

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2018: 44; 172–178 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2018.44.9366>

УДК 07:81'23:[32.019.2:316.776.23](470+4+73)

ЕФЕКТ ФРЕЙМІНГУ: ПОСТРАДЯНСЬКИЙ ТА ЗАХІДНИЙ ДОСВІД*

Жанна Петровська

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна,
e-mail: zhannapetrovska@i.ua*

У статті проводиться аналіз фрейму як інструменту творення нової картини дійсності для успішної маніпуляції суспільною думкою. В роботі фрейм визначений як конструкт для змінення уявлень споживачів медійного продукту залежно від потреб політичної сили. Робота містить авторський поділ фреймінгу на західний (Америка та країни Західної Європи) та пострадянський (Росія), кожен з яких використовується для творення масмедійного продукту та нових смислів у інформаційному полі.

Ключові слова: фрейм, ефект фреймінгу, постправа, новинна рамка, боти.

Історіографія питання фреймінгу

В епоху постправа існує ризик виникнення маніпулятивних смислів для створення альтернативної картини світу. Інформаційне поле переповнене викривленими уявленнями про традиційні речі у соціумі та ставленням, на яке повпливали структури фрейму. Важливими практичними завданнями в такому інформаційному полі є вміння фільтрувати факти від емоційного сприйняття, яке накладає рамка. Для того, щоб відрізнити альтернативну дійсність від реальності, потрібно класифікувати інструментарій створення фрейму.

Провідний науковець в гендерній теорії та сучасній філософії Джудіт Батлер провела дослідження важливого соціального конструкту – війни. Авторка аналізує сприйняття фрейму війни, а також важливість візуальної інформації про війну. В своїй книзі «Фрейми війни. Чиї життя оплакують?» вона окреслює поняття фрейму, як новинну рамку, що охоплює лише частину інформації стосовно тієї чи іншої події.

Соціолог Ірвін Гофман дослідив дію фреймінгу на маси і видав свою книгу «Рамковий аналіз: есе про організацію досвіду» у 1973 році та вперше довів існування ефекту фреймінгу. Він аналізує такі процеси як «фабрикація», «переключення» та «тотальний інститут», які дозволяють спиратися на визначення фрейму за Гофманом, який зазначав, що пізнаючи подію людина буде обмежена в інтерпретаціях і це називав первинними рамками. Вони створюють в свою чергу суспільну думку, яка важко піддається коригуванню зовнішніми впливами інформації.

© Петровська Ж., 2018

* Наукове керівництво, наукова редакція та рекомендація – Ю. І. Мельник.

За Караге та Роефсом, рамковий аналіз пов'язаний з ідеологічною роллю мас медіа, оскільки досліджуючи фреймінг, можна знайти взаємозв'язок між новинами та поділом влади у суспільстві, тому в роботі фреймінг перш за все досліджується не як випадкове нав'язування альтернативного сприйняття та нових смислів, а як методична зброя пропаганди в епоху пост правди.

Метою статті є з'ясування природи «ефекту фреймінгу» та класифікація цього явища на базі медійного продукту країн пострадянського простору та Європейсько-го Союзу і США.

Фрейм як спосіб творення альтернативної дійсності за допомогою емоцій

Постправа – це обставини, за яких об'єктивні чинники на формування громадської думки, ніж заклики до емоцій [9]. Тобто постправа тісно пов'язана з ефектом фреймінгу, який у свою чергу є конструктом, що передбачає висвітлення певної події однобічно шляхом емоційного впливу. Методологія виявлення в тексті фрейму передбачає наявність в ньому метафор, резонансних слів, які є широковідомими в суспільстві, ключові слова, які періодично повторюються в тексті. Це підкреслює тісний взаємозв'язок рамки для підживлення постправи, точніше фрейм творить альтернативну дійсність, яка є підґрунтям для цього явища.

Загальне визначення фреймінгу в статті розглядається як рамка, що змінює соціальний конструкт для створення альтернативного сприйняття дійсності за допомогою зміщення акцентів в інформації.

