

RU

Фрейминг в кризисной коммуникации (на материале правительственного ответа США на пандемию COVID-19)

Чепурная А. И.

Аннотация. Цель исследования - определить основные фреймы в ответе администрации США на пандемию COVID-19. В статье раскрывается содержание понятий фрейма и фрейминга и приводятся результаты количественного и качественного контент-анализа отобранного для исследования материала. Научная новизна работы состоит в исследовании универсальных фреймов, используемых официальными лицами и членами рабочей группы по борьбе с коронавирусом США в ответе на пандемию, на основе анализа частотности лексем. В результате выявлено, что основными фреймами в исследуемом материале являются «медицина/наука», «человеческие интересы», «надежда», «этнизация», «экономические последствия» и «конфликт».

EN

Framing in Crisis Communication (Based on the US Government's Response to the COVID-19 Pandemic)

Chepurnaya A. I.

Abstract. The aim of the study is to identify the main frames in the US administration's response to the COVID-19 pandemic. The article reveals the content of the notions of frame and framing and presents the results of a quantitative and qualitative content analysis of the material selected for the study. The scientific novelty of the work lies in the research of the generic frames used by the officials and members of the US coronavirus task force in response to the pandemic based on the analysis of the lexeme frequency. As a result, it has been revealed that the main frames in the studied material are "medicine/science", "human interests", "hope", "ethnicisation", "economic consequences" and "conflict".

Введение

Развитие теории фрейминга, изучающей схемы, используемые человеком для восприятия мира (Volkmer, 2009, с. 407), повлекло за собой смену научной парадигмы в области массовой коммуникации (Parida, Moses, Rahaman, 2021, с. 4). Проблема фрейминга в последние годы вызывает активный интерес исследователей, что определяет актуальность обращения к ней в рамках настоящей статьи. Кроме того, необходимость исследования фрейминга в кризисной коммуникации обусловлена ростом кризисных явлений в общественно-политической и экономической жизни мирового сообщества, в частности глобальной пандемией COVID-19. Фрейминг массовой коммуникации определяет формирование общественного мнения (Parida, Moses, Rahaman, 2021, с. 4) и в период кризиса может содействовать нарастанию или снижению напряженности в обществе (Ogbodo, Onwe, Chukwu et al., 2020, с. 258). Таким образом, кризисная коммуникация политических лидеров и администраций государств представляется неотъемлемой составляющей комплекса мер по борьбе с пандемией. Исследование фрейминга в официальных правительственных ответах на пандемию COVID-19 вносит вклад не только в теорию фрейминга, но и в теорию кризисной коммуникации, интегрирующую модели и концепции, обеспечивающие научно-теоретическую основу для эффективного выстраивания коммуникации в условиях кризиса.

Для достижения цели исследования были поставлены следующие задачи: во-первых, определить содержание понятий фрейма и фрейминга; во-вторых, выявить ключевые универсальные фреймы и репрезентирующие их лексемы в исследуемом материале.

Для анализа фреймов в настоящем исследовании применялся метод количественного контент-анализа, направленный на выявление частотности лексем, и качественный контент-анализ для содержательной интерпретации полученных количественных данных. Выявление фреймов проводилось с опорой на концепцию

Р. Энтмана (Entman, 1993, с. 52), согласно которой строительными элементами текстовой манифестации фреймов являются ключевые слова и выражения. Для определения частотности лексем в анализируемом материале использовался онлайн-инструмент Voyant Tools (<https://voyant-tools.org/>). Материалом для анализа послужили вступительные речи бывшего президента США Д. Трампа и выступления членов рабочей группы по борьбе с коронавирусом в ходе пресс-брифингов в марте 2020 года. Материалы вопросно-ответных диалогов официальных лиц с журналистами во время пресс-брифингов к анализу не привлекались.

