

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Andrej Urbanc

Okvirjanje v medijskih vsebinah
– primer poročanja o gospodarskem razvoju Ljubljanskega barja

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Andrej Urbanc

Mentor: red. prof. dr. Slavko Splichal

Okvirjanje v medijskih vsebinah
– primer poročanja o gospodarskem razvoju Ljubljanskega barja

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

Okvirjanje v medijskih vsebinah – primer poročanja o gospodarskem razvoju Ljubljanskega barja

V diplomskem delu najprej predstavim teorijo okvirjanja, pojasnim sorodnosti z drugimi teorijami medijskih učinkov ter jo navežem na širše kulturno polje in koncept diskurza. Temeljna premisa teorije okvirjanja je, da mediji sicer posredujejo sporočila, a hkrati poleg tega sugerirajo tudi, kako naj ta sporočila naslovniki razumemo oziroma jih interpretiramo. Elementi okvira medijske vsebine so naslov, podnaslov, mednaslovi, citati, fotografije, citati, itd. Okvir oblikujejo tako sporočevalci, ko skozi medije komunicirajo svoje sporočilo, kot tudi naslovniki, ko ga razberejo, interpretirajo in razumejo skozi svoje notranje kognitivne in mentalne sheme. V nadaljevanju postavim pet hipotez, ki jih testiram v eksperimentu, tako da udeležence soočim s primeri različno uokvirjenih, sicer izmišljenih, časopisnih člankov o gospodarskem razvoju Ljubljanskega barja. Izkaže se, da okvirjanje vsebinsko ne spreminja naslovnikovih prepričanj in stališč, pač pa spreminja le pomembnost, ki jo naslovnik tem prepričanjem oziroma argumentom pripisuje. Pomemben pogoj za delovanje tega procesa je tudi kredibilen sporočevalec oziroma vir.

Ključne besede: teorija okvirjanja, kredibilnost vira, pomembnost prepričanja, eksperiment, mediji

Framing in media contents – example of reporting about economic development of Ljubljansko barje

In this graduation paper I first present framing theory, explain similarities with other media-effects theories and link it with broader cultural field and concept of discourse. Basic premise of framing theory is that when transferring messages, media also offer ways of how to understand and interpret them. Frame consists of many elements, e.g. headline, subheads, pull quotes, pictures, quotes selection, etc. Frame is formed by communicators as they communicate their message through media, and also by audiences, as they read it, interpret it and understand it according to their own cognitive and mental schemes. Later, I set up five hypotheses and test them in experiment, where respondents are faced with cases of differently framed fictive newspaper articles about economic development of wetlands Ljubljansko barje. Results show that framing does not alter respondents's belief content (attitudes), it rather alters respondents's belief importance. A significant requirement for this process to occur is also source credibility.

Keywords: framing theory, source credibility, belief importance, experiment, media

Kazalo

1	UVOD.....	6
2	TEORETIČNI DEL	7
2.1	Definicija: dokončna ali zgolj fina?	7
2.2	Algebra okvirjanja ali kako lahko okvirjanje sploh učinkuje	11
2.3	Teorije medijskih učinkov – sestrčne ali različne?	12
2.3.1	Prednostno tematiziranje	12
2.3.2	Priming	14
2.3.3	Umestitev okvirjanja v družino teorij medijskih učinkov	14
2.3.4	Ali je okvirjanje prepričevanje?	15
2.4	Lokacije okvirjev: se vse začne na podstrešju?	17
2.5	Diskurz, okvirjev veliki brat.....	20
2.6	Sestavni deli.....	23
2.7	Kakšne tipe okvirjev poznamo?	27
2.8	Metodologija okvirjanja.....	28
2.9	Se bralci sčasoma kaj naučijo?	29
2.10	Kdo lahko okvirja?.....	32
2.11	Pripisana pomembnost: analogna ali digitalna sprememba mnenja?	34
2.12	Kako naprej?	35
3	EMPIRIČNI DEL.....	37
3.1	Raziskovalni model	37
3.2	Definicije spremenljivk in indikatorji.....	38
3.2.1	Povečanje pripisane pomembnosti argumentov	38
3.2.2	Znižanje stopnje strinjanja	39
3.2.3	Stopnja prisotnosti okoljevarstvenega okvira	40
3.2.4	Zaznana kredibilnost vira	41
3.3	Hipoteze in argumentacija.....	42
3.4	Operacionalizacija.....	45
3.4.1	Potek eksperimenta	45
3.4.2	Stopnja okoljevarstvenega okvira	46
3.4.3	Kredibilnost vira	47

3.4.4 Odvisni spremenljivki	47
3.5 Statistična analiza podatkov.....	48
3.5.1 Univariatne statistike indikatorjev.....	48
3.5.2 Univariatne statistike spremenljivk.....	51
3.5.3 Razsevni grafikoni	53
3.5.4 Multipla linearna regresija	55
4 RAZPRAVA IN ZAKLJUČEK	58
5 LITERATURA.....	63

1 Uvod

Mediji so danes najpomembnejši vir informacij. Sočasno s podajanjem informacije (vsebine) pa podajajo tudi način, kako to informacijo razumeti (formo), oziroma jo postavljajo (okvirjajo) v kontekst. Tako informacija do uporabnika medijev ne pride zgolj kot samo informacija, ampak sočasno z mehanizmi (okviri), ki jo pomagajo interpretirati.

V diplomski nalogi me zanima raziskovanje takih mehanizmov – kako vplivajo na interpretacijo in kako (so)ustvarjajo javno mnenje.

Mediji torej prinašajo informacije, govorijo in kažejo, kaj se dogaja po svetu in v naši okolici, služijo kot prostor in čas za javne razprave in oglase, prinašajo dobiček ali izgubo ter nenazadnje ustvarjajo/odsevajo javno mnenje oziroma služijo kot pomoč svojim uporabnikom za razvijanje stališč glede določene teme. Teorija okvirjanja se osredotoča predvsem na zadnji sklop pomenov medijev. Poleg same medijske vsebine – oziroma namesto nje – jo zanima, kako in na kakšen način so medijske vsebine predstavljene. Ponuja način opisovanja moči komunikacijskega teksta z osvetlitvijo poti, po kateri ta deluje na človeško zavest (Entman 1993).

Prvi del diplomske naloge je namenjen teoretski osvetlitvi pojma okvira in procesov okvirjanja ter kredibilnosti vira. Predstavljam razmerja, razlike in primerjave z ostalimi teorijami medijskih učinkov ter ravni, na katerih se okviri manifestirajo, tvorijo in učinkujejo, pa tudi koncept diskurza kot širše kontekstualno ozadje oziroma podlaga za okvirjanje. Posebna pozornost je namenjena konceptiji pripisane pomembnosti kot ključnega elementa okvira.

Drugi del diplomske naloge je namenjen eksperimentu, v katerem sem preveril učinke okvirov. Med udeležence sem razdelil različno uokvirjene časopisne članke, potem pa z njihovimi odgovori na vprašanja o teh okvirih pridobil podatke za analizo v statističnem programu. Opisujem tudi teoretski model, navajam hipoteze in predstavljam rezultate.

2 Teoretični del

2.1 Definicija: dokončna ali zgolj fina?

Med teoretiki okvirjanja obstaja precejšnje nesoglasje glede definicije okvirjanja, konceptualnih razlik in teoretskih izhodišč je namreč več kot enovite konceptualizacije; delno je to tudi zaradi raznolikosti področij, kjer se teorija uporablja (glej Tversky in Kahneman 1986; Gamson in Modigliani 1989; Entman 1993; Nelson in drugi 1997a; 1997b; 1999; de Vreese 2005; Chong in Druckman 2007; Scheufele in Tewksbury 2007). Pomenljivo, kajti raznolikost (okvirov) je temeljna predpostavka same teorije okvirjanja (morda tudi zato obstaja več vidikov oziroma *okvirov okvirjanja*).

Chong in Druckman zato rečeta, da je »/.../ temeljna premisa teorije okvirjanja to, da na neko temo lahko gledamo z več zornih kotov in jo lahko razlagamo kot da implicira mnogo vrednot oziroma 'vidikov'« (2007, 104). In še, da se »/.../ okvirjanje nanaša na proces, s katerim ljudje razvijejo konceptualizacijo določene tematike ali reorientirajo svoje mišljenje o tematiki« (2007, 104). Teorija okvirjanja predpostavlja tudi »centralno organizirano idejo ali rdečo nit, ki daje pomen« (Gamson in Modigliani v Price 2005, 180) medijskim vsebinam: torej *okvir*, v katerem novico, zgodbo, oddajo, oglas lahko interpretiramo.

Govorimo torej o okviru in o okvirjanju. Ker sta za uspešno komuniciranje nujna tako naslovnik kot sporočevalec, moramo okvir in okvirjanje pojmovati in razložiti na obeh ravneh: »okvir v mislih« in »okvir v komunikaciji« (Chong in Druckman 2007, 100-101), torej. »Okviri, ki jih zagotovijo novinarji, založijo občinstvo s sredstvi za organizacijo in razumevanje novih informacij«, oziroma »opremijo državljane z osnovnim naborom orodij idej, ki jih uporabljajo za pogovor in razmišljanje o politiki« (Tewksbury in drugi 2000, 804; Gitlin v Pan in Kosicki 1993, 56). Na strani naslovnika pa teorija okvire pojmuje kot »/.../ vzorce interpretacije, skozi katere ljudje klasificirajo informacije, da bi jih učinkovito obvladovali« (Scheufele 2004, 402).

Novice so tipičen primer neke nove informacije, ki sama po sebi ne nosi pomena. Zato jo za lažje razumevanje mediji arbitrarno povežejo s tistimi vsebinami, shemami in konteksti, ki so ji na nek način podobne, ali kamor lahko spadajo, in jih občinstvo že ima 'popredalčkane', klasificirane, interpretirane, predebatirane. Shod neonacistov, na primer (glej Nelson in drugi 1997a, kjer je sicer govora o organizaciji Ku Klux Klan), je dogodek, ki *sam na sebi* ni nič posebnega. Ko pa ga mediji (in tudi naslovniki) povežejo z zgodovino nacizma, nasiljem, množičnimi zločini, nevarnostjo za javni red in mir, postane tak shod postavljen v kontekst, oziroma uokvirjen. Po drugi strani ima vsaj v zahodnih družbah vsak posameznik pravice do zbiranja, združevanja, govora. Torej bi pravzaprav prepoved shoda lahko kršila človekove pravice neonacistov samih. S tem shod kot dogodek lahko postavimo tudi v drug kontekst, v drug okvir.

Okvir lahko torej pojmuje tudi kot način mišljenja in osmišljanja informacij, novic, medijskih vsebin, pa tudi sveta. Tako široka definicija je blizu razmišljanjem o socialni konstrukciji sveta ter tudi razlagam pojmov ideologije in diskurza, zato naj ostane zgolj kot smernica, ne kot poskus širitve že tako *razdrobljene paradigme*.

Robert Entman poda poskus enovite definicije v eseju *Framing: toward clarification of a fractured paradigm* (1993). Reče, da okviriti pomeni »izbrati nekaj aspektov spoznane realnosti in jih v komunikacijskem tekstu bolj izpostaviti na način, da tekst promovira partikularne definicije problema, kavzalne interpretacije, moralne ocene in/ali predlog ravnanja z obravnavano temo« (Entman 1993, 52).

Okviri tako definirajo problem (določijo, kaj akter počne, za kakšno ceno in s kakšnimi koristmi, kar ponavadi merimo s skupnimi kulturnimi vrednotami); postavijo diagnozo vzrokov (identificirajo pritiske, ki ustvarjajo problem); podajo moralne ocene (ocenjujejo kavzalne akterje in njihove učinke); in predlagajo zdravilo za problem (ponujajo in potrjujejo ravnanja/rešitve problema ter napovedujejo njihove možne učinke). En sam stavek v tekstu ima lahko več kot eno od zgoraj naštetih funkcij okvirjanja, veliko stavkov pa nima nobene. In okvir v kateremkoli

posameznem tekstu ne vključuje nujno vseh štirih funkcij (Entman 1993, 52).

Ko govorimo o okvirjanju medijskih vsebin, pot do razumevanja pojma okvira vodi tudi skozi uredniško politiko oziroma programsko zasnovo medija. Ob predpostavki doslednega delovanja medijev bi pričakovali precejšnjo mero skladnosti med uredniško politiko in okviri, v katerih so vsebine objavljene, saj vsako uredništvo vidi svoj okvir oziroma svojo »središčno idejo zgodbe, ki zagotavlja pomen dogodkom« (Gamson in Modigliani v de Vreese 2005, 53). Tako lahko, na primer, od revije Manager pričakujemo vsebine, uokvirjene na način, ki poudarja prednosti gospodarske rasti kot metode razvoja, zasebne iniciative, ter vitke države kot družbenega sistema. V reviji Mladina pa lahko večkrat iste vsebine vidimo uokvirjene na način, ki poudarja prednosti solidarnosti kot metode razvoja, javnega šolstva in zdravstva, ter socialne države kot družbenega sistema.

Entman na to reče, da »okviri določajo, ali večina ljudi opazi problem, kako ga razume in si ga zapomni, pa tudi, kako ocenjujejo in izberejo njegove rešitve. Ideja okvirjanja tako implicira, da ima okvir splošen učinek na velik delež sprejemajočega občinstva, da pa ni verjeten univerzalen učinek na vse« (Entman 1993, 54).

Okviri glede na svoje 4 funkcije (definicija problema, diagnoza vzroka, ocena akterjev, predlog rešitve) nekatere vidike in poglede vsebujejo in združujejo, nekaj pa jih tudi izpuščajo. S tem, ko ene delčke realnosti poudarijo in jih naredijo izstopajoče, druge opustijo in jim odvzamejo pozornost. »Selekcija in konstrukcija sta temeljni proceduri v okvirjanju sporočila« (van Gorp 2007, 67). Ker okvir nekatere vidike teme sporočila poudari, druge pa izpusti, ni končen; zato vedno obstaja več okvirjev. Okviri so definirani tako s svojo vsebino kot tudi s tem, česar nimajo, in oboje je enako pomembno za vodenje občinstva. Če je »socialni svet /.../ kalejdoskop potencialnih realnosti, kjer je vsaka od njih lahko evocirana s spremembo načinov, na katere so opazovanja uokvirjena in kategorizirana« (Edelman v Entman 1993, 54), potem so okviri pomemben gradnik socialnega sveta občinstev. Ob dojetanju in obdelovanju informacij o eni interpretaciji ter ob umanjkanju ali pomanjkljivosti podatkov o alternativah,

so odzivi občinstev nujno 'okuženi'. Zato so poleg vključenih interpretacij in vidikov za končni rezultat zelo pomembni tudi izključeni. (Entman 1993).

Najbolj znan primer okvirjanja je najbrž hipotetični primer izbruha nenavadne bolezni, ki naj bi ji po napovedih podleglo 600 ljudi. Tversky in Kahneman (1986) sta v eksperimentu novico o izbruhu bolezni predstavila v dveh okvirih in potem preverjala odločitve anketirancev o izbiri alternativnih možnosti rešitve problema:

- Okvir 1: Možni rešitvi sta le dva programa. Po programu (A) bi 200 ljudi preživel, po programu (B) pa bi bilo 1/3 možnosti, da bi preživel 600 ljudi, in 2/3 možnosti, da ne bi preživel nihče. Kater program bi podprli? Rezultati: za program (A) bi se odločilo 72% anketiranih, za program (B) pa 28%.
- Okvir 2: Možni rešitvi sta le dva programa. Po programu (C) bi 400 ljudi umrlo, po programu (D) pa bi bilo 1/3 možnosti, da ne bi nihče umrl, in 2/3 možnosti, da umre 600 ljudi. Kater program bi podprli? Rezultati: za program (C) bi se odločilo 22% anketiranih, za program (D) pa 78% (glej Tversky in Kahneman 1986).

Programa (A) in (C) sta si glede na osnovno zgodbo identična, ravno tako (B) in (D). Pa vendar različno uokvirjena identična vsebina doseže različen pomen ter s tem različne učinke in odzive.

Drug primer, ravno tako ga opisujeta Tversky in Kahneman (1986), govori o ravnanju podjetja, ki izkazuje nekaj dobička, a posluje v regiji, ki ji grozi recesija in povečanje nezaposlenosti.

- Okvir 1 pravi, da ne bo inflacije in da bo podjetje plače znižalo za 7%;
- Okvir 2 pa pravi, da bo 12% inflacija in da bo podjetje plače zvišalo le za 5%.

Kljub zelo podobnemu realnemu dohodku delavcev v obeh primerih je ravnanje podjetja kot zelo nepošteno ali nepošteno ocenilo 62% anketirancev okvira 1 in le 22% okvira 2 (Tversky in Kahneman 1986).

Primeri Tversky in Kahneman opisujeta na podlagi modela odločanja pod vplivom tveganj. Primera sta tudi za druga področja uporabe zelo zgovorna predvsem na svoji denotativni ravni – če ju pojmujejo zgolj kot plastična prikaza vpliva različnih okvirov identičnega stanja na interpretacijo tega stanja in posledične odločitve. Pristop avtorjev je namreč precej ozek, saj manipulirata opise situacij odločitve, vsebino pa puščata kot konstanto. S tem, kot rečeno, prideta do bistva okvirjanja in do opaznih učinkov v posledicah, a hkrati z ozkim definiranjem zmanjšujeta zunanjo veljavnost, saj je v resničnem svetu efekt sporočanja velikokrat rezultat tako vsebine kot okvirjanja (Scheufele in Tewksbury 2007).

2.2 Algebra okvirjanja ali kako lahko okvirjanje sploh učinkuje

Podlaga za okvirjanje na psihološki ravni je model pričakovane vrednosti stališča (*expectancy value model of attitude*; glej Nelson in drugi 1997b, 226). Po tem modelu je stališče posameznika o nekem objektu seštevek ocen, ki bazirajo na uteženih povprečjih prepričanj o tem objektu. Model torej predlaga idealnotipsko pojmovanje stališča o objektu kot seštevek definirane niza prepričanj, ki jih posameznik goji do objekta. (Nelson in drugi 1997b; Chong in Druckman 2007).

