

DOI: 10.20535/2522-1078.2024.1(15).307822

УДК 075.2

Надходження до редакції: 20.05.2024

Прийняття до друку: 10.06.2024

Нагорна Ю. О.

*аспірантка кафедри журналістики
факультету філології і журналістики,
Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка,
м. Тернопіль, Україна, yuli4.nag17@gmail.com*

ORCID: 0000-0001-8540-8440

Nahorna Y.

*Postgraduate student Department of Journalism
Department of Journalism Ternopil Volodymyr
Hnatiuk National Pedagogical University, Ternopil,
Ukraine, yuli4.nag17@gmail.com*

ORCID: 0000-0001-8540-8440

ФРЕЙМІНГ У СУЧАСНОМУ РЕГІОНАЛЬНОМУ НОВИННОМУ ТЕЛЕДИСКУРСІ

FRAMING IN CONTEMPORARY REGIONAL TV NEWS DISCOURSE

Статтю присвячено дослідженню особливостей фреймінгу у телевізійних випусках новин регіонального телеканалу «Київ», окреслено специфічні риси, розглянуто його особливості у новинних сюжетах. Наголошено, що фреймінг сьогодні став засобом, завдяки якому медійники можуть інформувати аудиторію та впливати на неї. Апелювання до емоцій глядачів за допомогою «рамкування» інформації у порядку денному дозволяє журналістам створити модель індивідуальної подачі матеріалу. Зазначено, що фреймінг відіграє важливу роль у медіа-системі, оскільки дозволяє формувати спосіб мислення реципієнтів про певну подію. Окрім того, рамкування передбачає соціальне конструювання дійсності за посередністю медіа. Методом фрейм-аналізу новин проаналізовано коментарі головних героїв сюжетів, підводки журналістів, пряму мову експертів, ключові слова, метафори та мовностилістичні фігури. Виокремлено основні типи фреймів у новинних сюжетах регіонального телеканалу «Київ»: «успішна робота ППО», «ракетна атака по Україні», «допомога союзників», «героїчність ЗСУ». Зазначено, що ефект фреймінгу впливає на когнітивне сприйняття інформації та її подальшу інтерпретацію людиною. Розглянуто теоретичні і практичні аспекти аналізу фреймів. Закцентовано на принциповій відмінності фреймінгу та близького за значенням поняття «agenda setting» (теорія порядку денного), яке передбачає, висвітлення медійниками одних подій та принципове ігнорування інших, а новинне рамкування натомість висвітлює подію з ігноруванням лише її певних аспектів. Зроблено висновок, що завдяки медіафреймуванню новинні журналісти здатні

значною мірою конструювати реальність для телевізійної аудиторії. Наголошено, що залучення нетипових методів подання інформації при створенні інформаційних сюжетів дозволяє заохочувати аудиторію до переглядів.

Ключові слова: фреймінг, регіональне телебачення, аудиторія, новинний дискурс, сюжет, концепт, медіафреймування, медіасистема, медіатекст

The article is devoted to the study of the features of framing in television news broadcasts of the regional TV channel "Kyiv", specific features are outlined, and its features in news stories are considered. It was emphasized that framing today has become a means by which media professionals can inform and influence the audience. Appealing to the emotions of the audience with the help of "framing" the information in the agenda allows journalists to create a model of individual presentation of the material. It is noted that framing plays an important role in the media system, as it allows shaping the way recipients think about a certain event. In addition, framing involves the social construction of reality mediated by the media. Using the method of news frame analysis, the comments of the main characters of the stories, summaries of journalists, direct speech of experts, key words, metaphors and linguistic figures were analyzed. The main types of frames in the news stories of the regional TV channel "Kyiv" are singled out: "successful work of air defense", "missile attack on Ukraine", "help of allies", "heroism of the Armed Forces". It is noted that the effect of framing affects the cognitive perception of information and its subsequent interpretation by a person. Theoretical and practical aspects of frame analysis are considered. Emphasis is placed on the fundamental difference between framing and the concept of "agenda setting" (theory of the agenda), which is close in meaning, which involves media coverage of some events and the principled ignoring of others, while news framing, on the other hand, covers the event while ignoring only certain aspects of it. It is concluded that thanks to media framing, news journalists are able to largely construct reality for the television audience. It is emphasized that the involvement of non-typical methods of presenting information in the creation of informative stories allows to encourage the audience to watch.

