

MANIPULACJA RAMAMI W SPECJALNYM WYDANIU TYGODNIKA „TIME” 20.05.2011

MATEUSZ MARECKI
matmarecki@gmail.com



Początkowo termin *rama* nie miał nic wspólnego z manipulacją. Jego definicja ograniczała się do stwierdzenia, że jest to „system wyborów językowych, które są związane z prototypowymi przykładami scen”¹². Innymi słowy, *rama* była pojmowana jako struktura mentalna na pograniczu składni i semantyki, wyposażona w ciąg scen, będących wynikiem skojarzeń związanych z pewnymi wyrazami. Te obrazy mentalne, jak twierdził Erving Goffman³, nie stanowią zbioru oderwanych od siebie elementów. Przeciwnie, są wprzęgnięte w ramę, która staje się „niezbędnym narzędziem organizacji dotychczas luźno rozprzestrzenionych skrawków informacji i doświadczenia”⁴. Ta konkluzja prowadzi do stwierdzenia, że koncepcja *ramy*, często zresztą używana na przemienne z pojęciami *skryptów* i *schematów*, zakłada ustrukturyzowaną wiedzę.

W następstwie tej obserwacji przeprowadzono wzmożone badania w dziedzinie nauki kognitywnej (szczególnie psychologii kognitywnej i sztucznej inteligencji), której zainteresowania koncentrują się wokół tego, jak działa umysł człowieka. Wynikiem wysiłków badawczych kognitywistów stała się m.in. konstatacja, że kategorię *ramy* można łączyć z dwoma równolegle pojawiającymi się mechanizmami percepcyjnymi, tj. relacją figury i tła oraz fokalizacji⁵. Ponadto, w swojej przełomowej książce pt. *Cognitive poetics: an introduction* (2002) Peter Stockwell wprowadza termin *modyfikacji ramy*⁶, który wskazuje na dynamiczną naturę *ram*. Niewątpliwie ich zmienność ma swoje najwyraźniejsze odzwierciedlenie w przypadku interakcji społecznych. W związku z tym, że w niniejszym artykule badaniu zostaje poddane to, jak medium, pojmowane jako przestrzeń negocjacji pomiędzy autorami i czytelnikami, manipuluje *ramami*, niezbędnym jest odwołanie się do koncepcji *ram interakcyjnych*. Charles J. Fillmore, autor tego konceptu, twierdził, że „nie może zrozumieć znaczenia słów ten, kto nie rozumie instytucji społecznych i struktur doświadczenia, z których te słowa wyrastają”⁷.

Odwołując się do skontekstualizowanych społecznie *ram interakcyjnych*, nie sposób nie wspomnieć o *analizie ramowej*⁸ E. Goffmana. W bardzo uproszczonym ujęciu metodologia ta bada sposoby, w jaki „nasze oczekiwania przeistaczają się w interpretacje dnia codziennego”⁹. Oczekiwania te, widziane jako struktury społeczne, wyrastają ze wcześniejszych doświadczeń i są odporne na zmiany. Ich istotną częścią są też stereotypy, „społecznie ugruntowane szufladki, w których można sortować wydarzenia i ludzi”¹⁰. Zakładając, że każda kultura wypracowu-

¹ Wszystkie tłumaczenia: fragmenty esejów, tekstów krytycznych i cytatów z tygodnika „Time” pochodzą od autora.

² A. Cienki, *Frames, idealized cognitive models, and domains*, [w:] D. Geeraerts, H. Cuyckens (red.), *The Oxford handbook of cognitive linguistics*, New York 2007, s. 172.

³ E. Goffman, *Frame analysis: an essay on the organization of experience*, New York 1974.

⁴ D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2007, s. 373-374.

⁵ Oba mechanizmy zostały obszernie omówione m.in. w: P. Stockwell, *Cognitive poetics: an introduction*, London 2002 i F. Ungerer, S. Hans-Jorg, *An introduction to cognitive linguistics*, London 2006.

⁶ P. Stockwell, *Cognitive poetics: an introduction*, London 2002, s. 156.

⁷ A. Cienki, dz. cyt., s. 172.

⁸ E. Goffman, dz. cyt.

⁹ S. J. Baran, D. K. Davis (red.), *Teoria komunikowania masowego*, Kraków 2006, s. 322.

