

УДК 070

DOI: 10.47475/1999-5407-2021-10207

## МЕДИАФРЕЙМИНГ ЭПИДЕМИИ В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОСЛЕДСТВИЙ ДЛЯ ГОРОДА

**О. В. Рыкова**

*Челябинский государственный университет, Челябинск*

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

*Статья посвящена исследованию медиафреймирования социально-экономических последствий эпидемии в локальных британских СМИ на примере пандемии вируса COVID-19. Актуальность исследования объясняется важностью понимания процесса целенаправленного структурирования реальности в сознании масс. Исследование эксплицирует особенности различных видов фреймирования – образного и буквального. Метафорические фреймы последствий эпидемии включают антропоморфную, механистическую, милитарную, экономическую метафору, а также метафоры природных стихий. Буквальное фреймирование реализуется посредством сцениев медицинской, экономической, юридической направленности, а также в рамках изменений в функционировании социальных институтов и предприятий.*

**Ключевые слова:** медиафрейминг, эпидемия, локальные СМИ, фрейм, медиавоздействие.

Эпидемия коронавируса COVID-19 охватила планету в течение первых пяти месяцев 2020 года и изменила темп, структуру и характер нашей повседневной жизни, отразившись на таких сферах, как занятость, образование, законодательство, экономика, здравоохранение, и оказав масштабное влияние, выходящее за рамки непосредственно самого заболевания и попыток различных стран ограничить его распространение. Важным является понимание того, как реальность, с которой столкнулось подавляющее большинство жителей планеты, моделируется в сознании людей.

Актуальность исследования социального информационного взаимодействия объясняется необходимостью понимания поведенческой матрицы фрейма, которая делает возможным прогнозирование вектора развития социально-экономических процессов в обществе и позволяет выявить поведенческие практики различных социальных групп.

Под фреймингом понимается процесс целенаправленного структурирования реальности в сознании масс. С помощью фрейминга «актер создает и навязывает аудитории систему когнитивно-оценочных и аффективных координат для обсуждения и истолкования социальных феноменов в неоднозначной ситуации, активируя в качестве неявных предпосылок когнитивные схемы, социокультурные сценарии, культурные модели, ценности и нормы» [1. С. 32]. Ряд ученых, среди которых американский исследователь политической коммуникации Э. Бойдстун, подчеркивают, что фрейминг может оказать значительное влияние на отношение общественности к важным политическим вопросам [2]. Массмедийные тексты выступают механизмом, который, взаимодействуя с индивидуальным и групповым сознанием, позволяет *конструировать* смыслы.

В данном исследовании проводится анализ того, как присущая СМИ идейная составляющая влияет на фреймирование определенных аспектов реальности. Эффекты фреймирования относятся к коммуникационному воздействию, которое не связано с

различиями в том, что сообщается, а скорее с различиями в том, как данный фрагмент информации представляется (или фреймируется) в публичном дискурсе [9]. Измерение фреймирования всегда связано с выбором вопросов, акцентированием и фокусировкой внимания на определенных аспектах проблемы. Шойфеле утверждает, что фреймирование может функционировать как конструктор социальной реальности [8]. Таким образом, новостной репортаж - это не констатация фактов, а *воссоздание* реальности.

Медиафрейминг отдельных фрагментов реальности или событий вызывает интерес у исследователей-лингвистов во всем мире. К примеру, за последние несколько лет были представлены результаты изучения фреймирования политической предвыборной кампании в Индонезии [13], пандемии COVID-19 в Китае с выделением социальной и культурной составляющих [4], зависимости от социальных сетей в Великобритании и США [6], ЛГБТ-сообществ в Индонезии [10], аквакультуры в Норвегии [7] и т.д.

Ученые проводят различие между различными видами фреймирования, одним из которых является образный фрейминг. Некоторые исследователи утверждают, что метафора, гипербола и ирония содержат как лингвистическое, так и когнитивное содержание, и они могут по отдельности или «совместно» функционировать как образные инструменты фреймирования в дискурсе [3]. Метафорическое фреймирование является подкатегорией образного фреймирования, и его возможное влияние на реципиентов было подтверждено рядом эмпирических исследований [См., например: 5; 11; 12]. В противовес метафорическим фреймам, мы предполагаем существование неметафорических, или буквальных фреймов. «Буквальные фреймы» противопоставляются «образным фреймам» [3], функционируя исключительно в рамках поля прямых значений.