Model predpostavlja, da posameznik postavi različne poudarke na različne vidike/lastnosti objekta. Enačba modela je zato videti takole:

$$\text{stališče} = \sum u_i * v_i$$

pri čemer oznaka v_i pomeni vrednost atributa i oziroma posameznikovo prepričanje o tem atributu, oznaka u_i pa njegovo utež oziroma subjektivno težo, ki jo posameznik pripisuje temu atributu.

Model implicira dve različni proceduri učinkovanja spremembe stališča posameznika do objekta: (1) spremembo ocen, prepričanj ali spoznanj o objektu (kar je tradicionalno polje prepričevanja ali propagande) ali (2) spremembo teže,

ki jo posameznik pripisuje atributi ali informaciji o objektu (polje procesa okvirjanja) (Nelson in drugi 1997b).

Parameter u_i oziroma subjektivno težo Anderson definira kot »zaznano relevantnost oziroma pomembnost specifičnega vrednotenja za stališče do objekta« (Anderson v Nelson in drugi 1997b, 226). Gre torej za težo, relevantanco oziroma pomembnost, ki jo posameznik pripiše nekemu objektu – denimo stališču okoljskega ministra o ločevanju odpadkov.

Ta teža in to stališče sta eden od uteženih atributov pri določanju splošnega stališča do okoljskega ministra. Seštevki takih atributov tvorijo stališče do objekta (v tem primeru do ministra). Na ta način se (idealnotipsko) formirajo stališča, ki jih posamezniki gojimo do določenega objekta (teme, problematike, političnih kandidatov in strank ali, najširše, gradnikov socialnega življenja).

Na tej točki je možnih več nadaljevanj: ugotavljanje možnih manifestacij okvirov v komunikacijskem tekstu, podrobnejša razgrnitev pristopov k teoriji okvirjanja ali razgled na širše teoretsko okolje okvirjanja. Začnimo s slednjim.

2.3 Teorije medijskih učinkov – sestrčne ali različne?

Teorija okvirjanja izhaja iz podobnih razmislekov kot teoriji prednostnega tematiziranja in priminga. Teorije medijskih učinkov sicer obravnavajo učinke, ki jih imajo mediji na svoje uporabnike. Ker občinstva komunicirajo prek medijev, imajo ti bistven vpliv na sprejemanje sporočil ter implicitno tudi na ustvarjanje mnenja o teh sporočilih oziroma temah, ki so v njih vsebovane. O teorijah medijskih učinkov piše med drugim Jana Potočnik v svojem diplomskem delu (Potočnik 2008, 7-16).

2.3.1 Prednostno tematiziranje

Kot piše Weaver (2007, 142), »osredotočanje na okvirjanje ne pomeni nujno zavračanja spoznanj raziskovanj znotraj teorije prednostnega tematiziranja, ki jo bolj zanima to, katere teme so izpostavljene (oziroma *o čem* se poroča), kot to, *kako* se o teh temah poroča in razpravlja« (poudarki so avtorjevi). »Teorija

prednostnega tematiziranja pravi, da obstaja močna korelacija med poudarki, ki jih množični mediji dajejo določenim temam (ti poudarki bazirajo na relativnem obsegu 'pokrivanja' tem), in pomembnostjo, ki jo tem temam pripišejo občinstva« (McCombs in Shaw v Scheufele in Tewksbury 2007, 11). In celo več, »s tem, da mediji posvečajo pozornost zgolj nekaterim temam in zanemarjajo ostale, določajo bralcem dnevnega tiska, poslušalcem radijskih oddaj in gledalcem televizijskih novic lestvico, po kateri posamezniki javne zadeve razvrščajo po pomembnosti. Percepcija tega, katere teme imajo pri prejemnikih prednostno mesto, je tako zrcalna slika tiste, ki jo konstruirajo množični mediji« (Oblak 2000, 96–97). Ob tem velja tudi, da model ne implicira že kar tudi medijskega oblikovanja posameznikovih stališč, pač pa zgolj določa to, o čemer se ljudem zdi pomembno razmišljati (Oblak, 2000).

McCombs ugotavlja, da je okvirjanje zgolj »prefinjena različica prednostnega tematiziranja« in da okviriti pomeni »narediti določene vidike tematike bolj poudarjene, izstopajoče skozi različne načine predstavljanja ter s tem prevetrili posameznikova mnenja« (McCombs v Scheufele in Tewksbury 2007, 14–15). Ta fenomen McCombs razume kot drugi nivo prednostnega tematiziranja. Prednostno tematiziranje se tako deli na dva nivoja, prvi se ukvarja z relativno pomembnostjo, izrazitostjo, izstopanjem tematik ali subjektov, drugi pa raziskuje izstopanje atributov oziroma lastnosti teh tem. (Scheufele 2000; Scheufele in Tewksbury 2007; Weaver 2007).

Okvirjanje je torej drugi nivo prednostnega tematiziranja (McCombs v Weaver 2007). Kot zaključuje Weaver, sta okvirjanje in drugi nivo prednostnega tematiziranja bolj osredotočena na to, *kako* so teme ali akterji predstavljeni kot na to, *katere* teme so predstavljene in sporočane; oba se bolj ukvarjata z načini mišljenja kot z objekti tega mišljenja (Weaver 2007). A Tanja Oblak (2000, 97–98) ugotavlja tudi, da »gre med prednostno lestvico tem v medijih in individualno percepcijo prednostnih tem prej za *neskladnost* kot pa za vzročni učinek prve na drugo,« in da je »bolj kot vloga *pogostosti teme v medijih* za občinstvo morebiti odločilna *stopnja argumentiranosti posredovane vsebine*« (poudarki so avtoričini). Izraz 'stopnja argumentiranosti posredovane vsebine' pa ni več daleč od definicij okvira zgoraj.

2.3.2 Priming

Priming je »sprememba v standardih, ki jih ljudje uporabljajo pri političnem ocenjevanju« (Iyengar in Kinder v Scheufele in Tewksbury 2007, 11). Weaver (2007, 145) priming razume kot »posledico prednostnega tematiziranja za javno mnenje«. Učinek priminga se zgodi, ko vsebina novic sugerira občinstvom, naj specifične teme v novicah uporabijo kot primerjavo pri ocenjevanju uspešnosti vlad in političnih akterjev.

Da gre za neke vrste podaljšek prednostnega tematiziranja, obstajata dva razloga: (1) oba učinka bazirata na modelih procesiranja informacij, ki temeljijo na spominu; ljudje tako oblikujejo svoja mnenja na podlagi najbolj izstopajočih/najpomembnejših premislekov (ki so tudi najbolj dostopni) v času odločitve; (2) s tem, ko nekatere teme ali akterje naredijo za bolj izrazite in pomembne (prednostno tematiziranje), množični mediji lahko oblikujejo razmisleke, ki jih občinstva upoštevajo, ko ocenjujejo te teme ali akterje (priming). (glej Scheufele in Tewksbury 2007).

2.3.3 Umestitev okvirjanja v družino teorij medijskih učinkov

Okvirjanje se kljub nekaterim sorodnostim konceptualno razlikuje od obeh teorij, ki sta osnovani na dostopnostnih modelih, saj bazira na predpostavki, da to, kako je tema okarakterizirana, lahko vpliva na to, kako jo občinstva razumejo. (Scheufele in Tewksbury 2007). Korenine teorije okvirjanja segajo na področja tako psihologije kot sociologije ter s tem tvorijo podlago za pojmovanje in raziskovanje tako na mikro- kot na makro ravni. Prednostno tematiziranje (s primingom) je v tem smislu ožje in bolj omejeno.

Podobno kot že zgoraj omenjeno, gre prednostnemu tematiziranju za »selekcijo kot determinanto percepcij pomembnosti tematik in, skozi priming, ocenjevanj političnih akterjev. Okvirjanje pa se ne fokusira na to, katere teme so izbrane za medijsko 'pokritje', pač pa na specifične načine njihovega predstavljanja« (Price in Tewksbury v Scheufele in Tewksbury 2007, 15). S tem pridemo tudi do temeljnejših razlik. Prednostno tematiziranje in priming sta osnovana na dostopnosti, kar pomeni, da so učinki vplivov medijev na mnenja občinstev

rezultat izstopajočih, poudarjenih tem, ki so hkrati bolj dostopna, in si jih občinstva lažje zapomnijo.

Učinki okvirjanja pa so osnovani na primernosti oziroma uporabnosti (ang. applicability). Primernost se »nanaša na rezultat medijskega sporočila, ki sugerira povezavo med dvema pojmom, tako da, potem ko so bila izpostavljeni sporočilu, občinstva sprejmejo, da sta povezana« (Price in Tewksbury v Scheufele in Tewksbury 2007, 15). Sporočilo lahko sugerira povezavo med davčno politiko in stopnjo brezposelnosti in da je najboljši način premišljevanja o tem ali želimo višje oziroma nižje davke skozi upoštevanje premisleka ali hkrati želimo večjo oziroma manjšo brezposelnost. S tem sporočilo latentno pove, da so razmisleki o nezaposlenosti primerni tudi za razmišljanja o davkih (Scheufele in Tewksbury 2007).

2.3.4 Ali je okvirjanje prepričevanje?

Na širšem področju okvirjanja medijskih vsebin delujejo spin doktorji, piarovci, oglaševalci, oblikovalci, že omenjeni novinarji in drugi medijski izvajalci reprezentacije realnosti oziroma ustvarjalci medijske realnosti. Ti nekatere lastnosti, attribute ali specifične obravnavane teme, izdelka ali osebe poudarijo z namenom oblikovanja okvira, v katerem bodo mediji o tej temi, izdelku, vsebini poročali oziroma ga bo občinstvo percepiralo. Najbrž velika večina to počne z namenom prepričati javnost v svoj vidik, v svoje argumente, v svoj prav, v svoj *okvir*. Ali gre torej pri okvirjanju in prepričevanju za enak proces?

Nelson in kolegi (Nelson in drugi 1999) ter Chong in Druckman (2007) menijo, da ne. V zgornji enačbi okvirjanja (vrednost atributa x njegova specifična teža) je učinek prepričevanja posledica spremembe vrednosti atributa, učinek okvirjanja pa posledica spremembe specifične teže (Chong in Druckman 2007). Prepričevanje se tako »zgodí, ko komunikator uspešno revidira vsebino posameznikovih prepričanj o mnenjskem objektu in nadomesti ali dopolni ugodne misli z manj ugodnimi ali obratno, recimo v primeru, da nas politično sporočilo prepriča, da dobrobiti socialne države presegajo in upravičujejo njene stroške« (Nelson in drugi 1999, 1040–1041). Učinek prepričevanja je torej, če

denimo po prebranem intervjuju z nekim politikom spremenimo oceno njegovih izjav, stališč, vrednot oziroma svoje (ne)strinjanje z njimi.¹

Učinek okvirjanja pa je, če po prebranem intervjuju bolj upoštevamo politikove vidike in argumente, in jih privzamemo kot relevantne. Še bolj podrobno: recimo, da pred intervjujem trdno zagovarjamo dobrobiti socialne države, pomen solidarnosti in univerzalnega temeljnega dohodka ter tudi višjih davkov, ki jih zato plačujemo, politik pa zagovarja nižje davke, razvoj gospodarstva, ki da generira tudi občo blaginjo, ter zasebno pobudo. Če po intervjuju socialno državo zagovarjamo manj močno, oziroma se celo nagibamo k politikovim stališčem, je prišlo do učinka prepričevanja. Učinek okvirjanja pa bi v tem primeru lahko bil ta, da pri svojem razmisleku o socialni državi višje vrednotimo tudi vidik, da je treba poskrbeti za prihodke te socialne države, ali da ima zdaj za nas gospodarstvo kot akter oziroma interesna skupina večjo težo, ali v najširšem pogledu tudi to, da sta alternativni samo socialna in *vitka* država. V teh primerih intervju s politikom ni spremenil našega mnenja, je pa spremenil težo, ki jo pripisujemo argumentom, vrednotam in vidikom politika.

Drug primer: za preboj univerzalnega temeljnega dohodka med eminentne politične teme, o katerih teče javna razprava, je najbrž neučinkovito prepričevanje, da je ta koncept nekaj dobrega. Bolj učinkovita je recimo objava ankete o strinjanju z uvedbo UTD v več slovenskih medijih. Učinek prepričevanja kot spremembe mnenja oziroma ocene UTD se skoraj verjetno ne bo zgodil. Zelo verjetno pa se bo zgodil učinek okvirjanja, saj ob objavi ankete implicitno vrednotimo temo UTD kot temo z zadostno specifično težo oziroma

¹ Prepričevanje je po tej definiciji pojmovano ožje. O'Donnell in Kable sta denimo definirali prepričevanje širše: »kot kompleksen, kontinuiran, interaktiven proces, kjer sta pošiljatelj in prejemnik povezana s simboli, verbalnimi in neverbalnimi, s pomočjo katerih namerava prepričevalec vplivati na občinstvo, da spremeni obnašanje ali stališče pod posledicami sprememb percepcij« (O'Donnell in Kable v Jowett in O'Donnell 2006, 31). V tako pojmovanje lahko uvrstimo tudi okvirjanje, ki tako postane eden od načinov prepričevanja, saj njegov učinek (sprememba teže stališča in ne vsebine stališča) pravzaprav pomeni spremembo stališča. Vendar vseeno lahko razločujemo procese okvirjanja od ostalih načinov prepričevanja. Šele s tem, ko učinek okvirjanja povzroči spremembo teže stališč, dobimo predpogoj za potencialno vsebinsko spremembo stališč, kar v manj generični definiciji (Nelson in drugi 1999) pomeni prepričevanje. Učinek okvirjanja je torej resda eden od načinov (širše pojmovanega) prepričevanja, a z bistveno različnim procesom delovanja in učinkovanja.

pomembnostjo za objavo in razpravo. V takih razmerah pa bo tudi kasnejše prepričevanje bolj uspešno.

Kot zaključujeta Chung in Druckman (2007), morajo za uspeh politiki, ki so se v prejšnjem mandatu izkazali z uspešno ekonomsko politiko, hkrati uspešno sporočiti, da so na ekonomskem področju opravili dobro delo (prepričevanje), a hkrati tudi uspešno postaviti ekonomijo kot osnovno temo za ocenjevanje volilcev (okvirjanje). Okvirjanja torej ne moremo enačiti s prepričevanjem, gre pa za komplement, predpogoj, enega od načinov prepričevanja. Prepričevanje kot sprememba ocen lastnosti je brez učinka v okolju, ki teh lastnosti ne vrednoti visoko. To pa dosežemo z okvirjanjem.

2.4 Lokacije okvirjev: se vse začne na podstrešju?

Okvir sem do zdaj opisoval v smislu ogrodja, »centralno organizirane ideje« (Gamson in Modigliani v Price 2005, 180) medijskih sporočil. Okviri se formirajo na strani medijev, ki tako poskušajo svoje vsebine čimbolj približati javnostim, ter tudi na strani naslovnikov, ki si medijske vsebine razlagajo in interpretirajo po svoje. So torej medijski okviri in okviri kot notranje mentalne sheme razumevanja sveta. Okvirjanje kot proces na strani medijev deluje kot oblikovanje pomena medijskih sporočil (van Gorp 2007), na strani občinstev pa kot prej omenjeni učinek spremembe specifične teže obravnavanih lastnosti ali tem.

A s tem raziskovanja področij okvirov še ne izčrpamo. Iz primera okvira hladne vojne Entman izpelje vsaj 4 lokacije okvirjev v komunikacijskem procesu: sporočevalec, tekst, prejemnik, kulturno okolje. Sporočevalec se *okvirno* odloči, zavestno ali nezavedno, kaj bo sporočal, pri čemer ga vodijo okviri (mentalne sheme), po katerih je organiziran njegov sistem mišljenja in vrednot. Tekst vsebuje okvire, ki se manifestirajo s prisotnostjo ali odsotnostjo določenih ključnih besed, besednih zvez, fraz, podob, navedb virov informacij in stavkov, ki oskrbijo tematsko podrepljene skupine dejstev ali sodb. Okviri, ki vplivajo na prejemnikovo mišljenje in sklepanje, niso nujno tisti iz teksta, ali tisti, ki jih želi posredovati sporočevalec. Kulturno okolje je zaloga uveljavljenih okvirjev;

pravzaprav bi ga lahko označili kot niz splošnih okvirjev, razstavljenih v diskurzu in mišljenju večine ljudi v socialni skupini. (Entman 1992, 52–53)

Gamson posamičnost definicij okvirjanja in njegovega nastanka širi v »model družbene konstrukcije. /.../ Okvirjanje javnega mnenja je konceptualizirano kot kolektiven in družben proces, v katerem so pomeni aktivno konstruirani skozi javne debate, in v katerem navadni državljani uporabljajo medijski diskurz, osebno izkušnjo in 'zdravo pamet', ko se pogajajo o pomenu« (Gamson v Price in drugi 2005, 180).

Okvirjanje je tako »povezovalni koncept med kognicijo in kulturo«, kot se izraža van Gorp (2007, 61). Pri raziskovanju procesov okvirjanja znotraj širših političnih, družbenih in kulturnih kontekstov pa ne smemo zanemariti pomena moči in kulture, še opozarja.

Socialni konstrukcionizem v kontekstu medijskih študij poudarja aktivno vlogo občinstva, ki interpretira in konstruira pomene. Mediji imajo tako moč nadzorovanja količine alternativ, ki so naslovnikom dostopne ob konstrukciji družbene realnosti (Pan in Kosicki, 1993). Z apliciranjem celega seta nenehnega okvirjanja prispevajo k interpretaciji in vrednotenju socialnega sveta, a skozi okvire izražajo partikularne interese. (van Gorp 2007). Zato je posebej pomemben kulturni in socialni kontekst okvirov.

Van Gorp se pri tem naslanja na Ervinga Goffmana, ki okvire, z njihovo samosvojo logiko in pomenom, pojmuje kot najbolj kar se da neodvisne od posameznika, in namesto tega predvsem poudarja njihovo povezavo s kulturo. Kultura je tu mišljena kot organiziran niz prepričanj, kodov, mitov, stereotipov, vrednot, norm, okvirov, ki so skupni v kolektivnem spominu neke družbe. Repertoar okvirov je umeščen daleč od individuuma, a jih z ostalimi kulturnimi fenomeni izkorišča, še posebej ko jih medijski akterji uporabljajo in povečujejo v svojih sporočilih oziroma predstavljanjih občinstvom (van Gorp, 2007).

