



DONO E DINTORNI NELL'INFORMAZIONE TELEVISIVA

ABSTRACT 2016

**"I media, descrivendo e precisando la realtà esterna, presentano al pubblico una lista di ciò intorno a cui avere un'opinione e discutere"
"in conseguenza dell'azione dei giornali, della televisione e degli altri mezzi d'informazione il pubblico è consapevole o ignora, enfatizza o traslascia elementi specifici degli scenari pubblici"**

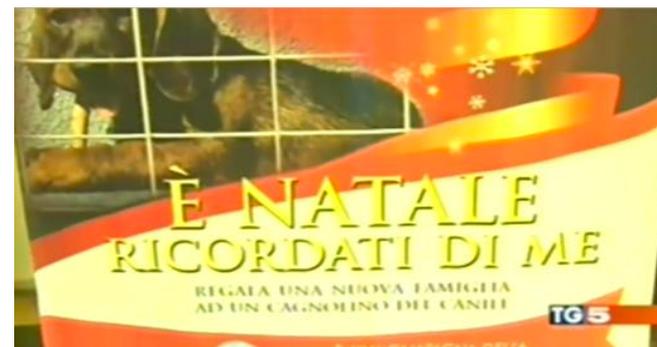
cit. da Shaw, "Agenda-setting and mass communication theory"



Nell'arco di un anno si sono registrate **198 notizie** dedicate dalle edizioni di prima serata dei telegiornali di Rai, Mediaset e La7 al tema del dono.

Sono stati considerati pertinenti i servizi nei quali nella rappresentazione dell'evento o del gesto di solidarietà fosse evidente la sua natura di donazione e il coinvolgimento personale del donatore, quindi che il dono fosse rappresentato come la cessione/donazione di una "parte" della persona.

Nell'ultimo semestre del 2015 il Dono emerge nell'agenda dei TG durante il mese di **dicembre** grazie alle campagne di solidarietà del periodo natalizio e ad altre iniziative celebrative. Nel primo semestre del 2016 il picco di attenzione si evidenzia a **marzo**, giustificato dalla visibilità, sulle reti Mediaset, dell'annuale campagna di Media Friends e ad Aprile con una pluralità di servizi su cronache di storie personali legate al dono (donazione organi/midollo) e di iniziative solidali su vari fronti.



DONO E DINTORNI NELL'INFORMAZIONE TELEVISIVA

Analisi delle notizie di: TG1 20.00, TG2 20.30 TG319.00, TG4 18.55, TG5 20.00, Studio Aperto, 18.30, TG LA7 19.55