Метафорические фреймы последствий эпидемии охватывают образы, эксплицированные посредством антропоморфной, механистической, военной, экономической метафоры, а также метафоры природных стихий, преимущественно огня. Более того, в корпусе медийной репрезентации пандемии COVID-19 были найдены и буквальные фреймы, такие как ответственность, сотрудничество, нестабильность/непредсказуемость ситуации, глобальные изменения – в функционировании заведений, жизненном укладе, восприятии реальности. Все фреймы, как метафорические, так и буквальные, вместе формируют представление о том, что такое COVID-19, какую роль в борьбе с пандемией играет среднестатистический житель, а также государственные институты и органы и какой вклад они могут внести в общее дело.

СМИ – важный источник информации, роль которого в чрезвычайных ситуациях в области общественного здравоохранения заслуживает пристального внимания. В данном исследовании на примере локальных СМИ города Ноттингем, Великобритания мы ставим перед собой задачу изучить то, как медиа-фреймирование пандемии COVID-19 связано с реакцией СМИ и правительства, а также какое влияние оно может оказать на реакцию общественности.

Материал для исследования отобран с помощью платформы NOW Corpus ([www.english-corpora.org](http://www.english-corpora.org)), объединяющей публикации, размещенные на веб-ресурсах англоязычных периодических изданий. Методом поиска по ключевым словам ‘pandemic’, ‘coronavirus’, ‘COVID-19’ для анализа было отобрано 372 контекста из статей, опубликованных за период с января 2020 года по настоящее время в британском местном таблоиде «The Nottingham Post», выпускаемом на территории графства Ноттингемшир и, частично, таких графств, как Лестершир, Линкольншир и Дербишир.

Процентное соотношение фреймов, которые служат матрицей для эксплицирования последствий эпидемии в разных сферах функционирования общества на примере локального британского издания The Nottingham Post, свидетельствует о преобладании поля «Медицина» (47 %) с такими сценариями, как распространение вируса, нестабильность ситуации, статистические флуктуации заболевших; действия, предпринимаемые

местными органами здравоохранения для сокращения заболеваемости; повышенная нагрузка на медицинские учреждения.

Большое количество контекстов описывает новые случаи заражения в абсолютных показателях, акцентируя внимание на возрасте зараженных, серьезности симптомов и последствий, проценте смертности, апеллируя, таким образом, к чувству страха перед вирусом:

«To date there have been over 10,600 confirmed cases of coronavirus across Nottingham, most of them *under the age of 30*. Since the start of the pandemic, more than 1,000 people in Nottinghamshire *have died after contracting the virus*» (Coronavirus live: Furlough extension expected as country enters first day of national lockdown; URL: <https://www.nottinghampost.com/news/live-updates-nottingham-enters-first-4670170>; 09.11.2020).

Описываемые в публикациях издания случаи течения болезни, помимо упоминания среднестатистических граждан, привлекают внимание общественности за счет медийных персон и известных личностей – к примеру, членов королевской семьи - путем детального перечисления симптомов и указания на течения заболевания:

«William’s father, the Prince of Wales, contracted coronavirus in March and he quarantined with *mild symptoms* separately from the Duchess of Cornwall, who tested negative, for 14 days. In his first public engagement after recovering from mild symptoms, Charles revealed he *lost his sense of taste and smell* when he had coronavirus» (Prince William ‘tested positive for coronavirus in April’; URL: <https://www.nottinghampost.com/news/uk-world-news/prince-william-tested-positive-coronavirus-4660191>; 12.11.2020).

Статистика заболеваемости и динамика распространения вируса отображается через призму нестабильности ситуации – наблюдаются попеременно сменяющие друг друга снижение и рост заболеваемости, периодически достигается недолгосрочное плато, что говорит об отсутствии четко прослеживаемой тенденции и указывает на необходимость сохранять режим самоизоляции и ограничений на передвижения внутри страны:

«Rates of coronavirus have risen across the whole of Nottinghamshire as the county prepares for Christmas - with the *largest spikes* in Gedling borough and Mansfield» (Further increase in Covid cases reported in all areas of Nottinghamshire; URL: <https://www.nottinghampost.com/news/nottingham-news/further-increase-covid-cases-reported-4821385>; 25.12.2020).