¹⁰ R. Fowler, *Language in the news: discourse and ideology in the press*, London, New York 1991, s.17.

je swoje własne stereotypy, można przyjąć, że przekazy medialne również mają wewnętrzną strukturę złożoną z przewidywalnych schematów. Na tej podstawie Patti M. Valkenburg i Holi Semetko udało się wyróżnić kilka głównych rodzajów ram używanych przez media, m.in. ramy konfliktu, personalizacji, konsekwencji ekonomicznych, odpowiedzialności i moralności¹¹. Oprócz oczywistej funkcji narzucania przez nadawcę przekazu określonej jego interpretacji w umyśle odbiorcy, tzw. *framing* ma na celu „definiowanie problemów, wykrywanie przyczyn, narzucanie ocen moralnych i sugerowanie środków zaradczych”¹².

To tu właśnie do gry wchodzi manipulacja. Zjawisko to, wciąż budzące kontrowersje i przez to nieposiadające jednej konkretnej definicji, staje się przestrzenią, w której łączą się dwie najważniejsze dla tego artykułu kategorie – ramy i wiadomości medialnej. Tak jak i rama, tak i *news* posiada społecznie ugruntowaną strukturę, jako że „nie posługuje się przecież językiem neutralnym”¹³. Jego język jest raczej wynikiem „wzajemnego, dialektycznego procesu [zachodzącego między mediami i ich odbiorcami], w którym stereotypy stają się walutą negocjacyjną”¹⁴. To z kolei prowadzi do wniosku, że selekcja informacji, wywodząca się z badań nad wartością przydatności informacji do publikacji i teorii *agenda setting* (Maxwell McCombs, Donald Shew 1972)¹⁵, jest intersubiektywna¹⁶. Co ważniejsze, ta faza, jako część procesu tworzenia informacji, staje się podstawą do użycia ram.

Niniejszy artykuł, poprzedzony przedstawionym powyżej tłem teoretycznym, stawia sobie za cel analizę ramową specjalnego wydania tygodnika „Time”¹⁷, w całości poświęconego śmierci Osamy bin Ladena, wydarzenia, które poruszyło świat 1 maja 2011 r. Prezentuje on sposób, w jaki językowe i wizualne narzędzia budują następujące, wyróżnione w procesie analizy, ramy: (1) *wojna z terroryzmem*; (2) *bohater Obama i wróg numer jeden* oraz (3) *niezniszczalna Ameryka i prymitywne, ale obiecujące państwa islamskie*.

Już na pierwszy rzut oka można stwierdzić, że badany numer jest stronniczy. Brak obiektywizmu sygnalizuje choćby okładka, która przedstawia czerwoną krzyżkę (X) umieszczony na twarzy najbardziej znanego terrorysty. Jak zaznacza redaktor naczelny „Time” Richard Stengel, „to czwarty raz w naszej [tygodnika] historii stawiamy X na czyjejs twarzy”¹⁸. Wydanie to można również uznać za historyczne z tego powodu, że stanowi ono swoisty, pełen refleksji przegląd wydarzeń zapoczątkowanych atakiem na WTC (2001) i złożonych z „opowieści i obrazów... i ocen ich konsekwencji na przyszłość”¹⁹.

RAMA WOJNY Z TERRORYZMEM

Na podstawie ostentacyjnie agresywnego tonu emanującego z badanego wydania, popartego mocną retoryką, można przypuszczać, że prawie dziesięć lat po wydarzeniach z 11 września groźba terroryzmu wciąż budzi żywy dyskurs publiczny w Stanach Zjednoczonych. Widocznie niewiele zmieniło się od czasu, gdy doktryna *wojny z terroryzmem* została oficjalnie ogłoszona przez administrację George’a Busha Juniora zaraz po historycznym ataku. Zresztą omawiana rama wciąż cieszy

¹¹ H. A. Semetko, P. M. Valkenburg, *Framing European politics: a content analysis of press and television news*, „Journal of Communication” 2000, nr 50/2.

¹² S. J. Baran, D. K. Davis (red.), dz. cyt., s. 374.

¹³ R. Fowler, dz. cyt., s. 1.

¹⁴ Tamże, s. 17.

¹⁵ McCombs M., Shew D., *The agenda-setting function of mass media*, „Public Opinion Quarterly” 1972, nr 36.