Keywords: framing, regional television, audience, news discourse, plot, concept, media framing, media system, media text.

Вступ. Проблематика фреймінгу, під яким ми розуміємо інтерпретацію характерних рис за висвітлення певної тематики у медіа, в регіональному новинному теледискурсі потребує натепер особливої уваги медійників. Для того, щоб їм успішно відрізнити об'єктивну реальність від її медіатизованого конструю, інструментарій створення фреймів у медіа вимагає осмислення та класифікації, особливо — в умовах російсько-української війни, адже їх відповідальне використання є на

часі. На прикладі новинних сюжетів регіонального телеканалу «Київ» розглянемо фреймінг та виокремимо типові його характеристики при таманні для цього медіа.

Метою статті є окреслення характерних особливостей фреймінгу сюжетів у новинних випусках регіонального телеканалу «Київ».

Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю більш детально вивчити методи медфіафреймування новинних сюжетів в етерах регіональних телеканалів під час повномасштабних воєнних дій.

Огляд літератури. Серед науковців, які займалися вивченням фреймінгу, відзначаємо американських дослідників І. Гофмана [9], а також Д. Шойфеле [15]. Модель фрейм-аналізу представив М. Боланон [11]. Фреймінг та медіамейкерство як форми комунікативної поведінки дослідила українська науковиця І. Грабовець [5].

Методи дослідження. Порушена проблема вимагала застосування комплексу методів. Передусім було розглянуто ті актуальні праці, які стосуються теми нашого дослідження, що вимагало використання методу аналізу наукової літератури. Основним методом дослідження є контент-аналіз, за допомогою якого були виокремлені відеосюжети з ознаками фреймінгу. Окрім того використовували методи моніторингу та порівняння. Також було застосовано схему-аналіз американського дослідника Майкла Боланема «Як проводити фрейм-аналіз новинних медіа», яка включає кілька етапів опрацювання сюжетів [11]. Спочатку виокремлюють сценарії, які повторюються при висвітленні подій: назви сюжетів, головні герої, джерела конфлікту, висвітлені і приховані аспекти історії, лінгвістичні особливості, а далі відбувається створення самого фрейму і його характеристика.

Емпіричну базу дослідження складають новинні сюжети регіонального телеканалу «Київ» за період з 01.04.2024 р. по 30.04.2024 р. Загалом за вказаний період було проаналізовано близько 200 сюжетів, що виходили в ефір у денних випусках новин.

Результати й обговорення. Впровадження поняття «фреймінг» у широке застосування відбулося у 1980-х роках у психології, аби позначити когнітивні упередження комуніканта залежно від контексту основного повідомлення. Одним із перших дав його визначення американський професор Роберт Ентман. На його думку, фреймінг — це добір певних аспектів реальності, які потрібно виокремити в комунікованому тексті, акцентуючи таким чином проблему, інтерпретацію її причин, моральну оцінку та можливе її розв'язання [2]. Щодо мети

такого рамкування, то вона полягає у поширенні різної інформації задля привернення соціальної активності аудиторії. Ще одне визначення згаданого поняття подає філософія зі США Джудіт Бетлер. Вона наголошує, що у соціальній теорії фреймом називають набір концептів і теоретичних підходів до того, як індивіди, групи та суспільства організують, сприймають та описують реальність [3]. Таким чином, ми розуміємо нині фрейм як інтерпретацію характерних рис висвітлення певної тематики у медіа.