«Speaking during the weekly briefing, director for Public Health for Nottinghamshire Jonathan Gribbin said there was a “glimmer of encouragement” from the *declining case numbers* in the overall rate of coronavirus infections, but the rate showing levels of transmission across the county was of “grave concern” ... While coronavirus rates are *plateauing*, they are still much *too high*» (Huge rise in Covid hospital admissions in Nottinghamshire; URL: <https://www.nottinghampost.com/news/nottingham-news/more-1000-covid-patients-admitted-4675897>; 09.11.2020).

Вакцинация как возможное решение в сложившейся ситуации нередко отображается в свете возможных негативных последствий и побочных эффектов:

«British regulators said they have identified 30 cases of *rare blood clot* events associated with the AstraZeneca vaccine but stressed *the benefits of the jab in preventing coronavirus outweigh any risks*» (Thirty cases of rare blood clots after AstraZeneca jab; URL: <https://www.nottinghampost.com/news/uk-world-news/thirty-cases-rare-blood-clots-5258410>; 06.04.2021).

В данном примере указывается опасность использования вакцины, но внимание акцентируется на том факте, что польза превышает риски – без уточнений и статистического подтверждения. Вместо нейтрального слова ‘vaccine’ используется лексема разговорного регистра ‘jab’.

«A US pharmacist convinced the world was “crashing down” told police he tried to ruin hundreds of doses of coronavirus vaccine because he believed the shots would *mutate people’s DNA*» (US pharmacist ‘tried to ruin Covid vaccine’; URL: <https://www.nottinghampost.com/news/uk-world-news/pharmacist-tried-ruin-covid-vaccine-4855245>; 10.01.2021).

С другой стороны – масштабность и серьезность эпидемии, а также нависающая угроза очередной вспышки заболеваемости делают вакцинирование едва ли не единственным оружием в борьбе с вирусом ('to pin hopes on the coronavirus vaccines'):

«The vaccination drive has been given renewed *emphasis amid warnings of another flurry of coronavirus cases in the summer*» (Boris Johnson faces grilling today over handling of pandemic; URL: <https://www.nottinghampost.com/news/uk-world-news/boris-johnson-faces-grilling-today-5220445>; 24.03.2021).

Органы системы здравоохранения в регионе отображаются в свете действий, направленных на снижения заболеваемости, подчеркивается важность профилактических и превентивных мер – тестирования в больницах и других общедоступных местах, статистики после проведения всеобщего тестирования жителей города:

«To deliver fast access to *coronavirus testing on campus*, two NHS walk-in testing stations are based on University Park Campus and Jubilee Campus. Appointments are bookable online and facilities are open to staff, students and members of the local community» (Covid cases at the University of Nottingham continue to fall significantly; URL: <https://www.nottinghampost.com/news/nottingham-news/covid-cases-university-nottingham-continue-4685830>; 11.11.2020).

В публикациях подчеркивается рост нагрузки на лечебные заведения, масштабность предпринимаемых усилий, которых, тем не менее, недостаточно в сложившейся ситуации:

«England is one week into a national lockdown and coronavirus continues to “circulate widely” across the county, the county’s Director of Public Health said, which translates to *pressures on local services and the economy*» (Covid-19 cases ‘leveling off’ in parts of Nottinghamshire – but ‘more needs to be done’, URL: <https://www.nottinghampost.com/news/nottingham-news/covid-19-cases-levelling-off-4698480>; 13.11.2020).

«It also gives rise to “*severe pressures*” in care homes and hospitals in the county, Jonathan Gribbin explained during his latest update» (Covid-19 cases ‘leveling off’ in parts of Nottinghamshire – but ‘more needs to be done’, URL: <https://www.nottinghampost.com/news/nottingham-news/covid-19-cases-levelling-off-4698480>; 13.11.2020).

Таким образом, фреймирование эпидемии в рамках поля «Медицина» представляет рассматриваемый феномен в контексте нестабильности, непредсказуемости, недостаточности текущих мер. Работа органов здравоохранения оценивается как напряженная, но недостаточная.

Весомая роль отведена фреймированию эпидемии через призму закона (24,5 %) с акцентом на факте нарушения требований, личной ответственности каждого жителя, наказании за несоблюдение установленного режима. Фрейм «Закон» представлен такими слотами, как «Факт нарушения», «Ограничительные меры», «Наказание, юридическая ответственность».