¹⁶ Uznanie wartości informacji za kategorię intersubiektywną może powodować mylne wrażenie, że nie stworzono, z powodu niemożliwości takiego przedsięwzięcia, kryteriów selekcji informacji. Nic bardziej mylnego. Jedną z najczęściej cytowanych list kryteriów selekcji informacji jest ta stworzona przez J. Galtunga i M. Ruge. Obejmuje ona m.in. następujące czynniki: częstotliwość, intensywność, jednoznaczność, dystans kulturowy i negatywność.

¹⁷ „Time” 20.05.2011.

¹⁸ Tamże, s. 2.

¹⁹ Tamże.

się popularnością w mediach, zwłaszcza amerykańskich. Na przykład w swoim artykule *American Print Reactions to the March 11 Madrid Train Attack*²⁰, będącym połączeniem analizy ramowej i analizy treści, Tomasz Płudowski zauważa, że w relacji madryckiego ataku w amerykańskich mediach, czy to tabloidowych, czy to poważnych, dominowała rama „następnego frontu w wojnie z terroryzmem”²¹.

Podczas, gdy w 2001 r. większość Amerykanów nie miała problemów z identyfikowaniem się ze sloganami „Martwy albo żywy” (Bush o Osamie bin Ladenie) albo „Kiedy go złapiecie, pozwólcie mi go zabić”²² (Rudy Guiliani), to okazuje się, że obecnie wyraża się troskę, że „wojna z terroryzmem trwa już 10 lat, a wciąż nie widać jej końca”²³. Nawet jeśli łagodniejszy ton dzisiejszych relacji medialnych różni się znacząco od kowbojskiej retoryki, jaka królowała za rządów G. Busha, to poczucie niepewności i strachu oraz potrzeba odwetu wciąż animują społeczeństwo amerykańskie. Trzeba wciąż być na baczności, gdyż „rozsiany wróg wciąż może być groźny”²⁴. Eksperti ds. terroryzmu, zaproszeni na łamy „Time” dla podniesienia wiarygodności argumentów prezentowanych w analizowanym artykule, w sposób metaforyczny sygnalizują też, że wciąż istnieje „możliwość, że wyizolowana komórka lub samotnie wałęsający się wilk mogą zaatakować w odwecie za zabicie swojego lidera”²⁵. W podobnym tonie autor innego tekstu wyraża niezachwiane przekonanie, że „wciąż istnieją grupy pod auspicjami Al-Qaedy w Pakistanie, Jemenie, Północnej Afryce albo Somali” i że „wciąż przygotowują i przeprowadzają one ataki terrorystyczne”²⁶. By uniknąć tragedii wywoływanych przez fanatycznych podlegaczy wojennych, autor tekstu zaleca czujność wśród obywateli Ameryki.

Powyzsze fragmenty wyselekcjonowane z analizowanego wydania „Time” razem wspóltworzą ramę *wojny z terroryzmem*, która, jak można zauważyć, konsoliduje wokół siebie parę synonimicznych podram, np. *wojny z islamskim fundamentalizmem* albo *zemsty i czujności*. Teraz, kiedy wróg numer jeden, bin Laden, został wyeliminowany, „Time” zwiastuje, że rama *wojny z terroryzmem* przeniesie swój punkt ciężkości na Pakistan, kraj zalany „podejrzanymi osobnikami i ufortyfikowanymi domostwami”²⁷, które skrywały najbardziej znanego terrorystę świata. Jak ujmuje to jeden z dziennikarzy „Time”: „Pakistan prowadzi politykę bizantyjską, tak zwodniczą i przebiegłą, że trudno byłoby ją sobie wyobrazić nawet pisarzowi opowieści szpiegowskich”²⁸.

RAMA BOHATERA I WROGA NUMER JEDEN

W bardzo uproszczonym scenariuszu rama *wojny z terroryzmem* zakłada istnienie dwóch głównych bohaterów. Bez wątplenia badane wydanie „Time” jest zdominowane przez dwie postaci: Baracka Obamę i Osamę bin Ladena. Ten pierwszy, z perspektywy tygodnika, zdaje się być symbolem sprawiedliwości i porządku, natomiast ten drugi ucieleśnia *całe zło tego świata*. Sportretowany jako „dyskretny, precyzyjny, cierpliwy i gotowy, by nieść śmierć”²⁹, Obama zdaje się posiadać wszystkie atrybuty niezbędne do sprawowania funkcji prezydenta Stanów Zjednoczonych. Jak chwali tygodnik, tylko dzięki „zdecydowanej, muskularnej akcji”³⁰, zrównoważonej niebywałym

²⁰ Opublikowany w periodyku „The Americanist”.

