

**6 MILIARDI DI ABITANTI:
OPINIONE PUBBLICA E MEDIA
IN ITALIA**

a cura di *Maura Misiti*

giugno 2002

Publicazione realizzata con il supporto di Aidos, Associazione italiana donne per lo sviluppo, e il sostegno finanziario della Fondazione Hewlett.



via dei Giubbonari, 30
00186 Roma
tel.: 06 6873214/196 - e-mail: aidos@aidos.it

INDICE

	pag
INTRODUZIONE	
<i>Maura Misiti</i>	5
Capitolo 1	
L'INDAGINE IRP IN OCCASIONE DEI 6 MILIARDI DI POPOLAZIONE MONDIALE	
<i>Rossella Palomba, Adele Menniti, Maura Misiti</i>	13
Capitolo 2	
LE CONOSCENZE DEGLI ITALIANI IN TEMA DI POPOLAZIONE: LA PRIMA INDAGINE	
<i>Rossella Palomba, Adele Menniti, Maura Misiti</i>	16
Capitolo 3	
L'INFLUENZA DEI MASS MEDIA: LA SECONDA INDAGINE	
<i>Maura Misiti e Loredana Cerbara</i>	23
Capitolo 4	
I PROFILI E I PERCORSI DELLA CONOSCENZA	
<i>Maura Misiti e Loredana Cerbara</i>	31
Capitolo 5	
ANALISI DELLA QUALITÀ DELL'INFORMAZIONE MEDIATICA	
<i>Maura Misiti</i>	36
Capitolo 6	
CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE	
<i>Maura Misiti</i>	50
QUESTIONARI (1° e 2° indagine) E PERCENTUALI DI RISPOSTA	
.....	52
BIBLIOGRAFIA DI RIFERIMENTO	
.....	67
RIASSUNTO	
.....	134

INTRODUZIONE ¹

di Maura Misiti

Questo lavoro affronta il tema delle relazioni che intercorrono tra la conoscenza dei fatti demografici ed la loro trasmissione attraverso i media. La valutazione e la misurazione degli effetti dei media sugli atteggiamenti ed i comportamenti delle 'audience', sono problematiche al centro di un intenso dibattito tra gli studiosi delle diverse discipline della comunicazione, ancora in corso. La letteratura su questo tema è quindi estremamente ampia e differenziata e presenta numerose ipotesi ed interpretazioni².

Nel settore degli studi sulla popolazione il tema degli atteggiamenti, della percezione e dei valori nei comportamenti demografici ha ottenuto una crescente attenzione (Leete, 1999; Moors and Palomba, 1995, 1998); questi studi hanno approfondito le relazioni tra transizione demografica ed evoluzione della società, hanno indagato il fenomeno della diffusione della conoscenza dei problemi di popolazione (Baccaini and Van Peer, 1999; Menniti et al., 1997) tra gli studenti europei, ed affrontato il tema della distanza tra gli ideali e la loro realizzazione nella vita reale (Moors and Palomba, 1995; 1998; Bonifazi et al., 1998, Futuribles, 1995). Tra i diversi risultati consolidati ci interessa qui sottolineare quello relativo alla scarsità e lacunosità della conoscenza dei fatti demografici che caratterizza la maggior parte della popolazione (a parte ristretti gruppi di studiosi e studenti). Questo a dispetto del fatto che sposarsi, fare dei bambini, cambiare città, lasciare a casa dei genitori o assistere i nonni, sono eventi, decisioni, attività che appartengono alla quotidianità e alla sfera della vita di tutti. Sicuramente questa superficialità è sintomo di una mancanza di una "cultura" demografica solida, a partire dal fatto che le fonti a cui la popolazione attinge sono soprattutto di tipo generico, essendo limitate quasi esclusivamente all'informazione diffusa dai media.

Da qui discendono diversi tipi di problemi: uno attinente alla divulgazione ed alla diffusione di informazioni esaurienti e corrette, l'altro relativo alle modalità di trasmissione delle informazioni, ossia di "contenuto" e linguaggio dell'informazione trasmessa. Un terzo più complesso problema è quello della

¹ Ringrazio Loredana Cerbara, Iole Grechi, Alessandra Tinto e Letizia Valdoni che hanno collaborato all'elaborazione ed all'analisi dei dati testuali e dei dati dell'Indagine IRP, in particolare Loredana Cerbara per il prezioso supporto nell'interpretazione delle applicazioni statistiche. Ringrazio inoltre Enrico Menduni per i preziosi consigli e la paziente disponibilità nella lettura della prima versione del lavoro

² Il rapporto tra public opinion and media sembra intuitivamente molto semplice ma diviene subito complesso quando si cerca di concettualizzarlo e costringerlo in una relazione rigorosa e chiara. Innanzitutto perché si tratta di un rapporto tra due entità le cui accezioni appartengono ad un lessico molto diffuso, il cui significato è tuttavia estremamente generico, e necessitano dunque di una definizione anche se in questo contesto modestamente operativa. L'opinione pubblica sarà quindi considerata nel suo significato più corrente e attualizzato, quello che si riferisce alle opinioni espresse dai campioni dei sondaggi, rappresentativi delle popolazioni di volta in volta considerate, che a fronte della sua limitatezza offre indubbi vantaggi di riduzione della complessità sociale e di massima sinteticità di rappresentazione; inoltre nel contesto dell'analisi delle relazioni con la comunicazione questa accezione si rivela particolarmente appropriata in quanto fornisce "una rappresentazione del pubblico generalista, spettatore attore di una società di massa in piena e vertiginosa mutazione".

Con il termine "media" si fa riferimento ad una pluralità di mezzi di comunicazione: i principali sono la stampa (libri, giornali, riviste), la tv/radio, seguiti da nuovi mezzi di comunicazione che si aggiungono e si intersecano a quelli tradizionali (new media: editoria multimediale, pc internet), in questa relazione soprattutto nella parte di presentazione dei risultati dell'indagine faremo riferimento soprattutto alla stampa di quotidiani e periodici ed alla televisione.

ricezione, cioè dell'effetto delle informazioni veicolate dai media sui soggetti che la recepiscono. Si tratta in quest'ultimo caso di seguire il processo di formazione, di evoluzione e di attualizzazione dei valori individuali, della loro contestualizzazione sociale e familiare, di comprendere i processi di negoziazione con le sollecitazioni - sempre più pressanti e coinvolgenti- che provengono dal sistema della comunicazione.

Il percorso seguito in questo lavoro prende spunto dall'analisi dei risultati di una ricerca effettuata dall'IRP in occasione della nascita del seimiliardesimo abitante della terra, e affronta una parte di queste problematiche: la valutazione dell'impatto dei media sulla conoscenza del fatto, le modalità con cui la popolazione ha fruito dell'informazione, le strategie di apprendimento e di approfondimento, le caratteristiche strutturali dei diversi segmenti di popolazione coinvolti nell'indagine.

La seconda parte delle riflessioni che presentiamo riguarda l'altra faccia del problema: che cosa arriva al pubblico dei media, ossia come i media trattano l'informazione di contenuto demografico. Un'analisi testuale della rassegna stampa raccolta in occasione del giorno "sei miliardi" completa questa presentazione con l'obiettivo di far luce su alcuni meccanismi che stanno alla base del complesso rapporto tra formazione della opinione pubblica e ruolo dei media.

I: Opinione pubblica e problemi demografici

I cambiamenti demografici dei paesi occidentali, descritti come *seconda transizione demografica* (van de Kaa, 1988) hanno concorso allo sviluppo di un nuovo regime demografico caratterizzato da una fecondità stabile sotto il livello di sostituzione, da un consistente invecchiamento della popolazione e in una prospettiva più lunga, da un declino della dimensione demografica complessiva. E' una opinione diffusa che i cambiamenti demografici avvenuti ed in corso siano in larga parte il risultato di cambiamenti sociali, le cui radici risiederebbero principalmente nel progressivo cambiamento nei valori e nelle norme verso un modello più individualistico, di cui i diritti individuali ed il *self-fulfilment* sono elementi chiave (Lesthaeghe, 1992). Naturalmente - sebbene i trend demografici e le loro cause siano simili - questo non significa che non vi siano differenze tra i paesi europei e che si possa parlare di uniformità demografica. Ci sono differenze non solo nei modelli demografici e nelle loro modalità di diffusione, ma anche e soprattutto nei valori e nelle norme che ad essi sottostanno, come numerose indagini hanno dimostrato (Palomba and Moors, 1998; de Moor, 1995).

Mentre, come è naturale, questi cambiamenti sono stati l'oggetto di ampi dibattiti nella comunità scientifica, mentre i governi nazionali sono spesso intervenuti con azioni politiche sollecitati dall'emergenza o dalle crisi indotte dai cambiamenti demografici, raramente l'uomo della strada è stato interpellato per conoscere la sua opinione. Recentemente la dimensione della opinione pubblica è stata messa a confronto con quella dei governi nazionali, o con quella degli studiosi attraverso indagini nazionali, spesso coordinate in network europei. Si è dunque aperta una nuova strada di studio e di analisi dei fenomeni demografici. Per esempio i risultati delle diverse indagini "PPA" (Population Policy Acceptance) hanno consentito di conoscere e comparare le opinioni della gente comune sui trend presenti e futuri della popolazione, sull'evoluzione delle strutture familiari, sulla crescente presenza degli stranieri nelle diverse realtà nazionali coinvolte nelle indagini. Tra i numerosissimi risultati delle indagini emerge far l'altro l'esistenza un legame molto stretto tra la storia demografica di un paese, la sua politica governativa e le opinioni espresse dagli intervistati (Bonifazi, Kamaràs, 1998). Infatti i grandi cambiamenti demografici che hanno interessato tutta l'Europa non sono ancora metabolizzati in un comune sentire, non hanno prodotto reazioni comuni nelle politiche governative e nelle opinioni della gente, permangono allora peculiari diffe-

renze nazionali connesse al recente passato. Innanzitutto, a spiegazione di queste persistenti differenze, vanno ricordate le grandi divisioni di cultura, storia e tradizioni ancora esistenti non solo tra i diversi paesi ma anche all'interno delle singole realtà nazionali. Il processo di unificazione europea è ancora storicamente troppo acerbo per dare risultati in questi settori e soprattutto bisogna tenere conto che finora è stata privilegiata una integrazione economica più che culturale e sociale.

The European Value Survey - condotta in 12 paesi nel 1981 e nel 1990 - ha la finalità di indagare sui valori fondamentali della cultura europea e di seguirne l'evoluzione nel tempo. L'obiettivo è quello di individuare - attraverso la tecnica del sondaggio di opinione - il sistema dei valori degli europei. Si tratta di un approccio che contempla la prospettiva psicologica e quella sociologica, recuperando la dimensione individuale dei desideri, delle attitudini della persona in relazione ai grandi problemi attuali delle istituzioni e delle norme sociali. Quello che per noi demografi è interessante è l'intreccio tra modelli culturali, loro evoluzione nel tempo ed il confronto con i comportamenti, in particolare con quelli che sono legati alla fecondità, al matrimonio, alle relazioni di coppia, all'essere genitori.

L'analisi dei risultati delle diverse ondate dell'indagine ha dato luogo ad una amplissima letteratura di cui è impossibile in questa sede dare un seppur sintetico rendiconto, considerando anche il variegato ventaglio di interpretazioni che li corredano. Qui interessa evidenziare uno dei punti emersi dall'analisi dei dati: la discontinuità, il rapporto non causale che lega valori, opinioni e comportamenti. Questo appare particolarmente vero nel campo dei valori relativi alla famiglia, al matrimonio, all'aver figli ed alla sfera delle relazioni sessuali.

Louis Roussel commentando i dati di due indagini EVS svolte a distanza di dieci anni, alla ricerca di uniformità, similarità o divergenze tra paesi europei arriva alla conclusione che - a fronte di una tendenza alla convergenza dei macro-comportamenti demografici relativi alla famiglia - è impossibile stabilire un'eventuale egemonia di un modello di riferimento, ma soprattutto riconosce l'incertezza inferenziale del dato valoriale, soprattutto ai fini della predizione dei comportamenti (Roussel, 1995). Come emerge anche da altri studi sugli stessi dati, spesso affiora una ambiguità tra i valori individuali dichiarati e quelli socialmente consolidati; esemplare a questo proposito il citato caso dei paesi mediterranei, dove a fronte di comportamenti rari o poco diffusi (come il divorzio o le coabitazioni), trovano espressione posizioni molto permissive sulla libertà sessuale, tanto da distanziare sia la media dei paesi europei che le opinioni dei paesi del nord Europa.

Da un altro punto di vista e con strumenti analitici differenti, ma sempre in riferimento a queste indagini, Simons afferma che a livello nazionale *"the cultural determinants of non-conformist sexual behaviour were not the same as the determinants of fertility, that ideas about forms of partnership could vary independently of ideas about parenthood, and, that, although there had been a shift towards pragmatism, fundamentalist ideas about childbearing remained influential in most countries"* (Simons, 1999, 96-97).

Dunque i meccanismi che legano le opinioni, i valori ed i comportamenti sono ancora oggetto di dibattito, sullo stesso funzionamento della trasformazione di valori e della traduzione di questi in comportamenti, i risultati delle ricerche non hanno fatto una completa chiarezza, anzi si palesa una certa difficoltà a definire una teoria, un modello che risolva il problema dell'azione dei valori nel comportamento sociale, anche perché questo è anche sottoposto ai vincoli ed alle logiche del contesto economico e frutto di contrattazioni e strategie nella sfera delle relazioni interpersonali (Tchernia, 1995, Roussel, 1995).

I problemi si complicano ancora di più se introduciamo nel ragionamento un'altra variabile: i fattori che intervengono nel cambiamento di valori. Qui - accanto a quella consolidata delle variabili socio-economiche - emerge l'importanza esercitata dai fattori culturali ed in particolare dalla comunicazione (sia nella sua dimensione di massa, che nelle relazioni interpersonali come i network familiari di gruppo o di pari).

Più in generale la funzione della comunicazione di massa nella trasmissione di valori e di stili di vita e nella formazione delle opinioni, è un tema di grande attualità che apre nuove prospettive di analisi e di interpretazione, ma che al tempo stesso ne moltiplica le difficoltà.

II: Le opinioni, la conoscenza le fonti della conoscenza , il ruolo dei media

Il rapporto fra l'informazione demografica ed i media - specialmente in Italia - rappresenta un tema estremamente sensibile se si considera che, fino a poco tempo fa, la popolazione era considerata un obiettivo "politico", dunque suscettibile di manipolazioni o strumentalizzazioni emotive, mentre invece la conoscenza dei fenomeni demografici non sembra poggiarsi su una base conoscitiva solida (Palomba e Righi ,1993, Adamson e al. 2000). Ricerche recenti svolte tra gli studenti delle scuole superiori hanno dimostrato che i giovani europei non sono educati ad una cultura demografica né dispongono di informazioni corrette che consentano una riflessione critica sui fenomeni di popolazione (Baccaini and van Peer, 1999; Menniti *et al.*, 1997, Rossi, 1995). Inoltre l'esperienza scientifica dell'IRP basata su 15 anni di indagini sulla conoscenza e le opinioni degli italiani in materia di popolazione suggerisce che su alcuni temi, come il calo della fecondità o più generale le dinamiche della popolazione, l'informazione a disposizione dell'uomo comune è abbastanza buona, mentre su quegli argomenti che comportano un coinvolgimento emotivo e personale più forte, come ad esempio la percezione della presenza di immigrati stranieri o sul declino numerico della popolazione italiana, grava un *bias* ideologico che fa ipotizzare una scarsa base conoscitiva (Bonifazi et al., 1998, Palomba , 1987, Palomba, 1991).

In effetti per gli italiani l'unica fonte di conoscenza/informazione nel campo dei fenomeni e delle dinamiche demografiche è rappresentata dai media. Gli stessi decisori politici nell'esercizio della loro attività non sembrano avere uno scambio sistematico con il mondo scientifico o fondare le loro decisioni su conoscenze corrette e complete su temi come l'invecchiamento, l'immigrazione e più in generale le dinamiche demografiche. L'informazione veicolata da giornali, radio e tv diventa il principale canale di conoscenza su questi temi, ma i giornalisti dal canto loro non sono chiamati a dare informazioni bensì a fornire notizie che, anche se corrette, devono comunque essere interessanti, catturare l'attenzione di chi legge o ascolta e spesso devono essere legate ad un fatto di cronaca che ne giustifichi la diffusione.

Non c'è dubbio che la questione demografica ha conquistato spazi crescenti sui media italiani soprattutto in funzione della visibilità offerta dalle cosiddette emergenze demografiche come i ripetuti sbarchi di immigrati in Italia, la crisi del sistema pensionistico a ripartizione o il calo progressivo della fecondità. E' importante perciò valutare se all'aumento di attenzione corrisponda un analogo incremento della "qualità" dell'informazione.

Tuttavia i comportamenti relativi alla coppia, alla famiglia, all'essere genitori, all'allevare i figli sono argomenti che non necessitano un esclusivo approccio o supporto scientifico, appartenendo alla vita quotidiana di tutti; possiamo anzi dire che questi temi sono il territorio privilegiato di pubblicazioni, di programmi televisivi e radiofonici non solo di informazione, ma soprattutto di intrattenimento come le *telenovelas*, i serial televisivi, le *soap operas* o le rubriche dei giornali femminili. Vedremo più avanti come e se i messaggi veicolati e trasmessi vengono recepiti, trasformati e metabolizzati dai consumatori o dai fruitori di questi media. Finora l'attenzione degli studiosi di popolazione verso questa convergenza è stata piuttosto limitata, ma ha dato risultati e contributi importanti. Per esempio in Italia negli ultimi 40 anni, il contributo fornito dai giornali femminili alla diffusione di nuovi compiti all'interno della famiglia, e alla formazione di nuovi atteggiamenti culturali verso l'essere genitori e la famiglia, è stato senz'altro rilevante, attraverso la divulgazione ad un grande pubblico femminile, dei nuovi valori e comportamenti sanciti

dalla nuova legislazione sulla spinta dei movimenti femministi e giovanili (Palomba, 1994).

Un ruolo del tutto nuovo, ma che appartiene in pieno a questo campo di studi, è quello relativo all'uso dei mass media per diffondere messaggi relativi a politiche di controllo delle nascite, come dimostra l'esperienza di Westoff (Westoff, 1999) nei paesi in via di sviluppo, la cui efficacia è anche confermata dallo sviluppo di settori come quello privato che producono programmi soap operas televisive e radiofoniche *"to motivate individuals to adopt new attitudes and behaviours that foster reproductive and sexual health, gender equality, and environmental protection"* (Population Communication International, 2001).

Anche gli studi sulla recente transizione demografica in Brasile hanno messo in evidenza il ruolo strategico della TV - ed in particolare delle famose telenovelas - nel diffondere, rafforzare e istituzionalizzare nuovi modelli di orientamento dei valori e norme di comportamento relative alle preferenze nelle dimensioni della famiglia e nel controllo della fecondità (Faria and Potter, 1999).

Emerge dunque una gamma articolata di ruoli ed effetti esercitati dai diversi medium: dall'informazione giornalistica, ai messaggi diretti ad influenzare gli stili di vita a quelli più emotivi e profondi. Ad ogni medium può essere ricondotto un target specifico nel mercato dell'informazione: i messaggi sono calibrati per l' 'audience' selezionata e ricondotti nell'ambito del linguaggio specifico del mezzo.

III: Il ruolo dei media come fonti di conoscenza e informazione

Fra i grandi cambiamenti che caratterizzano questo periodo, quello che sta avvenendo nel settore delle comunicazioni e dei mezzi di comunicazione è senz'altro molto importante, non solo per la straordinaria velocità con cui si realizzano le trasformazioni e le innovazioni, ma soprattutto per l'impatto sociale che questo settore ha assunto ed assumerà sempre di più nelle nostre società occidentali, ma anche - date le caratteristiche globali del sistema dell'informazione - nelle società e nelle culture più distanti.

Lo sviluppo dei media nell'ultimo scorcio del secolo ha profondamente modificato le modalità di comunicazione e di interazione sociale. L'uso dei mezzi di comunicazione implica la creazione di nuove forme di azione ed interazione nel mondo sociale, di nuovi tipi di relazioni e di nuovi modi di rapportarsi agli altri e a se stessi, con un passaggio progressivo da una comunicazione dialogica, faccia a faccia ad una comunicazione asimmetrica, mediata e di massa. Le teorie più recenti hanno superato la rappresentazione di "senso comune" dell'idea di comunicazione di massa, che vede un pubblico totalmente passivo e incapace di valutazioni critiche: una rappresentazione che, come si è visto recentemente anche in Italia nel dibattito sull'influenza della politica della televisione, è ancora fortemente radicata nell'opinione pubblica. Nel corso del secolo la visione critica della massa come pubblico passivo e irrazionale e degli effetti complessivi prodotti dal nuovo sistema dei media ha subito affinamenti ed approfondimenti alimentando una scuola di pensiero che va da Adorno ad Horkheimer fino ad arrivare a Popper (Ortoleva, 2000).

Affollatissimo è il campo delle teorie che si sono susseguite nell'ambito non solo della sociologia dei media, ma anche in quello della psicologia, della semiotica, dell'antropologia e dell'etnologia, nello studio della modellizzazione degli effetti della comunicazione, non dimenticando il contributo della cosiddetta ricerca amministrativa, strettamente legata alla preminenza del dato quantitativo e tuttora applicata alle analisi dell' 'audience'. Si può, molto in breve, dire che la tendenza è stata quella di superare la logica della relazione lineare tra trasmissione e ricezione, conferendo sempre più un ruolo attivo al destinatario del messaggio. Ancora molto genericamente e semplificando una materia estremamente complessa e dibattuta, si può dire che vi è una sostanziale concordanza sul fatto che il processo di interazione tra i media ed il pubblico "presuppone sempre un processo di interpretazione contestualizzato e creativo in cui gli individui danno un senso ai messaggi ricevuti utilizzando le risorse a loro disposizione" (Thompson,

1995, 18-19) lo spazio ed il tempo di questo processo si attivano in una scansione diversificata dei tempi di elaborazione, nel breve e nel lungo termine, secondo una attività intenzionale o involontaria. Inoltre, ma su questo torneremo tra breve, ogni medium agisce in modo diverso, ed è cruciale ormai - sulla spinta delle velocissime innovazioni tecnologiche e dell'allargamento del mercato mediale - considerare anche gli effetti combinatori tra le sovrapposizioni dell'uso dei diversi mezzi di comunicazione.

IV: Quali media

La proliferazione dei mezzi di comunicazione ha subito nel secolo appena trascorso un'accelerazione impressionante moltiplicando i supporti tecnici e le forme di trasmissione in un modo profondo ed irreversibile con l'introduzione delle tecnologie elettroniche. Dalla stampa, che storicamente è stato il primo medium di diffusione dell'informazione, passando dalla radio, al cinema, alla televisione, fino ad arrivare ai nostri giorni, in cui con l'avvento dei nuovi media (videoregistratori, TV via cavo, pay TV, telefonia mobile, Internet), l'intero sistema dell'informazione è costretto ad una continua riorganizzazione nella direzione di un'integrazione crescente tra i diversi mezzi che continuano a convivere.

La definizione del pubblico e della sua categorizzazione è stata un'attività che ha caratterizzato fin dall'inizio non solo la ricerca commissionata dalle emittenti radio televisive, ma anche quella universitaria ed accademica; si tratta di un filone di studi che si è progressivamente spostato sul terreno del marketing attraverso tecniche di analisi sempre più sofisticate, incalzato anche dalla progressiva 'commercializzazione' del settore televisivo anche in Europa, sulla spinta del declino del monopolio del servizio pubblico e dalla crescente concorrenzialità del settore. Senza entrare nel merito del processo di analisi critica di questo approccio definitorio, ascrivibile al concetto di 'audience' dei mezzi di comunicazione di massa, è tuttavia necessario ricordare che allo stato attuale con l'avvento dei nuovi media, l'attività di classificazione dell' 'audience' si complica ulteriormente. E' infatti possibile immaginare un consumo ed una fruizione del tutto personalizzata e qualitativamente diversa per ogni soggetto (Andò, 1999), non solo in relazione ai nuovi media, ma anche nel caso di quelli tradizionali. Si rende dunque necessario riconsiderare l' 'audience' in funzione della fruizione non più di un solo medium, ma di una pluralità di offerte culturali. Il consumo televisivo sembra sempre più determinare un incremento del consumo degli altri media, in una sorta di "processo circolare": la fruizione di diversi mezzi non avviene più in modo concorrenziale, ma rafforzativo: più si vede/legge, più si sviluppano interessi che possono essere soddisfatti da altri tipi di consumo culturale (Sorice, 2000).

Se prendiamo ad esempio la situazione italiana - anche per meglio comprendere il contesto del caso di studio presentato - possiamo riscontrare, secondo recenti dati dell'ISTAT, la compresenza di 'diete multimediali' (Porro, 1988) diversificate, anche se il nostro paese sconta uno sviluppo culturale atipico rispetto ad altri paesi dell'Europa occidentale, rappresentato da forti differenze sociali, culturali e geografiche. E' possibile tracciare un'ipotetica 'piramide dei consumi' dove troviamo un 5% di popolazione esclusa dal consumo di comunicazione, un gruppo (25%) di fruitori di televisione in modo esclusivo, 30% della popolazione che utilizza 2 media (radio/TV o TV/lettura) ed un 40% che va da un minimo di 3 media (TV, cinema e radio o TV lettura e radio) ad un massimo di combinazioni dei 3 media tradizionali con le nuove tecnologie (Morcellini, 1988).

Nella complessità e diversificazione delle 'audience' è tuttavia possibile fare uno sforzo e tentare di far emergere le caratteristiche 'forti' del pubblico dei media dominanti, come la TV e la stampa che, anche se incalzati da quelli nuovi, conservano tuttora una posizione egemonica.

La stampa

La stampa, ed in particolare i quotidiani, è stata il primo mezzo di comunicazione con carattere di riproducibilità, ed ha dominato il mondo della comunicazione di massa fino all'avvento della radio e poi della televisione. Molto sommariamente focalizzando l'attenzione sul giornalismo, possiamo dire che pur avendo subito nel corso del XX secolo costanti riorganizzazioni, aggiustamenti o anche profonde trasformazioni, questa attività ha mantenuto una sostanziale stabilità della pratica e delle istituzioni, tant'è che per esempio i nuovi strumenti di informazione (i notiziari televisivi, i servizi di informazione on line) hanno in sostanza ripreso lo stesso tipo di organizzazione dell'informazione (l'impaginazione, la prima pagina, la gerarchia dei temi), adattandola di volta in volta ai diversi canali utilizzati (Ortoleva, 2000).

