

С. В. Белькова

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент
доцент кафедри журналістики та української філології
e-mail: alo_zidmu@ukr.net, ORCID: 0000-0003-2570-0444
Класичний приватний університет
вул. Жуковського, 70б, м. Запоріжжя, Україна, 69120

ФРЕЙМІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАНІПУЛЯЦІЇ В МАСМЕДІА

Метою статті є узагальнення теоретичних підходів до фреймінгу, уточнення його маніпулятивного потенціалу в сучасних медіа та визначення особливостей його функціонування в цифровому середовищі.

Методологія дослідження базується на застосуванні методів теоретичного аналізу та синтезу наукових джерел, порівняльного аналізу підходів до розуміння фреймінгу, а також узагальнення сучасних досліджень у сфері медіакомунікацій. Дослідження має міждисциплінарний характер і спирається на напрацювання в галузях соціології, політичної комунікації та медіадосліджень.

Результати. В результаті дослідження систематизовано основні теоретичні підходи до фреймінгу, уточнено його функції, типологію та механізми реалізації. Встановлено, що фреймінг визначає не лише зміст повідомлення, а й спосіб його інтерпретації, впливаючи на формування оцінок, установок і поведінкових реакцій аудиторії. Проаналізовано роль фреймінгу в цифровому середовищі, зокрема вплив алгоритмічної персоналізації та інформаційних бульбашок на посилення його ефективності.

Новизна полягає в комплексному поєднанні класичних теоретичних підходів до фреймінгу із сучасними дослідженнями цифрових медіа, а також у врахуванні українського контексту інформаційної війни, що дає можливість глибше розкрити маніпулятивний потенціал цього явища.

Практичне значення отриманих результатів визначається можливістю їх використання у сфері журналістики, медіаосвіти та інформаційної безпеки. Висновки дослідження можуть бути застосовані для розвитку медіаграмотності, формування навичок критичного аналізу інформації та протидії маніпулятивному впливу медіа.

Ключові слова: фреймінг, медіа, маніпуляція, масова комунікація, цифрові медіа, громадська думка, інформаційна війна, пропаганда.

I. Вступ

Сучасний етап розвитку масової комунікації характеризується стрімким зростанням обсягів інформації та посиленням ролі медіа у формуванні соціальної реальності. У цих умовах особливого значення набуває не лише зміст повідомлень, а й способи їх подання, які визначають інтерпретацію подій аудиторією. Одним із ключових механізмів такого впливу є фреймінг – процес структурування інформації через виділення певних аспектів реальності та надання їм смислового пріоритету.

Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі медіа в політичних процесах, інформаційних конфліктах та формуванні громадської думки. В умовах цифровізації та алгоритмічного відбору контенту фреймінг набуває нових характеристик, зокрема персоналізації та масштабності впливу. Це підсилює його значення як інструменту непрямого впливу на аудиторію, що має важливе теоретичне і практичне значення для розвитку медіадосліджень, політичної комунікації та інформаційної безпеки.

Теоретичні засади дослідження фреймінгу сформовано в працях зарубіжних учених. Зокрема, Р. Ентман визначив фреймінг як процес селекції та акцентуації інформації з метою формування певного значення повідомлення, виокремивши його основні функції [6]. Д. Шойфеле розглядав фреймінг як багаторівневий процес взаємодії між медіа, повідомленням і аудиторією [13]. К. де Врізе запропонував типологію медіафреймів, що дає можливість систематизувати їх використання в журналістській практиці [4]. Значний внесок у дослідження впливу фреймінгу на громадську думку зробили також С. Айенгар [8] та Дж. Друкман [5], які обґрунтували залежність оцінок аудиторії від способу подання інформації.

У сучасних дослідженнях особливу увагу зосереджено на трансформації фреймінгу в умовах цифрового середовища. Зокрема, Е. Парайзер аналізує вплив алгоритмічної персоналізації на формування інформаційних бульбашок [10]. Інші науковці досліджують роль соціальних мереж у поширенні дезінформації та підсиленні інформаційної поляризації [7; 15; 16]. Окремий напрям становлять дослідження інформаційної війни та пропаганди, зокрема в контексті російсько-українського конфлікту, де фреймінг використовується як інструмент конструювання альтернативних інтерпретацій реальності [2; 11; 12; 14].

Водночас, незважаючи на значну кількість наукових праць, залишаються дискусійними питання щодо специфіки функціонування фреймінгу в умовах алгоритмічного середовища, його взаємодії з дезінформацією та механізмів впливу на різні аудиторії. Недостатньо дослідженим є також практичний вимір протидії маніпулятивним фреймам у цифрових медіа.