Розглядаючи концепцію новинних рамок або ж *news frames* у телевізійному дискурсі, варто зазначити, що фрейми створюються медійниками за допомогою ключових слів, метафор, концепцій, символів та візуальних образів. Ці складові елементи рамок часто формують такий спосіб мислення про певну подію, який вже знайомий аудиторії з попереднього досвіду. Варто відрізнити фреймінг від поняття, близького за значенням, — «agenda setting» (теорія порядку денного М. МакКомбса), яка передбачає висвітлення у медіа одних подій та ігнорування інших. Натомість новина рамкована висвітлює події з навмисним ігноруванням якогось їх аспекту. Класичним фреймом можна визначити спосіб виокремлення фактів для створення власної картини дійсності в інформаційному полі без їх деформації, тобто створюється рамка, яка обрамлює чисте інформаційне поле [6]. Якщо розглядати теоретичний і практичний аспекти аналізу фреймів, то там в основі лежить поняття фрейму як структури даних, що описують фрагмент знань людини про світ.

Згідно з концепцією аналізу фреймів, фреймування або фреймінг (англ. framing) є універсальною схемою інтерпретації, яка дозволяє людям знаходити, сприймати, ідентифікувати та класифікувати життєвий досвід. Під медіафреймуванням розуміють нині такий спосіб надання значущості певним подіям, коли подання їх підпорядковується наперед визначеній провідній ідеї або сюжетній лінії. Іншими словами, фреймування у медіа — це процес, за допомогою якого джерело комунікації, наприклад, редакція новин, визначає і конструює певну політичну проблему або суспільну суперечність. У такий спосіб медіа організують повсякденну реальність, регулюють контраверсійність висвітлюваних питань і подій [2]. Медіафреймування дозволяє журналістам, по суті, формувати альтернативну реальність для аудиторії. Фреймінг є природним елементом подання новин, і автори інформаційних повідомлень часто не усвідомлюють його мотивів. Однак медіафреймування також надає

ефективні засоби маніпуляції будь-якою аудиторією і є однією з найпоширеніших маніпулятивних технік у засобах масової комунікації.

Розглянемо фрейм як рамку, що змінює соціальний конструкт задля створення альтернативного сприйняття дійсності самим лише зміщенням акцентів в інформації. Аби проаналізувати фрейми, які використовуються на телеканалі «Київ», під час створення новинних сюжетів, ми використали, як наголошували вище, схему-аналіз американського дослідника Майкла Боланема «Як проводити фрейм-аналіз новинних медіа» [11]. Під час фрейм-аналізу новин звертали увагу передусім на коментарі головних героїв сюжетів, підводки журналістів, пряму мову експертів, ключові слова, метафори та мовностилістичні фігури.

Під час аналізу новинних сюжетів на телеканалі «Київ» виокремлено такі типові фрейми: «успішна робота ППО», «ракетна атака по Україні», «допомога союзників», «героїчність ЗСУ». Кожен із них має специфічні риси та особливості. Розглянемо їх детальніше.

У фреймі «Ракетна атака по Україні» ми розглянули матеріали, де центральним аспектом у синхронах журналістів є інформація про масовані ракетні обстріли українських міст російською армією. Наприклад, сюжет за 27. 04. 2024 «Летіли 34 ракети: росіяни влаштували масштабну атаку по Україні» розпочинається такими словами: *«Цієї ночі росіяни знову здійснили масовану атаку на нашу державу. Застосовували ракети різного типу, включаючи балістику. Цілю росіян були: Дніпро, Кривий Ріг, Павлоград, Стрий та окремі населенні пункти Дніпропетровщини та Івано-Франківщини»*. Аби підкреслити масштабність ракетної атаки, додається інформація про кількість знищених ракет: *«Загалом атака тривала понад 2 години. Ось вже, станом на зараз, у Повітряних Силах відзвітували про знищення 21 із 34 ракет противника. Повітряний напад противника відбивали винищувачі, зенітно-ракетні підрозділи Повітряних Сил, мобільні вогневі групи та засоби РЕБ Сил оборони України»* [1].

