

УДК 070.1

EDN [AFODUT](#)

DOI 10.17150/2308-6203.2022.11(3).473-488

Обзорная статья



Установление повестки дня и теория фрейминга: обзор романо-германских исследований

Филаткина Г.С. , Вьюгина Д.М. , Бабына Д.А. 

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,
г. Москва, Российская Федерация

Автор, ответственный за переписку: Филаткина Г.С., geliafilatkina@gmail.com

Аннотация. В статье проводится обзор актуальных исследований по изучению установления повестки дня и теории фрейминга, опубликованных в ведущих зарубежных журналах по коммуникации. Отдельное внимание в статье уделяется исследованиям, посвященным формированию повестки дня посредством социальных сетей. Авторы изучили немецкий, французский, испанский и португальский научные дискурсы, что позволило представить исследование повестки дня и фрейминга в глобальном контексте. Ключевым методом выступил метод систематического обзора материалов, опубликованных в ведущих высокорейтинговых научных журналах по коммуникации, по ключевым словам. Попавшие в выборку статьи были систематизированы по тематике, используемой методологии и теоретическим рамкам. В результате проведенного исследования было установлено, что для немецкоязычных исследователей фрейминг представляет интерес на двух уровнях: как инструмент формирования повестки дня производителями медиа, который ученые пытаются деконструировать, а также как индикатор деления аудитории на сегменты. Франкоязычные медиаисследования используют междисциплинарный подход к изучению повестки дня, фокусируясь на аналитике действий, связанных с привлечением внимания к какой-либо проблеме, применения политических и медийных механизмов, а также на результатах принятых мер. Существенное внимание испанских исследователей отводится корреляции общественной, политической и медийной повесток; отмечается растущее влияние цифровых социальных медиа на формирование информационной повестки дня и ослабление роли институционализированных СМИ в этом процессе, что приводит к фрагментации повестки. Востребованной в португальскоязычном дискурсе представляется тема политического фрейминга и роли массмедиа в фреймировании избирательных кампаний.

Ключевые слова. Повестка дня, теория фрейминга, социальные сети, СМИ.

Финансирование. Исследование выполнено за счет средств гранта Российского научного фонда (проект № 22-18-00398).

Информация о статье. Дата поступления 27 июля 2022 г.; дата поступления после доработки 5 августа 2022 г.; дата принятия к печати 6 августа 2022 г.; дата онлайн-размещения 16 октября 2022 г.

Review article

Agenda Setting and Framing Theory: The Review of Romano-Germanic Studies

Gelia S. Filatkina  , Daria M. Vyugina , Dariana A. Babyna 

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation

Corresponding author: Gelia S. Filatkina, geliafilatkina@gmail.com

Abstract. This article reviews current research on agenda setting and framing theory published in leading foreign communication journals. The article focuses particularly on research on agenda-setting through social media. The authors have studied German, French, Spanish, and Portuguese academic discourses. The key method was a systematic keyword literature review conducted in the leading highly rated scientific journals on communication. The articles in the sample were systematized according to subject matter, methodology, and theoretical framework. It was found that for German-speaking researchers, framing is of interest on two levels: as a tool for agenda-setting by media producers, which scholars attempt to deconstruct, and as an indicator of audience segmentation. French-language media studies take an interdisciplinary approach to agenda-setting studies, focusing on the analysis of actions that draw attention to an issue, on the political and media mechanisms applied, as well as on the results of actions taken. The correlation of public, political, and media agendas has received considerable attention from Spanish researchers. The study revealed the growing influence of digital social media on the information agenda formation and the weakening of the role of institutionalized media in this process. Political framing and the role of mass media in framing of electoral campaigns is a popular topic in Portuguese-language academic discourse.

Keywords. Agenda setting, framing theory, social networks, mass media.

Funding. The study was supported by a grant from the Russian Science Foundation (project no. 22-18-00398).

Article info. Received July 27, 2022; revised August 5, 2022; accepted August 6, 2022; available online October 16, 2022.

Введение

Теория фрейминга и установление повестки дня занимают сегодня важное место в исследованиях коммуникации. В условиях цифровизации современного общества вопросы, связанные с информационной повесткой дня, ее формированием и влияющими на нее факторами, приобретают особое значение. Однако в процессе формирования повестки дня активную роль начинают играть не только политические акторы (по-

литические лидеры, партии, группы интересов), традиционные СМИ и само общество, но и цифровые социальные медиа, в пространстве которых производителями контента становятся блогеры, лидеры мнений и сама аудитория, что приводит к появлению множества разных повесток, как коллективных, так и индивидуальных.

В последние годы эффект фрейминга становится все более важным для работы со СМИ и в сфере свя-

зей с общественностью, а также помогает анализировать информационные потоки в социальных медиа. Фрейминг можно рассматривать как своего рода внутреннюю карту, где опыт, идеи и предубеждения определяют то, как аудитория медиа выстраивает свою коммуникацию и интерпретирует различные темы.

Классические теории установления повестки дня и фрейминга как навязывания рамочных конструкций по восприятию реальности определенным образом были заложены еще в XX в. американской социологией массовой коммуникации [1; 2]. С учетом новых цифровых реалий, социально-политических контекстов, практик медиапотребления, медиаэффектов классические теории требуют пересмотра, поиска новых методологических подходов как для проведения теоретических, так и эмпирических исследований. В этой связи важно обратиться к опыту зарубежных исследований, прежде всего не англоязычных, еще не введенных в отечественный научный оборот, но представляющих новые актуальные подходы к изучению повестки дня и теории фрейминга.