«Фреймом у соціальній теорії називають набір концептів і теоретичних підходів до того, як індивіди, групи та суспільства організують, сприймають та описують реальність» [1, с. 8]. Тобто варто відрізнити фрейм як соціальний шаблон сприйняття дійсності, сформований потоками інформації для існування в соціумі від фрейму, який досліджується в статті.

За Гофманом, «концептуальні фрейми – способи організації досвіду, структурують індивідуальне сприйняття суспільства. Практика фреймінгу передбачає соціальне конструювання соціального феномену – за допомогою медіа, політичних або соціальних рухів, політичних лідерів або інших агентів та організацій» [1, с. 8]. Тобто якщо уявити фрейм як справжню рамку, яка накладається на інформаційне поле, мов на аркуш паперу на якому написані цифри, то в середину рамки потрапляють лише вибіркові факти з певним емоційним набором. Тут і далі фрейм треба розуміти як новинну рамку. Новинна рамка – це фрейм, який функціонує в ЗМІ.

Ефект фреймінгу – це когнітивне переключення форми інформації, яке впливає на сприйняття її людиною [3, с. 146], проте варто відрізнити фреймінг від поняття близького за значенням «agenda setting» (теорія порядку денного). Це явище передбачає, що ЗМІ висвітлюють одні події та ігнорують інші, натомість новинна рамка висвітлює подію, але навмисно ігнорує якийсь її бік.

Класичним фреймом можна назвати спосіб виокремлення фактів для створення власної картини дійсності в інформаційному полі без їх деформації, тобто рамка, яка обрамлює чисте інформаційне поле. Для прикладу такого фрейму можна звернутись до Джудіт Батлер, яка описує в своїй книзі «Фрейми війни. Чиї життя оплакують?» приклад новинної рамки, яка є класичним фреймом.

Палестинський центр з прав людини спробував підрахувати кількість жертв після 22-денної атаки на Газу (грудень 2008 – січень 2009, операція «Литий свинець»). Це 1417 вбитих і 4336 поранених палестинців, більшість з яких – цивільні. Ізраїль намагався оскаржити всі цифри, аргументуючи, що більшість вбитих були бійці ХАМАС-у. Фреймом у цій ситуації є те, що Ізраїль не доводить до відома читачів (глядачів) про те, що в ХАМАС-і є цивільне і бойове крило, серед цивільного є жінки і діти, які приносять їжу, тому в оформленні фрейму важливо змінювати не реальність фактів, а сприйняття ситуації. Якщо давати статистичні дані з кількістю жертв, де будуть вказані вікові групи постраждалих, то захист держави від нападників в очах громадськості може перерости у вбивство неповнолітніх [1, с. 25].

Ще одним класичним фреймом є сюжет з американської програми «Крізь червоточину з Морганом Фріманом». В серії науково-популярного проекту нас ознайомлюють з концепціями створення світу. Однією з запропонованих ідей була теологічна версія. «Божий шолом» – це науковий прилад, який виконує транскраніальну електричну стимуляцію, посилюючи магнітні хвилі до мозку та створює ілюзію «присутності Бога». Піддослідні пацієнти науковця говорили про відчуття вищого божественного поруч із собою. Тобто можна штучно змінити релігійні вірування людини за допомогою дії на певну ділянку мозку. Тобто сенсом, який несе ця рамка є те, що насправді релігія всього лише мозкова активність, яку при бажанні можна «вимкнути» й «увімкнути» у випадку з атеїстами, а отже фрейм несе в собі сумніви в існуванні Бога.

В книзі Мічіо Кайку «Майбутнє розуму» детально описане це дослідження проте з додатковим фактом, який не включили в аналізований сюжет. «Божий шолом» тестувався не лише звичайними студентами в Оксфорді, але й науковцем доктором Річардом Докінзом, біологом та переконаним атеїстом, який надягнувши «божий шолом», щоб побачити як зміниться його ставлення до релігії і воно не змінилось [5, с. 231]. В такому висвітленні дослідження забарвлюється іншим сприйняттям отриманого результату, натомість у попередньому фреймі сюжету програми «Крізь червоточину з Морганом Фріманом» шолом наче сам провокував напади «присутності» в піддослідних.