Використовуються у цьому фреймі і мовностилістичні засоби, наприклад, уточнення. У сюжеті від 25.04.2024 «Обстріл вокзалу в Балаклії: електричка була у 15 метрах від влучання» вже у самій назві помітно акценти на близькості ракетного удару. Повторюється цей факт і у синхроні: *«Під час ракетного удару по Балаклії Харківської області електропотяг був усього у 15 метрах від місця влучання. Про це повідомив голова Харківської ОВА Олег Синегубов»*. Таким чином, у хвилинному сюжеті на ракетному ударі медійники наголошують двічі,

повторюють інформацію і у бекграунді: *«Нагадаємо, що російська армія вдарилася по вокзалу Балаклії під час зупинки електропотяга Харків-Ізюм, внаслідок цього 10 людей дістали поранення»* [1]. Ідентичну риторику зустрічаємо у матеріалі від 24.04.2024 *«В Одесі пролунали вибухи: у місті видніється дим»*, де повідомляють про ракетний удар по Одесі: *«В Одесі через ранкову атаку російської федерації постраждала жінка, їй 43 роки. За словами очільника місцевої ОВА Олега Кіпера — поранена у стані середньої тяжкості, зараз вона у лікарні. Ударом пошкоджені 30 будинків»* [1]. Попри те, що у назві сюжету згадано лише місто Одеса, в матеріалі подається інформація і про обстріл інших регіонів: *«У Харкові зростає кількість постраждалих у наслідок обстрілу у ніч проти 24 квітня. За даними голови місцевої ОВА Олега Синьгубова — постраждали три чоловіки та три жінки. С-300 влучила в землю, внаслідок цього пошкоджено три багатоквартирних будинки, дві офісних будівлі, три нежитлових будинки, газова магістраль, а загалом пошкоджено понад пів тисячі вікон та 33 автомобіля»* [1].

Отже, фрейм «ракетна атака по Україні» формує нагадування про практично безперервне атакування українських міст російською армією. Факти, які наводяться у згаданих сюжетах, а також їх словесне обрамлення підтверджує факти військових злочинів, що вчиненні рф.

Наступний фрейм «успішна робота ППО» охоплює матеріали, у яких розповідається про роботу протиповітряної оборони, акцентується увага на її успішності — кількості знищених ракет, БПЛА тощо. Наприклад, у сюжеті за 23.04.2024 *«росія атакувала Україну «шахедами»: Київ відбився»* підкреслено успішність та героїчність роботи військових ППО, яких називають «богами»: *«Дякуємо нашим богам ППО. Усі «шахеда», які летіли на Київ, були знищені. Як повідомляють у КМДА, дрони були запуснені з території Курської області, пролетіли вони над Сумщиною, Черкащиною і заходили на столицю з південно-західного напрямку. Силам ППО вдалося знищити усі «шахеда» на підльоті до Києва. Руйнування інфраструктури та постраждалих немає»* [1]. Насичують цей фрейм і за допомогою згадування командувача Повітряних сил ЗСУ Миколи Олещука. Він виступає головною дійовою особою сюжету за 23.04.2024 *«Микола Олещук показав, як воїни ППО відбивали нічну атаку «шахедів» над Одещиною»*, де знову ж таки наголошується на успішному відбитті російської масованої атаки: *«Командувач Повітряних сил Микола Олещук показав успішну роботу зенітної ракетної Одеської бригади. Адже цієї ночі вона ефективно знищувала ворожі»*

ударні безпілотники у своєму секторі відповідальності на південному напрямку. Олещук принагідно подякував воїнам за результативну бойову роботу» [1]. Подібним є сюжет про високу успішність роботи ППО за 19.04.2024. «Сили ППО знищили стратегічний бомбардувальник, 15 ракет і 14 «шахедів». У ньому зацентровано увагу на кількості успішно знищених повітряних цілей. У підводці до сюжету ведучий розповідає про ракетну атаку: «У Повітряних силах кажуть, що під час комбінованої атаки, яка відбувалася, летіли одразу ракети та дрони. Летів навіть літак, але не долетів. Збили 15 ракет, 14 безпілотників. Бомбардувальник сьогодні став дуже вдалою мішенню — він вже ніколи нікуди не полетить» [1].