Факт нарушения обозначается как общим указанием на несоблюдение требований ('to contravene the coronavirus requirements', 'to breach coronavirus restrictions'), так и более конкретным описанием действий – к примеру, предоставление поддельной справки об отсутствии коронавирусной инфекции с целью пересечение границы страны ('trying to enter the UK each day with ‘fake’ certificates showing recent negative coronavirus tests'). Статистически, большинство жителей региона ответственно и четко выполняют требования, тем самым обеспечивая свой вклад в борьбу с пандемией коронавируса:

«Although sadly a minority of people are choosing not to adhere to the regulations, I’d like to thank *the vast majority of the public who are following the rules and helping to stop the spread coronavirus*» (Dispersal order in place in parts of Beeston; URL: <https://www.nottinghampost.com/news/nottingham-news/dispersal-order-place-parts-beeston-4678756>; 09.11.2020).

Использование таких эпитетов, как 'stringent', 'tough', 'robust' подчеркивает строгость мер, направленных на снижение заболеваемости ('stringent restrictions', 'tough new

coronavirus quarantine rules'). К нарушителям общественного порядка и установленных законом ограничений применяются строгие меры:

«A Government spokesperson said: “We introduced *robust border controls* to stop coronavirus variants in their tracks and *every essential check* we’ve introduced for arrivals has *strengthened our defences* against new mutations”» (Foreign holidays this summer should be discouraged; URL: <https://www.nottinghampost.com/news/uk-world-news/foreign-holidays-summer-should-be-discouraged-5369437>; 03.05.2021).

Особое внимание уделяется юридической ответственности и наказанию, предусмотренному законом за невыполнение требований. Указывается количество нарушений и, соответственно, случаев применения наказания:

«The *number of fines* handed out to people breaching coronavirus restrictions has been revealed... According to the National Police Chief’s Council (NPCC), a total of 20,233 fixed *penalty notices* were handed out across England and Wales between March 27 and October 19» (The number of fines handed out for coronavirus rule; URL: <https://www.nottinghampost.com/news/local-news/number-fines-handed-out-coronavirus-4664300>; 09.11.2020).

Чуть реже (18,3 % контекстов) эпидемия позиционируется в свете изменений в функционировании социальных институтов и предприятий (образовательные учреждения, общественный транспорт, проведение массовых предприятий), а также новых реалий ежедневной рутины и жизненного уклада, включая психологические последствия таких изменений. Прежде всего, отмечается, что жизненные условия в целом изменились. Происходит переоценка приоритетов (*‘reassessing priorities in life due to the pandemic’*), меняется режим трудовой деятельности (*‘trend towards homeworking’*), растет популярность определенных хобби и занятий в свободное время (*‘a surge in online gambling’*), увеличивается нагрузка на психику (*‘mental health crisis’*).

Последствия эпидемии особенно очевидны при рассмотрении отдельных особенно уязвимых социальных групп, а именно бездомных:

«The coronavirus pandemic has completely changed life as we know it, but *Nottingham’s homeless community are among those who have been hit the hardest*» (The true impact of coronavirus in Nottingham’s homeless; URL: <https://www.nottinghampost.com/news/nottingham-news/true-impact-coronavirus-nottinghams-homeless-4725410>; 22.11.2020).

Подчеркивается влияние пандемии на работу предприятий различных отраслей. Среди таковых отдельно выделяется сфера общественного транспорта:

«Nottingham’s *tram operator has had to overcome difficult challenges* throughout the coronavirus pandemic – including *managing hoards of people* queueing up in the wake of the 10pm pub curfew. Head of operations Mike Mabey spoke about how the company has *kept services running* – and why he thinks *passenger travel habits may change in the future*» (The coronavirus pandemic through the eyes of Nottingham; URL: <https://www.nottinghampost.com/news/coronavirus-pandemic-through-eyes-nottingham-4810618>; 31.12.2020).

Компании, занимающиеся пассажирскими перевозками, были вынуждены приспособливаться к новым условиям повышенной нагрузки. Фреймирование указывает на успешность трансформаций.