Чистим інформаційним полем можна назвати циркуляцію фактів у мас медійному просторі, де факт – це дійсні реальні дані. Чистого інформаційного поля в соціальній структурі не існує (винятком можна назвати офіційні статистичні дані, цифри, соціологічні дослідження проведені за науковими нормами позбавлені оцінок експертів), воно завжди функціонує разом з іншими типами інформації: фейками, симулякрами, суб'єктивними оцінками. Природне поле – це вся інформація, яка циркулює в суспільстві, не залежно від її якості (реальність/брехня).

Класифікація фреймінгу

В ході дослідження фреймінгу його можна класифікувати на дві течії – західну та пострадянську. Історичні особливості, які формували спосіб створення фрейму, відрізняються в сучасному світі перш за все технічною підтримкою, а саме Інтернетом. Він грає ключову роль в дослідженні особливостей різних типів фреймів, бо є базовим засобом розповсюдження інформації в сучасному світі.

Простір країн Західної Європи та США довгий час мав широкий доступ громадськості до Інтернету, тому законодавча база є краще прописаною щодо контролю інформації – авторських прав, плагіату та Даркнету.

Пострадянський інтернет-простір слабше контрольований. Законодавча база пострадянських країн майже не прописана в цьому аспекті й циркуляція думок в цифровому просторі не може контролюватися на рівні західних структур.

Ще одним критерієм, який впливає на розвиток різних типів фреймів є швидкість та якість провайдеру.

Ці показники забезпечують більшу клієнтську базу та кваліфікацію користувачів ПК, а отже більшу можливість створення контенту який кількісно може переважати країни з обмеженим доступом чи поганою швидкістю передачі інформації..

Вільний доступ до будь-якої інформації в пострадянському просторі унеможливує застосування лінійного фреймінгу, адже якість та кількість джерел в цих країнах перешкоджає способу формуванню соціальної думки шляхом класичного фрейму.

Західний фреймінг спирається на довіру постійних читачів тиражних видань. Вони, в свою чергу, перемістились в Інтернет простір для збільшення аудиторії та спрощення комунікації між читачем та виданням.

Західний тип характерний тісним поєднанням політичних сил з медіа і, на відмінно від пострадянського, контролюється сильніше. Так, газета «Guardian» в одній із своїх статей зізнається, що існує зближення між західними медіа та їх урядами задля висвітлення політики, особливо зовнішньої [12].

Наслідком такої коаліції є тип медійного продукту, який практикує стрічку головних новин – найбільш резонансних подій, що відбулись за останній час (день, тиждень, місяць). Тобто важливо не переплутати особливість, власне, фрейму з теорією порядку денного, хоча вона грає важливу роль в створення моделі фрейму, адже стрічка головних новин тісно пов'язана за своєю структурою з стрічкою новин в соціальних мережах та потребує створення фрейму в самих публікаціях для уникнення тем, що замовчуються в ряді статей, а тому у висвітленні окремого явища, яке може бути пов'язане з витісненим зі стрічки «важливіших новин» його уникають і в окремих публікаціях (лінійний вектор, таблиця1).

Отже, феноменом Західного варіанту фреймінгу можна назвати «ефект шор». Це тип перегляду інформації, яка обмежена лінійною структурою та новинною стрічкою, де теорія порядку денного пов'язана з фреймінгом. Користувач може бачити лише найпопулярніші новини, а отже соціальні конструкти, які включені у фрейм (сене) обмежені одним напрямком, тобто мають подібні смисли, які не конкурують один з одним. Людина, політична (соціальна, життєва) позиція якої формується в «шорах» має однобокий погляд на ситуації та недостатню поінформованість, через брак альтернативних фреймів.

Пострадянський фреймінг використовує паралельні смисли й фрейми, які конструюють дійсність та можуть відрізнятись. Таким чином це можна назвати ефектом «калейдоскопа», де людина отримуючи таку кількість соціальних конструктивів втрачає можливість перевірити реальність, адже альтернативних версій забагато й починає притримуватись одного із запропонованих фреймів.