La netta divisione tipica dei paesi anglosassoni tra quotidiani "popolari" e quotidiani d'élite ha confini meno nitidi nella tradizione dell'Europa continentale: qui i grandi quotidiani storicamente si rivolgono ad un pubblico teoricamente universale ('l'opinione pubblica') in realtà fortemente selezionato secondo il livello d'istruzione (Ortoleva, 2000).

Un ruolo parallelo ha avuto in tali paesi la stampa politica, caratterizzata da una miscela di azione, di propaganda e di "educazione". La funzione svolta dai quotidiani popolari nei paesi anglosassoni viene successivamente assorbita dai rotocalchi e dalla stampa periodica, segmentati rispetto a diversi target di consumatori, mutuando un modello di provenienza statunitense. Come appare chiaramente dai grafici a lato, riferiti all'Italia, l'attuale pubblico dei media a stampa è segmentato rispetto al sesso: a maggioranza maschile quello dei quotidiani, più orientato verso le donne quello dei magazine. Dalle indagini Istat emerge un profilo di un lettore medio maschio, laureato o diplomato e "maturo". Non sembra molto modificato dunque il target rispetto alle caratteristiche tradizionali del pubblico dei quotidiani, pur tenendo conto che, soprattutto in Italia si assiste ad una progressiva disaffezione verso la stampa, che conserva tuttavia il suo 'zoccolo duro'.

La televisione

La diffusione di massa della televisione e del suo specifico metodo di trasmissione a diffusione circolare (broadcasting) comporta la definizione di un nuovo modello di pubblico (l' 'audience') e di fruizione, ma anche di una forma specifica di organizzazione dei messaggi: il flusso (Williams, 1974). Con tali strumenti si altera anche il modo stesso in cui vengono strutturati e fatti circolare i contenuti culturali (informazione, intrattenimento ed educazione), di conseguenza si afferma anche la necessità di valutare l' 'audience' di volta in volta disponibile, attraverso strumenti sempre più sofisticati di ricerca volti all'identificazione di target di fruitori.

Nelle società occidentali (Stati Uniti ed Europa occidentale) l'accesso ai media a diffusione circolare non è stato immediato in tutti i paesi né negli strati sociali, ma la loro penetrazione è stata uno dei fenomeni diffusivi più rapidi dell'età moderna: la televisione in particolare ha conquistato la maggioranza delle abitazioni, in tutti questi paesi in meno di dieci anni, presentandosi quindi da subito come medium centrale e medium simbolo di intere culture nazionali (Ortoleva, 2000).

Nel panorama dei pubblici possibili il gruppo più caratteristico e puro è quello formato da coloro che usano la televisione come mezzo esclusivo di comunicazione. Si tratta dello 'zoccolo duro' della TV composto da anziani, casalinghe (segmento sempre evidenziato dalle analisi dell' 'audience', in quanto caratterizzate da una sempre più elevata fruizione), soggetti con basso livello di scolarità, e gruppi economicamente meno avvantaggiati che fin dalle prime trasmissioni della televisione "generalista" hanno

instaurato un rapporto privilegiato e unico con il mezzo: è il pubblico dei serial, delle fiction e dell'intrattenimento. Il rapporto di fedeltà tuttavia è incrinato dalla saturazione indotta dalla concorrenza fra emittenti e dall'affacciarsi di comportamenti sempre meno riconducibili agli stili di vita e sempre più tesi alla costruzione di un proprio personale flusso televisivo. Questo tipo di televisione (generalista) è in un momento di transizione: incapace di catalizzare le fasce più giovani (i ragazzi tra i 15 e i 24 anni di età rappresentano il segmento più a rischio del mercato televisivo essendo attratti da altre offerte culturali alternative), e di trattenere i pubblici più maturi e stabili, terreno di battaglia della concorrenza e di un'offerta sempre più simile e di basso livello.

In questa situazione è piuttosto difficile comprendere la forza di impatto del mezzo televisivo sulla formazione delle opinioni, dei valori e dei comportamenti soprattutto considerando la volatilità dell' 'audience', ma non vi è dubbio che la TV conservi ancora una grande potenzialità di influenza. Certamente il ruolo svolto dalla Tv italiana nei gli '60 è stato determinante per la costruzione di una identità italiana, basata su una lingua comune e sulla acculturazione e alfabetizzazione di massa (Morcellini, 2000). La politica aziendale della Tv italiana si è successivamente ispirata - in regime di monopolio - ad una funzione fondamentalmente educativa, in stretto coordinamento con la cultura cattolica dominante. In tutta l'Europa occidentale il regime di concorrenza e di ricerca del massimo ascolto hanno fatto sì che i principi pedagogici che avevano caratterizzato la televisione pubblica delle origini fossero messi da parte. Le nuove regole fanno sì che gli stereotipi culturali, che consentono una più facile identificazione del pubblico, siano privilegiati rispetto a messaggi innovativi, meno condivisi. Lo spettacolo, nel senso di intrattenimento, domina rispetto agli altri generi, affinché il pubblico rimanga sintonizzato; secondo una felice e sintetica definizione la televisione tende a riflettere valori medi della società secondo il principio del Lop - Least Objectionable Program - (Menduni, 1996).

Se questa è la logica che guida la programmazione televisiva - soprattutto in Italia - i messaggi relativi alla sfera dei comportamenti sessuali, alla famiglia ed all'essere genitori che provengono da tale mezzo sono principalmente di conferma di ciò che in questo campo è socialmente accettato e condiviso. Il ruolo della televisione 'generalista' in questo momento è dunque poco stimolante e innovativo dal punto di vista della proposizione di valori ed atteggiamenti, svolge una funzione di 'rassicurazione' e validazione. Più interessanti possono essere le prospettive aperte dalle nuove forme di TV (canali satellitari, TV a pagamento e TV via cavo) che sono per definizione indirizzate a gruppi di fruitori/consumatori di nicchia, quindi meno condizionati dalla necessità di trasmettere e comunicare valori medi.

Capitolo 1

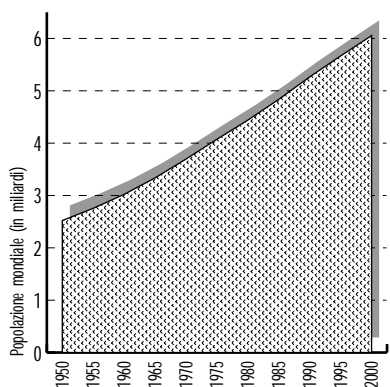
L'INDAGINE IRP IN OCCASIONE DEI 6 MILIARDI DI POPOLAZIONE MONDIALE

di Rossella Palomba, Adele Menniti e Maura Misiti

Quanti siamo?

La popolazione del mondo è passata da poco più di 2,5 miliardi del 1950 ai 6 odierni

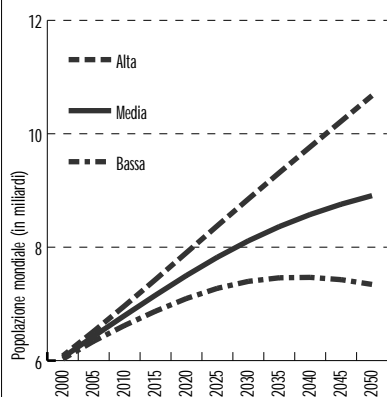
La popolazione mondiale dal 1950 al 2000



Quanti saremo?

L'Onu fornisce una forchetta di previsione per il 2050 che va da 7,3 a 10,6 miliardi di abitanti con una ipotesi centrale di 8,9

La popolazione mondiale dal 2000 al 2050

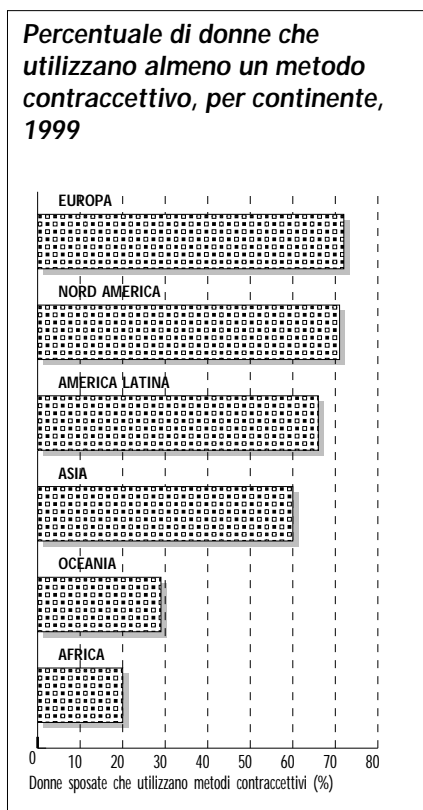
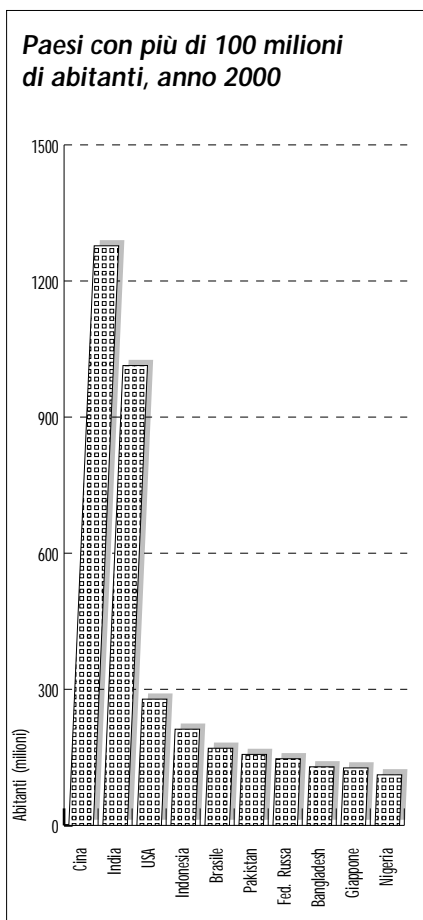


Il 12 Ottobre 1999 è la data simbolica in cui è nato il seimiliardesimo abitante della terra; in quella data l'UNFPA ha diffuso il Rapporto sullo stato della popolazione intitolato "Sei miliardi: è l'ora delle scelte"¹ in cui le dinamiche che hanno portato a toccare questo traguardo demografico sono state ampiamente illustrate. Immaneabilmente, quando si manifestano eventi con una dimensione socio-demografica di portata storica come è la nascita del seimiliardesimo abitante del nostro pianeta, viene spontaneo chiedersi fino a che punto gli italiani ne siano a conoscenza e come valutino questi fatti, anche perché una buona conoscenza dei fenomeni può favorire l'elaborazione di atteggiamenti più responsabili o quanto meno meglio fondati su dati concreti. Gli eventi demografici non sono più fenomeni "privati"; al contrario essi coinvolgono ogni abitante della terra non solo nella vita quotidiana (matrimoni, nascite, morti, migrazioni, ecc.), ma soprattutto perché i comportamenti di tutti influenzano le dinamiche demografiche globali e gli sviluppi futuri del nostro pianeta.

L'aumento della popolazione mondiale e la crescente pressione migratoria dai Paesi in via di sviluppo hanno conseguenze anche per la nostra società: è importante, perciò, che alcune informazioni demografiche di base diventino parte del bagaglio culturale di strati sempre più larghi della popolazione del nostro Paese. Il ruolo dell'informazione è divenuto cruciale nella formazione delle opinioni, di stereotipi, di riferimenti ideologici alla base dei comportamenti individuali e collettivi. Tale ruolo viene spesso chiamato in causa nei grandi dibattiti sociali che attraversano oggi l'Italia, che si tratti di invecchiamento, delle sue cause e delle sue conseguenze o delle modificazioni delle strutture familiari o dell'immigrazione, tutti problemi emergenti in una società come quella italiana, che sembra destinata a diventare sempre più un punto di incontro tra diverse culture, razze e religioni.

L'Istituto di Ricerche sulla Popolazione (IRP) studia gli atteggiamenti, le opinioni e la percezione delle dinamiche demografiche da quasi vent'anni, attraverso indagini che misurano anche quantità e

¹ L'edizione italiana del rapporto UNFPA è stata curata dall'AIDOS, che lo distribuisce gratuitamente



qualità di informazioni di tipo demografico possedute dalla popolazione italiana. Questi studi hanno messo in evidenza che nel nostro paese il bagaglio conoscitivo varia secondo il tema trattato e, se per esempio moltissime sono le persone che sono a conoscenza delle principali dinamiche familiari (calo delle nascite e dei matrimoni) e migratorie (l'aumento degli immigrati), meno noti sono l'ammontare della popolazione italiana o il peso quantitativo degli immigrati nella nostra società. Sebbene non sia determinante la conoscenza puntuale di un fenomeno ma piuttosto la sua corretta percezione, l'indeterminatezza conoscitiva può comportare strabismi emotivi molto pericolosi. Valga per tutti l'esempio della valutazione del numero degli immigrati in Italia che in una precedente indagine IRP arrivava a oltre 3 milioni per il 19% degli italiani, dato sintomatico di una proiezione ideologica della presenza straniera nel nostro paese più che di una valutazione serena e oggettiva, tant'è che il 61% degli intervistati riteneva che gli immigrati fossero comunque "troppi" (Bonifazi et al, 1998).

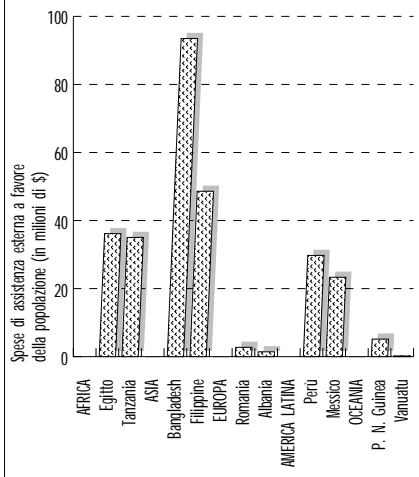
Per questa ragione nell'indagine che presentiamo gli italiani sono stati sottoposti anche ad un "esame nozionistico" sia per individuare le loro carenze conoscitive, sia per poter identificare, con un secondo sondaggio effettuato dopo la faticosa data del 12 ottobre, i canali attraverso i quali arrivano informazioni di tipo demografico. Con questo studio l'IRP era interessato non certo a dare un voto in demografia agli italiani quanto a valutare i differenziali conoscitivi dei vari fenomeni demografici e soprattutto a cercare di evidenziare il legame che esiste tra conoscenza e conseguenze attese dei processi evolutivi della popolazione.

Ci sembra importante che si sviluppi nel nostro paese una curiosità verso il dato demografico, non solo per accrescere il bagaglio culturale degli italiani, ma anche perché le dinamiche di popolazione costituiscono una utile lente di lettura delle trasformazioni sociali.

Con questa iniziativa l'IRP cerca di rispondere ad alcune domande: Qual è la posizione degli italiani di fronte alla evoluzione della popolazione mondiale? Cosa conoscono realmente delle trasformazioni demografiche che non cessano di modificare profondamente le relazioni tra Nord e Sud del mondo, tra paesi ricchi e paesi poveri? Come reagiscono ai cambiamenti che li coinvolgono e, soprattutto, sono consci di prenderne parte?

L'IRP ha condotto l'inchiesta centrata sulle principali tendenze demografiche mondiali, europee e italiane nei giorni immediatamente precedenti la presentazione del Rapporto dell'UNFPA sui sei miliardi di uomini, avvenuta il 22 settembre 1999, su un campione di 1000 italiani. La seconda inchiesta, avvenuta alla fine del mese di ottobre 1999, è stato un utile strumento per comprendere quale sia

I due Paesi che, in ogni Continente, usufruiscono di maggiori aiuti esterni a favore della popolazione, 1999



l'interesse della gente comune rispetto a questi temi e quali sono le notizie che veicolate dai media effettivamente penetrano nel mondo reale e arrivano a formare e ad arricchire le coscienze.

In questo rapporto presenteremo i risultati dei sondaggi con esplicito riferimento alle effettive tendenze di popolazione toccate dall'inchiesta, in modo da fornire anche una lettura comparativa tra quanto gli italiani sanno e la realtà demografica. Tutti i dati di popolazione riportati in questo lavoro sono tratti dal rapporto UNFPA, dagli Annuari Demografici dell'ONU, dalla produzione ISTAT.

L'indagine su "6 miliardi : il punto di vista degli italiani".

- Le date:* 15-21 settembre 1999 e 20- 26 ottobre 1999
- Numero delle interviste:* 1000 per ognuna delle indagini
- Tipo di intervista:* telefonica di tipo CATI
- Il campione:* popolazione di età compresa fra i 20 e i 65 anni
- Tipo di campione:*
 - proporzionale alla popolazione reale del nostro paese e rappresentativo:
 - di 3 ripartizioni geografiche
 - dei due sessi
 - delle classi di età 20-34; 35-49; 50-65

Gli intervistati della prima indagine:

Uomini	481
Donne	519
20-34 anni	376
35-49 anni	311
50-65 anni	313
occupati	652
casalinghe	216
altro	132
NORD	456
CENTRO	197
SUD	347

gli intervistati della seconda indagine:

Uomini	481
Donne	519
20-34 anni	376
35-49 anni	305
50-65 anni	319
occupati	697
casalinghe	193
altro	110
NORD	456
CENTRO	197
SUD	347

- Il numero di quesiti:* 21 nella prima indagine e 24 nella seconda
- La Società che ha condotto le interviste:* ATESIA S.p.A. – Gruppo Telecom Italia

Capitolo 2

LE CONOSCENZE DEGLI ITALIANI IN TEMA DI POPOLAZIONE:

LA PRIMA INDAGINE

di Rossella Palomba, Adele Menniti e Maura Misiti

2.1 La popolazione mondiale

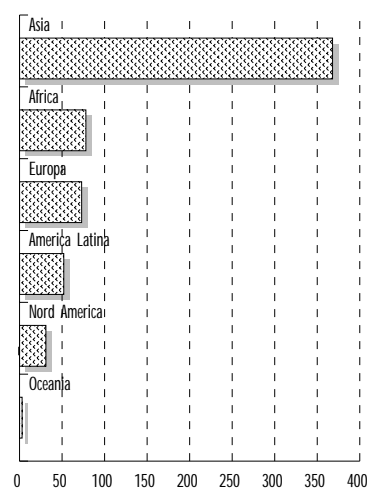
Più di un italiano su due non sa rispondere alla domanda diretta sul numero di abitanti che vivono nel mondo e solo l'11% ha fornito la risposta corretta (Grafico 2.1)¹. La disinformazione su questo tema attraversa in modo uguale tutte le categorie socio-demografiche; solo gli uomini e gli intervistati più istruiti sono un po' più informati (16% e 28% rispettivamente). Le casalinghe sono il gruppo meno attento ai grandi numeri: solo il 3% risponde correttamente.

A coloro che non sono stati in grado di dare una risposta è stata data una seconda possibilità. Invitati a scegliere fra 4 opzioni possibili sull'ammontare della popolazione mondiale (2, 6, 10 o 25 miliardi), circa i due terzi degli intervistati sopravvalutano la popolazione mondiale, che stimano fra i 10 e i 25 miliardi. Nonostante questa ulteriore sollecitazione è comunque rimasto un gruppo di intervistati che non si è sentito in grado di rispondere (10%).

Il 59% degli intervistati sa che il continente più popoloso del pianeta è l'Asia, ma il 13% segnala l'Africa, il 10% l'America del Sud e il 5% ritiene che l'Europa sia il più popoloso (Grafico 2.2). Più della metà degli intervistati indica nella Cina il paese più popoloso del mondo, ma appena un quarto sa che l'India è al secondo posto. Il pregiudizio che lega la potenza economica allo sviluppo demografico, già rilevato in precedenti inchieste, viene anche in questa occasione confermato. Infatti, il 9% degli italiani ritiene che gli Stati Uniti siano il paese della terra con più abitanti, mentre il 13% lo mette al secondo posto; il Giappone viene segnalato dal 4% degli intervistati al primo posto e dal 10% al secondo (Grafici 2.3 e 2.4).

Nella realtà la Cina e l'India, dove al momento dell'indagine vivevano rispettivamente 1,266 miliardi e 998 milioni di persone, raccolgono insieme quasi i due quinti della popolazione del nostro pianeta mentre gli Stati Uniti, si distanziano nettamente dai due colossi asiatici raccogliendo meno di 280 milioni di abitanti.

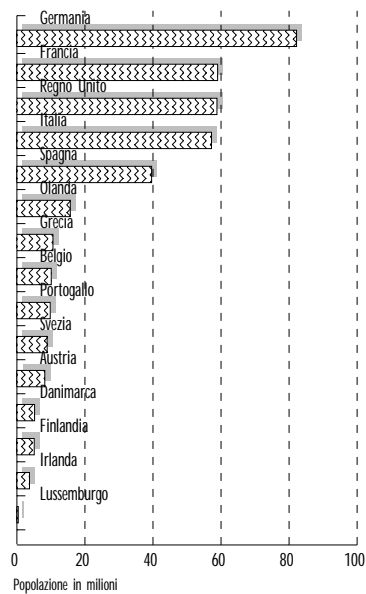
I continenti per numero di abitanti, 1999 (milioni)



Il peso demografico dell'Europa e del Nord America è sempre più basso nello scenario mondiale e tenderà a diminuire ancora. Nel 2050 il 98% della popolazione mondiale vivrà nelle regioni meno sviluppate.

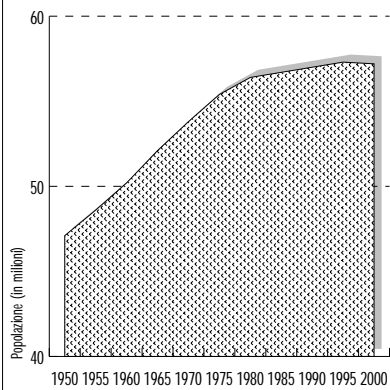
¹ Tutti i dati citati nel testo si riferiscono ai risultati del sondaggio IRP riportati in fondo a ciascun capitolo

La popolazione dell'Unione Europea, 2000



Sono 375 milioni gli abitanti dell'Unione, dopo la sua recente estensione ad Austria, Finlandia e Svezia

La popolazione italiana, 1950-2000 (in milioni)



2.2 Popolazione europea e italiana

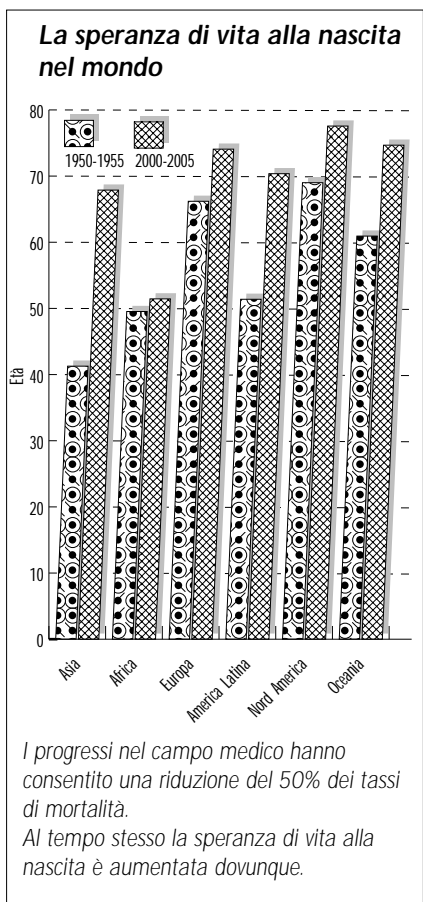
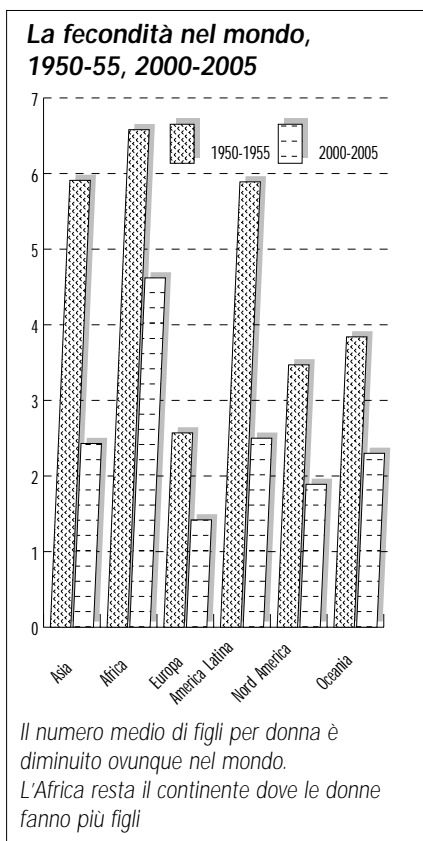
Solo tre intervistati su 100 conoscono l'ammontare della popolazione dell'Unione Europea (Grafico 2.5). Questo modestissimo livello di informazione può essere forse spiegato dall'incertezza in merito al numero e a quali Stati appartengono all'Unione, anche se questa sola motivazione non è sicuramente sufficiente a giustificare il 60% degli intervistati che non è riuscito a rispondere al quesito. Emerge invece una maggiore consapevolezza riguardo al paese più popoloso all'interno della U.E.: il 33% degli intervistati indica correttamente la Germania, ma anche la Francia (14%) o l'Italia (11%) hanno raccolto un certo favore (Grafico 2.6). Da segnalare che il 30% degli italiani non ha saputo rispondere a questa domanda.

Anche il livello di conoscenza della popolazione italiana non è soddisfacente: poco più di un intervistato su 4 ritiene correttamente che gli abitanti del nostro paese siano compresi fra 55 e 59 milioni di abitanti e anche, allargando il range fra i 51 milioni e i 70, non si arriva al 50%. Ancora una volta poi troviamo una percentuale abbastanza elevata di persone che non se la sono sentita di rispondere: 35% (Grafico 2.7).

2.3 La crescita della popolazione mondiale

Rispetto alle tendenze evolutive della popolazione mondiale moltissimi italiani sanno che il numero di abitanti della terra è aumentato ed è destinato a crescere ulteriormente nei prossimi 50 anni. Quasi la metà degli intervistati ha indicato che la popolazione è più che raddoppiata rispetto a 50 anni fa e che il ritmo di crescita si è rallentato (Tabelle 2.1 e 2.2). E, infatti, sono esattamente queste le tendenze che hanno contraddistinto lo sviluppo della popolazione del nostro pianeta: nel 1950 gli abitanti del mondo erano 2,5 miliardi, 3 miliardi nel 1960 e 6 oggi. I tassi di crescita sono quindi diminuiti, passando al 2,4% del periodo 1950-60 e all'1,3% dell'ultimo decennio. Se il tasso di crescita fosse rimasto uguale a quello degli anni '50, oggi saremmo oltre 7,5 miliardi. Gli italiani sembrano quindi avere una maggiore consapevolezza delle tendenze generali della popolazione mondiale rispetto a valutazioni puramente quantitative. Invece, su un altro quesito dell'inchiesta, che riguardava la crescita annuale della popolazione nel mondo – oggi di circa 80 milioni - gli intervistati che hanno fornito una valutazione esatta, sono stati meno del 10% a fronte di più del 50% che non ha saputo dare una risposta.