Konceptualizacija kulturne *zaloge okvirjev* van Gorpu (2007) služi za formulacijo naslednjih premis: (1) Obstaja več alternativ kot jih je trenutno uporabljenih, vodijo lahko k drugačnim definicijam topik, tem in oseb. Lahko vidimo različne pomene istih dogodkov, odvisno od uporabljenega okvira. V analizi okvirjev je

razlikovanje med okviri pomembno, saj tako lahko določimo tiste, ki so dominantni v različnih družbenih, političnih ali zgodovinskih kontekstih in obdobjih. (2) Ker so okviri del kulture, sam okvir ni neposredno vključen v medijsko sporočilo – tekst in okvir sta neodvisna eden od drugega. Z implicitno sugestijo kulturne teme v procesu branja teksta lahko okviri določijo pomen, ki ga naslovnik pripiše predmetu razprave. (3) Ker so okviri povezani s kulturnimi fenomeni, proces socialne konstrukcije ostane skoraj neviden – njihov vpliv je prikrit. Zato jih lahko obravnavamo kot samosvoj mehanizem moči. Ker tudi naslovnikov nivo igra svojo vlogo, je okvir nekakšno povabilo k branju medijskih tekstov na določen način. (4) Ker so okviri del kulture, najbrž sploh ni striktno individualnih okvirjev. Kulturni pristop tako inkorporira učinek makrostrukture v proces okvirjanja. Kulturni procesi ne le da motivirajo, pač pa tudi vodijo način posameznikove interpretacije medijskih vsebin. Tu pride do ločitve dinamičnih mentalnih struktur (zbirk organiziranega znanja na nivoju posameznika) in stabilnih okvirjev (na nivoju družbe), ki tako predstavljajo širše interpretativne definicije družbene realnosti in so močno interaktivne z dinamičnimi mentalnimi strukturami. (5) Okviri se zaradi svojega obstojnega značaja skozi čas spreminjajo zelo malo in še to postopoma. Novinarji in občinstva jih soočajo enega z drugim, izbirajo nove, izgubljajo stare, a sami okviri ostajajo nespremenjeni. (6) Tako je bistvo okvirjanja družbena interakcija. Medijski akterji so v stiku s svojimi viri, občinstva so v stiku s samimi seboj in z medijskimi akterji. Okvirjanje tako vključuje medsebojne odnose in stike, ki se dogajajo med nivojem medijske vsebine, kognitivnim nivojem, izvenmedijskim nivojem, in nazadnje zalogo okvirov, ki je dostopna v dani kulturi (van Gorp, 2007).

Kot že omenjeno, okviri nimajo univerzalnega učinka na vsakega člana občinstva. Nekdo okvir močno upošteva pri branju medijskega teksta, drugi ga ignorira. Vendar, ko osnovno idejo okvira konstituirajo kulturne (vrednostne) teme, je morda osnova za resonanco med medijskimi teksti in naslovnikovimi individualnimi shemami močnejša. (van Gorp, 2007). Stuart Hall (med drugim v van Gorp, 2007) predlaga tri načine branja medijskih tekstov, ki so uporabni tudi za soočanje z okviri: dominantno, pogajalsko in opozicijsko branje – učinek okvirjanja deluje, učinek ukvirjanja deluje le delno, učinek okvirjanja ne deluje.

Ker pa se proces ne odvija na zavestni ravni, okvirji so namreč »največkrat neopaženi in je na implicitni ravni njihov učinek v prikritosti« (van Gorp 2007, 63), se osredotočimo na polje, iz katerega črpamo tisto samoumevno, s katerim znamo razbrati nenapisano.

2.5 Diskurz, okvirjev veliki brat

V eseju Delo reprezentacije (1997) Stuart Hall obravnava več teoretskih pojmov, s katerimi kulturološki in medijski teoretiki in raziskovalci razlagajo proizvodnjo pomena in vednosti, večinoma iz jezika kot »osnove misli in sebstva« (Burr 1995, 46). Za procese okvirjanja so sicer zanimivi pojmi mit (glej Barthes 1972), reprezentacija in ideologija (Grossberg 1998), a nudijo zgolj razlago mehanizmov, kamor se okvirjanje lahko komplementarno umesti, ne dodajo pa skoraj nič k dodatni osvetlitvi samega okvirjanja. Zato se raje posvetimo pojmu diskurza.

Kot misli Vivien Burr, gre za dva pristopa k diskurzu. Prvi se naslanja na francoski strukturalizem in poststrukturalizem, ukvarja se s temami identitete, sebstva, osebnih in družbenih sprememb, odnosov moči, ipd., drugi pa bolj stavi na performativne lastnosti diskurza, zanima ga, kaj ljudje počnemo s svojim govorjenjem ali pisanjem oziroma kaj hočemo s tem doseči ter se fokusira na konstrukcijo mnenj, kakšne učinke ta prinašajo naslovniku in sporočevalcu oziroma na retorična pomagala, ki jih ljudje uporabljamo. (Burr 1995). Pojem diskurza je tako preširok za podrobnejšo analizo, okvirjanje pa lahko dodatno osvetlim z osredotočenostjo predvsem na drugi pristop ter na razmerja moči, ki sem jih omenil že prej.

Diskurz je definiran kot »sistem trditev, ki konstruira objekt« (Parker v Burr 1995, 48) oziroma kot »prakse, ki oblikujejo objekt, o katerem govorijo« (Foucault v Burr 1995, 57) in še bolj podrobno kot »serija pomenov, metafor, reprezentacij, podob, zgodb, trditev, ipd., ki na nek način skupaj proizvedejo specifično različico dogodkov« (Burr 1995, 48). »Kar pišemo in govorimo, lahko torej pojmujejo kot primer diskurzov, kot priložnosti, ki jih imajo specifični diskurzi za konstrukcijo dogodka na nek način, ne pa na nek drug« (Burr 1995,

50). »Diskurz lahko pojmuje tudi kot neke vrste referenčni okvir, konceptualno ozadje, v smeri katerega interpretiramo« (Burr 1995, 50).

To pa že ni več daleč od definicij okvira. Okvir kot »vzorec interpretacije, skozi katerega ljudje klasificirajo informacije, da bi jih učinkovito obvladovali« (Scheufele 2004, 402), oziroma kot »centralna organizirana ideja ali rdeča nit, ki daje pomen« (Gamson in Modigliani v Price 2005, 180), lahko razumemo tudi kot manifestacijo diskurza, oziroma njegovo *reprezentacijo*. Glede na opise v prejšnjem odstavku so diskurzi okolja, iz katerih se formirajo okviri. Primer: analiza političnega diskurza nam pomaga razumeti način, na katerega funkcionira politična elita. Politiki se izrekajo o problemih, predlagajo rešitve, predstavljajo svoje nabore ukrepov. V tem diskurzu je samoumevno predpostavljeno, da bodo mediji politikom nudili prostor in čas, povzemali in objavljali njihove izjave, oziroma da jih bodo s tem vzpostavili kot udeležence javne razprave. Politični diskurz je tako poseben način, poseben sistem konstruiranja svojih akterjev v objekte. Znotraj tega diskurza šele nastane prostor za različne okvire v smislu različnih načinov interpretiranja dogodkov, praks, tematik. Znotraj tega diskurza lahko politiki razpravljajo o socialni ali vitki državi oziroma jih mediji povzemajo v teh dveh okvirih.

Prej navedene podrobnejše definicije diskurza pravzaprav enačijo ta pojem z okvirjem. A kot je koncept okvira v uporabi na več lokacijah (mikro- in makroraven, denimo), je tudi koncept diskurza, kot »nekaj, prek katerega proizvajamo vednost« (Hall 1997, 42), več kot zgolj drugo ime za okvir, ki bi po Hallovo, manifestiral zgolj pomen. To nas pripelje do širše ravni diskurza.

Foucault v svojem raziskovanju pravil in praks, ki proizvajajo smiselne izjave, diskurz opredeljuje kot »skupino izjav, ki zagotavljajo jezik, s katerim govorimo – način reprezentacije vednosti o nečem. /.../ Ker vse družbene prakse povzročajo pomen, pomeni pa oblikujejo in vplivajo na naše ravnanje (naše obnašanje), imajo vse prakse diskurziven značaj« (Foucault v Hall 1997, 44). Diskurz torej šele uvede različne načine (in različna pravila!), na katere lahko o določeni temi govorimo, oziroma opredeli sprejemljiv in razumljiv način, na katerega govorimo, pišemo, se obnašamo, hkrati pa že po definiciji izloči in omeji druge načine govorjenja in obnašanja v zvezi z določeno temo ter načine

konstruiranja vednosti o njej. Če imajo vse prakse diskurziven značaj, potem je vse izven diskurza brez smisla. Ne brez obstoja, pač pa brez smisla (Foucault v Hall 1997).

Diskurz ima teoretske zametke v lingvistiki in jeziku. Tudi za jezik (jezik kot sistem) lahko rečemo, da je vse izven njega brez smisla, in da z uporabo jezika vzpostavimo sebe. Diskurz torej konstituira objekt, podobno kot jezik govori nas (Saussure v Hall 1997).

Diskurz in okvir se zdita v podobnem odnosu kot je odnos med znakom in mitom, kjer je na prvi ravni znak sestavljen iz označenca in označevalca, na drugi, mitski ravni pa znak sam postane označevalec in skupaj z drugim označencem tvori nov znak, mit (Barthes 1972). Podobno lahko razmišljamo o okvirih: na prvi ravni se formirajo skozi »centralno organizirano idejo ali rdečo nit« (Gamson in Modigliani v Price 2005, 180) iz besednih zvez, naslovov, mednaslovov, fotografij, izbire virov, ipd. (več o tem malo kasneje). Na drugi ravni pa ti različni okviri skozi pomene, ki jih implicitno nosijo s seboj, oblikujejo diskurz kot svojstven način proizvodnje vednosti oziroma »prakso, ki oblikuje objekt, o katerem govori« (Foucault v Hall 1997, 44).

Hkrati pa je pomembno dejstvo, da imajo nekateri ljudje v določenih trenutkih večjo moč govora o določenih temah kot drugi, na (Foucaultov) primer moški zdravniki o norih ženskah pacientkah v 19. stoletju. Torej, kdor govori, ima možnost uvajanja diskurza, iz katerega črpa svoj govor. V večini družb o vseh temah govorijo odrasli, ki na ta način uvajajo svoj diskurz, ne pa tudi denimo otroci. Diskurz odraslih je zato dominantnejši od otroškega.

Moč izrekanja je torej predpostavka tudi za določanje tega, kdo lahko okvirja, v ali skozi medije. Povedano drugače, nekdo mora »izbrati nekaj aspektov spoznane realnosti in jih v komunikacijskem tekstu bolj izpostaviti na način, da tekst promovira partikularne definicije problema, kavzalne interpretacije, moralne ocene in/ali predlog ravnanja z obravnavano temo« (Entman 1993, 52). Mediji to moč imajo. Zdi se, da novinarji tekajo od tiskovne konference ene stranke do izjave za javnost druge stranke, da bi, sicer profesionalno, lahko svoje pisanje uokvirili na en, drug ali svoj način, a še vedno ostajajo znotraj

novičarskega diskurza (glej Pan in Kosicki 1993) sobivanja politike in medijev, spektakla in korektnosti, ali še širše kapitalizma in globalizacije.

2.6 Sestavni deli

Zdaj, ko smo torej osvetlili polje, kamor lahko širše umestimo pojmovanje okvira, se posvetimo še njegovim sestavnim delom. Tu mislim na oboje, okvir kot impliciten pojav v medijskih vsebinah in okvirjanje kot teoretsko-metodološki pojem.

Omenil sem že Entmanov primer okvira hladne vojne (Entman 1993), iz katerega izpelje vsaj 4 lokacije okvirjev v komunikacijskem procesu: sporočevalec, tekst, prejemnik, kulturno okolje. Scheufele (2004) pa lokacije in kontekste okvirjanja ter pristope znotraj teorije okvirjanja deli takole:

Tabela 2.1: Nivoji identifikacije okvirjev

Levels	System areas (selection)			
	Politicians / Political system	Journalists / Media system		Recipients / Society
Level of cognition	1	4		7
Level of discourse	2	5		8
Level of discourse product	3	6		9

Note: Shading indicates, which level or area is under study by which approach.

-  Communicator approach – cognition studies
-  Communicator approach – coverage studies
-  Public discourse approach / social movement approach
-  Media effects approach

Vir: Scheufele (2004, 402).

Okviri oziroma okvirjanje so lahko identificirani na treh sistemskih nivojih. Horizontalni nivo vključuje (1) politične akterje in druge interesne skupine in organizacije, (2) novinarje oziroma medijski sistem, (3) prejemnike (občinstvo) oziroma družbo. Ker mnogi avtorji govorijo o okvirih na več ravneh, tudi na vertikalnem nivoju lahko identificiramo okvire na tri načine: (1) kot kognitivni

kompleks povezanih referenčnih shem, recimo dogodki, razlogi, posledice, (2) v javnem oziroma medmedijskem diskurzu, (3) kot tekstualna struktura produkta tega diskurza (članki v časopisu, denimo).

Iz te klasifikacije Scheufele izpelje tri poimenovanja vej raziskav okvirjanja: (1) komunikatorski pristop se osredotoča na novinarsko kognicijo ali medijsko pokrivanje vsebin, v fokusu so novinarji oziroma mediji; (2) javnodiskurzivni pristop v makro fokusu raziskuje, kateri politični akterji lahko sprožajo svoje okvire v medije, ki so pojmovani le kot nosilec okvirjev drugih, v fokusu so sporočevalci vsebin; (3) učinkovni pristop pa se osredotoča na to, kako medijski okviri vplivajo na mentalne sheme, stališča, čustva in odločitve medijskih uporabnikov (Scheufele 2004), ti so v fokusu kot naslovniki.

Pregledali smo že drugo in tretjo skupino pristopov. Prvo, torej osredotočanje na novinarje oziroma medijski sistem, javni diskurz oziroma komunikatorski pristop, bomo zdaj.

Cappella in Jamieson (v de Vreese 2005) predlagata štiri kriterije, ki jih mora (novičarski) okvir izpolnjevati, da ga lahko pojmuje kot okvir:

1. Imeti mora konceptualno in lingvistično karakteristiko, ki jo lahko identificiramo
2. Mora biti splošno opažen v novinarski praksi
3. Okvir lahko zanesljivo razlikujemo glede na ostale okvire
4. Okvir morajo prepoznati tudi drugi, ne le domišljija raziskovalca

A kaj pravzaprav tvori okvir? Omenil sem že, da so to določene besedne zveze, fotografije, mednaslovi, naslovi, ipd. Entman kot možne identifikacijske točke okvirjev predlaga »prisotnost ali odsotnost določenih besednih zvez, fraz, stereotipnih podob, virov informacij in stavkov, ki zagotavljajo tematsko okrepljene skupine dejstev ali sodb« (1993, 52). Shah in kolegi se na to nanašajo z »izbirami jezika, citatov in relevantnih informacij« (2002, 367),

Gamson in Modigliani (1989) pa *pripomočke za okvirjanje* vidita v metaforah, primerih, frazah, opisih in vizualnih podobah.

Tankard (v de Vreese, 2005) predlaga najbolj izčrpen seznam ključnih točk za identifikacijo okvirjev:

1. Naslovi
2. Podnaslovi
3. Fotografije
4. Opisi fotografij
5. Uvodniki
6. Izbira virov
7. Izbira citatov
8. Citati v okvirčkih (pull quotes)
9. Logotipi
10. Statistike in grafi
11. Končne izjave in odstavki

A manifestativna raven okvira medijske vsebine pravzaprav ne funkcioniira sama. Moramo jo brati znotraj medijskega diskurza, da bi lahko zaobjeli njene učinke in pomen. Pan in Kosicki (1993) tako pišeta o štirih kategorijah, štirih strukturnih dimenzijah novinarskega diskurza, v katere pripomočke za okvirjanje (framing devices) lahko klasificiramo: sintaktične, poročanske (script), tematske in retorične strukture.

Sintaktične strukture so vzorci organizacije besed ali fraz v stavke. V kontekstu novinarskega diskurza nosijo malo informacij, po katerih bi bila novica razločljiv žanr same kompozicije medijske vsebine. Pogost je pojav obrnjene piramide kot

sekvenčne organizacije strukturnih elementov novice (naslov, uvodnik, epizode, ozadje, zaključek).

Poročanje se nanaša na zgodbe in poročanje o njih. Večina novic poroča o konkretnih dogodkih in to na način stabilne sekvence aktivnosti in komponent dogodka, ki je ponotranjena kot strukturirana mentalna reprezentacija dogodka. Gramatika zgodbe je generično sestavljena iz poznanih *kdo, kaj, kdaj, kje, zakaj, kako*. Zgodba (kot pripoved) deluje kot da ima popolne informacije, ima začetek, vrh in konec. Našo pozornost zbuja z dramo, akcijo, karakterji in človeškimi čustvi. Zaradi teh struktur so novice fragmentirane, posebljene in dramatizirane.

Tematske strukture se nanašajo na teme, ne na novice. Te vrste zgodb vsebujejo 'hipotezotestirajoče' lastnosti: dogodki so omenjeni, viri so citirani, predlogi so oblikovani; vse funkcionira kot podpora hipotezi. Tovrstne strukture bazirajo na naravi novic kot obliki (pridobivanja) znanja. Veliko je kazalnih trditev in pogojskih stavkov.

Retorične strukture opisujejo stilistične izbire novinarja v povezavi z učinki, ki naj bi jih te izbire dosegle (Pan in Kosicki 1993).

Če poenostavimo: ko beremo/gledamo/poslušamo medije, nismo soočeni le z golimi dejstvi, ampak s poročanji o njih. Ta poročanja so resda rezultat samih dogodkov, a tudi novinarskega okvirjanja, ki nastaja najprej v želji po približanju vsebine svojim uporabnikom, potem pa tudi v naslanjanju na že obstoječe zgodbe, mentalne sheme in vrednostne koncepte, tako znotraj novinarja (ali medija) samega kot tudi znotraj medijskih uporabnikov. Poleg okvirjanja kot procesa *tvorjenja rdeče niti* je v novinarski obdelavi vsebine na delu tudi proces strukturiranja oziroma ubeseditve v žanr kot tip novinarskega diskurza (glej Košir 1988). Ines Drame (1992) pri tem razločuje *medijsko konstrukcijo realnosti* in *konstrukcijo medijske realnosti*. Vse to vpliva na dojetje, razumevanje in interpretacijo medijske vsebine na strani uporabnikov medijev.