Теоретическая база исследования включает работы, посвященные феномену фрейминга в медиа- и кризисной коммуникации (Entman, 1993; Ogbodo, Onwe, Chukwu et al., 2020; Pan, Meng, 2016; Semetko, Valkenburg, 2000; Zhang, 2022).

Практическая значимость результатов исследования заключается в возможности их использования при разработке учебных курсов и спецкурсов по кризисным и медиакommunikациям, а также стилистике и прагматике.

Основная часть

Понятие фрейма и фрейминга в теории коммуникации

Фрейминг является одним из наиболее распространенных объектов исследования в теории коммуникации (Casciatiore, Scheufele, Iyengar, 2016, с. 7), при этом содержание самого понятия фрейминга, как и фрейма, остается на сегодняшний день дискуссионным вопросом (Казаков, 2014, с. 86). В настоящем исследовании фрейминг понимается как «выделение некоторых аспектов воспринимаемой реальности» и представление их в тексте как более «заметных» (salient) (Entman, 1993, с. 52). В основу исследования положено определение фреймов как «образов или ментальных моделей, которые выступают фильтрами при построении людьми своей версии реальности, например, через представления и идеи, и используются для образования смыслов и обмена значениями» (Bogdan, Beckie, Caine, 2022, с. 154).

В научной литературе выделяется два типа фреймов: универсальные (generic frames) и тематические (thematic frames) (Guenther, Gaertner, Zeitz, 2021, с. 892). К наиболее часто описываемым универсальным фреймам относятся: атрибуция ответственности, конфликт, человеческие интересы, экономические последствия, мораль (Semetko, Valkenburg, 2000). Этот перечень может быть дополнен такими значимыми в контексте проводимого исследования фреймами, как политизация, этнизация, страх / нагнетание паники, надежда (Ogbodo, Onwe, Chukwu et al., 2020), медицина/наука (Bardhan, 2001; Pan, Meng, 2016).

Настоящее исследование было направлено на выявление наличия в анализируемом материале указанных десяти фреймов (с некоторыми модификациями в их определении в сравнении с описанными ранее в научных исследованиях интерпретациями) на основе определения частотности лексем.

Фреймы в правительственном ответе США на пандемию COVID-19

Проведенный анализ выявил в исследуемом корпусе шесть основных фреймов: медицина/наука, человеческие интересы, надежда, этнизация, экономические последствия, конфликт.

Медицина/наука

Данный фрейм акцентирует внимание на медицинском лечении и научных исследованиях (Pan, Meng, 2016, с. 97). Его преобладание в дискурсе, посвященном борьбе с пандемией, представляется вполне закономерным и предсказуемым, учитывая тот факт, что в корпус анализируемых материалов вошли выступления не только политических деятелей, но и представителей медицинской профессии:

(1) *Dr. Hahn: The President mentioned that there is a vaccine trial currently being performed. It's a phase-one trial, so it's the earliest study that gets done* (Remarks by President..., 19.03.2020). / *Доктор Хан: Президент упомянул, что в настоящее время проводятся испытания вакцины. Это первая фаза испытаний, так что это самые ранние исследования, которые проводятся* (здесь и далее – перевод автора статьи. – А. Ч.).

Человеческие интересы

Фрейм «человеческие интересы» определяется в научной литературе как придание повествованию «человеческого лица» или выбор эмоционального фокуса (Semetko, Valkenburg, 2000, с. 95). В исследуемом материале этот фрейм выражается за счет представления говорящим здоровья и благосостояния граждан в качестве приоритетной задачи в борьбе с пандемией:

(2) *The Vice President: On the subject of medical supplies, we continue, at the President's direction, to pursue every means to expand the supply of personal protective equipment for the extraordinary and courageous healthcare workers that are ministering to the needs of people impacted by the coronavirus* (Remarks by President..., 20.03.2020). / *Вице-президент: Что касается медицинских материалов, мы продолжаем по указанию президента использовать все возможности для расширения поставок средств индивидуальной защиты для замечательных и храбрых медицинских работников, которые трудятся на благо людей, пострадавших от коронавируса.*

