

# Ramy interpretacyjne jako narzędzie badań medioznawczych

**Jolanta Maćkiewicz**

Uniwersytet Gdański

[jmackiewicz53@gmail.com](mailto:jmackiewicz53@gmail.com)

ORCID: 0000-0003-3998-2294

## STRESZCZENIE

**Celem artykułu** jest pokazanie, w jaki sposób koncepcja ram interpretacyjnych może być zastosowana przy badaniu tekstów medialnych. W części pierwszej przedstawiono, jak rozwijała się ta koncepcja, poczynając od lat 70. ubiegłego wieku, aż po dzień dzisiejszy – ze szczególnym uwzględnieniem rozwoju w obrębie nauk o mediach. W części drugiej omówiono definicję ramy oraz rodzaje ram. W części trzeciej zajęto się problemami metodologicznymi związanymi z analizą ramową: wyborem metody badania i wyborem jednostki analizy. Zwrócono uwagę na nieuwzględnianie w analizach ram multimodalnych. W zakończeniu wskazano kwestie, które przy analizie ramowej wymagają jeszcze rozstrzygnięcia bądź doprecyzowania.

## SŁOWA KLUCZOWE

media, rama, rama interpretacyjna, rama multimodalna, ramowanie



Terminy *frame*, *framing* i ich polskie odpowiedniki *rama*, *ramowanie* można odnaleźć w licznych opracowaniach z zakresu nauk społecznych i humanistycznych – i to już niemal od pół wieku. Jednakże, jak wynika z lektury tych opracowań, określenie *rama* jawi się jako jeden z tych terminów przynależnych humanistyce, które są wieloznaczne i nieostre zakresowo. Przyjmy się zatem historii stosowania tego terminu.

### **Rama/ramowanie – kłopoty z rozumieniem i stosowaniem terminu**

Po raz pierwszy koncepcja ramy pojawiła się w psychologii poznawczej Frederica Bartletta. Brytyjski psycholog w książce *Remembering: A Study in Experimental and Social Psychology* (1932) posłużył się terminem *schemat* (*schema*) dla nazwania pojęciowych szablonów, za pomocą których ludzie porządkują wcześniejsze i nowe doświadczenia (Pluwak, 2009, s. 50). Sam termin *frame* został użyty w połowie lat 70. ubiegłego wieku w językoznawczych pracach Charlesa Fillmore'a i w socjologicznych pracach Ervinga Goffmana<sup>1</sup>. Jednakże u obu badaczy był rozumiany odmiennie. Terminologiczny chaos związany ze stosowaniem tego samego terminu na różne sposoby trwa do dziś. Z czego on wynika?

Zacząć należy od tego, że angielskie *frame* i jego polski odpowiednik *rama* to termin metaforyczny, a z naukowymi terminami o metaforycznej proveniencji zazwyczaj bywają kłopoty definicyjne. Może odnosić się do ramy obrazu ograniczającej i zamykającej jakiś fragment obserwowanej rzeczywistości. Może odnosić się do ramy okiennej – co sugerowała Gaye Tuchman – jako że rozmiar okna, jego kształt i konstrukcja wpływają na to, co przez okno widzimy (Tuchman, 1978, s. 209). Ale – jak zauważył Marek Czyżewski (2010, s. XVII–XVIII) – angielskie *frame* to także ‘pojedyncze ujęcie na taśmie fotograficznej lub filmowej’, zatem pojęcie *framing* można by tłumaczyć również jako ‘kadrowanie’.

W dodatku, obok terminu *rama* (*frame*), w naukach humanistycznych i społecznych występuje wiele podobnych terminów: *schemat*, *skrypt*, *scenariusz*, *domena*, *model kognitywny*. Tworzą one „terminologiczną gromadę” nazw, których zakresy się zazębiają, zachodzą na siebie lub nawet się pokrywają, a wybór jednego z nich często zależy wyłącznie od upodobań badacza.

Nie tylko metaforyczność terminu wpłynęła na problemy z jego precyzyjnym stosowaniem, lecz i to, że bywa on wykorzystywany w różnych dyscyplinach naukowych, takich jak psychologia, socjologia, językoznawstwo, politologia, nauki o komunikacji, medioznawstwo, gdzie między dyscyplinami nie dochodzi zazwyczaj do uzgodnień w sprawie posługiwania się równo-brzmącą nazwą (jest to przypadek międzydyscyplinarnej wieloznaczności terminu). W dodatku termin ten bywa używany w mniej czy bardziej odległych od siebie znaczeniach w obrębie jednej dyscypliny, w zależności od przyjętej teorii. Koncepcja Bartletta zainspirowała bowiem badaczy z różnych nauk humanistycznych i społecznych, co zaowocowało niepożądanym w nauce metodologicznym chaosem. Można mówić o przynajmniej trzech różnych rozwojowych ścieżkach koncepcji: ścieżce psychologicznej w jej wariacie psychologiczno-kognitywnym z teorią Marvina Minsky'ego odnoszącą się do sztucznej inteligencji oraz wariacie psychologiczno-ekonomicznym, gdzie przede wszystkim wymienia się badania Daniela Kahnemana

<sup>1</sup> Sam Goffman twierdził, że metaforyczny z pochodzenia termin *frame* zaczerpnął od Gregory'ego Batesona, psychologa i antropologa, który w książce *Steps to an Ecology of Mind: Collected Essays in Anthropology, Psychiatry, Evolution and Epistemology* (1972) posługiwał się nim w sensie zarówno schematu poznawczego, jak i składnika sytuacji. Zob. Czyżewski, M. (2010). Analiza ramowa, czyli „co tu się dzieje?”. W E. Goffman, *Analiza ramowa. Esej z organizacji doświadczenia*. Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos.

i Amosa Tversky'ego, którzy za swoją teorię perspektywy dostali Nagrodę Nobla; ścieżce lingwistycznej reprezentowanej przez Charlesa Fillmore'a i jego następców zajmujących się lingwistyką kognitywną (jak np. George Lakoff); ścieżce socjologicznej zapoczątkowanej przez Ervinga Goffmana.