Эмпирическая основа и методология исследования

Основной задачей данного исследования стал обзор и систематизация актуальных медиаисследований, опубликованных в зарубежных научных журналах в области изучения повестки дня и теории фрейминга, формирования повестки дня посредством социальных сетей.

Конкретный период исследования нами не был установлен: исследование ставило перед собой задачу проследить динамику и ключевую

тематическую направленность научного дискурса в выбранных изданиях в целом. Вместе с тем, как показал анализ публикаций, основное количество работ на тему повестки дня и фрейминга в научных журналах датируется 2018–2022 гг., что, в свою очередь, обуславливает высокую актуальность выбранной темы.

Был проведен поиск научных журналов, размещающих публикации на немецком, французском, испанском и португальском языках. Предметная область журналов, публикации которых рассматривались в исследовании, должна была относиться преимущественно к сфере коммуникаций, а сами издания представлять собой ведущие высокорейтинговые рецензируемые журналы либо выступать изданиями крупнейших зарубежных научных центров, изучающих интересующую нас проблематику.

Ключевым методом выступил метод систематического обзора литературы по ключевым словам. Поиск осуществлялся вручную по комбинации ключевых слов повестка дня, фрейминг, социальные медиа, социальные сети в названии публикаций, ключевых словах или аннотации. Стоит отметить, что мы обращали внимание исключительно на академические исследования и не фокусировались на тех исследованиях, которые были инициированы и проведены социологическими компаниями. Таким образом, весь массив публикаций составил порядка ста научных работ и комментариев, из которых в итоговую выборку вошла 41 публикация на немецком, французском, испанском и португальском языках, релевантная заданным критериям.

Попавшие в выборку статьи были систематизированы по тематике, используемой методологии и теоретическим подходам к изучению повестки дня и теории фрейминга. Во внимание принимались и основные тренды, и выводы, к которым приходят авторы исследований. Широкий географический охват научных работ позволил выявить актуальные тенденции в изучении фреймов, влияния социальных медиа на установление повестки дня, принимаемые на современном этапе исследователями из Германии, Франции, Испании, Португалии и стран Латинской Америки.

Немецкоязычные исследования о фрейминге и повестке дня

Формирование повестки дня становится предметом интереса ключевых национальных медиакомпаний Германии — *ARD* и *ZDF*. В своих ежегодных докладах они публикуют данные о медиапотреблении с учетом возраста и важных тем и событий, их трактовок. Эти данные ложатся в основу многих качественных исследований, опубликованных авторами из Лейпцигского университета, Университета Макромедиа и Мюнхенского университета. В Австрии подобные исследования проводит Университет Инсбрука и ученые Венского университета. Самые подробные отчеты об изменении повестки для немецкоязычной аудитории публикуются в журнале *Media Perspektiven*.

В качестве основы для формирования фрейма исследователи из Германии преимущественно рассматривают платформу, или канал распространения информации [3–6]. Так, социальные сети продвигают

темы красоты, моды и путешествий, выстраивают долгосрочные отношения со своими пользователями за счет субъективной подачи информации. *Twitter* является наиболее политизированной площадкой, формирующей при этом информационные пузыри согласно политическим предпочтениям аудитории.

Причиной формирования фреймов становятся не только отдельные каналы и платформы, которые изначально тяготеют к определенным темам или диктуют форматы, но и инфлюэнсеры — лидеры мнений, которые, продвигая актуальную для них повестку, концентрируют вокруг себя лояльную и вовлеченную аудиторию, формируют доверительные отношения со своими читателями, слушателями и зрителями. Исследователи определяют пять моделей создания повестки лидерами мнений: связь с персоной инфлюэнсера, его интересами и жизнью; желание изменить мир к лучшему; экспертность, практический подход и рациональная повестка; уникальные истории, необычный опыт, вызывающий к человеческому интересу и любопытству. Каждая из этих моделей использует определенные механизмы, лексику, форматы, чтобы удерживать внимание аудитории, формируя тем самым фрейм репрезентации в социальных сетях.

В немецкоязычном научном дискурсе можно найти много критических работ, в которых рассматривается освещение коронавируса в СМИ, и фрейминг как инструмент антикризисного управления. Сложная тема, ее масштабность и новизна привели к тому, что журналисты допускали ошибки, формируя неточное представление о болезни и ее

опасности для человека¹. Альтернативными источниками информации для обеспокоенной аудитории стали научные и научно-популярные блоги и страницы в соцсетях, однако сложность и «академичность» подачи информации отпугнула в первую очередь молодую аудиторию, в то время как упрощенное объяснение и трактовки вызвали недоверие у старших групп аудитории. Таким образом, в исследованиях подчеркивается, что фрейминг — удачный и нет — может разделять аудиторию на группы, повестка которых не будет пересекаться в принципе.

Отдельное внимание стоит уделить вопросам мигрантской повестки и национальной идентичности [7; 8]. Этот вопрос особенно важен для юной немецкой аудитории медиа, которая воспитывалась в традициях толерантности и мультикультурализма, однако наблюдала (и продолжает наблюдать) трудности, связанные с большим притоком беженцев, их ассимиляцией и социальными трудностями в целом. Поэтому особый интерес для исследователей представляет анализ слов и конструкций, к которым обращаются журналисты национальных СМИ и блогеры, рассказывая о политике по отношению к мигрантам, национальных ценностях, о своем дискурсе и инструментарии, который используют при его создании. Фрейминг как отказ от определенных лексических

конструкций или создание однозначной тональности (например, положительной) рассматривается учеными в позитивном ключе, поскольку дает возможность сформулировать представление о важном с помощью языковых средств выразительности.