IN **12** MESI

56.823

NOTIZIE REGISTRATE

198

PERTINENTI

PICCHI DI ATTENZIONE

A **NATALE**

E IN OCASIONE DELLA CAMPAGNA MEDIASET

LA FABBRICA

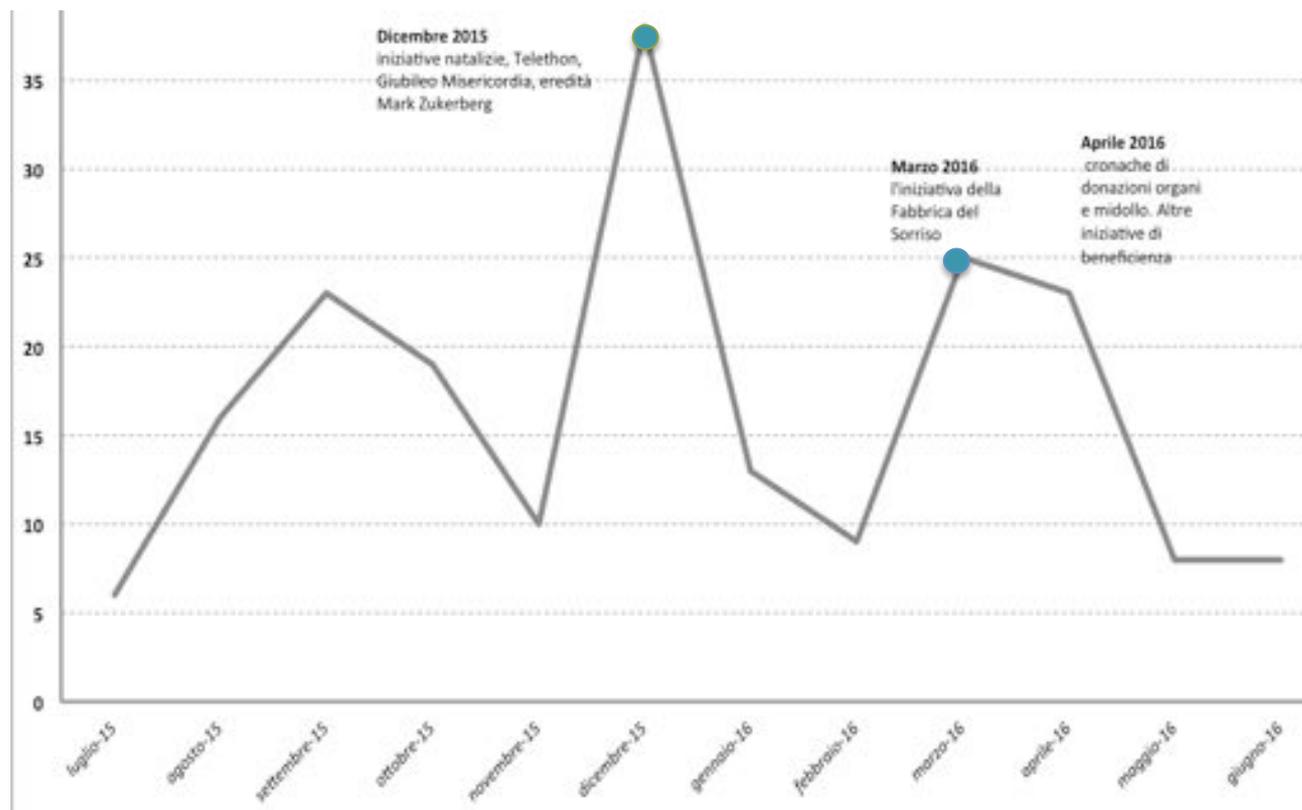
DEL SORRISO

LUGLIO 2015 - GIUGNO 2016

Fonte: OSSERVATORIO DI PAVIA

Notizie rilevate

0,34% del totale



I dati di quest'anno indicano come i telegiornali tendano a **rappresentare il dono come una reazione, un impulso, una conseguenza a situazioni di emergenza, disagio e povertà** a loro volta mostrate e ben presenti nell'agenda dei telegiornali.

Questo modello trova il suo coronamento quando è il telegiornale stesso, o la rete a cui appartiene, ad essere il promotore di iniziative benefiche (Telethon, La fabbrica del sorriso).



CONTESTI:

IL DONO COME
>>_REAZIONE
COLLETTIVA

a SITUAZIONI di
EMERGENZA
DISAGIO e POVERTÀ

IL DONO COME
>>_GESTO
INDIVIDUALE

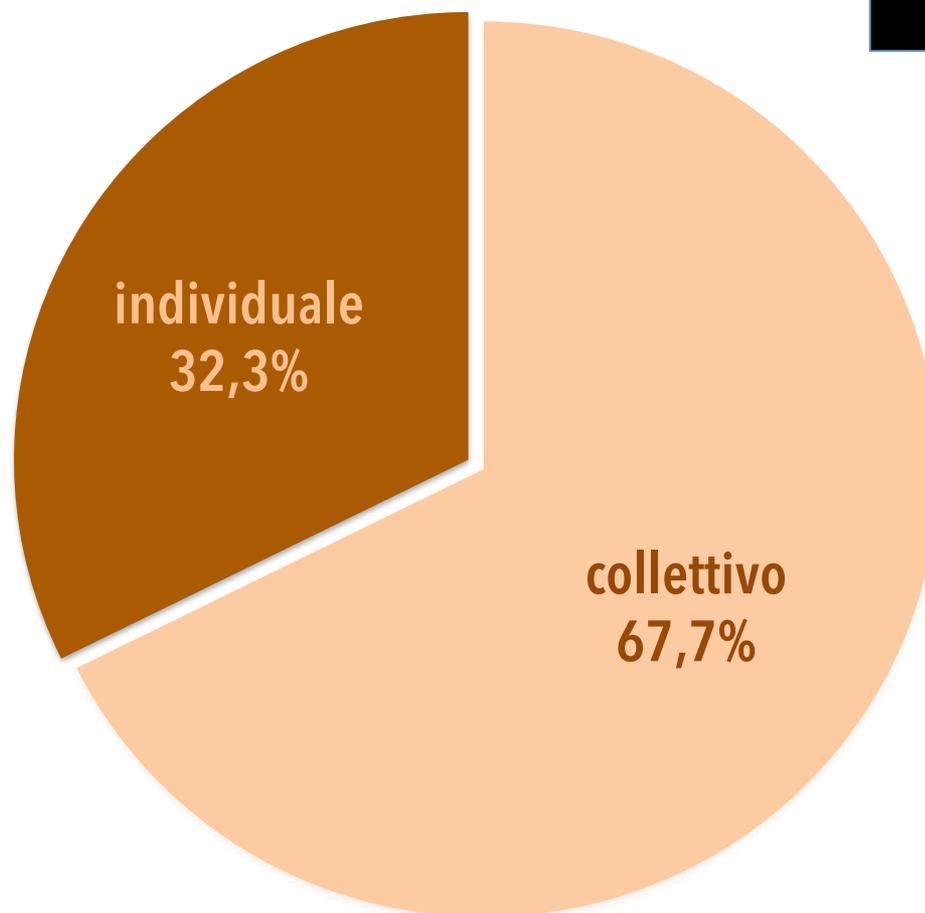
di FILANTROPI
CELEBRITÀ
GENTE COMUNE

LUGLIO 2015 - GIUGNO 2016

Fonte: OSSERVATORIO DI PAVIA

Distribuzione notizie
sul dono per **contesto**

198 NEWS



Risulta invece meno presente nell'agenda dei tg prime time la rappresentazione del dono come scelta individuale, consapevole e meditata, così come non ottiene notiziabilità il dibattito sulla legislazione legata al tema dei lasciti e delle donazioni.



La donazione diventa ovviamente interessante quando il donatore è un **vip** o un **ricco imprenditore** o quando il lascito si trasforma in una **curiosità** come nel caso in cui il beneficiario di un testamento è un animale domestico.

