

ФРЕЙМІНГ ПРОБЛЕМ ЕКОЛОГІЇ В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ МЕДІА-ДИСКУРСІ

Зенякін О.С. (Харків)

Науковий керівник: докт. філол. наук, проф. Морозова О.І.

Статтю присвячено дослідженню фреймінгу проблем навколишнього середовища в онлайн-виданні британської газети *METRO* під час пандемії COVID-19. Проаналізовано підходи до визначення змісту поняття фрейму, виявлено мовні та позамовні засоби фреймінгу екологічних проблем.

Ключові слова: еколінгвістика, медіа-дискурс, мовні та позамовні засоби фреймінгу, фрейм.

Зенякин А.С. Фрейминг проблем экологии в англоязычном медиа-дискурсе. Стаття посвящена исследованию фрейминга проблем окружающей среды в онлайн-издании британской газеты *METRO* во время пандемии COVID-19. Проанализированы подходы к определению содержания понятия фрейма, выявлены языковые и неязыковые средства фрейминга экологических проблем в англоязычном медиа-дискурсе.

Ключевые слова: эколлингвистика, медиа-дискурс, языковые и неязыковые средства фрейминга, фрейм.

Summary: Zeniakin O.S. Framing Environmental Issues in Anglophone Media Discourse. This article is a study of framing environmental issues in the online edition of the British newspaper *METRO* during the COVID-19 pandemic. An analysis of approaches to the definition of frame is offered, linguistic and non-linguistic devices used in framing ecological issues are described.

Key words: ecolinguistics, media discourse, linguistic and non-linguistic framing devices, frame.

Пандемія COVID-19 захопила світ, істотно змінивши стан речей у природі та соціумі. Ця надзвичайна ситуація внесла суттєві зміни у світобачення людини, які, відповідно, відбилися у засобах масової інформації. Ці зміни торкнулися і сприйняття людиною проблем екології, які традиційно посідають чільне місце у повідомленнях британських газет, про що, зокрема, свідчить часта оновлюваність відповідних розділів в одній з найбільш читаних газет в Об'єднаному Королівстві – *METRO* [7], особливо, в її онлайн-версії. Звернення до аналізу таких текстів надає еколінгвістам можливість отримати нові дані стосовно того, як зовнішні чинники впливають на світобачення

людини, зокрема, на її ставлення до навколишнього середовища, а також на те, як відповідні зміни віддзеркалюються в засобах масової інформації.

У цьому дослідженні до аналізу новинних текстів британських онлайн-медіа застосовано теорію фреймінгу. Об'єктом дослідження є новинні тексти онлайн-видання британської газети *METRO*, присвячені висвітленню проблем навколишнього середовища під час пандемії COVID-19, а предметом – мовні та позамовні засоби фреймінгу проблем екології. Метою дослідження є виявлення й опис притаманних британському медіа-дискурсу періоду пандемії засобів фреймінгу проблем навколишнього середовища, а завданнями, що їх необхідно розв'язати для досягнення поставленої мети, є систематизація підходів до тлумачення змісту поняття фрейму та виявлення й опис засобів фреймінгу проблем навколишнього середовища в онлайн-виданні британської газети *METRO* у часи світової пандемії COVID-19. Актуальність цієї розвідки зумовлена її належністю до царини еколінгвістики, яка підсилюється суспільною значущістю порушеної у дослідженні проблематики.

Джерелом емпіричного матеріалу дослідження є 56 новинних текстів з ілюстраціями, дібраних з онлайн-видання *METRO* протягом 2020 року. З них виокремлено 95 фрагментів, в яких застосовано той чи інший засіб фреймінгу. До аналізу емпіричного матеріалу залучено конкретнонаукові (лінгвістичні) методи критичного й позитивного аналізу дискурсу та фреймового аналізу, а також загальнонаукові методи індукції, дедукції, аналізу та синтезу.

Дослідження є першим на теренах України емпіричним дослідженням засобів фреймінгу проблем екології в британських онлайн-медіа, що зумовлює його наукову новизну.