Бачимо, що фрейм «успішна робота ППО» формує позитивний образ військових Повітряних сил ЗСУ за допомогою метафор, які підкреслюють героїчність цієї роботи, а також постійне наголошення на кількості знищених повітряних цілей, надання особливої значущості інформації за допомогою використання фігури командувача Повітряних сил ЗСУ України Миколи Олещука тощо.

У рамках фрейму «допомога союзників» ми розглянули сюжети, що базуються на інформації про передання окремих одиниць військової техніки чи цілого пакету допомоги від наших закордонних країн-партнерів. Кореспонденти використовують дані від Міністерства оборони України чи від іноземних державних відомств, акцентуючи увагу, звісно ж, на кількості майбутнього військового технічного забезпечення. Наприклад, у сюжеті від 16.04.2024 «Канада влітку передасть Україні 450 багатоцільових безпілотників SkyRanger» вже у самій назві бачимо привернення уваги аудиторії. Ця інформація дублюється у новинній підводці: «Працює «дронівна коаліція»: стає відомо про очікуване поповнення. Канада передасть Україні влітку 450 багатоцільових безпілотників SkyRanger, про це повідомили в Міноборони». Далі у синхроні йдеться і про іншу військову допомогу, окрім канадської: «Також у відомстві зазначили, що Нідерланди підтвердили намір контракування партії дронів на 200 млн євро в співпраці з Данією та Німеччиною. Водночас Литва виділить три мільйона євро на frv-дрони, а Берлін передасть Києву розвідувальні безпілотники «Вектор»». Ще однією ознакою цього фрейму є акцентування на якості передаваної військової техніки: вона, за словами журналістів, «найновіша». Підтвердження цьому знаходимо у сюжеті за 15.04.2024 «Норвегія передає F-16 Україні, щоб ЗСУ могли бити глибше в тил противника»: «Україна

отримає від Норвегії винищувачі F-16 з найновішим озброєнням, заявив міністр закордонних справ Норвегії». Необхідність цього озброєння для Збройних сил України підкреслюють і у наступному синхроні сюжету: *«За його словами, це істотно посилить потенціал ЗСУ для ударів за лінію фронту. Водночас скільки саме літаків планують передати — невідомо»* [1]. Журналісти телеканалу «Київ» намагаються максимально оперативно висвітлювати новини. Важливості поданій інформації додають і слова-маркери, наприклад, прислівник «терміново», як у назві матеріалу за 13.04.2023 *«Німеччина терміново передає Україні систему Patriot та ракети до ППО»*. Проте, у самому синхроні цей прислівник вже не використовується: *«Німеччина передасть Україні систему Patriot, про це повідомили у Бундесвері. Це вже третя система ППО від країни з початку повномасштабного вторгнення»* [1].