Детально разработанным в немецкоязычных исследованиях является фрейминг процесса цифровизации в социальных медиа. Она охватывает все сферы жизни, однако общественное отношение к процессу цифровизации остается неоднозначным [9]. Главным методом таких исследований является фрейм-анализ, с помощью которого аналитики и ученые определяют эффекты цифровизации, а также формируют конкретные предложения по решению задач, связанных с цифровыми технологиями. Это позволяет определить, где интересы общества пересекаются с политическими и бизнес-интересами, и сформулировать необходимость изменений в этих сферах (например, транспорт, образование).

Все больше в немецком научном дискурсе встречается исследований фреймов больших данных и того, как тема *big data* подается в СМИ Германии². Сегодня подобные массивы информации активно перерабаты-

¹ Krapp C. Mit "positivem Framing" Corona-Krise. URL: <https://www.forschung-und-lehre.de/zeitfragen/mit-positivem-framing-aus-der-corona-krise-3436>; Generation Corona: Rückzug vom Rückzug? Fachkommentar von Dr. Beate Großegger. URL: https://jugendkultur.at/wp-content/uploads/Kommentar_Generation_Corona_Gro%C3%9Fegger2020.pdf.

² Framing Big Data: Mediale Deutungsangebote und kommunikative Meinungsbildung zu großen Datenmengen und neuen datenbasierten Prozessen. URL: <https://www.sozphil.uni-leipzig.de/institut-fuer-kommunikations-und-medienwissenschaft/professuren/professur-fuer-medien-und-kommunikationswissenschaft/forschungs-und-praxisprojekte/framing-big-data>; Agenda-Setting bei ARD und ZDF? Analyse politischer Sendungen vor der Bundestagswahl. URL: <https://www.otto-brenner-stiftung.de/wissenschaftsportal/informationsseiten-zu-studien/agenda-setting-bei-ard-und-zdf/>.

ваются журналистами, публикуются в социальных сетях в виде отчетов и инфографики. Однако основная сложность работы с большими данными заключается в том, что их можно использовать для иллюстрации кардинально разных точек зрения и информационных поводов. Немецкие ученые сравнивают, как одни и те же социально-политические новости подаются медиапрофессионалами и пользователями, анализируя не только тексты, но и доказательную базу, взятую из открытых информационных массивов, изменение повестки в фиксированных хронологических рамках, изображения и видео как элемент сообщения, а также специфику работы с большими данными. Таким образом им удается наглядно показать реконструкцию дискурсивных процессов и подчеркнуть различия в интерпретации больших данных.

Установление повестки дня во французском научном дискурсе

Во франкоязычных исследованиях тема повестки дня поднимается преимущественно в работах политологов и социологов, анализирующих степень успешности применения данной технологии в решении различных социальных проблем. В связи с этим монографии и статьи, посвященные повестке дня и фреймингу, выходят преимущественно в издательствах и журналах политологической и социологической направленности: *Presses de Sciences Po, Communication & Organisation, Les Enjeux de l'information et de la communication, Politiques de communication*. Подобная тенденция связана в первую очередь с пониманием повестки дня как элемента полити-

ческой деятельности, выходящего за рамки медийного пространства. Вынос той или иной проблемы на повестку дня в государстве воспринимается как первый шаг к ее решению, за которым следует комплекс мер, обусловленный целями, задачами и спецификой проблемы, желаемым эффектом от обращения к данной концепции.

Среди наиболее известных научных школ, которые занимаются изучением повестки дня и теории фрейминга во Франции, можно назвать университеты и научные центры Парижа (Университет Сорбонна Париж Север, Институт политических исследований и аффилированный с ним Центр европейских исследований и сравнительной политики), Гренобля (Институт политических исследований Гренобля (*Sciences Po Grenoble*), Университет Гренобль-Альпы) и Лилля (Университет Лилля).

Термин «повестка дня» франкоязычные исследователи определяют как перечень вопросов, требующих вмешательства государства и институтов гражданского общества независимо от формы их участия (правительственной, законодательной или административной) и модальности (чрезвычайные меры, долгосрочные действия, принятие необходимых законов, административные или финансовые решения) [10–12]. Также отмечается, что первоначальное значение термина шире и включает в себя не только призыв властей к участию в решении социальных проблем посредством традиционных государственных механизмов, но и создание вокруг них фреймов, корректных дефиниций, адекватной квалификации и проблематизации сопутствующих явлений [12].

Медиа в данном контексте берут на себя роль посредников, формулирующих общественный запрос, стимулирующих его обсуждение и легитимизирующих обращение к политическим силам для его решения — выноса на повестку дня государственных органов и президента. Для успешного выполнения данной функции СМИ используют обращение к отстаиваемым национальным ценностям (общественные интересы, солидарность, борьба за справедливость), формирование коалиций из лидеров общественного мнения и проведение дебатов с их участием [11–14]. В связи с этим можно говорить о гибридном понимании термина «повестка дня» — как в прямом значении (декларация проблемы, требующей оперативного решения), так и в концептуальном, когда речь идет о вынесении этой проблемы в публичное поле.

