях критический подход Р. Энтмана, фокусирующийся на отборе (селекции) и салиентности. В рамках конструктивистского подхода объединяются качественные и количественные методы интерпретации событий. Наконец, когнитивный подход изучает медиафреймы, которые использованы для конструирования образа. Когнитивный подход получил широкое распространение в лингвистике.

Мы предприняли попытку провести качественный анализ медиафреймов и проанализировать их с лингвистической позиции, а именно выявить, с помощью каких средств активизируются медиафреймы.

В качестве единиц анализа выступили новостные тексты местного СМИ «Комсомольская правда — Челябинск» за последние восемь месяцев. Всего было проанализировано 85 тематически разнообразных новостных текстов на актуальные для жителей города темы.

В ходе эмпирического исследования была применена методика выявления фреймов в новостных текстах, представляющая собой синтез двух подходов — критического и конструктивистского: категория салиентности и приемы фрейминга Р. Энтмана и вопросы-индикаторы Х. А. Семетко и П. М. Валкенбург.

Фреймирование используется в новостных текстах местными СМИ для побуждения читателей к оценке вопросов / событий городской жизни. Медиафреймы предлагают определенные параметры оценки вопроса / события: акторов и участников, причин и последствий. Актуализируя определенный медиафрейм, СМИ воздействуют на реципиента через новостной текст и создают у него установку — готовность воспринимать вопрос или событие под определенным углом.

В исследуемой газете наиболее обширная рубрика «Общество» охватывает такие вопросы, как деятельность главы города / губернатора, административные нарушения, урбанистика, достижения жителей, погода, социальные вопросы. Популярная ранее рубрика «Здоровье и COVID-19» является менее представленной, вероятно, в связи с массовой вакцинацией.

Манипулятивным потенциалом обладают различные языковые средства, вербализующие фреймы. В местных СМИ фреймы актуализируются с помощью метафоры и метонимии, а также их видов — антропо-

морфной и морбиальной метафоры, антономазии. Также распространенным средством вербализации (активизации) фрейма является сочетание книжного и разговорного стиля.

Нами было доказано, что при конструировании образа города Челябинска местные СМИ используют фреймы и языковые единицы, обладающие негативной коннотацией. Они повышают салиентность — выделенность определенных аспектов вопросов или сторон событий.

ИСТОЧНИКИ

1. Антонова, О. Текслер рассказал, когда в Челябинске обновят трамвайный и троллейбусный парк / О. Антонова. — Текст : электронный // Комсомольская правда. Челябинск. — 2021. — 2 июля. — URL: <https://www.chel.kp.ru/online/news/4350786/>.
2. Волкова, А. «И там и там платформы и автобусы. Куда бежать?»: челябинцы просят разобраться с дублированными автовокзалами на Синегорье / А. Волкова. — Текст : электронный // Комсомольская правда. Челябинск. — 2021а. — 3 июля. — URL: <https://www.chel.kp.ru/online/news/4351435/>.
3. Волкова, А. В Челябинск привезли новые золотые монеты / А. Волкова. — Текст : электронный // Комсомольская правда. Челябинск. — 2021б. — 3 июля. — URL: <https://www.chel.kp.ru/online/news/4351474/>.
4. Волкова, А. В Челябинскую область пришло 38,4 тыс. доз вакцины «Спутник V» / А. Волкова. — Текст : электронный // Комсомольская правда. Челябинск. — 2021в. — 3 июля. — URL: <https://www.chel.kp.ru/online/news/4351492/>.
5. Воронин, В. Губернатор Челябинской области Алексей Текслер о планах после двух лет работы в регионе: что будет с метро, исчезнут ли маршрутки и предприятия-загрязнители / В. Воронин, Ю. Реутова. — Текст : электронный // Комсомольская правда. Челябинск. — 2021. — 19 марта. — URL: <https://www.chel.kp.ru/daily/27254.5/4384262/>.
6. Мызгина, А. Смог vs Курчатова: Челябинская область может попасть на купюру в 5000 рублей / А. Мызгина. — Текст : электронный // Комсомольская правда. Челябинск. — 2021. — 29 марта. — URL: <https://www.chel.kp.ru/daily/27257/4389347/>.
7. Петухова, Е. Маленькое мороженое по цене обеда: в Челябинске магазин зависил цену в два раза / Е. Петухова. — Текст : электронный // Комсомольская правда. Челябинск. — 2021. — 1 июля. — URL: <https://www.chel.kp.ru/online/news/4348347/>.
8. Семенюк, О. «Ну ты, блин, задала вопрос»: что на самом деле спрашивала Наталья Скорынина из Челябинска у Владимира Путина / О. Семенюк. — Текст : электронный // Комсомольская правда. Челябинск. — 2021а. — 30 июня. — URL: <https://www.chel.kp.ru/daily/28298.4/4437461/>.
9. Семенюк, О. В челябинском микрорайоне «Ньютон» в 2021 году начнут строить школу на 1520 мест / О. Семенюк. — Текст : электронный // Комсомольская правда. Челябинск. — 2021б. — 7 июля. — URL: <https://www.chel.kp.ru/online/news/4355829/>.
10. Яхин, Р. В Челябинске решили снести немецкий квартал, который хвалил блогер Варламов / Р. Яхин. — Текст : электронный // Комсомольская правда. Челябинск. — 2021. — 30 июня. — URL: <https://www.chel.kp.ru/online/news/4348089/>.