In definitiva, possiamo dire che nel loro insieme i risultati della prima indagine indicano che gli italiani mostrano una maggiore sicurezza nel determinare le dinamiche di popolazione quando la valuta-



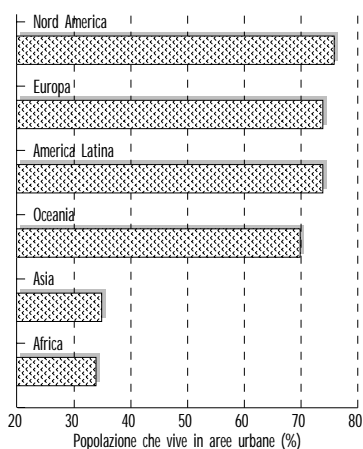
zione richiesta è di tipo qualitativo piuttosto che quantitativo. Ma, cosa ancora più rilevante, quello che emerge con nettezza è che gli italiani spesso non riescono a esprimersi sui temi trattati. I nostri intervistati non sembrano incuriositi dal dato demografico né si dimostrano buoni conoscitori delle dinamiche di popolazione, anche se si sono mostrati molto disponibili all’intervista. Eppure oggi come forse mai prima d’ora la "questione demografica" ha acquistato nel nostro Paese un ruolo importante. Lo ha raggiunto sicuramente per l’intensità dei cambiamenti che hanno caratterizzato le dinamiche di popolazione sia nazionali che internazionali, ma anche perché tali processi sono diventati parte essenziale del ridisegno delle principali politiche sociali e di interventi importanti nel campo della cooperazione e lo sviluppo.

2.4 I problemi

L’abbassamento dei tassi di fecondità, che già nell’ultimo quindicennio ha rappresentato la variabile “forte” dell’evoluzione demografica del nostro pianeta, è destinato a proseguire nei prossimi anni: le Nazioni Unite prevedono infatti per il 2025 una popolazione di 7 miliardi e per la metà del prossimo secolo di 9.

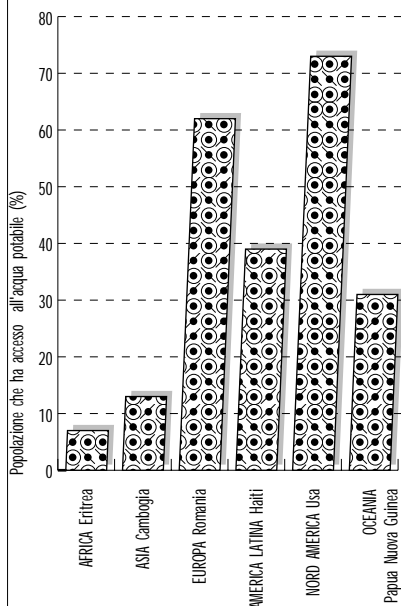
Stiamo diventando troppi nel nostro pianeta? L’attuale ritmo di crescita della popolazione, anche se rallentato, per il 75% degli italiani intervistati rappresenta ancora un problema: più preoccupati di questa popolazione in aumento sono gli uomini (81%) e gli abitanti del Nord d’Italia (80% Nord-Ovest e 78% Nord-est) (Tabella 2.3). Gli intervistati individuano due ordini di problemi connessi alla crescita demografica: il primo, di tipo “ambientalista”, è più legato al consumo delle risorse e al degrado ambientale e vede nella crescita della popolazione mondiale un’ulteriore minaccia per l’aumento della fame del mondo (43%), dell’inquinamento (14%), del sovraffollamento delle zone abitabili del pianeta (16%) e del consumo delle risorse idriche (7%); un secondo gruppo di motivazioni è invece più centrato sulle ricadute sociali della crescita demografica vista con preoccupazione, poiché l’aumento della popolazione potrebbe provocare una crescita della disoccupazione (35%; 47% nel meridione), della povertà (10%) e dello squilibrio fra paesi ricchi e paesi poveri (16%). Le motivazioni strettamente demografiche come l’invecchiamento della popolazione o l’aumento dei flussi migratori sono molto meno segnalate: solo l’1% degli italiani ritiene che questa crescita demografica possa tradursi in un ulteriore invecchiamento della popolazione e il 6% pensa che possa influenzare le migrazioni internazionali (Grafico 2.8).

Popolazione urbana nei continenti, 1995 (% sulla popolazione di ogni continente)



Negli ultimi 40 anni si è accelerato lo spostamento della popolazione verso le città, in particolare nelle aree meno sviluppate del mondo.

Continente che ha la più bassa percentuale di popolazione con accesso all'acqua potabile, 1999



L'accesso all'acqua potabile è uno dei più grandi problemi del pianeta

2.5 Le soluzioni

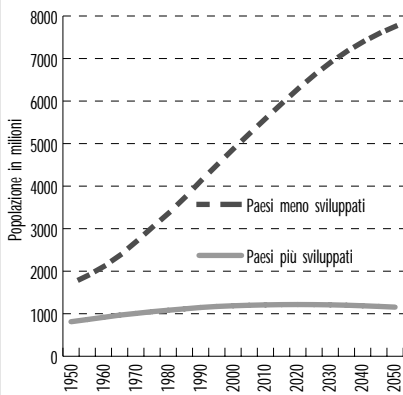
Dove ci sono problemi vanno anche trovate delle soluzioni, soprattutto politiche, legate ad interventi governativi a livello planetario, attraverso ad esempio le azioni delle grandi organizzazioni internazionali o attraverso le Conferenze mondiali che vedono riuniti gli stati del mondo. Gli Italiani ritengono che sia giusto, lecito ed auspicabile un intervento a largo raggio sui grandi squilibri demografici del nostro pianeta, legati alla forte crescita della popolazione nei paesi più poveri e in via di sviluppo. L'89% ritiene che i governi dei paesi più sviluppati debbano intervenire su questi problemi e il 90% invita i grandi organismi internazionali come ONU, FAO o Banca Mondiale ad agire. C'è dunque una forte apertura all'azione politica concertata a livello mondiale e sono molto pochi gli intervistati che non hanno espresso un'opinione in merito a queste iniziative.

Gli intervistati sono stati anche sollecitati ad esprimersi su quei provvedimenti che spesso sono al centro dei dibattiti sulle politiche da intraprendere per ridurre lo squilibrio demografico fra paesi poveri e paesi ricchi. In particolare, si è chiesto cosa dovessero fare i paesi più sviluppati, proponendo loro i due aspetti più estremi del dibattito in corso: se fosse meglio cioè, condurre azioni pro-nataliste nei paesi sviluppati caratterizzati dall'accentuato calo della fecondità o invece pensare ad un aumento delle migrazioni dai paesi poveri verso quelli ricchi, favorendo la nascita di una società multi-culturale a livello mondiale. Entrambi gli aspetti hanno raccolto un consenso piuttosto basso, intorno al 20%, soprattutto se si considera che si trattava di domande "sollecitate". Il 26% è contrario ad entrambe le azioni e il 17% propone altri interventi (Grafico 2.9). Dunque, mentre resta chiaro il suggerimento rivolto ai propri governi di intervenire, è anche chiaro che l'intervento non può più essere quello di un mero riequilibrio numerico della popolazione delle varie aree del pianeta.

Analoga domanda "sollecitata" è stata posta riguardo agli interventi che le grandi organizzazioni internazionali dovrebbero intraprendere per rallentare la crescita della popolazione nei paesi in via di sviluppo. In questo caso, agli intervistati sono state proposte due soluzioni, una di tipo strettamente demografico ("favorire un maggior controllo delle nascite") ed una a più ampia valenza sociale ("favorire l'aumento dell'istruzione e lo sviluppo"). Come era forse prevedibile, il 59% degli intervistati è a favore della seconda opzione, mentre il 16% è d'accordo con la prima e il 21% è favorevole ad entrambi gli interventi; solo il 2% propone altre iniziative e l'1% è contrario ad entrambe (Grafico 2.10).

Lo spazio per politiche di cooperazione e di solidarietà verso chi è più povero, per azioni di sostegno e anche di investimento da parte

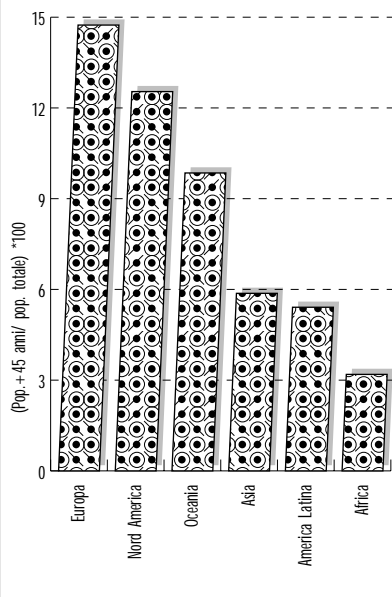
Le tendenze della popolazione mondiale per paesi sviluppati e in via di sviluppo



L'incremento demografico si è concentrato e si concentrerà nei paesi in via di sviluppo. Le migrazioni da un paese all'altro rappresenteranno un fattore sempre più importante nei rapporti internazionali e nella composizione delle popolazioni nazionali

L'invecchiamento

L'Europa è il continente con il più alto indice di vecchiaia del mondo. Nei prossimi decenni si verificherà un graduale invecchiamento della popolazione mondiale.



del nostro governo a favore dei paesi in via sviluppo sembra senz'altro esserci e rientra nelle aspettative che gli italiani hanno rispetto alla soluzione dei problemi della popolazione mondiale. E' anche chiaro che a livello dell'immaginario collettivo il fattore demografico non va analizzato o affrontato come elemento isolato, ma al contrario - come peraltro sottolinea il Rapporto UNFPA 1999 - vanno soprattutto ricercate e risolte le relazioni problematiche tra comportamento delle popolazioni e fattori economici, sociali, ambientali e formativi. Certamente, va anche fatto uno sforzo da parte di Istituti scientifici, studiosi e media per fornire agli italiani una informazione corretta sulle grandi tendenze demografiche mondiali, europee e nazionali, perché i giudizi non diventino pregiudizi, perché gli atteggiamenti della gente comune siano basati su informazioni il più possibile corrette e perché anziché all'allarmismo si punti verso la crescita di una maggiore sensibilità verso la popolazione, le sue dinamiche e le sue conseguenze per la società.

Grafico 2.1. A quanto ammonta la popolazione mondiale? (%)

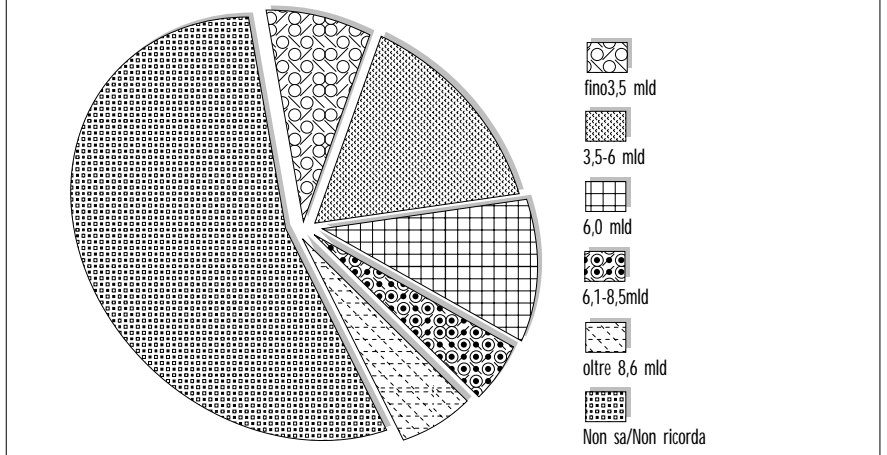


Grafico 2.2. Qual'è il continente più popoloso? (%)

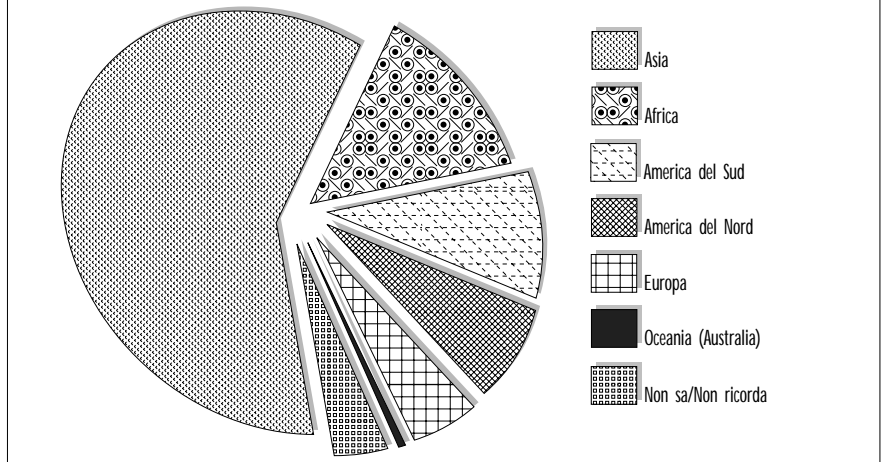


Grafico 2.3. Lo stato più popoloso del mondo è... (%)

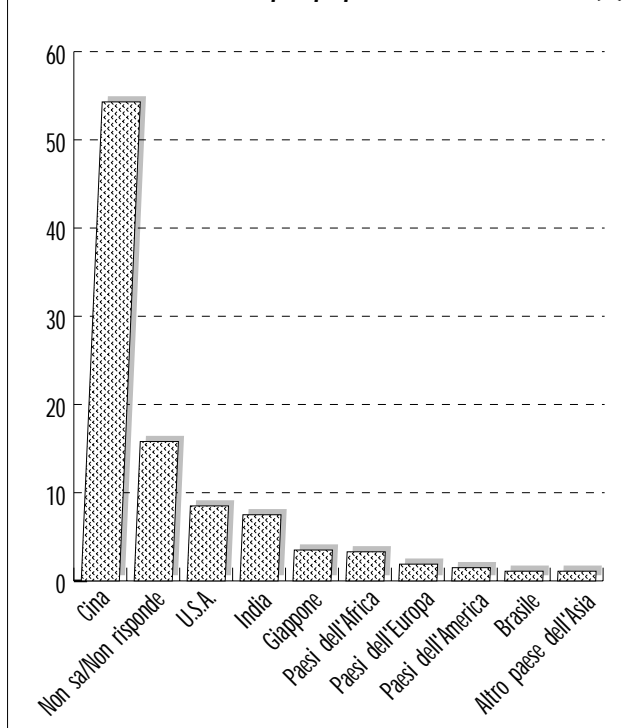


Grafico 2.4. Il secondo stato più popoloso del mondo è... (%)

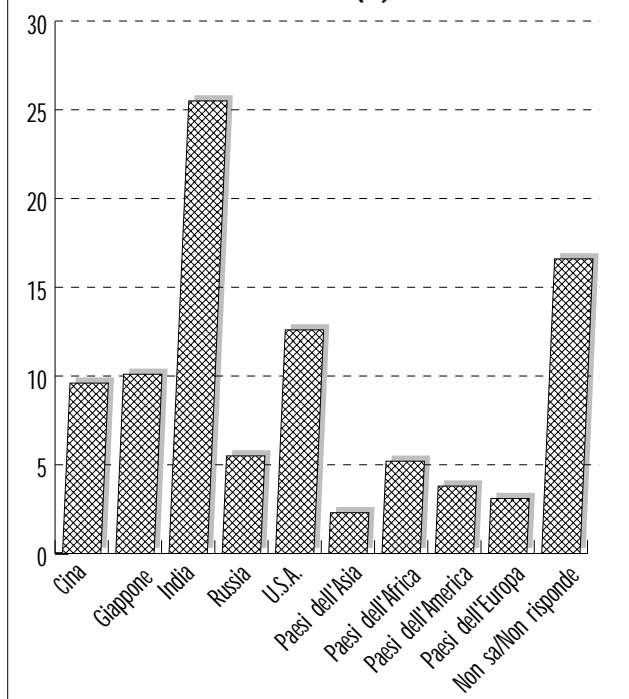


Grafico 2.5. A quanto ammonta la popolazione dell'Unione Europea? (%)

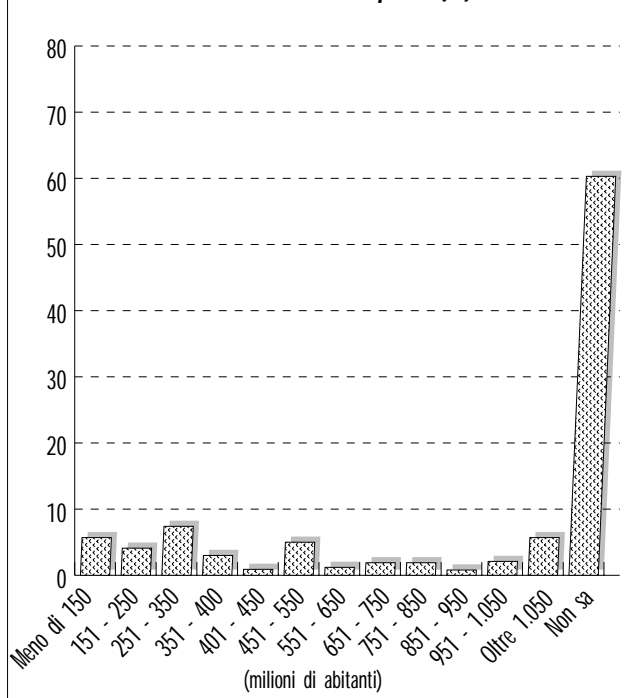
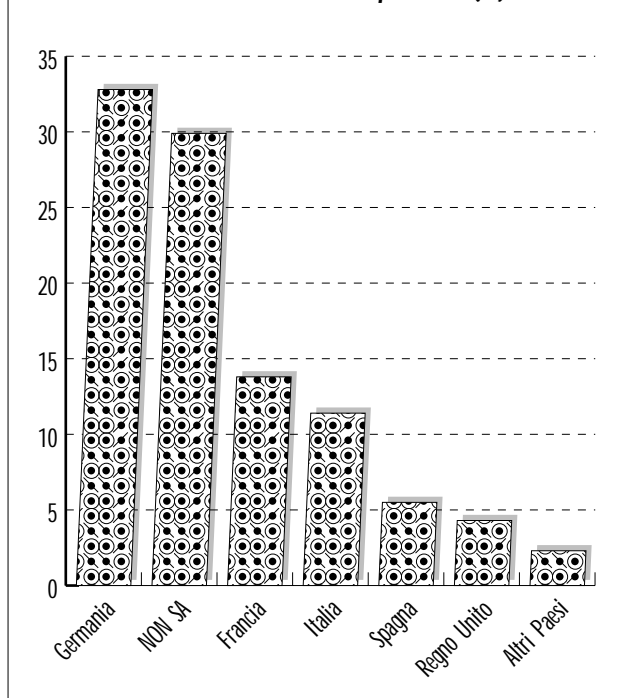


Grafico 2.6. Il Paese più popoloso dell'Unione Europea è... (%)



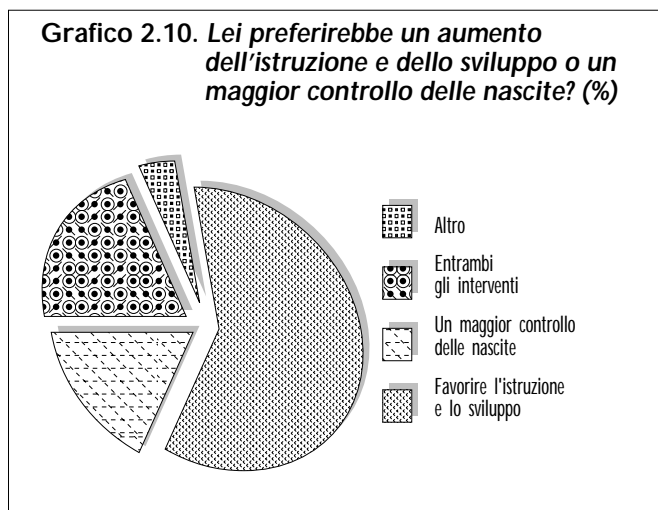
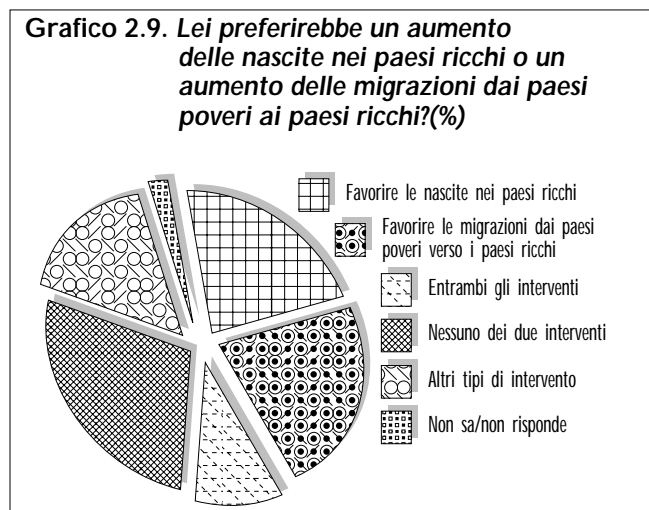
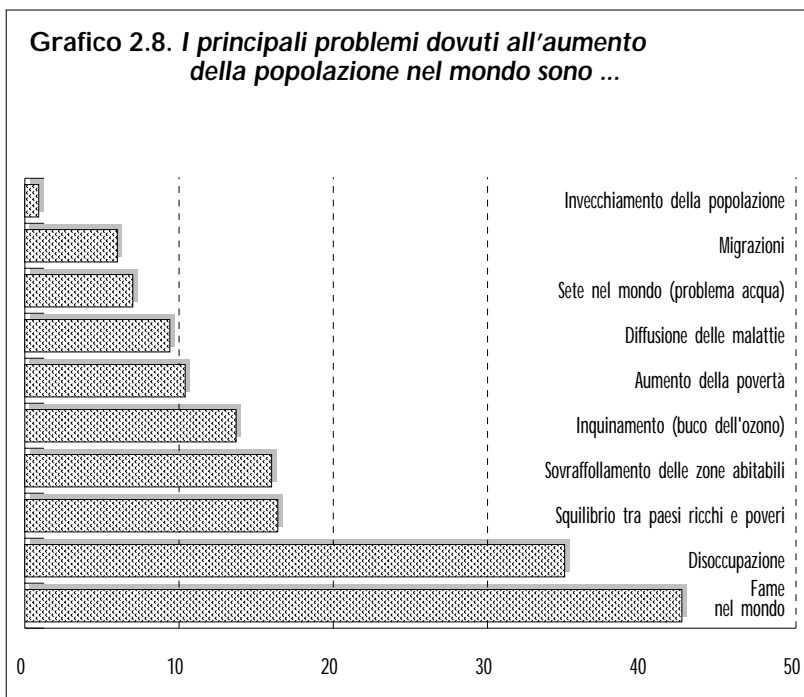
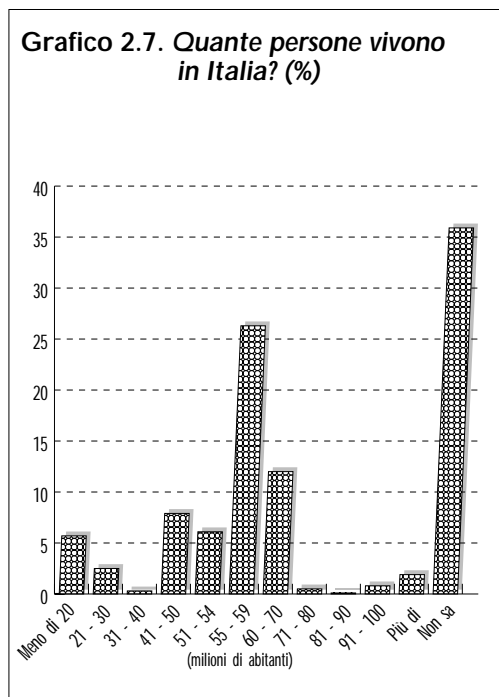


Tabella 2.1. Secondo Lei, negli ultimi 50 anni la popolazione mondiale è aumentata, diminuita o rimasta costante? (%)

Aumentata	78
Rimasta costante	8
Diminuita	13
Non sa/Non ricorda	1
Totale	100

Tabella 2.2. Secondo Lei, oggi, la popolazione mondiale è più del doppio di quella di 50 anni fa o meno del doppio di quella di 50 anni fa? (%)

Più del doppio di 50 anni fa	45
Meno del doppio di 50 anni fa	50
Non sa/Non ricorda	5
Totale	100

Tabella 2.3. La crescita della popolazione mondiale causa problemi? (% per area geografica)

	nord	centro	sud	Italia
sì	79	74	71	75
no	18	23	27	22
non so	3	3	3	3

Capitolo 3

L'INFLUENZA DEI MASS MEDIA: LA SECONDA INDAGINE

di Maura Misiti e Loredana Cerbara

3.1 L'impatto mediatico sulla conoscenza degli italiani in tema di popolazione

Nei giorni intorno al 12 ottobre la copertura mediatica dell'evento "nascita del sei miliardesimo abitante della terra" è stata elevatissima in tutto il mondo essendo coincisa con la presentazione del Rapporto sulla popolazione dell'UNFPA; in Italia è stata rafforzata anche dalla diffusione dei risultati dell'Indagine dell'IRP. La comparazione tra la quota di risposte corrette alla domanda relativa all'ammontare della popolazione mondiale nelle due ondate di indagine ci ha dato modo di valutare l'impatto della trasmissione mediatica dell'informazione. In particolare in questo capitolo tratteremo la parte dei risultati dell'indagine relativa alla ricezione della notizia, collegandola alle fonti di conoscenza, alle relazioni con alcuni atteggiamenti e comportamenti, e ad alcune caratteristiche strutturali degli intervistati, al fine di interpretare i percorsi ed i modelli che sottendono alla memorizzazione dell'informazione.