Исследователи выделяют две основные модели применения повестки дня [12; 15], а также ряд побочных или смешанных. Модель внешней мобилизации описывает ситуацию, в которой заинтересованной группе удается масштабировать свою проблему до уровня интересов широкой общественности, создавая коалицию вокруг своей задачи и устанавливая ее на повестку дня. Успешным результатом внешней мобилизации считается привлечение внимания государственных органов и вынесение решения на административный уровень. Примерами применения модели внешней мобилизации можно считать развитие экологической и феминистской повестки, движения за права женщин, борьбы со СПИДом, привлечение внимания к проблеме домашнего насилия [14, 16; 17].

Обратный механизм формирования повестки дня — от государства к обществу — называют моделью предвосхищения. В этом случае инициатива в решении проблемы исходит от законодательных или правительственных органов и предшествует внесению в общественную повестку дня. Модель предвосхищения применялась при реформировании систем пенсионного обеспечения или медицинского страхования, формировании политики в области здравоохранения, пропаганде здорового образа жизни и обеспечении мер по безопасности дорожного движения [16; 18–20]. Также она оказывается востребованной в вопросах влияния на политику в бывших французских колониях и франкоговорящих государствах Африки. Например, решения проблем в области здравоохранения в Буркина-Фасо [21].

Среди смешанных и побочных стратегий установления повестки дня франкоязычные исследователи выделяют, например, модель молчаливого (или бесшумного) корпоративного действия, которая основана на действиях организованных групп внутри государственных структур и во многом сопоставима с классическим лоббизмом. Отличительной чертой модели молчаливого корпоративного действия является отсутствие публичных споров и конфликтов (в отличие от модели внешней мобилизации). Организованные группы незаметно мобилизуются среди сегментов администрации, с которыми они поддерживают тесные отношения, чтобы привлечь внимание к конкретной проблеме и вынести ее на уровень законодательной повестки дня. Например, в ряде работ в области вооружений, как правило, подчерки-

ваются сложности, существующие между промышленными и административными лицами, которые приводят к включению определенных военных программ в повестку дня [11; 22].

Сопоставима с моделью молчаливого корпоративного действия модель политического предложения. Последнюю отличает мотив целеполагания: действия политических организаций обуславливаются политическим капиталом, который может принести поднятие или даже решение той или иной проблемы. Внутриполитическая борьба и необходимость в симпатиях избирателей здесь нередко становятся более значимыми, нежели результат — решение проблемы. В роли политического представления выступают вопросы безопасности, проблемы иммигрантов и другие темы, которые политические партии поднимают в своих избирательных кампаниях [11; 23].

Наибольший интерес для медиаисследований представляет модель медиатизации. При ее применении медиа становятся ключевой, а не дополнительной площадкой для продвижения интересов группы и играют самостоятельную роль, навязывая определенную повестку правительству. На регулярной основе СМИ привлекают внимание к проблеме педофилии, расизма и обратного, «анти-белого» расизма [24], хранения ядерных отходов [25] и другим темам, вызывающим широкий общественный резонанс [11; 23; 26; 27].

Модель медиатизации понимается как основная при изучении глобальной повестки дня, поскольку при решении геополитических вопросов и обращении к международной пропаганде средствами массовой информации отводится важная роль

[19; 28–30]. Для анализа покрытия новостного поля или освещения тем в конкретных СМИ применяются сложные математические расчеты и математическое моделирование, что также переводит медиаисследования такого рода в междисциплинарное поле.

Франкоязычные медиаисследования концентрируются не на изучении повестки дня в тот или иной момент времени, а на аналитике действий, связанных с привлечением внимания к какой-либо проблеме, применения политических и медийных механизмов, а также на результатах принятых мер. Подобный взгляд на исследования «повестки дня» расширяет исследовательскую оптику, превращая его в междисциплинарную проблему, затрагивающую политологию, социологию и медиаисследования.

Изучение повестки дня и фрейминга в ибероамериканских странах

Теория формирования повестки дня представляет большой интерес для исследователей Пиренейского полуострова и стран Латинской Америки. Основными площадками для публикации испаноязычных научных работ на эту тему служат журналы *Profesional de la Información (EPI)*, *Revista Latina de Comunicación Social (RLCS)*, *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, *Communication & Sociedad*, *Historia y Comunicación Social*, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, *Revista Científica de Información y Comunicación IC*, *El Profesional de la Información*, *Scire: Representación y Organización del Conocimiento*, *Trípodos*, *Palabra Clave*, *Cuadernos.info* [31].

Изучение повестки дня в исследованиях в области коммуникации произошло несколько запоздало в Испании по сравнению со странами Западной Европы и США. Только в 1996 г. начинают появляться первые работы, в которых упоминается эта теория [32]. Несмотря на фактор отставания, исследования, опубликованные в 1990-х гг., были широко распространены на международном уровне благодаря тесному сотрудничеству некоторых испанских исследователей с самим М. Маккомбсом, с которым они координировали различные научные проекты [33].

Следует отметить, что среди испанских медиаисследований можно обнаружить и те, в которых классическая теория М. Маккомбса и Д. Шоу переосмысливается. Ученые объясняют необходимость пересмотра теории появлением интернета и социальных сетей, которые радикально изменяют медиаландшафт любой страны, снижая значимость традиционных медиа. В этой связи появляется потребность в разработке новой философии коммуникации, адаптированной к возникновению новой технологической и социальной структуры, которая переопределяет модели и факторы, формирующие в настоящее время общественную повестку дня [34, р. 94].

Основным методологическим инструментарием выступают методы качественного или количественного контент-анализа, которые используются для выявления того, как медиа относятся к какой-либо теме, или — реже — для изучения повестки дня аудитории через чаты, которые она ведет в социальных сетях. Также применяется ручной анализ текста, дискурс-анализ, опрос, библиоме-

трический анализ, глубинные интервью, а также методы компьютерного анализа текста.