ЛИТЕРАТУРА

11. Асланов, И. А. Исследование фрейминга в работах российских ученых: результаты контент-анализа / И. А. Асланов. — Текст : электронный // Медиаскоп. — 2020. — Вып. 4. — URL: <http://www.mediascope.ru/2662> (дата обращения: 28.07.2021).
12. Бекмуратова, А. К. Понятие «фрейм» в современных лингвистических исследованиях / А. К. Бекмуратова. — Текст : непосредственный // Наука, новые технологии и инновации Кыргызстана. — 2017. — N 1. — С. 220—222.

13. Бодрунова, С. С. Термин «фрейминг» в политической коммуникативистике: рождение и созревание большой идеи в теории медиаэффектов / С. С. Бодрунова. — Текст : непосредственный // Журнал политических исследований. — 2019. — N 3 (4). — С. 127—141.
14. Вахштайн, В. С. Социология повседневности и теория фреймов / В. С. Вахштайн. — Санкт-Петербург : Издательство Европейского университета, 2011. — 334 с. — Текст : непосредственный.
15. Дейк, Т. А. ван. Стратегии понимания связного текста / Т. А. ван Дейк, В. Кинч. — Текст : непосредственный // Новое в зарубежной лингвистике. — 1988. — Вып. 23 : Когнитивные аспекты языка. — С. 157—212.
16. Демьянков, В. З. Выделенность vs. существенность (релевантность) / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Л. Г. Лузина, Ю. Г. Панкрац. — Текст : непосредственный // Краткий словарь когнитивных терминов / под общ. ред. Е. С. Кубряковой. — Москва, 1996. — 245 с.
17. Кушнерук, С. Л. Закон и порядок как социальная проблема в дискурсе городского издания / С. Л. Кушнерук. — Текст : электронный // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. — 2021. — Т. 7, N 1. — С. 33—48. — URL: <http://rllinguistics.ru/journal/article/2382/> (дата обращения: 28.07.2021).
18. Мавлетова, А. М. Исследования медиа-фреймов: обзор основных методологических подходов / А. М. Мавлетова, Д. В. Лебедев. — Текст : непосредственный // Коммуникации. Медиа. Дизайн. — 2017. — Т. 2, 3. — С. 79—102.
19. Пономарев, Н. Ф. Фрейминг медиаповестки дня и типология медиафреймов / Н. Ф. Пономарев. — Текст : непосредственный // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. — 2010. — N 3. — С. 62—67.
20. Шевченко, И. С. Добро / И. С. Шевченко, И. В. Змиева. — Текст : непосредственный // Антология концептов / под ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина. — Волгоград : Парадигма, 2007. — Т. 5. — 352 с.
21. Chong, D. Framing Theory / D. Chong, J. N. Druckman. — Text : electronic // Annual Review of Political Science. — 2007. — Vol. 10. — P. 103—126. — URL: <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054> (date of access: 28.07.2021).
22. D'Angelo, P. Framing: Media Frames / P. D'Angelo. — Text : unmediated // The International Encyclopedia of Media Effects / P. Roessler, C. A. Hoffner, L. van Zoonen (eds.). — New York : Wiley, 2017. — P. 1—10.
23. D'Angelo, P. News framing as a multi-paradigmatic research program: A response to Entman / P. D'Angelo. — Text : unmediated // Journal of Communication. — 2002. — N 52. — P. 870—888.
24. Entman, R. M. Projections of power: Framing news, public opinion, and US foreign policy / R. M. Entman. — Chicago : University of Chicago Press, 2004. — 240 p. — Text : unmediated.
25. Entman, R. M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm / R. M. Entman. — Text : unmediated // Journal of communication. — 1993. — Vol. 43, N 4. — P. 51—58.
26. Fillmore, Ch. J. Scenes-and-frames semantics / Ch. J. Fillmore. — Text : unmediated // Linguistic Structures Processing. / A. Zampolli (eds.). — Amsterdam : North-Holland Publishing, 1977. — P. 55—79.
27. Gamson, W. A. Media discourse and public opinion on nuclear power: A Constructionist approach / W. A. Gamson, A. Modigliani. — Text : unmediated // American Journal of Sociology. — 1989. — Vol. 95. — N 1. — P. 1—37.
28. Goffman, E. Frame analysis: An essay on the organization of experience / E. Goffman ; with a new foreword by B. M. Berger. — Boston : Northeastern University Press, 1986. — 586 p. — Text : unmediated.
29. Iyengar, S. Is anyone responsible? How television frames political issues / S. Iyengar. — Chicago : University of Chicago Press, 1991. — 206 p. — Text : unmediated.
30. Iyengar, S. American Politics and Political Economy. News That Matters: Television and American Opinion / S. Iyengar, D. R. Kinder. — Chicago : University of Chicago Press, 1987. — 187 p. — Text : unmediated.
31. Lee, N. J. Framing policy debates: Issue dualism, journalistic frames, and opinions on controversial policy issues / N. J. Lee,