²¹ T. Płudowski, *American print reactions to the March 11 Madrid train attack*, „The Americanist” 2006, nr 23, s. 170-171.

²² „Time” 20.05.2011, s. 11.

²³ Tamże, s. 23.

²⁴ Tamże.

²⁵ Tamże.

²⁶ Tamże, s. 46.

²⁷ Tamże, s. 21.

²⁸ Tamże, s. 19.

²⁹ Tamże, s. 28.

³⁰ Tamże, s. 10.

opanowaniem, „temu niezwykle amerykańskiemu prezydentowi udało się przeprowadzić wyrafinowaną operację odnalezienia i zabicia jednego z największych kryminalistów świata”³¹. Tym samym „Time” bezceremonialnie kreuje Obamę na superbohatera, który potrafi „wstrząsnąć nawet republikańskim piekłem”³². Niewątpliwie, jak obwieszcza jeden z nagłówków („OBAMA 1 OSAMA 0”), w krwawym pojedynku przewaga jest po stronie amerykańskiego prezydenta.

Zabity terrorysta, określany przed śmiercią jako najbardziej poszukiwany uciekinier na świecie, w omawianym wydaniu jest porównywany, głównie przez swe dyktatorskie zapędy, do nazistów, a bardziej precyzyjnie, do Hitlera. Tak samo, jak samobójcza śmierć niemieckiego dyktatora, śmierć Osamy bin Ladena odarta jest z jakichkolwiek oznak godności. Z nieukrywaniem poczuciem satysfakcji jeden z dziennikarzy „Time” wyjaśnia, że bin Laden „będzie pozbawiony grobu, gdzie mogliby go oplakiwać jego wielbiciel”, gdyż ciało ich guru „zniknęło w morskich otchłaniach”³³. To poczucie poniżenia wynikające z zaniechania godnego pochówku wzmacniają także zdjęcia ukazujące wroga numer jeden w niekorzystnym świetle. Jedno z nich to plakat z wizerunkiem Osamy bin Ladena obsiany nakłuciami, co wskazuje na to, że był używany do gry w lotki (s. 15)³⁴.

Wydaje się, że tylko reprezentacje graficzne mogą przypominać o niegdysiejszym istnieniu bin Ladena. Jednak, jak zapewnia „Time”, trudno wymazać z pamięci „tę twarz, która nawiedzała cały świat zachodni, te oczy, które patrzyły z zimną dumą na pałace się wieże”³⁵. Niewątpliwie takie wyolbrzymianie figury, w tym przypadku cech fizycznych terrorysty, ma służyć przywołaniu obaw i strachu, jakie swego czasu wywoływała osoba Osamy bin Ladena.

RAMA NIEZNISZCZALNA AMERYKA I PRYMITYWNE, ALE OBIECUJĄCE KRAJE ISLAMSKIE

Jak zasygnalizowano powyżej, egzekucja Osamy bin Ladena spowodowała, że nacisk w ramie *wojny z terroryzmem* w tygodniku „Time” został przesunięty z osoby samego terrorysty na jego popleczników. Magazyn rzuca cień nieufności na Pakistan i jego obywateli wykrzykujących antyamerykańskie hasła. W tygodniku kraj ten jest określony jako „podpalacz i strażak w wojnie z terroryzmem”³⁶ w jednej osobie. Trzeba jednak zauważyć wyraźny rozdział między przejawami wrażliwości wrogoci Stanów Zjednoczonych wobec Pakistanu, a wyrazami wiary (na łamach tygodnika „Time”), wyrażanej w związku z rozprzestrzenianiem się od początku 2011 r. w krajach Północnej Afryki Arabskiej Wiosny. Bunt w krajach takich, jak Egipt lub Libia to, według „Time”, zapowiedź zmięczenia dyktatury w krajach islamskich i, co ważniejsze, kamień milowy w unicestwieniu organizacji Al-Qaeda. W triumfalnym tonie magazyn ogłasza, że po czterdziestu latach stagnacji, tyranii i rozkładu, „tysiące młodych ludzi” z krajów takich, jak Tunezja, Egipt czy Syria „wtargnęło na ulice, biorąc udział w pokojowych manifestacjach i wyśpiewując slogany demokracji”³⁷. To, jak sardonicznie kwituje jeden z autorów, „nie był zbyt dobry sezon dla Osamy bin Ladena”³⁸.

