

RALUCA BUTUROIU

NOUA ERĂ
A VECHILOR MEDIA

O analiză experimentală
a efectelor produse de cadrajele media

Redactor: CARMEN BOTOȘARU
Tehnoredactor: OLGA MACHIN

Coperta: DIANA DUMITRIU, *Fire Dance* (fragment)

Toate drepturile asupra prezentei ediții aparțin Editurii COMUNICARE.RO.
Editura COMUNICARE.RO este departament în cadrul Școlii Naționale de Studii Politice și Administrative, Facultatea de Comunicare și Relații Publice.

Editura COMUNICARE.RO

SNSPA, Facultatea de Comunicare și Relații Publice
Str. Povernei, nr. 6
010643 București
România
Tel.: 021.310.07.18
www.editura.comunicare.ro
e-mail: editura@comunicare.ro, difuzare@comunicare.ro

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
BUTUROIU, RALUCA

Noua eră a vechilor media. O analiză experimentală a efectelor produse de cadrele media / Buturoiu Raluca. – București: Comunicare.ro, 2016
Bibliografie
ISBN 978-973-711-548-5

659.3

Cuprins

Lista figurilor / 7

Introducere / 9

PARTEA ÎNTÂI. Influența semnificativă a media sau spre o eră a efectelor minime?

I. Efecte de framing / 19

II. Cadraje media repetate și cadraje media contradictorii / 53

III. Rolul timpului asupra efectelor de framing. Credibilitatea surselor și *sleeping effect* / 65

IV. Efecte de framing. Sinteză și explicații finale / 75

PARTEA A DOUA. Influența media nu este directă. Moderatorii efectelor de framing

I. Moderatorii efectelor de framing / 83

II. Importanța unei teme ca moderator al efectelor de framing / 99

III. Moderatorii efectelor de framing. Considerații finale / 113

PARTEA A TREIA. Efectele media asupra publicului. O analiză experimentală

I. Aspecte metodologice / 119

II. Cât de puternice sunt media astăzi? Efecte imediate de framing / 139

III. Efectele cadrajelor repetate și ale celor contradictorii. Rolul credibilității sursei mesajului și persistența efectelor / 187

IV. Limitele cercetării și direcții viitoare / 217

V. Concluziile cercetării / 221

Considerații finale / 225

Anexe / 231

Bibliografie / 257

I. Efecte de framing

În ultima perioadă au apărut câteva reinterpretări semnificative ale teoriilor clasice cu privire la efectele comunicării de masă asupra publicului. De exemplu, cercetările recente au drept obiectiv (re)testarea modului în care unele teorii clasice, precum teoria cultivării, teoria utilizării și recompense, teoria fluxului comunicării în doi pași, teoria agenda-setting, se aplică în contextul mediatic actual. În același timp, unele direcții teoretice actuale susțin intrarea media tradiționale într-o eră a efectelor minime. Totuși, credem că este prematur să discutăm despre o eră a efectelor minime și că, prin framing, media au puterea de a construi realitatea socială pentru public. De aceea, în această secțiune ne vom concentra asupra câtorva direcții teoretice care au în vedere cadrele media și efectele lor.

Vom avea în vedere definirea conceptului de framing din perspectivă constructivistă; analiza asemănărilor și deosebirilor dintre framing, agenda-setting și *priming*¹; delimitarea perspectivelor cu privire la efectele de framing și conturarea unei perspective care respinge intrarea într-o „eră a efectelor minime” ale media tradiționale; delimitarea granițelor dintre opinie, atitudine și comportament, pentru a contura contextul pe care îl folosim atunci când ne referim la efecte de framing asupra publicurilor; reliefarea principalelor tipuri de cadre² media – repetate

¹ La nivelul acestei lucrări, optăm pentru scrierea marcată de caractere italice a conceptului de *priming* și pentru ortografierea obișnuită a conceptelor de agenda-setting și framing. În comparație cu agenda-setting și framing, conceptul de *priming* nu a ajuns la un nivel de utilizare suficient de crescut în limba română, încât să poată fi considerat asimilat. Singura traducere în limba română a termenului a fost de „amorsare”, iar aceasta nu acoperă sensul conceptului din limba engleză. Mai mult, încă nu am găsit o variantă românească suficient de apropiată din punct de vedere semantic celei din limba engleză.

² Pe parcursul lucrării, vom folosi interșanjabil cuvintele „frame”, „cadraj”, „încadrare” și „mesaj” din motive ce țin de evitarea unor erori stilistice și a unor exprimări redundante.

(*repetitive frames*) și contradictorii (*competitive frames*). De asemenea, vom analiza câteva direcții care vizează rolul timpului în estomparea sau multiplicarea efectelor de framing și rolul credibilității sursei unui mesaj în moderarea efectelor de framing.

