

Comprensione della Teoria dell'Incorniciatura (framing)

Il concetto di incorniciatura è stato introdotto per la prima volta da Gregory Bateson nel 1972. Egli definì i frame psicologici come "**una delimitazione spaziale e temporale di un insieme di messaggi interattivi**" che funziona come una forma di metacomunicazione.

L'incorniciatura descrive la pratica di pensare agli articoli di notizie e ai contenuti delle storie all'interno di un contesto familiare.

La teoria del framing è correlata al concetto di agenda setting.

L'agenda setting e l'incorniciatura sono due concetti interrelati nella teoria della comunicazione che descrivono come i media influenzano l'opinione pubblica. L'agenda setting si riferisce al processo tramite il quale i media determinano gli argomenti e le questioni che il pubblico ritiene importanti, influenzando non cosa pensare, ma su cosa concentrarsi. Questo processo è influenzato da vari fattori come i valori giornalistici, le influenze sociali e politiche, e le priorità commerciali dei media. D'altra parte, la teoria dell'incorniciatura estende l'ambito dell'agenda setting, focalizzandosi non solo su quali argomenti sono portati all'attenzione del pubblico, ma anche su come questi vengono presentati. L'incorniciatura riguarda il contesto e il modo in cui le informazioni sono strutturate e trasmesse, includendo l'uso del linguaggio, l'approccio scelto e le connessioni fatte con questioni più ampie. Questi "frame" o cornici definiscono il significato degli eventi e influenzano significativamente la percezione e l'interpretazione delle notizie da parte del pubblico. In sintesi, mentre l'agenda setting focalizza l'attenzione del pubblico su determinati argomenti, l'incorniciatura modella la comprensione di questi argomenti, giocando un ruolo cruciale nel modellare il dibattito pubblico e la comprensione collettiva di eventi e politiche.

La teoria dell'incorniciatura propone che il modo in cui le informazioni vengono presentate al pubblico (definito come "frame") influenzi le scelte su come le persone elaborano tali informazioni. I frame sono concetti astratti utilizzati per organizzare o strutturare il significato di un messaggio. L'applicazione più frequente di questi frame avviene attraverso il modo in cui le notizie o i media presentano le informazioni, utilizzando una contestualizzazione spesso predefinita e ristretta. Questi frame possono essere intenzionalmente progettati per facilitare la comprensione o possono fungere da scorciatoie cognitive che aiutano a collegare le storie a un contesto più ampio.

L'idea di incorniciatura si colloca nel cosiddetto "secondo livello" di agenda setting, che si concentra sulla rilevanza relativa degli attributi delle questioni anziché semplicemente sugli argomenti stessi. Questo "secondo livello" differisce dal "primo livello", tradizionalmente incentrato sulle questioni come oggetti, evidenziando che gli attributi sono più specifici degli oggetti. La teoria dell'incorniciatura e del secondo livello di agenda setting suggeriscono che i media non solo indirizzano l'attenzione del pubblico su certi temi, ma influenzano anche il modo in cui il pubblico dovrebbe pensare a tali temi.

Nel suo studio sull'Analisi del Frame, Erving Goffman ha illustrato come le persone interpretino gli eventi del mondo circostante attraverso quello che definisce il loro framework primario. Questo framework è considerato primario perché è implicitamente accettato dagli individui che lo utilizzano, e la sua efficacia non richiede il supporto di altri framework. Goffman distingue due tipi principali di framework primari: naturali e sociali. I framework naturali interpretano gli eventi come fenomeni fisici, avvenimenti che si verificano senza l'influenza di forze sociali. Al contrario, i framework sociali interpretano gli eventi come risultati delle azioni, dei desideri o delle manipolazioni di altri attori sociali. Entrambi i tipi di framework sono fondamentali per aiutare gli individui a interpretare le informazioni e integrare le loro esperienze personali in un contesto sociale più ampio.

La differenza tra i framework naturali e sociali è essenzialmente funzionale.

- I framework naturali interpretano gli eventi come occorrenze puramente fisiche, senza attribuire a questi ultimi alcuna influenza sociale.
- D'altra parte, i framework sociali vedono gli eventi come risultati delle azioni sociali, influenzati dai desideri, dagli obiettivi o dalle manipolazioni di altri individui. Questi framework sociali sono basati sui framework naturali e insieme influenzano significativamente il modo in cui le informazioni vengono interpretate, elaborate e comunicate. L'assunzione di base è che gli individui siano in grado di utilizzare questi framework nella vita quotidiana, indipendentemente dalla loro consapevolezza di farlo.