Надежда

В контексте проводимого исследования фрейм «надежда» сопряжен с акцентированием внимания аудитории на эффективности принимаемых мер по борьбе с пандемией, чем объясняется включение в состав

репрезентирующих его лексем глагольных форм со значением 'делать', 'продолжать' и прилагательных, выражающих положительную оценку правительственных решений и усилий (см. Таблицу 1). В период глобального кризиса надежда выступает важной «контрмерой» (Ogbodo, Onwe, Chukwu et al., 2020, с. 262) для снижения уровня тревожности в обществе. Однако чрезмерное смягчение рисков и опасностей может иметь следствием безответственное отношение граждан к мерам защиты и профилактики. Выбор оптимистичного тона и презентация принимаемых мер как действенных привели к тому, что Д. Трамп неоднократно подвергался критике за представление ситуации в розовом свете (см., например: Bortolotti, Murphy-Hollies, 2022):

(3) *The President: That's the fastest development in history of what we're **doing** with regard to the vaccine. We're **making** very, very **big progress** (Remarks by President..., 18.03.2020). / Президент: Это самые быстрые темпы в истории, что касается нашей **работы** над вакциной. Мы **делаем** очень, очень **большие успехи**.*

Этнизация

В настоящем исследовании этнизация понимается не столько как внимание к вопросам расовых или национальных различий или дискриминации (Ogbodo, Onwe, Chukwu et al., 2020, с. 262-263), сколько как проявление идеологии национальной исключительности, присущее риторике Д. Трампа (Bortolotti, Murphy-Hollies, 2022, с. 7):

(4) *The President: Throughout our **country**, **Americans** from all walks of life are rallying together to defeat the unseen enemy striking our **nation**. In times of struggle, we see the true greatness of the **American** character, and we are seeing that. A lot of people are talking about it (Remarks by President..., 20.03.2020). / Президент: По всей нашей **стране американцы** из всех слоев общества объединяются, чтобы победить невидимого врага, ударившего по нашей **нации**. Во времена борьбы мы видим истинное величие **американского** характера, и мы это видим. Многие говорят об этом.*

Экономические последствия

Как следует из названия, этот фрейм предполагает освещение темы с точки зрения экономических последствий для отдельного человека, организации или страны в целом (Ogbodo, Onwe, Chukwu et al., 2020, с. 259):

(5) *Secretary Mnuchin: So this will be a very simple system to get **money** into small-**business** hands. For **companies** that don't qualify that, we have an **economic** program of tax incentives to retain **workers** (Remarks by President..., 25.03.2020). / Секретарь Мнучин: Так что это будет очень простая система, чтобы **деньги** попали в руки малого **бизнеса**. Для **компаний**, не отвечающих этим требованиям, у нас есть **экономическая** программа налоговых льгот, чтобы сохранить **сотрудников**.*

Конфликт

Конфликт в настоящем исследовании рассматривается не в традиционном значении как столкновение «отдельных индивидов, групп или институтов» (Semetko, Valkenburg, 2000, с. 95), а как борьба с «врагом», ставшим причиной пандемии, – вирусом (см.: Ogbodo, Onwe, Chukwu et al., 2020, с. 264). Ярким примером реализации фрейма «конфликт» является использование Д. Трампом метафоры войны для обозначения борьбы с коронавирусом (Нагорная, 2021, с. 29-30):

(6) *The President: We have to get rid – I mean, our big **war** is not a – it's not a financial **war**. It's a **war** – it's a medical **war**. And we have to win this **war** (Remarks by President..., 19.03.2020). / Президент: Мы должны избавиться... я имею в виду, что наша большая **война** – это не... это не финансовая **война**. Это **война**... это медицинская **война**. И мы должны выиграть эту **войну**.*

В результате анализа были определены наиболее частотные лексемы ($N > 10$ вхождений), репрезентирующие описанные фреймы (Таблица 1). Наибольшим разнообразием лексем характеризуются фреймы «медицина/наука» и «человеческие интересы».