Образовательным учреждениям также пришлось искать пути сохранения максимально возможной эффективности обучения в условиях новой реальности:

«At the start of the first lockdown in March, the decision was taken *to move all teaching online* for the rest of the the 2019/20 academic year to mitigate the spread of coronavirus. When term restarted in the autumn, it was announced that online teaching would continue in a *“blended-approach”* where students would have face-to-face seminars and tutorials when this could not be avoided» (How Nottingham’s universities changed as a result of Covid; URL: <https://www.nottinghampost.com/news/nottingham-news/how-nottinghams-universities-changed-result-4775306>; 27.12.2020).

Гостиничный и туристический бизнес, индустрия гостеприимства в целом подвержены влиянию ограничений в первую очередь:

«Detective Sergeant Andy Hall, who is investigating the incidents, said: “We all know that *hospitality businesses are some of the hardest hit by the coronavirus pandemic*, so the last thing they need is to be targeted by criminals”» (Nottingham bar has £7,000 of ‘specialist alcohol’ stolen; URL: <https://www.nottinghampost.com/news/local-news/chapel-bar-nottingham-olivias-townhouse-4747070>; 04.12.2020).

С отменой празднований и массовых мероприятий изменился облик города, люди выбирают другие доступные способы проведения свободного времени в период новогодних и рождественских праздников:

«Nottingham on New Year’s Eve is typically pulsing with vibrant music and the explosive reverberations of fireworks, but *this year the scenes on the streets look set to be vastly different amid the coronavirus pandemic*. # Last year, Nottingham saw in the New Year with a street party and fireworks display in Old Market Square, a far-cry from the celebrations which many will be partaking in this year. # No doubt many people *hunkered down in their homes with a bottle (or two) of their favourite drink*, with Tier 4 restrictions now in place upon rising infection rates across most of the UK» (Live updates from the city as Nottingham marks the end of 2020; URL: <https://www.nottinghampost.com/news/local-news/live-updates-city-nottingham-marks-4846407> 31.12.2020).

Период коронавирусных ограничений метафорически описывается как «размытые дни» (*‘blurdays’*). Внимание акцентируется на психологических эффектах и влиянии эпидемии на восприятие базовых концептов, таких как течение времени:

«This is backed up by research I conducted in April, which explored how the early months of the coronavirus pandemic had *affected people’s experiences of the passage of time*. Of particular interest was how quickly time felt like it was passing during lockdown in comparison to “normal” (that long-ago time before lockdown)» (A year of blurdays: How coronavirus distorted our sense of time; URL: <https://www.nottinghampost.com/news/uk-world-news/year-blurdays-how-coronavirus-distorted-4837520>; 28.12.2020).

В рамках изменений, с которыми столкнулись все без исключения жители региона, продуктивным является фреймирование ситуации с акцентом на сотрудничество, важность совместных усилий (*‘we are going to continue needing your ongoing help with that’, ‘our collective fight’*), личной ответственности каждого (*‘a level of personal responsibility’, ‘we all have our part to play’*), поддержке (*‘provide the best support to people throughout this pandemic’, ‘how to best support people’*), осуждении нарушителей ограничений (*‘but a minority of the public have still chosen to put others at risk through their behaviour’*), которые подвергают опасности не только себя, но и всех окружающих.

Фрейм «Экономика» реализуется в 10,2 % контекстов. С финансовыми последствиями эпидемии столкнулись как компании и сфера бизнеса в целом, так и отдельные граждане (физические лица) – *‘sales plummeted’, ‘transactions plunged by 43 per cent’, ‘a huge funding shortfall’, ‘a 95 percent year-on-year cut on revenues’, ‘income cuts’, ‘problems facing the economy because of the coronavirus crisis’, ‘to expect shortages’*. Люди в свете нависшей угрозы и неопределенности ситуации пытаются обезопасить финансовое будущее своих близких, распорядившись судьбой своего имущества с помощью завещания:

«There has been a massive hike in the number of *people making a will* since the start of the coronavirus pandemic» (More people making a will since start of Covid pandemic; URL: <https://www.nottinghampost.com/news/uk-world-news/more-people-making-start-covid-4876213>; 11.01.2021).

