

**“ОВЕРТОН ДАРЧАСИ” НАЗАРИЯСИДА ПСИХОЛОГИК МЕХАНИЗМЛАР:
ФРЕЙМИНГ ВА РЕФРЕЙМИНГ****Ахатова И.**

Тадқиқотчи.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15401088>

Аннотация. “Овертон дарчаси” назарияси ижтимоий онгга манипулятив таъсир ўтказиш усули бўлиб, унинг таъсирида жамият учун зарарли бўлган ғоялар ва ҳолатларни нормал қабул қилиш ва ҳатто легаллаштириш имкони яратилади. Мақолада мазкур назариянинг психологик жиҳатлари, хусусан, когнитив диссонанс, ҳиссий адаптация ва спиндокторинг технологияси воситасида ғояларни илгари суриш усуллари таҳлил қилинди. Шунингдек, фрейминг ва рефрейминг усулларида фойдаланган ҳолда жамият онгига манипулятив таъсир механизмлари ўрганилди. Бундан кўзланган мақсад – “Овертон дарчаси” назариясига қарши тура билиш имкониятларини саралаш ва кўникмаларини шакллантиришга хизмат қилиш.

Калит сўзлар: жамоавий онг, психологик механизм, когнитив диссонанс, ҳиссий адаптация, спиндокторинг технологияси, фрейминг ва рефрейминг, context framing, emotional framing, data framing, танқидий фикрлар, фактчекинг.

“Овертон дарчаси” (Overton Window) – жамиятда табу бўлган ғоялар, сиёсий ёки ижтимоий мавзуларнинг қабул қилиниш, нормаллаштирилиш ва ҳатто қонунийлаштириш жараёнини тушунтирадиган назария. Унинг қизиқ жиҳатлари жуда кўп ва бу ҳақда кўплаб мақолалар ёзилган, фикрлар билдирилган. Ҳатто шу ном билан сиёсий триллер жанрида роман ёзилгани, унга кенг миқёсда қизиқиш борлигига ишорадир¹. Бу назарияни “миф” деб атаганлар ҳам йўқ эмас. Негаки, у ҳар доим ҳам қўтилган натижаларни қафолатламаган.

Шундай бўлсада, аксарият манбаларда бу назария ҳаётий мисоллар, ҳодисалар таҳлили асосида қандай ишлаши тушунтириб берилган. Унинг механизмлари ва босқичлари атрофлича ўрганилган. Бу назариянинг нафақат сиёсатда, ижтимоий ҳаётда ва ҳатто бизнесда қўллаш имкониятлари тадқиқ этилган². “Овертон дарчаси”нинг кенгайиш ва торайишида медиа ва коммуникация воситаларининг роли ва аҳамиятига алоҳида эътибор қаратилган.

“Овертон дарчаси” – инсон тафаккури ва жамоавий онгга таъсир ўтказишнинг кучли психологик механизми ҳисобланади. Бу жараён психологик жиҳатдан қандай амалга ошади? Улардан айримларини кўриб чиқиш мақсадга мувофиқ.

1. “Овертон дарчаси” ва когнитив диссонанс. Когнитив диссонанс – инсоннинг амалий хатти-ҳаракатлари ва ишонч, хоҳишлари ўртасида зиддият пайдо бўлиш ҳолатидир. Бу эмоционал дискомфорт. Масалан, сизга умуман керак бўлмаган нарсани, реклама ёки чегирма ва бонуслар таъсирида харид қилиш, ёки чекишнинг шахсан соғлиқингизга зарарлигини била туриб чекишда давом этиш – когнитив диссонансни келтириб чиқаради.

¹ Beck Glenn. “The Overton Window” // Simon & Schuster – 2010. P. 512. ISBN: 9781451625288

² Окно Овертона примеры в бизнесе и маркетинге. // Источник: Агентство интернет-маркетинга Exiterra, <https://exiterra.ru/blog/biznes-idei/okno-overtona-primery-v-biznese-i-marketinge/>. Как теория окна Овертона используется в маркетинге и рекламе? // https://ya.ru/neurum/c/drugoe/q/kak_teoriya_okna_overtona_ispolzuetsya_v_marketinge_16f7b1bd

Инсон бу диссонансдан чиқиш учун ўзини оқлашга уринади. “Овертон дарчаси” орқали янги ғояларни жамиятга жорий қилишда, биринчи қадам шу диссонансни юзага келтиришдан иборат:

- Илгари рад этилган ғоя ҳақида фақатгина фикр юритишга ҳаракат қилиш;
- “Бу мумкин эмас, лекин бунга қизиқиш билдириш мумкин” деган ёндашувни шакллантириш;
- Ҳар ким ўз фикри ва уни ҳимоя қилиш ҳуқуқига эга, каби демократик қарашлар билан хаспўшлаш.

