

РАЗДЕЛ II. СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ
SECTION II. COMPARATIVE LINGUISTICS

УДК 81'42

DOI: 10.18413/2313-8912-2021-7-3-0-3

Новикова А. М. 

Фреймовый анализ как метод построения медиакартины
города

Челябинский государственный университет,
ул. Братьев Кашириных, 129, г. Челябинск, 454001, Россия
E-mail: annaneonovikova@gmail.com
ORCID iD: 0000-0003-1083-4757

Статья поступила 12 августа 2021 г.; принята 21 сентября 2021 г.;
опубликована 30 сентября 2021 г.

Аннотация. Статья написана в русле когнитивной лингвистики, анализа дискурса и теории фрейма. Фрейм рассматривается как глубинная концептуальная структура, в которой содержится информация об окружающем мире. Передача этой информации происходит посредством языка с помощью отдельных слов, предложений, целых текстов. Данный процесс называют активизацией фрейма. Разъясняется соотношение близких понятий «фрейм» и «концепт». В ходе лингвистического анализа медиатекстов делается попытка представить типологию из шести содержательных макрофреймов, составляющих медиакартину отдельного города. Полученную классификацию можно назвать тематической. Материал исследования обусловлен интересом к позиционированию города именно в федеральных СМИ, так как результаты позволяют представить общий образ города у широкой аудитории. В ходе работы нами был составлен корпус специального назначения, в который вошли 9500 отобранных новостных текстов за последние двадцать лет, что помогло получить достаточно устойчивую медиакартину. На основе рассмотренных медиатекстов заключается, что позиционирование города представляет собой акцентированную идеологическую коммуникацию, реализующую скрытое и несильное речевое воздействие, в которой имеет место такой способ лингвистического конструирования действительности как фрейминг. Фреймирование социальных проблем осуществляется с помощью широкого спектра лингвистических средств: лексемы с положительной и отрицательной коннотацией, устойчивые выражения, метафоры, эпитеты, синтаксические конструкции, образные средства и стилистические приемы разных языковых уровней. В ходе анализа полученных фреймов раскрывается сущность проблемы, устанавливаются причины, дается оценка и предлагаются возможные пути решения. В результате фреймирования социальных проблем города конструируются определенные системы значений и образы, которые описываются в работе. Помимо актуальности в лингвистике, фреймовый анализ городской среды представляется перспективным направлением совершенствования журналистики как социального института.

Ключевые слова: Медиадискурс; Фрейм; Фреймирование; Медиакартина; Новостной текст

Благодарности: Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Челябинской области в рамках научного проекта № 20-412-740004 («Медийная репрезентация социальных проблем городской среды: конструирование систем значений»).

Информация для цитирования: Новикова А. М. Фреймовый анализ как метод построения медиакартины города // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. 2021. Т.7, №3. С. 28-39. DOI: 10.18413/2313-8912-2021-7-3-0-3

DOI: 10.18413/2313-8912-2021-7-3-0-3

Anna M. Novikova 

**Building the media picture of a city:
the method of frame analysis**

Chelyabinsk State University,
129 Bratiev Kashirinykh St., Chelyabinsk, 454001, Russia
E-mail: annaneonovikova@gmail.com
ORCID iD: 0000-0003-1083-4757

Received 12 August 2021; accepted 21 September 2021; published 30 September 2021

Abstract. The article is written in the framework of cognitive linguistics, discourse analysis and frame theory. A frame is defined as a deep conceptual structure containing information about the world. The transmission of this information is achieved through language, such as words, sentences, texts. This process is known as frame activation. The relation between close notions of frame and concept is discussed. With the help of linguistic analysis of media texts there proposed a typology of six contextual macro frames constituting the media picture of a single city. The classification can be characterized as thematic. Our interest lies in the positioning of the city in the federal media which is the data for our study. It permits to outline a general city image among wide audience. In the course of our work, we compiled a special-purpose corpus of 9,500 selected news texts from the past twenty years, which helped us to obtain a fairly consistent media picture. The research clarifies that the positioning of a city in the media represents an accentuated ideological communication with a hidden and not strong speech influence where framing is realized as a means of constructing the reality. Framing of social issues is carried out through a wide range of linguistic tools: lexical units with positive or negative connotations, set expressions, metaphors, epithets, syntactical constructions, various expressive and stylistic means. A frame conveys characteristics of a problem, possible reasons, predominant assessment and possible solutions. Framing of the urban social problems results in constructing certain meaning systems and images which are described in this paper. Apart from relevance for linguistics, frame analysis of urban environment is viewed as promising studies to improve journalism as a social institution.