Согласно испанским исследователям, повестка социальных медиа может влиять на повестку традиционных СМИ [34, р. 101]. Особенно актуально это утверждение в свете медийного поведения «цифровой молодежи», которая представляется не пассивным потребителем информации, а просьюмером, активно участвующим в создании контента в социальных сетях.

Большое внимание исследователи из Испании также уделяют различиям повесток традиционных и цифровых, а также социальных медиа (*agenda melding*) [35]. Этот процесс, в частности, изучается на примере конструирования образов политиков [36] и проведения избирательных кампаний в социальных медиа [37].

В этом плане представляется интересным исследование *T. Espín*, который рассматривает повестку прессы и телевидения, посвященную вопросам миграции и ее влиянию на испанскую молодежь с точки зрения психосоциального подхода [38]. Исследователь анализирует способ представления новостей об иммиграции и их частоту. Эти два компонента влияют на то, как аудитория воспринимает реальность. Применяя метод контент-анализа для установления повестки дня, исследователь также изучает влияние, которое оказывают новости о миграции на молодых испанцев. В работе делается вывод о том, что социальные сети влияют, хотя и ограниченно, на образы, которые присутствуют в сознании пользователей относительно политических акторов. Процесс интеграции фрагментов реальности,

которые создают средства массовой информации, предлагается сообществом, в данном случае цифровым. Индивид принимает то, что последовательно вписывается в ранее существовавшие идеологические установки, и отвергает то, что вызывает у него непоследовательность: так выстраивается образ, в том числе политический. Этот образ проистекает главным образом из посредничества, которое рождается между средствами массовой информации и сообщениями, исходящими от различных участников политической коммуникации в социальных сетях, и которое само сообщество склонно усваивать и интерпретировать [36].

При обращении к теории фрейминга испанские исследователи отмечают трудности терминологического характера, рассматривают множество подходов и определений фрейма, что привносит некоторую полисемию при анализе медийного дискурса [39].

Современные аргентинские работы о фрейминге преимущественно следуют работам С. Риза и П. Д'Анджело. В частности, Риз описывал фрейминг как «модель моста», связывающей части поля, которые должны быть в контакте друг с другом: оно количественное и качественное, эмпирическое и интерпретирующее, психологическое и социологическое, академическое и профессиональное [40]. Д'Анджело фокусировался на практическом измерении теории фрейминга и отмечал, что успех исследования фрейминга заключается в накоплении знаний, т.е. в их мультипарадигмальности, поскольку фрейминг как социально-организационный принцип способ-

ствует структурированию социального мира [41].

Аргентинские исследователи углубляют эпистемологические предположения, которые играют первостепенную роль в развитии теории повестки дня [42], и предлагают более глубокое понимание процесса фрейминга. Наиболее значимым вкладом исследовательской группы Н. Аругете и его коллег из Национального университета Кильмеса является включение новых категорий, которые углубляют анализ элементов фрейминга [43]. Методологически исследователи предлагают использовать аналитические инструменты, позволяющие одновременно анализировать содержание телевизионных новостей и их дискурсивную конструкцию, формирующую два уровня аудиовизуального нарратива — уровень содержания и уровень речи.

Исследователи из Аргентины также изучают процессы комбинации повесток [44]. Исследователи Э. Кальво и Н. Аругете, изучая распространение популярного в стране хэштега *#Tarifazo* (связан с повышением тарифов на электроэнергию в период президентства М. Макри), измеряли склонность виртуальных пользователей распространять контент, соответствующий их политическим убеждениям, ссылки на традиционные и онлайн-СМИ, а также время, затраченное на ретвит сообщений, представленных в виде ссылок на традиционные СМИ. Полученные результаты показали, что сообщества пользователей формируют коллективные повестки дня и тем самым ограничивают способность СМИ устанавливать единую повестку.

В мексиканском научном дискурсе встречаются работы, в которых теория фрейминга и установления повестки дня изучается через мемы, размещенные в социальных сетях [45]. Основная цель исследования состояла в том, чтобы определить, каким образом набор интернет-мемов был использован для распространения и воспроизведения в СМИ фреймов, связанных с нехваткой бензина в Мексике в 2019 г., вызванной кражей топлива. Результаты показали, что использование мемов представляется частью стратегий, которые применяются для фреймирования высоко значимых социальных явлений.

Среди ведущих португальскоязычных журналов, в которых публикуются португальские и бразильские исследования фрейминга и повестки дня, следует выделить *Observatório (OBS)*, *Ciências da Comunicação*, *Estudios em Jornalismo e Mídia*, *Media & Journalism*, *Comunicação e Sociedade (Metodista)*, *Famecos*. Среди научных центров особенно выделяются Федеральный университет Минас-Жерайс (Бразилия) и Коимбрский Университет (Португалия). Исследователи предпочитают базироваться на классической теории установления повестки дня М. Маккомбса. В эмпирических работах преимущественно используются количественные методы контент-анализа [46].