Отже, необхідність комплексного аналізу фреймінгу як інструменту впливу в сучасному медіапросторі з урахуванням цифрових трансформацій визначає актуальність і наукову значущість цього дослідження.

Зростання ролі медіа у формуванні громадської думки супроводжується посиленням непрямих форм впливу, серед яких фреймінг посідає центральне місце. Проблема полягає в його здатності непомітно змінювати інтерпретацію подій, формуючи оцінки та поведінкові установки аудиторії без прямого переконання. Попри значну кількість досліджень, недостатньо уваги приділено впливу цифрових платформ на трансформацію фреймінгу, зокрема через алгоритмічну персоналізацію та ефект інформаційної ізоляції.

II. Постановка проблеми та методи дослідження

Метою статті є узагальнення теоретичних підходів до фреймінгу, уточнення його маніпулятивного потенціалу в сучасних медіа та визначення особливостей його функціонування в цифровому середовищі.

Методологія дослідження базується на застосуванні методів теоретичного аналізу та синтезу наукових джерел, порівняльного аналізу підходів до розуміння фреймінгу, а також узагальнення сучасних досліджень у сфері медіакомунікацій. Дослідження має міждисциплінарний характер і спирається на напрацювання в галузях соціології, політичної комунікації та медіадосліджень.

III. Результати

Теоретичні засади фреймінгу. Концепція фреймінгу бере початок у працях Е. Гофмана, який визначив фрейми як когнітивні структури інтерпретації досвіду. У подальшому Р. Ентман конкретизував це поняття як процес селекції та акцентуації аспектів реальності з метою формування значення повідомлення.

Фреймінг виконує чотири ключові функції:

- визначення проблеми;
- інтерпретацію причин;
- моральну оцінку;
- пропозицію рішень.

Його розвиток у теорії масової комунікації пов'язаний із дослідженнями Д. Шойфеле [13], який підкреслив взаємозв'язок між медіавиробництвом і сприйняттям аудиторії.

Типологія та механізми фреймінгу. Типологія фреймів базується на підході нідерландського науковця К. де Врізе, який запропонував розрізняти загальні (generic) та специфічні (issue-specific) фрейми [4]. До загальних фреймів, що широко використовуються в медіадослідженнях, належать конфліктний, економічний, моральний та фрейм відповідальності.

Реалізація фреймінгу відбувається через:

- селекцію фактів;
- акцентуацію окремих елементів;
- інтерпретацію подій;
- візуальне підсилення.

Ці механізми забезпечують смислову організацію повідомлення та спрямовують його сприйняття.

Особливо показовим є механізм акцентуації в новинах про обстріли цивільної інфраструктури. Наприклад, українські медіа акцентують на жертвах серед цивільного населення, а російські – на «військових цілях» або «провокаціях». Тому зміна акценту змінює не факт події, а її інтерпретацію та моральну оцінку.

Фреймінг як інструмент маніпуляції. Фреймінг має значний маніпулятивний потенціал, оскільки дає можливість змінювати сприйняття подій без відкритого нав'язування оцінок. Різні способи подання однієї й тієї ж інформації можуть кардинально змінювати уявлення про причини подій і відповідальність за них.

Його ефективність базується на:

- латентності впливу;
- апеляції до емоцій;

– використанні когнітивних шаблонів.

У результаті фреймінг не просто передає інформацію, а моделює соціальні уявлення.

Маніпулятивний потенціал фреймінгу особливо виразно проявляється в умовах інформаційних конфліктів, де боротьба ведеться не лише за території, а й за інтерпретацію подій. У цьому контексті показовими є приклади російської пропаганди під час війни проти України.

Зокрема, системно використовується підміна фреймів через мовні конструкції:

- «спеціальна військова операція» замість «війна»;
- «звільнення територій» замість «окупація»;
- «денацифікація» як моральний фрейм легітимації агресії.

Такі формулювання не лише змінюють емоційне сприйняття подій, а й формують альтернативну причинно-наслідкову логіку, в якій агресор позиціонується як сторона, що «вирішує проблему».

Водночас в українських медіа домінують інші фрейми:

- фрейм оборони («захист держави»);
- фрейм жертви агресії;
- фрейм героїзму (ЗСУ, волонтери).

Це демонструє, що фреймінг є інструментом конструювання принципово різних реальностей на основі тих самих подій.