D. M. McLeod, D. V. Shah. — Text : unmediated // Communication Research. — 2008. — N 35 (5). — P. 695–718.

32. Minsky, M. A. Framework for Representing Knowledge / M. A. Minsky. — URL: <https://web.media.mit.edu/~minsky/papers/Frames/frames.html> (date of access: 28.07.2021). — Text : electronic.

33. Price, V. Switching Trains of Thought: The Impact of News Frames on Readers' Cognitive Responses / V. Price, D. Tewksbury, E. Powers. — Text : unmediated // Communication Research. — 1997. — N 24 (5). — P. 481–506.

34. Semetko, H. A. Framing European politics: A content analysis of press and television news / H. A. Semetko, P. M. Valkenburg. — Text : electronic // Journal of Communication. —

2000. — N 50 (2). — P. 93–109. — URL: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x> (date of access: 28.07.2021).

35. Van Gorp, B. Strategies to take subjectivity out of framing analysis / B. Van Gorp. — Text : unmediated // Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives / P. D'Angelo, J. Kuypers (eds.). — New York: Routledge, 2010. — P. 84–109.

36. Van Gorp, B. Where is the frame? Victims and intruders in the Belgian press coverage of the asylum issue / B. Van Gorp. — Text : unmediated // European Journal of Communication. — 2005. — Vol. 20. — N 4. — P. 485–508.

37. Vreese, C. H. de. Framing politics at the launch of the euro: A cross-national comparative study of frames in the news / C. H. de Vreese, J. Peter, H. A. Semetko. — Text : unmediated // Political Communication. — 2001. — N 18 (2). — P. 107–122.

M. A. Samkova

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia

ORCID ID: 0000-0001-6803-2701 

 E-mail: _degi_@mail.ru.

Framing in Media Construction of a City Image

ABSTRACT. *The article deals with the interdisciplinary concept of framing, which is examined with the purpose of better understanding its role in the construction of meanings in media discourse. The article studies the key stages of development of the general frame theory and the main approaches to the conceptualization of framing in media communication. This sphere combines the terminological and methodological apparatus of two main theoretical approaches – sociological-psychological and cybernetic-linguistic ones. Media discourse studies in this country and abroad employ the critical, cognitive, and constructivist approaches. Using the deductive and inductive methods of media frame identification, cognitive studies made it possible to formulate a typology of media frames consisting of ten types. The article analyzes the means of verbalization of media frames in the process of constructing the events, which happen in Chelyabinsk, in the local media “Komsomolskaya Pravda — Chelyabinsk”. The empirical part of the research was carried out on the material of 85 thematically different news texts on the acute topics. In the process of media construction of the image of Chelyabinsk, local mass media use common and specific frames and linguistic units with negative connotation, which increase salience, understood by the author as the ability to activate frames and concepts to represent the events, specially chosen by the mass media for publishing. The productive media frames include economy, transport, city building, health (COVID-19), and the activity of the City Mayor and the Governor. Among the most frequent means of frame verbalization are metaphor, metonymy and their kinds: anthropomorphic and morbid metaphors and antonomasia.*