Фрейм «Финансы» эксплицируется в контексте потери денег, невозможности полного возврата вложенных средств (покупки авиабилетов, билетов на мероприятия):

«Customers were urged to accept vouchers instead of immediate cash refunds when the majority of flights were cancelled following the outbreak of Covid-19» (Passengers could lose ‘hundreds of pounds’ in airline; URL: <https://www.nottinghampost.com/news/uk-world-news/passengers-could-lose-hundreds-pounds-46821777>; 09.11.2020).

Страх перед будущим, наполненным неопределенностью, долгосрочные последствия пандемии передаются посредством сценария, согласно которому экономическое бремя по устранению последствий локдауна придется на будущие поколения. Катастрофичность и разрушительное влияние на экономику региона подчеркивает использование стилистически окрашенного прилагательного ‘humongous’ («огромный», «чудовищных размеров») для описания размеров долга, образовавшегося в результате эпидемии:

«The economic burden of the coronavirus lockdowns and other restrictions will be borne by the next generation, a Treasury minister has acknowledged» (Burden of “humongous” coronavirus debt will fall on next generations; URL: <https://www.nottinghampost.com/news/uk-world-news/burden-humongous-coronavirus-debt-fall-4688685>; 11.11.2020).

Метафорические фреймы эпидемии репрезентуются посредством антропоморфной метафоры, с такими типичными слотами, как «Физиологические процессы» (‘passengers lose hundreds of pounds in airline’) и «Нанесение вреда организму» (‘...the whole travel sector being crippled by the coronavirus crisis’), которые используются преимущественно для вербализации экономических последствий. Образное фреймирование также реализуется через метафору с такими сферами-источниками, как «Торговые отношения» (‘to import coronavirus variants from other countries’), «Механизм» (‘to throttle economic growth’), «Война» (‘for international research projects assisting the fight against the virus’, ‘callous and invisible enemy’, ‘fighting in the dark’), «Природная стихия» (‘Covid could reignite’). Метафорическое фреймирование феномена эпидемии подчеркивает опасность и неконтролируемость ситуации, острое противостояние человека вирусу, создает образ механического препятствия, помехи на пути экономического развития, а также «товара», который можно «импортировать» из другой страны, что подчеркивает важность ограничений на международные передвижения.

Общая тональность фреймирования эпидемии в местном издании Nottingham Post позволяет говорить о тревожности и непредсказуемости ситуации, первостепенности слаженной работы государственных учреждений и социальных институтов, взаимной поддержки. Усилия органов городского управления оцениваются как масштабные, но, тем не менее, недостаточные. Особо подчеркивается ответственность каждого члена социума. На первое место выходит страх перед эпидемией, связанный с негативными последствиями для здоровья и угрозой жизни человека.

### Список литературы

1. Пономарев, Н. Ф. Коммуникационный менеджмент власти. Институциональные теории и дискурсивные практики : учебное пособие / Н. Ф. Пономарев. – М. : Флинта, 2016. – 128 с. – Текст : непосредственный.
2. Boydston, A. E. Tracking the Development of Media Frames within and across Policy Issues / A. E. Boydston, D. Card, J. Gross, P. Resnick, N. A. Smith // APSA 2014 Annual Meeting Paper. – 2014. – Текст : электронный. – URL : <https://scholar.google.com/citations?user=wTcD0lQAAAAJ&hl=en> (дата обращения: 10.04.2021).
3. Burgers, C. Figurative framing shaping public discourse through metaphor, hyperbole and irony / C. Burgers, E. A. Konijn, G. J. Steen. – Текст : непосредственный // Communication theory. – № 26. – 2016. – P. 410–430.
4. Gui, L. Media Framing of Fighting COVID-19 in China / L. Gui. – Текст : электронный // Sociology of Health & Illness. – 2021. – URL : <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/1467-9566.13271> (дата обращения: 25.04.2021).