Tu trčimo ob mejo fokusa tega diplomskega dela, saj spet pridemo do širših struktur diskurza in socialne konstrukcije sveta, tokrat na bolj specifični, medijski ravni (glej vsaj Košir 1988; Drame 1992; Pušnik 2004). Obrnimo se torej nazaj

in v razgledu na okvire ugotovimo, da ne gre za enolične koncepcije, pač pa (poleg več možnih *rdečih niti* kot jeder okvirov) lahko tudi tu razločimo več tipov.

2.7 Kakšne tipe okvirjev poznamo?

Tipologija okvirjev ločuje najprej med tematskimi in generičnimi okviri (de Vreese 2005). Scheufele isto ločitev opredeljuje kot razliko med okviri, povezanimi z vsebino, in formalnimi okviri (Scheufele 2004). Prvi so primerni zgolj za specifične teme ali dogodke, drugi presegajo te meje in so lahko identificirani tudi v povezavi z drugimi temami, celo v drugih časovnih in kulturnih kontekstih (de Vreese 2005).

Tematski okviri so kot primer v povezavi z recimo intifado, internetom, ženskim gibanjem, delavskimi spori, v ZDA je znano okvirjanje Billa Clintona v zadnjem obdobju predsedovanja: škandalozno Clintonovo vedenje, škandalozen napad konzervativcev, škandalozen odziv liberalcev (Shah in drugi 2002, glej tudi de Vreese 2005). Z njimi si mediji pomagajo pri razlagi specifičnih tem, pri drugih temah in kontekstih so neuporabni.

Raziskave generičnih okvirjev so bolj obsežne (glej de Vreese 2005; Scheufele 2004). Strateško uokvirjena novica (1) se osredotoča na zmago ali poraz, (2) vključuje jezik vojne, iger in tekmovanja, (3) vključuje nastopajoče, kritike in občinstvo, (4) osredotoča se na kandidatov stil in zaznavanja, (5) daje težo anketam in položajem (popolarnosti) kandidatov (Jamieson v de Vreese 2005). De Vreese (2005) navaja Neumana in kolege, ki so razvili okvire kot jih uporablja občinstvo pri razpravah o trenutnih zadevah: zanimanje za ljudi (human interest), nemoč posameznikov ali skupin, ekonomija, moralne vrednote in konflikt. Ti okviri so bili identificirani v odnosu do različnih tem in problemov, kar povečuje verjetnost, da so bolj splošno uporabni kot bolj specifični tematski okviri (Neuman in drugi v de Vreese 2005). Semetko in Valkenburg (v de Vreese 2005) nasprotno identificirata novičarske okvire kot jih uporabljajo mediji: konflikt, zanimanje za ljudi (human interest), pripisovanje odgovornosti, moraliziranje, ekonomske posledice.

Opazimo lahko precejšnje prekrivanje, pa tudi nekatere razlike, kar nekatere okvire utrjuje kot splošnejše, tako formirani okviri pa so pravzaprav tudi nekakšna vodila za novinarje pri tem, kaj je objave vredno, in ne le načini upovedovanja medijske vsebine. Tako (v tem diplomskem delu) zadnjič pridemo do meje našega fokusa. Oglejmo si zato še nekatere metodološke implikacije in lastnosti teorije.

2.8 Metodologija okvirjanja

Iz dosedanjih ugotovitev je razvidno, da, je spremenljivka *okvir* lahko tako odvisna (druge spremenljivke vplivajo nanjo oziroma njene vrednosti) kot tudi neodvisna (vpliva na druge spremenljivke).

Pri prvi raziskovalce zanima, kaj vpliva na formiranje okvirjev oziroma kateri tipi učinkov okvirjev se pojavijo. Poleg že omenjenih vplivov znotrajmedijskih, širših družbeno-kulturnih in politično-hegemonističnih silnic na formacijo okvirjev velja omeniti še tipe učinkov okvirjanja. Scheufele (2004) jih deli takole: (1) prenos medijskih okvirjev in aktivacija naslovnikovih mentalnih shem, (2) formiranje in transformacija kognicije, (3) mnenjske in čustvene spremembe.

Pri drugi pa raziskovalce zanimajo učinki različnih tipov okvirjev (Scheufele 2004), na primer razlike med učinki tematskih in generičnih, moralnih in materialnih, strateških, ekvivalenčnih okvirjev (glej Druckman 2004; Scheufele 2004). Gre za razliko v tipih medijskega upovedovanja, oziroma za selekcijo kot proces okvirjanja. Mediji glede na vsebino (aktualna tema, politični kandidat, novice, predlogov politik) okvirjajo s specifičnimi okviri (politični kandidat je denimo med kampanjo uokvirjen lahko kot nosilec moralnih vrednot oziroma ideoloških stališč ali kot nosilec konkretnega ekonomskega programa; lahko je uokvirjen njegov program, ki ga povežejo s trenutno aktualno temo, ali se na drugi strani osredotočijo na njegovo strategijo in njen diskurz ter kandidata in njegove okvire (!) ocenjujejo v tem kontekstu).

Kot metode raziskave okvirjanj so najpogostejše terenske študije, eksperimenti in analize vsebine, raziskave mentalnih shem naslovnikov. Scheufele podaja splošno kritiko metod in merjenj, kjer očita predvsem pomanjkanje upoštevanj

podatkovnih nizov in naslanjanje na agregirane podatke; pomanjkanje longitudinalnih analiz, ki bi potrdile kavzalne interpretacije; pripravo naslovnikov na eksperiment s predtesti, ki merijo njihove mentalne sheme (Scheufele 2004).

Analiza okvirjanja torej ne razume medijskih vsebin kot psihološki stimulans s pomenom, ki ga lahko objektivno identificiramo; ravno tako ni omejena znotraj brez vsebinskega strukturalističnega pristopa. Njena veljavnost ne počiva na raziskovalčevih iznajdljivih branjih medijskih tekstov. Pač pa nasprotno razume medijske vsebine kot organizirana simbolična sredstva (devices; pomen je lahko tudi bolj *mehanski, strojni*), ki medsebojno delujejo s posameznikovim spominom v konstruiranju pomena. Sprejema tako predvidevanje normirane narave formiranja medijskega teksta kot večrazsežnostno koncepcijo samega teksta, ki dovoljuje kognitivne bližnjice tako v produkciji kot dojemanju novic. Hkrati njena veljavnost ohranja sistematične procedure pridobivanja podatkov o medijskih vsebinah, da bi lažje identificirala pomembne elemente, ki jih lahko uporablja občinstvo. Skladno s tem ne vidi prisotnosti okvirjev v medijskem tekstu neodvisno od bralcev. (Pan in Kosicki 1993)

2.9 Se bralci sčasoma kaj naučijo?

Ob zaključku osvetljevanja vzpostavljanja, lastnosti, procesov in širine pojmovanja okvira ter učinkov okvirjanja se posvetimo še posledicam okvirov in okvirjanja, ki jih ti puščajo na ljudeh. Ker gre pri okvirjanju lahko »tako za strategijo manipuliranja in zavajanja posameznikov kot tudi za proces učenja, v katerem ljudje pridobijo splošna prepričanja« (Chong in Druckman 2007b, 120), so tudi posledice neenoznačne.

Okvirjanje med raziskovalci javnega mnenja nosi negativno konotacijo, saj predvideva arbitrarnost distribucije (političnih) preferenc javnosti in da politične elite lahko manipulirajo popularne preference, da služijo njihovim interesom. Predpostavka večine takih raziskav je, da bi morali identificirati načine za odpravo učinkov okvirjanja (Chong in Druckman 2007b).

A učinki okvirjanja so neločljivo povezani s formiranjem drž in mnenj. Formiranje javnega mnenja vključuje selektivno sprejemanje in zavračanje konkurenčnih si

okvirjev, ki vsebujejo informacije o perečih temah in kandidatih. Diskusija in debata o ustreznih okvirih za konceptualizacijo določene teme na koncu pripelje do splošnih percepcij in sodb v zvezi s posledicami politik (Chong in Druckman 2007b).

Ustavimo se malo pri debati. Druckman z eksperimentom potrjuje, da so posamezniki, ki se vključijo v pogovore znotraj heterogene skupine (tu misli na heterogenost mnenj), manj dovzetni za učinke okvirjanja kot posamezniki, ki se v take pogovore ne vključujejo (Druckman 2004). Tekmovalnost med elitami in debate s heterogenimi mnenji omejujejo in pogosto izničijo učinke okvirjanja. Podobno učinkujejo homogene diskusije o določeni temi – med eksperti za to temo. To so pomembni konteksti do te mere, kolikor retorika in debata elit ter medosebni pogovori definirajo več političnih okolij. Še več, ti konteksti verjetno celo bolje posnemajo ekonomske, družbene in politične situacije kot eksperimenti v laboratorijih (Druckman 2004).

Dovzetnost za učinke okvirjanja velja le, če posamezniki ne razvijejo osnove za razločevanje med okviri in ostanejo konstantno ranljivi za spreminjajoče se reprezentacije tem. Upor okvirjem je ravno tako problematičen, če pomeni, da posamezniki ne morejo prepoznati in sprejeti dobrih argumentov za spremembo njihovih preferenc. Če debata posameznikov ne more seznaniti z novimi premisleki, ampak jim služi le kot opomnik na njihove že obstoječe vrednote, potem je prepričevanje skozi izmenjavo informacij nemogoče. (Chong in Druckman 2007b).

Kdaj torej okvirjanje učinkuje in na koga? Kot že omenjeno, Druckman ugotavlja, da je učinek slabši pri posameznikih, ki se vključujejo v mnenjsko heterogene pogovore (Druckman 2004). Reče pa tudi, da se učinki okvirjanja že sami po sebi »zgodijo pod zelo specifičnimi pogoji, ki vključujejo spremenljivke na individualni ravni, proceduralne in problemske značilnosti in kontekstualne okoliščine« (Druckman 2001b). Ugotavlja, da so učinki okvirjanja manjši, če ima respondent denimo višje kognitivne zmožnosti, močnejše razvita mnenja ali na kratko premisli svojo odločitev; da učinki izginjajo, če odločevalec svojo odločitev utemelji; in da je zelo pomemben tudi kontekst – pri neki repliki eksperimenta na temo zgoraj omenjenega okvirjanja izbruha bolezni (Tversky in

Kahneman 1986) so raziskovalci, če so subjektom povedali, da gre za medicinsko raziskavo problema, dobili podobne rezultate; če so jim povedali, da gre za statistično raziskavo, pa učinkov ni bilo (Druckman 2001b).

Druckman (2001b) iz svojih in drugih raziskav okvirjanja identificira nekaj faktorjev, ki delujejo kot moderatorji (tematskega) okvirjanja:

- predznanje (razvitost predhodnega mnenja vpliva na učinek okvirjanja): ljudje svojih preferenc ne utemeljujejo preprosto na najbolj ažurnih in pogosto slišanih okvirih elit, ampak jih vrednotijo v luči svojih obstoječih predispozicij.
- sodelovanje v javni razpravi: kot že omenjeno, pod določenimi pogoji državljani v javni razpravi razvijejo močnejša stališa in so manj dovzetni za učinke okvirjanja.
- politična informiranost: tu je odgovor na vprašanje o učinkih okvirjanja najmanj nedvoumen: študije kažejo, da so tisti z manj splošnega političnega znanja bolj dovzetni za učinke okvirjanja, češ, da bolje informirani ljudje razvijejo svoj okvir in so zato manj dovzetni za tistega v medijih (Kinder in Sanders v Druckman 2001b), pa tudi, da so učinki okvirjanja močnejši pri tistih, ki se na določeno zadevo bolj spoznajo, saj da okviri delujejo z alternacijo teže argumentov v trajnejšem spominu, ki jih imajo le bolj izobraženi (glej Nelson in drugi 1997b).
- kredibilnost vira: v primerjavi z manj kredibilnim virom bolj kredibilnemu ljudje bolj zaupajo in si z njim pomagajo razporediti več možnih okvirjev. Povedano drugače, okvirjanje je lahko bolj podobno kompetentnemu procesu učenja kot manipulaciji.
- tekmovanje med okviri: izpostavljenost le enemu okviru na splošno (lahko) pomeni klasične učinke okvirjanja, medtem ko pri trku več okvirjev, oziroma simultani izpostavljenosti udeležencev obema okvirjema (Sinderman in Theriault v Druckman 2001b) učinki okvirjanja izginejo; ljudje se namreč vrnejo k svojim predhodnim osnovnim načelom.

Druckman (2001b) sicer zaključuje, da državljani okvire uporabljajo na sistematičen in utemeljen način, a je verjetno to podobno preprosplošujoča izjava kot na drugi strani nekatere predpostavke, da je okvirjanje manipulacija, zarota elit, ki se v zdravih demokracijah ne bi zgodila.

Kako torej to vpliva na javno mnenje? »V enem ekstremu imamo državljane brez zadostno razvitih mnenj in stališč, ki so lahko rutinsko manipulirani z alternativnimi okviri problema; na drugi strani pa imamo državljane, ki se svojih načel in mnenj oklepajo tako trdno, da težijo le k okrepitvi svojih obstoječih pogledov, in okviri tako iz njih izvečejo enak omejen odziv. Ni čisto jasno, kateri portret javnosti je bolj zaželen« (Chong in Druckman 2007b, 120–121).

»Ideal je lociran nekje vmes: ljudstvo, ki ima informirana mnenja, a je tolerantno do alternativnih perspektiv in sprejemljivo za spremembo pred obličjem prepričljivega argumenta« (Hirschman v Chong in Druckman 2007b, 121).

2.10 Kdo lahko okvirja?

V množičnem komuniciranju mediji igrajo pomembno vlogo. Javnost med seboj ne komunicira neposredno, pač pa so nosilci te komunikacije mediji. Ker poleg te funkcije mediji na splošno opravljajo tudi vsaj funkcije zabave svojih občinstev, poti oglaševalcev do svojih potrošnikov in ustvarjanja dobička za svoje lastnike, in ker so v prvem planu namenjeni različnim javnostim, je različna tudi njihova kredibilnost pri poročanju oziroma posredovanju svojih vsebin.

Kot sem opisal, je kredibilnost vira tudi eden izmed »moderatorjev okvirjanja« (Druckman 2001b; Druckman 2001a). Različni viri (z različno kredibilnostjo) glede na svoja občinstva vsebine različno uokvirijo; na dolgi rok se pravzaprav šele s tem izriše kredibilnost, saj zaradi diverzificiranosti medijev diverzificirana občinstva lahko vedo, kaj od posameznega medija pričakovati, in kako bo to upovedano, ter zato medij, ki jim bolj zadovoljuje potrebe, bolj uporabljajo. A kaj je pravzaprav kredibilnost medija? Gre res/zgolj za zadovoljevanje potreb uporabnikov?

Druckman (2001a) kot primere operacionalizacije kredibilnosti našteva javno odobravanje, všečnost, skupno ideologijo. Hovland (1951, 636) kredibilnost vidi kot »biti vreden zaupanja«. Lupia (v Druckman 2001a) predlaga, naj pri kredibilnosti upoštevamo dve lastnosti: vir (1) poseduje relevantno znanje o trenutnih relevantnih vidikih in (2) občinstvo mu lahko zaupa pri razkrivanju tega, kar ve.

Tudi Sternthal in drugi (1979) govorijo o dveh komponentah kredibilnosti. Virova strokovnost je kot prva komponenta zaznana sposobnost vira za izrek pravih trditev. Virova vrednost zaupanja pa je definirana kot stopnja, do katere občinstvo percipira virove trditve kot za občinstvo veljavne. Postavijo tudi tri premise razmisleka. (1) Vir, ki je močno vreden zaupanja in/ali strokoven, sproža bolj pozitivna mnenja o položaju, ki ga zagovarja kot vir, ki je manj vreden zaupanja in/ali strokoven. (2) Močno kredibilen vir pogosto pregovori v večjo vedenjsko skladnost kot to uspe manj kredibilnim virom. (3) Virova vrednost zaupanja in strokovnost ne vplivata na takojšen priklic (pomnenje) komunicirane vsebine.

Birnbaum in Stegner (1979) kredibilnost vira razdelita na tri stopnje: (1) virovo ekspertizo, strokovnost, (2) virovo pristranskost, (3) odločevalčevo pristranskost. Ekspertiza se nanaša na zaznano korelacijo med poročanji vira in rezultati empirične verifikacije. Stopnja ekspertize je odvisna od faktorjev kot so usposabljanje, izkušnje, sposobnost. Virova pristranskost zajema zaznane dejavnike vpliva na pričakovano razliko med poročanji vira in resničnim stanjem stvari. Odločevalčeva pristranskost je definirana podobno kot virova, v smislu odločevalčevega gledišča na stvar. (Birnbaum in Stegner 1979).

Naj pojasnim še malo globlje. Ekspertiza je večja, če se poročanja vira potrdijo tudi empirično. Primer virove pristranskosti je lahko denimo situacija, ko prodajalec rabljenega avta v avtosalonu poda boljšo oceno in opis avtomobila od resnične. Ne moremo mu očitati nestrokovnosti, zaradi (v tem primeru) njegovih lastnih interesov pa vseeno pride do odklona od resničnega stanja stvari. Odločevalčeva pristranskost pa se lahko zgodi v primeru, ko na podlagi različnih (pristranskih ali ne) virov nekdo odloči, in pri tem tretira različne vire različno, pač glede na svojo pristranskost. Medijem lahko priznavamo

strokovnost pri poročanju, upovedovanju novic, procesih množičnega komuniciranja. Hkrati so njihovi viri lahko pristranski, kljub strokovnosti. Ko novinarji pišejo zgodbo ali komentar, so lahko pri izbiri virov in teži, ki jim jo dajejo, pristranski zaradi svojih lastnih pogledov ali stališč (Birnbaum in Stegner 1979).

Povzamemo torej lahko, da je kredibilnost vira povezana tako s strokovnostjo kot tudi s tako moralno držo in samorefleksijo, ki omogočata njegovo čimmanjšo pristranskost in s tem večje zaupanje naslovnikov. Hkrati večina raziskovalcev učinek kredibilnosti vira vidi v nekakšni virovi superiornosti, ki rezultira v prepričevanju naslovnikov. Druckman (2001a) piše, da so v takih študijah kredibilnost vira uporabili kot moderator vsebine mnenj oziroma kot pojasnjevanje procesa prepričevanja (glej tudi Petty in Wegener 1998), in da je za uporabo v postopkih merjenja učinkov okvirjanja treba raziskati, kako kredibilnost vira vpliva na pomembnost oziroma težo posameznih mnenj ali argumentov, in ne na njihovo vsebinsko spremembo.