1. Conceptul de framing și abordarea constructivistă: în căutarea unei definiții

În ultimii 20 de ani, pe măsură ce media au dobândit un statut omniprezent în societate, cercetările referitoare la framing au început să cunoască o dezvoltare din ce în ce mai consistentă. Astfel, cercetătorii din domeniul sociologiei (Gitlin, 1980; Goffman, 1974), comunicării politice (de Vreese, 2005) și comunicării de masă (Entman, 1993; Gamson & Modigliani, 1989; McQuail, 1994) atribuie un rol important conceptului de framing și își concentrează efortul atât asupra găsirii unei definiții operaționale, cât și asupra dezvoltării unor modele care arată cum funcționează un cadraj media și ce efecte are.

În domeniul științelor comunicării, conceptul de framing a devenit tot mai folosit, depășind în importanță și complexitate alte concepte sau teorii precum agenda-setting sau teoria cultivării. Datorită existenței unor perspective diferite asupra acestui concept, încercarea de a găsi o interpretare univocă este limitată de lipsa unor elemente teoretice și empirice substanțiale. Cu alte cuvinte, din cauza faptului că are sensuri multiple, conceptul de *framing* sau *frame* (fie ca substantiv, fie ca verb) este destul de vast și vag (Scheufele, 1999, p. 103). De aceea, pentru a evita o abordare strict teoretică, dar și pentru a apropia ceea ce înseamnă procesul de framing de efectele pe care le generează, vom prezenta critic câteva definiții și abordări ale acestui concept, din perspectivă constructivistă; ordinea de prezentare va fi cea cronologică.

Perspectiva constructivistă în domeniul studiilor de framing se referă la faptul că oamenii se bazează în principal pe media atunci când caută informații, iar media aleg să încadreze un anumit aspect al unui eveniment, construind, astfel, ceea ce este perceput ca fiind realitate. Media pot construi realitatea prin accentuarea unui aspect în defavoarea altuia, oferind astfel un punct de referință, prin care publicul filtrează informațiile receptate ulterior (Carter, 2013, p. 1). Altfel spus, în contextul, mai larg, al cercetărilor privind efectele media asupra publicurilor, conceptul de framing ocupă un loc esențial, deoarece modul în

care media încadrează realitatea are efecte semnificative asupra modului în care publicurile percep realitatea construită de media.

Înainte de analiza critică a principalelor definiții ale conceptului de framing din perspectivă constructivistă, vom examina mecanismele pe care se bazează construcția socială a realității – ca elemente fundamentale în înțelegerea modului de funcționare a cadrajelor media. Deși aceste mecanisme au atras atenția mai multor cercetători (de exemplu, Adoni & Mane, 1984; Gamson, Croteau, Hoynes, & Sasson, 1992; Shapiro & Lang, 1991), ne vom opri asupra variantei în care au fost teoretizate în *The Social Construction of Reality* (Berger & Luckmann, 1966).

Berger și Luckmann (1966, p. 84) oferă câteva considerații importante despre mecanismul pe baza căruia funcționează frame-urile. Autorii sugerează că limbajul este una dintre cele mai importante forme de organizare socială – prin limbaj, oamenii nu numai că se distanțează de alte categorii de ființe vii, dar limbajul, alături de abilitatea de a comunica în sine, joacă un rol esențial în organizarea lumii sociale. Această organizare este posibilă prin folosirea semnelor și simbolurilor, ca structuri atașate unor interpretări obiective; de vreme ce realitatea înconjurătoare este dominată de elemente subiective, numai transformarea lor în obiecte oferă oamenilor abilitatea de a construi realitatea și de a se adapta la ea. De asemenea, ei susțin că dezvoltarea cunoașterii și a limbajului a permis apariția unei lumi obiectivate, a unei lumi în care obiectele se distanțează de simple interpretări subiective, devin palpabile și sunt percepute drept realitate. Ulterior, realitatea obiectivată este internalizată sub formă de adevăr general valabil, generând astfel o dublă realizare a cunoașterii. Pe de o parte are loc însușirea realității sociale obiectivate și, complementar, (re)producerea continuă a acestei realități. Cu alte cuvinte, prin limbaj, lumea înconjurătoare este regândită și reinterpretată în permanență, iar ceea ce rezultă poate fi asimilat unei realități propriu-zise sau reale.

Ulterior, viziunea celor doi a fost folosită pentru a explica modul în care media contemporane trebuie înțelese. Mai precis, Lang și Lang (1984, p. 26) ilustrează cum este folosită televiziunea pentru a contura percepția oamenilor despre realitatea înconjurătoare. Ei sugerează că televiziunea ajută la familiarizarea publicurilor cu oameni și locuri aflate la distanță; televiziunea oferă audienței senzația că participă la problemele de ordin public; imaginile transmise la televizor par autentice. Abordarea celor doi ajută la înțelegerea modului în care televiziunea, în particular, și media, în general, încadrează anumite segmente ale realității ca fiind imagini sau realități complete. Această viziune este

susținută de adepții abordării constructiviste – un exemplu semnificativ este cel al lui Scheufele (1999), care susține că, atunci când își construiesc realitatea, oamenii se bazează pe realitatea pe care le-o oferă experiența directă cu evenimente și oameni, interacțiunile cu alți oameni și interpretările oferite de media.