5. Jia, L. Distance makes the metaphor grow stronger: A psychological distance model of metaphor use / L. Jia, E. R. Smith. – Текст : непосредственный // *Journal of Experimental Social Psychology*. – № 49. – 2013. – P. 492–497.
6. Lundahl, O. Media framing of social media addiction in the UK and the US / O. Lundahl. – Текст : электронный // *International Journal of Consumer Studies*. – 2020. – URL: <https://doi.org/10.1111/ijcs.12636> (дата обращения: 10.04.2021).
7. Olsen, M. S. Media framing of aquaculture / M. S. Olsen, T. C. Osmundsen. – Текст : электронный // *Marine Policy*. – № 76. – 2017. – URL: [https://www.researchgate.net/publication/310600055\\_Media\\_framing\\_of\\_aquaculture](https://www.researchgate.net/publication/310600055_Media_framing_of_aquaculture) (дата обращения: 10.04.2021).
8. Scheufele, D. A. (1999). Framing as a Theory of Media Effects / D. A. Scheufele. – Текст : электронный // *Journal of Communication*. – № 49 (1). – 1999. – URL: [https://www.researchgate.net/publication/209409815\\_Framing\\_As\\_a\\_Theory\\_of\\_Media\\_Effects](https://www.researchgate.net/publication/209409815_Framing_As_a_Theory_of_Media_Effects) (дата обращения: 10.05.2021).
9. Scheufele, D. A. The State of Framing Research: A Call for New Directions / D. A. Scheufele, Sh. Yiengar. – Текст : электронный // *The Oxford Handbook of Political Communication* / Edited by Kate Kenski and Kathleen Hall Jamieson. – Oxford University Press, 2014. – URL : [https://www.researchgate.net/publication/224818492\\_The\\_state\\_of\\_framing\\_research\\_A\\_call\\_for\\_new\\_directions](https://www.researchgate.net/publication/224818492_The_state_of_framing_research_A_call_for_new_directions) (дата обращения: 05.05.2021).
10. Syam, H. M. Ideology and Media Framing: Stigmatisation of LGBT in Media Coverage in Indonesia / H. M. Syam, N. Anisah, R. Saleh, M. A. Lingga. – Текст : электронный // *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*. – № 37(1). – 2021. – URL: [https://www.researchgate.net/publication/350550263\\_Ideology\\_and\\_Media\\_Framing\\_Stigmatisation\\_of\\_LGBT\\_in\\_Media\\_Coverage\\_in\\_Indonesia](https://www.researchgate.net/publication/350550263_Ideology_and_Media_Framing_Stigmatisation_of_LGBT_in_Media_Coverage_in_Indonesia) (дата обращения: 15.04.2021).
11. Thibodeau, P. H. Metaphors we think with: The role of metaphor in reasoning / P. H. Thibodeau, L. Boroditsky. – Текст : электронный // *PLOS One*. – № 6 (2). – 2011. – URL: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0016782> (дата обращения: 01.05.2021).
12. Van Stee, S. K. Meta-analysis of the persuasive effects of metaphorical vs. literal messages / S. K. Van Stee. – Текст : непосредственный // *Communication studies*. – № 69 (5). – 2018. – P. 545–566.
13. Yahya, I. P. (2019). Media Framing vs Framing by Politicians / I. P. Yahya. – Текст : электронный // *Jurnal Studi Pemerintahan*. – № 10 (1). – 2019. – URL : [https://www.researchgate.net/publication/333240942\\_Media\\_Framing\\_and\\_Framing\\_by\\_Politicians](https://www.researchgate.net/publication/333240942_Media_Framing_and_Framing_by_Politicians) (дата обращения: 18.04.2021).

## **MEDIA FRAMING OF PANDEMIC IN THE LIGHT OF SOCIAL AND ECONOMIC IMPACT ON THE CITY**

***O. V. Rykova***

*Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, olga.pribylova@mail.ru*

*The research was funded by RFBR and Chelyabinsk Region,  
project number 20-412-740004*

*The article is devoted to the study of media framing of social and economic consequences of pandemic by as exemplified by the COVID-19 virus pandemic. It is important to understand how the reality faced by the vast majority of the planet's population is modeled in people's minds. The relevance of the research stems from the importance of understanding the process of purposeful structuring of reality in the minds of the masses. This study analyzes how the*



*inherent narrative component of mass media influences the framing of certain aspects of reality. Framing effects refer to communication effects that are not related to differences in what is communicated, but rather to differences in how a given piece of information is presented (or framed) in public discourse. Mass media are an important source of information whose role in public health emergencies deserves close attention. In this study, we aim to explore how the media framing of the COVID-19 pandemic is related to the mass media and government response, as well as the impact it may have on the public response, by using the local periodical of Nottingham, UK as a case study. The study explicates the peculiarities of different types of framing – figurative (metaphorical) and literal. Metaphorical frames of the pandemic consequences include anthropomorphic, mechanistic, militaristic, economic metaphors, as well as metaphors of natural elements. Literal framing is realized by means of scenarios including medical, economic and legal aspects, as well as in the framework of changes in the functioning of social institutions and enterprises.*

