

Научная статья

<https://doi.org/10.24412/2220-2404-2025-6-27>

УДК 316.1:004



Attribution

cc by

СОЦИАЛЬНЫЙ СМЫСЛ КОНЦЕПЦИИ «МОРАЛЬНЫЙ ФРЕЙМИНГ»: В КОНТЕКСТЕ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ПРОПАГАНДЫ И КОНТРПРОПАГАНДЫ

Чимаров С.Ю.

Санкт-Петербургский университет МВД России, <https://orcid.org/0000-0002-8323-6953>

Аннотация. Актуальность: многообразие циркулирующей в современном социуме информации, массив тиражирования которой обеспечивается потенциалом новых медиа на платформах цифровых технологий, предопределяет необходимость переосмысления феномена фрейминга, под которым следует понимать целенаправленный формат подачи информационных потоков. В данном случае, речь идет о том контексте передаваемой в процессах пропаганды и контрпропаганды информации, которая способствует привлечению внимания к ряду аспектов информационных сообщений и заложенному в них смыслу. При этом особого внимания заслуживает фактор интегрирования в формат отмеченного фрейминга именно моральных компонентов, что позволяет указать на моральный фрейминг, апеллирование к которому позволяет: во-первых, выявлять зерна истины в противостоянии между пропагандой и контрпропагандой; во-вторых, проанализировать отдельные стороны социальных процессов, динамика которых обусловлена ходом процессов цифровизации, виртуализации и сетевизации в обществе XXI века.

Цель: выявить особенности использования моральных ценностей в системе современных пропагандистских и/или контрпропагандистских действиях, социальные последствия которых оказывают прямое влияние на развития общества, отличающегося «пронизанностью» различных его областей новыми технологиями манипулирования сознанием и, как следствие, поведением отдельных индивидов и различных социальных групп. Методы: в основу выполненного исследования определены общенаучные методы анализа, синтеза, индукции и дедукции, а также методы специально-научного значения, включая эвристический и аксиологический методы познания, и метод контент-анализа. Результаты: в публикации представлен анализ отдельных выводов зарубежной научной мысли относительно понимания морального фрейминга и соответствующих ему некоторых положений теории рефлексивного контроля. Выводы и заключения: материалы данной публикации подтверждают актуальность нового осмысления феномена морального фрейминга, выступающего в качестве камертона моральных ценностей, исходя из их принадлежности конкретной культуре нации/народа и отдельной личности, формирование которых происходит в строго заданной системе координат их бытия.

Ключевые слова: социология, социальный смысл, «моральный фрейминг», пропаганда, контрпропаганда, дезинформация, рефлексивный контроль.

Финансирование: инициативная работа.

Original article

SOCIAL MEANING OF THE CONCEPT OF «MORAL FRAMING»: IN THE CONTEXT OF COUNTER-PROPAGANDA AND COUNTER-PROPAGANDA

Sergey Yu. Chimarov

St. Petersburg university of the Ministry of Internal Affairs of Russia

Abstract. Relevance: the diversity of information circulating in modern society, the array of replication of which is provided by the potential of new media on digital technology platforms, predetermines the need to rethink the phenomenon of framing, which should be understood as a targeted format for presenting information flows. In this case, we are talking about the context of information transmitted in the processes of propaganda and counter-propaganda, which helps to attract attention to a number of aspects of information messages and the meaning embedded in them. At the same time, the factor of integrating moral components into the format of the noted framing deserves special attention, which allows us to point out moral framing, appealing to which allows: firstly, to identify grains of truth in the confrontation between propaganda and counter-propaganda; secondly, to analyze individual aspects of social processes, the dynamics of which are conditioned by the course of digitalization, virtualization and networking in the society of the 21st century. Objective: to identify the features of using moral values in the system of modern propaganda and/or counter-propaganda actions, the social consequences of which have a direct impact on the development of society, characterized by the «permeation» of its various areas with new technologies of manipulation of consciousness and, as a consequence, the behavior of individuals and various social groups. Methods: the study is based on general scientific methods of analysis, synthesis, induction and deduction, as well as methods of special scientific significance, including heuristic and axiological methods of cognition, and the method of content analysis. Results: the publication presents an analysis of

individual conclusions of foreign scientific thought regarding the understanding of moral framing and some corresponding provisions of the theory of reflexive control. Findings and Conclusions: the materials of this publication confirm the relevance of a new understanding of the phenomenon of moral framing, which acts as a tuning fork of moral values, based on their belonging to a specific culture of a nation/people and an individual, the formation of which occurs in a strictly defined system of coordinates of their being.

Key words: sociology, social meaning, «moral framing», propaganda, counter-propaganda, disinformation, reflexive control.

Funding: Independent work.

Введение.