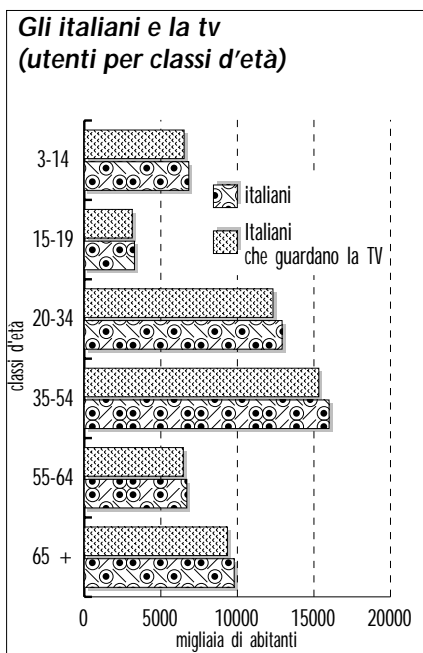
Come è noto da diverse indagini svolte (Moors & Palomba 1998; Baccaini & Van Peer, 1999; Adamson et al. 2000; Bonifazi et al., 1998) la conoscenza delle questioni demografiche è mediamente scarsa e solo alcuni specifici segmenti di popolazione come le persone con un buon livello di istruzione, possiedono un'informazione di base discreta: di conseguenza solo una minoranza di italiani è stata in grado di rispondere correttamente al quesito sull'ammontare della

Sia la stampa cartacea che quella radio-televisiva hanno dato ampio risalto alla notizia: tutti i telegiornali italiani hanno ripreso ed approfondito la notizia.

Telegiornali nel "prime time" intorno al 12 ottobre

Data	Testata	Titolo del servizio	Durata (")
09/10/99 ore 20.18	TG5	6 miliardi gli abitanti sulla terra	128
11/09/99 ore 20.28	TG4	Secondo l'ONU domani nascerà a Belgrado il bimbo che porterà a 6 miliardi gli abitanti	117
12/10/99 ore 20.31	TG1	Nasce a Sarajevo il seimiliardesimo abitante della terra	47
12/10/99 ore 20.53	TG2	Nasce il seimiliardesimo abitante della terra	30
12/10/99 ore 19.27	TG3	Sono 6 miliardi le persone nel mondo secondo una stima demografica teorica	21
12/10/99 ore 19.20	TG5	Un bimbo nato a Sarajevo fa giungere il numero degli abitanti della terra a 6 miliardi	125
12/10/99 ore 19.27	TG4	Interviste sul futuro del mondo	99

Fonte: CARES, 1999



Gli italiani e la tv
 In Italia il 95,7% degli abitanti guarda la tv. Tra questi solo il 24% supera le tre ore quotidiane.
 Rispetto alla omogeneità presente nella popolazione giovanile, tra gli anziani emerge una maggiore propensione all'utilizzo della tv da parte delle donne (45%) rispetto agli uomini (41%).
 (Fonte: ISTAT, 1997)

popolazione mondiale nella prima indagine IRP. Il dato su cui ragioniamo rappresenta dunque il livello di informazione di base in un momento qualunque.

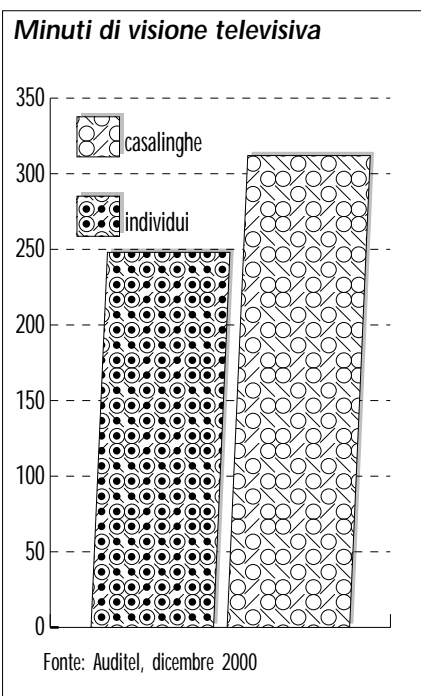
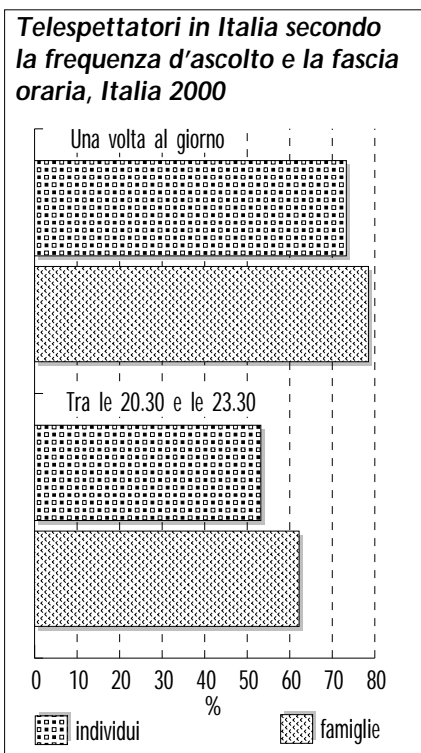
3.1.1 La popolazione mondiale

L'effetto della campagna mediatica c'è stato, come ben si vede nel Grafico 3.1, ed ha migliorato la correttezza delle risposte di 12 punti percentuali; infatti, se nella precedente indagine solamente l'11% degli intervistati affermava esattamente che il nostro pianeta fosse abitato da 6 miliardi di individui, nella seconda ondata tale valore è più che raddoppiato (23%). Solamente coloro che non sapevano o non hanno voluto rispondere sono stati sottoposti alla stessa domanda, se pur pilotata, che prevedeva tra le possibili risposte anche la scelta "6 miliardi". Nonostante ciò, la maggior parte di questi ha risposto che la popolazione mondiale è composta da 10 miliardi di persone (35%) o, addirittura, da 25 miliardi (26%), mentre solamente il 20% ha risposto correttamente.

Il ruolo dell'informazione è stato quello di sintonizzare sul numero giusto chi già ne aveva in testa uno, ossia di correggere una informazione preesistente, mentre non ha agito su coloro (la maggioranza, 55%) che non sapevano o non ricordavano quale fosse la dimensione della popolazione mondiale. Si tratta di un fenomeno interessante in quanto mette in luce un meccanismo di apprendimento selettivo, attivo su chi in qualche modo è già sensibilizzato, ma che non ha alcun effetto di stimolo su chi invece ignora o non è interessato a memorizzare l'informazione. Torneremo più avanti su questo, quando esamineremo l'effetto sinergico delle diverse fonti informative.

Per quanto riguarda le domande relative ad una conoscenza più approfondita sulle dinamiche della popolazione mondiale la risonanza mediatica non sembra aver avuto alcun effetto, anzi la quota delle risposte giuste sulla direzione dello sviluppo di tale dinamica, è addirittura diminuita anche se non significativamente, mentre sulla misura di tale evoluzione se nel precedente sondaggio quasi la metà degli intervistati riteneva che la popolazione del pianeta fosse meno del doppio di quella di 50 anni fa, ora il 50% ritiene, giustamente, che sia più che raddoppiata.

Ancora su una domanda quantitativa come quale sia il paese più popoloso del mondo, la maggioranza degli intervistati (58%) risponde correttamente indicando appunto la Cina (Grafico 3.2); anche in questo caso non si osservano effetti migliorativi indotti dalla divulgazione della stampa e della televisione, mentre tali effetti sono evidenti sulla riduzione di coloro che non sono in grado di rispondere, la loro quota infatti scende di 5 punti percentuali rispetto alla precedente indagine.



Identikit del video-dipendente
 Il 96,6% delle casalinghe guarda la tv, ma i più assidui sono i ritirati dal lavoro, tra i quali il 37% sosta abitualmente davanti alla tv per almeno 3 ore quotidiane.
 (Fonte: ISTAT, 1997)

3.1.2 La popolazione italiana

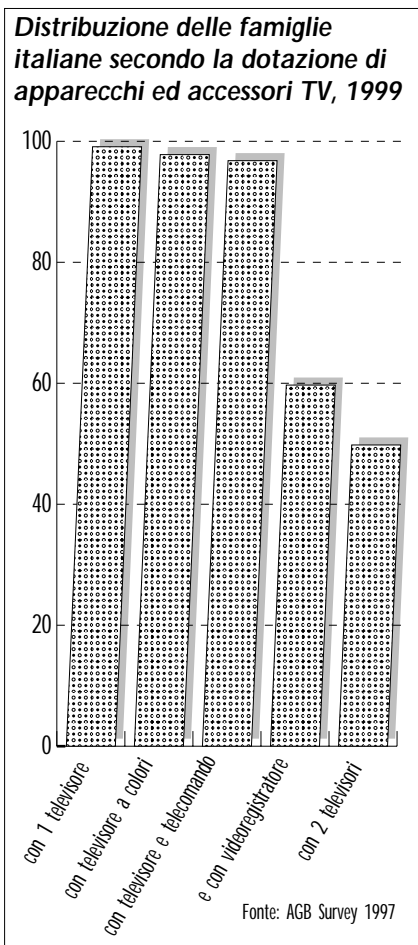
Passando all'analisi delle risposte date sul quesito relativo al numero degli abitanti nel nostro paese, si può notare che, a parte l'elevata percentuale di coloro che non rispondono (4 intervistati su 10), solo il 17% ritiene correttamente che l'Italia sia abitata da 56-57 milioni di individui. Essendo il dato nazionale marginale rispetto alla notizia sulla nascita del 6 miliardesimo abitante della terra dobbiamo supporre che l'informazione su questo dato sia fondata su conoscenze pregresse e che quindi l'effetto dei media sia del tutto secondario. Il grafico che confronta l'esito delle due indagini non indica infatti miglioramenti nella conoscenza, anzi emerge un aumento dell'incertezza delle risposte (Grafico 3.3).

Da questi risultati possiamo trarre una prima sommaria conclusione, ossia che i media effettivamente agiscono da catalizzatori e distributori di informazioni anche specializzate come quelle di cui ci occupiamo, ma sembra che l'influenza sulla conoscenza delle 'audience' sia superficiale e temporanea, consentendo a più persone - per esempio - di essere in grado di rispondere, ma non di migliorare significativamente l'insieme della conoscenza, agendo cioè solo su un livello superficiale, senza intaccare il livello successivo di approfondimento. Vedremo in seguito, attraverso l'analisi delle fonti di informazione e i percorsi della conoscenza, come e quanto i diversi media agiscono selettivamente sull'apprendimento e la memorizzazione delle informazioni.

3.2 Le fonti

Televisione e stampa si confermano i principali poli di riferimento per la conoscenza di base di un fenomeno demografico come la nascita del seimiliardesimo abitante, che seppure ridotto a mera quantificazione, è denso di significato sia per la lettura del presente che per le implicazioni con il futuro. Molto limitato appare il ruolo delle istituzioni educative, ma questa non è una sorpresa quanto piuttosto una conferma dei risultati dell'indagine Eopei (Baccani e Van Peer, 1999; EOPEI, 2001) così come il ruolo di Internet, il cui uso è ancora fortemente concentrato solo in alcuni specifici segmenti di popolazione (Grafico 3.4).

Nell'ambito delle trasmissioni televisive è quasi ovvio che la notizia 6 miliardi è stata appresa soprattutto da programmi d'informazione come telegiornali ed approfondimenti di tipo giornalistico (78% e 15%), ma anche - forse in forma più superficiale - da altri programmi compresi quelli di intrattenimento (8%); da sottolineare in quanto tipica di questa forma di ascolto, la presenza consistente di chi non si



La penetrazione della TV

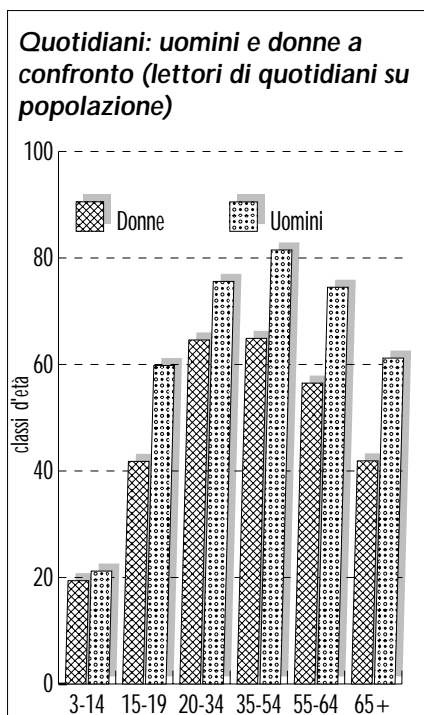
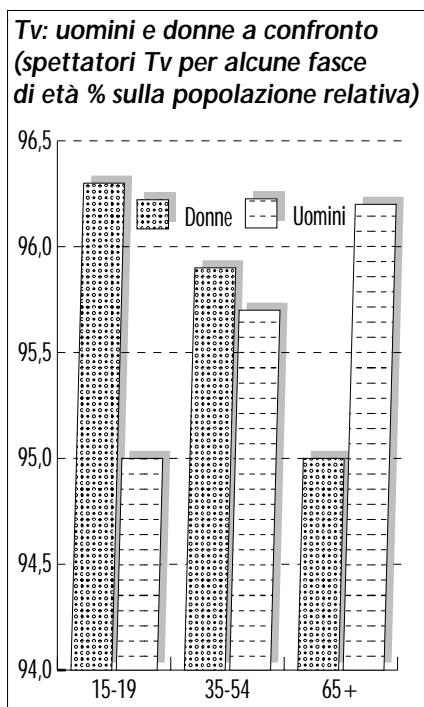
Tutti gli italiani guardano la tv: tutte le famiglie quindi sono dotate di televisore, che quasi sempre è a colori e con telecomando. La metà delle famiglie ne possiede almeno due ed ancora di più sono quelle dotate anche di videoregistratore.

ricorda quale trasmissione televisiva gli abbia fornito l'informazione (10%).

Per quanto riguarda i giornali sono i quotidiani - data la loro maggiore diffusione - la fonte maggiormente utilizzata per accedere alla notizia (85%), mentre i periodici coprono una più limitata fetta di mercato (35%).

Nel nostro campione le persone che hanno tratto le informazioni relative alla popolazione (sia quella mondiale che quella italiana) dalla stampa sono in grande maggioranza uomini (65%) e di istruzione medio-superiore. Abbiamo già visto che i quotidiani prevalgono rispetto ai periodici, ma possiamo scendere ancora di dettaglio ed analizzare la tipologia della pubblicazione utilizzata come fonte secondo alcune caratteristiche dei fruitori. La prevalenza maschile è netta tra i lettori di quotidiani in generale - più pronunciata tra quelli indipendenti e di connotazione politica - meno tra quelli locali (Grafico 3.5). Sono le donne invece le maggiori utilizzatrici dei periodici scientifici, di quelli di informazione, ma soprattutto dei magazines femminili e dei giornali di ispirazione cattolica. Il profilo dei lettori delle tre principali fonti dell'informazione demografica sull'evento 6 miliardi (Grafico 3.6) dimostra come il titolo di studio selezioni drasticamente la tipologia di informazione utilizzata.

Come si combina la notizia ascoltata (o letta) con le informazioni preesistenti, fino a dare luogo ad un atteggiamento più complesso e personalizzato? Una domanda del nostro questionario tentava di associare il nudo fatto con aspetti problematici che spesso vengono messi in relazione ai temi demografici (Grafico 3.7), le risposte (spontanee) ottenute presentano un intervallo di risposte che va da stereotipi e/o semplificazioni come la 'fame nel mondo' (27%) a espressioni più articolate frutto probabile di elaborazioni più complesse come 'squilibrio tra paesi ricchi e poveri' (13%). Scendendo nella graduatoria troviamo la preoccupazione per il sovraffollamento ('siamo troppi'), ad una più neutrale attenzione al problema della crescita della popolazione mondiale, fino alla relazione con l'aumento della povertà. Problemi più legati alla nostra realtà occidentale come l'invecchiamento (2,6%) o la disoccupazione (2,4%), pur presenti, sono risultati meno rilevanti, così come la connessione con le politiche di family planning o di sostegno alle economie dei paesi meno sviluppati. Sebbene vi sia una polarizzazione sul luogo comune della fame del mondo, che indica una certa superficialità di approccio al problema, sembra un fatto positivo che si sia verificata una così ampia articolazione di risposte, comprese anche quelle che indicano una elaborazione se non proprio un approfondimento della semplice notizia. La dichiarazione di forte interesse verso la notizia (87% di 'molto' e 'abbastanza interessati') rafforza l'esigenza di una maggiore



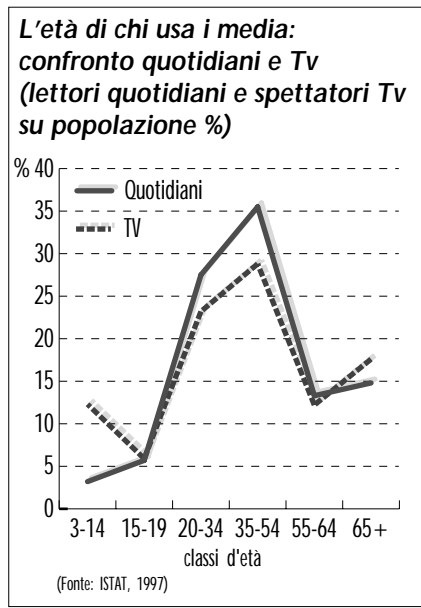
Tv e quotidiani: differenze di genere e d'età
 La tv non conosce differenze di genere e d'età. Tra i 35-54enni si trova la maggior parte dei lettori di quotidiani, sebbene con ben 16.6 punti percentuali di differenza tra uomini (81.5%) e donne (64.9%) di questa categoria. I quotidiani hanno ancora un sesso ed un'età!

informazione sul tema, sottolineata dalla maggioranza degli intervistati, che individuano proprio nella televisione e nella stampa i canali più idonei per tali informazioni. Sembrerebbe dunque che vi sia una domanda pregressa, uno spazio ancora vuoto per la divulgazione di informazioni relative a queste problematiche, ma forse più in generale di informazioni provenienti dal mondo scientifico.

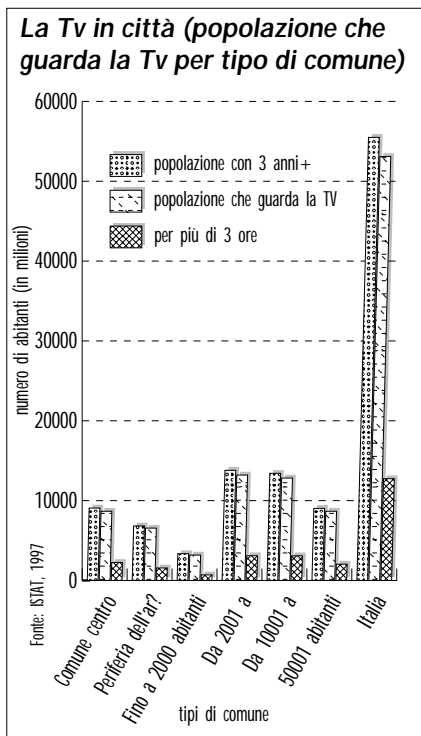
Sulle modalità di apprendimento della notizia ed in particolare sulla caratterizzazione degli utenti dei media (televisione e stampa) che sono il segmento su cui abbiamo focalizzato il nostro interesse, cerchiamo di approfondire quel meccanismo di sinergia dell'apprendimento già osservato: ossia di come l'utente contemporaneo tenda sempre di più a sovrapporre e combinare fonti diverse di informazione per rielaborarla nel proprio contesto. Dall'indagine emerge che la maggioranza della popolazione (62%) non ha né ascoltato né letto la notizia dei 6 miliardi ed è una quota molto vicina a quel 55% che ha risposto 'non so'. Tra gli altri, il 18% ha appreso la notizia esclusivamente dalla Tv, il 13,5% da ambedue le fonti ed il 6,4% solo dai giornali. Il profilo che emerge dalle caratteristiche strutturali di questi 4 sottogruppi appare interessante soprattutto nella prospettiva di individuazione dei target potenziali di campagne di informazione e di comunicazione mirate al miglioramento della cultura demografica o di politiche specifiche. Il primo gruppo ("né Tv né giornali") è formato in maggioranza da persone con basso titolo di studio, giovani, donne, residenti al sud. Chi ha appreso la notizia "solo dalla Tv" è giovane (20-24 anni), ha una formazione di livello medio-superiore, risiede prevalentemente nel sud dell'Italia, ma non ha una specifica connotazione di genere. Che invece è molto forte tra chi ha letto i giornali e chi ha combinato ambedue le fonti: gli uomini infatti caratterizzano marcatamente questi due gruppi, uniti anche dalla predominanza di laureati e dall'età tra i 35 e i 50 anni. Soltanto l'area geografica più ristretta al nordovest per i lettori di giornali ed estesa anche al centro per l'altro gruppo differenzia queste due tipologie di utenti (Tabella 3.1).

3.3 L'interesse dichiarato

Nonostante più della metà degli intervistati abbia dichiarato di non aver appreso la notizia da alcuna fonte mediatica, tutti hanno dato un giudizio sulla qualità dell'informazione in tema di popolazione. Mentre circa il 38% degli intervistati si dichiara interessato a questo tipo di notizie, il 54% di essi dichiara che l'informazione diffusa attraverso i canali mediatici è insufficiente: un quinto dei nostri intervistati si dichiara interessato a notizie di questo tipo, ma non trova sufficiente informazione sui media, mentre coloro che si ritengono soddisfatti



dell'informazione ottenuta non arrivano al 15% del campione. La stragrande maggioranza (76%) ritiene che il mezzo più adatto alla diffusione di queste informazioni sia la televisione che rappresenta il 'mezzo' per eccellenza nell'immaginario collettivo, sia per la modalità audio-visiva, e quindi di facile fruizione, con cui trasmette le informazioni, sia per il fatto che rappresenta un mezzo a cui chiunque può accedere senza limitazioni di sorta. Ma solo pochi (circa il 10%) hanno letto o seguito con attenzione la notizia in televisione. Si rivela quindi una grossa discrepanza tra l'interesse che la gente comune dichiara quando viene posta la questione in termini generali e l'attenzione che effettivamente dedica in un caso particolare come quello che stiamo qui esaminando. Non si tratta quindi solo di stimolare e incentivare la diffusione di informazioni di stampo socio-demografico, ma anche di predisporre la ricezione da parte di



La Tv è delle famiglie!

Gli abitanti delle periferie delle aree metropolitane, insieme con i comuni con più di 50.000 abitanti, rappresentano la categoria che maggiormente guarda la TV (96% sul totale degli abitanti).

E' nei luoghi dove si concentra la maggior parte delle famiglie e dove spesso per i maggiori servizi si gravita sul comune centro dell'area metropolitana che è maggiormente diffuso l'uso della tv...sarà per la mancanza di altri "passatempo"? I più assidui però sono i residenti nelle metropoli (24.9%), dove di fatto si concentrano single e persone sole.

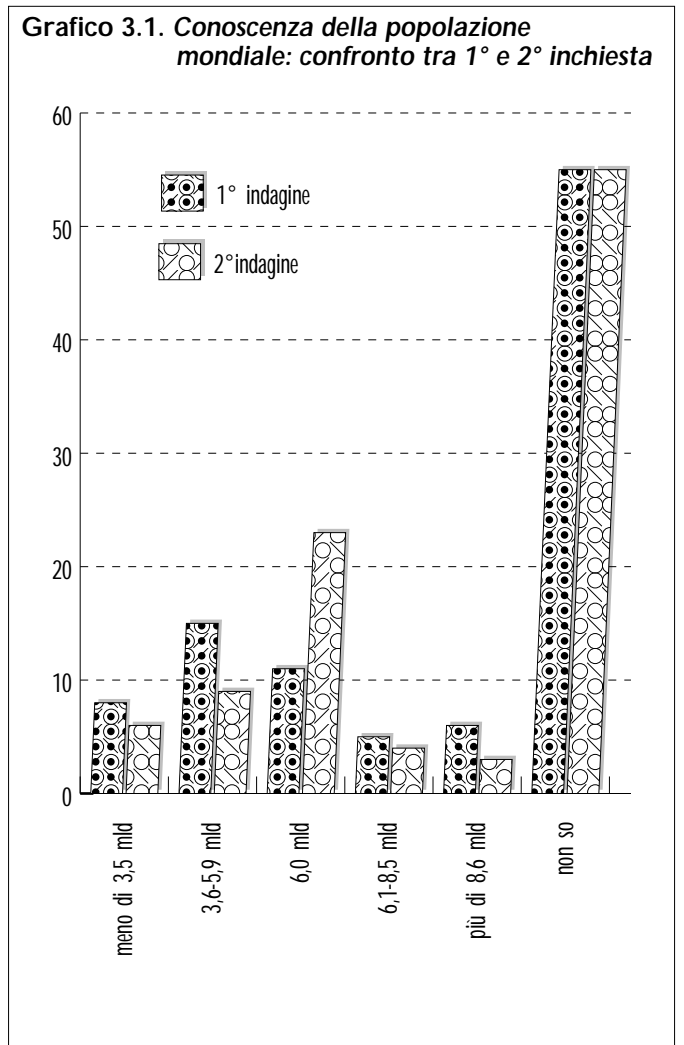


Grafico 3.2. Il paese più popoloso del mondo: confronto tra le due indagini

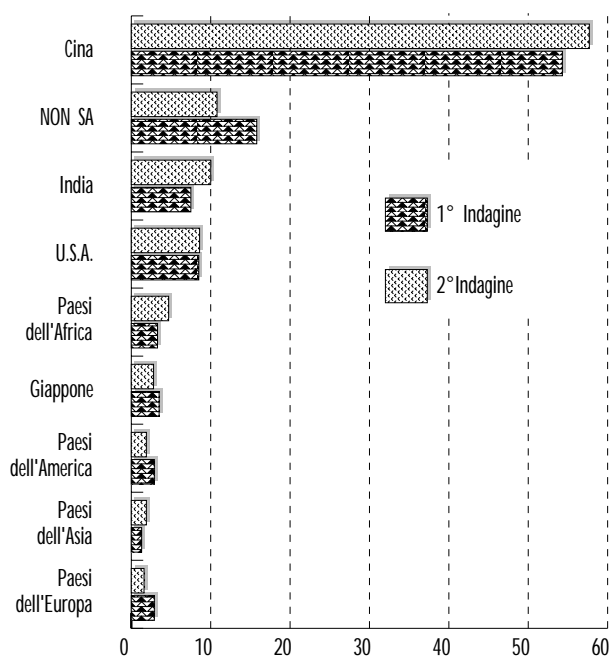


Grafico 3.3. Conoscenza della popolazione italiana: confronto tra 1° e 2° inchiesta