**Key words:** media framing, pandemic, local media, frame, media influence.

### References

1. Ponomarev, N. F. (2016). *Kommunikatsionnyi menedjment vlasti. Institucionalnye teorii i diskursivnye praktiki* [Communicative management of power. Institutional theories and discursive practices]. Moscow, Flinta, 128 p. (in Russ.).
2. Boydston, A. E., Card, D., Gross, J., Resnick, P. and Smith, N. A. (2014). Tracking the Development of Media Frames within and across Policy Issues. *APSA 2014 Annual Meeting Paper*, available at: <https://scholar.google.com/citations?user=wTcD0lQAAAAJ&hl=en>, accessed 10.04.2021.
3. Burgers, C., Konijn, E. A. and Steen, G. J. (2016). Figurative framing shaping public discourse through metaphor, hyperbole and irony. *Communication theory*, 26, pp. 410–430.
4. Gui, L. (2021). Media Framing of Fighting COVID-19 in China. *Sociology of Health & Illness*, available at: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/1467-9566.13271>, accessed 25.04.2021.
5. Jia, L. and Smith, E. R. (2013). Distance makes the metaphor grow stronger: A psychological distance model of metaphor use. *Journal of Experimental Social Psychology*, 49, pp. 492–497.
6. Lundahl, O. (2020). Media framing of social media addiction in the UK and the US. *International Journal of Consumer Studies*, available at: <https://doi.org/10.1111/ijcs.12636> (accessed 10.04.2021).
7. Olsen, M. S. and Osmundsen, T. C. (2017). Media framing of aquaculture. *Marine Policy*, 76, available at: [https://www.researchgate.net/publication/310600055\\_Media\\_framing\\_of\\_aquaculture](https://www.researchgate.net/publication/310600055_Media_framing_of_aquaculture), accessed 10.04.2021.
8. Scheufele, D. A. (1999). Framing as a Theory of Media Effects. *Journal of Communication*, 49 (1), available at: [https://www.researchgate.net/publication/209409815\\_Framing\\_As\\_a\\_Theory\\_of\\_Media\\_Effects](https://www.researchgate.net/publication/209409815_Framing_As_a_Theory_of_Media_Effects), accessed 10.05.2021.
9. Scheufele, D. A. and Yiengar, Sh. (2014). The State of Framing Research: A Call for New Directions. *The Oxford Handbook of Political Communication*. Edited by Kate Kenski and Kathleen Hall Jamieson. Oxford University Press, available at: [https://www.researchgate.net/publication/224818492\\_The\\_state\\_of\\_framing\\_research\\_A\\_call\\_for\\_new\\_directions](https://www.researchgate.net/publication/224818492_The_state_of_framing_research_A_call_for_new_directions), accessed 05.05.2021.
10. Syam, H. M., Anisah, N., Saleh, R. and Lingga, M. A. (2021). Ideology and Media Framing: Stigmatisation of LGBT in Media Coverage in Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37 (1), available at: <https://www.researchgate.net/>

publication/350550263\_Ideology\_and\_Media\_Framing\_Stigmatisation\_of\_LGBT\_in\_Media\_Coverage\_in\_Indonesia, accessed 15.04.2021.

11. Thibodeau, P. H. and Boroditsky, L. (2011). Metaphors we think with: The role of metaphor in reasoning. *PLOS One*, 6 (2), available at: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0016782>, accessed 01.05.2021.

12. Van Stee, S. K. (2018). Meta-analysis of the persuasive effects of metaphorical vs. literal messages. *Communication studies*, 69 (5), pp. 545–566.

13. Yahya, I. P. (2019). Media Framing vs Framing by Politicians. *Jurnal Studi Pemerintahan*, 10 (1), available at: [https://www.researchgate.net/publication/333240942\\_Media\\_Framing\\_and\\_Framing\\_by\\_Politicians](https://www.researchgate.net/publication/333240942_Media_Framing_and_Framing_by_Politicians), accessed 18.04.2021.

**Рыкова Ольга Викторовна** – доцент, кандидат филологических наук, Челябинский государственный университет.  
olga.pribylova@mail.ru