Фреймінг у цифровому середовищі. Цифровізація суттєво змінила характер інформаційного впливу. Алгоритми соціальних мереж здійснюють селекцію контенту відповідно до поведінки користувача, формуючи інформаційно замкнені середовища.

У таких умовах:

- посилюється повторюваність фреймів;
- зростає їхня переконливість;
- обмежується доступ до альтернативних інтерпретацій.

Це сприяє поляризації суспільства та підсилює ефективність маніпуляцій.

У цифровому середовищі фреймінг підсилюється алгоритмічними механізмами поширення контенту. Особливо це помітно в умовах російсько-української війни, де соціальні мережі стали ключовим каналом інформаційного впливу.

Російська дезінформація активно використовує:

- емоційно насичені фрейми (страх, загроза, хаос);
- фрейми дискредитації («failed state», «зовнішнє управління»);
- фрейми розколу («внутрішній конфлікт», «громадянська війна»).

Через алгоритмічне підсилення такі повідомлення швидко поширюються і повторюються, що підвищує їхню переконливість.

Прикладом є масове поширення фейків:

- про «біолабораторії»;
- про «утиски російськомовних»;
- про «постановочні обстріли».

У таких випадках фреймінг «працює» разом з дезінформацією: неправдивий факт підкріплюється правильно підбраною інтерпретаційною рамкою.

Етичні аспекти та протидія. Маніпулятивне використання фреймінгу суперечить принципам об'єктивності та балансу інформації. Це актуалізує питання відповідальності медіа.

Ефективна протидія передбачає:

- розвиток медіаграмотності;
- критичний аналіз інформації;
- диверсифікацію джерел;
- усвідомлення алгоритмічного впливу.

Український досвід протидії дезінформації демонструє важливість інституційних і громадських ініціатив. Зокрема, діяльність StopFake, Центру протидії дезінформації та Detector Media спрямована на виявлення маніпулятивних фреймів і спростування фейків.

Ці практики свідчать про те, що ефективна протидія фреймінгу потребує:

- системного фактчекінгу;
- прозорості медіа;
- підвищення критичної свідомості аудиторії.

IV. Висновки

Фреймінг є базовим механізмом сучасної медіакомунікації, що визначає інтерпретацію інформації та формує громадську думку. У цифровому середовищі його вплив посилюється через алгоритмічну персоналізацію та швидкість поширення контенту.

Його здатність непомітно формувати оцінки робить його одним із найбільш ефективних інструментів інформаційного впливу. Це зумовлює необхідність розвитку критичного мислення та подальших досліджень цифрових механізмів маніпуляції.

Досвід російсько-української війни переконливо демонструє, що фреймінг є не лише інструментом медіакомунікації, а й елементом інформаційної війни. Через нього формуються конкуруючі картини реальності, які впливають на міжнародну підтримку, суспільні настрої та політичні рішення.

У цифровому середовищі цей вплив посилюється алгоритмами, що закріплюють домінування окремих інтерпретацій. Це підвищує ризики маніпуляцій і водночас ускладнює їх виявлення.

Отже, розвиток медіаграмотності, підтримка незалежних медіа та критичний аналіз інформації є ключовими умовами інформаційної безпеки сучасного суспільства.

Список використаної літератури

1. Українські медіа, ставлення та довіра у 2023 році. Detector Media : офіційний сайт. URL: [//detector.media/infospace/article/218819/2023-11-01-ukrainski-media-stavlennya-ta-dovira-u-2023-rotsi/](https://detector.media/infospace/article/218819/2023-11-01-ukrainski-media-stavlennya-ta-dovira-u-2023-rotsi/) (дата звернення: 23.02.2025).
2. Benkler Y., Faris R., Roberts H. *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. New York : Oxford University Press, 2018. 473 p.
3. Center for Countering Disinformation : офіційний сайт. URL: <https://cpd.gov.ua/en/category/report/> (дата звернення: 20.03.2025).
4. De Vreese C. H. News framing: Theory and typology. *Information Design Journal*. 2005. Vol. 13. № 1. P. 51–62.
5. Druckman J. N. The implications of framing effects for citizen competence. *Political Behavior*. 2001. Vol. 23. № 3. P. 225–256.
6. Entman R. M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*. 1993. Vol. 43. № 4. P. 51–58.
7. Guess A. M., Nyhan B., Reifler J. Exposure to untrustworthy websites in the 2016 U.S. election. *Nature Human Behaviour*. 2020. Vol. 4. P. 472–480.
8. Iyengar S. *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago : University of Chicago Press, 1991. 206 p.
9. Kulyk V. Language, identity, and framing in the Ukrainian conflict. *Europe-Asia Studies*. 2016. Vol. 68. № 4. P. 588–609.
10. Pariser E. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York : Penguin Press, 2011. 294 p.
11. Lakoff G. *Don't Think of an Elephant! Know Your Values and Frame the Debate*. White River Junction : Chelsea Green Publishing, 2014. 192 p.
12. Pomerantsev P. *This Is Not Propaganda: Adventures in the War Against Reality*. New York : PublicAffairs, 2019. 256 p.
13. Scheufele D. A. Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*. 1999. Vol. 49. № 1. P. 103–122.
14. Szostek J. The power and limits of Russia's strategic narrative in Ukraine. *International Affairs*. 2017. Vol. 93. № 2. P. 379–395.
15. Tucker J. A. et al. Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature. *Political Science Quarterly*. 2018. Vol. 133. № 2. P. 205–246.
16. Vosoughi S., Roy D., Aral S. The spread of true and false news online. *Science*. 2018. Vol. 359. № 6380. P. 1146–1151.
17. Zuboff S. *The Age of Surveillance Capitalism*. New York : PublicAffairs, 2019. 704 p.