В кругу современных представлений о должном и противоречащим ему несправедливым и/или противозаконным и несправедливым, а также - между истинным и ложным, принципиально значимым для восприятия социальной действительности и проведения водораздела между пропагандой и контрпропагандой, является вопрос о моральном аспекте контента транслируемой современными средствами массового тиражирования информации. Сообразно сложившейся традиции и исходя из устоявшейся терминологии, речь идет о понятии «моральный фрейминг» и созвучного ему понятию «моральное фреймирование», под которыми понимается способ аксиологии проблемы таким образом, чтобы акцентировать внимание на моральном аспекте происходящего, то есть с позиции правильного и неправильного. При этом концепция «морального фрейминга» занимает ключевое место в контексте выявления нравственного основания принимаемых моральных решений и оценки поведения отдельных лиц или групп. Отмеченное корреспондирует тому правилу, согласно которому «люди интерпретируют и реагируют на этические дилеммы на основе моральных ценностей, подчеркнутых в фрейминге» [1].

Наделяя изложенное социальным смыслом, представляется оправданным апеллирование к теме морального фрейминга при рассмотрении различных шаблонов поведения как отдельных индивидов, так и различных социальных групп, целеполагание деятельности которых сопряжено с продвижением указанными акторами социального взаимодействия своих ценностей, с использованием цифрового инструментария пропаганды и блокирующей ее контрпропаганды, широко применяющих достижения современного мира, в котором набирают обороты алгоритмы цифровых решений, основанные на достижениях информационного общества XXI века.

Представленный в проводимом нами исследовании материал соответствует положениям паспорта научной специальности 5.4.4. «Социальная структура, социальные институты и про-

цессы», в частности, 27-му направлению исследования: «процессы цифровизации, виртуализации, сетевизации в современном обществе».

Обсуждение.

Социология исследования различных шаблонов поведения личности и общества предполагает необходимость обращения к феномену фрейминга, общий абрис которого очерчен в теории перспектив. Указанная теория постулируется на том, что «решения, принимаемые отдельными людьми, могут быть изменены путем представления информации логически эквивалентными, но семантически различными способами» [2, р. 5].

По нашему мнению, отмеченное умозаключение, авторами которого являются зарубежные ученые С. Лечелер С. и К.Х. Де Врез, имеет несомненное значение при анализе мотива организации множества мероприятий и/или акций, имеющих пропагандистскую или контрпропагандистскую направленность и в семантическом плане использующих обиходу современных способов эмоционального заражения сознания отдельных людей, а также общества в целом. К примеру, таких способов, как интернет-мемы, эмодзи, GIF-файлы (гифки) и ряд других.

Одним из распространенных подходов к фреймингу в пропагандистских/контрпропагандистских контекстах является теория моральных основ (англ. «Moral Foundations Theory, ТМО»), посвященная исследованию моральных ценностей, соответствующих культурам различной направленности и аккумулирующая положения и выводы теорий социального взаимодействия, социальной психологии и антропологии.

В соответствии с выводом, к которому приходят зарубежные ученые Т. Мобайед и Дж.Дж. Сандерс [3, р. 3-4], для выявления наиболее обстоятельной модели морального фрейминга достаточно рассмотреть следующие пять универсальных моральных измерений, выступающих в качестве принципиальных установлений для отмеченной ипостаси фрейминга:

1) забота/вред, проявление которых, как правило, обусловлено социальными факторами, позволяющими распространять/игнорировать нормативные идеалы морального порядка;

2) справедливость/обман, связанных с демонстрацией/игнорированием взаимного альтруизма, признанием/пренебрежением фактора всеобъемлющей взаимной выгоды;

3) лояльность/предательство, определяемые как сильное чувство преданности/измены человеку (группе);

4) подчинение власти/подрыв власти, обусловленные особенностями соблюдения/несоблюдения канонов социальной иерархии, то есть подчинение власти суть добродетель или порок, и наоборот подрыв власти есть добродетель или порок, что объясняется тиражированием в социальных сетях заложенного смысла в передаваемых сообщениях пропагандистского/контрпропагандистского толка;

5) святость/деградация, непосредственно связанные с целенаправленным воздействием на сознание личности (социума) соответствующих информационных посланий, способствующих укреплению/ослаблению поведенческой иммунной системы индивида (общества) и вызывающих чувство отвращения к неприемлемой точке зрения: «отвращение и поведенческая иммунная система стали основой различных моральных реакций» [4, р. 71].