Keywords: Media discourse; Frame; Framing; Media picture; News

How to cite: Novikova A. M. (2021). Building the media picture of a city: the method of frame analysis. *Research Result. Theoretical and Applied Linguistics*, V.7 (3), 28-39, DOI: 10.18413/2313-8912-2021-7-3-0-3

1. Медiateкст как объект изучения медиалингвистики

Коммуникация в средствах массовой информации составляет единое информационное пространство, которое констатирует и описывает важные социальные явления и события, культуру и жизнь общества. В связи с глобальным распространением медиатекстов, их большой частотностью, а также особыми измерениями, параметрами и функциями языка данной коммуникации его принято изучать как целостную и отдельную область исследования, которую многие ученые называют «язык СМИ». Язык СМИ является предметом изучения сравнительно новой, развивающейся и совершенствующейся науки – медиалингвистики. Медиалингвистика как термин более привычна в отечественном языкознании. Зарубежные ученые в своих работах почти не используют переводные варианты “*medialinguistics*”, “*medialanguage*” или “*language of themedia*”. Они чаще предлагают общеупотребительное выражение “*in the media*” (в СМИ) либо указывают конкретную сферу, объект, жанр СМИ: “*in online news*”, “*in articles*”, “*in socialmedia*”. Современные исследования языка СМИ включают самые разнообразные вопросы: роль языка СМИ как носителя политических идеологий (Krzyzanowski, Tucker, 2018; Novikova, 2019), установочная и оценочная функция языка по отношению к различным субъектам (Tavassoli, Jalilifar, White, 2019) концептуальная метафоризация событий (Tinceva, 2019), реализация категории вежливости (Ardila, 2019), выражение критики и оскорблений (Dyne1, 2021; Тао, 2021), гендерные аспекты (McKay, 2020), фреймирование (Кушнерук, 2021) и многое другое.

В нашем исследовании мы рассматриваем медиатекст как единицу медиадискурса. В связи с тем, что мы отбираем для анализа именно газетные новости, предмет исследования можно

определить более узко как новостной текст.

Новостной текст давно и широко изучается лингвистами, филологами, журналистами. В нем выделяют некоторые общие признаки. Например, преобладание глагольных словосочетаний над именными, большое количество пассивных форм, грамматического времени *present continuous tense* (настоящее длительное время), многокомпонентные лексические и синтаксические конструкции. Он также представляет совокупность коннотативных и неконнотативных единиц, идиоматичен, клиширован, идеологичен, имеет такие свойства как концептуальная полноценность и социалингвистическая обусловленность, обладает культурной спецификой (Добросклонская, 2019).

2. Метод фреймирования в исследовании репрезентации города

При исследовании позиционирования города на первый план выходит критерий идеологичности. Элементы текста, обладающие идеологическим значением, можно определить как маркированные. Под идеологическим значением мы понимаем наличие дополнительных коннотаций, которые создаются в результате сознательного выбора тех или иных языковых средств для передачи содержания новости. Такое значение наполнено определенными идеями, оценочностью, отношением, которое автор хочет донести до читателя в дополнение к констатации фактов. Конечно, не каждая языковая единица будет обязательно нагружена идеологическим значением. Поэтому мы рассматриваем новостной текст, который сочетает в своей структуре немаркированные однозначные и маркированные выразительные элементы.

Такой подход тесно связан с теорией фреймирования, суть которой также заключается в выборе и выделении. Фреймирование (*framing*) представляет способ отбора сегмента окружающей реальности и его выделение в тексте,

чтобы передать определенное толкование, объяснение причин и оценку проблемы (Entman, 1993). Потенциал фреймирования обусловлен природой самой коммуникации. Это динамический процесс, который включает конструирование фреймов (то, как они появляются) и обстановку фреймов (взаимовлияние медиа фреймов и исходных установок аудитории) (Vreese, 2005).