Наступний фрейм, який ми виділили у новинних програмах телеканалу «Київ», це «героїчність ЗСУ». До нього входять сюжети про військові дії на лінії фронту. Проте, на відміну від звичайної констатації фактів, у переглянутих нами матеріалах робиться акцент на подвигах воїнів ЗСУ. Також зустрічаємо чіткий розподіл між «наші» військові та «вони», тобто противник, як приклад — синхрон ведучого у сюжеті за 15.04.2024 *«Штурмовики ЗСУ підірвали окупантів в Красногорівці»: «В Красногорівці наша штурмова група на «Хамві» зробила миттєвий напад. Замінувала будівлю з російськими військовими. Надзвичайно оперативно відточена робота наших бійців. За якусь одну хвилину на цьому відео вся операція: воїни 109-ї окремої бригади ТРО висадилися, закинули сумки з вибухівкою і відкотилися на свої позиції»* [1]. Ще один приклад із акцентом на означенні «наші» бачимо у сюжеті за 17.04.2023 *«Наші військові вдарили по піхотній групі окупантів»*. У самому ж матеріалі медійники використовують оцінні судження, напевно, задля того, аби додати експресивності самому сюжету: *«Пілоти 23-ї окремої механізованої бригади вистежили пересування чималої піхотної групи противника на Авдіївському фронті, куди вони збиралися, точно невідомо, можливо, хотіли піти в атаку, а, можливо, передислоковувалися. Оператори підрозділу «Ясні очі» нанесли удар по ворожих піхотинцях»* [1]. Підтвердження тому, як за допомогою лексичних засобів створюється так зване «обрамлення», що підтверджує фрейм героїчності ЗСУ, знаходимо і у наступних матеріалах. Зокрема, у сюжеті від 11.04.2024 *«Під Авдіївкою ЗСУ відбили штурм росіян», використано лексеми «ворожі», «загарбники», що протиставляються*

описам героїчних дій наших військових: *«Українські бійці продовжують нам показувати, як відбивають ворожі штурми на фронті. Цього разу ми бачимо роботу воїнів третьої окремої штурмової бригади на околицях Авдіївки. Як розповіли в бригаді, російських загарбників було накрито зграєю ударних дронів. Втекти не вдалося нікому»* [1].

Висновки. Таким чином, у новинному дискурсі телеканалу «Київ» при створенні сюжетів застосовується фреймінг. За його допомогою медійники конструюють інформацію для аудиторії в певних смислових межах. Використання фреймінгу допомагає краще формулювати та добирати слова, які активізують сприйняття та реакцію аудиторії. За допомогою новинних рамок журналісти формують своєрідний, специфічний? порядок денний. Зокрема, на телеканалі «Київ» у новинних сюжетах ми виокремили чотири основних типи фреймів: «успішна робота ППО», «ракетна атака по Україні», «допомога союзників», «героїчність ЗСУ». Вони відіграють неабияку роль у форматуванні світогляду реципієнтів, впливають на конструювання медіареальності, заохочують аудиторію до переглядів. Однак, прийоми новинного рамкування та його вплив на реципієнтів під час повномасштабного вторгнення потребують детальнішого вивчення та аналізу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Архів новинних випусків програми на телеканалі «Київ» [Електронний ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/@kyivchannel> (дата звернення: 15.05.2024).
2. Аналіз фреймів [Електронний ресурс]. URL: https://vue.gov.ua/Аналіз_фреймів (дата звернення: 15.05.2024).
3. Батлер Д. Фрейми війни. Чиї життя оплакують? Київ: АРТКНИГА, 2016. 280 с.
4. Бойко І. І. Медіа як ретранслятор соціальних проблем у конструкціоністському підході до фреймінгу. Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. 2014. № 62. С. 146–156.
5. Грабовець І. В. Фреймінг та медіамейкерство як форми комунікативної поведінки. Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. 2019. № 83. С. 102-108.
6. Петровська Ж. Ефект фреймінгу: пострадянський та західний досвід. Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2018. № 44. С. 172–178.