## Ramy – najwcześniejsze ujęcia

Pojęcie ramy ukształtowało się w latach 70. XX wieku. W tej samej dekadzie pojawiły się prace Minsky'ego, Goffmana i Fillmore'a. Nieco później, bo w latach 80., doszła koncepcja Kahnemana i Tversky'ego. Przyjrzyjmy się zatem tym początkom, zobaczymy, co różni te ujęcia, a co jest w nich wspólnego.

W ujęciu psychologicznym rama to schemat poznawczy, struktura kategoryzacyjna tkwiąca w podświadomości człowieka i wykorzystywana w codziennym działaniu. Ramowanie stanowi część procesu kategoryzacji, w którym nowe informacje zostają przyporządkowane kategoriom już istniejącym w umyśle.

Marvin Minsky, na potrzeby swoich badań nad sztuczną inteligencją, definiował rami następująco: „A frame is a data structure for representing a stereotyped situation [...]. Attached to a frame are several kinds of information. Some of this information is about how to use a frame. Some is about what one can expect to happen next. Some is about what to do if these expectations are not confirmed” (Minsky 1975, s. 211). Według tego badacza rama jest przywoływana do pamięci krótkotrwałej albo gdy znajdziemy się w sytuacji opisywanej przez ramę, albo przez słowne odniesienie do któregośkolwiek z elementów tej sytuacji.

Daniel Kahneman i Amos Tversky, poszukując mechanizmów szacowania ryzyka podejmowanych decyzji, wprowadzili pojęcie „ramy decyzji” (*decision frame*), rozumianej jako mentalny schemat, za pomocą którego ludzie interpretują sytuację, zanim podejmą decyzję. Zaobserwowali, że takie czy inne sformułowanie problemu może wywierać duży wpływ na proces decyzyjny, ponieważ różne słowa aktywują różne rami (ramę straty albo ramę zysku) (Czyżewski, 2010, s. XXV).

Erving Goffman w książce *Frame Analysis*, wydanej w roku 1974, stosuje pojęcie rami, aby pokazać, w jaki sposób organizowane jest doświadczenie ludzkie w interakcyjnej mikroskali życia społecznego. Celem jego pracy jest: „próba wyizolowania niektórych podstawowych ram rozumienia dostępnych w naszym społeczeństwie, umożliwiających nadawanie sensu wydarzeniom oraz przeanalizowanie szczególnych słabości i wyzwań, na jakie te rami odniesienia są podatne” (Goffman, 2010, s. 11). Goffman postrzega rami zarazem jako schemat interpretacyjny, który „pozwala [...] użytkownikowi na umiejscowienie, dostrzeżenie i nazwanie pozornie nieskończonej liczby wydarzeń” (Goffman 2010, s. 21), jak i schemat działania. Są to zatem struktury jednocześnie szufladkujące wycinek interakcji i warunkujące postępowanie w trakcie owego wycinka. Marek Czyżewski, podkreślając „mentalno-interakcyjne” (Czyżewski, 2010, s. XXV) rozumienie rami przez Goffmana, pisze: „To dzięki »ramom« potrafimy zasygnalizować innym, jaką aktywność podejmujemy lub zrozumieć tego rodzaju sygnały pochodzące od innych” (Czyżewski, 2010, s. XXVI).

Również w latach 70. XX wieku termin *frame* pojawił się w pracach Charlesa Fillmore'a. Początkowo (Fillmore, 1971) miał odniesienie czysto językowe, nazywając swoiste dla danego języka środki leksykalne i gramatyczne kojarzone z określoną sceną, czyli schematycznym modelem ludzkich doświadczeń i działań (przykładem może być scena zdarzenia handlowego ramowana z perspektywy sprzedającego, kupującego, towaru bądź pieniędzy poprzez takie słowa jak *sell*, *buy*, *pay* czy *charge*). Następnie koncepcja została rozwinięta w kierunku kognitywnym. W najbardziej znanej pracy z lat 80. zatytułowanej *Frame Semantics* Fillmore definiuje ramę

jako „any system of concepts related in such a way that to understand any one of them you have to understand the whole structure in which it fits” (Fillmore, 1981, s. 111), przy czym ogniwami dostępu do tej pojęciowej siatki są słowa.

Co łączy cztery wspomniane ujęcia? Wspólna jest główna teza, którą jest przekonanie o ludzkiej skłonności do „szufladkowania” informacji, o istnieniu schematów kategoryzacyjnych czy interpretacyjnych, służących człowiekowi do radzenia sobie ze światem. Różnice między ujęciami wynikają zaś przede wszystkim z różnego sytuowania owych schematów: w umyśle (mentalistyczne ujęcia psychologiczne), w umyśle i działaniu (mentalno-interakcyjna koncepcja Goffmana), w języku i umyśle (strukturalistyczne i kognitywne warianty koncepcji Fillmore’a).

## Ramy i ramowanie – dalszy rozwój koncepcji

Jak zauważa Agnieszka Pluwak: „Największy przełom w rozwoju teorii *framingu* datowany jest na koniec dwudziestego wieku, przypadający na okres rozkwitu środków masowego przekazu. W socjologii oraz w naukach o komunikacji zaczęto wtedy obserwować tendencję do pojmowania *frames* już nie jako podświadomie funkcjonujących schematów kategoryzacyjnych powstałych w procesie interakcji, ale jako świadomie kształtowanych i stosowanych ram interpretacyjnych dla znanych wydarzeń społecznych” (Pluwak, 2009, s. 66).

Co ważniejsze, nie tylko pojmowanie samych ram uległo zmianie. Coraz częściej nacisk jest kładziony nie na ramy jako struktury, lecz na proces ramowania przebiegający wieloetapowo, od kształtowania ram, przez ich interpretację, aż po efekty ich działania. Nastąpiło także przejście od fazy opisowej (opisywanie ram) do fazy teoretycznej (teoria ramowania). Można nawet mówić o ukształtowaniu się „nowej subdyscypliny na pograniczu socjologii, politologii i medioznawstwa o niezwykle doniosłym znaczeniu zwłaszcza dla badań nad zawartością przekazów medialnych, formowaniem dyskursu publicznego, rolą dziennikarstwa, społecznym oddziaływaniem mediów oraz kształtowaniem się obywatelskiej sfery publicznej i tzw. nowych ruchów społecznych” (Czyżewski, 2010, s. XXXVIII).