Встречается разделение фреймов на нейтральные и акцентные. Считается, что нейтральные фреймы исключительно выразительные, в них привлекается внимание к какому-то факту, дается яркая образная характеристика или описание, но нет переноса значения. В акцентных фреймах нужные характеристики выдвигаются на первый план, а другие намеренно не озвучиваются, также может присутствовать явное побуждение, скрытое манипулирование и т.д. Между двумя этими группами очень тонкая грань. Отнесение фрейма к той или иной группе во многом интуитивно и не имеет жесткого критерия. Поэтому мы понимаем фрейм как заведомо акцентированный выделенный юнит.

Фрейм является глубинной концептуальной структурой, в которой содержится информация об окружающем мире. Передача этой информации происходит посредством языка с помощью отдельных слов, предложений, целых текстов – процесс, который называют активизацией фрейма. Понятие фрейма многие ученые рассматривают совместно с близким понятием концепта, потому как активизация фрейма непосредственно связана с формированием и выражением определенного смысла или смыслов, заключенных в концептах. Концепт в своем словарном значении – это «смысловое содержание понятия, объем которого есть предмет (денотат) этого понятия», «оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона,

концептуальной системы и языка мозга» (Словарь лингвистических терминов и понятий, 2016). Концепты и смыслы формируют значения языковых единиц разной степени сложности и уровня организации, активизируют и передают «концептуальную информацию разного типа – от элементарных и осложненных концептов до более сложных концептуальных структур», таких как фреймы. (Болдырев, 1999). Фрейм описывают как структурный контекст взаимодействия в повседневном опыте, который определяется через социальную организацию событий и включенность субъекта (Goffman, 1974). Он представляет собой модель коммуникативной ситуации и содержит признаки для ее интерпретации.

Сложно объяснить, что влияет на фрейм. В этом задействован весь спектр дискурса: адресат и адресант, законы жанра, культурная и языковая компетенция, социальная среда, нормы и ценности, доминирование определенных идеологий и политических идей. Существует огромное количество классификаций фреймов, имеющих в основе различные критерии. В зависимости от общего типа события выделяют фреймы: объекты, роли, сценарии, ситуации. Функциональный подход разделяет фреймы согласно преобладающей прагматической цели текста на диагностические, прогностические, мотивационные (Benford, Snow 2000). В русле концептуального анализа говорят о фреймовой сети из отдельных фреймов: предметный, акциональный, посессивный, таксономический, компаративный (Жаботинская, 2000).

Интересен пример подробного представления фрейма как скрипта в виде последовательности действий (рис. 1) который далее детализируется на слоты (Панасенко, Дмитриев, 2016).

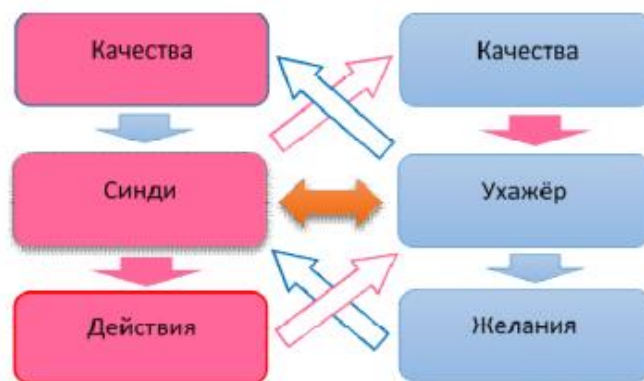


Рис. 1. Базовая модель скрипта «Ухаживание» (Панасенко, Дмитриев, 2016)
Fig. 1. Basic model of the script “Courtship”

Авторы с помощью фреймового анализа разделяют действующие лица, типичный и нетипичный характер отношений, что позволяет выявить отклонения от культурной нормы, порождающие юмористические ситуации в песенном дискурсе, рассматривают лингвистические явления, содержащие юмористический компонент.

Известны различные содержательные и тематические классификации, например, подробная типология А. Бойдстан (Boydstanetal., 2014). В исследовании изменений климата лингвисты выделяют в китайских медиа следующие фреймы: конфликт, коллаборация, человеческий интерес, установление ответственного, влияние на окружающую среду и человека, лидерство (Han, Sun, Lu, 2017). Ученые показывают, что в зависимости от разных групп пострадавших, один и тот же тип события – террористическая атака – позиционировался западной прессой в рамках двух отличных оценочных фреймов: терроризм (в отношении не мусульман) и внутренний конфликт (в отношении мусульман) (El-Nawawy, Elmasry, 2017). В данных работах отмечены тематические аспектуальные фреймы.