Масалан, бир вақтлар жамиятда рад этилган айрим ижтимоий ҳодисалар медиа ва ижтимоий тармоқлар орқали секин-аста муҳокама қилина бошланади ва улар ҳақида фикр юритиш одатий ҳолга айланади.

2. Ҳиссий адаптация. Одамлар маълум бир нарсалардан узоқ вақт таъсирланиши натижасида уларга кўникиб қолишади ва нормал қабул қилишади. Буни психологияда ҳиссий адаптация деб аташ мумкин.

- Дастлаб инсон маълум бир ҳодисани қабул қилмайди;
- Кейин уни кўпроқ эшитиш/кўриш натижасида унга нисбатан бетараф бўлиб боради;
- Вақт ўтиши билан, агар атрофдаги кўпчилик бу ғояни қўллаб-қувватласа, инсон ҳам уни нормал деб қабул қила бошлайди.

Ҳиссий адаптацияни содир этиш учун ахборот узатишда мунтазамлик муҳим ва бу жараён кино, реклама, журналистика, ижтимоий тармоқ ва блоглар воситасида амалга оширилади.

3. Спиндокторинг технологияси. Бу технологияси ҳам манипуляциянинг бир кўринишидир. Унга кўра воқеаликнинг жамоатчилик томонидан ижобий қабул қилиниши таъминланади. Яъни, воқеа аҳамияти камситилади ёки аксинча бўрттирилади ва ҳатто ундан муҳимроқ ҳисобланган воқеа билан алмаштирилади³. Бу технологиянинг яна бир самарали жиҳати шундаки - бирор нарсани кулгили ёки комедия шаклида намоиш этиб, унинг салбий жиҳатини аҳамиятсиз кўрсатиш. Бу жараёни “толерантлик” “бағрикенглик” каби инсоний фазилатлар билан атаб, одамларда уларга нисбатан нейтрал муносабатни шакллантириш. Масалан, бир жинслилар ёки одамхўрлар ҳақида кулгули мем ёки латифа айтиш, такрорлаш ва шу орқали бу ҳолатларга нисбатан нафрат ёки ғазаб ўрнига енгил қулиш ҳиссини уйғотиш.

4. “Овертон дарчаси” ва фрейминг. “Овертон дарчаси” – ижтимоий ғояларнинг жамият онгидаги қабул қилинганлик доирасини тасвирловчи назария бўлса, фреймлар (frames) – одамларнинг воқеликни қандай тушунишини бошқарувчи контекст ва тафсирлар тизимидир. Бу икки тушунча биргаликда ишлаганда, жамият онгини шакллантириш ва ҳеч қачон қабул қилиб бўлмайдиган ғояларни нормаллаштириш жараёни янада самарали амалга ошади.

Фреймлаш (framing) – маълум бир ғояни муайян контекстда кўрсатиб, унинг қабул қилинишига таъсир ўтказиш усули. Фреймлар жамият онгига турли мазмундаги ғояларни жорий қилишда асосий роль ўйнайди. Фотосурат атрофидаги рамка сингари, концептуал фрейм ҳам баъзи воқеа ва фактларни таъкидлаб, бошқаларни кўринмас қилади.

³ Спин-доктор. // <https://ru.wikipedia.org/wiki/Спин-доктор>

Муваффақиятли фрейминг ёрдамида сизнинг ғоянгизнинг муайян вазиятда устун келишини таъминлаш имкони бор. Яъни, фреймлар воситасида маълум бир вазиятни ё ижобий ёки салбий қабул қилишни таъминлаш мумкин⁴.

Фреймлаш усуллари “Овертон дарчаси”да қандай қўлланилади?

1. Терминологик ўзгартириш (Reframing). Ғояни жамиятга енгилроқ қабул қилдириш учун унинг атамаси ўзгартирилади. Масалан: “қора бозор” ўрнига “норасмий иқтисод”, “бузуқлик” ўрнига “альтернатив турмуш тарзи” ва х.к. Бундай терминологик ўзгаришлар одамларнинг ҳиссий муносабатини юмшатади ва ғояга нисбатан муросалик пайдо қилади.