Widać wyraźnie, że definitywny koniec terrorysty numer jeden wyznacza nową fazę. Wcześniej używana w mediach rama tych *gorszych, niedemokratycznych krajów islamskich* przechodzi modyfikację i przyjmuje teraz formę ramy określającej kraje islamskie jako *obiecujące i rozwijające się*. Jednocześnie zbieżność dwóch kluczowych wydarzeń – odnalezienia i zabicia bin Ladena oraz Arabskiej

³¹ Tamże, s. 28.

³² Tamże, s. 10.

³³ Tamże, s. 22.

³⁴ Tamże, s. 15.

³⁵ Tamże, s. 16.

³⁶ Tamże, s. 54-55.

³⁷ Tamże, s. 23.

³⁸ Tamże, s. 24.

Wiosny – pociąga też za sobą wzmocnienie ramy *niezniszczalne, hegemoniczne Stany Zjednoczone*, ramy, której wiarygodność była wielokrotnie podważana i podkopywana aż do 1 maja 2011 r. Analizowane wydanie obfituje w różnorodne przykłady umiejętnie kształtowanej propagandy, która ma na celu podwyższenie wartości społeczeństwa amerykańskiego. Na przykład tekst zatytułowany *Jak bin Laden wzmocnił pewną gospodarkę* w prześmiewczym tonie ujawnia, że „nawet jeśli jednym z celów terrorysty było załamać i zniszczyć amerykańskie przedsiębiorstwa, to bin Laden w tej mierze spowodował zupełnie przeciwny efekt”, ponieważ ataki z 11 września „wytworzyły rynek dla sztucznej inteligencji i systemów nadzoru”³⁹. Jednym słowem, Ameryka „wypracowała swoje mięśnie”⁴⁰. Jak słusznie, choć z patosem, konkluduje w swoim felietonie Nancy Gibbs, „w czym można upatrywać zwycięstwa. Na pewno nie w śmierci bin Ladena. A raczej we wszystkich jego chybionych sposobach, by nas zmienić”⁴¹. W końcowych tekstach specjalnego wydania takie podnoszące na duchu rozważania mieszają się z oznakami euforii i dumy. Jeden z reportaży rozrysowuje np. scenę, w której „tysiące Amerykanów, powodowanych impulsem, przemierza swój kraj, by świętować”⁴². Inny, opatrzonej serią zdjęć przedstawiających powiewającą flagę amerykańską, próbuje przekazać na swoich łamach poczucie szczęścia, które ogarnęło Amerykę na wiadomość o śmierci Osamy bin Ladena: „USA, USA, USA! I, nawiązując do słynnego sloganu przedwyborczego Obamy, »Tak, możemy«”⁴³.

WNIOSKI

Wydanie specjalne „Time” osadza swoją relację nagłej śmierci Osamy bin Ladena w trzech ramach: *ramie wojny z terroryzmem*, *ramie bohatera i wroga numer jeden* oraz *ramie niezniszczalnych, hegemonicznych Stanów Zjednoczonych i obiecujących krajów islamskich*. Na podstawie powyższej analizy można zaobserwować, że czasami pewne ramy ulegają modyfikacjom lub nawet transformacjom proporcjonalnie do szybkości zmian w świecie politycznym. Barrack Obama, choć jeszcze przed 1 maja, ze względu na swoją domniemaną bierność polityczną, był nawet oskarżany o szpiegowanie na rzecz świata islamskiego, po wielkim sukcesie – złapaniu i zabiciu najbardziej poszukiwanego terrorysty XXI w. – został obwołany nowym amerykańskim superbohaterem. W podobny sposób, w związku z postępującą od początku 2011 r. Wiosną Arabską, zmieniła się percepcja niektórych krajów islamskich przez Stany Zjednoczone.

Analizowane wydanie wskazuje również na silne ugruntowanie ramy *wojna z terroryzmem* w przekazach informacji mediów amerykańskich. Choć i tu – jak widać na przykładzie omawianego magazynu – akcent został przeniesiony: najpierw wyrażano potrzebę wyeliminowania bin Ladena, a teraz zaleca się czujność w stosunku do dwulicowego Pakistanu. Ponadto, tak jak w przypadku studium T. Płudowskiego, tak i w niniejszej analizie, zauważyć można „re-nacjonalizację prasy”⁴⁴, co np. wyraża się w epatowaniu w specjalnym wydaniu „Time” symboliką narodową.