Teoria *framingu* sytuuje się w szerszym kontekście konstruktywizmu społecznego i komunikacyjnego (Gamson, 1988), głoszącego, że człowiek jako istota społeczna konstruuje wiedzę o świecie (w innym, bardziej radykalnym, ujęciu: konstruuje swój świat społeczny), a w działalności tej szczególnie istotne są działania komunikacyjne (Wendland, 2011). Wiąże się również z modelem komunikacji różnym od tradycyjnie przyjmowanego modelu transmisyjnego (model Shannona i Weavera), w którym aktywny nadawca przesyła komunikat, a rolą odbiorcy jest jedynie odcodowanie sensu immanentnie zawartego w tym komunikacie. Zgodnie z modelem konstruktywistycznym sens tekstu to konstrukt, który powstaje w wyniku interpretacji komunikatu przez odbiorcę – członka pewnej społeczno-kulturowej wspólnoty, przy czym ten skonstruowany przez niego sens to efekt interakcji między bodźcami zawartymi w komunikacie a jego (odbiorcy) subiektywną i intersubiektywną (wspólnotową) wiedzą. Co ważne, sens skonstruowany przez odbiorcę nie musi się zgadzać z sensem zaprojektowanym przez nadawcę.

Jak przy takich założeniach teoretycznych pojmuje się ramy i ramowanie? Wymaga to odpowiedzi na kilka podstawowych pytań. Po pierwsze, gdzie rezydują ramy. Po drugie, jaki jest ich status. Po trzecie, jak działają. Po czwarte, jak przebiega proces ramowania.

Stephen D. Reese zauważa, że „the frame is always an abstraction and finds its manifestation in various locations” (Reese, 2010, s. 21). Robert M. Entman stwierdza, że ramy można odnaleźć w czterech różnych miejscach procesu komunikacyjnego: u nadawcy, który świadomie lub nieświadomie odwołuje się do ram rezydujących w jego systemie przekonań i wierzeń; w tekście, gdzie środki werbalne i ikoniczne sygnalizują istnienie ram; u odbiorcy, który interpretuje komunikat zgodnie z systemem schematów poznawczych istniejących w jego

umyśle; i – wreszcie – w kulturze będącej zbiorem ram przywoływanych w dyskursie (Entman, 1993, s. 52–53). Oznacza to, że ramy można definiować i badać w odniesieniu do tych czterech różnych poziomów. W dodatku, nawet jeśli będziemy skupiać się na jednym z tych elementów (na przykład na tekście), wszystkie pozostałe elementy powinny być – chociażby w tle – uwzględniane.

Przekonanie o istnieniu różnych poziomów rezydowania ram przekłada się na definiowanie tego pojęcia. Stephen D. Reese proponuje dość ogólną definicję: [frames are] „organizing principles that are socially shared and persistent over time, that work symbolically to meaningfully structure the social world” (Reese, 2001, s. 11). Dietram A. Scheufele rozróżnia ramy medialne i ramy indywidualne (*media frames, individual frames*) (Scheufele, 1999, s. 106–107). Te pierwsze są schematami organizującymi przekazy medialne, te drugie to struktury mentalne, które umożliwiają jednostkom przetwarzanie informacji.

W definicjach ramy najczęściej określa się jako reguły (*principles*), wzorce (*patterns*), schematy (*schemata*) czy struktury (*structures*). James K. Hertog i Douglas M. McLeod zwracają uwagę na wewnętrzne uporządkowanie tych struktur: „We view frames as relatively comprehensive structures of meaning made up of a number of concepts and the relations among those concepts [...] Frames [...] are cultural structures with central ideas and more peripheral concepts – and a set of relations that vary in strength and kind among them” (Hertog & McLeod, 2001, s. 142).

A jak działają ramy? Najczęściej przytaczana jest definicja Roberta M. Entmana: „To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation” (Entman, 1993, s. 52). Entman podkreśla dwa aspekty funkcjonowania ram widzianych od strony nadawcy: selekcję i uwydatnianie. Selekcja oznacza zwrócenie szczególnej uwagi na pewne aspekty rzeczywistości przy pominięciu innych. Dodatkowe uwydatnienie pewnych aspektów oznacza, że inne – nawet jeśli nie zostały pominięte – znajdują się w tle. Badając ramy, należałoby zatem uwzględniać nie tylko to, co zostało wybrane i kognitywnie podświetlone, lecz również to, co zostało pominięte bądź znalazło się w cieniu. Z kolei spojrzenie od strony odbiorcy, czyli od strony możliwych efektów ramowania, każe zwracać uwagę przede wszystkim na to, jak rama definiuje problem, jak go ocenia i jaki sugeruje sposób widzenia przyczyn i skutków ramowanego zdarzenia.

Przyjmując procesualne rozumienie ramowania, należałoby uwzględnić trzy etapy: po pierwsze, konstruowanie ram przez nadawcę (*frame building*); po drugie, ustanawianie ram (*frame setting*), czyli wzajemne oddziaływania ram zawartych w komunikacie, wiedzy, przekonaniach i predyspozycjach odbiorców; po trzecie, indywidualne i społeczne efekty ramowania (*framing effects*) (Scheufele, 1999, s. 114–117). Badanie może koncentrować się na jednym z tych etapów, jednak przy świadomości istnienia dwóch pozostałych.

## Ramy i ramowanie w medioznawstwie

Próbując doprecyzować sens nieprecyzyjnego pojęcia, ograniczmy się do jednej dyscypliny – do medioznawstwa. Wykorzystanie teorii ramowania w badaniu mediów wynika z badawczego założenia o istnieniu medialnego obrazu świata (*Współczesne media...*, 2015), będącego swoistą interpretacją rzeczywistości postrzeganej z określonej perspektywy, interpretacją, która często pełni funkcję perswazyjną. Medialne ramy interpretacyjne stanowią składowe części tego obrazu.