2.11 Pripisana pomembnost: analogna ali digitalna sprememba mnenja?

Teorija okvirjanja kot unikum in razloček od ostalih prej omenjenih teorij v procesih množičnega komuniciranja in tvorjenja javnega mnenja predpostavlja ne le mnenje oziroma argument, pač pa tudi njegovo težo. Okvirjanje ni proces preprostega prepričevanja, ki bi stališče 'da' spremenil v stališče 'ne' oziroma stališče '20–30' v stališče '30–40', pač pa proces spreminjanja pomembnosti oziroma teže takih stališč, ki rezultira v dejstvu, da je stališče 'da' še vedno lahko 'da', le da je njegova teža oziroma pomembnost spremenjena zaradi drugega okvira.

Pomembnost oziroma težo mnenja Nelson in drugi (1997a; 1997b; 1999) opredeljujejo kot drugo komponento (poleg vsebine) v modelu pričakovane vrednosti posameznikovega mnenja, katerega enačbo sem opisal zgoraj. Gre za »subjektivno utež« (Nelson in drugi 1997a), svojstveno vrednotenje, pomembnost, tudi relevantnost, ki poteka na psihološki ravni posameznika (Nelson in drugi 1999).

Tetlock (1986) predstavlja model pluralizma vrednot. Ta predvideva, da ljudje premišlujejo o področju določene teme na integrativno kompleksen način do te mere, da področje teme aktivira vrednote v konfliktu, ki jih ljudje percipirajo kot (a) pomembne in (b) približno enako pomembne. Tetlock ugotavlja, da preference o politikah najboljše predvidimo iz vednosti o tem, katera izmed vrednot v konfliktu se zdi udeležencem bolj pomembna, in da integrativno kompleksnost sklepanja, razlage ljudi o problemih politik najboljše predvidimo iz vednosti o podrobnostih razrstitve in povprečja pomembnosti vrednot v konfliktu (Tetlock 1986).

Anderson pa (v Nelson in drugi 1997a) subjektivno uteževanje definira kot zaznano relevantnost ali pomembnost specifičnega mnenja za splošno stališče oziroma mnenje, denimo pomembnost kandidatovega stališča o splavu za določitev splošnega stališča do kandidata.

Zdi se torej, da je v splošnem pomenu prepričevanje konceptualizirano v digitalnem smislu. Imamo različne prepričevalce in za njihove argumente se odločamo znotraj digitalnega razpona 1 ali 0: so nas prepričali ali pa nas niso (glej tudi opombo 1, stran 16). Okvirjanje pa je ravno zaradi svojega elementa pripisane pomembnosti, kot bomo imenovali tudi odvisno spremenljivko v nadaljevanju, konceptualizirano analogno. S spreminjanjem pripisane pomembnosti argumentov lahko svoja splošna stališča ohranimo, hkrati pa lahko določen prav damo tudi prepričevalcem. Vrednost pripisane pomembnosti ni 'vzemi ali pusti', pač pa zajema širši spekter, kjer lahko govorimo o niansah.

2.12 Kako naprej?

Glede na teoretsko podlago, podkrepljeno s primeri, in 'emancipatorno' poanto Nelsona in kolegov (1997a; 1997b; 1999), Druckmanna (2001a; 2001b; 2004) ter Chonga in Druckmana (2007a; 2007b), v nadaljevanju v eksperimentu obravnavam okvirjanje v smislu različnih načinov poročanja o gradnji gospodarsko-stanovanjskega kompleksa na Ljubljanskem barju.

Zakaj ravno Ljubljansko barje in ekologija? Ker ekološke teme tudi medijski in politični *mainstream* obravnava z vse večjo resnostjo in ker se zdi, da je tudi

med manj strokovno javnostjo trend biti *eko, zelen, z manj porabe*, ipd., sem predvideval, da bodo udeleženci bolj zainteresirani za sodelovanje v eksperimentu z (vsaj delno) okoljsko tematiko. Hkrati na svetovnem, *globalnem*, nivoju potekajo javne razprave o segrevanju ozračja, pomenu narave, ekološkem obnašanju, zmanjševanju porabe energije, ipd., kjer se tudi strokovnjaki ne strinjajo povsem, ne o stanju ne o načinih, kako ga preseči. Zdi se torej, da je v svetovnem merilu ta tema češnja na torti topik javne razprave, ki je še nismo pojedli z dorečenostjo in strinjanji. Obstaja torej več okvirjev na to temo in vzemirljivo jih je opazovati v samem vrhuncu razprav.

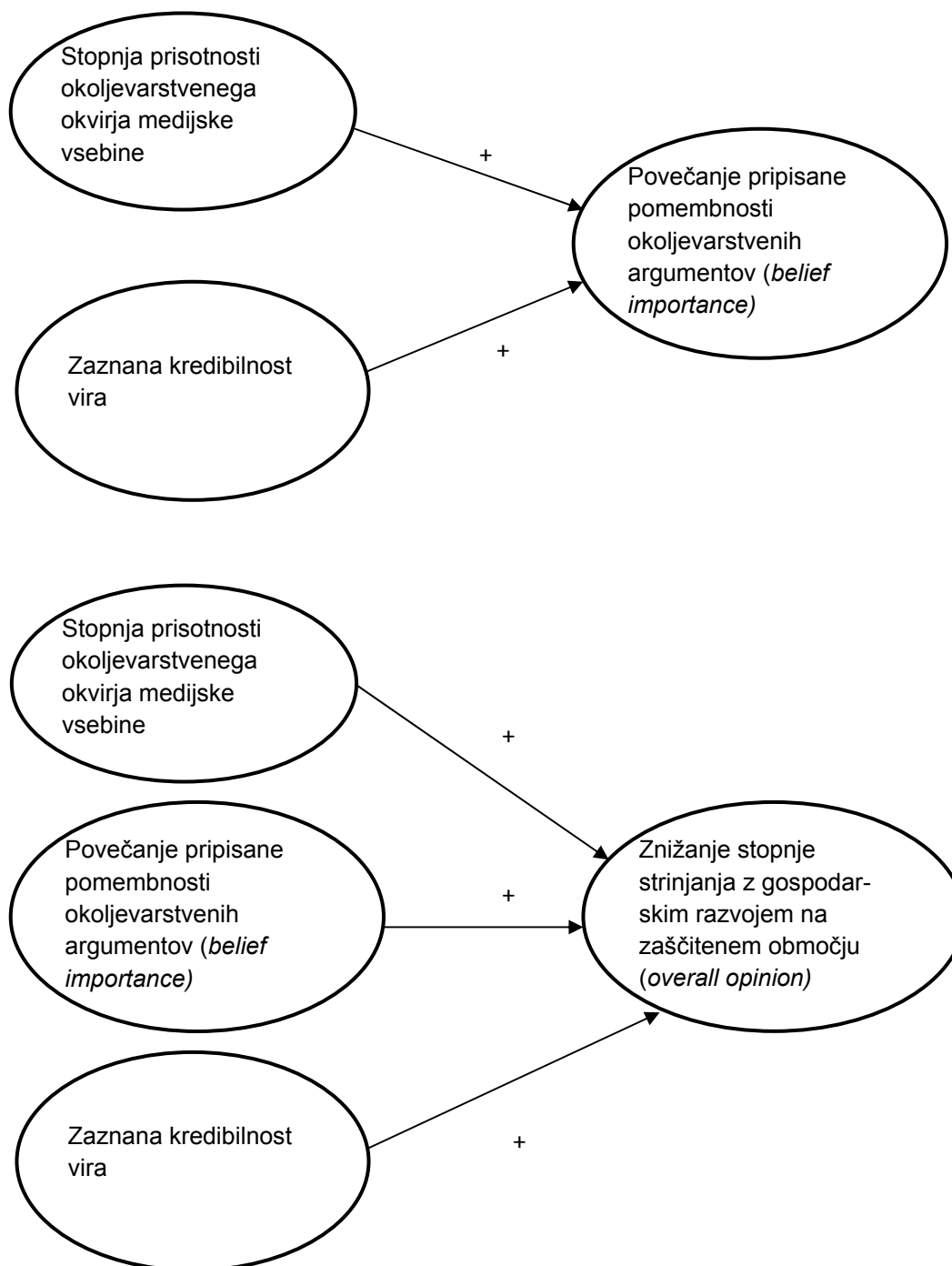
Za razliko od (predvsem ameriških) siceršnjih raziskav in eksperimentov, ne uporabljam več okvirjev kot indikatorjev neodvisne spremenljivke, pač pa bom gradil na deležu, ki ga ima glede na ostale okvire v tekstu okoljevarstveni okvir. Konzumenti medijske realnosti s(m)o namreč skoraj vedno izpostavljeni več okvirjem naenkrat, teme se okvirjajo in reokvirjajo, pozabljajo in obnavljajo, postavljajo v različne kontekste. Izziv je torej za sporočevalca priti do besede, za prejemnika, da to besedo sliši, in za raziskovalca, da analizira oboje, upoštevajoč tudi govorjenje ostalih sporočevalcev.

Kot neodvisni spremenljivki uporabljam kredibilnost vira in stopnjo (delež) okoljevarstvenega okvira v tekstu, odvisni spremenljivki pa sta sprememba pripisane pomembnosti argumentov, ki vplivajo na mnenje, in sprememba stopnje strinjanja s predlogom.

3 Empirični del

3.1 Raziskovalni model

Slika 3.1: Raziskovalni model v dveh delih



3.2 Definicije spremenljivk in indikatorji

3.2.1 Povečanje pripisane pomembnosti argumentov

Pomembnost okoljevarstvenih argumentov je zaznana relativna teža specifičnih trditev, vrednot, idej, dejstev v zvezi z okoljem, življenjskimi prostori živih bitij, ekologijo. (glej Nelson in drugi 1997a; Nelson in drugi 1997b; Nelson in Oxley 1999; Druckman 2001).

Pomembnost okoljevarstvenih argumentov je tako seštevek vrednosti okoljevarstvenih argumentov, ki jim jo respondenti pripišejo glede na druge argumente. To storijo tako, da vse argumente razvrstijo po vrstnem redu od zanje najbolj do najmanj pomembnega. Vrednost argumentov se giblje od maksimuma 6 za najpomembnejši argument do minimuma 1 za najmanj pomemben argument.

Pomembnost okoljevarstvenih argumentov se tako v območju vrednosti lahko giblje od minimuma 3 (1+2) do maksimuma 11 (5+6). Povečanje pomembnosti okoljevarstvenih argumentov pa se v območju vrednosti giblje od minimuma 0 do maksimuma 5. Končna vrednost spremenljivke je torej pozitivna razlika med seštevkom vrednosti okoljevarstvenih argumentov po in pred stimulusom.

Indikatorji te spremenljivke so argumenti v tabeli 3.2. Navodilo za udeležence je naslednje: Kako pomembni se vam zdijo naslednji argumenti kot pomoč pri odločanju v zvezi z obravnavano temo? V polja na levi z zaporednimi številkami (1–6) označite posamezne argumente tako, da najpomembnejši argument dobi najvišjo vrednost (6), drugi najbolj pomemben drugo najvišjo vrednost (5), vse do najmanj pomembnega, ki dobi najnižjo vrednost (1).

Tabela 3.2: Indikatorji pripisane pomembnosti okoljevarstvenih argumentov

	Projekt omogoča nova delovna mesta in razvojno-gospodarske učinke na območje.
	Potrebno je zaščititi naravo, zrak, podtalnico, kulturno krajino, saj ima tak projekt lahko negativne ekološke učinke na območje.

	Projekt bo povečal število prebivalcev na območju, kar bo povzročilo določene socialne učinke in urbanizacijo območja.
	Lokalna skupnost bo zaradi ekonomske uspešnosti projekta lahko pridobila dodatne prihodke.
	Potrebno je ohranjanje živalskih in rastlinskih vrst ter njihovega življenjskega okolja, saj ima tak projekt lahko negativne okoljske učinke na območje.
	Projekt pomeni rešitev stanovanjskega problema za družine in posameznike.

3.2.2 Znižanje stopnje strinjanja

Gre za negativno spremembo izražene podpore izkoriščanju zaščenega območja za gospodarske, razvojne in socialne namene. Respondenti podporo izrazijo z odgovarjanjem na vprašanji o (1) mnenju o projektu in (2) glasovanju o projektu na lokalnem referendumu. Vrednost odgovorov se pri obeh vprašanjih giblje od minimuma -3 (močno proti) do maksimuma 3 (močno za). Vrednost stopnje strinjanja je povprečna vrednost z obeh lestvic, končna vrednost spremenljivke pa je v vrednostnem območju od minimuma 0 do maksimuma 6.

Indikatorja sta v spodnji tabeli, povzeta po Nelson in Oxley (1999), navodilo udeležencem pa je: Prosimo, odgovorite na spodnji vprašanji tako, da obkrožite vrednost, ki najbolje odraža vaše mnenje.

Tabela 3.3: Indikatorja za strinjanje z razvojem na zaščitenem območju

1. Kakšno je vaše mnenje o predlaganem projektu?						
-3	-2	-1	0	1	2	3
Močno proti	-----		Niti niti	-----		Močno za
2. Kako bi glasovali o projektu, če bi živeli na takem območju?						
-3	-2	-1	0	1	2	3
Zagotovo proti	-----		Niti niti	-----		Zagotovo za

3.2.3 Stopnja prisotnosti okoljevarstvenega okvira

Okvir je »poudarjeni aspekt spoznane realnosti v komunikacijskem tekstu« (Entman 1993, 52), ki mu je posameznik izpostavljen. Okviri so vzpostavljeni z variiranjem fotografij, opisi fotografij, citati, naslovi in mednaslovi (Pan in Kosicki 1993; Nelson in Oxley 1999). Nenazadnje, ker so okviri »centralno organizirane ideje ali rdeče niti, ki dajejo pomen« (Gamson in Modigliani v Price in drugi 2005, 180) komunikacijskemu tekstu, gre pri različnih okvirih z uporabo variacije komunikacijskih kodov in elementov za različne poudarke, različno organiziranje pomena, različno spletene rdeče niti.

Okoljevarstveni okvir pomeni torej uporabo takih (zgoraj opisanih) komunikacijskih elementov, poudarkov in take organizacije pomena, da je pomen teksta v varstvu okolja, rastlinja, živali, ekologiji. Stopnja prisotnosti okoljevarstvenega okvira je delež, ki ga tak okvir ima v medijski vsebini glede na preostale možne okvire.

Vrednost spremenljivke bom glede na spodaj opisane indikatorje določil sam, in sicer: vrednost 3 za indikator A, vrednost 2 za indikator B in vrednost 3 za indikator C.

Sami indikatorji so tri različice teksta – novice o namenu gospodarskega razvoja na Ljubljanskem barju. Kratek tekst sem pripravil sam glede na članke v časopisju in podatke na internetnih straneh; opremljen je s fotografijo, mednaslovi, opisom fotografije, citati, navedbami virov; govori pa o projektu stanovanjsko-gospodarskega projekta na nerazvitem, močvirnatem območju. Tri različice teksta so trije indikatorji spremenljivke:

- Ena različica poroča o temi z več vidikov oz. okvirjev (razvojno-gospodarski, okoljevarstveni, socialno-stanovanjski) zelo močan poudarek je na okoljevarstvenem okviru (ogroženost živali, rastlinja, okolja; mednaslovi z ekološko temo; fotografija živali; citati okoljevarstvenikov, pomen teksta je v skrbi za okolje) in deležu besed, namenjenih tej tematiki

- Druga prav tako opisuje temo z več vidikov oz. okvirjev, vendar je poudarka na okoljevarstvenem okviru bistveno manj, saj so vsi okviri približno enakovredno zastopani v tekstu, deležu besed, mednaslovih, citatih, fotografijah in drugih kodih.
- Tretja predstavlja enakovredno vse ostale okvire, okoljevarstvenega pa le z nekaj stavki. Okoljevarstveni in ekološki tematiki je posvečen zelo majhen delež besed. Okoljevarstveni okvir ni zajet v nobenem izmed vizualnih ali komunikacijskih kodov teksta.

3.2.4 Zaznana kredibilnost vira

Kredibilnost vira je, kot smo videli malo prej, »virovo posedovanje znanja, relevantnega za medijsko vsebino, ki ga posameznik zazna iz raznih izjav vira. Kredibilnost vira predvideva prepričanje občinstva, da vir (1) poseduje relevantno znanje o trenutnih relevantnih vidikih in (2) da mu lahko zaupa pri razkrivanju tega, kar ve« (Lupia v Druckman 2001b, 1045; glej tudi Hovland 1951; Sternthal in drugi 1979; Birnbaum in Stegner 1979).

Indikatorji za to spremenljivko so v tabeli 3.4.

Tabela 3.4: Indikatorji za kredibilnost vira

Je pošten	5----4----3----2----1	Je nepošten
*Je pristranski	5----4----3----2----1	Je nepristranski
Pove vso zgodbo	5----4----3----2----1	Ne pove cele zgodbe
*Ni natančen	5----4----3----2----1	Je natančen
*Vdira v zasebnost ljudi	5----4----3----2----1	Spoštuje zasebnost ljudi
Upošteva interese bralcev	5----4----3----2----1	Ne upošteva interesov bralcev
Skrbi za dobrobit skupnosti	5----4----3----2----1	Dobrobit skupnosti ga ne zanima
*Ne loči dejstev od mnenj	5----4----3----2----1	Loči dejstva od mnenj
Lahko mu zaupam	5----4----3----2----1	Ne morem mu zaupati
Skrbi za interes javnosti	5----4----3----2----1	Skrbi za svoj dobiček
Sporoča dejstva	5----4----3----2----1	Sporoča mnenja
*Ima slabo usposobljene poročevalce	5----4----3----2----1	Ima dobro usposobljene poročevalce

Vir: Gaziano in McGrath (1986)

*Indikatorji, označeni z zvezdico, so obratno kodirani. Gaziano in McGrath (1986) sta obratno kodirala le lestvico za indikator 'je pristranski – je nepristranski', kar pa ne odpravlja v celoti bojazni, da bi predhodni odgovori vplivali na nadaljnje (da bi zato, ker je denimo nekdo petkrat zaporedoma obkrožil 2, tudi šestič obkrožil 2). Ker je obratno kodiranih več lestvic, predvidevam večjo osredotočenost respondentov na posamezne lestvice in s tem kvalitetnejše odgovore. Končna vrednost spremenljivke je povprečje 12 indikatorjev.