Практична значущість дослідження міститься у можливості застосування його результатів у курсах за вибором з дискурсології та лінгвосеміотики, у практиці викладання англійської мови (аспект «Усне мовлення») та студентських наукових

роботах.

У сучасній лінгвістиці співіснують два основні підходи до трактування фрейму [1, с. 3]. Перший бере за основу ідею, що її сформулював фахівець у галузі штучного інтелекту М. Мінський: фрейм – це «структура даних для представлення стереотипної ситуації» [6, с. 1]. Такий тип фрейму називають когнітивним. Другий підхід акцентує увагу на інтеракціональній природі фрейму. Його засновником є соціолог І. Гоффман, згідно якому головним у фреймі є знаходження відповіді на питання «що відбувається?» реципієнтом повідомлення, тобто фрейм пояснює, як реципієнт ідентифікує й інтерпретує ситуацію, частиною якої він сам є [3, с. 4; 4, с. 128]. У тлумаченні змісту поняття фрейму ми пристаємо на позицію І. Гоффмана, яка є найбільш поширеною у дослідженнях медійної комунікації.

Як зазначає Дж. Лакофф, фрейми – це «ментальні структури, що формують наш образ сприйняття світу» [5, с. 15]. У цьому стосунку постає питання, яка саме виокремлюються фрейми. Методологічною основою такого дослідження можуть бути метод дедукції або індукції. Дедуктивний метод передбачає виявлення у текстовому матеріалі фреймів згідно вже наявним їх класифікаціям. Однак такий метод має обмеження, оскільки із самого початку визначається перелік фреймів, що їх необхідно виокремити із дискурсу, а, отже, є ризик «відсіювання» фреймів, що не вкладаються у задані параметри. Індукція, навпаки, надає можливість виявлення фреймів, притаманних саме досліджуваним текстам шляхом аналізу мовних та позамовних засобів їх актуалізації. У нашому дослідженні застосовано індуктивний метод.

В. Гемсон та А. Модильяні [2, с. 4] виділяють такі семіотичні засоби фреймінгу: актуалізовані у тексті концептуальні метафори, історичні приклади, кліше, описи та візуальні зображення. У результаті проведеного аналізу нашого емпіричного матеріалу встановлено, що найбільш репрезентативними засобами фреймінгу у статтях екологічної тематики в онлайн-виданні *METRO* є актуалізовані концептуальні метафори, ідіоматичні

кліше, описи та візуальні зображення. Розглянемо приклади.

(1) *But the magnitude of human-driven extinctions globally has picked up pace, scientists warn* (METRO, 02.09.2020). У наведеному прикладі маніфестовано перенесення поняття магнітуди (*magnitude*) (сила поштовхів при землетрусі) із домену ЗЕМЛЕТРУС на домен ЛЮДСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ. Це перенесення зумовлює наявність негативної оцінності дій винуватця зникнення видів – людини. Інтенсивність негативної дії виражено неметафоричним елементом – ідіоматичним виразом, що його представлено фразовим дієсловом *pick up pace* (набирати оберти).

(2) *Plant Based Health Professionals (PBHP) say the connection between major disease outbreaks and factory farming is being 'swept under the carpet' amid the coronavirus pandemic* (METRO, 22.05.2020). У цьому текстовому фрагменті кліше *'swept under the carpet'* (покласти під сукно, сховати) взято в лапки, позаяк це метафора, яка відсилає до практики замітати сміття під килим з метою приховати безлад, тобто матеріальну дію, яка проєктується на абстрактну дію – замовчування певного питання. Метафоризований вираз є частиною складного присудку з дієсловом у формі пасивного стану (*is being 'swept under the carpet'*), що є засобом уникнення вказівки на витворювача дії, іншими словами, уникнення не приписування відповідальності будь-кому конкретно.