Pertanto, l'idea di incorniciatura si riferisce al processo di mettere in evidenza certi attributi degli oggetti della copertura giornalistica, nonché gli oggetti stessi. I frame possono essere definiti come idee organizzative o temi che servono a collegare storie nel corso del tempo, costruendo una narrazione che si sviluppa attraverso lo spazio politico.

Natura dell'incorniciatura

Entman, nel discutere il concetto di incorniciatura nel contesto della copertura giornalistica degli incidenti aerei di KAL e Iran Air, ha sottolineato che senza un confronto tra le narrazioni, i frame sono difficili da identificare in modo completo e affidabile. Questo perché molti dei dispositivi utilizzati nell'incorniciatura possono sembrare scelte naturali e insignificanti di parole o immagini. Tuttavia, confrontando le narrazioni, emerge che queste scelte non sono né inevitabili né esenti da problemi, ma giocano un ruolo centrale nel modo in cui i frame aiutano a stabilire un'interpretazione comune e diffusa degli eventi.

Per poter identificare l'incorniciatura nelle notizie, Entman identifica cinque modi popolari per incorniciare le storie giornalistiche:

- **Conflitto:** il conflitto tra le parti può essere prioritario, rispetto alla decisione effettiva presa.
- **Interesse Umano/Personalizzazione:** presentare una storia con un volto umano, la personalità è promossa rispetto ad aspetti più importanti.
- **Conseguenza:** le conseguenze possono essere di vasta portata. Inseguire una politica può essere imprudente in termini di unità all'interno di un partito o di una coalizione o in termini dello status di una nazione a livello globale.
- **Moralità:** la copertura mediatica può spesso moralizzare, talvolta a causa delle indiscrezioni degli attori politici; o in alternativa, le politiche possono essere viste come moralmente discutibili. Ad esempio, l'editoriale di Michael Moore sul Patriot Act degli USA, la critica mondiale alla politica estera degli USA assumono tutti un tono morale.
- **Responsabilità:** attribuire responsabilità, sia per una causa che per una soluzione. Nel risveglio dello Tsunami asiatico, un frame era la "responsabilità globale" per trovare soluzioni così come incolpare la mancanza di preparazione dei governi locali.

Tipi di Frame

- a) **Specifico** – Ad esempio, la copertura dello Tsunami asiatico è stata collegata a conseguenze, quante altre morti potrebbero verificarsi se l'aiuto non fosse ricevuto, e questioni di responsabilità.
- b) **Generico** – Ad esempio, il conflitto e il gioco della politica piuttosto che i frame di valori.

Livelli di Incorniciatura

- a) **Frame nella comunicazione** – consiste nella comunicazione da diversi attori, fonti di notizie. Questo potrebbe essere positivo o negativo.
- b) **Incorniciatura nel pensiero** – consiste nella rappresentazione mentale, interpretazione, semplificazione "e se non manipolazione" della realtà.

Focus dell'incorniciatura delle notizie

- a) Stabilire una scorciatoia cognitiva
- b) Notizie semplificate eccessivamente
- c) Distrae il pubblico da questioni importanti
- d) Limita la capacità del pubblico di pensare fuori dagli schemi
- e) Attivazione dell'effetto proiettile magico di un pubblico modellato cognitivamente.

Concludendo, l'incorniciatura si concentra sul modo in cui i media catturano l'attenzione del pubblico su argomenti specifici, contribuendo a impostare l'agenda. Successivamente, i media procedono a creare un frame che guida il pubblico nella comprensione delle informazioni presentate. La creazione di questi frame è generalmente un'azione intenzionale da parte di fonti, reporter, giornalisti e redattori. In questo modo, i media agiscono come gatekeeper, selezionando, organizzando e presentando le idee, gli eventi e gli argomenti che scelgono di coprire.