3. Описание материала исследования

Для анализа фреймов, составляющих новостную повестку города Колумбии (штат Южная Каролина) в США, мы

обратились к самым тиражным федеральным печатным изданиям: USA Today, The New York Times, The Wall Street Journal, Daily News. Выбор нескольких газет дает возможность рассмотреть общий срез федеральных статей, исключая зависимость от определенного медиа издания, которое может принадлежать корпорации, заинтересованной в лоббировании политических интересов отдельных политиков и партий, что в США часто является предметом негодования и пылких общественных дискуссий. Несколько газет более репрезентативны, позволяют делать более объективные выводы, снижают долю влияния конкретных корпораций и отдельных известных репортеров – авторов статей, что в целом повышает релевантность исследования.

Уже на этапе отбора материала мы заметили некоторые особенности рассматриваемых медиатекстов, которые стоит прокомментировать. Во-первых, небольшая представленность. В федеральной прессе доля упоминаний о штате Южная Каролина (не говоря о самом городе Колумбия) очень мала. Так, по сравнению с местными городскими новостями, которые непосредственно фокусируются на событиях города и штата, и учитывая более пятидесяти находящихся в составе США штатов и территорий, можно говорить об условном математическом сравнении «в 50 раз менее

представлен». Во-вторых, крупные национальные СМИ охватывают аудиторию всей страны, что предопределяет тематику и влияет на способ представления, то есть на фреймирование проблем городской среды. Материал должен отвечать интересам обширной аудитории, в связи с этим мы наблюдаем, что многие социальные проблемы города остаются не отраженными в общегосударственных СМИ. Когда некоторые вопросы все же освещаются, то в большинстве случаев внимание переключается на какую-либо единую для страны проблему, рассматривается общая тема, касающаяся всех граждан. С одной стороны это, безусловно, делает нашу выборку беднее с позиции объема и предметного содержания, но с другой стороны сам данный факт на начальном этапе анализа позволяет сформулировать одно из ценных наблюдений о репрезентации города.

Итак, мы отобрали и рассмотрели 9500 текстов с упоминанием города Колумбии в крупных тиражных печатных изданиях средств массовой информации в Соединенных Штатах Америки за 2001-2021 гг. Данная группа была разделена на 9240 немаркированных или слабо маркированных и 260 маркированных медиатекстов, которые составили материал более подробного фреймового анализа на втором этапе нашего исследования.

При изучении практического материала у нас возникло затруднение типологического характера, которое необходимо прояснить. Большое разнообразие видов медиатекстов потребовало обращения к жанровой типологии печатных СМИ и их предварительной категоризации. Таким образом наш материал был распределен на группы преимущественно в зависимости от реализации и доминирования основных коммуникативных функций и соотношения воздействующей и информативной составляющих. Были выделены следующие типы:

1) полнотекстовые статьи (часто передовая или редакционная статья) с развернутым представлением проблемы, мнений участвующих сторон, в которых вопрос рассматривается с разных точек зрения, видны выводы или призывы, текст яркий, стилистически окрашенный, образный,

2) новостные статьи (меньшего объема) с преобладанием фактов, цепочки событий, указаний на предыдущие родственные новости, завершающиеся не осмысленным выводом по проблеме, а в связи с окончанием повествования, с финалом самого описываемого события,

3) новостные обзоры и сводки – краткие упоминания новостного факта и места: при указании месторождения, в спортивных повествованиях, в формальных описаниях локации как площадки предвыборных кампаний, приезжих выставок и прочих событий, в перечислениях, табличных данных и инфографике,

4) объявления о браках и некрологи (стоит отметить, что данный тип исключен нами при анализе как несоответствующий целям исследования).

Очевидно, что концентрация силы речевого воздействия и идеологического потенциала текстов максимальна в первой группе текстов и уменьшается к последующим. На первый взгляд такое распределение близко широко известному и простому принципу разделения новостей на *hard news* и *soft news*. *Hard news* появился как термин, означающий «важные новости» в категориях политика экономика и криминал. *Soft news* включают «развлекательные новости» из области культуры, искусства, досуга. В настоящее время значение данных групп смещается, и мы называем *hard news* те новости, в которых больше фактической информации, оперативности, а *soft news* могут освещать историю вопроса, дополнительные сведения, дают вспомогательную информацию, бывают выражены как личные истории. В этом

смысле следует отметить, что абсолютное соотношение soft news с развернутой обширной статьей, а hard news с краткой новостью ошибочно, как показали результаты нашего исследования. В действительности одна и та же тема (или родовой фрейм) могут быть представлены в новостных текстах различного типа и объема, которые не всегда имеют predetermined для данного типа новости стиль изложения и подачи материала.

