Il Newsmaking

I più recenti studi sulla comunicazione di massa si sono concentrati, in particolare, sui media in quanto agenti attivi nella costruzione del significato sociale. In tale ambito, molto interessanti risultano essere le teorie che analizzano i processi di produzione dell'informazione.

Si tratta di un filone di ricerca (sviluppatosi a partire dagli anni '70, accanto all'indirizzo di studi sugli effetti dei media sul pubblico), che si concentra sul sistema dei media, sulla sua organizzazione interna, sulle modalità di costruzione della notizia e sugli effetti che ne conseguono.

I primi studi sulla produzione delle notizie (newsmaking) riguardano soprattutto il concetto di **gatekeeper.** Il termine viene usato per la prima volta nel 1947 da Kurt Lewin, il quale, studiando le dinamiche interattive dei gruppi sociali, individua all'interno dei "canali" attraverso i quali fluiscono le sequenze comportamentali, delle zone filtro che possono funzionare da "cancello" o da "portiere" (***gatekeeper***), decidendo del passaggio delle unità.

White è il primo ad interessarsi alla funzione di gatekeeping in ambito comunicativo; nel 1950, infatti, utilizza il concetto per studiare il flusso di notizie entro i canali delle organizzazioni dell'informazione. Secondo lo studioso, i processi di selezione dell'informazione sarebbero determinati dall'azione di individui o di gruppi in grado di decidere se lasciare passare o bloccare una determinata informazione. White assegna agli editori un forte potere decisionale, derivante dalla capacità di sbarrare le strada ad alcune notizie (si parla, appunto, di "guardiani del cancello") (White, D.M., 1950, pp. 383-390).

Questa teoria presenta alcuni limiti, il più importante dei quali consiste nell'attribuire un carattere essenzialmente soggettivo ai processi di scelta delle notizie. Tali dinamiche produrrebbero delle **distorsioni informative volontarie**, alterazioni delle informazioni con l'obiettivo di proporre una determinata visione della realtà, o di manipolare l'opinione pubblica (la distorsione volontaria dell'informazione spesso ricorre nelle teorie cospirazioniste).

La tendenza a concentrare l'attenzione sul carattere individuale del gatekeeper è stata superata dagli studi dei Lang, i quali indirizzarono la propria ricerca verso le **distorsioni informative involontarie:** risultati inevitabili e fisiologici dei processi di produzione dell'informazione giornalistica, delle logiche e della cultura professionali e dell'apparato di produzione dell'informazione. Le distorsioni informative, dunque, non sono realizzate in maniera intenzionale, ma sono l'esito inevitabile delle logiche di produzione e della cultura diffusa.

Uno dei primi studi sulle distorsioni informative involontarie riguardò la copertura televisiva del ritorno del generale americano McArthur dalla guerra di Corea (1950-1953): in questa occasione la televisione, grazie ad una studiata regia e ad appassionanti commenti dei telecronisti, riuscì a trasformare un episodio di scarsa importanza in un grande evento (Lang & Lang, 1953, pp. 3-12).

Oggi, il campo di studi sul newsmaking non si concentra su singoli eventi, ma sulla produzione routiniera di informazione:

A mano a mano che la ricerca sui comunicatori precisa il proprio interesse per le condizioni normali, quotidiane, in cui opera l'organizzazione giornalistica, viene messo in risalto un tipo di "deformazione" nei contenuti informativi non addebitabile a violazioni dell'autonomia professionale, ma piuttosto al modo in cui è organizzato, istituzionalizzato e svolto il mestiere di giornalista. Se gli studi sui gatekeepers correlavano il contenuto dei giornali con il lavoro di selezione delle notizie svolto appunto dal "guardiano del cancello", gli studi recenti sulla produzione di notizie rapportano l'immagine della realtà sociale fornita dai media con l'organizzazione e la produzione routiniera degli apparati giornalistici (Wolf, M.,1998, pag. 183).

All'interno dei più recenti studi sul newsmaking ricorre spesso il concetto di **framing** (incorniciamento), basato sull'idea che l'organizzazione delle informazioni avvenga attraverso un frame, cioè una cornice cognitiva. Secondo tale concezione, i media potrebbero influire non solo sul "cosa" pensare (ipotesi di Agenda Setting) ma anche sugli attributi, cioè sul "come" pensare; il *frame* di un tema costituirebbe la chiave di lettura che si dà al tema stesso, il suo inquadramento interpretativo.

Nel 1996 McCombs (teorizzatore, insieme a Shaw, dell'ipotesi di Agenda Setting) scrive:

Al di là dell'agenda degli oggetti esiste anche un'altra dimensione di cui tenere conto: ciascuno di questi oggetti ha numerosi attributi, ossia ha caratteristiche e proprietà che ne completano l'immagine. […] Sia la selezione degli oggetti su cui si concentra l'attenzione sia la selezione degli attributi necessari per pensare questi oggetti esercitano un forte potere di agenda-setting.