7. Степаненко Л. Журналістика за фреймом [Електронний ресурс]. URL: <http://fj.onu.edu.ua/zhurnalistyka-za-frejmom-iak-namy-manip/> (дата звернення: 15.05.2024).
8. Методологія медіа-досліджень. Agenda setting. Фреймінг. Якісний контентаналіз [Електронний ресурс]. URL: https://uk.wikibooks.org/wiki/Методологія_медіа-досліджень (дата звернення: 15.05.2024).
9. Goffmann E. Frame analysis: An essay on the organization of experience. Cambridge: Harvard University Press, 1974. 586 p.
10. Hubenko D. Frame Analysis of the New York Times and Izvestia Coverage of the Presidential Elections and the Orange Revolution in Ukraine in 2004 International Graduate Student Symposium. [Електронний ресурс]. URL: http://www.ekmair.ukma.kiev.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/1216/hubenko_paper.pdf?sequence=1 (дата звернення: 10.05.2024).
11. Michelle Bolanon. How to do a frame analysis of news media. [Електронний ресурс]. URL: https://www.academia.edu/7915930/How_to_do_a_frame_analysis_of_news_media (дата звернення: 10.05.2024).
12. McCombs M., Shaw D. L. The agenda-setting function of mass media. *The Public Opinion Quarterly*. 1972. No. 2. Pp. 176-187.
13. Scheufele D.A. Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*. 1999. No. 1. Pp. 103-132.
14. Tuchman G. *Making News: A study in the construction of reality*. New York: The Free Press, 1978. 224 p.
15. Viner K. How technology disrupted the truth. [Електронний ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/media/2016/jul/12/how-technology-disrupted-the-truth> (дата звернення: 10.05.2024).

REFERENCES

1. Arkhiv novynnykh vypuskiv prohramy na telekanali «Kyiv».[Kyiv TV channel news archive]. Retrieved May 15, 2024, from <https://www.youtube.com/@kyivchannel>
2. Analiz freimiv. [Frame analysis]. Retrieved May 15, 2024, from https://vue.gov.ua/Аналіз_фреймів
3. Batler D. (2016). Freimy viiny. Chyi zhyttia oplakuiut? [Frames of war. Whose life is mourned?]. Kyiv: ARTKHYHA.
4. Boiko, I. (2014). Media yak retransliator sotsialnykh problem u konstruktionistskomu pidkhodi do freiminhu. [Media as a relay of social problems

- in a constructionist approach to framing]. *Sotsialni tekhnolohii: aktualni problemy teorii ta praktyky*, 62, 146–156.
5. Hrabovets, I. (2019). Freiminh ta mediameikerstvo yak formy komunikativnoi povedinky. [Framing and media making as forms of communicative behavior]. *Sotsialni tekhnolohii: aktualni problemy teorii ta praktyky* : zb. nauk.prats, 83, 102-108.
 6. Petrovska, Zh. (2018). Efekt freiminh: postradianskyi ta zakhidnyi dosvid. [Framing effect: post-Soviet and Western experience]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriiia zhurnalistyka*, 44, 172–178.
 7. Stepanenko, L. (2018). Zhurnalistyka za freimom. [Journalism behind the frame]. Retrieved May 15, 2024, from <http://fj.onu.edu.ua/zhurnalistyka-za-frejmom-iak-namy-manip/>
 8. Metodolohiia media-doslidzhen. Agenda setting. Freiminh. Yakisnyi kontentanaliz. [Methodology of media research. Agenda setting. Framing. Quality content analysis]. Retrieved May 15, 2024, from https://uk.wikibooks.org/wiki/Metodolohiia_media-doslidzhen
 9. Goffmann, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge: Harvard University Press.
 10. Hubenko, D. (2006). *Frame Analysis of the New York Times and Izvestia Coverage of the Presidential Elections and the Orange Revolution in Ukraine in 2004* International Graduate Student Symposium. Retrieved May 15, 2024, from http://www.ekmair.ukma.kiev.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/1216/hubenko_paper.pdf?sequence=1.
 11. Michelle Bolanon. (2019). *How to do a frame analysis of news media*. Retrieved May 10, 2024, from https://www.academia.edu/7915930/How_to_do_a_frame_analysis_of_news_media
 12. McCombs M., Shaw D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
 13. Scheufele, D. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49 (1), 103–132.
 14. Tuchman, G. (1978). *Making News: A study in the construction of reality*. New York: The Free Press.
 15. Viner, K. (2016). *How technology disrupted the truth*. Retrieved May 10, 2024, from <https://www.theguardian.com/media/2016/jul/12/how-technology-disrupted-the-truth>