4. Медиакартина города Колумбии

Медиакартина города Колумбии (штат Южная Каролина) представлена следующими общими родовыми фреймами сложной концептуальной структуры (рис. 2). Колумбия – это город в США (The official site, URL...), столица штата Южная Каролина (The official site, URL...), поэтому на первый план выходит его связь с целым штатом и роль представителя всей территории.



Рис. 2. Медиакартина города Колумбии: фреймовая структура
Fig. 2. Mediapicture of Columbia: frame structure

4.1 Фрейм «Столица штата» (“State’s capital”)

Фреймовая структура медиакартины города Колумбии представлена на рисунке, в котором ясно виден крупный общий фрейм «столица штата» (“state’s

capital”). Он наложен на многие другие частотные фреймы и актуализируется в них через упоминание различных проблем, характерных для всего штата в целом, о которых мы будем говорить далее, а также непосредственно выражением “state’s capi-

tal” и общеупотребимым распространённым написанием в форме “Columbia, SC”. Именно в этом городе находится правительство штата, которое даёт комментарии по каким-либо проблемам, создаёт законодательные акты, своими действиями влияет на весь штат. Поэтому Колумбия представлена как центр власти и место реализации ее полномочий. Этот важный город является сосредоточением не только власти, но и культуры, медицины и образования, в нем поднимается множество актуальных вопросов, требующих управления, решения, дискуссии. Однако Колумбия как город, обособленный от штата, со своей экономикой, хозяйственными вопросами и прочими проблемами представлен мало. Даже в тех случаях, когда какое-либо событие произошло именно в этом городе, на самом городе акцент не делается. Авторы пишут про штат, либо сосредотачивают повествование на самом событии, приводя название города во второстепенных частях предложения или текста (в скобках, в качестве вставной конструкции, в сноске, в начале или в конце новости, отдельной пометкой).

Продолжая нашу типологию, необходимо пояснить, что некоторые из предложенных нами фреймов могут пересекаться в связи со сложностью описываемых проблем, к примеру, фреймы «политика», «расизм» и «криминал» непременно будут соприкасаться в более узких субфреймах, например “hate crimes” («преступления, совершаемые на почве ненависти»).

Далее можно выделить следующие частотные родовые фреймы: «Расизм» (“Racism”), «Политика» (“Politics”) и «Криминал» (“Crime”), которые актуализируются за счет лингвистических средств.

4.2 Фрейм «Расизм» (“Racism”)

Расовое неравенство и дискриминация являются ключевыми проблемами в стране, и особенно в городах южных штатов, в которых начался

рабовладельческий строй, и которые были одними из последних территорий, признавших на законодательном уровне равные права темнокожих. Там до сих пор проживают потомки белых колонизаторов, поддерживающих идеи сегрегации. Акцентирование разнообразия (“diversity”) и общности граждан позволяет переместить фокус с расовых противостояний и исторического рабства на важной черте и ценности. Этнокультурное многообразие также является ценностью страны в целом:

-reflect the kind of diversity that is America

-a credit to his race – the human race

Усиление выражено с помощью параллельных синтаксических конструкций, повтора.

Однако большая часть языковых данных представляет собой семантическое поле, включающее лексемы с преимущественно негативной коннотацией. Это объясняется остротой проблемы, трагическими событиями, враждой, обвинениями, болью и несправедливостью, всем тем, что и составляет расизм:

-America that clings to the belief, even now, that people of color are still second-class citizens (выбор глагола, эпитет)

-don't belong

- feel pain

- “slaves who were taken to the United States hit the slave lottery” and were “the most privileged members of their race” (данный оскорбительный комментарий сам по себе является проявлением расизма)

- don't get that this is a serious problem

-racist policies

-ban on interracial dating

-unwillingness to admit black students

-failed to accurately represent the Lord

-failures

-find wholly offensive

4.3 Фрейм «Политика» (“Politics”)

В Колумбии, как и в столицах других штатов, проходит много мероприятий разных предвыборных кампаний. Город и