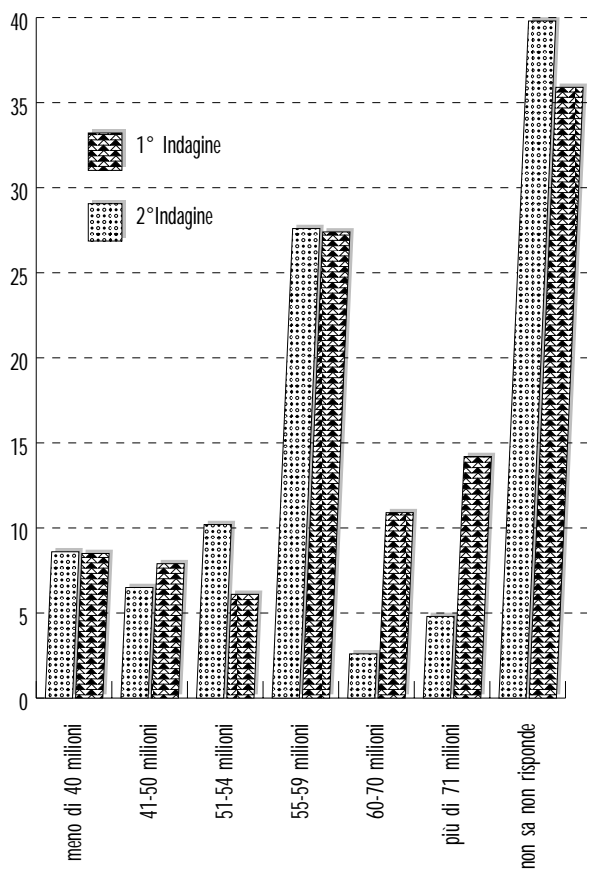


Grafico 3.4. Fonti di conoscenza sulla popolazione mondiale

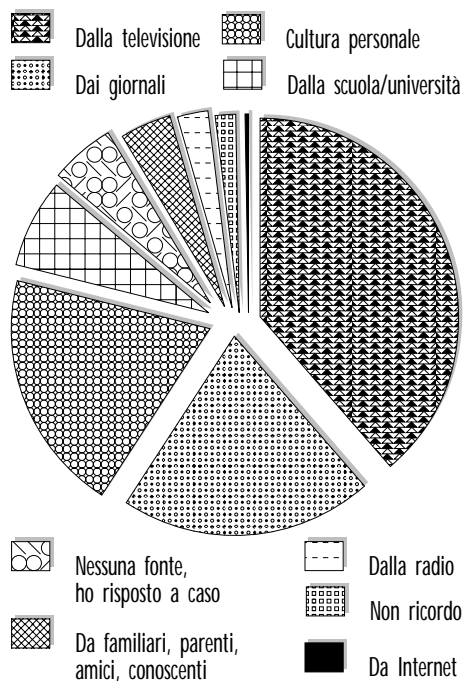
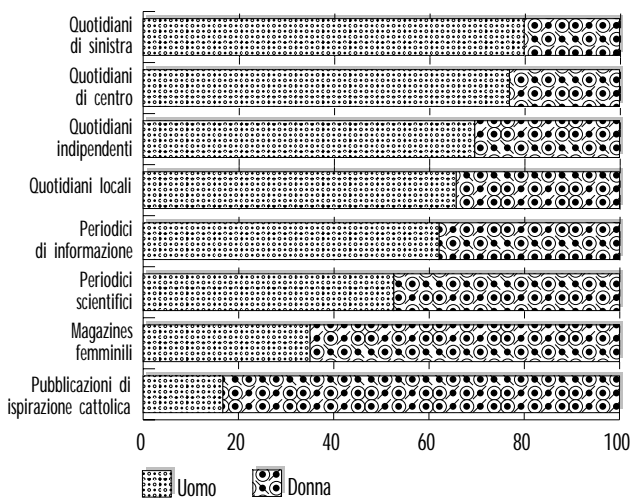


Grafico 3.5. Le fonti di informazione secondo il sesso dei lettori



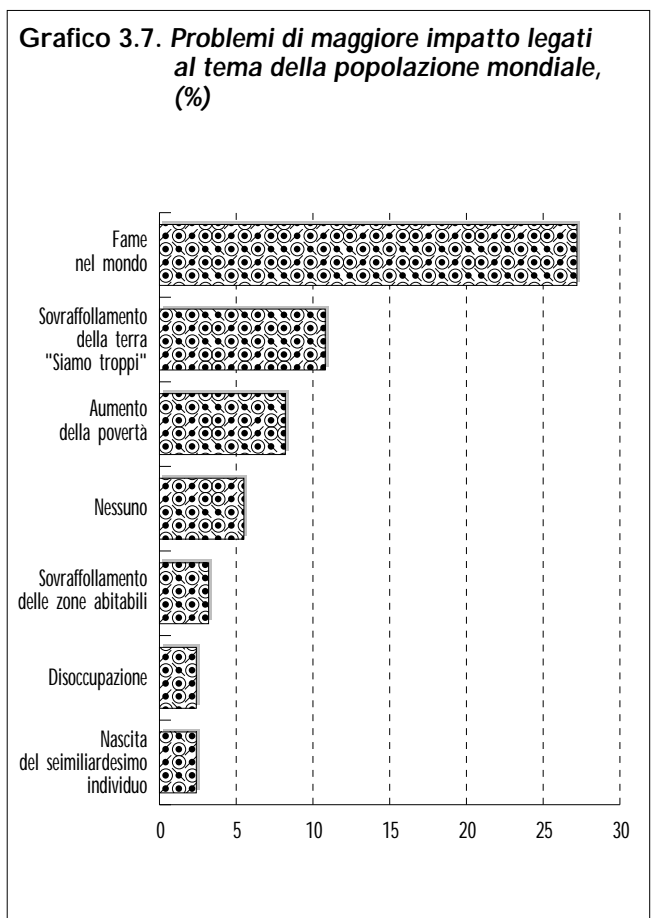
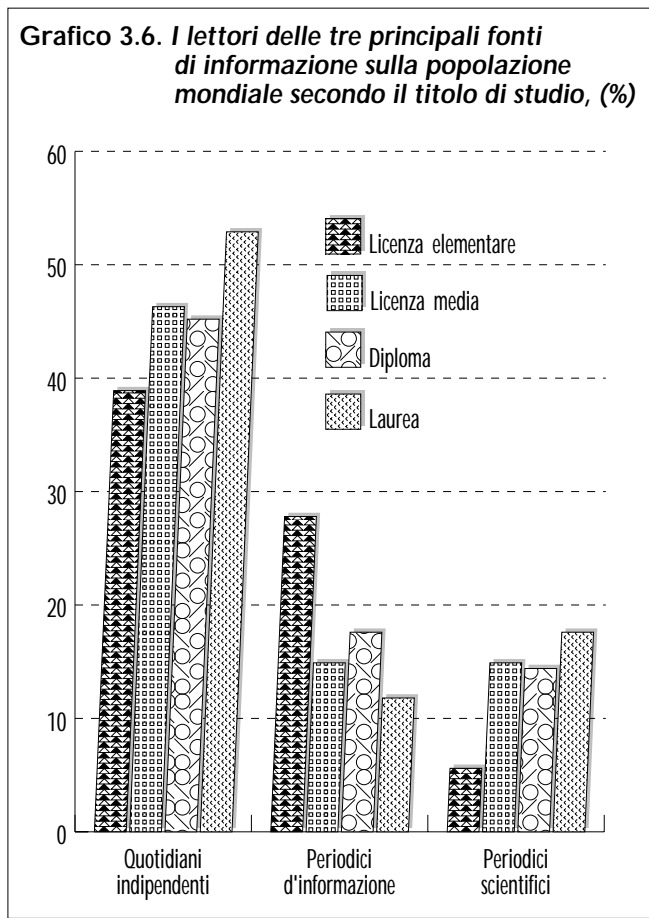


Tabella 3.1. Alcune caratteristiche degli utenti delle fonti d'informazione sulla popolazione mondiale (%)

GIORNALI E TV

Uomini	9	Nord-ovest	4	Licenza elementare	1
Donne	4	Nord-est	4	Licenza media	3
20-34 anni	5	Centro	3	Diploma	7
35-50 anni	5	Sud	3	Laurea	3
51-56 anni	3				

SOLO TV

Uomini	9	Nord-ovest	5	Licenza elementare	2
Donne	9	Nord-est	4	Licenza media	5
20-34 anni	8	Centro	4	Diploma	9
35-50 anni	6	Sud	6	Laurea	2
51-56 anni	4				

SOLO GIORNALI

Uomini	4	Nord-ovest	2	Licenza elementare	1
Donne	2	Nord-est	1	Licenza media	1
20-34 anni	2	Centro	1	Diploma	3
35-50 anni	3	Sud	2	Laurea	2
51-56 anni	2				

NO TV, NO GIORNALI

Uomini	26	Nord-ovest	16	Licenza elementare	15
Donne	37	Nord-est	10	Licenza media	21
20-34 anni	23	Centro	12	Diploma	23
35-50 anni	20	Sud	24	Laurea	3
51-56 anni	19				

Capitolo 4

I PROFILI E I PERCORSI DELLA CONOSCENZA

di Maura Misiti e Loredana Cerbara

Quotidiani e professioni
I principali lettori di quotidiani si collocano tra figure professionali di alto livello (dirigenti, imprenditori, liberi professionisti), mentre neanche la metà delle casalinghe (48,7%) legge quotidiani.
(Fonte: ISTAT, 1997)

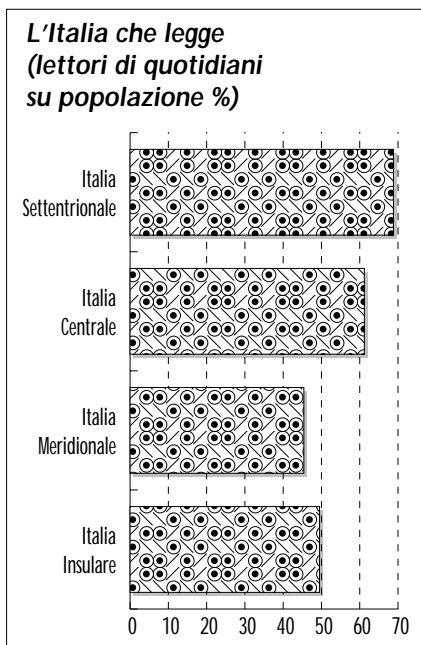
4.1 La tecnica

Oltre all'analisi di routine, basata essenzialmente sull'osservazione delle frequenze alle risposte, lo studio dei dati provenienti da sondaggi di opinione può essere approfondito mediante lo strumento degli alberi di classificazione (answer trees). Si tratta di una tecnica che, attraverso l'uso di opportuni algoritmi di suddivisione dei dati, consente di individuare le unità di rilevazione (nel nostro caso gli intervistati) che presentano profili comuni rispetto ad alcune variabili preventivamente selezionate. Come si vedrà in seguito, si sceglie una variabile tra quelle di maggior interesse, detta variabile obiettivo, ed un insieme di variabili che si ritiene possano essere determinanti nell'interpretazione dei risultati ottenuti per la variabile obiettivo, dette predictors. L'algoritmo produrrà un risultato dalla forma di albero i cui nodi rappresenteranno le possibili suddivisioni determinate dalle variabili 'predittori' degli intervistati in gruppi omogenei. Le foglie dell'albero conterranno i dati sintetici della variabile obiettivo all'interno del gruppo rappresentato dalla foglia stessa consentendo una immediata individuazione dei profili più interessanti.

4.2 La conoscenza della popolazione mondiale: il profilo degli italiani

La prima applicazione che descriviamo (effettuata sui dati della prima indagine), ha come variabile obiettivo una variabile indicatrice costruita ad hoc che consente di distinguere tra coloro che hanno risposto correttamente alla domanda sulla numerosità della popolazione mondiale e coloro che hanno risposto in modo errato o non hanno dato risposte di alcun tipo. I predittori scelti sono le seguenti variabili:

- sesso;
- titolo di studio distinto in 6 modalità (nessun titolo, licenza elementare, licenza media inferiore, diploma di scuola media superiore, laurea, non vuole rispondere);
- area geografica di appartenenza.



Quotidiani poco...quotidiani!

Il 61,1% degli italiani legge un quotidiano almeno una volta alla settimana, ma solo per il 44,4% si tratta di una lettura "abituale" (5 volte e più).

Il profilo del lettore assiduo che ne emerge lo identifica come maschio, tra i 35 ed i 44 anni, laureato e proveniente dall'Italia nord-occidentale.

Il 70,4% dei laureati maschi legge almeno 5 volte la settimana, contro il 42% delle donne laureate.

(Fonte: ISTAT, 1997)

La Figura 4.1 mostra chiaramente che la differenza tra i sessi è notevole. Infatti al primo livello di suddivisione dell'albero la variabile sesso divide il collettivo in due gruppi: gli uomini, che rispondono di più alla domanda sulla popolazione mondiale, anche se in media commettono più errori, e le donne, che nella stragrande maggioranza (70%) si rifiutano di rispondere. Al secondo livello dell'albero il titolo di studio è la variabile esplicativa della suddivisione in gruppi: all'aumentare del titolo di studio posseduto, con qualche differenza tra i due generi, il numero di risposte tende a salire e, in media, aumentano le risposte esatte. L'area geografica di appartenenza ha un ruolo solo all'ultimo livello e solo per gli uomini di medio livello di istruzione: al Sud della penisola si risponde di meno e si sbaglia di più. Questa struttura dei profili, che riflette differenze di status sociale oltre che di genere, è in qualche modo contenuta nei risultati che seguono, anche quando non se ne avrà l'immediata percezione. In effetti, nel prosieguo, saranno altre le caratteristiche che ci interesserà evidenziare e i fattori connessi allo status socio-economico si evinceranno solo in maniera indiretta dall'analisi.

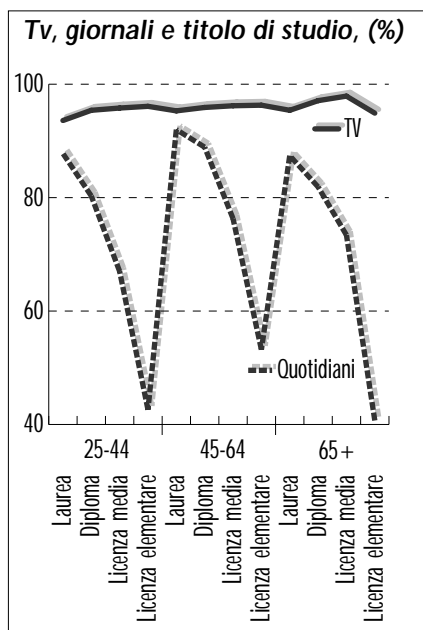
4.3 Il profilo di lettori di quotidiani e degli ascoltatori della tv

Tra tutte le possibili applicazioni della tecnica degli answer tree ai nostri dati, illustriamo le due che a nostro avviso sono risultate particolarmente interessanti. La prima ha come variabile obiettivo una variabile costruita ad hoc che consente di distinguere tra coloro che hanno risposto correttamente alla domanda sulla numerosità della popolazione mondiale e coloro che hanno risposto in modo errato o non hanno dato risposte di alcun tipo. I predittori scelti sono:

- una variabile indicatrice che consente di individuare gli intervistati che hanno dichiarato di aver appreso la notizia sull'ammontare della popolazione mondiale dalla carta stampata;
- una variabile indicatrice che consente di individuare gli intervistati che hanno dichiarato di aver appreso la notizia sull'ammontare della popolazione dalla televisione;
- il titolo di studio degli intervistati.

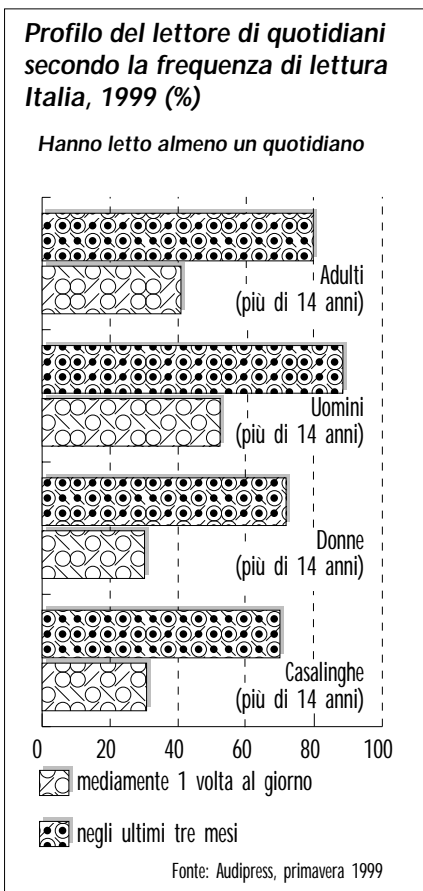
Naturalmente le prime due variabili non sono mutuamente esclusive nel senso che è possibile, ed è ciò che accade, che ci siano intervistati che hanno usufruito di più di una fonte di informazioni sul tema della popolazione mondiale (Figura 4.2).

I predittori sulla provenienza dell'informazione sono tra le variabili più importanti nella caratterizzazione dei profili di risposta: le suddivisioni di primo e secondo livello, infatti, sono da essi determinate e raccolgono immediatamente gli intervistati in 4 gruppi a seconda che la fonte sia la carta stampata, la televisione, entrambe o nessuna



... "Piatta" TV!
 L'importanza del titolo di studio è fondamentale quando si analizzano le tipologie di lettori di quotidiani, mentre è totalmente ininfluente rispetto agli utenti TV.

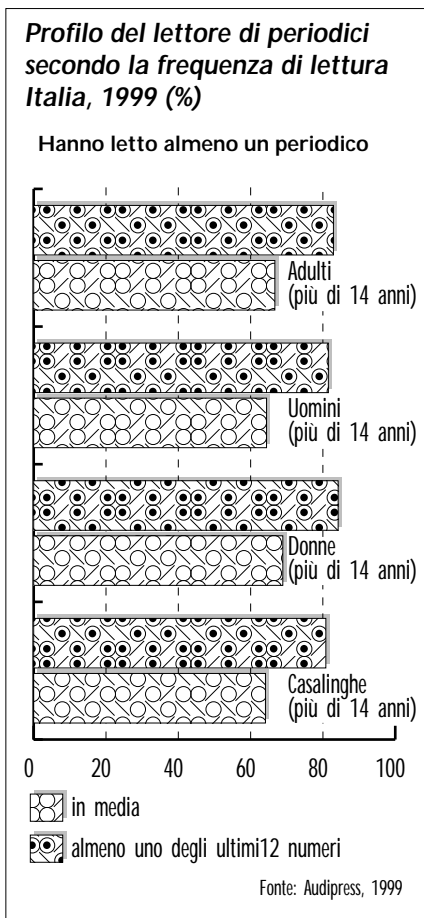
di esse. Le caratteristiche di questi gruppi dal punto di vista strutturale sono nettamente differenti. La foglia che rappresenta chi ha appreso la notizia da più fonti vede una percentuale di risposte esatte altissima rispetto alla media generale (70% contro 23%). Le due foglie che rappresentano coloro che hanno appreso la notizia da una delle due fonti di informazione considerate mostrano profili di risposta del tutto simili tra loro e in linea con la media generale a meno del fatto che nessuno degli intervistati di queste due categorie si rifiuta di rispondere alla domanda. Infine, la foglia di coloro che dichiarano di non aver appreso in nessun modo la notizia è caratterizzata da un'elevatissima percentuale di mancate risposte, come era logico aspettarsi. Il titolo di studio è un predittore che si dimostra efficace soltanto all'ultimo livello e soltanto per coloro che dichiarano di aver sentito parlare di popolazione mondiale esclusivamente dalla televisione: chi tra essi ha un titolo di studio molto basso, nonostante dica di aver appreso in qualche modo la notizia, presenta un'alta percentuale di errore nel dare la risposta. Questo risultato di facile lettura non è in contraddizione con l'ipotesi secondo la quale l'informazione oggi è il risultato dell'azione simultanea di più componenti e dà conto sia dell'impatto della fonte da cui proviene l'informazione, sia della qualità dell'informazione stessa. Chi è interessato all'argomento ne cerca notizia anche da altre fonti e si forma alla fine un'opinione abbastanza corretta, mentre, all'opposto, chi non approfondisce la notizia rimane con una idea che non si discosta dalla media generale. Al gruppo degli interessati fanno capo soprattutto uomini di un certo livello culturale, e in generale sono le donne che in maggioranza dichiarano di aver appreso la notizia in televisione. Tra coloro che non hanno avuto sentore dell'argomento in nessuna maniera, spiccano in particolare donne anziane del sud, come ad evidenziare una condizione di arretratezza e di basso livello culturale che in quello strato sociale è particolarmente evidente.



4.4 La relazione tra conoscenza e disponibilità all'azione

La Figura 4.3 illustra il risultato della seconda applicazione della tecnica answer tree. La variabile obiettivo è la stessa dell'albero precedente, mentre i predittori sono stati scelti per verificare la relazione tra conoscenza, disponibilità all'azione e percezione del fenomeno demografico oggetto di studio:

- una variabile che specifica le azioni intraprese dagli intervistati per affrontare i problemi conseguenti alla crescita della popolazione mondiale;
- una variabile che individua la problematica più generale che ha colpito maggiormente l'intervistato sul tema della popolazione mondiale.



La ridotta percentuale di persone intervistate che dice di aver in qualche modo pensato ad una adozione nel passato si separa immediatamente al primo livello dell'albero ed è caratterizzata da individui che rispondono esattamente con una frequenza superiore alla media alla domanda sull'ammontare della popolazione mondiale. Il lato sinistro dell'albero comprende coloro che dichiarano di aver fatto azioni di diverso impegno e che forniscono risposte esatte con frequenza circa pari a quella media del campione. Anche in questo caso, coloro che hanno compiuto azioni meno impegnative si differenziano dagli altri per una inferiore qualità della conoscenza del tema popolazione mondiale; ma chi, tra essi, individua nello squilibrio tra paesi ricchi e poveri uno dei problemi di maggior rilievo, lascia intendere che si tratta di persone coinvolte ed informate in quanto fanno riferimento ad un problema preciso e non ricadono nel luogo comune, dà - con una frequenza molto superiore alla media generale - la risposta esatta sull'ammontare della popolazione mondiale. Si può allora ipotizzare l'esistenza di una relazione stretta tra conoscenza, azione e percezione dei fenomeni e delle problematiche legate al tema della popolazione mondiale: risposte più attente e precise corrispondono ad azioni di particolare impegno ed anche ad una consapevolezza dei problemi connessi, che può derivare solo da un'adeguata informazione. Ritorna allora anche il tema della correttezza dell'informazione, perché queste sequenze dimostrano che è il presupposto fondamentale per la formazione e la crescita delle coscienze, sia per una corretta percezione della gravità e dell'entità dei problemi, sia come supporto alla scelta di quali azioni siano da intraprendere per migliorare la situazione mondiale ed appianare le disparità esistenti.

Figura 4.1. Il profilo degli italiani rispetto alla conoscenza della popolazione mondiale prima del 12 ottobre: l'influenza dell'istruzione

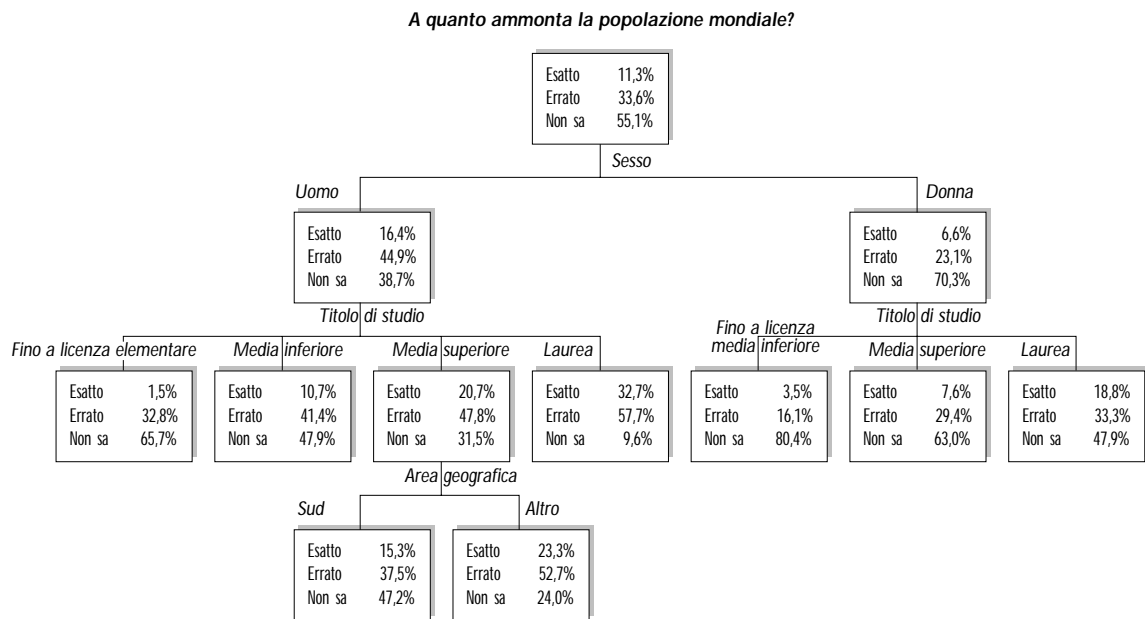


Figura 4.2. Il profilo degli italiani rispetto alla conoscenza della popolazione mondiale dopo il 12 ottobre: relazione tra conoscenza e fonte

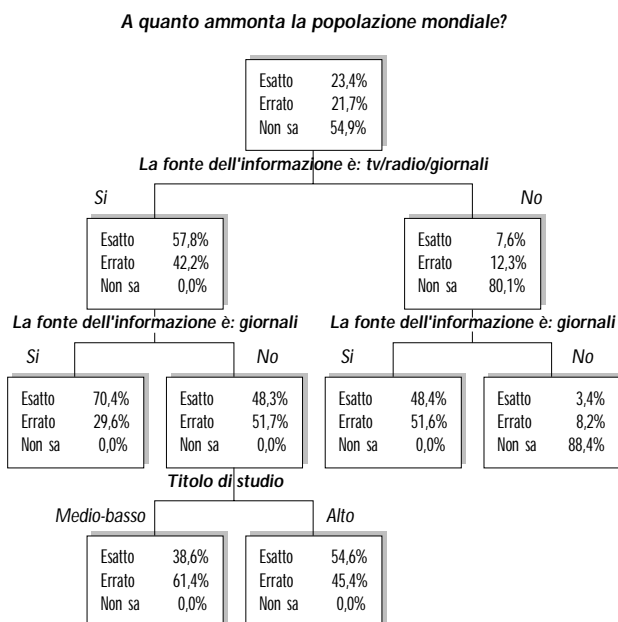
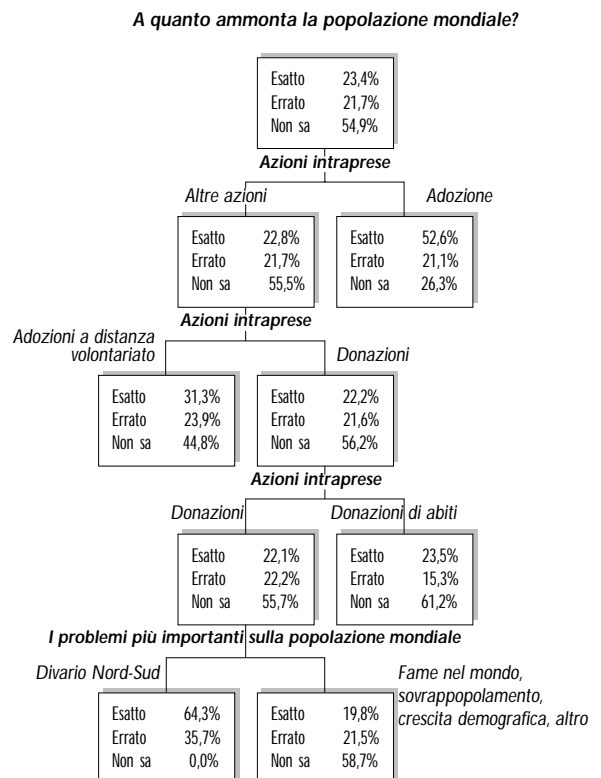


Figura 4.3. Il profilo degli italiani rispetto alla conoscenza della popolazione mondiale dopo il 12 ottobre: relazione tra conoscenza e percezione



Capitolo 5

ANALISI DELLA QUALITÀ DELL'INFORMAZIONE MEDIATICA

di Maura Misiti

5.1 I contenuti della comunicazione

Sulla scorta della positiva esperienza di ricerca già portata avanti dall'Istituto per analizzare le caratteristiche dell'informazione demografica (Misiti, 1999, Misiti e Iezzi, 2000) abbiamo, anche in questo caso, applicato tecniche di analisi testuale sull'insieme degli articoli e dei testi dei telegiornali pubblicati nei giorni immediatamente precedenti o successivi il 12 ottobre. La coincidenza di due appuntamenti (la presentazione alla stampa del rapporto UNFPA sulla popolazione mondiale la conferenza stampa di illustrazione dei risultati della prima tranche della indagine dell'Irp) ha dato luogo ad un'ampia rassegna di articoli di diverse testate sia quotidiane che periodiche, nonché ad una larga copertura dei notiziari televisivi, la cui consistenza ha consentito l'applicazione delle tecniche di analisi testuale.