KEYWORDS: journalism; media linguistics; media discourse; media texts; mass media; Russian mass media; mass media language; framing; frames; media frames; saliency; Urals cities.

AUTHOR'S INFORMATION: Samkova Mariya Andreevna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Theory and Practice of English, Faculty of Linguistics and Translation Studies, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia.

FOR CITATION: Samkova, M. A. Framing in Media Construction of a City Image / M. A. Samkova // Political Linguistics. — 2021. — No 5 (89). — P. 157–167. — DOI 10.26170/1999-2629_2021_05_18.

ACKNOWLEDGMENTS. Research is accomplished with financial support of the Russian Foundation for Basic Research (RFBR) and Chelyabinsk Region within scientific project № 20-412-740004.

MATERIALS

1. Antonova, O. Teksler Told when the Tram and Trolleybus Fleet will be Renewed in Chelyabinsk / O. Antonova. — Text: electronic // Komsomolskaya Pravda. Chelyabinsk. — 2021. — July 2. [Teksler rasskazal, kogda v Chelyabinske obnovyat tramvaynyy i trolleybusnyy park / O. Antonova. — Tekst : elektronnyy // Komsomol'skaya pravda. Chelyabinsk. — 2021. — 2 iyulya]. — URL: <https://www.chel.kp.ru/online/news/4350786/>. — (In Rus.)

2. Volkova, A. “There and there Platforms and Buses. Where to Run?”: Chelyabinsk residents ask to deal with duplicated bus stations on Sinegorye / A. Volkova. — Text : electronic // Komsomolskaya Pravda. Chelyabinsk. — 2021a. — 3 July. [«I tam i tam platformy i avtobusy. Kuda bezhat?»: chelyabintsy prosyat razobrat'sya s dublirovannymi avtovokzalami na Sinegor'e / A. Volkova. — Tekst : elektronnyy // Komsomol'skaya pravda. Chelyabinsk. — 2021a. — 3 iyulya]. — URL: <https://www.chel.kp.ru/online/news/4351435/>. — (In Rus.)

3. Volkova, A. New Gold Coins were Brought to Chelyabinsk / A. Volkova. — Text : electronic // Komsomolskaya Pravda. Chelyabinsk. — 2021b. — 3 July. [V Chelyabinsk privezli novye

zlotye monety / A. Volkova. — Tekst : elektronnyy // Komsomol'skaya pravda. Chelyabinsk. — 2021b. — 3 iyulya]. — URL: <https://www.chel.kp.ru/online/news/4351474/>. — (In Rus.)

4. Volkova, A. 38.4 Thousand doses of the Sputnik V vaccine arrived in the Chelyabinsk region / A. Volkova. — Text : electronic // Komsomolskaya Pravda. Chelyabinsk. — 2021c. — 3 July. [V Chelyabinskuyu oblast' prishlo 38,4 tys. doz vaktstiny «Sputnik V» / A. Volkova. — Tekst : elektronnyy // Komsomol'skaya pravda. Chelyabinsk. — 2021v. — 3 iyulya]. — URL: <https://www.chel.kp.ru/online/news/4351492/>. — (In Rus.)

5. Voronin, V. Governor of the Chelyabinsk Region Alexei Teksler on Plans after Two Years of Work in the Region: what will happen to the metro, will minibuses and polluting enterprises disappear / V. Voronin, Yu. Reutova. — Text : electronic // Komsomolskaya Pravda. Chelyabinsk. — 2021. — March 19. [Gubernator Chelyabinskoy oblasti Aleksey Teksler o planakh posle dvukh let raboty v regione: chto budet s metro, ischeznut li marshrutki i predpriyatiya-zagryazniteli / V. Voronin, Yu. Reutova. — Tekst : elektronnyy // Komsomol'skaya pravda. Chelyabinsk. — 2021. — 19 marta]. — URL: <https://www.chel.kp.ru/daily/27254.5/4384262/>. — (In Rus.)