References

1. Ukrainski media, stavlennia ta dovira u 2023 rotsi [Ukrainian media, attitudes and trust in 2023]. *Detector Media*. Retrieved from [//detector.media/infospace/article/218819/2023-11-01-ukrainski-media-stavlennya-ta-dovira-u-2023-rotsi/](https://detector.media/infospace/article/218819/2023-11-01-ukrainski-media-stavlennya-ta-dovira-u-2023-rotsi/) [in English].
2. Benkler, Y., Faris, R., & Roberts, H. (2018). *Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics*. New York: Oxford University Press [in English].
3. Center for countering disinformation. Retrieved from <https://cpd.gov.ua/en/category/report/> [in English].
4. De Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal*, 13 (1), 51–62 [in English].
5. Druckman, J. N. (2001). The implications of framing effects for citizen competence. *Political Behavior*, 23 (3), 225–256 [in English].
6. Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), 51–58 [in English].
7. Guess, A. M., Nyhan, B., & Reifler, J. (2020). Exposure to untrustworthy websites in the 2016 U.S. election. *Nature Human Behaviour*, 4, 472–480 [in English].
8. Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: University of Chicago Press [in English].
9. Kulyk, V. (2016). Language, identity, and framing in the Ukrainian conflict. *Europe-Asia Studies*, 68 (4), 588–609 [in English].

10. Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. New York: Penguin Press [in English].
11. Lakoff, G. (2014). *Don't think of an elephant! Know your values and frame the debate*. White River Junction: Chelsea Green Publishing [in English].
12. Pomerantsev, P. (2019). *This is not propaganda: Adventures in the war against reality*. New York: PublicAffairs [in English].
13. Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49 (1), 103–122 [in English].
14. Szostek, J. (2017). The power and limits of Russia's strategic narrative in Ukraine. *International Affairs*, 93 (2), 379–395 [in English].
15. Tucker, J. A. et al. (2018). Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature. *Political Science Quarterly*, 133 (2), 205–246 [in English].
16. Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359 (6380), 1146–1151 [in English].
17. Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism*. New York: PublicAffairs [in English].

Стаття надійшла до редакції 20.08.2025.

Received 20.08.2025.

Belkova S. Framing as a Tool of Manipulation in Mass Media

The purpose of the article is to summarize theoretical approaches to framing, clarify its manipulative potential in modern media, and determine the features of its functioning in the digital environment.

Research methodology is based on theoretical analysis and synthesis of scientific sources, comparative analysis of approaches to framing, and generalization of contemporary studies in media communication. The study is interdisciplinary and draws on sociology, political communication, and media studies.

Results include the systematization of key theoretical approaches to framing, clarification of its functions, typology, and mechanisms. It is established that framing determines not only the content of messages but also their interpretation, shaping audience perceptions, attitudes, and behavioral responses. The study also highlights the role of framing in the digital environment, particularly the impact of algorithmic personalization and filter bubbles.

Novelty lies in the integration of classical framing theory with modern digital media research, as well as in incorporating the Ukrainian context of information warfare to better reveal the manipulative nature of framing.

Practical significance of the results consists in their applicability in journalism, media education, and information security. The findings can be used to enhance media literacy, critical thinking skills, and resistance to manipulative media influence.

Key words: framing, media, manipulation, mass communication, digital media, public opinion, information warfare, propaganda.