L'analisi è stata condotta sui testi degli articoli raggruppati in gruppi omogenei (Tabella 5.1). I quotidiani locali sono stati suddivisi in base all'area geografica di appartenenza della sede di pubblicazione. Tutte le categorie di testate entrano attivamente nell'analisi: i periodici femminili constano di un solo articolo, che però presenta un numero di occorrenze¹ prossimo a quello registrato per i quotidiani di destra, con una elevata ricchezza di vocabolario (58%).²

Gli obiettivi conoscitivi di questa parte dello studio sono diversi: dall'individuazione della struttura di fondo dell'approccio alla notizia adottato dalle testate esaminate, all'evidenziazione delle differenze e delle omogeneità di trattamento dell'informazione tra i gruppi di giornali, all'individuazione delle specificità e del linguaggio caratteristico d'ogni gruppo di testate, al confronto con il linguaggio con-

Avvenire

La data fissata per una nascita "storica" diventa l'occasione di una nuova campagna anti-natalista.

E venne il giorno del "6 miliardi"

L'Onu vuole inserire "contraccezione e aborto tra i diritti umani".
(12/10)

Corriere della sera

Nasce un bimbo, in 6 miliardi sulla terra

Il "benvenuto" Onu a Sarajevo. In India un parto ogni due secondi. L'Italia il Paese più vecchio.
(12/10)

Il secolo XIX

L'esplosione demografica mondiale riguarda però i Paesi del terzo mondo. In Italia fra quarant'anni un abitante su tre sarà anziano.

E' nato baby sei miliardi

Scelto simbolicamente un bimbo di Sarajevo.
(12/10)

¹ Per *occorrenza* si intende ogni parola che appare in un testo, per *vocabolario di un corpus* per l'insieme delle parole diverse, per *dimensione del corpus* per il numero totale di occorrenze, per *forma grafica* ogni sequenza continua di caratteri delimitata da due separatori come spazi bianchi o segni di punteggiatura, per *ampiezza del vocabolario* il numero totale di parole diverse, la *ricchezza del vocabolario* misura la varietà linguistica di un testo in quanto rapporto tra il vocabolario e le dimensioni del testo, infine per *lessico* "l'insieme virtuale di segni linguistici" (Bolasco, 1996).

² La soglia di frequenza scelta per l'analisi (consigliata dal software Taltac) è pari a 6. I nomi propri di persona presenti nel testo presentando occorrenze inferiori a tale soglia sono stati automaticamente esclusi dall'analisi, senza dover tagliare brani dal testo.

Il Messaggero

Un bambino che domani nascerà a Sarajevo scelto come simbolo del nuovo traguardo vertiginoso negli ultimi 14 anni, una nascita ogni 4 secondi. Una crescita destinata a generare scenari apocalittici.

6 Miliardi

Baby boom, e la Terra diventa stretta.
(11/10)

L'Unità

In Italia il trend delle nascite non risale ma nei paesi dell'Africa e dell'Asia il boom demografico non accenna ad arrestarsi.

Il popolo del mondo supera i sei miliardi

Nasce oggi il bimbo simbolo dell'evento.
(12/10)

L'Unità

Auguri, Baby sei miliardi. Ne hai bisogno

Per i calcoli Onu la bimba (o bimbo) nasce oggi a Sarajevo.
(12/10)

Il Mattino

Una ricerca del CNR. Martedì saremo in sei miliardi. Ma gli italiani non lo sanno

(10/10)

temporaneo.

Ognuno di questi risultati è stato ottenuto attraverso una specifica tecnica di analisi statistica: l'analisi delle corrispondenze, la cluster analysis, l'analisi delle specificità di forme e frasi del testo attraverso le frequenze ed il confronto con il linguaggio contemporaneo attraverso l'analisi degli scarti standardizzati tra il corpus della rassegna stampa ed il POLIF (una lista di unità lessicali, provenienti da un campione di oltre quattro milioni di occorrenze di linguaggio contemporaneo).

5.2 Il modello della comunicazione

Il modello complessivo della comunicazione si evidenzia nella lettura dell'output dell'analisi delle corrispondenze lessicali effettuata sui testi trattati ed in particolare dall'interpretazione dei primi tre assi fattoriali emersi dall'analisi (41% della varianza spiegata, Figure 5.1, 5.2 e 5.3). Il primo asse, responsabile dell'assorbimento della maggior parte della variabilità (28%), è stato interpretato come espressione dell'*approccio alla notizia*. Sul versante positivo le parole che lo caratterizzano rappresentano l'attualizzazione della notizia in chiave europea o più in generale il 'punto di vista' dei paesi sviluppati: si situano infatti in quest'area del grafico parole che appartengono al lessico demografico tipico di queste realtà: <figlio unico>, <genitori>, <coppia>, <famiglia>, e <mortalità>; associate a parole ed espressioni come <riduzione>, <salute riproduttiva>, <cristiani>, <lavoro>, <economico>, <spendere> e <quinto più povero> che mettono in evidenza le preoccupazioni del primo mondo (inteso in senso lato in quanto sono pure chiamati in causa Stati Uniti e Giappone) poste dalla crescita della popolazione mondiale. Sul versante opposto l'approccio è più giornalistico, vi è spazio per la cronaca della notizia (<baby 6 miliardi>, <12 ottobre>, <ospedale>, <luce>, <terra>, <nato>, <Sarajevo>, <ONU>, <Kofi Annan>), con un taglio giornalistico corredato dall'approfondimento, (caratteristico dei magazine di informazione che infatti ricadono in quest'area del grafico fattoriale), attraverso l'uso di termini del lessico scientifico (<modello>, <previsione>, <incremento>, <crescita demografica>), ma anche di enfattizzazioni tipiche del linguaggio giornalistico come <bomba> e <esplosione demografica>.

Il secondo asse fattoriale rappresenta la *fonte* delle informazioni, il riferimento cioè ai due rapporti di ricerca oggetto delle conferenze stampa che hanno coinciso con la data simbolica del 12 ottobre indicata dall'ONU. Il lato negativo dell'asse rappresenta il riferimento al rapporto UNFPA ed è infatti connotato - oltre che dalla sigla stessa dell'organizzazione - dalla dimensione internazionale, dai paesi in via

Il Mattino

Secondo i calcoli dell'Agenzia dell'Onu
la quota sarà raggiunta martedì.

**Che folla sulla Terra:
siamo sei miliardi**

(10/10)

Corriere Adriatico

Nascerà oggi a Sarajevo.

Presente il segretario Onu Annan.

Ecco "baby" sei miliardi

La situazione in Italia secondo le stime
nel 2040 gli abitanti saranno 41 e uno
su tre sarà "over 60".

(12/10)

Mondo

Ieri notte sarebbe nato

il seimiliardesimo essere umano.

L'annuncio dato già due settimane fa.

La gara dei 6,000,000,000

Alcuni orologi conta persone
erano tarati male.

(13/10)

Il Gazzettino

Eravamo 100 milioni ai tempi di Cristo. Il
primo miliardo l'umanità l'ha raggiunto
nel 1825, il secondo miliardo nel 1920.
Poi lo sviluppo demografico si è fatto più
rapido: 3 miliardi nel '60, 4 nel '77, 5 nel
1989. Fino a quando?

Da oggi sei miliardi sulla Terra

E' la data convenzionale di nascita del
seimiliardesimo abitante della Terra.

Crescono gli squilibri.

(12/10)

di sviluppo, dalle problematiche sottolineate dal rapporto come la <povertà>, la <salute riproduttiva>, <esseri umani, da verbi come <dare>, <fare>, <venire>, da termini come <scelta>, <campagna>, <organizzazioni> <conferenza>, <conseguenze>, che indicano la cifra operativa caratteristica del contenuto del rapporto UNFPA.

Sul versante opposto dell'asse si trovano nette indicazioni all'indagine dell'IRP sulla conoscenza degli italiani delle tendenze della popolazione mondiale, sia come uso di termini 'tecnici' (<risposta>, <sondaggi>, <campione>, <interviste>, <demografia>, <tasso di fertilità>), che come problematiche trattate (<pensioni>, <immigrazione> <assistenza>) connesse alla realtà italiana, che come oggetto di analisi (<popolazione italiana>, <numero abitanti>), un uso di verbi (<consumare>, <spendere>, <ammontare>, <sapere> <non sapere>) che connotano l'accezione più specifica e locale dell'informazione fornita. Non a caso su questo lato dell'asse sono posizionate le agenzie di stampa che hanno privilegiato la dimensione descrittiva più strettamente legata alla realtà italiana, lo stile giornalistico caratteristico è meno interpretativo e più sobrio (raro l'uso di aggettivi e di espressioni enfaticanti).

La terza chiave di lettura, rappresentata appunto dal terzo fattore, esprime la *contrapposizione tra Nord e Sud del mondo* ed i relativi problemi che li caratterizzano, così come sono stati trattati dagli articoli selezionati. Su un lato compaiono in modo esplicito l'<India> e la <Cina>, i due giganti demografici opposti agli <Stati Uniti>. Associate a queste connotazioni geopolitiche troviamo parole che esprimono problematiche connesse alla crescita della popolazione mondiale e tipiche di ciascuna area: <lavoro>, <figlio>, <donna>, <nascita>, <cibo>, <nord> e <sud>, <accesso>, <assistenza>, <guerra>, <tasso di fertilità> per la prima; <spendere>, <consumare>, <dollari>, <riduzione>, <campagna>, <salute riproduttiva>, l'aggettivo <troppo> e quello <povero>.

5.3 Gli approcci alla notizia

La disposizione dei gruppi di testate sui piani fattoriali individuati indica l'esistenza di modelli di approccio alla notizia differenziati almeno per tre tipologie di giornali (periodici, stampa cattolica e agenzie di stampa) che, sul primo piano fattoriale (Figure 5.1, 5.2, 5.3) si distinguono nettamente dagli altri gruppi localizzati invece intorno al baricentro degli assi. Una specifica posizione assumono i quotidiani indipendenti in relazione alla lettura di tipo internazionale data della notizia, rappresentata nell'analisi dal terzo fattore; ulteriori approfondimenti sulle differenze e le convergenze di trattamento del tema tra i gruppi di giornali sono argomentate nell'analisi dei risultati

La Repubblica

Il segretario dell'Onu Kofi Annan a Sarajevo per accogliere il neonato che incarna simbolicamente il superamento del "muro".

La Terra diventa più stretta da domani siamo sei miliardi

Secondo alcuni calcoli il record era già stato raggiunto lo scorso luglio, ma la sostanza del problema non cambia.

Nell'ultimo secolo la popolazione mondiale è più che triplicata. Un boom che rischia di essere fatale.

(11/10)

Il Tempo

Il 12 ottobre scelta dall'Onu data simbolo della fine del boom demografico che dal '60 ha raddoppiato le presenze sul pianeta.

Nato a Sarajevo il "baby sei miliardi"

Tre minuti dopo la mezzanotte un maschietto è venuto alla luce in un ospedale della capitale bosniaca.

(12/10)

La Stampa

Preso come simbolo, con lui salirà il numero della popolazione mondiale.

E' di Sarajevo il "baby sei miliardi"

Nascerà domani, ad accoglierlo Kofi Annan.

(11/10)

Linea

La popolazione del pianeta è arrivata a quota sei miliardi.

Oramai la demografia cresce soltanto nel Terzo Mondo

(12/10)

della analisi di classificazione più avanti.

L'analisi fattoriale contribuisce ad individuare il modello di senso, la struttura latente del linguaggio della stampa sullo specifico evento demografico; in prima sintesi possiamo affermare che le tematiche selezionate dai giornalisti - quindi le informazioni ed i messaggi trasmessi ai lettori - sono nel complesso complete e corrette, in quanto colgono sia la dimensione globale, internazionale del tema principale, che le sue connessioni con la dimensione locale, ma in senso lato, senza forzature provincialistiche, assumendo una visione sovranazionale, europea o di lettura economico-culturale come quella del mondo occidentale contrapposto al Sud. Vi è anche uno sforzo di collegare alla cronaca dell'evento le problematiche conseguenti, alla scala geografica, sociale ed economica individuata.

Inoltre l'uso limitato di enfattizzazioni attraverso aggettivi o espressioni emotive - caratteristica peraltro spesso riscontrata nel linguaggio giornalistico - fa sì che l'informazione nel suo complesso non induca ad un approccio stereotipato o superficiale. Infine la presenza di numerosi termini 'tecnici' fa pensare ad un positivo allargamento del lessico nella direzione di un inglobamento ed una diffusione di espressioni di uso scientifico, meno suscettibili di fraintendimenti e distorsioni.

Poiché l'informazione raccolta proviene da fonti giornalistiche diverse ci è sembrato importante analizzare l'approccio ed il trattamento dell'informazione da parte dei gruppi di testate (aggregati in base ai criteri su esposti di tipologia ed ispirazione culturale o politica), al fine di valutare se sussistono differenze, bias o chiavi interpretative che utilizzino temi, problematiche o notizie in modo differenziato, o usino un linguaggio specifico e caratteristico. Con questi obiettivi abbiamo applicato due tecniche dell'analisi testuale che supportano questo tipo di analisi, l'analisi del linguaggio caratteristico e l'analisi classificatoria, il cui uso congiunto ci ha consentito di osservare le differenze e valutare l'aggregazione utilizzata a priori.

Il primo tipo di applicazione fa riferimento alla frequenza d'uso delle parole all'interno di ciascun gruppo di giornali, caratteristiche sono considerate non solo quelle sovrautilizzate (rispetto all'insieme del vocabolario del corpus) ma anche quelle sottoutilizzate. Da queste analisi emerge un'elevata differenziazione di approccio ed una forte connotazione di specificità di trattamento del tema, di volta in volta rivolta al target particolare di ogni gruppo di giornali, e coerente nel complesso con la tipologia attesa delle aggregazioni. Vedremo ancora che la cluster analysis applicata sui risultati dell'analisi fattoriale convalida i raggruppamenti e conferma le differenze.

Come abbiamo già visto le **agenzie di stampa** centrano i loro comunicati soprattutto sulla trasmissione della cronaca circostanziata

Io Donna

Ma quanti siamo sulla Terra?

Il 12 ottobre raggiungeremo i sei miliardi di abitanti. Così dice l'Onu. Ma c'è chi conta 700 milioni di persone in più. Il vero problema, però, è il ritmo di crescita nei prossimi anni.

(9/10)

Il Giornale

In sei miliardi su una Terra sola

Domani la popolazione del pianeta toccherà la quota di seimila milioni. Il neonato del record sarà asiatico o africano. E tra 60 anni saremo 9 miliardi. Crescita demografica nel Terzo mondo. In Europa, Usa e Giappone gli abitanti invece caleranno.

(11/10)

Il Mattino di Padova

E' nato il baby numero "6 miliardi"

In 13 anni gli abitanti della Terra sono aumentati di mille milioni.

(12/10)

Il Mattino di Padova

Da oggi siamo 6,000,000,000

Soltanto 13 anni fa eravamo un miliardo in meno.

(12/10)

La Gazzetta del Mezzogiorno

Nel 1960 eravamo 3 miliardi, nel 1987 abbiamo toccato i 5 miliardi. Gli italiani sono in leggera diminuzione.

Sei miliardi al mondo: troppi o no?

E per la prima volta dall'88 cala la popolazione pugliese.

(13/10)

dell'evento, privilegiando la dimensione locale, nazionale in questo caso; le parole più usate sono quindi di tipo descrittivo e legate all'indagine dell'IRP (<Irp>, <sapere>, <intervistato>, <italiani>, <domani>), mentre meno degli altri gruppi sono <figlio> e <bambino>, più specificamente legate alla scala globale della nascita dei 6miliardesi abitanti della terra. Molto specifici sono i termini che emergono dai **giornali e magazine di ispirazione cattolica**, qui il legame con il lessico caratteristico (<cristiani>, <campagna ecclesiale>) è immediato, ma anche emerge la connessione con tematiche oggetto di grande interesse da parte del mondo cattolico come il problema del debito dei paesi del terzo mondo o il tema della contraccezione, corollario della lettura cattolica dei problemi di crescita demografica. La dimensione della comunicazione mediatica rappresentata dalla simbolica visita di <Kofi Annan> a <Sarajevo> - ripresa dalla maggioranza dei media - non è invece altrettanto adottata da questo gruppo di giornali, che sottoutilizza anche i riferimenti ai macro aggregati come <popolazione>, <terra>, <abitanti>, <città>. L'approccio dei **giornali politici di sinistra** privilegia l'uso di termini più 'leggeri' come <mister> o <miss> <6 miliardi> sintomatici di una impostazione originale e accattivante, ma meno approfondita o problematica, anche se tra le parole caratteristiche troviamo <tasso di fertilità> e <assistenza>. Interessante è il taglio che emerge dai **giornali di centro**, l'accento è posto sulla lettura in chiave economica e storica dell'evento; la citazione di <Malthus> accompagnata da <teorie> ne è il segno, coerentemente appaiono i termini <sovrappopolazione> e <politica di controllo>, mentre l'elemento valutativo-emotivo è dato dall'uso di <disastro>. Di conseguenza prevalendo l'aspetto interpretativo, meno trattato risulta quello cronachistico, sicché parole legate alla descrizione del tema come <6miliardi>, <bambino>, <UNFPA> e <italiani> risultano meno utilizzate che altrove. I **quotidiani di destra** sembrano sottolineare la dimensione nazionale dell'evento, considerando che le parole più utilizzate sono <Italiani> e <realtà italiana>, mentre <mondo>, <Sarajevo> e <bambino> sono più rare.

Per quanto riguarda il gruppo dei **quotidiani indipendenti** nazionali di maggiore diffusione, la chiave di lettura adottata punta al cuore del problema nella sua dimensione globale, la connessione tra la crescita demografica e le problematiche politiche di equilibrio internazionale sono rese dall'uso più frequente rispetto agli altri gruppi della parola <figlio>, qualificata dagli aggettivi <indiano> e <cinese>, dal riferimento alla <guerra>, e dall'uso dell'aggettivo <fatale>, che riveste di drammaticità narrativa l'evento.

L'attenzione dei **periodici femminili** è concentrata sul tema della <fecondità>, sul problema della crescita demografica e delle <proiezioni>, sul confronto tra l'Italia con le sue caratteristiche di 'eccentrici-

**La Nazione,
Il Resto del Carlino,
Il Giorno**

Il segretario dell'Onu festeggia oggi la nascita-simbolo nella città martire della Bosnia. Cifra esatta? La parola ai demografi Golini e Chaunu.

**Un bebè a Sarajevo,
e siamo sei miliardi**

(12/10)

L'Umanità

Varchiamo oggi un traguardo che pone una serie di interrogativi.

**Siamo dei miliardi
ma siamo in troppi?**

(12/10)

L'Umanità

**Da oggi la terra è un po' affollata.
Sei miliardi di abitanti**

Oggi la nascita del neonato simbolo che avrà la cittadinanza della città martire di Sarajevo.

(12/10)

Giornale di Sicilia

**Con un parto domani a Sarajevo la
popolazione arriva a sei miliardi**

(11/10)

La Repubblica

Gli esperti confermano: "Gravidanze in aumento". I sociologi spiegano: "Così si placano inconsciamente le ansie per il futuro".

**Il Duemila fa un po' paura? Quasi
quasi faccio un figlio**

13/10

cità' demografica e gli altri paesi del sud del mondo con i problemi di <rapida> <crescita> e <sovrapopolazione>.

I **periodici di informazione** presentano, come già notato nell'esame degli assi fattoriali, un approccio al tema di ampio spettro, in cui trovano spazio sia gli aspetti descrittivi dell'evento che elementi di approfondimento trattati anche attraverso l'uso di termini mutuati dal linguaggio tecnico scientifico (<dinamica demografica>, <tasso di natalità>), questa caratteristica senz'altro interessante, è anche dovuta alla tipicità della pubblicazione, connotata da un diverso approccio alla notizia, meno legato alla sua attualità e più suscettibile all'approfondimento. Il taglio utilizzato dai **quotidiani locali** dà ampio risalto alla cronaca dell'evento mediatico 'costruito' dall'ONU, tra le parole più frequenti troviamo infatti tutti i termini che descrivono la visita di <Kofi Annan> all'<ospedale> di <Sarajevo>, il <parto> avvenuto a <mezzanotte>, mentre più marginali sono gli aspetti 'problematici' della notizia, comprese le connessioni con la realtà italiana; in breve esprimono un approccio più descrittivo che interpretativo. In questo approccio tuttavia notiamo che i giornali del nord tendono a sottolineare la relazione tra la <crescita> <demografica> ed eventi drammatici come <guerre> ed <epidemie>. I tre gruppi di quotidiani locali mostrano una forte omogeneità di comportamento emergente da una stabile posizione rispetto alle tre proiezioni fattoriali, a dimostrazione di un approccio affine a prescindere dall'area geografica cui appartengono.

I **telegiornali**, per loro natura, hanno un approccio sintetico alla notizia, prettamente descrittivo dell'evento: è <nato> <simbolicamente> all' <ospedale> di <Sarajevo> il <baby> <6 miliardi>, alla <mezzanotte>.

Le parole sottoutilizzate, i temi 'mancanti' nei telegiornali, sono relativi dunque all'interpretazione delle implicazioni economiche e sociali dell'evento <acqua>, <sviluppo>, <umanità>, <fecondità>, <invecchiamento>, per il contesto nazionale (<Italia>) e <mondiale>.

I risultati dell'applicazione della cluster analysis forniscono indicazioni coerenti con le analisi finora esaminate nel senso che confermano la specificità di trattamento della notizia da parte di alcuni gruppi di giornali ed al tempo stesso rivelano la convergenza di altri nella scelta degli argomenti e delle parole per descriverli. Per tre dei cinque cluster selezionati si verifica una corrispondenza molto stretta con altrettanti insiemi di giornali: tra le agenzie di stampa ed il gruppo 2, tra i telegiornali e il Cluster 4, tra i quotidiani locali del nord, del centro e del sud e il Cluster 5 (Figure 5.4, 5.5, 5.6). Abbiamo già visto come ognuno di questi si è distinto per l'originalità di linguaggio, per la scelta di un tema peculiare, per la fonte di riferimento

Avvenire

*Sondaggio dell'Irp: occorre favorire
istruzione e sviluppo.*

**Per nove italiani su dieci "si deve
investire nel Sud**

(12/10)

Corriere della sera

**Nasce un bimbo,
in 6 miliardi sulla terra**

*L'Onu festeggerà a Sarajevo.
In India un parto ogni due secondi.
L'Italia il Paese più vecchio.*

(12/10)

Corriere della sera

**"Vittoria dell'umanità. Nel divario
Nord-Sud il rischio catastrofe"**

*Antonio Golini: l'obiettivo è la crescita
zero, ma attenzione alle misure troppo
drastiche.*

(12/10)

adottata, e dunque per una posizione molto chiara sui grafici fattoriali, cioè in corrispondenza dei tre assi fattoriali individuati.

5.5 Confronto con il linguaggio contemporaneo

Il vocabolario dei termini usati negli articoli è stato confrontato con il POLIF³, per individuare, dal confronto dell'uso delle forme comuni alle due liste, le 'parole chiave' del corpus degli articoli, ovvero le parole che in essi vengono utilizzate in maniera specifica e rara, ovvero più o meno frequentemente rispetto al linguaggio di riferimento.

Il confronto tra i vocabolari è stato effettuato mediante lo scarto tra l'uso normalizzato per 1.000.000 di occorrenze delle stesse parole nei due corpus; lo scarto standardizzato misura la specificità di una parola, basandosi sulla differenza relativa tra le frequenze normalizzate delle parole nei due corpus; grazie a questo scarto è possibile selezionare le forme con i maggiori scarti d'uso in valore assoluto. Il valore positivo dello scarto indica sovrautilizzo del termine negli articoli rispetto al linguaggio di riferimento, il valore negativo il sottoutilizzo: il forte uso di una parola in un corpus ne indica quindi una peculiarità di contenuto, mentre il basso uso ne indica la rarità.

L'analisi è stata operata sulle singole forme grafiche, dal momento che la lista del POLIF è disponibile in tale modalità. Nel caso in cui una forma è risultata presente nella lista delle forme comuni ai due vocabolari in tutte le flessioni con le quali è presente nel corpus degli articoli, per essa è stato calcolato lo scarto uso normalizzato della forma lemmatizzata. Tali forme sono indicate nelle tabelle con il simbolo #.