штат с его населением представлены как электорат, который нужно завоевать, чтобы они проголосовали на выборах. Отмечается большая доля афроамериканцев, поэтому политики стремятся позиционировать себя как сторонников данной группы, апеллируют к близким им ценностям и желаниям:

- minority push

-“ABT mood” in the black community:

Anybody but Trump

-it has people of colour very motivated and excited about voting this time

-win their allegiance

4.4 Фрейм «Криминал» (“Crime”)

Криминальные события будоражат всю общественность, поэтому им отводится важное место в новостной повестке города Колумбии в федеральных СМИ. Ни один гражданин как правило не остается не вовлеченным в серьезные события, так как преступления, где бы они не совершались, – это угроза общей безопасности страны. Люди не могут чувствовать себя защищенными. Ценность человеческой жизни, сочувствие к пострадавшим, ощущение общего горя, – всё это объясняет актуальность освещения криминальных происшествий. Приведем некоторые примеры:

-lying to investigation; was arrested

-killer; execution; electric chair; convicted

-rapist; cuffed; assaulting; abducting; missing person

-horrific jet crash

-Probation for Guard in Sex case

-serial killer; murdered bodies

-admiring references to the Columbine killers

-had all the supplies needed to kill dozens

4.5. Фреймы «Спорт» (“Sport”) и «Катастрофы» (“Catastrophes”)

В сравнительно меньшей степени представлены тематические фреймы «Спорт» (big wins; I am proud of him; that’s a great thing, now little kids in the south will be inspired) и «Катастрофы» (storm watch

for Carolinas; tropical storm warning was issued; Atlantic hurricane season approached; a watch was issued; Killer wave lying in wait).

5. Заключение

Итак, мы видим, что типология фреймов в медийной картине города Колумбии получилась подробной и разносторонней. Нами рассмотрены следующие содержательные макрофреймы: столица штата, расизм, политика, криминал, спорт, катастрофы. Фреймирование социальных проблем осуществляется с помощью широкого спектра лингвистических средств: слова, выражения, метафоры, эпитеты, синтаксические конструкции, образные средства и стилистические приемы разных языковых уровней.

В результате анализа фреймов социальных проблем города Колумбии конструируются определенные системы значений и образы, в которых Колумбия предстает как центральный город, столица штата, в которой сосредоточена политическая власть и решаются политические и законодательные вопросы. Важными проблемами города в связи с прошлой рабовладельческой эпохой и большим количеством темнокожего населения на протяжении многих лет остаются: расизм, неравенство, дискриминация. Город находится недалеко от океана, что объясняет периодическую опасность наводнений и природных катастроф. Также, Колумбия позиционируется как небольшой (по сравнению с крупными мегаполисами страны) южный и аграрный город, в котором есть место талантливым юным спортсменам.

На основе рассмотренных медиатекстов обозначим, что позиционирование города Колумбия представляет собой акцентированную идеологическую коммуникацию, реализующую скрытое речевое воздействие, в которой имеет место такой способ лингвистического конструирования действительности как фрейминг. Мы

усматриваем слабый не прямой характер речевого воздействия. В то же время, мы не можем говорить о первостепенном и абсолютном стратегическом характере новостных сообщений, как в других более идеологически заряженных медиатекстах, например, в полидискурсивной политической коммуникации в СМИ в форме политической речи, обращения, интервью. Мы видим существенную разницу в силе воздействия и в том, насколько намеренно и сознательно в новостных статьях оно осуществляется. Способ выбора сегмента реальности и его выделение в языке не отражает прямую манипуляцию, подмену понятий, эвразивные тактики или фальсификацию фактов. Выделенные нами языковые средства актуализации фреймов городских проблем имеют целью усилить информационную составляющую, объективировать и эксплицировать смыслы, не выходя за их пределы. В какой-то степени умеренность в представлении информации объясняется глобальным контекстом. Газеты федерального уровня – это известные авторитетные и цитируемые издания, которые ориентируются на широкую аудиторию, ценят журналистскую этику и предъявляют повышенные требования к материалу: информативность, сбалансированность, беспристрастность, непредвзятость. Кроме того, на территории страны исторически сложилась напряженная расовая обстановка с тягостными и болезненными для общества проблемами неравенства, дискриминации и религии. Поэтому журналисты стараются (насколько это возможно) быть аккуратными в своем творчестве, избегая особо эмоциональных и конкретизирующих языковых проявлений. Публикации тщательно проверяются, чтобы в них не было неоднозначных рискованных формулировок, неуместных и предвзятых замечаний. Иными словами, важную роль играет принцип и требование политкорректности.