Potrivit lui Reese (2001), sociologul Erving Goffman, alături de antropologul Gregory Bateson sunt primii care introduc în literatura de specialitate analiza de framing. Contribuția lui Goffman (1974) este notabilă, mai ales din perspectiva abordării constructiviste – autorul definește frame-urile ca fiind scheme predefinite, prin care oamenii analizează, percep și se raportează la experiențele din viața cotidiană. Mai mult, el susține că, în acest demers de construire a realității, oamenii se bazează pe un tip de cunoaștere comună, pe baza căreia activează acele scheme de interpretare. În acest context, analiza de framing se referă la identificarea modului în care diferiți actori sociali (inter)acționează pentru a construi modele de raportare și înțelegere a lumii înconjurătoare. De aceea, demersul lui Goffman este esențial din perspectiva în discuție, deoarece arată modul în care media, prin framing, clasifică fenomenele și oferă oamenilor posibilitatea de a identifica și de a avea acces la un număr aproape infinit de situații (Reese, 2001).

O altă perspectivă notabilă pentru abordarea constructivistă în studiul framing-ului este cea a lui Gitlin (1980). Sociologul definește frame-urile ca tipare de cunoaștere, interpretare, prezentare și selectare a unor aspecte din realitate, cu accentuarea, respectiv excluderea de detalii, în funcție de modul în care deținătorii de putere simbolică decid să organizeze discursul, conform rutinei jurnalistice (Gitlin, 1980, p. 7). Autorul subliniază că organizarea rutinieră a discursului se referă la un tip de organizare a faptelor care trece dincolo de statutul de simplă poveste, rezistă la trecerea timpului și la schimbări. Un exemplu semnificativ de astfel de organizare a faptelor este însăși folosirea frame-urilor de către jurnaliști, cu scopul de a categoriza informațiile și de a le oferi sens din punct de vedere cognitiv. În viziunea autorului, puterea unică a frame-urilor media constă în faptul că ele pot să atribuie sens unei realități amorfe – aceasta înseamnă mai mult decât simpla includere sau excludere a unor informații, referindu-se la faptul că frame-urile sunt structuri active, care nu numai că prezintă informații, ci le și generează. Mai mult, frame-urile, ca structuri active, funcționează sub forma unor dispozitive de încadrare a realității (vezi și Carter, 2013, p. 3; Reese, 2001, p. 11).

Totodată, Gamson și Modigliani (1989, p. 3) oferă o definiție a framing-ului din perspectivă constructivistă. Potrivit acestora, frame-urile sunt ideile centrale care oferă sens unui șir de evenimente, care sugerează miza unui subiect, esența unei probleme. Mai mult, autorii accentuează ideea că, în absența frame-urilor, indivizilor le-ar fi aproape imposibil să ajungă la sensul real al evenimentelor. Altfel spus, prin framing, media reușesc să ofere o ordine de interpretare a realității, prin accentuarea unor evenimente și excluderea altora. Drept urmare, conchidem că, fără această ordine realizată prin framing, întreg discursul public – văzut ca o reflectare a celui media – ar fi destul de haotic.

În cadrul aceleiași perspective, un alt demers este cel al lui Neuman, Just și Crigler (1992, p. 120). Autorii argumentează că mass-media sunt cele care propun frame-urile de referință pe care publicurile le folosesc ulterior pentru a interpreta și discuta evenimentele publice. Cu alte cuvinte, acestea sunt frame-urile care oferă sens unei întâmplări, unui eveniment, în concordanță cu unele constrângeri, precum cele ce țin de rutina jurnalistică, de etică sau de publicuri. De asemenea, conform autorilor, în procesarea și interpretarea activă a informațiilor din media, oamenii folosesc o serie de scheme și structuri preexistente. În acest context, procesarea activă a informației se referă la faptul că oamenii sunt conștienți că noutatea provenită din media poate fi incompletă, denaturată sau subiectivă și caută surse adiționale de obținere a informațiilor. De aceea, din dorința de a avea acces la o imagine cât mai completă a realității, unii oameni caută să verifice dacă participarea lor directă la un eveniment și ceea ce ei au perceput ca fiind o noutate mediatică se potrivesc cu ceea ce au perceput alții. La polul opus, se află cei care folosesc exclusiv media pentru a se raporta la realitate și a găsi informații relevante – inițial, ei preiau majoritatea informațiilor pe care media le oferă și ulterior le păstrează doar pe cele relevante. Potrivit acestui demers, frame-urile reprezintă versiuni miniaturale ale realității, construite din experiența personală, interacțiunea cu alții și secțiuni interpretate provenite din media (Neuman et al., 1992, p. 120).

O altă abordare care se înscrie în sfera paradigmei constructiviste este cea a lui Entman (1993). Autorul sugerează că, odată cu analiza frame-urilor, cercetătorii pot observa felul în care media influențează conștiința individuală, prin intermediul transferului de informații de la emițător la sursă, adică de la nivelul abstract la cel material, conștient (Entman, 1993, p. 52). Potrivit autorului, a încadra înseamnă a selecta unele aspecte din realitate și a le acorda importanță într-un context