2. Мувофиқлаштириш (Context Framing). Ғоя биринчи босқичда рад этилган бўлса, у ўзининг асл шаклида эмас, балки бошқа бир контекстда муҳокама қилинади. Масалан, ноқонуний ҳодисани тўғридан-тўғри қонунийлаштириш жуда қийин ва иложсиз. Лекин бу масала санъат асарлари, кинофильм, комедиялар ёки илмий муҳокамалар орқали “шу мумкинми?” деган савол ўртага ташланса, одамлар онгида мавзу ҳақида фикр юритишга имкон яратилади. Илмий муҳокама ва мунозараларга чиқариш – “Биз буни тарғиб қилаётганимиз йўқ, фақат муҳокама қилияпмиз!” деган ёндашув жамиятни тайёрлаш учун ишлатилади.

3. Эмоционал фреймлаш (Emotional Framing). Одамлар маълум бир ғояни рад этишларини олдини олиш учун у эмоционал жиҳатдан таъсирли контекст орқали тақдим этилади. Масалан, фақат шахсий ҳаётга тегишли бўлган бир ҳодисани жамиятга татбиқ қилиш учун у инсон ҳуқуқлари нуктаи назаридан талқин қилинади. Ёки радикал ғоя илгари сурилаётганда, унинг “болақайлар ва оилалар учун аҳамияти” таъкидланса, жамоатчилик ҳиссий таъсир остида қолади. Бу усул ғояни мазмунан эмас, балки ҳиссий таъсир орқали қабул қилишни таъминлайди.

4. Статистика ва фактлар орқали фреймлаш (Data Framing). Одамлар рақамлар ва фактларга ишонгани учун маълумотларни керакли ракурсда қайта таҳлил қилиш орқали ўзига хос талқин орқали ифодалаш. Масалан, муайян мавзу бўйича статистика қасддан муҳокама қилинади, лекин бошқа муҳим омиллар назардан четда қолдирилади. Ёки танлаб олинган мисоллар асосида умумий хулосалар чиқарилади ва шунга асосан ғоя жамоатчиликка сингдирилади. Фреймлашнинг бу каби усуллари кўпгина манбаларда атрофлича ўрганилган⁵.

“Овертон дарчаси” бу фақат назарий концепция эмас, балки жамиятнинг ижтимоий ва психологик ҳолатига таъсир қилувчи реал жараёндир. Бу механизмнинг қандай ишлаши, қандай қилиб ижтимоий онгга таъсир қилиш усуллари ўрганиш орқали одамларда унга қарши ҳимояланиш кўникмаларини шакллантириш мумкин бўлади.

“Овертон дарчаси”нинг таъсиридан ҳимояланиш учун жамиятда танқидий фикрлашни ривожлантириши керак. Бу борада фактчекнинг усуллари орқали манбаларни текшириш ҳамда маълумот қаердан келгани ва унинг мақсадини таҳлил қилиш кўникмаси муҳим. Шунингдек, манипуляция усуллари билиш ва уларнинг таъсир механизмларини аниқлаш юзасидан малака ҳам зарур. Яъни, ғоя қандай кўриниш ва восита орқали жамоатчилик онгига сингдириляпти?

⁴ Фрейминг: «агент под прикрытием» в мире манипуляций. // <https://azbukamedia.com/frejming-agent-pod-prikrytiem-v-mire-manipuljacji/>

⁵ The Framing Effect: How Perception Shapes Decision-Making // <https://www.verywellmind.com/the-framing-effect-in-psychology-8713689>. Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта. - М.: Институт социологии РАН, 2004.

Қолаверса, оммавий ахборот воситалари ва ижтимоий тармоқлардаги тенденцияларни кузатиш, ёшларда мустақил фикр юритиш ҳамда қарорларни онгли равишда қабул қилиш кўникмаларини шакллантириш бугунги куннинг долзарб масаласи бўлиб қоляпти.

REFERENCES

1. Beck Glenn. "The Overton Window" // Simon & Schuster – 2010. P. 512. ISBN: 9781451625288
2. Окно Овертона примеры в бизнесе и маркетинге. // Источник: Агентство интернет-маркетинга Exiterra, <https://exiterra.ru/blog/biznes-idei/okno-overtona-primery-v-biznese-i-marketinge/>. Как теория окна Овертона используется в маркетинге и рекламе? // https://ya.ru/neurum/c/drugoe/q/kak-teoriya-okna-overtona_ispolzuetsya_v-marketinge_16f7b1bd
3. Спин-доктор. // <https://ru.wikipedia.org/wiki/Спин-доктор>
4. Фрейминг: «агент под прикрытием» в мире манипуляций. // <https://azbukamedia.com/frejming-agent-pod-prikrytiem-v-mire-manipuljacji>
5. The Framing Effect: How Perception Shapes Decision-Making // <https://www.verywellmind.com/the-framing-effect-in-psychology-8713689>. Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта. - М.: Институт социологии РАН, 2004.