W pracach medioznawczych pojęcie *framing* funkcjonuje zazwyczaj – obok pojęć *agenda setting* i *priming* – jako określenie jednego z mechanizmów lub narzędzi wpływania na odbiorców medialnych (Weaver, 2007). Rozróżnienie między tymi trzema mechanizmami jest for-

mułowane w odniesieniu do rodzaju efektów. Przykładowo *agenda setting* (pol. *ustanawianie porządku*) sugeruje, o czym mamy myśleć, *framing* (pol. *ramowanie*) – jak mamy o tym myśleć, *priming* (pol. *torowanie*) – z jakiej perspektywy będziemy postrzegać i oceniać zjawiska i ludzi. Szczególnie istotne wydaje się odróżnienie *framing* od *agenda setting*. Claes H. de Vreese formułuje to następująco: „While agenda-setting theory deals with the salience of issues, framing is concerned with the presentation of issues” (Vreese, 2005, s. 53).

Takie ujęcie procesu ramowania koncentruje się na jednym z jego etapów. Badanie, jak wspomniano, może jednak dotyczyć trzech etapów, inaczej – trzech możliwych ujęć czy spojrzeń. Jako że w procesie komunikowania wyodrębniają się trzy komponenty: nadawca, odbiorca i przekaz (czwartym komponentem jest szeroko rozumiany kontekst), ramowanie można badać od strony nadawcy, od strony odbiorcy lub w samym przekazie/tekście.

Przyjęcie perspektywy nadawczej wymaga uwzględnienia skomplikowanej natury nadawcy medialnego. Kto bowiem konstruuje ramy – polityczne i symboliczne elity, organizacje medialne, redakcje, dziennikarze? Zazwyczaj wyróżnia się dwie grupy czynników wpływających na tworzenie ram: czynniki wewnętrzne i czynniki zewnętrzne (Vreese, 2005, s. 52; Scheufele, 1999, s. 115). Te pierwsze to osobiste (w tym: wynikające z funkcjonowania w określonej społeczności) przekonania i wierzenia dziennikarza, zasady i ideologia redakcji, w której pracuje, a także – profesjonalne normy i konwencje dotyczące danego medium i danego gatunku medialnego (np. nastawienie na sensację). Istotny jest również – jak zauważa Krzysztof Wasilewski – „system medialny danego państwa i przypisana mu rola dziennikarstwa” (Wasilewski, 2018, s. 97)<sup>2</sup>. Czynniki zewnętrzne to wpływ politycznych aktorów czy grup interesu. Budowanie ram odbywa się drogą interakcji między tymi czynnikami. Nadawcy medialni w coraz większym stopniu uwzględniają również oczekiwania publiczności. Oczywiście, trzeba pamiętać o tym, że nie zawsze ramowanie jest (w pełni) świadome, nie zawsze wynika z celowego działania komunikatorów medialnych dążących do osiągnięcia konkretnego celu. Dziennikarze odwołują się do ram poznawczych zakodowanych w ich umysłach lub nieświadomie wykorzystują schematy interpretacyjne najczęściej przywoływane dla mówienia o danych kwestiach (jak na przykład rama konfliktu dla mówienia o polityce)<sup>3</sup>.

Perspektywa odbiorcza to przede wszystkim badanie efektów ramowania. Mogą one być indywidualne bądź społeczne (Vreese, 2005, s. 52), a dotyczyć nie tylko zmiany postaw, lecz i zachowań. Jednakże nie da się bezpośrednio przekładać ramowania zamierzonego przez nadawcę na jego efekty w odbiorze indywidualnym czy społecznym. Dietram A. Scheufele zwraca uwagę, że „media effects are limited by an interactions between mass media and recipients” (Scheufele, 1999, s. 105). Pamiętając o tym, że komunikacja to nie prosta transmisja informacji, lecz skomplikowana interakcja między nadawcą, tekstem a odbiorcą, należałoby brać pod uwagę pośredniczący proces interpretacji. Na ten proces wpływają i psychiczne predyspozycje odbiorcy, i zakodowany w jego umyśle obraz świata, i jego potrzeby oraz zainteresowania, i jego wiedza na temat danej kwestii. Jak podkreślał Bogusław Skowronek: „Interpretowanie tekstów

<sup>2</sup> Wasilewski zauważa, że „[n]iemieccy dziennikarze powszechnie przypisują sobie funkcję adwokata tej czy innej decyzji politycznej. Natomiast ich brytyjscy i amerykańscy koledzy po fachu zwykli uważać się za neutralnych i niezależnych politycznie” (s. 97).

<sup>3</sup> Wasilewski przytacza wyniki badania przeprowadzonego w 1998 roku przez Pew Research Center na reprezentatywnej grupie amerykańskich dziennikarzy. Wykazało ono, że większość z nich instynktownie odwoływała się do najczęstszych ram, takich jak rama konfliktu czy rama sprawiedliwości (s. 56–57).

medialnych [...] stanowi [...] aktywny i świadomie budowany proces, w którym dochodzi do znaczeniowych negocjacji między konkretnym przekazem (wskazówkami tekstu, a nie hipotetyczną intencją nadawcy medialnego) oraz odbiorcą, a dokładniej jego wiedzą o świecie, kulturze i innych dziełach sformatowaną w schematy poznawcze i utrwaloną w gestaltach doświadczeniowych” (Skowronek, 2013, s. 74).

Jako że ramy konstruowane przez nadawcę nie muszą zgadzać się z tymi (re)konstruowanymi przez odbiorcę, wydaje się, że lepsze rezultaty mogłoby dać badanie efektów społecznych (to znaczy badanie zmian dotyczących opinii publicznej), niż badanie efektów indywidualnych. Przy tym chodziłoby o efekty w odniesieniu do ram powtarzalnych, powielanych w wielu tekstach, wyraźnie utrwalonych w dyskursie. Co ważne, zajmując się *framing effects*, trzeba uwzględnić również wpływ współzawodnictwa lub walki różnych ram interpretacyjnych dotyczących danego zdarzenia czy problemu (Chong & Druckman, 2007, s. 112–114).