Таблица 1. Фреймы и репрезентирующие их лексемы

Фрейм	Лексемы, репрезентирующие фрейм, и их частотность			
Медицина/ наука	<i>test/s/ing/ed</i> (тест/ы/ировать)	119	<i>vaccine/s</i> (вакцина/ы)	22
	<i>coronavirus</i> (коронавирус)	65	<i>doctor/s</i> (врач/и)	21
	<i>medical</i> (медицинский)	62	<i>patients</i> (пациенты)	20
	<i>virus</i> (вирус)	62	<i>protective</i> (защитный)	19
	<i>healthcare</i> (здравоохранение)	44	<i>sick</i> (больной)	14
	<i>ventilators</i> (аппараты ИВЛ)	40	<i>laboratories</i> (лаборатории)	13
	<i>hospital/s</i> (больница/ы)	40	<i>disease</i> (болезнь)	12
	<i>drug/s</i> (лекарство/а)	37	<i>pandemic</i> (пандемия)	12
	<i>masks</i> (маски)	36	<i>symptoms</i> (симптомы)	12
	<i>equipment</i> (оборудование)	30	<i>outbreak</i> (вспышка)	11
	<i>case/s</i> (случай/и заболевания)	25	<i>surgical</i> (хирургический)	11
	Человеческие интересы	<i>people</i> (люди)	166	<i>provide</i> (обеспечивать)
<i>need/s</i> (нуждаться/потребности)		74	<i>guidelines</i> (инструкции)	16
<i>health</i> (здоровье)		62	<i>home</i> (дом)	16
<i>family/ies</i> (семья/и)		39	<i>care</i> (забота/иться)	14
<i>public</i> (общественный/ность)		35	<i>social</i> (социальный)	14

	<i>help</i> (помощь/гать)	32	<i>guidance</i> (руководство)	13
	<i>support</i> (поддержка/ивать)	29	<i>measures</i> (меры)	13
	<i>protect</i> (защищать)	25	<i>recommendations</i> (рекомендации)	12
	<i>safe/ty</i> (безопасный/ность)	23	<i>save</i> (спасать)	12
	<i>life/ves</i> (жизнь/и)	22	<i>ensure</i> (гарантировать)	11
	<i>citizens</i> (граждане)	19		
Надежда	<i>working</i> (работать)	92	<i>effort/s</i> (усилие/я)	28
	<i>make/ing</i> (делать)	82	<i>tremendous</i> (огромный)	26
	<i>great</i> (замечательный)	73	<i>big</i> (большой)	22
	<i>doing</i> (делать)	69	<i>hard</i> (усердный)	22
	<i>continue/ing</i> (продолжать)	65	<i>fantastic</i> (невероятный)	18
	<i>good</i> (хороший)	45	<i>relief</i> (облегчение)	13
	<i>incredible</i> (поразительный)	35	<i>hope</i> (надежда/аться)	12
	<i>available</i> (имеющийся)	32	<i>progress</i> (прогресс)	12
Этнизация	<i>American/s</i> (американский/цы)	182	<i>America</i> (Америка)	28
	<i>state/s</i> (штат/ы)	110	<i>united</i> (соединенный)	24
	<i>country</i> (страна)	90		
	<i>nation/'s/al</i> (нация/ональный)	56		
Экономические последствия	<i>supply/ies</i> (поставлять/средства)	59	<i>economy/ic</i> (экономика/ческий)	24
	<i>business/es</i> (предприятие/я)	51	<i>production</i> (производство)	19
	<i>workers</i> (сотрудники)	48	<i>sector</i> (сектор)	18
	<i>work</i> (работа/ть)	41	<i>money</i> (деньги)	16
	<i>companies</i> (компании)	28	<i>loans</i> (кредиты)	15
	<i>job</i> (работа)	27		
Конфликт	<i>spread</i> (распространение/яться)	33	<i>risk</i> (риск)	15
	<i>emergency</i> (экстренная ситуация)	24	<i>enemy</i> (враг)	12
	<i>war</i> (война)	19	<i>fight</i> (борьба/отья)	12
	<i>problem</i> (проблема)	16	<i>disaster</i> (катастрофа)	11