I termini specifici, sovrautilizzati rispetto al linguaggio contemporaneo, risultano essere relativi all'oggetto degli articoli: con il valore più elevato dello scarto uso normalizzato emerge l'aggettivo <demografico>, considerato in tutte le sue flessioni.

Con valori elevati dell'indice si trovano, a seguire, i termini del linguaggio 'tecnico' della demografia: <natalità>, <fertilità>, <invecchiamento>, <mortalità> e <fecondità>, i termini che rimandano alle problematiche poste dalla crescita demografica: <epidemie>, <cibo>, <acqua>, <infettive>, <contraccezione>, <malattie>, <futuro>.

L'approccio giornalistico, di cronaca, rilevato nelle precedenti analisi, è in questa fase rappresentato dall'uso, peculiare rispetto al linguaggio contemporaneo, dei termini descrittivi dell'evento oggetto di

³ Il POLIF consiste in una lista di unità lessicali, provenienti da un campione di oltre 4 milioni di occorrenze di linguaggio contemporaneo (Bolasco S., Morrone A. (1998), La construction d'un lexique fondamental de polyformes selon leur usage, in S. Mellet (ed.), JADT 1998, Université Sophie Antipolis de Nice. pp. 155-66)

Il Venerdì di Repubblica

Mentre nel mondo si festeggia l'arrivo del bambino "sei miliardi", in Italia si fanno sempre meno figli. Non è calato il desiderio di diventare genitori, ma sono aumentate le difficoltà pratiche ed economiche. Il confronto con gli altri Paesi europei ci mette all'ultimo posto per numero di nascite e sostegno alle coppie.

Progetto figlio

(15/10)

interesse: <Onu>, <baby>, <miss> e <mister>, <simbolico>, <benvenuto>, <mezzanotte>, <evento>, <ospedale>.

Parole chiave sono anche i termini relativi ai rapporti di ricerca presentati dall'UNFPA e dall'IRP: <demografia>, <intervistato>, <sondaggio>, <dati>, <campione>, e quelli specifici del lessico scientifico: <crescita>, <incremento>.

I termini sottoutilizzati, rari negli articoli rispetto al POLIF, sono <lavoro>, <casa>, <società>, <scuola>, <chiesa>, alcuni dei principali cardini intorno ai quali ruota l'organizzazione della vita occidentale, <governo>, <politica>, <società>, che non vengono inseriti nel contesto del discorso relativo alla crescita demografica mondiale.

Tabella 5.1 Numero di articoli, occorrenze e forme grafiche nei gruppi di testate

Fonti	Numero di articoli	Occorrenze	/1000 sul totale	Forme grafiche	Ricchezza del vocabolario
Quotidiani indipendenti	8	4195	119,8	1619	38,6
Quotidiani locali (nord)	7	3432	98,0	1164	33,9
Quotidiani locali (centro)	8	3845	109,8	1236	32,1
Quotidiani locali (sud)	8	3903	111,4	1292	33,1
Quotidiani di sinistra	3	1527	43,6	669	43,8
Quotidiani di centro	5	2907	83,0	1223	42,1
Quotidiani di destra	2	824	23,5	446	54,1
Quotidiani di ispirazione cattolica	7	6838	195,2	2346	34,3
Magazines femminili	1	609	17,4	353	58,0
Periodici di informazione	4	3160	90,2	1288	40,8
Agenzie stampa	5	2425	69,2	954	39,3
Telegiornali	7	1360	38,8	625	46,0
TOTALE	65	35025	1000,0	6064	17,3

Figura 5.1. Piano fattoriale : Le fonti e l'approccio alla notizia

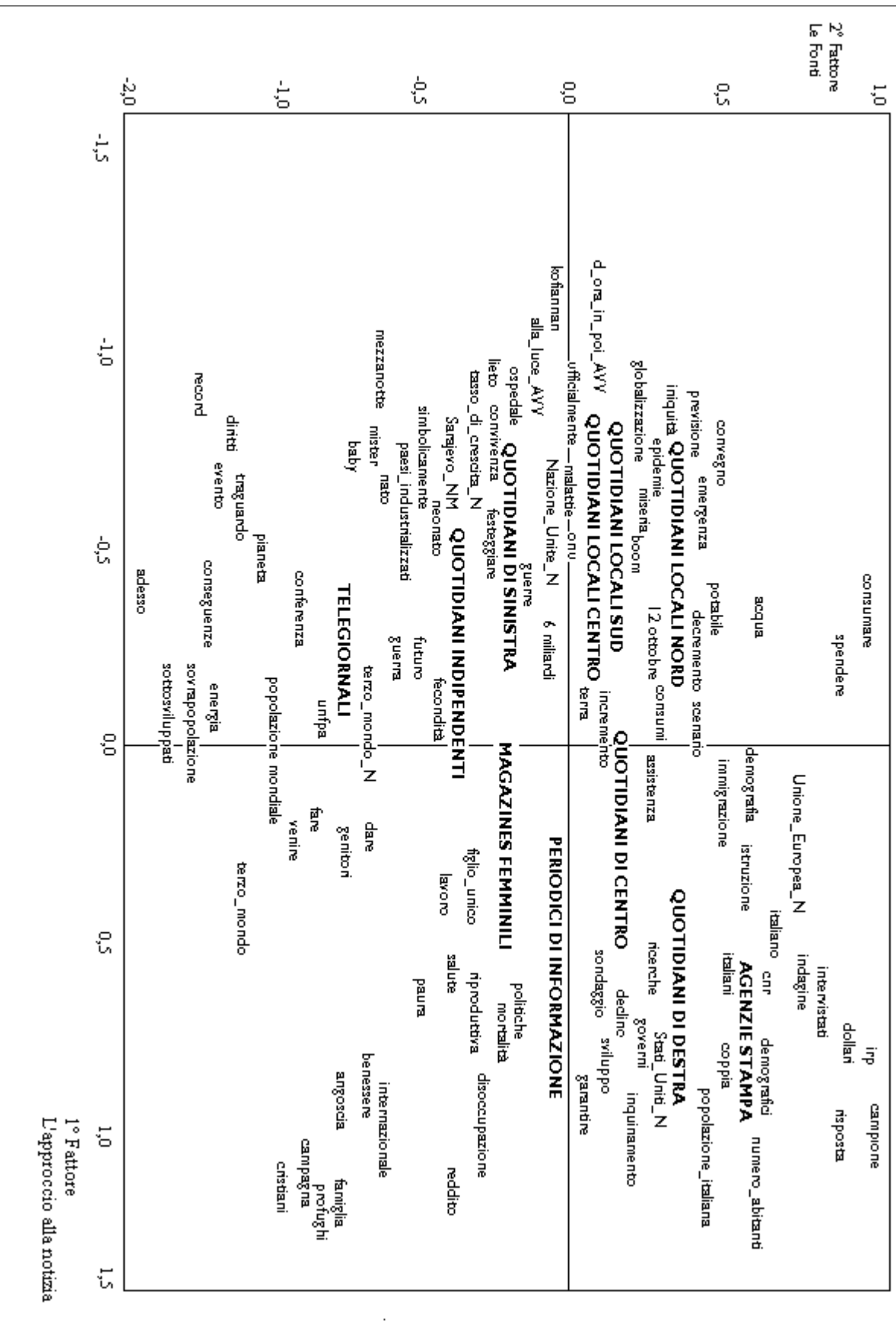


Figura 5.2. Piano fattoriale : Il divario nord/sud e l'approccio alla notizia

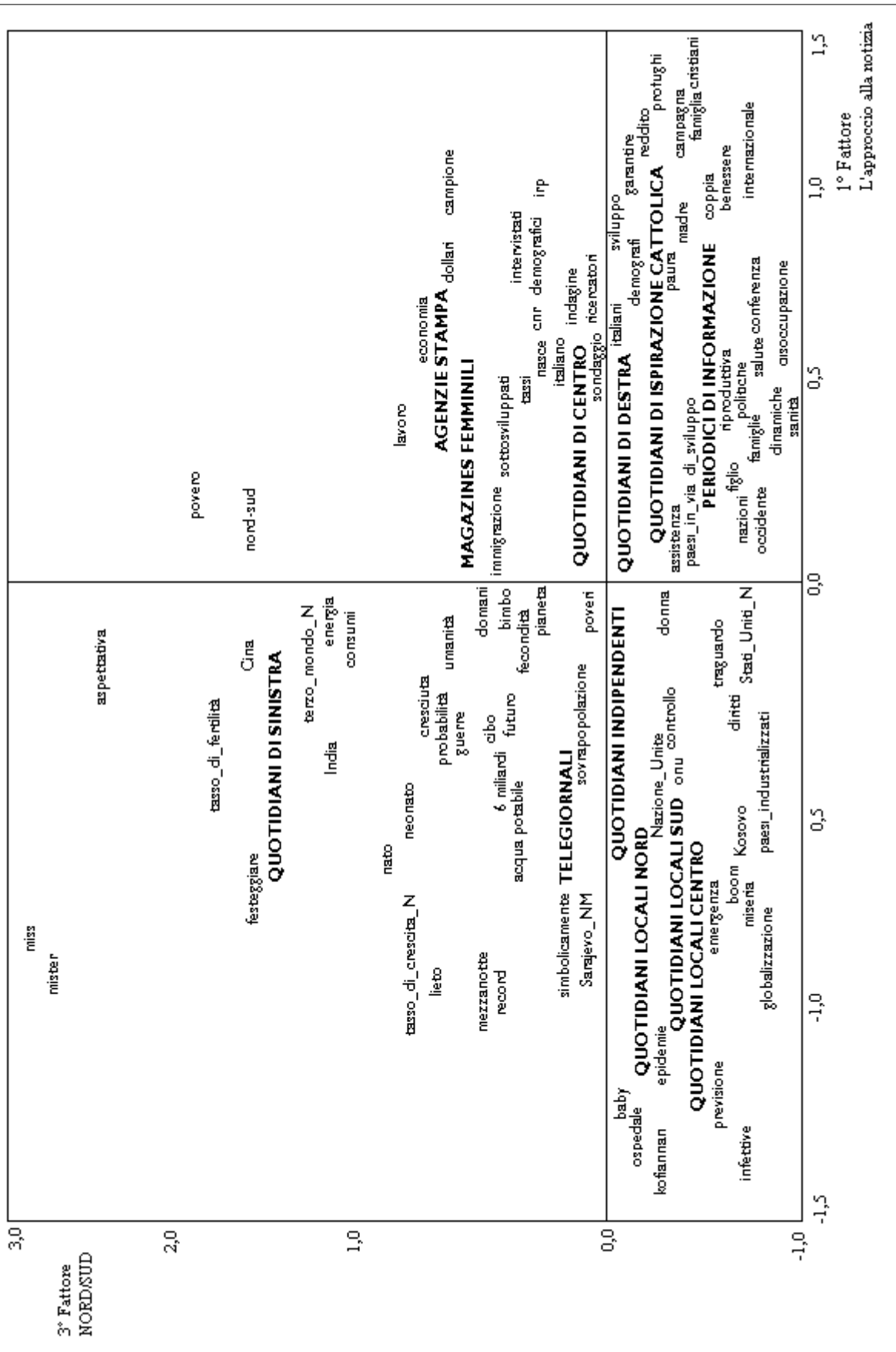
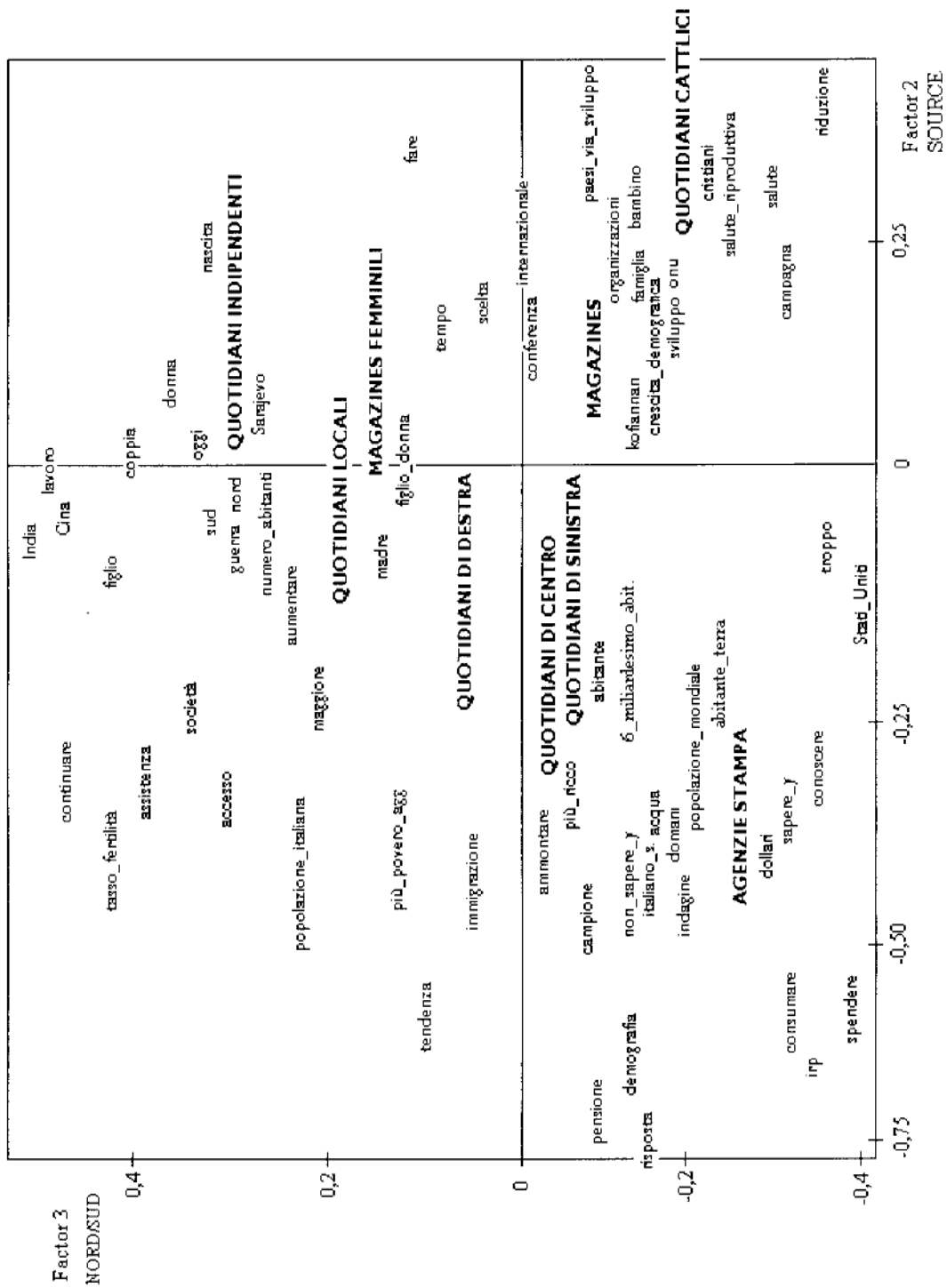


Figura 5.3. Piano fattoriale : Il divario nord/sud e le fonti



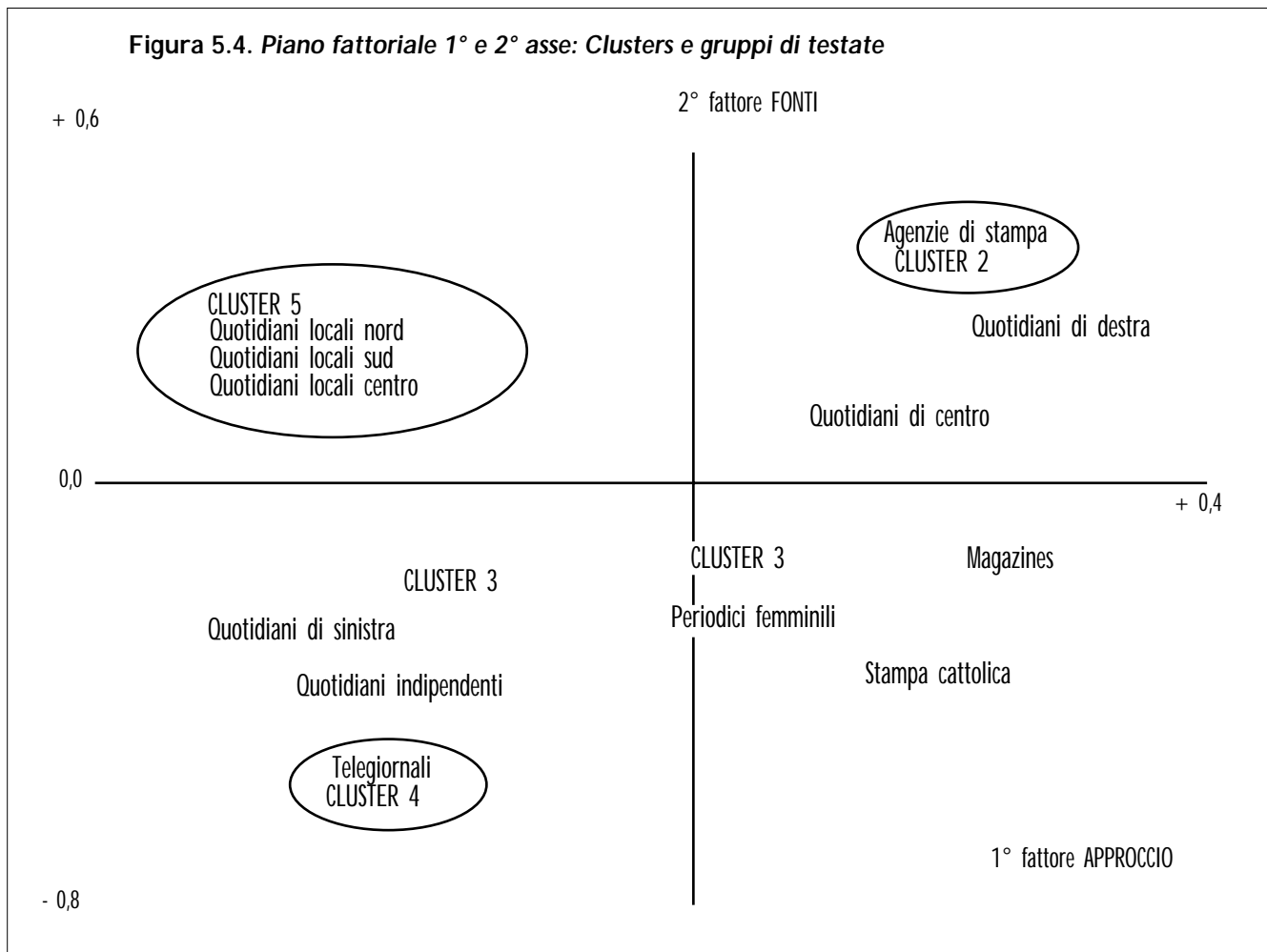
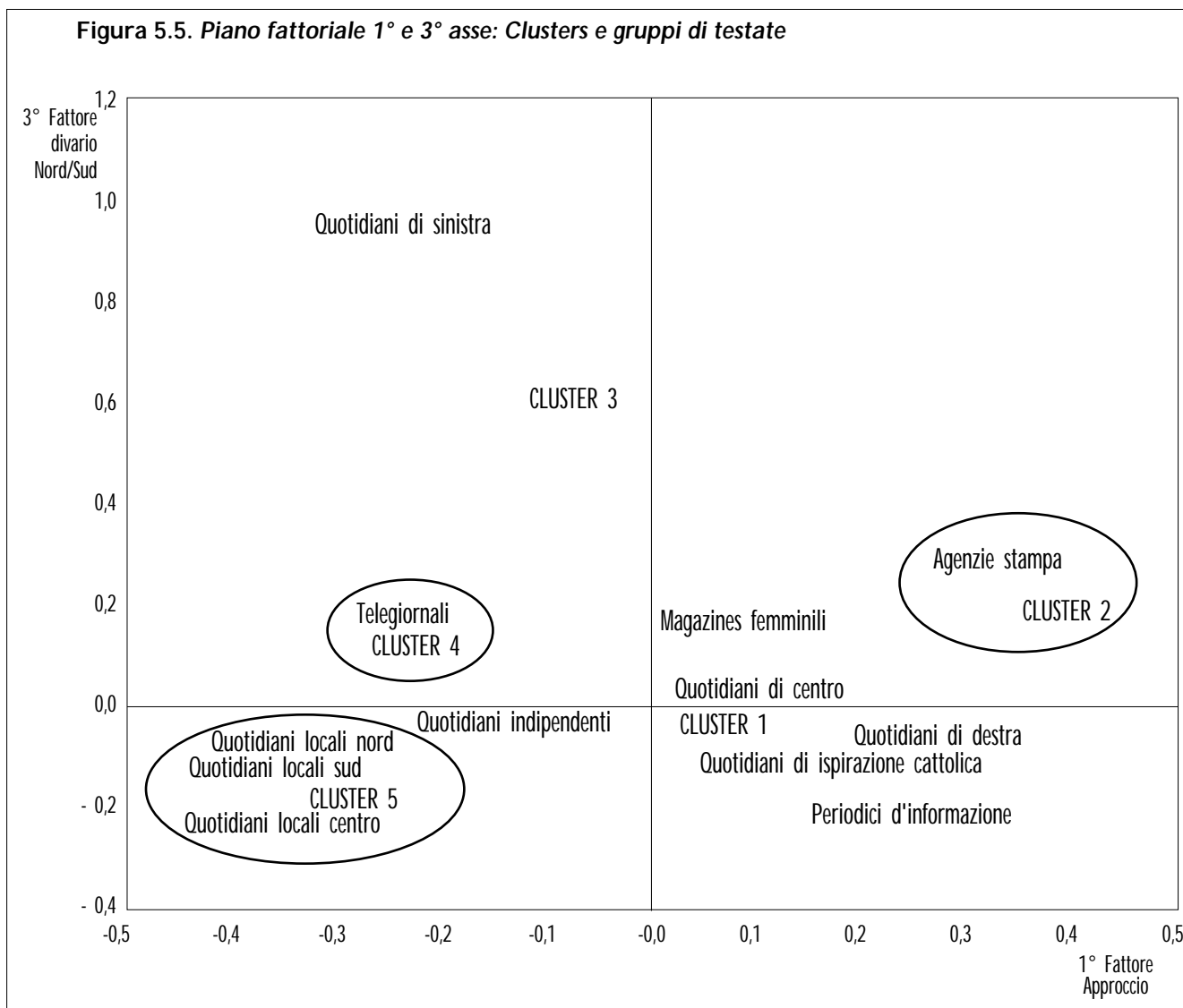
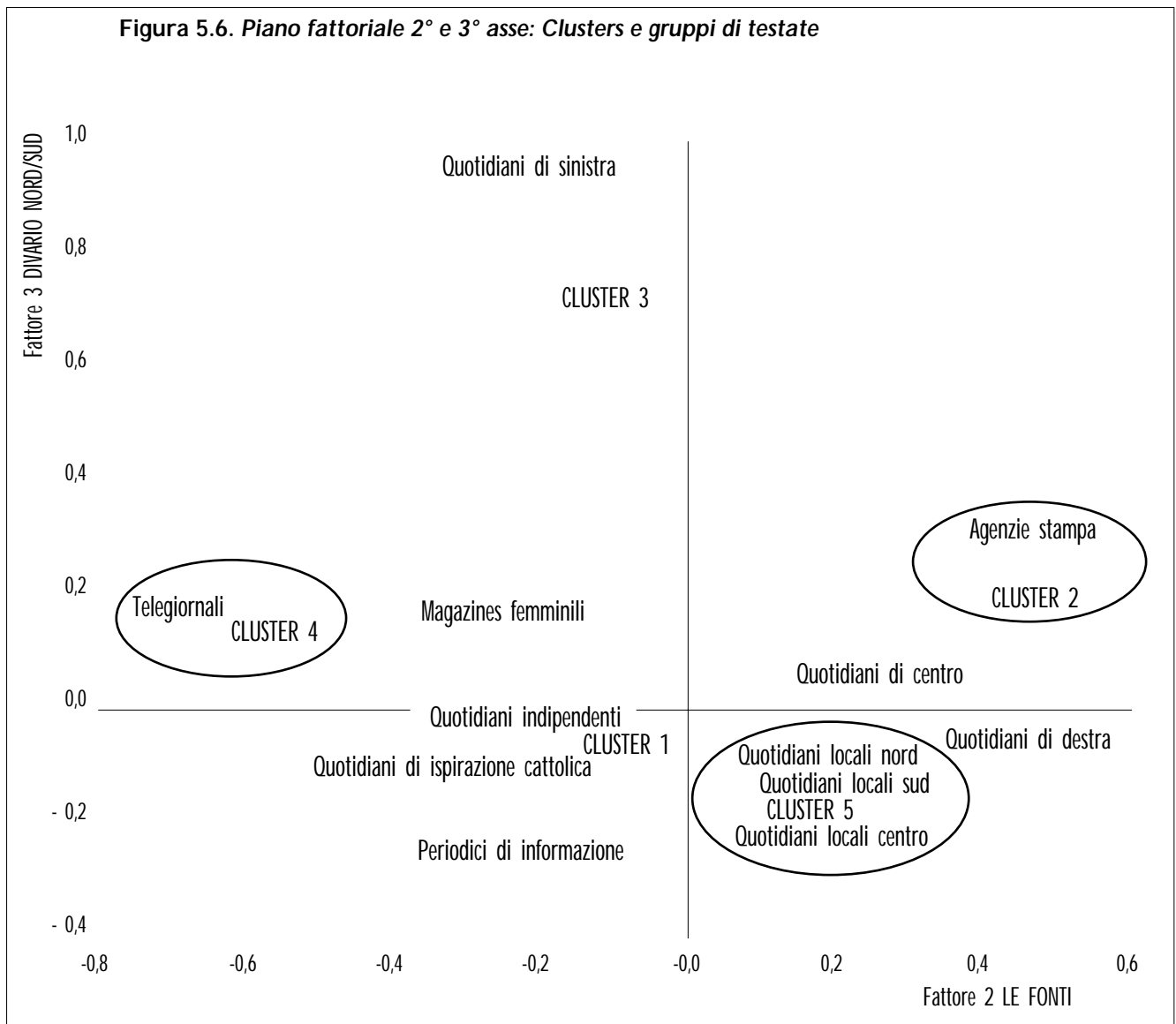


Figura 5.5. Piano fattoriale 1° e 3° asse: Clusters e gruppi di testate





Capitolo 6

CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

di Maura Misiti

E' chiaro che i mass media hanno un'enorme importanza culturale, e tra tutti, la televisione che è il medium più diffuso e popolare, in grado di offrire una diversificazione ed una diversità al momento irraggiungibile dai media a stampa e dagli altri mezzi. Il modo in cui i mass media interpretano il mondo modella la nostra esistenza e la nostra partecipazione all'interno della società. Usando una felice definizione possiamo dire con Moores che la televisione può essere considerata "the site of convergence that joins the private world of the home with the larger public worlds beyond the front door" (Moores, 1993).