Акцентируя внимание на роли моральных фреймов в «мире цифры», Дж. Бэнкс и К. Кобан, отождествляют данные фреймы с дискурсивными структурами, которые делают аспекты ситуации более или менее заметными, т.е. влияют на то, как люди с позиции морали воспринимают этику применения новых цифровых технологий вообще и моральных качеств поведения обширного о ряда социальных роботов-управляемых искусственным интеллектом, в частности [5, р. 1-2]. При этом необходимо обратить внимание на некоторые выводы отмеченных ученых, в части аксиологии ими моральных фреймов к качеству объектива (линзы) для понимания социальных технологий, применяемых с целью продвижения информации, способствующей эффективности достижения поставленной пропагандистской или контрпропагандистской цели.

В указанном случае, речь идет о следующих выводах:

во-первых, любое сообщение (от новостных сюжетов до личных историй) не в состоянии в полной мере отразить реалистичность обозреваемой ситуации. Вместе с тем, интегрирование в ткань передаваемого сообщения дополнительной информации в виде образов, звуков и др., создает эмоционально окрашенную метафорическую рамку, позволяющую конкретизировать и более

заметным образом доводить до аудитории из числа пользователей сети Интернет моральный аспект действительно происходящего или искусственно созданного;

во-вторых, для каждого отдельного случая передаваемой информации актуальным является учет эффективности конкретно применяемой социальной технологии, в ее цифровом выражении и с более точным фокусом охвата объекта информационного воздействия, целеполагание которого заключается в ожидаемой субъектом пропаганды/контрпропаганды интерпретации передаваемого им адресату месседжа и заложенного в него морального/аморального смысла;

в-третьих, фактор наполнения определенным моральным/аморальным смыслом различного рода информационных включений, исключений и акцентов в итоге создает необходимые условия для программируемого понимания окружающего мира и происходящих в нем событий. Другими словами, факт конструирования моральных фреймов способствует ожидаемому со стороны субъекта пропаганды/контрпропаганды определению конкретной проблемы, причинно-следственной интерпретации, а также моральной оценке происходящего, исходя из приемлемых нравственных ценностей у объекта информационного воздействия;

в-четвертых, важно учитывать наличие у отдельных людей индивидуальных моральных фреймов, представленных в виде ментально сохраненного свода идей, способствующих дополнительной интерпретации получаемой новой информации. Как отмечают указанные Дж. Бэнкс и К. Кобан, эти индивидуальные фреймы морального порядка принимают две формы: долгосрочные/глобальные взгляды и краткосрочные когнитивные приемы, связанные с конкретной проблемой. При этом обе из отмеченных форм активируются, в части своей реализации, применительно к вводу в действие новых цифровых технологий [5, с. 2].

Фактор перехода современного социума из мира аналоговых технологий к «миру цифры» способствует переосмыслению многих положений и умственных конструкций прежней парадигмы природы реальности, в исследовательском плане находящейся в центре внимания философии и многих социальных наук. Сложившаяся в настоящее время ситуация динамичного, а по ряду позиций экспоненциального развития социальных сетей, способствующих динамике продвижения информационно-психологических операций, позволяет отметить утверждение в практике

цифрового обмена феномена «фейковых новостей» и сопутствующего ему явления в виде «дипфейка», что несомненно коррелирует вопросу моральных фреймов новых цифровых технологий.

В указанном случае, необходимо отметить гипермобилизующий потенциал Всемирной паутины и формируемых на ее основе социальных сетей, активно задействованных в проведении множества кампаний пропаганды/контрпропаганды, а также их неизменной «спутницы», в виде дезинформации. Наряду с отмеченным, данная триада (пропаганда-контрпропаганда-дезинформация) информационных атак на определенную целевую аудиторию интенсивно использует манипулятивный прием в виде «пузырей фильтров» (англ. «filter Bubbles»), сводимый к «наводнению» сознания пользователей сети Интернет набором специально подобранных/подготовленных информационных сообщений, контент которых корреспондирует строго заданному моральному фреймингу.

С учетом отмеченного, представляется необходимым указать на констатацию, автором которой является зарубежный исследователь К. Тилл [6], определивший социальные сети в номинацию не только производителей и распространителей контента, но и генераторов данных для профилирования и таргетинга. По мнению отмеченного ученого, цифровые платформы сети Интернет, включая соответствующие платформы социальных сетей, расширяя возможности для онлайн-взаимодействия, способствуют осуществлению информационной интервенции, ориентированной на дестабилизацию восприятия реальности и вовлечению пользователей сетевого пространства в процесс восприятия предлагаемых идеологием, с программируемым уровнем морального/аморального звучания. В данном случае, степень соотношения морального и аморального фрейминга предопределяется задачами пропаганды и контрпропаганды.