Количественный анализ соотношения фреймов в исследуемом материале показал преобладание фреймов «медицина/наука» (24,1%) и «человеческие интересы» (22,1%), наименьшей представленностью характеризуются «экономические последствия» (11,5%) и «конфликт» (4,7%) (Рисунок 1).

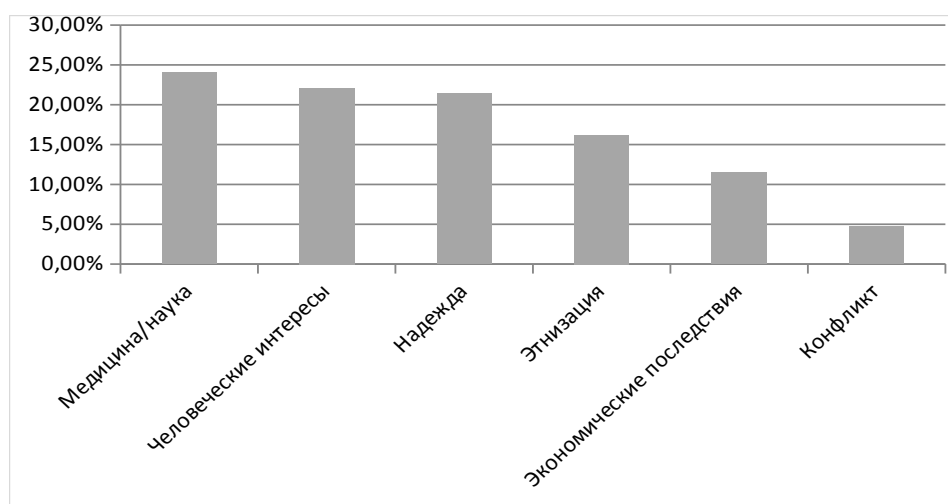


Рисунок 1. Количественная представленность фреймов в проанализированном корпусе, %

Заключение

По итогам проведенного исследования были сделаны следующие выводы. Во-первых, фрейминг, как акцентирование внимания аудитории на определенных аспектах освещаемого события или явления, выступает важным инструментом моделирования общественного мнения через актуализацию в сознании адресата соответствующих ментальных моделей – фреймов.

Во-вторых, официальный ответ администрации США на пандемию COVID-19 основывается на использовании шести основных универсальных фреймов: медицина/наука, человеческие интересы, надежда, этнизация, экономические последствия и конфликт. Наибольшей количественной представленностью характеризуются фреймы «медицина/наука» и «человеческие интересы».

Перспективы дальнейшего изучения фрейминга в правительственной кризисной коммуникации заключаются в выявлении его национально-культурной специфики за счет сравнительного анализа ковидной риторики администраций разных стран.