CATEGORIE_

CAMPAGNE SOCIALI e TELEVISIVE

ARRIVANO AL

41.4%

IN EVIDENZA ANCHE LE
NOTIZIE VEICOLATE DA_

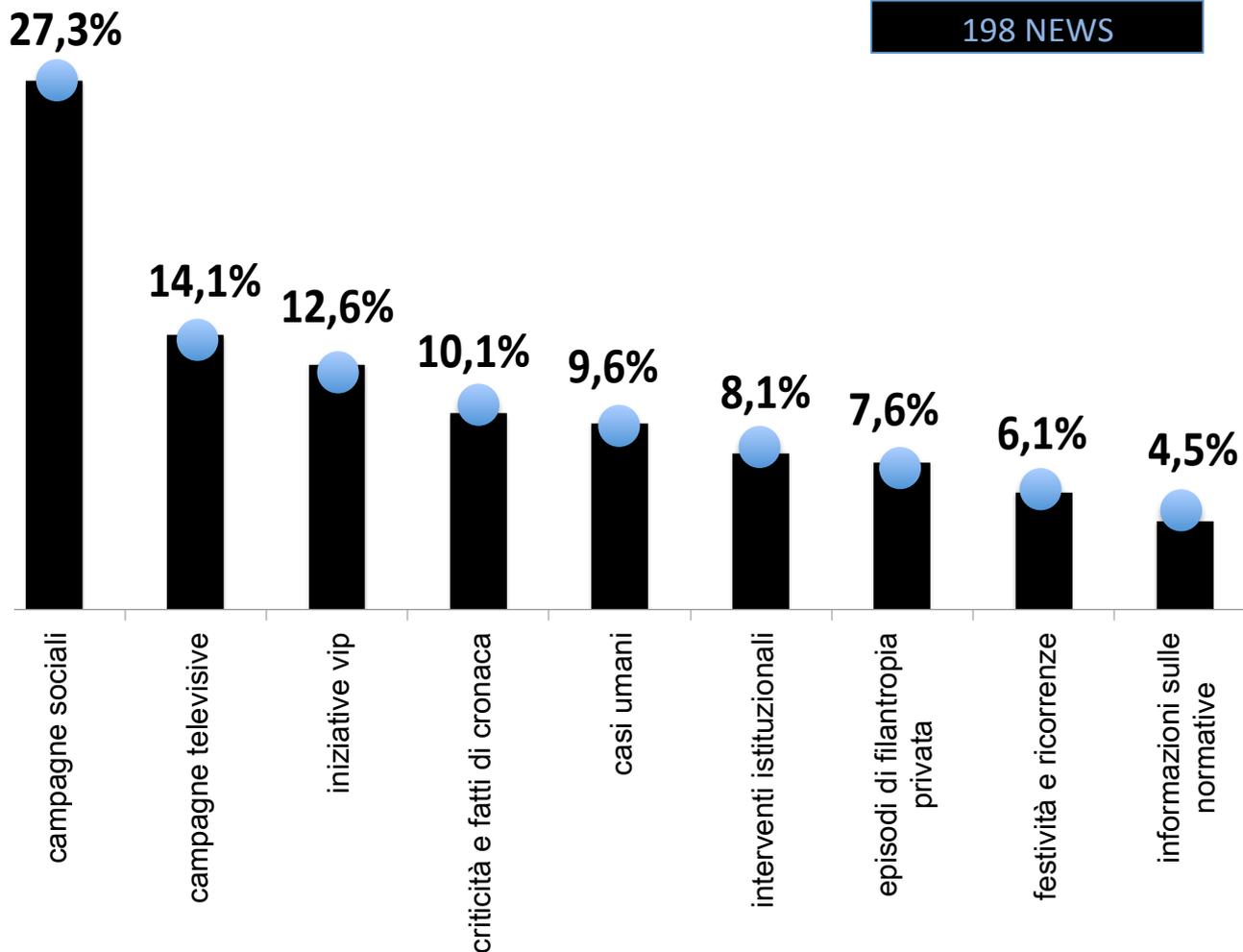
INIZIATIVE DI
TESTIMONIAL
VIP E PERSONAGGI
DELLO SPETTACOLO

LUGLIO 2015 - GIUGNO 2016

Fonte: OSSERVATORIO DI PAVIA

Distribuzione notizie
sul dono per categoria

198 NEWS



Esaminando il dato numerico nel dettaglio, possiamo individuare delle categorie tematiche con le quali classificare l'interesse dei tg per quello che abbiamo definito il tema del "Dono e dintorni".



Immigrazione & Malnutrizione (25%): Questa categoria rappresenta la solidarietà verso gli altri, quando gli altri sono coloro che abitano o provengono da un mondo lontano. Qui troviamo quei servizi dedicati al volontariato e alle iniziative di raccolta fondi a favore di profughi e migranti (dalla ricerca sono escluse le grandi operazioni di salvataggio e assistenza come ad esempio quelle di MSF o di Emergency) e verso i paesi esteri meno sviluppati, con un'attenzione particolare al tema della malnutrizione.

Disagio & Povertà (21%): Questa categoria rappresenta l'attenzione alle iniziative e attività dedicate a categorie svantaggiate o che vivono situazioni di disagio in Italia, per esempio iniziative per i poveri, i carcerati, il disagio giovanile.



Salute & Ricerca (20%): Notizie su salute e ricerca scientifica: raccolte fondi per la lotta contro malattie rare, iniziative personali di aiuto a malati ecc. Appartengono a questa categoria le campagne mediali come Media Friends-La Fabbrica del Sorriso e Telethon.



Filantropia & Filantropi (11%): Questa categoria contiene la cronaca di storie di filantropi, oppure riguardano il dibattito generico su filantropia e beneficenza.



Arte & Territorio (10%): Notizie su progetti di valorizzazione di beni artistici, riqualificazione urbana, ambiente/animali.



Donazione organi (6%): Notizie che riguardano la questione delle donazioni di organi, midollo e sangue.