6. Myzgina, A. Smog vs Kurchatov: The Chelyabinsk Region can Get on the 5000 Ruble Bill / A. Myzgina. — Text : electronic // Komsomolskaya Pravda. Chelyabinsk. — 2021. — March 29. [Smog vs Kurchatov: Chelyabinskaya oblast' mozhet popast' na kupyuru v 5000 rubley / A. Myzgina. — Tekst : elektronnyy // Komsomol'skaya pravda. Chelyabinsk. — 2021. — 29 marta]. — URL: <https://www.chel.kp.ru/daily/27257/4389347/>. — (In Rus.)

7. Petukhova, E. Small Ice Cream at the Price of Lunch: in Chelyabinsk, the Store Doubled the Price / E. Petukhova. — Text : electronic // Komsomolskaya Pravda. Chelyabinsk. — 2021. — July 1. [Malen'koe morozhenoe po tsene obeda: v Chelyabinske magazin zavysil tsenu v dva raza / E. Petukhova. — Tekst : elektronnyy // Komsomol'skaya pravda. Chelyabinsk. — 2021. — 1 iyulya]. — URL: <https://www.chel.kp.ru/online/news/4348347/>. — (In Rus.)

8. Semenyuk, O. "Well, you, Damn it, asked a Question": what did Natalia Skorynina from Chelyabinsk actually ask Vladimir Putin / O. Semenyuk. — Text : electronic // Komsomolskaya Pravda. Chelyabinsk. — 2021a. — 30 June. [«Nu ty, blin, zadala vopros»: chto na samom dele sprashivala Natal'ya Skorynina iz Chelyabinska u Vladimira Putina / O. Semenyuk. — Tekst : elektronnyy // Komsomol'skaya pravda. Chelyabinsk. — 2021a. — 30 iyunya]. — URL: <https://www.chel.kp.ru/daily/28298.4/4437461/>. — (In Rus.)

9. Semenyuk, O. In the Chelyabinsk Microdistrict "Newton" in 2021 they will begin to Build a School for 1520 places / O. Semenyuk. — Text : electronic // Komsomolskaya Pravda. Chelyabinsk. — 2021b. — July 7. [V chelyabinskom mikrorayone «N'yuton» v 2021 godu nachnut stroit' shkolu na 1520 mest / O. Semenyuk. — Tekst : elektronnyy // Komsomol'skaya pravda. Chelyabinsk. — 2021b. — 7 iyulya]. — URL: <https://www.chel.kp.ru/online/news/4355829/>. — (In Rus.)

10. Yakhin, R. V In Chelyabinsk, they Decided to Demolish the German Quarter, which was Praised by the Blogger Varlamov / R. Yakhin. — Text : electronic // Komsomolskaya Pravda. Chelyabinsk. — 2021. — June 30. [Chelyabinske reshili snesti nemetskiy kvartal, kotoryy khvalil bloger Varlamov / R. Yakhin. — Tekst : elektronnyy // Komsomol'skaya pravda. Chelyabinsk. — 2021. — 30 iyunya]. — URL: <https://www.chel.kp.ru/online/news/4348089/>. — (In Rus.)

REFERENCES

11. Aslanov, I. A. Research of Framing in the Works of Russian Scientists: Results of Content Analysis / I. A. Aslanov. — Text : electronic // MediaScope. — 2020. — Iss. 4. [Issledovanie freyminga v rabotakh rossiyskikh uchenykh: rezul'taty kontent-analiza / I. A. Aslanov. — Tekst : elektronnyy // Mediascope. — 2020. — Vyp. 4]. — URL: <http://www.mediascope.ru/2662> (date of access: 28.07.2021). — (In Rus.)

12. Bekmuratova, A. K. The Concept of "Frame" in Modern Linguistic Research / A. K. Bekmuratova. — Text : unmediated // Science, New Technologies and Innovations of Kyrgyzstan. — 2017. — N 1. — P. 220—222. [Ponyatie «freym» v sovremennykh lingvisticheskikh issledovaniyakh / A. K. Bekmuratova. — Tekst : neposredstvennyy // Nauka, novye tekhnologii i innovatsii Kyrgyzstana. — 2017. — N 1. — S. 220—222]. — (In Rus.)