Следует отметить, что тема политического фрейминга и роли массмедиа в фреймировании избирательных кампаний в Бразилии и политики президента Жаира Болсонару представляется весьма востребованной как среди бразильских [47; 48], так и среди португальских ис-

следователей. Последние, в частности, изучают установление повестки дня и прайминг-эффект современных медиа на примере политики бразильского лидера в период пандемии COVID-19 [49]. Было установлено, что повестка президента тематически совпадает с повесткой национальных СМИ, однако Болсонару предвзято относится к прессе и выставляет себя в качестве жертвы предполагаемой манипуляции. В то же время прослеживается большая разница между повесткой прессы и повесткой социальных медиа: бразильских пользователей интересуют совсем другие темы, нежели прессе. Исследователи пришли к выводу, что пресса не оказывает существенного влияния на установление общественной повестки дня. На ее место приходят социальные сети, в которых президент Болсонару себя активно проявляет.

Бразильские исследователи изучают, прослеживается ли корреляция между повесткой бразильской прессы и сообщениями Болсонару, опубликованными в *Twitter*. Методология подобных работ в основном базируется на качественном контент-анализе новостей, источником которых выступают публикации президента в *Twitter*, а также самих сообщений президента. Интересно отметить, что в исследовании *I.B. Mitozo, G. Costa, C. Rodrigues (2020)* используется описательная статистика (критерий хи-квадрат) для выявления связей между следующими парами переменных: проблемы и фреймы, месяцы и проблемы, месяцы и фреймы [50]. Подобный подход применяется и в изучении других тем, связанных, например, с освещением в прессе

домашнего насилия [51], феминизма [52], занятий в государственных школах [53] и др.

Заключение

Проведенный обзор научных публикаций показал, что теория фрейминга и установления повестки дня продолжает оставаться востребованной в зарубежном научном дискурсе. Исследователи пересматривают классические теории повестки дня и фрейминга, в свете современной цифровой реальности предлагают новые теоретические рамки и методологические подходы.

Отдельное внимание в обзоре уделялось работам, посвященным формированию повестки дня посредством социальных сетей. Сообщества и отдельные пользователи социальных сетей формируют коллективные или индивидуальные повестки дня, ограничивая способность институционализированных СМИ влиять на общественную повестку. Это приводит к тому, что образуется фрагментированная социальная реальность, а не единая для всех граждан информационная картина страны и мира.

Обзор немецкого, французского, испанского и португальского научных дискурсов позволил представить изучение повестки дня и фрейминга в глобальном контексте и систематизировать корпус материалов по тематическим блокам,

методологическим и теоретическим подходам.

В результате проведенного исследования было установлено, что для немецкоязычных исследователей фрейминг представляет интерес на двух уровнях: как инструмент формирования повестки дня производителями медиа, который ученые пытаются деконструировать, а также как индикатор деления аудитории на сегменты.

Франкоязычные медиаисследования концентрируются не на изучении повестки дня в тот или иной момент времени, а на аналитике действий, связанных с привлечением внимания к какой-либо проблеме, применения политических и медийных механизмов, а также на результатах принятых мер. Подобный взгляд на изучение повестки дня превращает его в междисциплинарную проблему, затрагивающую политологию, социологию и медиаисследования.

Исследователи Иberoамерики отмечают большое влияние повестки социальных медиа на повестку традиционных СМИ, пытаются проследить корреляцию между общественной, политической и медийной повестками. Большую роль фрейминг и повестка дня играют в политической коммуникации. Как показало проведенное исследование, данная тема является востребованной для исследователей из разных стран.

References

1. McCombs M., Shaw D. The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 1972, vol. 36 no. 2, pp. 176–187.
2. Tversky A., Kahneman D. The Framing of Decisions and the Psychology of Choice. *Science*, 1981, vol. 211 no. 4481, pp. 453–458.
3. Riesmeyer C., Pohl E., Ruf L. Gestresst, Aber Miteinander Verbunden: Jugendliche, Ihre Wahrnehmung Von Und Ihr Umgang Mit Gruppendruck Auf Instagram. *MedienPädagogik, Zeitschrift für Theorie Und Praxis Der Medienbildung*, 2021, pp. 17–41. Available at: <https://www.medienpaed.com/article/view/1145/1004>.