(3) *This week's edition of Science Advances published research that said 96% of extinctions over the last 126,000 years were more to do with human activity than climate change associated with Ice Age cycles. <...> 'However, current human-caused climate change is a novel phenomenon <...> and other human-related threats, it poses a large risk for many species'* (METRO, 05.09.2020). Повторювані граматичні конструкції з компонентом *human* (людський) є ще одним засобом фреймінгу. Конструкція 1 [означення + означуване слово (із синтаксичної точки зору) / прикметник + іменник (із морфологічної точки зору)] *human activity* (людська діяльність), як і конструкція 2 нижче, є експлікатором антропоцентризму. Його маніфестовано шляхом застосування слова *human* (людина) як

прикметника-означення та як частини складного прикметника в Конструкції 2 [людина + дієприслівник минулого часу] (*human-caused, human-related threats* – викликані людською діяльністю, пов'язані з людською діяльністю). Обидва приклади мають негативну забарвленість, прямо називаючи витворювача дії – людину.

Важливим засобом фреймінгу є візуальне зображення (ілюстрація, рисунок, фотографія тощо). Деякі ілюстрації набувають значення тільки у дискурсивному контексті, тоді як інші можуть бути застосовані окремо, адже мають зміст, еквівалентний змісту фрагменту дискурсу.

(4) *Using environmentally friendly cleaning products* (METRO, 23.09.2020).



Рис. 1. Символ «Еко-продукція»

На Рис. 1 зображено корпус жінки, що тримає в руках зелений кошик із символом «екологічно безпечна продукція», а в самому кошику – побутові товари, що не шкодять навколишньому середовищу. Тлом зображення є картон із зеленими символами «екологічно безпечна продукція», що повторюються рядками. Цей рисунок резонує із словосполученням із фрагменту статті «той, що не шкодить навколишньому середовищу» (*environmentally friendly*). Рисунок слугує підкріпленням значення словосполучення, маючи еквівалентний йому зміст, що дає читачеві змогу зрозуміти загальну ідею газетного повідомлення навіть без прочитання самої новини, тобто такий рисунок є вільним від зв'язків із дискурсивним контекстом, але резонує з текстовим змістом.

Таким чином, у результаті проведеного дослідження було виявлено, що важливими засобами фреймінгу проблем екології в британському медіа-дискурсі є актуалізовані

концептуальні метафори, кліше ідіоматичного гатунку, описи та візуальні зображення. Засоби фреймінгу можуть підсилюватися неметафоричними елементами (як, наприклад, кліше і непряма цитата). Розповсюдженості в аналізованих текстах набула граматична конструкція 1 [означення + означуване слово / прикметник + іменник], що несе негативну забарвленість, вказуючи на негативний вплив людини на навколишнє середовище, що є експлікацією антропоцентризму. Усі наявні в аналізованих статтях зображення виступають підкріпленням змісту, що передається текстовими засобами.

Подальші перспективи дослідження вючаємо у комплексному аналізі проявів антропоцентризму та екоцентризму в статтях екологічної тематики, а також у кількісній обробці виявлених засобів фреймінгу.

Література

1. Морозова Е.И. Фреймовые структуры знаний в языке и дискурсе. *Науковий вісник Херсонського державного ун-ту*. Серія “Лінгвістика”, 2010. Вип. 11. С. 268-272.
2. Gamson W. A., Modigliani A. Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *The American Journal of Sociology*, 1989. Vol. 95. No. 1. P. 1–37.
3. Goffman E. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. New York: Harper & Row, 1974. 586 p.
4. Goffman E. *Forms of Talk*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1981. 335 p.
5. Lakoff G. *Don't Think of an Elephant! Know your Values and Frame the Debate. The Essential Guide for Progressives*. White River Junction: Chelsea Green Publishing, 2004. 126 p.
6. Minski M. *A Framework for Representing Knowledge*. URL: <http://web.media.mit.edu/~minsky/papers/Frames/frames.html> (Accessed: 01.06.2021).
7. The Most Popular Newspapers (Q1 2021). URL: <https://yougov.co.uk/ratings/media/popularity/newspaper/all> (Accessed: 01.06.2021).