3.3 Hipoteze in argumentacija

- **H1:** Višja stopnja prisotnosti okoljevarstvenega okvira medijske vsebine povzroča povečanje pripisane pomembnosti okoljevarstvenih argumentov.

Ker okvir določa, ali večina ljudi opazi problem, kako ga razume in si ga zapomni, pa tudi, kako ocenjuje in izbere njegove rešitve (glej Entman 1993); ker hkrati okviri založijo občinstvo s sredstvi za organizacijo in razumevanje novih informacij, oziroma ga opremijo z osnovnim naborom orodij idej, ki jih uporablja za pogovor in razmišljanje (glej Tewksbury in drugi 2000); in nenazadnje, ker okviri povzročajo spremembe pomembnosti faktorjev, ki vplivajo na mnenje o predlogu (glej Nelson in Oxley 1999), se zdi smiselna predpostavka, da bo tudi različna stopnja (moč, delež) enega okvira (in ne le en okvir proti drugemu) povzročila učinke, ki bodo v skladu s poanto okvira in težo njegove stopnje.

Višja stopnja (okoljevarstvenega) okvira bo tako povzročila povečanje (pripisane) pomembnosti (okoljevarstvenih) argumentov.

- **H2:** Višja stopnja prisotnosti okoljevarstvenega okvira medijske vsebine povzroča znižanje stopnje strinjanja z gospodarskim razvojem na zaščitenem območju.

Argumenti za drugo hipotezo so podobni kot za prvo, velja pa posebej poudariti nekaj točk. Predvsem Nelson in Oxley (1999) ter Druckmann (2001a; 2001b) v svojih izhodiščih poudarijo in izmerijo, da okviri neposredno ne spreminjajo stališč in vrednot ter ne povzročajo sprememb v mnenju o posledicah rešitev, ki jih predlagajo okviri. Ali krajše, samo zato, ker je nekdo izpostavljen uokvirjeni medijski vsebini (ob branju časopisa ali gledanju televizije) in njenim predlogom, še ne bo spremenil svojih vrednot in stališč; prišlo pa bo do sprememb v hierarhiji pomembnosti obstoječih in novih argumentov (glej Nelson in Oxley 1999).

Vendar sam uporabljam nekoliko drugačno metodologijo kot zgoraj omenjeni kolegi. V svojih raziskavah so namreč del respondentov izpostavili enemu okviru, del pa drugemu, in primerjali razlike. Sam pa tri skupine respondentov izpostavljam trem *različnim stopnjam enega (!) okvira*. To implicira uporabo tudi drugih okvirjev hkrati s prvim, torej gre za *boj okvirjev* na nivoju respondenta, ne na nivoju skupine.

Ker je (z več okviri) tema osvetljena z več vidikov, se zdi smiselno zaključiti, da je – bolj kot pri raziskavah Nelsona in kolegov (1997a; 1997b; 1999) ter Druckmanna (2001a; 2001b) – verjetna tudi sprememba mnenja kot posledica okvirjanja. Ker merim okvir, ki gradnji nasprotuje, predpostavljam znižanje stopnje strinjanja z gospodarskim razvojem ob višji stopnji okoljevarstvenega okvira.

- **H3:** Večja zaznana kredibilnost vira povzroča povečanje pripisane pomembnosti okoljevarstvenih argumentov.
- **H4:** Večja zaznana kredibilnost vira povzroča znižanje stopnje strinjanja z gospodarskim razvojem na zaščitenem območju.

Ti dve hipotezi sta smiselno nadaljevanje misli Druckmana (2001a), da okvir pri svojem učinkovanju trči ob lastno pamet ljudi, njihovo razgledanost in državljanske kompetence, ter da pomembno vlogo pri

okvirjanju igra tudi vir komunikacijskega teksta s svojo (ne)kredibilnostjo (glej Druckmann 2001a). Če logično sklepamo dalje, velja, da bolj kot je vir kredibilen, bolj pomembni se nam zdijo njegovi argumenti.

Hipoteza (4) pa ne velja na podobno univerzalnem nivoju kot hipoteza (3), pač pa zgolj v primeru moje raziskave. Druckmann namreč ugotavlja, da le kredibilen vir lahko uporablja okvire kot alternacije pripisane pomembnosti posameznih vidikov, ki potem vplivajo na mnenje (Druckmann 2001a). Če pomen te ugotovitve smiselno prenesem na posebnosti svojega metodološkega aparata (opisal sem jih pri argumentaciji hipoteze 2), lahko zaključim, da bolj kot je vir kredibilen, bolj bodo različne stopnje okvirjev učinkovale. Če pa okvir učinkuje, to v mojem primeru (glej hipotezo 2) pomeni, da se bodo spreminjala mnenja o predlaganem projektu v smer zniževanja strinjanja z njim. Torej, bolj kot je vir kredibilen, bolj se znižuje stopnja strinjanja z gospodarskim razvojem.

- **H5:** Povečanje pripisane pomembnosti okoljevarstvenih argumentov povzroča znižanje stopnje strinjanja z gospodarskim razvojem na zaščitenem območju

Ta hipoteza je ključna za povezavo pomembnosti argumentov in vidikov neke teme ali rešitve in mnenja o tej temi oziroma rešitvi. Nelson in Oxley (1999) ter Druckmann (2001a) pri svojih raziskavah predpostavljajo pozitivno povezavo, torej bolj kot je argument pomemben, bolj se nagibamo k mnenju, ki je v skladu s tem argumentom.

Predpostavljam torej podobno: bolj kot so pomembni okoljevarstveni argumenti, bolj 'okoljevarstveno' je tudi mnenje. Oziroma prenešeno na moj raziskovalni model, bolj kot se poveča pripisana pomembnost okoljevarstvenih argumentov, bolj se zniža stopnja strinjanja z gospodarskim razvojem na zaščitenem območju.

3.4 Operacionalizacija

3.4.1 Potek eksperimenta

Hipoteze sem preverjal z eksperimentom. Izvajal sem ga na Gimnaziji Kranj v torek, 6. 10. 2009 pri 6 urah filozofije. V njem je skupaj sodelovalo 158 dijakov četrtyh letnikov. Točne starosti in spola nisem preverjal, iz javno dostopnih podatkov pa je razvidno, da je odstotek ženskega spola višji od moškega, in da je starost večine udeležencev med 17,5 in 18,5 let.

Eksperiment je potekal tako, da so udeleženci najprej izrazili mnenje o gradnji gospodarsko-stanovanjskega kompleksa na Ljubljanskem barju in razvrstili okoljevarstvene, gospodarske in socialne argumente po pomembnosti. Potem so prebrali (različno uokvirjen in sestavljen iz različnih virov) članek, ki je govoril o načrtih gospodarske in stanovanjske gradnje na Ljubljanskem barju. Nazadnje so udeleženci ocenili kredibilnost vira članka ter še enkrat izrazili mnenje o gradnji in razvrstili argumente. Podatke sem analiziral s statističnim programom SPSS (tabele 5–7 in 9–14).

Vsak vprašalnik je bil sestavljen iz dveh listov z vprašanji. Vsak udeleženec je bil med odgovarjanjem na vprašanja s prvega in drugega lista izpostavljen različnemu stimulusu v obliki časopisnega članka, ki ga je moral prebrati. Prve liste vprašalnikov sem pred eksperimentom oštevilčil z zaporednimi številkami. Tri različne stopnje okoljevarstvenega okvira sem označil s črkami A, B in C. Dva različna vira članka sta bila razvidna iz logotipov, s katerimi so bili članki opremljeni, in tudi iz vprašalnikov.

Najprej sem med udeležence razdelil prve liste in jim razložil navodila. Ko so izpolnili prvi list, sem jim razdelil članke in druge liste. Na druge liste so morali prepisati zaporedno številko s prvega lista in črko s stopnjo okvira. Potem sem prve liste pobral, da bi preprečil prepisovanje odgovorov na ista vprašanja s prvih listov.

Na ta način sem zagotovil sledljivost vprašalnikov in okvirjev tudi po eksperimentu in dokazal, da je res oba lista reševala ista oseba. To je bil nujen

pogoj za kasnejše vnašanje podatkov v statistični program, zato sem posebej pazil in preverjal prepisovanje zaporednih števil oziroma črk okvira. Tako so čisto vsi udeleženci pravilno označili stopnjo okoljevarstvenega okvira in tudi povezanost obeh listov vprašalnika.

3.4.2 Stopnja okoljevarstvenega okvira

Iz podatkov, dostopnih na internetu (predvsem na spletnih straneh večjih slovenskih medijev in na spletni strani Krajinskega parka Ljubljansko barje), sem sestavil tri članke o projektu poslovno-stanovanjske gradnje na Ljubljanskem barju. Izmišljeni projekt je predvideval gradnjo kompleksa poslovnih prostorov in tehnološko-raziskovalnih laboratorijev ter stanovanjskega dela s 590 stanovanji.

Vsak članek je obsegal glavni naslov, podnaslov, dva mednaslova, okvirček s poanto članka ter fotografijo s pripadajočim opisom fotografije. Ti elementi so skupaj s količino teksta članka (število besed), namenjeni okoljevarstvenim argumentom, tvorili različne stopnje okoljevarstvenega okvira. Preostale dele člankov sem namenil socialnim in ekonomskim argumentom, ki niso bili proti projektu, in nevtralnemu uvodu, ki je le opisal projekt.

Tako je prvi članek obsegal 7%, drugi 21%, tretji pa 59% teksta, namenjenega okoljevarstvenim argumentom. Prvi članek je zelo malo govoril o okolju in ekologiji, več pa o ekonomskih in stanovanjskih podrobnostih; drugi članek je približno enakomerno predstavljal vse tri vidike, tretji pa je zelo angažirano predstavljal okoljevarstvene argumente, zapostavil pa preostale. Tudi uokvirjenost je potekala v isti smeri: okvir prvega članka je črpal iz ekonomskih in socialnih argumentov, okvir drugega članka je bil nedoločljiv in je črpal iz vseh treh argumentov, okvir tretjega članka pa je črpal le iz okoljevarstvenih in okoljevarstvenih argumentov.

Vse skupaj torej pomeni, da je bilo v prvem tekstu prisotnega malo, v drugem srednje veliko, v tretjem pa veliko okoljevarstvenega okvira.

3.4.3 Kredibilnost vira

Pri izbiri virov člankov sem imel dve vodili: (1) biti je moralo verjetno, da bi bil članek tudi v realnosti lahko objavljen v tem mediju (s tem sem zavrgel večino rumenih medijev), in (2) da ima en vir imidž kredibilnosti, drugi pa nekredibilnosti. Odločil sem se za National Geographic Slovenija zaradi imidža resnosti, poznavanja okoljskih, geografskih in ekoloških tematik ter vsebinskega fokusa na naravi (živalih in rastlinah) in njenem pomenu za družbo, in za Slovenske novice zaradi lahkotnejšega pisanja, površnega spremljanja te tematike, tožb, ki so bile v preteklosti sprožene proti temu mediju ter lastnostim rumenega medija, ki pa vendarle ne piše in fotografira le o svetu slavnih in modi.

Za ta izbor sem opravil predtest na 10 naključnih mimoidočih, ki je vseboval le vprašalnik o kredibilnosti. Predvidevanja so se potrdila, saj je National Geographic prejel povprečno oceno kredibilnosti 3,68, Slovenske novice pa 3,23. Kredibilnost sem tako kot v predtestu meril tudi v eksperimentu samem, in sicer z lestvico za kredibilnost novic (Gaziano in McGrath 1986).

V eksperimentu sem vsakega od treh člankov opremil z logotipom National Geographic in Slovenskih novic; tako je vsak vir poročal na tri različne načine oziroma s tremi različno prisotnimi stopnjami prisotnosti okoljevarstvenega okvira.

3.4.4 Odvisni spremenljivki

Obe odvisni spremenljivki (torej (1) stopnjo strinjanja z gospodarskim razvojem na zaščitenem območju in (2) pripisano pomembnost okoljevarstvenih argumentov) sem meril tako pred kot po stimulusu s člankom.

- Stopnjo strinjanja z gospodarskim razvojem na zaščitenem območju sem izračunal kot povprečje dveh vrednosti, in sicer (1) mnenja o gradnji na Ljubljanskem barju in (2) glasovanja o gradnji, če bi respondent sam živel na Ljubljanskem barju. Vprašanje je bilo pred stimulusom s člankom kodirano z lestvico 1 do 7, po stimulusu pa z -3 do 3. Razlika med

stopnjo strinjanja po stimulusu in stopnjo strinjanja pred stimulusu je vrednost, ki me je zanimala, in sem jo uporabil v analizi.

- Pripisano pomembnost okoljevarstvenih argumentov sem meril tako, da so morali respondenti po dva okoljevarstvena, ekonomska in socialna argumenta razvrstiti po vrstnem redu s pripisanimi vrednostmi od 1 do 6. Argumenti so bili po stimulusu s člankom navedeni v drugačnem vrstnem redu kot pred stimulusom. Seštevek vrednosti okoljevarstvenih argumentov je predstavljal njihovo pomembnost. Razlika med pomembnostjo po stimulusu in pomembnostjo pred stimulusom je vrednost, ki me je zanimala, in sem jo uporabil v analizi.

3.5 Statistična analiza podatkov

3.5.1 Univariatne statistike indikatorjev

V tabeli 3.5 so vse statistike indikatorjev (razen indikatorjev okvirjev) s pripadajočimi vrednostmi povprečja in standardnega odklona, koeficienta asimetrije s standardno napako, koeficienta sploščenosti s standardno napako ter minimuma in maksimuma.

Tabela 3.5: Univariatne statistike indikatorjev

	N								
	Veljavni N	Povprečje	St. odklon	Koeficient asimetrije	St. napaka asimetrije	Koeficient sploščenosti	St. napaka sploščenosti	Minimum	Maksimum
Mnenje 1 PRED stimulusom (rekodirana)	158	-1,05	1,466	,469	,193	-,197	,384	-3	3
Mnenje 2 PRED stimulusom (rekodirana)	158	-1,34	1,591	,643	,193	-,605	,384	-3	3
(PRED) Lokalna skupnost bo zaradi ekonomske uspešnosti projekta lahko pridobila dodatne prihodke	158	2,23	1,467	1,229	,193	,533	,384	1	6

(PRED) Potrebno je ohranjanje živalskih in rastlinskih vrst ter njihovega življenjskega okolja, saj ima tak projekt lahko negativne okoljske učinke na območje	158	4,73	1,381	-1,057	,193	,255	,384	1	6
(PRED) Projekt pomeni rešitev stanovanjskega problema za družine in posameznike	158	3,49	1,409	,248	,193	-,639	,384	1	6
(PRED) Projekt omogoča nova delovna mesta in razvojno-gospodarske učinke na območje	158	3,56	1,259	,073	,193	-,225	,384	1	6
(PRED) Potrebno je zaščititi naravo, zrak, podtalnico, kulturno krajino, saj ima tak projekt lahko negativne ekološke učinke na območje.	158	4,68	1,383	-1,157	,193	,508	,384	1	6
(PRED) Projekt bo povečal število prebivalcev na območju, kar bo povzročilo določene socialne učinke in urbanizacijo območja	158	2,34	1,479	,997	,193	,061	,384	1	6
(PO) Mnenje o predlaganem projektu	158	-1,22	1,669	,857	,193	-,111	,384	-3	3
(PO) Kako bi glasoval o projektu	158	-1,43	1,645	,837	,193	-,272	,384	-3	3
Pošten/Nepošten	158	3,65	1,016	-,421	,193	-,328	,384	1	5
pristranski (rekodirana)	158	3,09	1,110	,178	,193	-,802	,384	1	5
Pove vso zgodbo/Ne pove vse zgodbe	158	3,03	1,183	,137	,193	-1,036	,384	1	5
natančen (rekodirana)	158	3,34	1,074	-,111	,193	-,817	,384	1	5
vdira (rekodirana)	158	4,05	,989	-,982	,193	,686	,384	1	5
Upošteva interese bralcev/Ne upošteva interesov bralcev	158	3,53	,935	-,779	,193	,907	,384	1	5
Skrbi za dobrobit skupnosti/Dobrobit skupnosti ga ne zanima	158	3,46	,968	-,342	,193	-,125	,384	1	5
Loči dejstva in mnenja (rekodirana)	158	3,28	1,105	-,084	,193	-,709	,384	1	5
Lahko mu zaupam/Ne morem mu zaupati	158	3,08	1,044	-,119	,193	-,559	,384	1	5
Skrbi za interes javnosti/Skrbi za svoj dobiček	158	3,20	,963	-,114	,193	-,311	,384	1	5
Sporoča dejstva/Sporoča mnenja	158	3,17	,985	-,229	,193	-,211	,384	1	5
Poročevalci dobri/slabi (rekodirana)	158	3,60	,984	-,470	,193	-,162	,384	1	5

(PO) Projekt omogoča nova delovna mesta in razvojno-gospodarske učinke na območje	158	3,51	1,372	,122	,193	-,591	,384	1	6
(PO) Potrebno je zaščititi naravo, zrak, podtalnico, kulturno krajino, saj ima tak projekt lahko negativne ekološke učinke na območje.	158	4,90	1,248	-1,460	,193	1,839	,384	1	6
(PO) Projekt bo povečal število prebivalcev na območju, kar bo povzročilo določene socialne učinke in urbanizacijo območja	158	2,41	1,396	,781	,193	-,223	,384	1	6
(PO) Lokalna skupnost bo zaradi ekonomske uspešnosti projekta lahko pridobila dodatne prihodke	158	2,15	1,188	1,006	,193	,515	,384	1	6
(PO) Potrebno je ohranjanje živalskih in rastlinskih vrst ter njihovega življenjskega okolja, saj ima tak projekt lahko negativne okoljske učinke na območje	158	4,75	1,390	-1,105	,193	,322	,384	1	6
(PO) Projekt pomeni rešitev stanovanjskega problema za družine in posameznike	158	3,28	1,488	,157	,193	-,760	,384	1	6

Še posebej so asimetrično porazdeljeni skoraj vsi indikatorji spremenljivk *Stopnja strinjanja z gospodarskim razvojem na zaščitenem območju* (obarvani oranžno) in *Pripisana pomembnost okoljevarstvenih argumentov* (obarvani zeleno). Tudi nekateri indikatorji spremenljivke *Kredibilnost vira* (obarvani rumeno) imajo asimetrično porazdelitev. Statistike indikatorjev ordinalne spremenljivke *Stopnja prisotnosti okoljevarstvenega okvira* so v tabeli 3.6:

Tabela 3.6: Statistike indikatorjev stopnje prisotnosti okoljevarstvenega okvira

Okvir teksta			
	N	Odstotek odgovorov	Odstotek veljavnih odgovorov
Malo okoljevarstvenega okvira (A)	50	31,6	31,6
Srednje okoljevarstvenega okvira (B)	59	37,3	37,3
Veliko okoljevarstvenega okvira (C)	49	31,0	31,0
Total	158	100,0	100,0

Za indikatorje spremenljivke kredibilnost vira sem opravil test zanesljivosti. Izračunana Cronbachova alfa (tabela 3.7) znaša 0,828, kar pomeni, da je korelacija med posameznimi indikatorji spremenljivke zelo močna.

