



# Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi

Davide Bennato  
Università di Catania  
[dbennato@unict.it](mailto:dbennato@unict.it)



## La teoria dell'agenda setting

- Media e costruzione sociale della realtà
  - Ciò che sappiamo della nostra società, ed in generale del mondo in cui viviamo, lo sappiamo dai mass media (Luhmann, 1996)
  - Walter Lippmann (1922): Public Opinion
    - La stampa e i mass media costruiscono stereotipi che contribuiscono a creare un *pseudo-environment*
    - I mass media offrono gli elementi conoscitivi attraverso i quali i soggetti prendono le decisioni e agiscono
    - I mass media offrono elementi contestuali all'interno dei quali collocare e dar senso agli eventi stessi
  - La socializzazione e la costruzione di rappresentazioni della realtà: conseguenze di lungo periodo



- Dall'agenda dei media all'agenda del pubblico
  - Cohen (1963) la formulazione iniziale dell'agenda setting
    - La stampa non suggerisce ai propri lettori cosa pensare, ma suggerisce intorno a cosa pensare
    - La stampa offre temi e problemi intorno ai quali pensare e discutere
  - Shaw (1979): la costruzione mediale della realtà
    - La comprensione che la gente ha della realtà sociale è in gran parte mutuata dai media
    - Viene e così a compiersi il passaggio dalla persuasione all'influenza
  - Elementi chiave dell'agenda setting
    - I media ne determinano/ordinano gerarchicamente la presenza dei temi nell'agenda
    - I media costruiscono l'agenda degli individui come conseguenza dell'agenda dei media
  - La ricerca di McCombs e Shaw (1972)
    - Elezioni presidenziali del 1968 a Chapel Hill
    - Fase 1: interviste ai 100 soggetti prescelti
    - Fase 2: identificare i temi presenti dei media di Chapel Hill
    - Risultati: correlazioni tra i temi dei soggetti e i temi dei media



- Lang e Lang (1981): temi a soglia differenziata
  - Temi a soglia alta: lontani dalla vita quotidiana dei soggetti
  - Temi a soglia bassa: vicini alla vita quotidiana dei soggetti
  - Una debita azione di copertura trasforma i temi a soglia alta in temi a soglia bassa (caso Watergate)
- La forza della stampa sulla televisione
  - Patterson e McClure (1976): l'effetto di agenda è correlato al consumo di carta stampata
  - Benton e Frazier (1976): l'esposizione esclusiva alla televisione consente solo di conoscere i temi, ma non di capirli
  - Rogers e Dearing (1988): l'agenda dei media non influenza l'agenda dell'individuo se il sistema mediatico ha bassa credibilità
- Fattori di omogeneità o differenziazione del pubblico
  - Cook *et alii* (1983): l'inchiesta televisiva sulle frodi dell'assistenza sanitaria domiciliare. Se bisognosi di assistenza, nessun effetto agenda. Se funzionari o pubblico generico, forte effetto agenda
- Natura dell'agenda del pubblico
  - Agenda intrapersonale: quali i temi più importanti per l'individuo
  - Agenda interpersonale quali i temi più importanti per la rete sociale dell'individuo
  - La percezione dell'opinione pubblica: quali i temi più importanti per l'opinione pubblica





- La costruzione dell'agenda dei media
  - I temi sono in competizione tra di loro per catturare l'attenzione del pubblico (Smith 1980)
    - La rilevanza di un tema è relativa e non assoluta
  - Come si costruisce l'agenda dei media
    - La realtà esterna: i temi nascono da impulsi del mondo esterno (la disoccupazione)
    - La logica nella selezione delle notizie: le routine produttive come strumento di agenda
    - I rapporti di potere: la determinazione dei temi frutto delle negoziazioni di potere fra media (visibilità) e fonti (informazioni per la copertura) (Reese 1991)
- Agenda politica e agenda dei media
  - La formazione dell'opinione pubblica e il suo impatto sul *policy making*
    - Media: rapporto con i cittadini, rapporto con il sistema politico
  - Prossimità fra organizzazioni giornalistiche e sistema politico
    - Alto numero di notizie pubblicate a partire da fonti ufficiali, comunicati stampa
    - Congruenza fra occupare spazio nei media (politici) e interesse a ricorrere a fonti sicure (giornalisti) (Entman 1989)
    - *News slant*: esponenti politici che commentano esponenti politici (Entman 1989)



- Influenza dell'agenda dei media sull'agenda dei politici
  - Influenza di specifiche news story
  - Influenza sulla determinazione dei temi
  - Le tre diverse funzioni di *linkage*: indirizzare i cittadini verso alcuni temi, consentire la comunicazione "interna" al sistema politico, assumere il ruolo di interprete delle vicende pubbliche
- Tema e *frame*: il secondo livello dell'Agenda Setting
  - La ricerca sulle elezioni generali del 1983 (Takeshita e Mikami 1995)
    - Il tema delle riforme politiche come predominante
    - Verifica dell'ipotesi della salienza: grado di informazione+ grado di esposizione alla campagna
    - Analisi fattoriale dell'importanza degli intervistati: fattore etico e fattore sistemico come guida alla copertura mediale