동일한 상황을 어떻게 제시하느냐에 따라 그 상황에 대한 인식과 의사결정, 결과가 달라지는 현상을 말한다. 프레이밍은 사진을 찍을 때 화면의 구도를 결정하는 것인데, 사회학, 경제학, 정치학, 심리학 등 다양한 사회과학 분야에서 어떤 사건에 대한 여론이나 해석의 틀을 의미하는 단어로 사용하기도 한다. 프레이밍 효과를 대표적인 실험 중에 하나는 600명의 사람이 질병에 걸렸을 때 사람들이 어떤 치료법을 선택할지에 관한 것이다. A 치료법을 택하면 200명이 생존할 수 있다. B치료법은 환자 전체가 살 수 있는 확률은 33%이고 아무도 못 살 확률은 67%이다. 두 가지 선택 중에 A 치료법을 선택한 사람이 72%였고, 나머지 28%의 사람은 B 치료법을 선택했다. 똑같은 문제 상황을 제시하고 C 치료법은 400명이 죽고, D 치료법은 아무도 죽지 않을 확률은 33%, 모두 죽을 확률이 67%라고 했을 때, 이번에는 D 치료법을 선택한 사람이 78%였다. 네 가지 치료법의 기대 생존률은 모두 200명으로 동일했고, A와 C 치료법의 효과는 완전히 동일했다. 두 치료법의 차이는 '살 수 있다'는 긍적적인 표현과 '사망한다'는 부정적인 단어에 있었다. 어떤 방식으로 표현했는지에 따라 사람들의 선택은 달라졌다. 즉, 사람들은 같은 상황에서 긍정적인 표현을 사용할 경우 확실한 대안을 선호하고, 부정적인 언어로 표현하면 불확실한 대안을 선호하는 것으로 나타났다. 이와 같이 표현의 방식이 사람의 인식 과정에 상당한 영향을 미치는 것을 프레이밍 효과라고 한다.