Таблиця 1

Фреймінг	Західний	Пострадянський
Тип фрейму	Лінійний вектор (серія публікацій)	Паралельний вектор (серія публікацій)
Місце в інформаційному полі	Фіксоване (стаття)	Не фіксоване (стаття)
Технічні особливості	Використання соціальних мереж для циркуляції фрейму	Використання ботів для збільшення рівня довіри до фрейму

Тип фрейму та його місце в інформаційному полі (*див. Таблицю 1*) взаємодоповнюючі характеристики, які пояснюють механізм дії фрейму. Фіксована чи мігруюча (не фіксована) рамка це можливість зміни інформаційного поля, який використовувався в статті (в одному засобі мас медіа) за короткий період часу, натомість вектори вказують на зв'язки між цими публікаціями в подальшому.

Лінійний вектор фрейму – це виклад подій, дійсності чи фактів у варіанті, який не підпадає змінам рамки, що накладається на інформаційне поле (фіксований тип). Не беручи до уваги інші факти, що не ввійшли до рамки, корегує суспільну думку, проте не змінює напрямок інформаційного поля в подальших публікаціях. Такий фреймінг користується логічними зв'язками між статтями видання (сюжетами, радіоэфірами) одного холдингу.

Паралельний вектор фрейму – це виклад подій у варіанті рамки, яка може змінювати своє місце в залежності від зміни напрямку маніпулювання суспільною думкою (не фіксований тип) в подальших публікаціях одного видання, які демонструють думки (соціальні конструкти), що суперечать одна одній в одному холдингу. А. Островський пише про російську пропаганду наголошуючи саме на існуванні безлічі правд, що доводить використання паралельного вектору фрейму «У радянської пропаганди була певна ідеологічна спрямованість, вони все-таки не зовсім виходили реальність. А тут відчуття, що взагалі фактів нема, тому можна так, а можна інакше – залежно від ситуації. І створюється твердження про те, що це брехня або це правда» [8].

Російський варіант мігруючої рамки ілюструє висвітлення трагедії падіння «Боїнга» 2014 року на території Донбасу [4]. Це можна назвати фреймом, що мігрує в природньому інформаційному полі, адже в сюжетах задіяні фейки.

Технічні особливості західного фреймінгу пов'язані з широкою користувацькою базою соціальними мережами, яка охоплює всі вікові категорії населення. Фондація EurActive проаналізувала дані про доступ до Всесвітньої мережі у різних країнах світу і за її результатами стає зрозуміло, що країни Європи (74.8) та Америка (65.5) наймасштабніше користується Інтернетом і як наслідком соціальними мережами [7].

Технічною особливістю пострадянського фреймінгу є забезпечення правильного соціального конструкту прихованого в тому чи іншому фреймові за допомогою ботів – механічних коментарів, штучному збільшенні переглядів та вподобань. Через доступність будь-якої інформації в мережі для забезпечення створення нового сенсу в тій чи іншій фреймованій події створюється ілюзія підтримки соціуму ідеї, використаній у статті, внаслідок чого в масі виникає ефект спіралі мовчання.

Боти можуть навіть штучно поділити суспільство влаштувавши показовий конфлікт думок. Так, вчені з американського університету Джорджа Вашингтона у Вашингтоні, округ Колумбія, зафіксували надзвичайну активність російських ботів у Twitter. Боти створили політичні дебати серед американців стосовно безпечності вакцини, а також, у своїх постах, намагаються створити враження незадоволеністю Америкою як державою серед її громадян [10].

Висновки

1. Фрейм впливає на світогляд користувачів інформацією, яку подають медіа й може бути використаний політичними, економічними силами для створення тієї чи іншої вигідної реальності, отже фрейм можна вважати повноцінним інструментом для створення постправди та, як наслідок, конструктом пропаганди.

2. Існують фрейми, які природно циркулюють в суспільстві та їх не можна вважати інструментом маніпулювання або чорної пропаганди. Наприклад фрейми, що створені на базі чистого інформаційного поля, можуть бути рамкою, яка є точкою зору в статті без політичного впливу на неї зверху, тому фрейми спроектовані для маніпулювання важко відокремлювати від фреймів створених через природню потребу людини конструювати дійсність під власні фрейми, створені для соціальної адаптації.