Badanie ram w przekazach medialnych wymaga zdefiniowania, jak będziemy rozumieć *media frames* – *ramy medialne* (a może: *news frames* – *ramy wiadomości*?<sup>4</sup>). Już sama nazwa (*ramy medialne*) sugeruje, gdzie będziemy tych ram poszukiwać. Spośród czterech możliwych lokalizacji (Entman, 1993) w badaniach medioznawczych wyróżniana jest jedna – teksty. Można to jednak rozumieć na dwa sposoby: albo że ramy funkcjonują w konkretnych tekstach, albo że do ram istniejących w medialnym dyskursie docieramy poprzez konkretne teksty. Do pierwszego rozumienia odwołują się na przykład definicje proponowane przez Zhongdanga Pana i Geralda M. Kosickiego, dla których rama – *frame* (inaczej nazywana *theme*) – to: „an idea that connects different semantic elements of a story [...] into a coherent whole” (Pan & Kosicki, 1993, s. 59), „a cognitive »window« through which a news story is »seen«” (s. 59). Drugi sposób rozumienia widać w określeniu Stephena D. Reese’a: „frames may best be viewed as an abstract principle, tool, or »schemata« of interpretation that works through media texts to structure social meaning” (Reese, 2001, s. 14).

## Status ram medialnych i ich rodzaje

Określenie *rama* może się odnosić do schematów interpretacyjnych o różnym poziomie ogólności. Ten poziom ogólności dotyczy zarówno zakresu materiału, dla którego dana rama jest istotnym schematem interpretacyjnym, jak i samej ramy. Z jednej strony może być to rama organizująca konkretny badany tekst czy przekaz, rama powtarzająca się w grupie tekstów jednorodnych ze względu na gatunek, rodzaj medium i/lub podejmowaną tematykę czy kulturowo uwarunkowana rama dająca się zastosować do różnych tematów. Z drugiej – ramy mogą dzielić się na kategorie wyższego i niższego rzędu, przy czym te ostatnie zawierają się w kategoriach nadrzędnych (Wasilewski, 2018, s. 100).

Claes de Vreese rozróżniał ramy specyficzne dla pojedynczych kwestii (*issue-specific frames*) i ramy ogólne (*generic frames*), które przekraczają ograniczenia tematyczne (Vreese, 2005, s. 54). Ramy bardziej szczegółowe dzielą się jeszcze na te odnoszące się do określonych wydarzeń lub momentów historycznych (np. sposób ramowania rozbicia się prezydenckiego samolotu z 10 kwietnia 2010 roku) i te odnoszące się do określonych problemów (np. problem uchodźców, aborcji, LGBT) (Franczak, 2014, s. 142). Badacze ramowania wyróżnili kilka powtarzających

<sup>4</sup> Należałoby się zastanowić, czy ramowanie dotyczy wyłącznie medialnych gatunków informacyjnych, co sugeruje nazwa *ramy wiadomości*. Wydaje się, że lepiej przyjąć bardziej ogólne określenie *ramy medialne*, ponieważ granice między informacją a publicystyką coraz bardziej się zacierają.

się ram ogólnych: ramę konfliktu, ramę odpowiedzialności, ramę konsekwencji ekonomicznych, ramę moralną i ramę ludzkiego interesu/ludzkiego punktu widzenia (*human interest*) (Semetko & Valkenburg, 2000, s. 95–96).

Ze względu na perspektywę, z jakiej opisuje się zagadnienia, Shanto Iyengar wydzielił rami epizodyczne (*episodic frames*), które przedstawiają problemy w świetle konkretnych przypadków lub poszczególnych wydarzeń, oraz rami tematyczne (*thematic frames*) przedstawiające problemy w kontekście ogólnym lub abstrakcyjnym, podkreślające ogólne uwarunkowania problemu i jego efekty (Iyengar, 1991, s. 2–3). Zwrócił przy tym uwagę na konsekwencje wyboru jednego z tych dwóch typów ram: eksponowanie formatu epizodycznego skłania odbiorców do obwiniania za przyczynę kłopotów same ofiary, wybór formatu tematycznego, przy którym wskazuje się uwarunkowania społeczne czy strukturalne, zazwyczaj wiąże się z przerzuceniem odpowiedzialności na organizację.

Szczególnym rodzajem schematów interpretacyjnych są rami metaforyczne. Metafory, rozumiane przez kognitywistów jako kognitywne narzędzia umożliwiające „rozumienie i doświadczenie pewnego rodzaju rzeczy w terminach innej rzeczy” (Lakoff & Johnson, 1988, s. 27), ze swej natury pełnią funkcję interpretacyjną, a często – interpretacyjno-perswazyjną (Lakoff, 2011). Ich działanie, podobnie jak działanie ram, polega na selekcji i uwydatnianiu. „Pozwalając nam skupić uwagę na jakimś aspekcie pojęcia – piszą George Lakoff i Mark Johnson – pojęcie metaforyczne uniemożliwia nam jednoczesne skupienie uwagi na innych aspektach, niemających związku z daną metaforą” (Lakoff & Johnson, 1988, s. 32). Opisywanie świata za pomocą metafor ma charakter aspektowy, ukierunkowany – dzięki metaforze da się uwypuklić to, co pożądane, a ukryć to, co niepożądane. W dodatku metafora bywa nośnikiem oceny, jako że na dziedzinę docelową metafory przenoszony jest kompleks emocji i wartościowań związanych z dziedziną wyjściową (jak w ramie metaforycznej „Polityka to wojna” czy „Kryzys to choroba”). Podobnie jak inne rami, rami metaforyczne mogą mieć różny poziom ogólności (np. metafora wojenna odnosi się do rozmaitych dziedzin życia).