Список литературы

- Болдырев Н.Н. Концептуальные структуры и языковые значения // Филология Культура. Материалы международной конференции. Тамбов, 1999. С. 62-69.
- Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь: учеб. пособие. – 3-е изд., стер. М.: ФЛИНТА, 2019. 264 с.
- Жаботинская С. А. Концептуальный анализ: типы фреймов // Когнитивная семантика. Материалы второй междунар. школы-семинара по когнитивной лингвистике. Тамбов: Изд-во ТГУ, 2000. Ч. 2. С. 10-13.
- Кушнерук С. Л. Закон и порядок как социальная проблема в дискурсе городского издания // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики Том 7, Выпуск №1, 2021. С. 33-48.
- Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов и понятий. Изд. 6-е, испр. и доп. Назрань: Пилигрим, 2016. 610с.
- Ardila J. A. G. Impoliteness as a rhetorical strategy in Spain's politics // Journal of Pragmatics. 140, 2019. Pp. 160-170.
- Benford R. D., Snow D. A. Framing processes and social movements: An overview and assessment // Annual Review of Sociology. 26, 2000. Pp. 611-639.
- Boydston, A. E., Card, D., Gross, J. H., Resnik, P., Smith, N. A. Tracking the development of media frames within and across policy issues. Working Paper. 2014. Pp. 1-25.
- Dynel M. Desperately seeking intentions: Genuine and jocular insults on social media// Journal of Pragmatics. 179, 2021. Pp. 26-36.
- El-Nawawy M., Elmasry M.H. Valuing victims: A comparative framing analysis of the Washington Post's coverage of violent attacks against Muslims and Non-Muslims // International Journal of Communication. 11, 2017. Pp. 1795-1815.

Entman R. M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm // *Journal of Communication*. 43(4), 1993. Pp. 51-58.

Goffman E. *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1974. 586p.

Han J., Sun S., Lu Y. Framing climate change: A content analysis of Chinese mainstream newspapers from 2005 to 2015 // *International Journal of Communication*. 11, 2017. Pp. 2889-2911.

Krzyzanowski M., Tucker J.A. Re/constructing politics through social & online media: Discourses, ideologies, and mediated political practices // *Journal of Language and Politics*. 17(2), 2018. Pp. 141-154.

McKay F. A stairheid rammy: Female politicians and gendered discourses in the Scottish press // *Journal of Language and Politics*. 19(1), 2020. Pp. 30-47.

Novikova A.M. Reflection Of Post-Truth Politics In The Mirror Of The British Political Interview// *European Proceedings of Social & Behavioural Sciences: Post mass media in the modern informational society "Journalistic text in a new technological environment: achievements and problems"*. LXVI, 2019. Pp. 238-244.

Tao Y. Who should apologise: Expressing criticism of public figures on Chinese social media in times of COVID-19 // *Discourse and Society*. May, 2021.

Tavassoli F., Jalilifar A., White P.R.R. British newspapers' stance towards the Syrian refugee crisis: An appraisal model study // *Discourse and Society*. 30(1), 2019. Pp. 64-84.

The official site of City of Columbia. URL: <https://www.columbiasc.net/> (Accessed 5 March 2021).

The official site of Daily News. URL: <https://www.nydailynews.com/> (Accessed 15 April 2021).

The official site of The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/> (Accessed 3 April 2021).

The official site of The Wall Street Journal. URL: <https://www.wsj.com/> (Accessed 26 April 2021).

The official site of USA Today. URL: <https://www.usatoday.com/> (Accessed 5 May 2021).

Tincheva N. "Brexit means...": UK vs. Continental online-mediausers and English-language metaphoric conceptualizations // *Journal of Language and Politics*. 18(6), 2019. Pp. 848-869.

Vreese Claes H. News framing: Theory and typology // *Information Design Journal*. 13(1), 2005. Pp. 51-62.