Tabela 3.7: Test zanesljivosti za kredibilnost vira

Cronbach α	N
,828	12

3.5.2 Univariatne statistike spremenljivk

V tabeli 3.8 prikazujem načine izračuna vrednosti posamezne spremenljivke iz vrednosti indikatorjev.

Tabela 3.8: Način izračuna vrednosti spremenljivk

Mnenje PRED stimulusom (povprečje)	=	(Mnenje 1 pred stimulusom (rekodirana) + Mnenje 2 pred stimulusom (rekodirana)) / 2
Mnenje PO stimulusu (povprečje)	=	((PO) Mnenje o predlaganem projektu + (PO) Kako bi glasoval o projektu) / 2
Razlika v mnenju o projektu	=	Mnenje PO stimulusu (povprečje) – Mnenje PRED stimulusom (povprečje)
Seštevek pomembnosti okoljevarstvenih argumentov PRED stimulusom	=	(PRED) Potrebno je zaščititi naravo, zrak, podtalnico, kulturno krajino, saj ima tak projekt lahko negativne ekološke učinke na območje + (PRED) Potrebno je ohranjanje živalskih in rastlinskih vrst ter njihovega življenjskega okolja, saj ima tak projekt lahko negativne okoljske učinke na območje
Seštevek pomembnosti okoljevarstvenih argumentov PO stimulusu	=	(PO) Potrebno je zaščititi naravo, zrak, podtalnico, kulturno krajino, saj ima tak projekt lahko negativne ekološke učinke na območje + (PO) Potrebno je ohranjanje živalskih in rastlinskih vrst ter njihovega življenjskega okolja, saj ima tak projekt lahko negativne okoljske učinke na območje
Razlika v pomembnosti okoljevarstvenih argumentov	=	Seštevek pomembnosti okoljevarstvenih argumentov PO stimulusu - Seštevek pomembnosti okoljevarstvenih argumentov PRED stimulusom
Kredibilnost vira (povprečje ocen o viru teksta)	=	(Pošten/Nepošten + Pristranski (rekodirana) + Pove vso zgodbo/Ne pove vse zgodbe + natančen (rekodirana) + vdira (rekodirana) + Upošteva interese bralcev/Ne upošteva interesov bralcev + Skrbi za dobrobit skupnosti/Dobrobit skupnosti ga ne zanima + Loči dejstva

in mnenja (rekodirana) + Lahko mu zaupam/Ne morem mu zaupati + Skrbi za interes javnosti/Skrbi za svoj dobiček + Sporoča dejstva/Sporoča mnenja + Poročevalci dobri/slabi (rekodirana)) / 12

V tabeli 3.9 so univariatne statistike spremenljivk s pripadajočimi vrednostmi povprečja in standardnega odklona, koeficienta asimetrije s standardno napako, koeficienta sploščenosti s standardno napako ter minimuma in maksimuma.

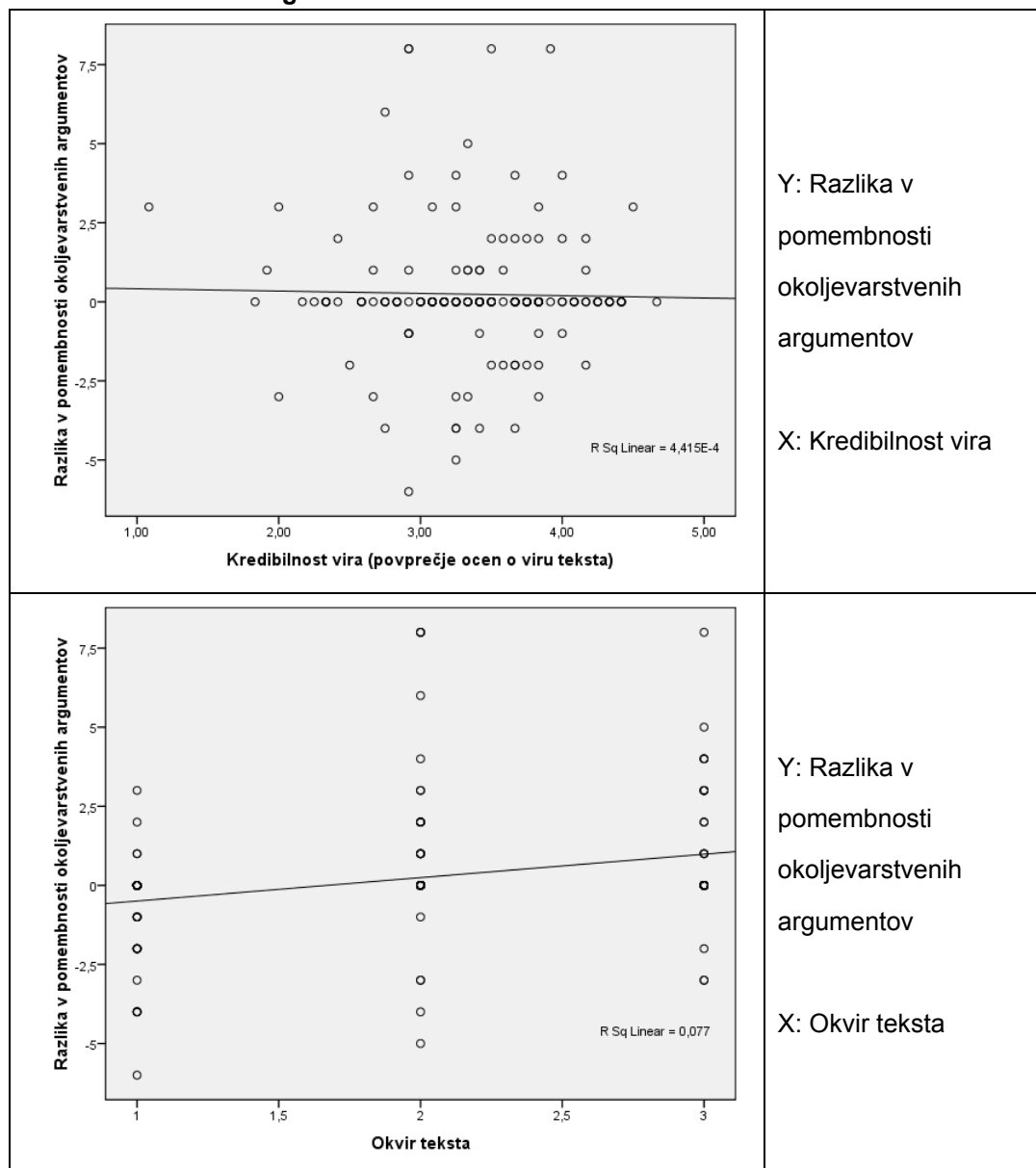
Tabela 3.9: Univariatne statistike spremenljivk

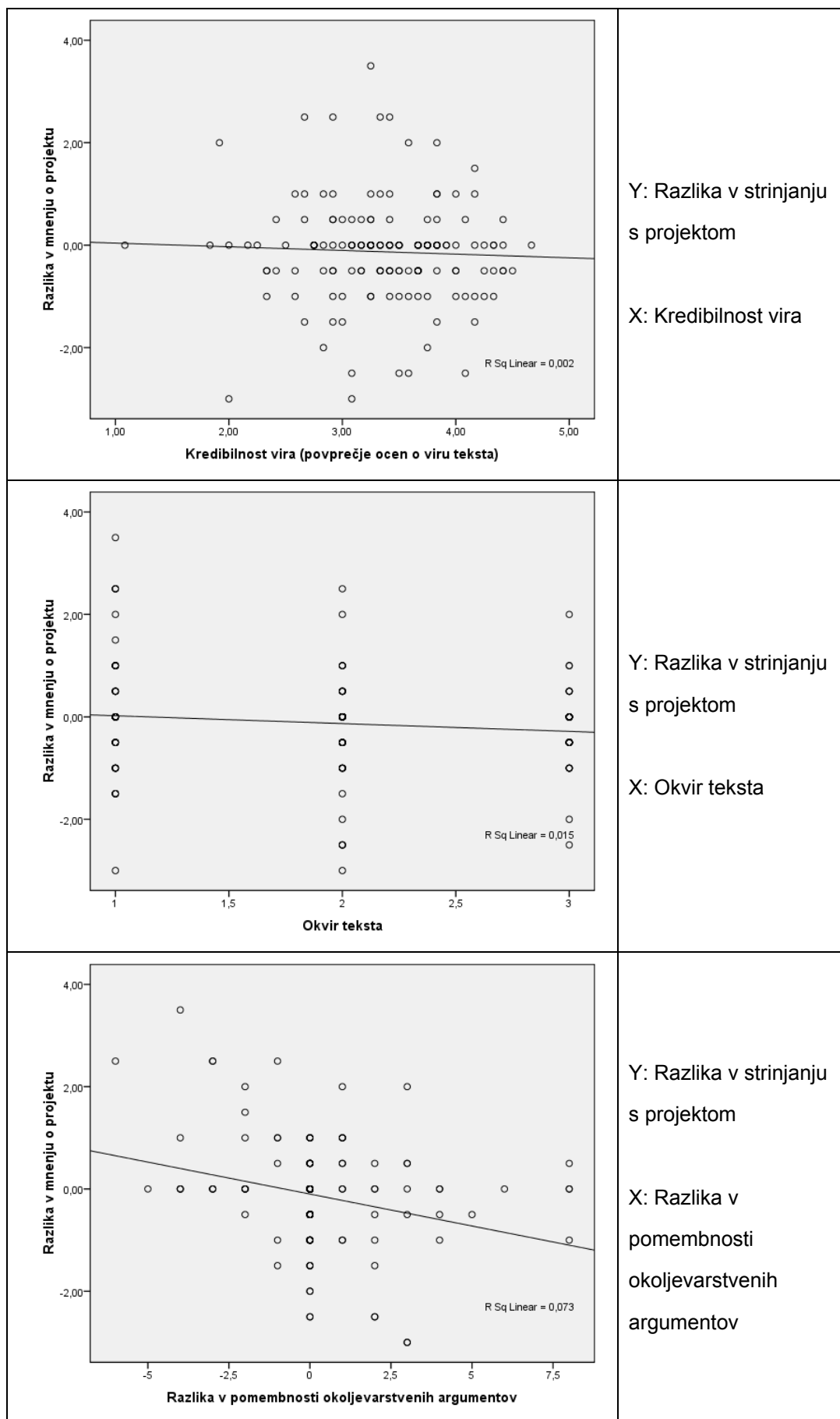
	N								
	Veljavni N	Povprečje	St. odklon	Koeficient asimetrije	St. napaka asimetrije	Koeficient sploščenosti	St. napaka sploščenosti	Minimum	Maksimum
Mnenje PRED stimulusom (povprečje)	158	-1,1962	1,37057	,492	,193	-,530	,384	-3,00	2,50
Mnenje PO stimulusu (povprečje)	158	-1,3259	1,52048	,777	,193	-,127	,384	-3,00	3,00
Razlika v mnenju o projektu	158	-,1297	,97612	,241	,193	2,538	,384	-3,00	3,50
Razlika v mnenju o projektu (rekodirana)	158	6,8703	,97612	,241	,193	2,538	,384	4,00	10,50
Seštevek pomembnosti okoljevarstvenih argumentov PRED stimulusom	158	9,41	2,365	-1,406	,193	,878	,384	3	11
Seštevek pomembnosti okoljevarstvenih argumentov PO stimulusu	158	9,65	2,191	-1,673	,193	1,894	,384	3	11
Razlika v pomembnosti okoljevarstvenih argumentov	158	,24	2,113	1,049	,193	4,265	,384	-6	8
Razlika v pomembnosti okoljevarstvenih argumentov (rekodirana)	158	9,24	2,113	1,049	,193	4,265	,384	3	17
Kredibilnost vira (povprečje ocen o viru teksta)	158	3,3724	,60734	-,520	,193	,673	,384	1,08	4,67

3.5.3 Razsevni grafikon

V tabeli 3.10 so prikazani razsevni grafikon vrednosti križanj spremenljivk iz raziskovalnega modela in trendno črto.

Tabela 3.10: Razsevni grafikon





3.5.4 Multipla linearna regresija

Z multiplo regresijo preverjam vplive vseh neodvisnih spremenljivk na odvisno. Ker je moj raziskovalni model sestavljen iz dveh delov, sem preverjal oba dela ločeno.

- Prvi del modela:

Kredibilnost vira → Razlika v pomembnosti okoljevarstvenih argumentov

Okvir teksta → Razlika v pomembnosti okoljevarstvenih argumentov

Tabela 3.11: Multipla regresija za prvi del modela

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,291 ^a	,085	,073	2,034

a. Predictors: (Constant), Okvir teksta, Kredibilnost vira (povprečje ocen o viru teksta)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	59,467	2	29,733	7,185	,001 ^a
	Residual	641,394	155	4,138		
	Total	700,861	157			

a. Predictors: (Constant), Okvir teksta, Kredibilnost vira (povprečje ocen o viru teksta)

b. Dependent Variable: Razlika v pomembnosti okoljevarstvenih argumentov

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,297	,939		-,316	,753
	Kredibilnost vira (povprečje ocen o viru teksta)	-,310	,275	-,089	-1,130	,260
	Okvir teksta	,794	,210	,298	3,781	,000

a. Dependent Variable: Razlika v pomembnosti okoljevarstvenih argumentov

- Drugi del modela:

Kredibilnost vira → Razlika v strinjanju s projektom

Okvir teksta → Razlika v strinjanju s projektom

Razlika v pomembnosti okolj. argumentov → Razlika v strinjanju s projektom

Tabela 3.12: Regresija za drugi del modela

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,278 ^a	,077	,059	,94673

a. Predictors: (Constant), Razlika v pomembnosti okoljevarstvenih argumentov, Kredibilnost vira (povprečje ocen o viru teksta), Okvir teksta

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11,561	3	3,854	4,300	,006 ^a
	Residual	138,029	154	,896		
	Total	149,590	157			

a. Predictors: (Constant), Razlika v pomembnosti okoljevarstvenih argumentov, Kredibilnost vira (povprečje ocen o viru teksta), Okvir teksta

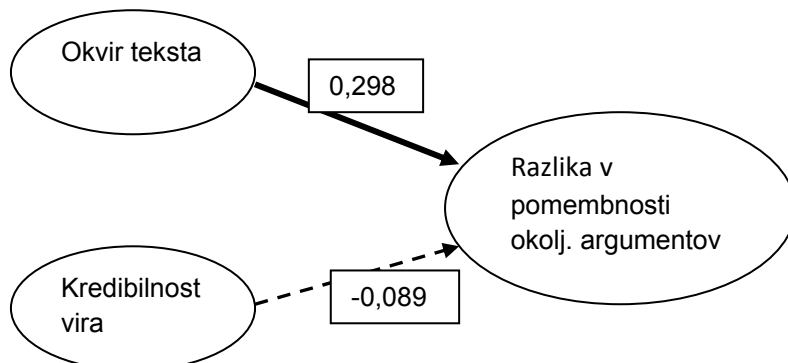
b. Dependent Variable: Razlika v mnenju o projektu

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,223	,437		,510	,611
	Kredibilnost vira (povprečje ocen o viru teksta)	-,065	,128	-,040	-,505	,614
	Okvir teksta	-,053	,102	-,043	-,518	,605
	Razlika v pomembnosti okoljevarstvenih argumentov	-,120	,037	-,259	-3,205	,002

a. Dependent Variable: Razlika v mnenju o projektu

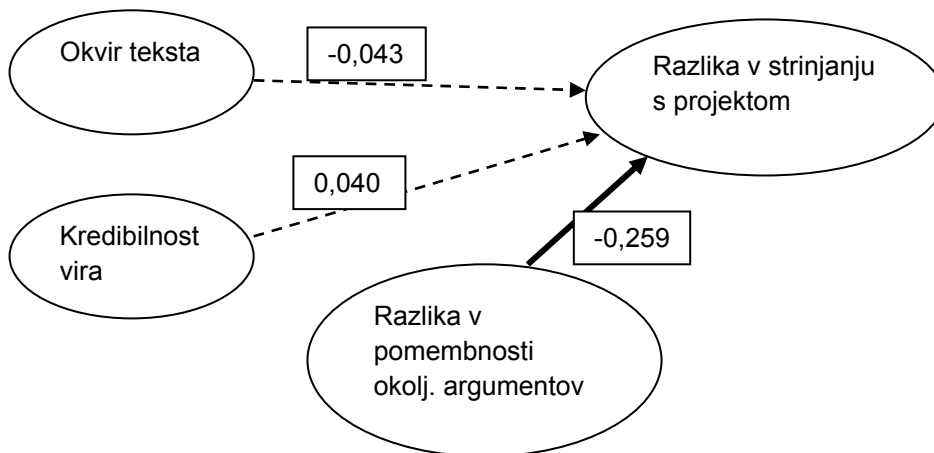
- Raziskovalni model s prikazom vpliva spremenljivk:

Slika 3.2: Prikaz vpliva spremenljivk – prvi del raziskovalnega modela



$$\text{Razlika v pomembnosti okolj. argumentov} = -0,297 + 0,794 * \text{okvir teksta}$$