4. Wiederhold B.K. The Tenuous Relationship Between Instagram and Teen Self-Identity. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 2018, no. 21, pp. 215–216.
5. Beisch N., Schäfer C. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2020 Internetnutzung mit großer Dynamik: Medien, Kommunikation, Social Media. *Media Perspektiven*. 2020. Available at: https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2020/0920_Beisch_Schaefer.pdf.
6. Badr, H. Abdi-Herrle S. Mediale Themensetzung in Zeiten von Web 2.0. Wer beeinflusst wen? Das Agenda-Setting-Verhältnis zwischen Twitter und Online-Leitmedien. *Publizistik*, 2020, no. 65, pp. 255–257.
7. Wehling E. *Politisches Framing. Wie eine Nation sich ihr Denken einredet — und daraus Politik macht*. Köln, 2016.
8. Waldhaus C. Von Covidioten, Corona Leugnern und anderen rechten Verschwörungstheoretikern. *Eine Analyse medialer Frames*, 2021, pp. 45–60.
9. Buhr D., Frankenberger R. Der Digitalisierungsdiskurs in Deutschland — Akteure, Frames und Netzwerke. Berlin, Stiftung Arbeit und Umwelt der IG BCE, 2020.
10. Favre P. L'émergence des problèmes dans le champ politique. *Sida et politique. Les premiers affrontements*. Paris, 1992, pp. 5–6.
11. De Maillard J., Kübler D. Les Processus de Mis à l'Agenda. *Analyser les politiques publiques*. Grenoble, Presses universitaires de Grenoble: Politique en+, 2016, pp. 23–47.
12. Garraud P. Agenda emergence. Boussaguet L. (éd.). *Dictionnaire des politiques publiques*. 5e éd. Paris, Presses de Sciences Po, 2019, pp. 54–61.
13. Hassenteufel P. Les transformations du mode de gouvernement de l'assurance maladie: une comparaison France / Allemagne. *La Revue de l'Ires*, 2021, vol. 70, no. 3, pp. 3–32.
14. Achin C., Bereni L. Agenda/Mise à l'agenda. *Dictionnaire. Genre et science politique: Concepts, objets, problèmes*. Paris, Presses de Sciences Po, 2013, pp. 55–68.
15. Garraud P. Agenda/Émergence. Boussaguet L. (éd.). *Dictionnaire des politiques publiques*. 3e éd. Paris, Presses de Sciences Po, 2010, pp. 58–67.
16. Boussaguet L. *La Pédophilie, problème public*. Paris, Dalloz, 2008.
17. Boussaguet L., Jacquot S. Mobilisations féministes et mise à l'agenda de nouveaux problèmes publics. *Revue française de science politique*, 2009, vol. 59, no. 2, pp. 173–181.
18. Beaussier A. Kingdon en Afrique? Théories de la mise sur agenda et le développement d'un programme d'assistance santé au Burkina Faso: Commentaire. *Sciences sociales et santé*, 2017, vol. 35, no. 2, pp. 69–80.
19. Bérut C., Saurugger S. La soft law européenne dans la mise sur agenda nationale: L'usage des instruments européens dans la construction des politiques d'e-santé en France et au Royaume-Uni. *Gouvernement et action publique*, 2018, vol.7, no. 3, pp. 9–34.
20. Aubin F. Les mouvements sociaux et la mise à l'agenda des problèmes publics: le problème en construction du contrôle des armes à feu aux États-Unis. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2018, no. 18 (3A), pp. 11–26.
21. Bourthoumieu F., Loncle P., Mabuluki E. Décloisonner les politiques publiques locales en faveur des jeunes. *Informations sociale*, 2016, vol. 195, no. 4, pp. 91–94.
22. Cadiou S., Desrumaux C. Présentation du dossier: Argent et politique : peut-on publier la relation? *Politiques de communication*, 2020, vol. 15, no. 2, pp. 5–19.
23. Garraud P. Politiques nationales. Élaboration de l'agenda. *L'Année sociologique*, 1990, vol. 40, pp. 17–41.
24. Merazka R. Le «racisme anti-Blancs»: Carrière d'un problème public dans la presse quotidienne nationale française. *Réseaux*, 2020, vol. 223, pp. 43–74.
25. Brugidou M. Rapport de thèse de doctorat en Science politique (Paris Dauphine) de Philippe Blanchard: Les médias et l'agenda de électronucléaire en France. 1970-2000. *Bulletin de Méthodologie Sociologique*, 2011, pp. 65–75.
26. Barthe Y. *Le pouvoir d'indécision. La mise en politique des déchets nucléaires*. Paris, Economica, 2006.
27. Dhume F., Cohen V. Dire le racisme, taire la race, faire parler la nation. La représentation du problème du racisme à travers la presse locale. *Mots. Les langages du politique*, 2018, no. 116, pp. 55–72.

28. Grasland C., Lamarche-Perrin R., Loveluck B., Pecout H. L'agenda géomédiatique international: analyse multidimensionnelle des flux d'actualité. *L'Espace géographique*, 2016, vol. 45, pp. 25–43.
29. Henric L. Les fake news, entre outils de propagande et entraves à la liberté de la presse. *Hermès, La Revue*, 2018, no. 82, pp. 120–125.
30. Hachimi M. Médiatisation de l'Europe et espace public européen: Étude de la réception médiatique du média paneuropéen Euronews. *Communication & Organisation*, 2020, vol. 57, pp. 105–119.
31. Piñeiro-Naval V., Mangana R. La presencia del framing en los artículos publicados en revistas hispanoamericanas de comunicación indexadas en Scopus. *Palabra Clave*, 2019, vol. 22, iss. 1, pp. 117–142. DOI: 10.5294/pacla.2019.22.1.6.
32. Canel M.J., Llamas J.P., Rey-Lennon F. El primer nivel del efecto agenda-setting en la información local: los "problemas más importantes" de la ciudad de Pamplona. *Communication and Society*, 1996, vol. 9, no. 1-2. Available at: <https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/35626>.
33. Ardèvol-Abreu A., Gil de Zúñiga H., McCombs M. E. Orígenes y desarrollo de la teoría de la agenda setting en Comunicación. Tendencias en España (2014-2019). *Profesional de la información*, 2020, vol. 29, no. 4.
34. Karim J. Gherab-Martín. Una nueva filosofía de la comunicación Agenda-setting 2.0. *Revista Internacional de Ciencias Humanas*, 2018, vol. 6, no. 2, pp. 93–103.
35. Cabral C. La visibilidad de jóvenes en la agenda mediática de la recreación. *El Hormiguero. Psicoanálisis Infancia/s y Adolescencia/s*, 2018. Available at: <http://revele.uncoma.edu.ar/index.php/psicohormiguero/article/view/2042/html>.
36. López-López P.C., Castro P., Oñate P. Agenda melding y teorías de la comunicación: la construcción de la imagen de los actores políticos en las redes sociales. *Cuaderno 112. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (2020/2021)*, 2020, pp. 21–34.
37. López-López P.C., Vázquez-González J. Agenda temática y Twitter: elecciones presidenciales en América Latina durante el período 2015-2017. *El Profesional de la Información*, 2018, vol. 27, no. 6, pp. 1204.
38. Tirado Espín C.A. *Análisis del frame y la agenda de la prensa y televisión en España sobre la migración y sus efectos en los jóvenes españoles: un enfoque psicosocial. Tesis doctoral*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2021.
39. Gaitán Moya J.A., Piñuel Raigada J.L., Águila-Coghlan J.C. Revisión epistemológica de la Teoría del Framing y ejemplo de aplicación al análisis de mediaciones en la producción de discursos mediáticos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 2016, vol. 22, no. 2, pp. 709–728.
40. Reese S. The Framing Project: A Bridging Model for Media Research Revisited. *Journal of Communication*, 2007, vol. 57, no. 1, pp. 148–154.
41. D'Angelo P. News Framing as a Multiparadigmatic Research Program: A Response to Entman. *International Communication Association*, 2002, pp. 870–888.
42. Ingrassia P. El Framing en Argentina. Propuesta de reflexión desde sus principales fundamentos epistemológicos hasta la actualidad. *Revista Ensamble Primavera*, 2019, no. 11, pp. 21–37.
43. Aruguete N., Raimondo Anselmino N., Zunino E., Koziner N., Fabbro G. Matriz para el estudio de noticias televisivas sobre delito, violencia e inseguridad: una articulación teórico-metodológica. *Austral Comunicación*, 2018, vol. 8, pp. 229–250.
44. Calvo E., Aruguete N. Tarifazo. Medios tradicionales y fusión de agenda en redes sociales. *Mediaciones de la Comunicación*, 2018, vol. 13, no. 1, pp. 189. DOI: 10.18861/ic.2018.13.1.2831.
45. Pérez Salazar G. Teoría del encuadre y plataformas sociodigitales de interacción: Un análisis de coyuntura. *Teoría del encuadre y plataformas sociodigitales de interacción*, 2019, no. 236, pp. 333–354.
46. Mangana R., Piñeiro-Naval V., Morais R. A teoria do enquadramento nas revistas de Comunicação: uma análise comparativa entre Portugal e Brasil. *Eikon*, 2020, pp. 7–19. DOI:10.25768/20.04.04.07.01.