Lo studioso Scheufele sostiene che il sistema mediale si ritroverebbe di fronte a due tipi di frame: i *media frames* e gli *individual frames*. Il rapporto tra i due frames può essere di indipendenza o di dipendenza. Nel primo caso l'indipendenza fra chi produce il messaggio (i media) e che lo recepisce (il pubblico) porta il fruitore del messaggio mediale a difendersi dalla "cornice" mediale. Per esempio, un fruitore accetterà più facilmente quelle notizie (e il modo in cui sono date) che confermano il suo modo di vedere il fatto, e resisterà alle notizie che vi si oppongono. Al contrario, nel secondo caso, (dipendenza fra i frames dei media e quelli individuali) la dipendenza è dovuta ad un effetto dei media sulle opinioni della gente. I media avrebbero, così, la possibilità di confutare le conoscenze pregresse dei fruitori, portando il pubblico a inquadrarsi nella cornice dominante (Scheufele 1999, in Spanu M., 2007). Secondo McQuail per raggiunge tali scopi possono essere usati numerosi dispositivi testuali, come l'uso di certe parole o di certe frasi, il riferimento a determinati contesti, la scelta di certe immagini, il ricorso a determinate fonti. (McQuail, 2001).

Con il passare del tempo gli studi sul news-making non si sono più soffermati sui singoli eventi o sulle singole decisioni degli editori, ma "si è prestata maggiore attenzione alle influenze 'organizzative' e a quelle 'ideologiche'. Le prime riguardano soprattutto le routine burocratiche, mentre le seconde i valori e i condizionamenti che non sono soltanto individuali e personali ma che nascono anche dal contesto sociale (e politico) dell'attività informativa".

(McQuail D., 2001, in Spanu M., 2007).

La produzione delle notizie

Non tutti i fatti che accadono nel mondo diventano notizie. Perché un avvenimento possa dare origine a una notizia "è necessario che si manifesti in forme evidenti e registrabili o certificabili. Il fatto **entra nella notizia non come verità**, ma **come cronaca di un aspetto della verità**" (Papuzzi, 1998).

Per Stuart Hall, "la notizia è un prodotto, una costruzione realizzata dall'uomo, una parte fondamentale del sistema di 'produzione culturale'[...] le notizie vengono codificate e classificate; assegnate in differenti spazi e suddivise in termini di presentazione e significato"(1970, pag. 1056).

Per poter essere trasformato in notizia, un fatto deve possedere un insieme di caratteristiche che costituiscono la **Notiziabilità** di quell'evento.

La notiziabilità è strettamente legata ai processi di standardizzazione e routinizzazione delle pratiche produttive; essa mira a rendere prevedibile e routinizzabile la sovrabbondanza e la variabilità degli eventi. Secondo Wolf, fa notizia ciò che è suscettibile di essere "lavorato" senza troppe alterazioni delle routine produttive (1998, pag. 191).

I **valori/notizia** sono linee guida per la selezione del materiale informativo e la sua eventuale presentazione; vengono, dunque, impiegate in tutte le fasi del newsmaking.

I valori informativi possono essere distinti in:

- **Criteri sostantivi:** si riferiscono all'importanza e all'interesse della notizia, in base ad alcune variabili, come: il grado gerarchico dei soggetti coinvolti nell'evento (fatti riguardanti governanti, persone d'élite ecc. , hanno la precedenza); l'incidenza o l'impatto dell'evento sugli interessi della nazione; la vicinanza culturale e geografica dell'evento; numero di persone coinvolte nell'evento (disastri, terremoti, stragi ecc. sono subito notiziabili); l'interesse della storia, ovvero curiosità che attirano l'attenzione (Ivi, 201-206);

- **Criteri relativi al prodotto:** l'evento deve essere accessibile, facilmente coperto e in "consonanza" con le procedure produttive; le notizie devono essere "brevi", in modo da trattenere l'attenzione senza stancare il pubblico, e fresche, cioè devono essere accadute entro le ultime 24 ore (Ivi, 206-210);

- **Criteri relativi al mezzo**. Nell'informazione televisiva la valutazione della notiziabilità di un evento riguarda anche la possibilità che esso fornisca un "buon materiale visivo" che illustri i punti salienti dell'evento. È importante anche il valore informativo del "formato", riguardante i limiti spazio-temporali che caratterizzano il prodotto informativo e la struttura narrativa della notizia (inizio, svolgimento e fine dell'evento);

- **Criteri relativi al pubblico:** riguardano il ruolo che riveste l'immagine del pubblico condivisa dai giornalisti. La loro conoscenza degli interessi del pubblico è piuttosto superficiale. Essi cercano di usare un linguaggio più chiaro possibile, per rendere comprensibile la notizia a un pubblico ampio; inoltre, cercano di proteggere il pubblico dai dettagli degli eventi che potrebbero causare ansie, traumi o urtarne il gusto (Ivi, 210-215).

Criteri relativi alla concorrenza: la concorrenza fra i media informativi porta alla corsa allo scoop, a ottenere esclusive, a inventare nuove rubriche. La competizione genera anche "aspettative reciproche", nel senso che può accadere che una notizia venga selezionata in quanto ci si aspetta che anche i media concorrenti lo facciano (ibidem).