При рассмотрении предметного поля морального фрейминга, в части исследования его роли в процессе противодействия пропаганды и контрпропаганды, представляется целесообразным обращение к отдельным аспектам «рефлексивного контроля», воспринимаемого в качестве одной из моделей пропаганды/контрпропаганды и активно применяемого в целях переформатирования моральных ценностей объекта своего воздействия посредством различного рода морально или аморально-ориентированных клик-приманок и

стратегий манипулирования процессом вирусного продвижения соответствующего контента пропагандистского или контрпропагандистского материала.

Следует заметить, что под рефлексивным контролем, нередко именуемым в качестве рефлексивного управления, понимается форма «нелинейной войны» (англ. «non-linear warfare»), представляющая собой «средство доведения до партнера или противника специально подготовленной информации, чтобы склонить их к добровольному принятию заранее определенного решения, желаемого инициатором действия» [7, р. 237].

Заключение.

Подводя итог изложенному, представляется целесообразным заключить следующее:

1. Моральный фрейминг выступает в качестве нравственного ограничителя в части восприятия конкретной проблемы, разрешение которой возможно лишь при условии прямого соотношения предлагаемого варианта определенным ценностям и их эвентуального превалирования над другими, что в итоге оказывает необходимое моральное влияние на исход дела. При этом следует обратить внимание на то обстоятельство, что вариации морального фрейминга способствуют формированию различных выводов об одной и той же этической дилемме, демонстрируя в ряде случаев силу контекста в моральных рассуждениях.

2. Эффективность пропагандистских акций, как, впрочем, и контрпропагандистских действий, в определяющей степени зависит от учета при их реализации культурного фона, имеющего непреходящее значение для объекта пропаганды и контрпропаганды, что основано на убедительности морального фрейминга, по причине различия культур и их приверженности в своем приоритете ценностям различного порядка. При этом интегрирование в процессы продвижения соответствующих информационных посланий новых способов презентации реальных или псевдореальных ситуаций, создает необходимые условия для более выразительного толкования различных образцов морального или аморального поведения объекта информационных атак, или акций.

3. Фактор апеллирования к моральному фреймингу в политическом дискурсе и СМИ, включая новые медиа на цифровых платформах, с целью оказания влияния на общественное мнение и сознание отдельных индивидов по ряду принципиально значимых вопросов, позволяет представ-

лять контент транслируемой информации в морально заряженном контексте. При этом понимание значимости морального фрейминга способствует оптимизации процесса эмпатии, помогая адресатам информации более адекватно воспринимать видение проблемы с разных моральных

точек зрения, обеспечивая в данном случае наиболее конструктивный диалог, в том числе в условиях активации быстрой и экономичной эвристической обработки потоков информации, с использованием возможностей искусственного интеллекта, работы с большими данными и машинного обучения.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

Список источников/ References:

1. Key term – Moral Framing. URL: <https://library.fiveable.me/key-terms/adolescent-development/moral-framing> (дата обращения: 29.04.2025).
2. Lecheler S., De Vreese C.H. How Long Do News Framing Effects Last? A Systematic review of Longitudinal Studies. *Ann. Int. Commun. Assoc.* – 2016. – Volume 40. – Pp. 3-30.
3. Mobayed T., Sanders J.G. Moral Foundational Framing and Its Impact on Attitudes and Behaviours // *Behavioral Sciences*. – 2022. – Volume 12(5):118. – Pp. 1-15. DOI: 10.3390/bs12050118.
4. Graham J., Haidt J., Koleva S., Motyl M., Iyer R., Wojcik S., Ditto P. Moral foundations theory: The pragmatic validity of moral pluralism // *Advances Experimental Social Psychology*. – 2013. – Volume 47. – Pp.55-130. DOI: 10.1016/B978-0-12-407236-7.00002-4.
5. Banks J., Koban K. Framing Effects on Judgments of Social Robots' (Im)Moral Behaviors // *Frontiers in Robotics and AI*. – 2021. – Volume 8: 627233. – Pp. 1-14. DOI: 10.3389/frobt.2021.627233.
6. Till C. Propaganda through «reflexive control» and the mediated construction of reality // *New Media & Society*. – 2020. – Pp. 1-18. DOI: 10.1177/1461444820902446.
7. Thomas T.L. (2004) Russia's reflexive control theory and the military // *The Journal of Slavic Military Studies*. – Volume 17(2). – Pp. 237-256. DOI: 10.1080/13518040490450529.

Информация об авторе:

Чимаров Сергей Юрьевич, доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры управления персоналом и воспитательной работы, Санкт-Петербургский университет МВД России. E-mail: serg120756@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8323-6953>

Sergey Yu. Chimarov, doctor of historical sciences, professor, professor of the department of personnel management and educational work, St. Petersburg university of the Ministry of Internal Affairs of Russia.

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 07.05.2025;

Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 18.06.2025;

Принята к публикации / Accepted for publication 20.06.2025.

Автором окончательный вариант рукописи одобрен.