47. Campos M.M. de, Coimbra M.R., Oliveira L.A. de. O Enquadramento do Jornal Folha de S. Paulo na crise política brasileira. Um estudo comparativo dos governos Dilma Rousseff (PT) e Michel Temer (MDB). *Revista Científica de Comunicação Social do Centro Universitário de Belo Horizonte (UniBH) e-Com*, 2019, vol. 12, no. 1, pp. 5–27.

48. Araújo B., Prior H. Framing Political Populism: The Role of Media in Framing the Election of Jair Bolsonaro. *Journalism Practice*, 2020, pp. 1–17.

49. Eckhardt Trancoso E. *Agenda-setting, Priming e a avaliação do brasileiro sobre o governo Jair Bolsonaro durante a pandemia do coronavírus. Dissertação*. O Porto, 2021.

50. Mitozo I.B., Costa G., Rodrigues C. Como os media incorporam declarações de atores políticos nas redes? Uma análise do enquadramento dos tweets de Jair Bolsonaro pelo jornalismo impresso brasileiro. *Brazilian Journalism Review*, 2020, vol. 16, no. 1, pp. 156–183.

51. Natansohn L.G., Brito J.L. de. Femicídio: a cobertura da Folha de S. Paulo a partir da Teoria do Enquadramento. *Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo*, 2019, vol. 6, no. 2, pp. 70–89.

52. Sarmento R. Análise de enquadramento e epistemologia feminista: discutindo implicações metodológicas. *Revista Teoria & Pesquisa*, 2019, vol. 28, no 3, pp. 97–117.

53. Castilho F., Romancini R. Minas de luta na mídia: enquadramentos e percepções das ocupações escolares em São Paulo. *Brazilian Journalism Research*, 2018, vol. 14, no. 1, pp. 282–305.

Информация об авторах

Филаткина Гелия Сергеевна — кандидат филологических наук, доцент, кафедра зарубежной журналистики и литературы, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, geliafilatkina@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-1306-302X>.

Вьюгина Дарья Михайловна — кандидат филологических наук, старший преподаватель, кафедра теории и экономики СМИ, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, danya_vyugina@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2227-6804>.

Бабына Дарьяна Александровна — аспирант, кафедра теории и экономики СМИ, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, daribabyna@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-0066-9674>.

Authors Information

Gelia S. Filatkina — PhD in Philology, Associate Professor, Department of Foreign Journalism and Literature, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, geliafilatkina@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-1306-302X>.

Daria M. Vyugina — PhD in Philology, Senior Lecturer, Department of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, danya_vyugina@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2227-6804>.

Dariana A. Babyna — PhD Student, Department of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, daribabyna@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-0066-9674>.

Вклад авторов

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the Authors

The authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

Для цитирования

Филаткина Г.С. Установление повестки дня и теория фрейминга: обзор романо-германских исследований / Г.С. Филаткина, Д.М. Вьюгина, Д.А. Бабына. — DOI: 10.17150/2308-6203.2022.11(3).473-488. — EDN [AFODUT](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2022. — Т. 11, № 3. — С. 473–488.

For Citation

Filatkina G.S., Vyugina D.M., Babyna D.A. Agenda Setting and Framing Theory: The Review of Romano-Germanic Studies. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2022, vol. 11, no. 3, pp. 473–488. (In Russian). EDN: [AFODUT](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2022.11(3).473-488.