Slika 3: Prikaz vpliva spremenljivk – drugi del raziskovalnega modela



$$\text{Razlika v strinjanju s projektom} = 0,223 - 0,120 * \text{razlika v pomembnosti okoljevarstvenih argumentov}$$

4 Razprava in zaključek

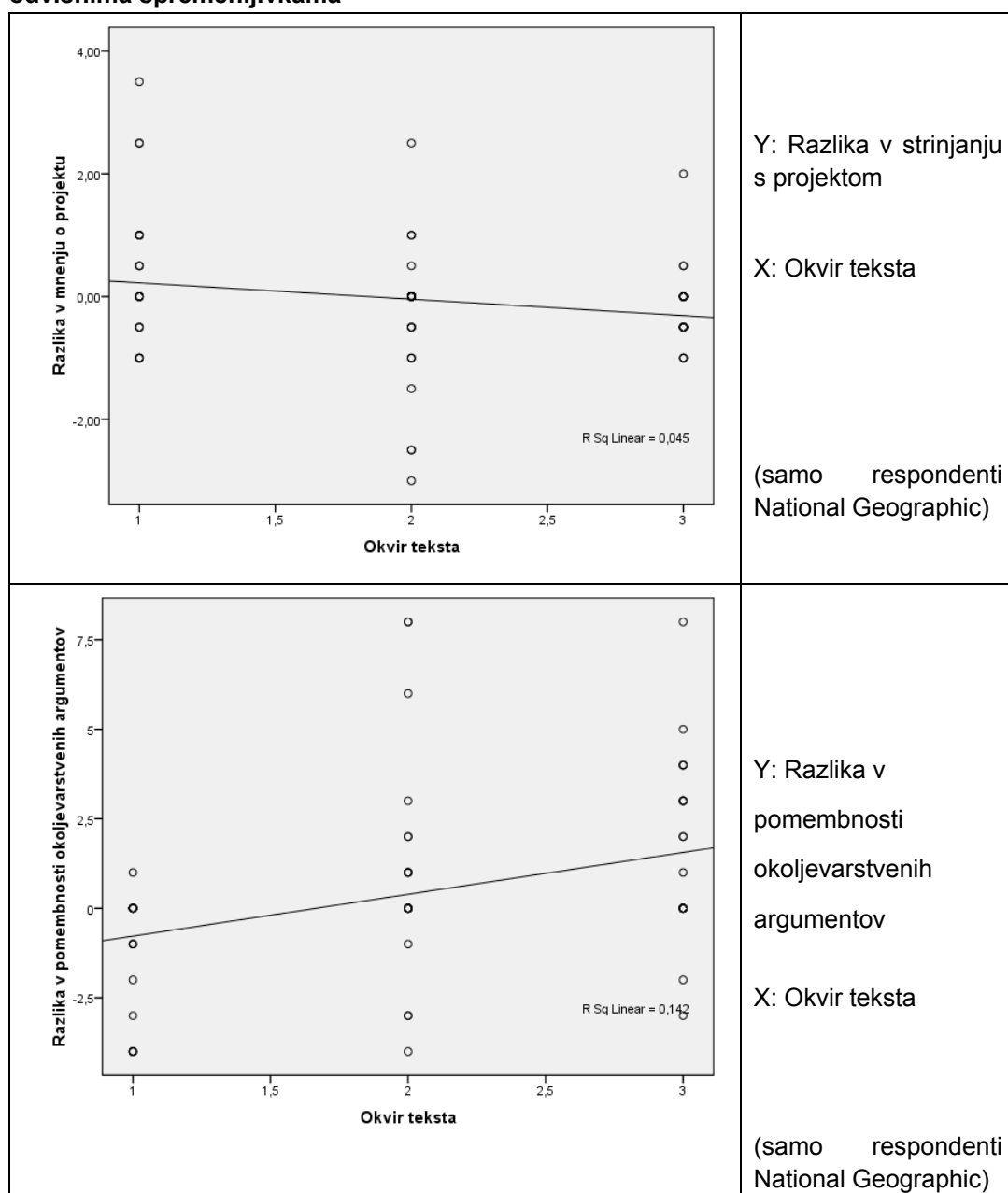
Pojasnjevalna moč raziskovalnih modelov je 7,3% za prvi model in 5,9% za drugi. Tolikšen delež variabilnosti odvisne spremenljivke lahko pojasnimo z linearnimi vplivi vseh neodvisnih spremenljivk modela skupaj. Tabeli ANOVA (signifikanca) za oba modela (tabeli 3.11 in 3.12) kažeta statistično značilnost – pri tveganju manj kot 1% lahko zavrremo ničelno hipotezo in ugotovimo, da vsaj ena od neodvisnih spremenljivk statistično značilno linearno vpliva na odvisno spremenljivko.

Rezultati so v skladu s smerjo načrtanih hipotez, obstaja pa tudi nekaj zanimivih podrobnosti.

Kredibilnost vira se je sicer pokazala kot spremenljivka vpliva, vendar njen vpliv na odvisni spremenljivki ni statistično značilen (signifikanci sta 0,26 in 0,61, torej preveliki za statistično značilen linearni vpliv; tudi standardizirana beta koeficienta kot orodji za primerjavo vplivov neodvisnih spremenljivk sta majhnih vrednosti). Iz razsevnih grafikonov se lepo vidi naklon premice, ki je sicer v skladu s hipotezo, a premalo strm, da bi lahko sklepali na izrazito povezanost. Mogoče bi boljšo povezanost dobili, če bi kot komunikacijska vira uporabili še bolj ekstremna medija z višjo razliko v oceni kredibilnosti. Prav tako je mogoče, da preprosto ni velikih razlik med kredibilnostmi posameznih medijev.

Okvir teksta ima dokaj pomemben vpliv na pomembnost argumentov (prvi model). Ob ničelni signifikanci in s tem potrditvi linearne povezanosti, znaša beta koeficient 0,298. Neposrednega vpliva na strinjanje s projektom statistično značilno nima (signifikanca znaša 0,605). Bolj je ta vpliv izrazit le pri tistih respondentih, ki so bili izpostavljeni bolj kredibilnemu viru (tabela 4.13).

Tabela 4.13: Razseвна grafikona vrednosti križanja spremenljivke Okvir teksta z odvisnima spremenljivkama



Iz rezultatov je razbrati tudi to, da je pri nizki stopnji okoljevarstvenega okvira razlika v pomembnosti okoljevarstvenih argumentih negativna, razlika v strinjanju s projektom pa pozitivna. Pri manj okoljevarstvenega okvira sta torej učinkovala druga dva okvira (stanovanjsko-socialni in gospodarsko-razvojni), ki sta povzročila padec okoljevarstvenih argumentov na lestvici pomembnosti in celo strinjanje s projektom (ki sta ga sicer tudi sama zagovarjala).

To je pomemben učinek ob dejstvu, da je bilo začetno razpoloženje (tabela 4.14) udeležencev precej 'okoljevarstveno' (in je s tem obstajala realna

nevarnost prepričevanja prepričanih, torej nevariabilnosti), saj so pomembnost okoljevarstvenih argumentov vrednotili s skupaj 9,41 (od 11 možnih točk), mnenje o projektu pa je z oceno -1,2 bilo dokaj nenaklonjeno gradnji (rang -3 do 3).

Tabela 4.14: 'Okoljevarstvena prednaravnost' udeležencev

Poročilo				Poročilo			
Seštevek pomembnosti okoljevarstvenih argumentov PRED stimulusom				Mnenje PRED stimulusom (povprečje)			
	Povpre čje	N	St. odklon		Povpre čje	N	St. odklon
Okvir teksta				Okvir teksta			
Malo okoljevarstvenega okvira (A)	9,46	50	2,314	Malo okoljevarstvenega okvira (A)	-,9100	50	1,30810
Srednje okoljevarstvenega okvira (B)	9,25	59	2,543	Srednje okoljevarstvenega okvira (B)	-1,3051	59	1,42338
Veliko okoljevarstvenega okvira (C)	9,55	49	2,227	Veliko okoljevarstvenega okvira (C)	-1,3571	49	1,35015
Skupaj	9,41	158	2,365	Skupaj	-1,1962	158	1,37057

Med rezultati se največja povezanost kaže med pripisano pomembnostjo okoljevarstvenih argumentov in znižanjem strinjanja s projektom. Ob zanemarljivi signifikanci 0,002 znaša standardizirani beta koeficient -0,259 (tabela 12).

Okvir torej statistično značilno linearno vpliva na pomembnost argumentov, ta pa statistično linearno vpliva na strinjanje s projektom (oziroma mnenje o njem). To potrjuje ideje Nelsona in Oxleyjeve (1999), Druckmana (2001a; 2001b; 2004) ter Chonga in Druckmana (2007b) o tem, da proces okvirjanja deluje drugače kot proces prepričevanja, čeprav prihajata oba procesa iz iste družine vplivov komunikacijskih in medijskih tekstov/vsebin na občinstvo. To seveda ne pomeni, da teorija okvirjanja (in rezultati njegovih učinkov) postavlja pod vprašaj tega in ostale sorodne teorije (prednostno tematiziranje, priming, koncept prepričevanja) čeprav ima nekaj nasprotnih predpostavk, kot sem to opisal v teoretičnem delu.

Predpostavka 'vmesne postaje' oziroma 'ovinka' pomeni prostor za upoštevanje dejstva, da ljudje vendarle aktivno (čeprav *anonimno, intimno, razdrobljeno*) sodelujejo v procesih množičnih komunikacij. Imajo lastno pamet, so razgledani in izkazujejo državljanske kompetence, pravi temu Druckmann (2001). Ne vsi, ne povsod in ne vedno, pa dodajam sam.

Gamson okvirjanje javnega mnenja konceptualizira kot »kolektiven in družben proces, v katerem so pomeni aktivno konstruirani skozi javne debate, in v katerem navadni državljani uporabljajo medijski diskurz, osebno izkušnjo in 'zdravo pamet', ko se pogajajo o pomenu« (Gamson v Price in drugi 2005, 180). Ta pogumna predpostavka o enakih možnostih navadnih državljanov v primerjavi z organizacijami politične elite, kapitalskih korporacij in medijskih insajderjev za vpliv na javno mnenje ter enakopravnih izhodiščih v pogajalskem procesu določanja pomena verjetno ni realna v dobesednem smislu, vključuje pa se v razumevanje okvira v Druckmanovem smislu.

Okvirjanje je kot teoretski pojem torej inovativen pripomoček za razumevanje sodobne medijske realnosti. Glede na razvoj medijev, tehnologije in interneta (pojav blogov, spletnih novinarjev, koncepta web 2.0) najbrž ne moremo pričakovati, da bo intenziteta množičnega komuniciranja kmalu upadla, prej obratno. Z razumevanjem okvirjanja kot teorije, ki omogoča raziskovanje soočenja naslovnikov z drugačnimi pogledi od tistih, ki jih imajo sami, lahko razlagamo spremembe naslovnikovih mnenj kot spremembo pomembnosti nasprotnikovih argumentov, in ne kot dejstvo, da je naslovnika okvir tudi prepričal.

Ker so okviri ne le sredstvo manipulativnih elit, pač pa tudi sredstvo medijev za lažje sporočanje, in hkrati sredstvo občinstev za lažje sprejemanje, jih lahko pojmujeemo kot teoretski pojem, na katerem sloni javni dialog, civilnodružbena razprava in nenazadnje vključenost državljanov v procese odločanja. S tem pa premaknemo fokus teme z raziskave učinkov okvira na same okvire (njihovo sestavljenost, tvorce in prejemnike).

Teorija okvirjanja se zdi dobra podlaga za premik sodobnih razprav o medijih s spraševanj o lastniških interesih, cenzuri in moči kapitala, ki pasivizirajo tako

novinarje kot občinstvo, na argumente, ki jih taki novinarji oziroma mediji zagovarjajo oziroma javnost, ki se z njimi strinja ali jim ugovarja. Ostale teorije medijskih učinkov in prepričevanja predpostavljajo pasivne naslovnike in monopol sporočevalca, teorija okvirjanja predpostavlja aktivno javnost in vsaj oligopol, če že ne idealne demokracije zainteresiranih in kredibilnih sporočevalcev oziroma njihovih argumentov. Verjetno tudi v Sloveniji premoremo kritične medije, novinarje in javnost, ki jih lahko raziskujemo ter analiziramo njihovo komuniciranje in njegove učinke. Teorija okvirjanja je za to kot nalašč.

Ali bo *boj okvirjev* torej potekal kot boj rdečih niti, enakovredno prek *kredibilnih virov*, dostopnih naslovníkom, ki iščejo vodenje kredibilnih elit (Druckman 2001), ali zgolj kot boj enih sporočevalcev z drugimi ob pasivnih občinstvih? Jih bomo tudi v Sloveniji začeli uporabljati kot moč besede in (pomembnosti) argumentov, ali kot argument (ne)moči?

5 Literatura

1. Barthes, Roland. 1972. *Mythologies*. New York: Hill and Wang.
2. Birnbaum, Michael H. in Steven E. Stegner. 1979. Source credibility in social judgment: bias, expertise, and the judge's point of view. *Journal of personality and social psychology* 37 (1): 48–74.
3. Burr, Vivien. 1995. ***Introduction to social constructionism***. London: Routledge. Dostopno prek: Google books.
4. Chong, Dennis in James Druckman. 2007a. A theory of framing and opinion formation in competitive elite environments. *Journal of communication* 57: 99–118.
5. --- 2007b. Framing theory. *Annual review of political science* 10: 103–126.
6. Drame, Ines. 1992. Odnosno strukturirana medijska realnost kot posebna realnost. *Teorija in praksa* 29 (9–10): 849–859.
7. Druckman, James N. 2001a. On the limits of framing effects: Who can frame? *The journal of politics* 63 (4): 1041–1066.
8. --- 2001b. The implication of framing effects for citizen competence. *Political behaviour* 23 (3): 225–256.
9. --- 2004. Political preference formation: competition, deliberation and the (ir)relevance of framing effects. *The american political science review* 98 (4): 671–686.
10. Entman, Robert M. 1993. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication* 43 (4): 51–58.

11. Gamson, William A. in Andre Modigliani. 1989. Media discourse and public opinion on nuclear power: a constructionist approach. *American journal of sociology* 95 (1): 1–37.
12. Gaziano, Cecilie in Kristin McGrath. 1986. Measuring the concept of credibility. *Journalism quarterly* 63: 451–462.
13. van Gorp, Baldwin. 2007. The constructionist approach to framing: bringing culture back in. *Journal of Communication* 57: 60–78.
14. Grossberg, Lawrence, Ellen Wartella, D. Charles Whitney in J. Macgregor Wise. 1998. ***Mediamaking: mass media in a popular culture***. London: Sage/Open university. Dostopno prek: Google books.
15. Hall, Stuart, ur. 1997. ***Representation: cultural representations and signifying practices***. London: Sage/Open university. Dostopno prek: Google books.
16. Hovland, Carl I. in Walter Weiss. 1951. The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public opinion quarterly* 15(4): 635–650.
17. Jowett, Garth S. In Victoria O'Donnell. 2006. ***Propaganda and persuasion***. Thousand Oaks: Sage publications. Dostopno prek: Google Books.
18. Košir, Manca. 1988. *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*. Ljubljana: DZS.
19. Nelson, Thomas E. in Zoe M. Oxley. 1999. Issue framing effects on belief importance and opinion. *The journal of politics* 63 (4): 1040–1067.
20. ---, Rosalee A. Clawson in Zoe M. Oxley. 1997a. Media framing of a civil liberties conflict and its effect on tolerance. *The american political science review* 91 (3): 567–583.
21. --- , Zoe M. Oxley in Rosalee A. Clawson. 1997b. Toward psychology of framing effects. *Political behaviour* 19 (3): 221–246.

22. Oblak, Tanja. 2000. Problematizacija modela prednostnega tematiziranja: primer analize medijskega poročanja o vstopanju Slovenije v EU. *Teorija in praksa* 37 (1): 96–115.
23. Pan, Zhongdang in Gerald M. Kosicki. 1993. Framing analysis: an approach to news discourse. *Political communication* 10: 55–75.
24. Petty, Richard E. in Duane T. Wegener. 1998. Attitude change: multiple roles for persuasion variables. *The handbook of social psychology* (4th ed.): 323–390.
25. Potočnik, Jana. 2008. *Raziskava obrambnega odzivanja na apele strahu*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede
26. Price, Vincent, Lilach Nir in Joseph N. Cappella. 2005. Framing public discussion of gay civil unions. *Public opinion quarterly* 69 (2): 179–212.
27. Pušnik, Maruša. 2004. Novičarsko upravljanje z javnim mnenjem. *Teorija in praksa* 41 (3–4): 678–689.
28. Scheufele, Bertram. 2004. Framing-effects approach: A theoretical and methodological critique. *European journal of communication research* 29: 401–428.
29. Scheufele, Dietram A. 2000. Agenda-setting, priming and framing revisited: another look at cognitive effects of political communication. *Mass communication & Society* 3 (2&3): 297–316.
30. --- in David Tewksbury. 2007. Framing, agenda setting, and priming: the evolution of three media effects models. *Journal of communication* 57: 9–20.
31. Shah, Dhavan V., Mark D. Watts, David Domke in David P. Fan. 2002. News framing and cueing of issue regimes: explaining Clinton's public approval in spite of scandal. *Public opinion quarterly* 66: 339–370.

32. Sternthal, Brian, Lynn W. Phillips in Ruby Dholakia. 1978. The persuasive effect of source credibility: a situational analysis. *Public opinion quarterly* 42 (3): 285–314.
33. Tetlock, Philip E. 1986. A value pluralism model of ideological reasoning. *Journal of personality and social psychology* 50 (4): 819–827.
34. Tewksbury, David, Jennifer Jones, Matthew W. Peske, Ashlea Raymond in William Vig. 2000. The interaction of news and advocate frames: Manipulating audience perceptions of a local public policy issue. *Journalism and mass communication quarterly* 77 (4): 804–829.
35. Tversky, Amos in Daniel Kahneman. 1986. Rational choice and framing of decisions. *Journal of Business* 59 (4): 251–278.
36. de Vreese, Claes H. (2005): News framing: Theory and typology. *Information Design Journal + Document design* 13 (1): 51–62.
37. Weaver, David. 2007. Thoughts on agenda setting, framing, and priming. *Journal of communication* 57: 142–147.