Le fasi principali del Newsmaking

Il processo del newsmaking può essere suddiviso in alcune fasi principali, all'interno delle quali opera sempre la distorsione involontaria dell'informazione, della quale si è parlato in precedenza:

La produzione delle notizie è essenzialmente composta da:

- la raccolta dei materiali informativi. In questa fase si raccolgono i "materiali" relativi agli eventi che possono diventare notizie. Assumono notevole importanza le "fonti"; queste possono essere

- dirette, sono i fatti in sé: il giornalista è testimone oculare del fatto;

- indirette: - Fonti istituzionali (Questura, Carabinieri, Palazzo di Giustizia ecc.), informatori

- agenzie di stampa e informatori (nazionali e internazionali).

Alle fonti vengono applicati alcuni criteri di selezione, quali: autorevolezza, credibilità, affidabilità, continuità.

- la selezione delle notizie. Il materiale raccolto da corrispondenti, inviati, cronisti o arrivato tramite le agenzie, viene "setacciato" e ridotto a un certo numero di notizie. La selezione è un processo complesso, che si sviluppa lungo tutto il ciclo lavorativo. In questa fase alcune notizie vengono aggiunte, spostate, inserite all'ultimo momento (Ivi,242 ss).

- **l'editing** e **la presentazione** delle notizie. In questa fase gli eventi vengono “confezionati” e “presentati”, rispettando il formato e la durata dei notiziari; l’informazione viene de-contestualizzata e, successivamente, ri-contestualizzata in una cornice interpretativa (frame). In questo fase si restituisce all'informazione il suo aspetto di “specchio” della realtà. Nell’editing si provvede a trasformare l’evento in una storia con un inizio, una parte centrale e una fine, in modo da dare una rappresentazione sintetica della notizia, oltre a selezionare ed enfatizzare i tratti salienti dell’evento.

Le notizie in Rete

L’avvento di Internet ha portato alla **trasformazione del ciclo produttivo** delle notizie: la fase di chiusura, la deadline del notiziario, è stata sostituita dall’aggiornamento continuo, e lo spazio circoscritto ha ceduto il posto a quello globale.

Inoltre, se prima di Internet la negoziazione giornalistica classica si basava su un processo essenzialmente lineare, che dal fatto conduceva alla notizia, con i media digitali tutti gli attori appartengono allo stesso contesto e possono interagire liberamente tra di loro, producendo una negoziazione non più lineare, ma circolare.

La Rete ha accellerato notevolmente la velocità dell’informazione e, dunque, dei ritmi di lavoro collegati alla crescente mole di informazioni, all’ampliamento degli spazi informativi,al ciclo di vita della notizia, che è più breve, ma anche più intenso.

L’avvento delle tecnologie digitali ha portato ad un aumento esponenziale delle fonti e alla partecipazione sempre più intensa del cittadino digitale, dando vita al fenomeno del giornalismo partecipativo.

Se da un lato la moltiplicazione delle fonti è un’occasione per produrre un’informazione più originale e approfondita, dall’altro il lavoro di verifica delle fonti stesse può risultare particolarmente complicato e non privo di rischi. Infatti, chiunque può scrivere in Rete, non esiste un controllo generale sui contenuti e dunque ci si può imbattere anche in testi di scarsa qualità, errati, addirittura falsificati volontariamente.

È fondamentale, quindi, saper valutare. Alcuni criteri di qualità sono le informazioni positive sull’autore o sul sito da cui si ricava il materiale; importante è anche osservare la data di pubblicazione del testo e la frequenza dell’aggiornamento del sito.

L’informazione in Rete lascia aperte alcune importanti questioni:

- Credibilità e affidabilità

- Professionalità

- Tutela della privacy

- Rapporto con i newsmedia tradizionali

-Influenza sull’opinione pubblica

Bibliografia di riferimento

Bentivegna, *Teorie delle comunicazioni di massa*, Roma-Bari, Laterza, 2003

Hall S., “A world at one with itself”, in *New Society*, 1970

Lang K., e Lang G.E., “The Unique Perspective of Television and its Effects: a Pilot Study”, in *American Sociological Review,* Chicago, vol. 18 (n°1), 1953, pp. 3-12

Lewin K., “Frontiers in group dynamics: concept, method and reality in social science; social equililibria and the social change”, in *Human Relations,* vol. 1, 1947, pp. 5-41.

McCombs M., *I media e le nostre rappresentazioni della realtà. Un’analisi della seconda dimensione dell'agenda-setting*, in Bentivegna S., (a cura di), *Comunicare Politica nel sistema dei media,* Genova, Costa e Nolan, 1996

McQuail D., *Sociologia dei media, Bologna*, Il Mulino, 2001

Papuzzi A., *Letteratura e giornalismo,* Bari-Roma, Laterza, 1998

Spanu M., *Pregiudizio o accoglienza? I media e l'immigrazione,* Tesi di Laurea, Università degli Studi di Sassari, a.a. 2006-2007

Scheufele D.A., Framing as a theory of media effects. In *Journal of Communication,* University of Wisconsin-Madison, vol. 49 (n°1), marzo 1999, pp. 103-122