### **Jak można rekonstruować rami medialne – metoda badania**

William A. Gamson zwrócił uwagę na dwie możliwe procedury rekonstruowania ram: metodę indukcyjną i dedukcyjną (Gamson, 1992). W wypadku zastosowania tej pierwszej zaczyna się od drobiazgowej analizy materiału, a takie czy inne rami stanowią wniosek z tej analizy. Przy tej drugiej punktem wyjścia są wcześniej zdefiniowane rami (np. rami konfliktu), a analiza polega na poszukiwaniu tych ram w tekstach. Każda z metod ma swoje zalety i wady. Metoda indukcyjna pozwala na wykrycie nowych ram, w dodatku – ram bardziej szczegółowych. Jednak, z konieczności, jako metoda bardzo pracochłonna ogranicza się do niewielkiej liczby przykładów i nie pozwala na wyciągnięcie ogólniejszych konkluzji. Badanie przekazów z wykorzystaniem tej metody utrudnia dokonywanie porównań między mediami czy między kulturami (społecznościami). Stosowanie metody dedukcyjnej umożliwia porównywanie, zestawianie ze sobą różnych mediów w obrębie jednej kultury (np. czy przy opisie danej kwestii gazety wyzyskują ramę konsekwencji ekonomicznych, czy ramę moralną) lub kilku kultur (np. jaką ramę/jakie rami stosuje się do interpretacji danego zdarzenia w mediach różnych krajów). Wadami tej metody jest ogólność ram i możliwość przeoczenia schematów interpretacyjnych, które nie zostały wcześniej zdefiniowane.

Zarówno metoda indukcyjna, jak i ta dedukcyjna może mieć zastosowanie w dwóch możliwych typach podejść: podejściu synchronicznym i diachronicznym. Przy podejściu synchronicznym poszukuje się ram funkcjonujących w danym momencie, można opisywać pojedyncze rami lub – na różne sposoby – zestawiać je ze sobą (np. konkurujące ze sobą rami dotyczące danej



kwestii czy określonego wydarzenia). Przy podejściu diachronicznym obserwuje się zmienność ram w czasie: transformacje dłużej istniejących ram, przeramowania, czyli zmiany w sposobach interpretowania problemów, walki o ramy (Franczak, 2014, s. 146).

W badaniu ramowania można uwzględnić metody zarówno ilościowe, jak i jakościowe. Metody ilościowe, znane z analizy zawartości dyskursu, przynoszą rezultaty bardziej wiarygodne. Jeśli są przy tym stosowane ze wspomaganie komputerowym, mogą służyć do badania obszernego materiału. Istnieją dwa warianty takich badań: w pierwszym zakłada się, że konkretne słowa (słowa kluczowe) stanowią punkty dostępu do ramy, poszukuje się zatem w tekstach zadanego wcześniej słownictwa; w drugim – uwzględnia się nie tylko same słowa, lecz i ich łączliwość (kolokacje)<sup>5</sup>. Wadą metody ilościowej jest możliwość pominięcia wyrazów i połączeń, które wprawdzie występują rzadko, lecz są istotne dla budowania ramy, poza tym nie bierze się pod uwagę możliwej wieloznaczności leksykalnej i uzależnienia interpretacji od kontekstu.

Metody jakościowe mogą mieć charakter bardziej lingwistyczny lub bardziej hermeneutyczny. W tym pierwszym wypadku analizuje się dobór i usytuowanie rozmaitych środków leksykalnych (chodzi głównie o tak zwane słowa kluczowe), stylistycznych i retorycznych (takich jak metafory, przykłady, cytaty, skrzydlate słowa). Istotne jest przy tym nie tylko samo wystąpienie elementu w tekście, lecz i jego lokalizacja w miejscach strukturalnie ważnych dla przekazu (na przykład dla tekstów prasowych byłby to nagłówek czy lid) oraz interpretacja kontekstowa. Przykładem takiego podejścia są badania, które przeprowadzili Pan i Kosicki. Proponują oni wyodrębnienie czterech wymiarów ramy: syntaktycznego (*syntactical structure*); opartego na scenariuszu (*script structure*); opartego na temacie/problemie (*thematic structure*); retorycznego (*rhetorical structure*) (Pan & Kosicki, 1993, s. 59–61). Wymiar syntaktyczny (może lepiej: strukturalny) wykorzystuje właściwą danemu medium strukturę komunikatu i komponenty tej struktury (np. w tekście prasowym: nagłówek, lid, epizody, tło, zamknięcie); wymiar oparty na scenariuszu odnosi się do wiadomości traktowanych jak opowieści (*stories*) i bierze pod uwagę składowe scenariusza opowieści (początek, punkt kulminacyjny, koniec, bohaterowie); wymiar problemowy, który najbardziej pasuje właśnie do tekstów problemowych, oparty jest na schemacie (hipo)teza–uzasadnienie i wykorzystuje relację przyczynowo-skutkową; wymiar retoryczny to środki retoryczne zastosowane w kreowaniu ramy (s. 60–62). Analiza tego typu jest wieloaspektowa i pogłębiona, jednak ze względu na jej szczegółowość bywa (musi być) ograniczona do niewielkiej liczby tekstów. Nie da się zatem wyciągać bardziej generalnych wniosków co do stopnia rozpowszechnienia ram.

Przy podejściu hermeneutycznym interpretuje się przekazy jako elementy dyskursu osadzonego na szerokim tle kulturowym (m.in. Tucker, 1998). Podejście to niekiedy wiąże się z sytuowaniem *framing* w obrębie krytycznej analizy dyskursu. Zaletą takiego sposobu analizy jest wyjście poza tekst, co pozwala na dostrzeżenie implikacji wynikających z funkcjonowania przekazów medialnych w dyskursie i kulturze. Wadą – na co zwrócili uwagę Jörg Matthes i Matthias Kohring – jest to, że w tych badaniach brakuje określenia sposobu, w jaki ramy zostały wydobyte z materiału, a zatem „researchers run the risk of finding frames they are consciously or unconsciously looking for” (Matthes & Kohring, 2008, s. 259).

Z dokonanego przeglądu wynika, że badacz pragnący rekonstruować medialne ramy interpretacyjne musi dokonać następujących wyborów:

<sup>5</sup> Jest to metoda zaproponowana przez Millera i jego współpracowników, określana jako *frame mapping*.

- pomiędzy metodą indukcyjną a dedukcyjną;
- pomiędzy podejściem synchronicznym a diachronicznym;
- pomiędzy metodami ilościowymi a jakościowymi (można je też łączyć);
- pomiędzy analizą „ręczną” a analizą wspomaganą przez programy komputerowe.