13. Bodrunova, S. S. The Term "Framing" in Political Communication: the Birth and Maturation of a Big Idea in the Theory of Media Effects / S. S. Bodrunova. — Text : unmediated // Journal of Political Studies. — 2019. — N 3 (4). — P. 127—141. [Termin «freyming» v politicheskoy kommunikativistike: rozhdenie o sozrevanie bol'shoy idei v teorii mediaeffektov / S. S. Bodrunova. — Tekst : neposredstvennyy // Zhurnal politicheskikh issledovaniy. — 2019. — N 3 (4). — S. 127—141]. — (In Rus.)

14. Vakhshayn, V. S. Sociology of Everyday Life and the Theory of Frames / V. S. Vakhshayn. — St. Petersburg : Publishing House of the European University, 2011. — 334 p. — Text : unmediated. [Sotsiologiya povsednevnosti i teoriya freymov / V. S. Vakhshayn. — Sankt-Peterburg : Izdatel'stvo Evropeyskogo universiteta, 2011. — 334 s. — Tekst : neposredstvennyy]. — (In Rus.)

15. Dijk, T. A. van. Strategies for Understanding a Coherent Text / T. A. van Dijk, V. Kinch. — Text : unmediated // New in Foreign Linguistics. — 1988. — Iss. 23 : Cognitive Aspects of Language. — P. 157—212. [Strategii ponimaniya svyaznogo teksta / T. A. van Deyk, V. Kinch. — Tekst : neposredstvennyy // Novoe v zarubezhnoy lingvistike. — 1988. — Vyp. 23 : Kognitivnye aspekty yazyka. — S. 157—212]. — (In Rus.)

16. Dem'yankov, V. Z. Marking vs Materiality (relevance) / E. S. Kubryakova, V. Z. Dem'yankov, L. G. Luzina, Yu. G. Pankrats. — Text : unmediated // Concise Dictionary of Cognitive Terms / under the general ed. of E. S. Kubryakova. — Moscow, 1996. — 245 p. [Vydelennost' vs. sushchestvennost' (relevantnost') / E. S. Kubryakova, V. Z. Dem'yankov, L. G. Luzina, Yu. G. Pankrats. — Tekst : neposredstvennyy // Kratkiy slovar' kognitivnykh terminov / pod obshch. red. E. S. Kubryakovoy. — Moskva, 1996. — 245 s.]. — (In Rus.)

17. Kushneruk, S. L. Law and Order as a Social Problem in the Discourse of Urban Edition / S. L. Kushneruk. — Text : electronic // Scientific Result. Issues of Theoretical and Applied Linguistics. — 2021. — Vol. 7, No. 1. — P. 33—48. [Zakon i poriyadok kak sotsial'naya problema v diskurse gorodskogo izdaniya / S. L. Kushneruk. — Tekst : elektronnyy // Nauchnyy rezul'tat. Voprosy teoreticheskoy i prikladnoy lingvistiki. — 2021. — T. 7, N 1. — S. 33—48]. — URL: <http://rllinguistics.ru/journal/article/2382/> (date of access: 28.07.2021). — (In Rus.)

18. Mavletova, A. M. Research of Media Frames: an Overview of the Main Methodological Approaches / A. M. Mavletova, D. V. Lebedev. — Text : unmediated // Communications. Media. Design. — 2017. — Vol. 2, 3. — P. 79—102. [Issledovaniya media-freymov: obzor osnovnykh metodologicheskikh podkhodov / A. M. Mavletova, D. V. Lebedev. — Tekst : neposredstvennyy // Kommunikatsii. Media. Dizayn. — 2017. — T. 2, 3. — S. 79—102]. — (In Rus.)

19. Ponomarev, N. F. Framing of the Media Agenda and Typology of Media Frames / N. F. Ponomarev. — Text : unmediated // Bulletin of the Perm University. Russian and Foreign Philology. — 2010. — N. 3. — P. 62—67. [Freyming mediapovestki dnya i tipologiya mediafreymov / N. F. Ponomarev. — Tekst : neposredstvennyy // Vestnik Permskogo universiteta. Rossiyskaya i zarubezhnaya filologiya. — 2010. — N. 3. — S. 62—67]. — (In Rus.)