Równoległe powyższe rozważania doprowadzają też do wniosku natury bardziej teoretycznej. Zauważyć można, że proces tworzenia przekazu medialnego jest trójfazowy. Ogólnie rzecz biorąc, po selekcji informacji, tj. pierwszej fazie, następuje wybór odpowiednich ram, które następnie budowane są dzięki użyciu metaforyki. Jako, że niniejszy artykuł kładzie nacisk na drugą z kolei faz, wydanie specjalne „Time” mogłoby być jeszcze przeanalizowane pod kątem warstwy metaforycznej.

³⁹ Tamże, s. 10.

⁴⁰ Tamże, s. 11.

⁴¹ Tamże, s. 64.

⁴² Tamże, s. 16.

⁴³ Tamże, s. 32-37.

⁴⁴ T. Płudowski, dz. cyt., s. 170.

BIBLIOGRAFIA

- Baran S. J., Davis K. D. (red.), *Teoria komunikowania masowego*, Kraków 2006.
- Cienki A., *Frames, idealized cognitive models, and domains*, [w:] Geeraerts D., Cuyckens H. (red.), *The Oxford handbook of cognitive linguistics*, New York 2003.
- Fowler R., *Language in the news. discourse and ideology in the press*, London 1991.
- Goffman E., *Frame analysis: an essay on the organization of experience*, New York 1974.
- Pludowski T., *American Print Reactions to the March 11 Madrid Train Attack*, „The Americanist” 2006, nr 23.
- McCombs M., Shew D., *The agenda-setting function of mass media*, „Public Opinion Quarterly” 1972, nr 36.
- McQuail D., *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2007.
- Semetko H. A., Valkenburg P. M., *Framing European politics: a content analysis of press and television news*, „Journal of Communication” 2000, nr 50/2.
- Stockwell P., *Cognitive poetics: an introduction*, London 2002.
- „Time. Special report. The end of bin Laden” 20.05.2011.
- Ungerer F., Schmid H. J., *An introduction to cognitive linguistics*, London 2006.

STRESZCZENIE

20 V 2011 r. „Time” wydał specjalny numer zainspirowany pojmieniem i późniejszą egzekucją Osamy bin Ladena. Ze względu na swoją spójność tematyczną, specjalny numer „Time” może być podstawą szczegółowej jakościowej analizy treści. Jednak nacisk w tym artykule jest kładziony na analizę ramową. Bazując na dwóch założeniach: (1) że jako *ramę* rozumie się ustrukturyzowaną i uporządkowaną wiedzę i doświadczenia oraz (2) że język przekazów medialnych nigdy nie jest neutralny, wykazano, że cały analizowany numer „Time” jest oparty na trzech ramach: (1) *wojna z terroryzmem*, (2) *bohater Obama i wróg numer jeden* oraz (3) *niezniszczalna Ameryka i prymitywne, ale obiecujące kraje islamskie*. Posługując się z jednej strony narzędziami kognitywnymi, takimi jak relacja tło/figura i fokalizacja, a z drugiej metaforą, przedstawiono, w jaki sposób dochodzi do manipulacji i modyfikacji powyższych ram.

Słowa kluczowe: rama, Time, poetyka kognitywna, metafora, język przekazów, Goffman, Barack Obama, Osama bin Laden, wojna z terroryzmem.

MANIPULATION WITH FRAMES IN THE TIME WEEKLY SPECIAL REPORT ISSUE (20 MAY 2011)

Summary

On 20 May 2011, the Time weekly published a special report issue in its entirety covering the killing of Osama bin Laden. Clearly, owing to its thematic coherence, the Time Special Report issue could be examined through the lenses of qualitative content analysis tools. This paper, however, applies Goffman’s Frame Analysis. Based on two basic assumptions: (1) that the “frame” amounts to the structured knowledge and (2) that the language of media reports is never neutral, but highly constructed, the paper argues that the examined Time issue is fundamentally built on three frames: the “war on terror” frame, the “hero” vs. the “enemy no. 1” frame and, finally, the “indestructible USA” vs. the “primitive, yet promising Islamic countries” frame. In addition, drawing on the cognitive concepts of figure/ground organization and focalization, as well as the notion of metaphor, it investigates how the above distinguished frames are manipulated and modified.

Key words: frame, Time, cognitive poetics, metaphor, Erving Goffman, Barack Obama, Osama bin Laden, war on terror.