### **Jak można rekonstruować ramy medialne – jednostka analizy**

Kolejną praktyczną kwestią związaną z badaniem ramowania jest wybór jednostki analizy. Zależy to przede wszystkim od rodzaju materiału, jaki się będzie badać. Materiał prasowy, programy telewizyjne, przekazy internetowe – każdy z tych rodzajów wymaga odmiennej segmentacji.

Zatrzymajmy się przy tekstach prasowych, ponieważ dotychczas prowadzone analizy najczęściej wykorzystywały właśnie ten typ materiału<sup>6</sup>. Pierwsze pytanie dotyczy wielkości jednostki. Pan i Kosicki wprawdzie zastrzegali się, że zdanie – jako podstawowy komponent tekstu – może być zbyt małym fragmentem, jako że nie uwzględnia się wtedy uwarunkowań kontekstowych (Pan & Kosicki, 1993, s. 64), jednakże w swej analizie o charakterze jakościowo-lingwistycznym wychodzili właśnie od zdań. Istotna jest również hierarchizacja elementów składających się na tekst. Biorąc pod uwagę aspekt strukturalny tekstu, badacze przyjmowali zasadę odwróconej piramidy i stwierdzali: „An inverted pyramid refers to a sequential organization of structural elements (i.e. headline, lead, episodes, background, and closure). The signifying power of these elements varies in the same descending order” (Pan & Kosicki, 1993, s. 59).

Często pomijanym problemem jest sposób uwzględniania elementów wizualnych. Z jednej strony, pojawiają się badania poświęcone wyłącznie analizowaniu zdjęć (Fahmy, 2010; Makhortyk & Sydorova, 2017; Parry, 2010; Szyłko-Kwas, 2019), z drugiej – fotografii przy badaniu tekstów prasowych w ogóle się nie bierze pod uwagę (lub wspomina się o nich bez ukazania szczegółowych relacji między elementami werbalnymi a ikonicznymi).

W odniesieniu do badania zdjęć pisze się o *visual framing*<sup>7</sup>, przy czym w analizie wykorzystywane są metody zarówno ilościowe, jak i jakościowe (bierze się pod uwagę tematykę zdjęcia i sposób kadrowania) (Parry, 2010, s. 72–73; Szyłko-Kwas, 2019, s. 36–37). Jeśli wspomina się o towarzyszących elementach werbalnych (podpis pod zdjęciem, nagłówki), to jedynie dla sprawdzenia, czy słowa wzmacniają czy osłabiają wydźwięk fotografii (Parry, 2010, s. 73). Brakuje prób zmierzenia się z ramowaniem multimodalnym, to znaczy ze zbadaniem, w jaki sposób obrazy i słowa współpracują ze sobą przy konstruowaniu ramy i jak ta współpraca wpływa na proces interpretacji.

A przecież zarówno w konstruowaniu, jak i w interpretowaniu ram współdziałają ze sobą różne systemy semiotyczne, tworząc całość, która nie jest tylko i po prostu sumą części. Wzajemna kontekstualizacja stwarza bowiem dodatkowe sensory, których nie mają poszczególne komponenty. Uwzględnianie jedynie słów może prowadzić niekiedy do fałszywych wniosków, ponieważ elementy ikoniczne (a w komunikatach telewizyjnych również dźwiękowe) mogą zna-

<sup>6</sup> Wprawdzie pojawiają się analizy dotyczące telewizji, jednak w tym wypadku badania zazwyczaj wykorzystują podejście dedukcyjne i posługują się metodami ilościowymi – wówczas kwestia podstawowej jednostki nie budzi wątpliwości, bo jest nią pojedynczy przekaz. Zob. m.in. Semetko & Valkenburg, 2000; Palczewski, 2011; Niesłony, 2016.

<sup>7</sup> „*Visual framing* należy [...] rozumieć jako taki sposób fotograficznej prezentacji danego wydarzenia czy problemu, który narzuca sposób interpretacji zobrazowanej treści” (Szyłko-Kwas, *Wizerunki Prezydentów Rzeczpospolitej Polskiej...*, s. 34).

cząco modyfikować kształt ramy (Matthes, 2009, s. 360). Co wówczas mogłoby być jednostką analizy? Wydaje się, że jedynym rozwiązaniem byłoby badanie całych multimodalnych przekazów. Podstawową trudnością jest wypracowanie metodologii, która pozwalałaby na równoczesne kodowanie elementów werbalnych i niewerbalnych oraz – co ważniejsze – na pokazanie, jak one współdziałają ze sobą przy konstruowaniu ramy.

## **Ramy interpretacyjne jako narzędzie badań medioznawczych – kwestie do rozstrzygnięcia**

Rekonstruowanie ram interpretacyjnych zawartych w przekazach medialnych to przydatne narzędzie do badania medialnego dyskursu. Podejście synchroniczne pozwala na rozpoznanie wzorów komunikowania o sprawach publicznych, natomiast podejście diachroniczne umożliwia śledzenie tendencji komunikowania publicznego. Jednakże, aby analizy prowadzone przy wykorzystaniu tego narzędzia przynosiły konkluzje zarazem istotne i wiarygodne, należałoby rozstrzygnąć kilka metodologicznych kwestii, odpowiedzieć na kilka pytań.

Po pierwsze, jaka jest „natura” ramy interpretacyjnej. Czy wystarczy ją nazwać (np. rama konfliktu)? A może ma strukturę wewnętrzną z centrum i peryferiami (Hertog & McLeod, 2001), podobnie – jak według kognitywistów – mają ją pojęcia? Po drugie, jakie środki semiotyczne sygnalizują istnienie takiej czy innej ramy. Czy jest jakaś hierarchia tych środków? Czy i w jaki sposób lokalizacja środków w komunikacie wpływa na ich ważność? Po trzecie, jak sobie poradzic z multimodalnym charakterem przekazów medialnych. Po czwarte, jak się upewnić, że dana rama nie jest jedynie intuicyjną konstrukcją badacza (Matthes, 2009; Matthes & Kohring, 2008). I wreszcie po piąte, czy i jak możliwe jest sytuowanie medialnych ram w kontekście kulturowym.