20. Shevchenko, I. S. Good / I. S. Shevchenko, I. V. Zmiev. — Text : unmediated // Anthology of Concepts / ed. V. I. Karasik, I. A. Sternin. — Volgograd : Paradigma, 2007. — Vol. 5. — 352 p. [Dobro / I. S. Shevchenko, I. V. Zmiev. — Tekst : neposredstvennyy // Antologiya kontseptov / pod red. V. I. Karasika, I. A. Sternina. — Volgograd : Paradigma, 2007. — T. 5. — 352 s.]. — (In Rus.)

21. Chong, D. Framing Theory / D. Chong, J. N. Druckman. — Text : electronic // Annual Review of Political Science. — 2007. — Vol. 10. — P. 103—126. — URL: <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054> (date of access: 28.07.2021).

22. D'Angelo, P. Framing: Media Frames / P. D'Angelo. — Text : unmediated // The International Encyclopedia of Media Effects / P. Roessler, C. A. Hoffner, L. van Zoonen (eds.). — New York : Wiley, 2017. — P. 1—10.

23. D'Angelo, P. News framing as a multi-paradigmatic research program: A response to Entman / P. D'Angelo. — Text : unmediated // Journal of Communication. — 2002. — N 52. — P. 870—888.

24. Entman, R. M. Projections of power: Framing news, public opinion, and US foreign policy / R. M. Entman. — Chicago : University of Chicago Press, 2004. — 240 p. — Text : unmediated.

25. Entman, R. M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm / R. M. Entman. — Text : unmediated // Journal of communication. — 1993. — Vol. 43, N 4. — P. 51—58.

26. Fillmore, Ch. J. Scenes-and-frames semantics / Ch. J. Fillmore. — Text : unmediated // Linguistic Structures Processing. / A. Zampolli (eds.). — Amsterdam : North-Holland Publishing, 1977. — P. 55—79.

27. Gamson, W. A. Media discourse and public opinion on nuclear power: A Constructionist approach / W. A. Gamson, A. Modigliani. — Text : unmediated // American Journal of Sociology. — 1989. — Vol. 95. — N 1. — P. 1—37.

28. Goffman, E. Frame analysis: An essay on the organization of experience / E. Goffman ; with a new foreword by B. M. Berger. — Boston : Northeastern University Press, 1986. — 586 p. — Text : unmediated.

29. Iyengar, S. Is anyone responsible? How television frames political issues / S. Iyengar. — Chicago : University of Chicago Press, 1991. — 206 p. — Text : unmediated.

30. Iyengar, S. American Politics and Political Economy. News That Matters: Television and American Opinion / S. Iyengar,

D. R. Kinder. — Chicago : University of Chicago Press, 1987. — 187 p. — Text : unmediated.

31. Lee, N. J. Framing policy debates: Issue dualism, journalistic frames, and opinions on controversial policy issues / N. J. Lee, D. M. McLeod, D. V. Shah. — Text : unmediated // Communication Research. — 2008. — N 35 (5). — P. 695—718.

32. Minsky, M. A. Framework for Representing Knowledge / M. A. Minsky. — URL: <https://web.media.mit.edu/~minsky/papers/Frames/frames.html> (date of access: 28.07.2021). — Text : electronic.

33. Price, V. Switching Trains of Thought: The Impact of News Frames on Readers' Cognitive Responses / V. Price, D. Tewksbury, E. Powers. — Text : unmediated // Communication Research. — 1997. — N 24 (5). — P. 481—506.

34. Semetko, H. A. Framing European politics: A content analysis of press and television news / H. A. Semetko, P. M. Valken-

burg. — Text : electronic // Journal of Communication. — 2000. — N 50 (2). — P. 93—109. — URL: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x> (date of access: 28.07.2021).

35. Van Gorp, B. Strategies to take subjectivity out of framing analysis / B. Van Gorp. — Text : unmediated // Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives / P. D'Angelo, J. Kuypers (eds.). — New York: Routledge, 2010. — P. 84—109.

36. Van Gorp, B. Where is the frame? Victims and intruders in the Belgian press coverage of the asylum issue / B. Van Gorp. — Text : unmediated // European Journal of Communication. — 2005. — Vol. 20. — N 4. — P. 485—508.

37. Vreese, C. H. de. Framing politics at the launch of the euro: A cross-national comparative study of frames in the news / C. H. de Vreese, J. Peter, H. A. Semetko. — Text : unmediated // Political Communication. — 2001. — N 18 (2). — P. 107—122.