Источники | References

1. Казаков А. А. Фрейминг медиа-текстов как инструмент воздействия на аудиторию: обзор распространенных трактовок // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия «Социология. Политология». 2014. Т. 14. № 4.
2. Нагорная А. В. Метафорический фрейминг пандемии COVID-19 // Вестник Томского государственного университета. 2021. № 469.
3. Bardhan N. Transnational AIDS-HIV News Narratives: A Critical Exploration of Overarching Frames // Mass Communication and Society. 2001. Vol. 4. Iss. 3.
4. Bogdan E. A., Beckie M. A., Caine K. J. Making Room for Nature? Applying the Dutch Room for the River Approach to Flood Risk Management in Alberta, Canada // International Journal of River Basin Management. 2022. Vol. 20. Iss. 2.
5. Bortolotti L., Murphy-Hollies K. Exceptionalism at the Time of COVID-19: Where Nationalism Meets Irrationality // Danish Yearbook of Philosophy. 2022.
6. Cacciatore M. A., Scheufele D. A., Iyengar S. The End of Framing as We Know It... and the Future of Media Effects // Mass Communication and Society. 2016. Vol. 19. Iss. 1.
7. Entman R. M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm // Journal of Communication. 1993. Vol. 43. Iss. 4.
8. Guenther L., Gaertner M., Zeitz J. Framing as a Concept for Health Communication: A Systematic Review // Health Communication. 2021. Vol. 36. Iss. 7.
9. Ogbodo J. N., Onwe E. C., Chukwu J., Nwasum C. J., Nwakpu E. S., Nwankwo S. U., Nwamini S., Elem S., Ogbaeja N. I. Communicating Health Crisis: A Content Analysis of Global Media Framing of COVID-19 // Health Promotion Perspectives. 2020. Vol. 10. Iss. 3.
10. Pan P.-L., Meng J. Media Frames across Stages of Health Crisis: A Crisis Management Approach to News Coverage of Flu Pandemic // Journal of Contingencies and Crisis Management. 2016. Vol. 24. Iss. 2.
11. Parida D., Moses S., Rahaman K. R. Analysing Media Framing of Cyclone Amphan: Implications for Risk Communication and Disaster Preparedness // International Journal of Disaster Risk Reduction. 2021. Vol. 59.
12. Remarks by President Trump, Vice President Pence, and Members of the Coronavirus Task Force in Press Briefing. 18.03.2020. URL: <https://trumpwhitehouse.archives.gov/briefings-statements/remarks-president-trump-vice-president-pence-members-coronavirus-task-force-press-briefing-5/>
13. Remarks by President Trump, Vice President Pence, and Members of the Coronavirus Task Force in Press Briefing. 19.03.2020. URL: <https://trumpwhitehouse.archives.gov/briefings-statements/remarks-president-trump-vice-president-pence-members-coronavirus-task-force-press-briefing-6/>
14. Remarks by President Trump, Vice President Pence, and Members of the Coronavirus Task Force in Press Briefing. 20.03.2020. URL: <https://trumpwhitehouse.archives.gov/briefings-statements/remarks-president-trump-vice-president-pence-members-c-oronavirus-task-force-press-briefing/>
15. Remarks by President Trump, Vice President Pence, and Members of the Coronavirus Task Force in Press Briefing. 25.03.2020. URL: <https://trumpwhitehouse.archives.gov/briefings-statements/remarks-president-trump-vice-president-pence-members-coronavirus-task-force-press-briefing-11/>
16. Semetko H. A., Valkenburg P. M. Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News // Journal of Communication. 2000. Vol. 50. Iss. 2.
17. Volkmer I. Framing Theory // Encyclopedia of Communication Theory / ed. by S. W. Littlejohn, K. A. Foss. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc., 2009.
18. Zhang Z. Contesting Legitimacy in China's Crisis Communication: A Framing Analysis of Reported Social Actors Engaging in SARS and COVID-19 // Chinese Journal of Communication. 2022. Vol. 15. Iss. 2.

Информация об авторах | Author information

Чепурная Алена Ивановна¹, к. филол. н., доц.

¹ Ставропольский государственный аграрный университет



Chepurnaya Alena Ivanovna¹, PhD

¹ Stavropol State Agrarian University

¹ alena-chep@mail.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 17.07.2022; опубликовано (published): 31.08.2022.

Ключевые слова (keywords): кризисная коммуникация; контент-анализ; фрейм; фрейминг; универсальные фреймы; crisis communication; content analysis; frame; framing; generic frames.