## **Bibliografia**

- Chong, D., & Druckman, J.N. (2007). Framing Theory, *Annual Review of Political Science*. Retrieved from <https://www.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054>. DOI:10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054
- Czyżewski, M. (2010). Analiza ramowa, czyli „co tu się dzieje?”. W E. Goffman, *Analiza ramowa. Esej z organizacji doświadczenia*. Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos.
- Entman, R.M. (1993). Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication* 43(4), 51–58.
- Fahmy, S. (2010). Contrasting Visual Frames of Our Times: A Framing Analysis of English- and Arabic-language Press coverage of War and Terrorism. *The International Communication Gazette* 72(8), 695–717. DOI: 10.1177/1748048510380801
- Fillmore, Ch.J. (1982). *Frame Semantics*, In *Linguistics in the Morning Calm, Selected Papers from SICOL-1981* (p. 111–137). Seoul: Hanshin Publishing Co.
- Fillmore, Ch.J. (1971). Verbs of Judging: An Exercise in Semantic Description. In Ch.J. Fillmore, & D.T. Langendoen (Eds.), *Studies in Linguistic Semantics* (pp. 273–289). New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Franczak, K. (2014). Perspektywa *framing analysis* – oferta analityczna dla badań nad dyskursem? *Przegląd Socjologiczny*, 63(3), 135–156.
- Gamson, W.A. (1998). A Constructionist Approach to Mass Media and Public Opinion. *Symbolic Interaction*, 11, 161–174.
- Gamson, W.A. (1992). *Talking Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Goffman, E. (2010). *Analiza ramowa. Esej z organizacji doświadczenia*. Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos.

- Hertog J.K., & McLeod, D.M. (2001). A Multiperspectival Approach to Framing Analysis: A Field Guide. In S.D. Reese, O.H. Gandy, & A.E. Grant (Eds.), *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World* (pp. 141–162). London: Routledge.
- Iyengar, S. (1991). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kępa-Figura, D., & Hofman, I. (Red.). (2015). *Współczesne media – Medialny obraz świata*, T. 1, Zagadnienia teoretyczne. Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Lakoff, G. (2011). *Nie myśl o słońiu! Jak język kształtuje politykę*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Łośgraf.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1988). *Metafory w naszym życiu*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Makhortykh, M., & Sydorova, M. (2017). Social Media and Visual Framing of the Conflict in Eastern Ukraine. *Media, War & Conflict* 10(3), 359–381. DOI: 10.1177/17506355217702539
- Matthes, J. (2009). What's in a Frame? A Content Analysis of Media Framing Studies in the World's Leading Communications Journals, 1990–2005. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 86(2), 349–367.
- Matthes, J., & Kohring, M. (2008). The Content Analysis of Media Frames: Toward Improving Reliability and Validity. *Journal of Communication*, 58(1), 258–279.
- Miller, M.M. (1997). Frame Mapping and Analysis of News Coverage of Contentious Issues. *Social Science Computer Review*, 15(4), 367–378.
- Minsky, M. (1975). A Framework for Representing Knowledge. In P.H. Winston (Ed.), *The Psychology of Computer Vision* (pp. 211–277). New York: McGraw-Hill.
- Niesłony, K. (2016). Ramy interpretacyjne w tworzeniu newsów telewizyjnych. *Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy*, 8(19), 155–173.
- Palczewski, M. (2011). Koncepcja *framingu* i jej zastosowanie w badaniach newsów w Wiadomościach TVP i Faktach TVN. *Studia Medioznawcze*, 1(44), 31–41.
- Pan, Z., & Kosicki, G.M. (1993). Framing Analysis: An Approach to News Discourse. *Political Communication*, 10, 55–75. DOI: 10.1080/10584609.1993.9962963
- Parry, K. (2010). A Visual Framing Analysis of British Press Photography during the 2006 Israel-Lebanon Conflict. *Media, War & Conflict*, 3(1), 67–85. DOI: 1077/1750635210353679
- Pluwak, A. (2009). Geneza i ewolucja pojęcia *framing* w naukach społecznych. *Global Media Journal – Polish Edition*, 1, 49–79. Pobrane z <http://globalmediajournal.collegium.edu.pl>
- Reese, S.D. (2010). Finding Frames in a Web of Culture. The Case of the War on Terror. In P. D'Angelo, & J.A. Kuypers (Eds.), *Doing News. Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives* (pp. 17–42). New York and London: Routledge.
- Reese, S.D. (2001). Prologue – Framing Public Life: A Bridging Model for Media Research. In S.D. Reese, O.H. Gandy, & A.E. Grant (Eds.), *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World* (pp. 7–32). London: Routledge.
- Scheufele, D.A. (1999). Framing as a Theory of Media Effects. *Journal of Communication*, 1(49), 103–122.
- Semetko, H.A., & Valkenburg P.M. (2000). Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News. *Journal of Communication*, 50(2), 93–109.
- Skowronek, B. (2013). *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego.
- Szylko-Kwas, J. (2019). Wizerunki Prezydentów Rzeczypospolitej Polskiej: Bronisława Komorowskiego oraz Andrzeja Dudy – analiza porównawcza w świetle teorii *visual framing*. *Res Rhetorica*, 6(1), 30–50.

- Tucker, L.R. (1998). The Framing of Calvin Klein. A Frame Analysis of Media Discourse about the August 1995 Calvin Klein Jeans Advertising Controversy. *Critical Studies in Mass Communication*, 15, 141–157.
- Vreese de, C.H. (2005). News Framing: Theory and Typology. *Information Design Journal + Document Design*, 13(1), 51–62.
- Wasilewski, K. (2018). *Framing i analiza ramowa – stan badań we współczesnym medioznawstwie. Przegląd stanowisk badawczych. Media–Kultura–Komunikacja Społeczna*, 14(1), 91–107.
- Weaver, D.H. (2007). Thoughts on Agenda Setting, Framing, and Priming. *Journal of Communication*, 57, 60–78.
- Wendland, M. (2011). *Konstruktywizm komunikacyjny*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Instytutu Filozofii UAM.