

Фрейминг як технологія масового інформаційного впливу

Комова Марія

Кафедра СКІД
НУ "Львівська політехніка"
Львів, Україна
maria.komova@gmail.com

Канюка Наталія

Кафедра СКІД
НУ "Львівська політехніка"
Львів, Україна
natysia28@gmail.com

Frames are cognitive shortcuts that people use to help make sense of complex information. Frames help us to interpret the world around us and represent that world to others. Now, it is enough to change the frame on the subject to change the whole interpretation about it in the people's minds.

Ключові слова: фрейм, фрейминг, рамки, рефрейминг, фреймування.

Функціональна структура феномену факту знає різноманітних трансформацій, зумовлених як розвитком суспільних інформаційних потреб, так і диференціацією стильових особливостей журналістської творчості. Реалії інформаційного протистояння, потреби у результативності здійснення інформаційного впливу на споживачів інформації породжує різні маніпулятивні технології, зокрема технологію фреймингу, яка широко опирається на інтерпретаційні властивості феномену факту [2; 3]. З іншого боку, потреба суспільства в достовірній інформації, фактологічно і документально вивірених, зумовила формування 1960-1970-х роках оригінального стилю письма, який набув відомості як «нова журналістика» (New journalism) [1]. Факт в «новожурналістському» творі не просто виконує функції верифікатора чи аргумента, факт має бути почерпнутий із реального життя. Фактологічна інформація, підтверджена документально, набула статусу основи контенту та вираженням редакційної політики мас-медіа. Висвітлення реальних фактів у формі художнього нарративу стало стрижнем журналістської творчості, яка використовує різні літературні стилі, жанрове різноманіття, універсальне тематичне охоплення. У новій журналістиці фактологічність та

документальність творів виявляється не тільки в тенденціях, методах відбору та опрацювання матеріалу, але й в певній суб'єктивізації подання матеріалу, реалізації необмеженого інтерпретаційного потенціалу фактів.

Факт реалізує свою поліфункціональність шляхом виконання певної ролі, певного цільового призначення в межах соціально-комунікаційної системи, опираючись на притаманні йому властивості. Властивість – сутнісна характеристика реалії, тобто факту. Властивості факту визначають його сутність у відношеннях з іншими речами, виявляючи його співвіднесеність з когнітивними, мисленнєвими процесами. Властивості феномену факту становлять своєрідну систему, цілісність якої формує взаємна зумовленість існування та послідовність реалізації кожної із властивостей. До кола властивостей фактів належать об'єктність, інтерпретативність, керованість, результативність [3].

Об'єктність (предметність) фактів виявляється у їхній здатності до об'єктивізації відомостей системою соціальних комунікацій, тобто в здатності окремих процесів, дій, явищ реального світу бути виокремленими серед інших в просторі і часі та відображеними в мас-медіа. Решта фактів становлять контекст, тло, фактологічне середовище. Факти існують об'єктивно, незалежно від функції, яку вони можуть виконувати в журналістській творчості.

Введені в систему соціальних комунікацій через мас-медіа та соціальні мережі, факти виявляють властивості інтерпретативності, керованості. Експлуатуючи ці властивості, факти в журналістському творі реалізують свої функції, для яких притаманний усвідомлений та цілеспрямований характер реалізації.

Інтерпретативність фактів виявляється в їхньому невичепному потенціалі бути по-різному витлумаченими і прокоментованими. Перебуваючи в інтерпретаційному полі, факт виявляє свою багатогранність, різноманіття. Водночас, функціонуючи в межах однієї інтерпретації, факт відтворює лише той фасет, що відповідає стратегічним і тактичним інтересам інтерпретатора, і втрачає плюралізм трактування, представлення різних поглядів на факт. В умовах інформаційної війни керованість фактів виявляється у їхній здатності бути об'єктом в технологіях нейролінгвістичного програмування, зокрема в технології фреймування та рефреймування. Під час фреймування відбувається керування когнітивними (мисленневими) процесами і звичками, коли певний факт цілеспрямовано вбудовується в стійку структурну схему репрезентації – когнітивне утворення (знання, очікування), що організує інформацію. Методика дозволяє змінити погляд, під яким та чи інша людина бачить певну інформацію, цим самим змінюючи думку про саму інформацію.

У теорії нейролінгвістичного програмування фрейм трактується як стійка структурна схема репрезентації, когнітивне утворення (знання та очікування), що організує інформацію. Це «рамка», пов'язана із встановленням обмежень щодо подій чи явищ навколишнього світу [2]. Сенсорно-фізіологічні, ментально-когнітивні, суспільно-соціальні фрейми (традиції, звички, ритуали, церемонії) порушуються і розбудовуються. Сенсорно-фізіологічні фрейми, ґрунтуючись на відчуттях органів нашого тіла, дають можливість з очевидних фактів конструювати фрейми, які б змушували людей бачити реальність у тій формі, як йому вигідно. Ментально-когнітивні фрейми, ґрунтуючись на здатності людей по-своєму трактувати явища суспільного життя, породжують мисленнєві зв'язки, що керують стереотипами, переконаннями, обмеженнями чи теоріями. Фрейми привчають навмисне упускати якісь реалії, а іншим надавати надмірного значення. Суспільно-соціальні фрейми, ґрунтуючись на отриманому досвіді від попередніх поколінь (звичок, доктрин, стереотипів, шаблонів, ритуалів, церемоній та табу особистого та соціального життя), покликані подолати бар'єри та обмеження

для досягнення успіху на різних шаблях: в гібридній війні, в інформаційній війні, в подоланні конфліктної ситуації в діловій сфері.

Під час рефреймінгу відбувається зміна сприйняття події шляхом виходу за рамки звичного сприйняття. Так, рефреймінг змісту передбачає зміну назви поняття (події, явища, особи), залишаючи контекст без змін. Рефреймінг контексту змінює контекст на такий, у якому факт змінює своє значення, наприклад один і той самий факт може бути витлумачений як в позитивному, так і в негативному світлі [2]. У мас-медіа активно використовується такі техніки: рефреймінг шляхом показу іншої сторони, рефреймінг за допомогою «ПРОТЕ», використання альтернативного запитання, конотацій.

Ефект від інтерпретації фактів та керування фактологічною інформацією завжди є результатом, однак він може мати двоякий характер: і прогнозований, і непередбачуваний, такий, що лежить поза межами первинних намірів мовця, коли виникає суперечність між семантикою і прагматикою мовного висловлювання про факт. Результативність фактів виявляється у нерозривному причинно-наслідковому зв'язку причин їхньої появи та їхнього існування. Факт – це завжди кінцевий результат попереднього шляху розвитку, який складають набуті позитивні або негативні, якісні або кількісні зміни.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Вулф Т. Новая журналистика и Антология новой журналистики / Под ред. Е.У.Джонсон, Т. Вулф. Пер. Ю. Балаян. – М. Амфора, 2008. – 576 с.
- [2] Зеленін В. По той бік правди. Нейролінгвістичне програмування як зброя інформаційно-пропагандистської війни / В. Зеленін. – К.: Люта справа, 2015. – 384 с.
- [3] Комова М.В. Документальна та інтерпретаційна природа контенту в соціальних комунікаціях: монографія / М.В. Комова. – Львів: Тріада-плюс, 2014. – 384 с.