Truffe & Ostacoli (5%): In questa categoria sono classificate le notizie critiche, ovvero quelle che riguardano truffe perpetrate ai danni di donatori, oppure gli ostacoli burocratici che hanno rallentato o impedito donazioni.

TOPICS

LA MAGGIOR PARTE
>DELLE< NOTIZIE

R I G U A R D A I L

IMMIGRAZIONE
fame nel mondo
DISAGIO
e p o v e r t à

A SEGUIRE: _

SALUTE

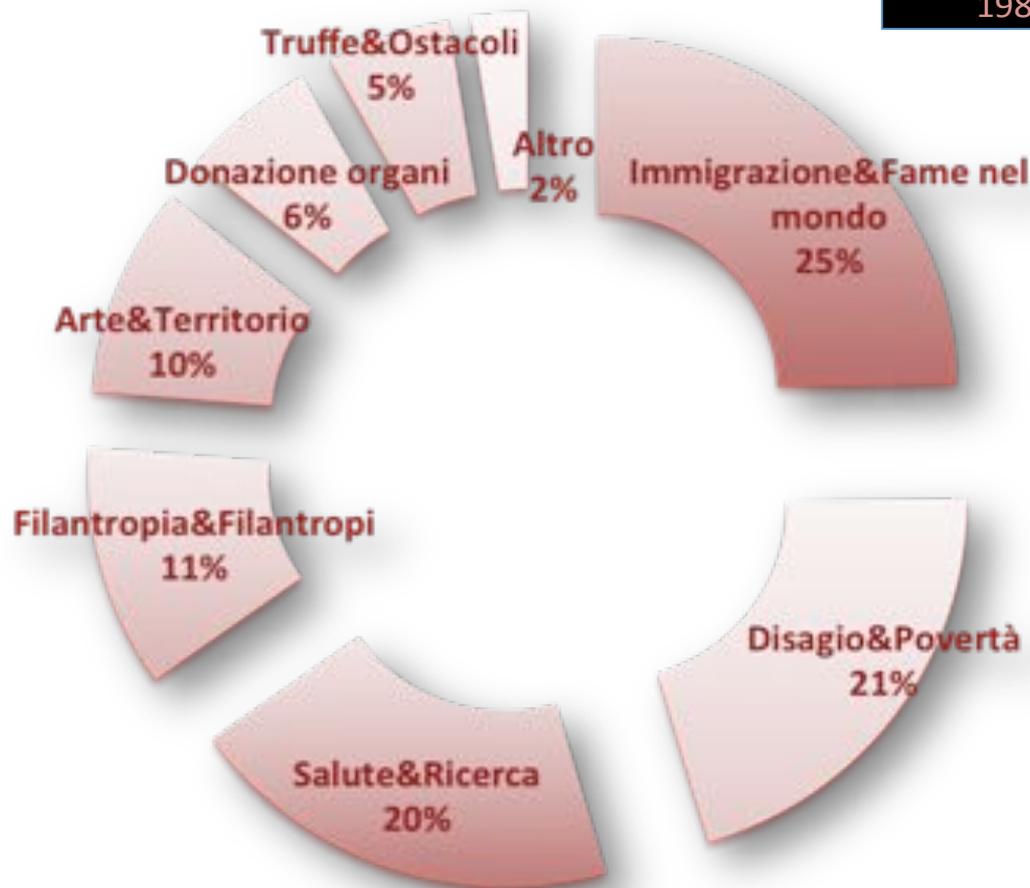
ARTE E TERRITORIO

LUGLIO 2015 - GIUGNO 2016

Fonte: OSSERVATORIO DI PAVIA

Distribuzione notizie
sul dono per temi

198 NEWS



L'AGENDA:

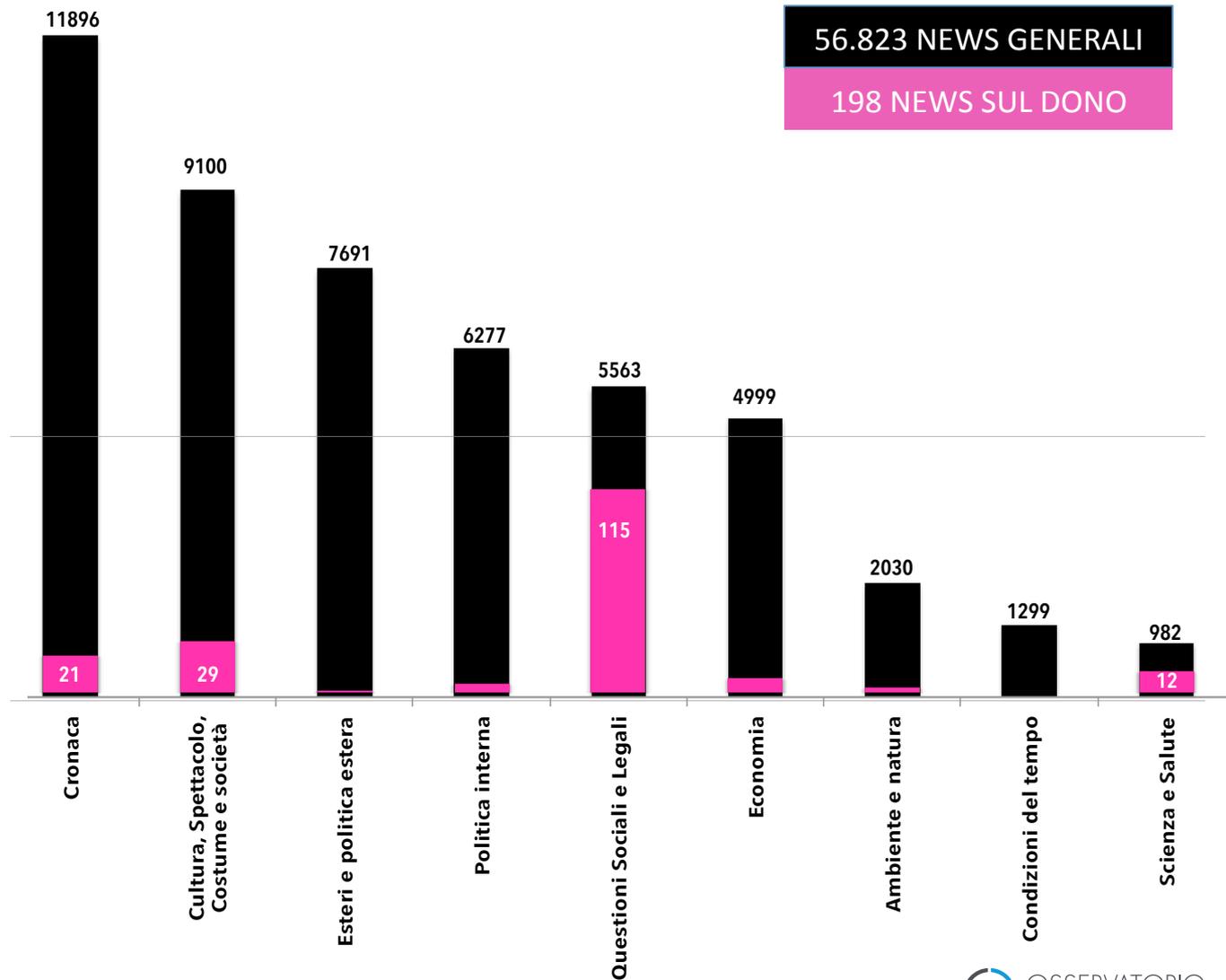
IL DONO È TRASVERSALE AI VARI TEMI DELLA **AGENDA DEI TELEGIORNALI**

IL DONO SUPERA LA SOGLIA DELLA NOTIZIABILITÀ PREVALENTEMENTE AL TRAINO DI:

QUESTIONI SOCIALI
SPETTACOLO,
CRONACA
SCIENZE E SALUTE

LUGLIO 2015 - GIUGNO 2016

Fonte: OSSERVATORIO DI PAVIA





OSSERVATORIO
di Pavia

c/o CARES s.c.r.l.

Via Roma 10, 27100 PV

Tel 0382 28911 – 29979

e-mail: progetti@osservatorio.it