References

Boldyrev, H. H. (1999). Conceptual structures and language meanings, *Filologija Kul'tura. Materialy mezhdunarodnoj konferentsii*. Tambov, 62-69. (In Russian)

Dobrosklonskaja, T. G. (2019). *Medialingvistika: sistemnyj podkhod k izucheniju jazyka SMI: sovremennaja anglijskaja mediarech'* [Medialinguistics: systematic approach to the study of media language: modern English media speech], FLINTA, Moscow, Russia. (In Russian)

Zhabotinskaja, S. A. (2000). Conceptual analysis: types of frames, *Kognitivnaja semantika. Materialy vtoroj mezhdunar. shkoly-seminara po kognitivnoj lingvistike*, Tambov, 10-13. (In Russian)

Kushneruk, S.L. (2021). Law and order as a social problem in the discourse of a city media, *Research Result. Theoretical and Applied Linguistics*, 7 (1), 33-48. (In Russian)

Zherebilo, T.V. (2016). *Slovar' lingvisticheskikh terminov i ponjatij* [Dictionary of linguistic terms and notions], Pilgrim, Nazran', Russia. (In Russian)

Ardila, J. A. G. (2019). Impoliteness as a rhetorical strategy in Spain's politics, *Journal of Pragmatics*, 140(1), 160-170. (In English)

Benford, R. D. and Snow, D. A. (2000). Framing processes and social movements: An overview and assessment, *Annual Review of Sociology*, 26(1), 611-639. (In English)

Boydston, A. E., Card, D., Gross, J. H., Resnik, P. and Smith, N. A. (2014). Tracking the development of media frames within and

across policy issues, *Working Paper*, 1-25. (In English)

Dynel, M. (2021). Desperately seeking intentions: Genuine and jocular insults on socialmedia, *Journal of Pragmatics*, 179, 26-36. (In English)

El-Nawawy, M. and Elmasry, M.H. (2017). Valuing victims: A comparative framing analysis of the Washington Post's coverage of violent attacks against Muslims and Non-Muslims, *International Journal of Communication*, 1795-1815. (In English)

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm, *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. (In English)

Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*, Harvard University Press, Cambridge, MA. (In English)

Han, J., Sun, S. and Lu, Y. (2017). Framing climate change: A content analysis of Chinese mainstream newspapers from 2005 to 2015, *International Journal of Communication*, 11, 2889-2911. (In English)

Krzyzanowski, M. and Tucker, J.A. (2018). Re/constructing politics through social & online media: Discourses, ideologies, and mediated political practices, *Journal of Language and Politics*, 17(2), 141-154. (In English)

McKay, F. (2020). A stairheid rammy: Female politicians and gendered discourses in the Scottish press, *Journal of Language and Politics*, 19(1), 30-47. (In English)

Novikova, A.M. (2019). Reflection Of Post-Truth Politics In The Mirror Of The British Political Interview, *European Proceedings of Social & Behavioural Sciences: Post mass media in the modern informational society "Journalistic text in a new technological environment: achievements and problems"*, LXVI, 238-244. (In English)

Tao, Y. (2021). Who should apologise: Expressing criticism of public figures on Chinese social media in times of COVID-19, *Discourse and Society*. (In English)

Tavassoli, F., Jalilifar, A. and White P. R. R. (2019). British newspapers' stance

towards the Syrian refugee crisis: An appraisal model study, *Discourse and Society*, 64-84. (In English)

The official site of City of Columbia (2021). Available at: <https://www.columbiasc.net/> (Accessed 5 March 2021).

The official site of Daily News (2021). Available at: <https://www.nydailynews.com/> (Accessed 5 March 2021).

The official site of The New York Times (2021). Available at: <https://www.nytimes.com/> (Accessed 5 March 2021).

The official site of The Wall Street Journal (2021). Available at: <https://www.wsj.com/> (Accessed 5 March 2021).

The official site of USA Today (2021). Available at: <https://www.usatoday.com/> (Accessed 5 March 2021).

Tincheva, N. (2019). "Brexit means...": UK vs. Continental online-media users and English-language metaphoric conceptualizations, *Journal of Language and Politics*, 18(6), 848-869. (In English)

Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology, *Information Design Journal*, 13(1), 51-62. (In English)

Конфликты интересов: у автора нет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the author has no conflict of interest to declare.

Новикова Анна Михайловна, преподаватель кафедры теории и практики английского языка, факультет лингвистики и перевода, Челябинский государственный университет.

Anna Mikhaylovna Novikova, Lecturer of the Department of Theory and Practice of English Language, Faculty of Linguistics and Translation, Chelyabinsk State University.