3. Фреймінг, за типом та місцем в інформаційному полі, а також технічними особливостями, можна поділити на західний та пострадянський, що дає змогу зрозуміти схеми створення соціальних конструктів в різних країнах. Детально ілюструючи аспекти створення різних видів фреймінгу за географічним показником можна виокремити різні соціальні конструкти, які будують дійсність різних країн, отже можна детальніше досліджувати ряд світоглядних течій сформованих штучно для маніпуляції суспільством.

REFERENCES

1. Батлер Д. Фрейми війни. Чиї життя оплакують? / Джудіт Батлер. – Київ: АРТ КНИГА, 2016. – 276 с. – (АВАНПОСТ-ПРИМ).
2. Гордієнко Т. Постправда як тренд: Ukrainian style [Електронний ресурс] / Тетяна Гордієнко // Media Sapiens. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://is.gd/JxFhU2>
3. Гофман І. Рамковий аналіз: Есе про організацію досвіду / Ірвінг Гофман. – Москва: Інститут соціології РАН, 2004. – 752 с.
4. ЗМІ Росії і збитий «Боїнг». Дев'ять теорій, якими заплутували світ [Електронний ресурс] // Радіо Свобода. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.radiosvoboda.org/a/28025471.html>.
5. Кайку М. Майбутнє розуму / Мічіо Кайку. – Львів: Літопис, 2017. – 408 с.
6. Капличный С. Что такое фрейминг, или Как формулировки влияют на наш выбор [Електронний ресурс] / Сергей Капличный // Издательства Манн, Иванов и Фербер. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://is.gd/AuKcj2>
7. Лише 40% населення світу користується інтернетом (інфографіка) [Електронний ресурс] // Media Sapiens. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://is.gd/QRtp7v>
8. Островский А. Конструктор реальности. Интервью [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.svoboda.org/content/article/27784428.html.

9. Постправа [Електронний ресурс] // Тиждень.ua. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://tyzhden.ua/Columns/50/179230>
10. Російські «тролі» створюють у Twitter штучні дебати щодо вакцинації, щоб розділити суспільство – дослідження [Електронний ресурс] // Детектор Медіа. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://is.gd/mdrs1O>
11. Що таке постправа і альтернативні факти, і чому всі про них говорять Дискусії журналістів на Mezhyhirya Fest 2017 [Електронний ресурс] // Телекритика. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://is.gd/4bfnsT>
12. Viner K. How technology disrupted the truth [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.theguardian.com/media/2016/jul/12/how-technology-disrupted-the-truth

FRAMING EFFECT: POST-SOVIET AND WESTERN EXPERIENCE

Zhanna Petrovska

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: zhannapetrovska@i.ua*

The article analyzes the frame as a tool for creating a new picture of reality for the successful manipulation of public opinion. The frame is defined as a construct, designed to change the view of consumers of a media product depending on the political situation. The article presents the author's distinctions of Western (America and Western European countries) and post-Soviet (Russia) framing, each of which is used to create a mass media product and new meanings in the information field.

The effect of framing can function in the mass media as a natural social construct, but the frame, studied in the article, is artificially created for the deliberate political manipulation of an individual's ideological picture.

It is pointed out the difference between the frame effect and the Agenda-setting theory, which greatly simplifies the task of defining an artificial frame, because the agenda-setting theory means political influence on the mass media and indicates the possibility of creating a frame in a separate publication.

The functional purpose of the author's table is to separate the frame forms according to the features of the political structure of the countries. The main criteria for the separation of the post-Soviet and western frames were the following indicators: technical features, the place of the frame in the information space and, in fact, the type of frame.

The Internet has become a separate indicator for determining the technical impact on the frame. The criteria for analyzing its role were the speed and quality of the provider's services, which influenced the access to the network and the amount of created content in the virtual space.

Illustrating in detail the aspects of creating various types of framing by geographic index, we can distinguish various social constructs that build the reality of different countries, so that we can examine in more detail a number of ideological trends that have been formed artificially in order to manipulate the society.

Key words: frame, framing effect, post-truth, news frame, information field, bots.