Alcuni riferimenti di approfondimento

1. **Scheufele, D. A. (1999).** "L'incorniciatura come teoria degli effetti dei media" *Journal of Communication*
 - Questo articolo discute l'incorniciatura come una teoria degli effetti dei media, esplorando come i media modellano la percezione pubblica attraverso il processo di incorniciatura.
2. **Tuchman, G. (1978).** "Creare le notizie: uno studio sulla costruzione della realtà" *New York: Free Press*
 - Gaye Tuchman esamina il processo attraverso il quale i giornalisti costruiscono la realtà, offrendo una visione approfondita del ruolo dei media nel plasmare ciò che viene considerato notizia.
3. **Gitlin, T. (1980).** "Il mondo intero sta guardando: I mass media nella formazione e distruzione della New Left" *University of California Press*
 - Todd Gitlin analizza l'impatto dei media sul movimento della New Left, illustrando come l'incorniciatura abbia influenzato la percezione pubblica del movimento.
4. **Iyengar, S. (1991).** "C'è qualcuno responsabile? Come la televisione incornicia le questioni politiche" *University of Chicago Press*
 - Shanto Iyengar esplora l'effetto dell'incorniciatura televisiva sulle questioni politiche, ponendo l'accento su come i media possono influenzare la responsabilità pubblica percependo determinati problemi.
5. **Kahneman, D., & Tversky, A. (1984).** "Scelte, valori e incorniciature" *American Psychologist*,

- In questo classico, Kahneman e Tversky introducono il concetto di incorniciatura nel contesto delle decisioni economiche, spiegando come la presentazione delle scelte influenzi le decisioni delle persone.

Questi titoli offrono una panoramica di come l'incorniciatura è applicata e teorizzata in vari contesti, dando una comprensione più completa di come i media possano influenzare la percezione pubblica.

1. Bateson, G. (1972). "Passi verso un'ecologia della mente: saggi raccolti di antropologia, psicologia, evoluzione ed epistemologia"

- Questo libro raccoglie una serie di saggi di Gregory Bateson che esplorano la relazione tra mente e ambiente. Bateson applica il suo background in antropologia, biologia e psicologia per discutere come i sistemi di pensiero si evolvono e interagiscono con il loro ambiente, offrendo intuizioni su come i concetti di apprendimento e adattamento possano essere applicati a sistemi ecologici e sociali.

2. Entman, R. M. (1991). "Incorniciatura della copertura giornalistica statunitense delle notizie internazionali: contrasto nelle narrazioni degli incidenti di KAL e Iran Air"

- Questo articolo analizza come i media statunitensi hanno incorniciato due distinti incidenti aerei, quello del volo KAL e quello di Iran Air, sottolineando come le scelte narrative possano influenzare la percezione pubblica di eventi internazionali. Entman esplora le differenze nelle narrazioni e discute le implicazioni dell'incorniciatura mediatica nei confronti della politica estera e della percezione pubblica.

3. Goffman, E. (1974). "Analisi del frame: un saggio sull'organizzazione dell'esperienza"

- In questo lavoro, Erving Goffman introduce il concetto di "frame" per descrivere come le persone organizzano le esperienze sociali nella loro vita quotidiana. Goffman esplora come i frame strutturano la percezione, guidano le interazioni e influenzano la comprensione degli eventi, fornendo un'analisi dettagliata di come i frame influenzano la nostra interpretazione della realtà.

4. Hallahan, K. (2008). "Incorniciatura strategica." Enciclopedia Internazionale della Comunicazione

- Questo articolo dell'Enciclopedia Internazionale della Comunicazione discute l'importanza dell'incorniciatura strategica nella comunicazione. Hallahan esamina come le organizzazioni utilizzano tecniche di incorniciatura per influenzare la percezione pubblica e gestire la comunicazione in contesti sia politici che aziendali.

5. Weaver, D. (2007). "Riflessioni su Agenda Setting, Incorniciatura e Priming" Journal of Communication

- Questo articolo riflette sull'interrelazione tra agenda setting, incorniciatura e priming nei media. David Weaver discute come questi tre concetti teorici operino insieme per influenzare cosa il pubblico pensa sia importante, come il pubblico interpreta le notizie e quali associazioni vengono evocate durante il consumo di notizie.

Ognuno di questi lavori offre spunti significativi su come le informazioni vengono organizzate, presentate e percepite, sottolineando il ruolo potente dei media e della comunicazione nella formazione della nostra comprensione del mondo.