A questa grande e crescente importanza si accompagna, come abbiamo visto, un'altrettanto crescente difficoltà di individuazione degli effetti sui comportamenti, le opinioni ed il sistema dei valori così come di definizione delle "audience". Infatti non si tratta solo di considerare e analizzare le caratteristiche in mutazione dei consumatori di media in un settore in perenne evoluzione, ma anche di tenere in conto l'aspetto globale del sistema di comunicazione includendo per esempio le implicazioni della *occidentalizzazione* sulla cultura ed i comportamenti delle popolazioni non occidentali¹.

Considerando questi problemi dall'angolo visuale dello studioso di

¹ Benché si parli molto della progressiva "globalizzazione" della comunicazione, vistose differenze esistono ancora tra paesi occidentali e PVS, lo suggeriscono le divergenze tra i risultati delle esperienze osservate nei PVS (Westoff e Faria) che indicano sostanziali relazioni "lineari" tra esposizione ai media e comportamenti riproduttivi, contrapposte alla complessità riscontrata nelle audience occidentali nelle modalità di ricezione, metabolizzazione ed elaborazione dei messaggi e delle informazioni diffuse dai media. Indubbiamente alla radice di queste differenze vi sono le differenze sostanziali nella struttura e nelle tecnologie dei sistemi di comunicazione, e quelle relative alla cultura ed in particolare ai differenziali educativi. Queste differenze implicano produzioni e ricezioni dei media, diversi rispetto alla "evoluita" esperienza di consumo occidentale. Ma è da presumere che molto più velocemente di quanto sia avvenuto nelle società occidentali, la funzione pedagogica dei media più diffusi, tenda ad evolvere verso sistemi più commerciali e meno aperti a prodotti di tipo educativo, innescando quindi i meccanismi che osserviamo nei nostri sistemi di comunicazione. In realtà processi di appropriazione ed personalizzazione dei messaggi ricevuti dai media sono già osservati nel "Fourth World", reazioni complesse e articolate, la cui interpretazione va oltre la lettura del processo di 'colonizzazione' da parte della cultura occidentale, per arrivare, attraverso un'attiva partecipazione, alla ridefinizione di una identità culturale (S. Pack, 2000, Reception, Identity, and the Global Village: Television in the Fourth World. M/C: A Journal of Media and Culture 3 (1). www.uq.edu.au/mc/0003/fourth/html).

popolazione vi sono diversi elementi di interesse, che vanno dall'influenza che i media possono avere sui comportamenti connessi alla sfera familiare, all'utilizzazione dei media per veicolare valori, messaggi e conoscenze, in una parola per divulgare 'politiche' inerenti la popolazione.

Questo implica una distinzione di approccio e di studio modellata rispetto alle esigenze conoscitive. Per quanto riguarda il primo tipo di problemi sembra indubbio che gli studiosi di popolazione debbano allargare la visuale teorica e la strumentazione analitica interagendo con gli studi e le discipline che affrontano i temi della comunicazione e dei suoi effetti. Se invece l'obiettivo è quello di utilizzare i media per specifiche istanze di comunicazione è importante capire e approfondire i meccanismi propri dei diversi medium, dallo studio dei fruitori/consumatori, all'analisi dei contenuti (i testi) e del linguaggio, per trarre indicazioni sulle modalità di ricezione e l'impatto delle comunicazioni. L'esperienza dell'IRP ed il percorso che abbiamo seguito nella presentazione del caso di studio sull'Italia e l'indagine sul sei milionesimo abitante della terra, va appunto in questa direzione.

Come abbiamo visto ai media è delegata in gran parte la missione di divulgare notizie relative ai problemi di popolazione, ma il supporto degli addetti ai lavori, che possono tentare di veicolare questa informazione perché arrivi con maggior dettaglio e correttezza possibile, è indispensabile, soprattutto in considerazione del fatto che la cultura di base acquisita dalle scuole fino ad ora non determina la giusta sensibilità verso questi temi. I fronti su cui intervenire sono due: da una parte occorre sensibilizzare gli operatori della comunicazione a dare il giusto risalto a queste notizie in modo che raggiungano anche strati di popolazione poco ricettivi, dall'altra occorre intervenire alle radici della cultura, introducendo questi temi anche nell'istruzione di base.

ISTITUTO DI RICERCHE SULLA POPOLAZIONE
1° SONDAGGIO "CONOSCENZA POPOLAZIONE MONDIALE"
Questionario e percentuali di risposta

1. Secondo Lei, negli ultimi 50 anni la popolazione mondiale è aumentata, diminuita o rimasta costante?

- Aumentata78
- Rimasta costante8
- Diminuita13
- Non sa/non ricorda 1

1a. Secondo Lei , oggi, la popolazione mondiale è più del doppio di quella di 50 anni fa o meno del doppio di quella di 50 anni fa?

- Più del doppio di 50 anni fa45
- Meno del doppio di 50 anni fa50
- Non sa/non ricorda 5

2. E sempre secondo Lei, nei prossimi 50 anni la popolazione mondiale aumenterà, diminuirà o rimarrà costante?

- Aumenterà49
- Rimarrà costante20
- Diminuirà26
- Non sa/non ricorda 5
- Non vuole rispondere0

2a. Quale sarà l'aumento della popolazione italiana nei prossimi 50 anni?
In altre parole, la popolazione mondiale tra 50 anni sarà più del doppio di quella attuale o meno del doppio di quella attuale?

- Più del doppio dell'attuale23
- Meno del doppio dell'attuale72
- Non sa/non ricorda 5

2b. A Suo giudizio , ogni anno qual e' l'aumento della popolazione mondiale?
Di quanti abitanti cresce la popolazione mondiale ogni anno?

• Da 1 a 50 milioni	.19
• Da 51 a 100 milioni	.9
• Da 101 a 200 milioni	.4
• Da 201 a 300 milioni	.2
• Da 301 a 500 milioni	.6
• Da 501 a 1000 milioni	.2
• Da 1001 a 2000 milioni	.2
• Oltre 2000 milioni	.1
• Non sa/non ricorda	.55

3. Per quanto di Sua conoscenza o anche solo per sentito dire, a quanto ammonta oggi la popolazione mondiale? Complessivamente, quanti sono gli abitanti della Terra?

• Fino a 1,5 miliardi di persone	.3
• 1,6 – 2,5 miliardi	.2
• 2,6 – 3,5 miliardi	.3
• 3,6 – 4,5 miliardi	.3
• 4,6 – 5,5 miliardi	.9
• 5,6 – 5,9 miliardi	.3
• 6,0 miliardi	.11
• 6,1 – 6,5 miliardi	.1
• 6,6 – 7,5 miliardi	.2
• 7,6 – 8,5 miliardi	.2
• 8,6 – 9,5 miliardi	.1
• 9,6 – 10,5 miliardi	.2
• oltre 10,5 miliardi	.3
• non sa /non ricorda	.55

3a. E' possibile comunque avere una Sua opinione: secondo Lei, oggi, la popolazione mondiale è composta da 2, 6, 10 o 25 miliardi di individui?

• 2 miliardi di persone	.2
• 6 miliardi di persone	.16
• 10 miliardi di persone	.32
• 25 miliardi di persone	.32
• Non sa / Non risponde	.18

4. Tra i 5 continenti del mondo (Europa, Asia, Africa, Oceania, America) qual è secondo Lei il più popoloso?

• Europa	.5
• Asia	.59
• Africa	.13
• Oceania (Australia)	1
• America del Sud	.10
• America del Nord	8
• Non sa / non risponde	4

5. Come Lei sa, si possono classificare i paesi del mondo secondo il numero di abitanti. Per quanto di Sua conoscenza, qual è attualmente il paese (stato/nazione) più popoloso del mondo?

• Brasile	.1
• Cina	.54
• Germania	.1
• Giappone	.3
• India	.8
• U.S.A.	.9
• Altro paese dell'Asia	.1
• Altro paese dell'Africa	.3
• Altro paese dell'America	.2
• Altro Paese dell'Europa	.2
• Non sa / non risponde	.16

5a. E invece quale è il secondo paese nel mondo per numero di abitanti?

• Argentina	.1
• Brasile	.3
• Cina	.10
• Germania	.1
• Giappone	.10
• India	.25
• Messico	.1
• Russia	.5
• U.S.A.	.13
• Altro paese dell'Asia	.2
• Altro paese dell'Africa	.5
• Altro paese dell'America	.4
• Altro Paese dell'Europa	.3
• Non sa / non risponde	.17

6. Tra i seguenti continenti – Europa, Asia, Africa, America latina – qual è, secondo Lei, il continente dove le donne hanno più figli o, in altre parole, dove il tasso di natalità è più alto?

- Europa 3
- Asia29
- Africa51
- America latina (Sud America)12
- America del Nord 2
- Non sa / non risponde 3

7. E sempre tra Europa, Asia, Africa, America latina – qual è, secondo Lei, il continente dove la vita media è più bassa ossia, dove si vive meno a lungo?

- Europa7
- Asia13
- Africa66
- America latina (Sud America) 4
- America del Nord 3
- Non sa /non risponde 7

8. Nel mondo, l'evoluzione della popolazione dei paesi poveri è molto diversa da quella dei paesi ricchi. I Paesi ricchi sono caratterizzati da una crescita della popolazione contenuta, mentre i paesi poveri sono contraddistinti da una forte crescita della popolazione. Alla luce di questa forti differenziazioni, Lei pensa che i governi dei paesi più ricchi e più sviluppati dovrebbero:

- Favorire le nascite nei paesi ricchi,21
- Favorire le migrazioni dai paesi poveri verso i paesi ricchi24
- Entrambi gli interventi10
- Nessuno dei due interventi26
- Altri tipi di intervento17
- Non sa / Non risponde 2

9. Come Lei saprà, i paesi poveri e meno sviluppati sono caratterizzati da una forte crescita della loro popolazione. Lei pensa che i governi di questi paesi dovrebbero: frenare questa crescita favorendo l'istruzione e lo sviluppo oppure lasciare le cose così come stanno senza intervenire oppure dovrebbero tentare di rallentare la crescita della popolazione attraverso un maggior controllo delle nascite (mezzi di contraccezione)?

- Frenare questa crescita favorendo l'istruzione e lo sviluppo59
- Tentare di rallentare la crescita della popolazione attraverso un maggior controllo delle nascite (mezzi di contraccezione)16
- Entrambi gli interventi21
- Nessuno dei due interventi 1
- Altri tipi di intervento2
- Non sa /Non risponde1

10. Parliamo ora dell' Unione Europea, composta da 15 Paesi Europei tra cui l'Italia. Mi sa dire approssimativamente quanti sono gli abitanti dei paesi dell'Unione Europea?

- Meno di 150 milioni di abitanti56
- 151 – 250 milioni di abitanti 4
- 251 – 350 milioni di abitanti7
- 351 – 400 milioni di abitanti3
- 401 – 450 milioni di abitanti1
- 451 – 550 milioni di abitanti5
- 551 – 650 milioni di abitanti1
- 651 – 750 milioni di abitanti2
- 751 – 850 milioni di abitanti2
- 851 – 950 milioni di abitanti1
- 951 – 1.050 milioni di abitanti2
- Oltre 1.050 milioni di abitanti6
- Non so /non risponde60

11. Qual è, secondo Lei la nazione/il paese dell'Unione Europea con il maggior numero di abitanti?

- Francia14
- Germania33
- Grecia1
- Italia11
- Paesi bassi1
- Regno Unito4
- Spagna6
- Non sa / Non risponde30

12. Parliamo ora dell'Italia.

Mi saprebbe dire quanti sono gli abitanti del nostro paese?

• Meno di 20 milioni di abitanti	.6
• 21 – 30 milioni	.2
• 31 – 40 milioni	.0
• 41 – 50 milioni	.8
• 51 – 54 milioni	.6
• 55 – 59 milioni	.26
• 60 – 70 milioni	.12
• 71 – 80 milioni	.1
• 81 – 90 milioni	.0
• 91 – 100 milioni	.1
• Più di 100 milioni	.2
• Non sa / Non risponde	.36

Per concludere un'ultima domanda.

13. La costante crescita della popolazione mondiale, secondo Lei determina dei problemi?
In altre parole è un fatto positivo o negativo?

• Sì, determina problemi (negativo)	.75
• No, non determina problemi (positivo)	.22
• Non sa / non risponde	.3

13a. E quali sono secondo Lei i principali problemi dovuti all'aumento della popolazione nel mondo (3 possibili risposte)?

• Invecchiamento della popolazione	.2
• Fame nel mondo	.43
• Sete nel mondo (problema acqua)	.7
• Disoccupazione	.35
• Inquinamento (buco dell'ozono)	.14
• Squilibrio tra paesi ricchi e paesi poveri	.16
• Aumento della povertà	.10
• Diffusione delle malattie	.9
• Migrazioni	.6
• Sovraffollamento delle zone abitabili	.16
• Altro	.19
• Non sa / Non risponde	.3

DATI DI STRUTTURA

A. SESSO

- Uomo48
- Donna52

B. ETÀ

- Da 20 a 34 anni ...38
- Da 35 a 50 anni ...34
- Da 51 a 65 anni ...28

C. TITOLO DI STUDIO (più alto conseguito)

- Nessun titolo1
- Licenza elementare18
- Licenza media inferiore28
- Licenza media superiore43
- Laurea9
- Non vuole rispondere1

D. PROFESSIONE

- Imprenditore/Libero professionista/Consulente/Dirigente 6
- Impiegato20
- Commerciante/Artigiano5
- Agente di commercio/Lavoratore in proprio/Lavoratore a domicilio 2
- Agricoltore/Familiare coadiuvante agricoltore1
- Insegnante/Giornalista/Scrittore4
- Operaio/Operaio agricolo12
- Casalinga22
- Disoccupato/In cerca di prima occupazione5
- Pensionato10
- Studente9
- Altro3
- Non vuole rispondere1

E. NUMERO COMPONENTI IN FAMIGLIA (intervistato compreso)

- 1 componente5
- 2 componenti15
- 3 componenti27
- 4 componenti36
- 5 componenti12
- 6 componenti3
- 7 componenti1
- Non vuole rispondere1

ISTITUTO DI RICERCHE SULLA POPOLAZIONE
 2° SONDAGGIO "CONOSCENZA POPOLAZIONE MONDIALE"
 Questionario di rilevazione e percentuali di risposte

1. Secondo Lei, negli ultimi 50 anni la popolazione mondiale è aumentata, diminuita o rimasta costante?

- Aumentata77
- Rimasta costante 6
- Diminuita15
- Non sa/non ricorda 2

1a. Secondo Lei , oggi, la popolazione mondiale è più del doppio di quella di 50 anni fa o meno del doppio di quella di 50 anni fa?

- Più del doppio di 50 anni fa50
- Meno del doppio di 50 anni fa44
- Non sa/non ricorda 6

2. Per quanto di Sua conoscenza o anche solo per sentito dire, a quanto ammonta oggi la popolazione mondiale? Complessivamente, quanti sono gli abitanti della Terra?

- Fino a 1,5 miliardi di persone 2
- 1,6 – 2,5 miliardi 1
- 2,6 – 3,5 miliardi 3
- 3,6 – 4,5 miliardi 2
- 4,6 – 5,5 miliardi 4
- 5,6 – 5,9 miliardi 3
- 6,0 miliardi23
- 6,1 – 6,5 miliardi 1
- 6,6 – 7,5 miliardi 2
- 7,6 – 8,5 miliardi 1
- 8,6 – 9,5 miliardi 0
- 9,6 – 10,5 miliardi 1
- Oltre 10,5 miliardi 2
- Non sa / non ricorda55

3. E' possibile comunque avere una Sua opinione: secondo Lei, oggi, la popolazione mondiale è composta da 2, 6, 10 o 25 miliardi di individui?

- 2 miliardi di persone5
- 6 miliardi di persone20
- 10 miliardi di persone35
- 25 miliardi di persone26
- Non sa/Non risponde14

4. Attraverso quale/i canale/i di informazione è venuto a conoscenza dell'ammontare della popolazione mondiale? (3 possibili risposte)

- Dai giornali44
- Dalla televisione69
- Dalla radio6
- Da familiari, parenti, amici, conoscenti4
- Dalla scuola/università4
- Cultura personale5
- Nessuna fonte, ho risposto a caso6

5. Su quale/i giornale/i quotidiano/i e/o periodico/i (settimanale o mensile) ha letto articoli sull'ammontare della popolazione mondiale? (possibili 2 risposte)

- Quotidiano85
 - Quale/i? (possibili 3 risposte)
 - 1. Avvenire1
 - 2. Corriere della Sera30
 - 3. Gazzetta del Mezzogiorno2
 - 4. Giornale5
 - 5. Giorno2
 - 6. Indipendente1
 - 7. Manifesto2
 - 8. Mattino5
 - 9. Messaggero8
 - 10. Milano Finanza1
 - 11. Piccolo1
 - 12. Repubblica29
 - 13. Secolo XIX1
 - 14. Sole 24 Ore5
 - 15. Stampa10
 - 16. Tempo2
 - 17. Unione Sarda1
 - 18. Unità1
 - 19. Altro quotidiano sportivo2
 - 20. Altro quotidiano in genere24

• Periodico/rivista	35
• Quale/i? (possibili 3 risposte)	
1. Donna Moderna	9
2. Espresso	26
3. Famiglia Cristiana	7
4. Focus	14
5. Gente	10
6. National Geographic	3
7. Oggi	13
8. Panorama	29
9. Altro p. di attualità	6
10. Altro p. scientifico	9
11. Altro p. di turismo	1
12. Altro p. in genere	20

5a. Lei ha letto l'intero articolo, o soltanto il titolo dell'articolo nel giornale o periodico a che mi ha appena citato?

• Ho letto tutto/i l'articolo/i con attenzione	37
• Ho letto tutto/i l'articolo/i velocemente	28
• Ho visto solo il titolo	30
• Non ricorda	5

6. In quale trasmissione televisiva o radiofonica ha sentito parlare di popolazione mondiale? (possibili 3 risposte)

• Programmi di informazione (Tele-radiogiornali)	79
• Talk show	4
• Programmi culturali	15
• Programmi di intrattenimento (varietà, musicali)	3
• Altri programmi	1
• Non ricorda	10

7. In quale orario ha visto e/o sentito quella/e trasmissione/i? (possibili 3 risposte)

7. Prima parte della mattina	8
8. Tarda mattinata	3
9. Orario di pranzo	24
10. Pomeriggio	10
11. Sera	71
12. Notte	4
13. Non ricordo	5

8. Delle trasmissioni/servizi visti o sentiti, degli articoli letti quale fatto/notizia la ha colpita di più sul tema della popolazione nel mondo? (risposta singola)

- Squilibrio tra paesi ricchi e paesi poveri13
- Aumento della povertà8
- Fame nel mondo27
- I bambini denutriti5
- Invecchiamento della popolazione3
- Disoccupazione2
- Migrazioni1
- Politiche a favore dello sviluppo dei paesi poveri1
- Sovraffollamento delle zone abitabili3
- Sovraffollamento della terra “Siamo troppi”11
- La costante crescita della popolazione mondiale11
- Il tentativo di rallentare la crescita della popolazione attraverso un maggior controllo delle nascite (mezzi di contraccezione)2
- Nascita del seimiliardesimo abitante della terra2
- Altro specificare6
- Niente5

9. Queste notizie apparse sulla stampa/TV/Radio, queste discussioni con i familiari o amici sul tema della popolazione mondiale la hanno interessata molto, abbastanza, poco o per nulla?

- Molto interessato27
- Abbastanza interessato59
- Poco interessato12
- Per niente interessato2

(A tutti)

10. Secondo lei, l'informazione fornita normalmente dai mass media sul tema della popolazione mondiale è sufficiente od insufficiente?

- Sufficiente37
- Adeguata4
- Insufficiente54
- Non so5

11 Secondo lei, qual è il canale più idoneo per informare maggiormente l'opinione pubblica delle problematiche inerenti la popolazione mondiale?
(possibili 3 risposte)

- La televisione nei programmi di informazione76
- La televisione con programmi specifici9
- La radio nei programmi di informazione1
- I giornali quotidiani5
- La stampa in genere2
- La scuola/università2
- Internet1
- Altro specificare:1
- Non so3

11a. Oltre a quelli appena elencati, ci sono secondo lei altri canali per informare maggiormente l'opinione pubblica delle problematiche inerenti la popolazione mondiale?
(possibili 3 risposte)

- La televisione nei programmi di informazione10
- La televisione con programmi specifici18
- La radio nei programmi di informazione13
- La radio con programmi specifici4
- I giornali quotidiani39
- La stampa in genere22
- La scuola/università6
- Internet7
- Altro2
- Non so12

12. Continuiamo ora a parlare di popolazione: come Lei sa, si possono classificare i paesi del mondo secondo il numero di abitanti. Per quanto di Sua conoscenza, qual è attualmente il paese (stato/nazione) più popoloso del mondo? (risposta spontanea, singola)

- Brasile1
- Cina58
- Giappone3
- India10
- Nigeria1
- U.S.A.9
- Altro paese dell'Asia2
- Altro paese dell'Africa4
- Altro paese dell'America1
- Altro Paese dell'Europa1
- Non sa / non risponde10

13. Attraverso quale/i canale/i di informazione è venuto a conoscenza del paese (stato/nazione) più popoloso del mondo? (possibili 3 risposte)

• Dai giornali	.26
• Dalla televisione	.49
• Dalla radio	.3
• Da familiari, parenti, amici, conoscenti	.5
• Dall'università/scuola	.9
• Cultura personale	.24
• Nessuna fonte, ho risposto a caso	.7
• Non ricordo	.2

14. Parliamo ora dell'Italia. Mi saprebbe dire quanti sono gli abitanti del nostro paese? (risposta spontanea)

• Meno di 20 milioni di abitanti	.6
• 21 - 30 milioni	.1
• 31 - 40 milioni	.1
• 41 - 50 milioni	.6
• 51 - 55 milioni	.13
• 56 - 57 milioni	.17
• 58 - 60 milioni	.10
• 61 - 70 milioni	.2
• 71 - 80 milioni	.0
• 81 - 90 milioni	.0
• 91 - 100 milioni	.1
• Più di 100 milioni	.1
• Non sa / Non risponde	.40
• Non vuole rispondere	.1

15. Attraverso quale/i canale/i di informazione è venuto a conoscenza dell'ammontare della popolazione italiana? (possibili 3 risposte)

• Dai giornali	.30
• Dalla televisione	.51
• Dalla radio	.3
• Da familiari, parenti, amici, conoscenti	.6
• Dall'università/scuola	.10
• Cultura personale	.20
• Nessuna fonte, ho risposto a caso	.8
• Non ricordo	.3

16. Secondo lei, ci sono enti, organizzazioni internazionali o associazioni che si occupano di aiuti alle popolazioni dei paesi in via di sviluppo (possibili 3 risposte)?

- Si88
- Quali?
- 1. Banca Mondiale1
- 2. Caritas24
- 3. Chiesa4
- 4. Croce Rossa16
- 5. FAO25
- 6. Medici Senza Frontiere4
- 7. ONU21
- 8. Organizzazioni Non Governative1
- 9. UNESCO6
- 10. UNICEF18
- 11. Associazioni Umanitarie in genere15
- 12. Associazioni di Volontariato in genere9
- 13. Altro15
- No6
- Non so6

17. Lei personalmente in quest'ultimo anno ha fatto qualcosa per aiutare le persone che vivono nei paesi poveri?

- Si49
- No51

18. Che cosa ha fatto per aiutare le persone che vivono nei paesi poveri?

- Adozioni a distanza8
- Adozione1
- Attività di Volontariato6
- Mandare denaro a associazioni che si occupano di sviluppo, aiuti al terzo mondo65
- Inviare indumenti17
- Altro specificare3

DATI DI STRUTTURA

A. SESSO

- Uomo48
- Donna52

B. ETÀ

- Da 20 a 34 anni ...38
- Da 35 a 50 anni ...34
- Da 51 a 65 anni ...28

C. TITOLO DI STUDIO (più alto conseguito)

- Nessun titolo2
- Licenza elementare16
- Licenza media inferiore30
- Licenza media superiore42
- Laurea9
- Non vuole rispondere1

D. PROFESSIONE

- Imprenditore/Libero professionista/Consulente/Dirigente6
- Impiegato17
- Commerciante/Artigiano3
- Agente di commercio/Lavoratore in proprio/Lavoratore a domicilio ...2
- Agricoltore/Familiare coadiuvante agricoltore1
- Insegnante/Giornalista/Scrittore5
- Operaio/Operaio agricolo13
- Casalinga19
- Disoccupato/In cerca di prima occupazione8
- Pensionato15
- Studente7
- Altro4

E. NUMERO COMPONENTI IN FAMIGLIA (intervistato compreso)

- 1 componente6
- 2 componenti21
- 3 componenti25
- 4 componenti31
- 5 componenti13
- 6 componenti3
- 7 componenti1

F. AREA geografica

- Nord Ovest27
- Nord Est18
- Centro20
- Sud35

BIBLIOGRAFIA DI RIFERIMENTO

- Adamson D.M., Belden N., DaVanzo J., Patterson S., (2000), *How Americans View World Population Issues*, Rand, Santa Monica, USA.
- Ang, I., (1991), *Desperately Seeking the 'audience'*, London Routledge, It. tr. (1998) Menduni E. (ed.) *Cercasi audience disperatamente*, Il Mulino, Bologna
- Andò R., (1999), 'Il pubblico dei media', in. Morcellini M and Sorice M. (eds.), *Dizionario della comunicazione*, Editori Riuniti, Roma.
- Baccaini B., Van Peer C., 1999, *Eopei Student Survey on Knowledge and Perceptions on Population Issues - Some preliminary results*, Eopei 01.
- Bolasco, S., Lebart, L., Salem, A. (Eds.), (1995). *JADT 1995 - Analisi statistica dei dati testuali*, , tomo 1, CISU, Roma 221.
- Bolasco, S. (1999), *Analisi multidimensionale dei dati*, Carocci, Roma
- Bonifazi C., Gesano G., Menniti A., Misiti. M., Palomba R., (1998), *Gli ideali degli italiani sulla popolazione*, WP 01/98, IRP, Roma,72.
- Bonifazi C., Kamaras F., (1998), 'Perception of Population Issues and their Consequences: Scholars, Governements, and Public Opinion', in Moors H., Palomba R., (eds.), *Population, Family and Welfare - A Comparative Survey of European Attitudes*, Vol. II, Clarendon Press, Oxford
- de Moor (ed.), (1995), *Values in Western Societies*, Tilburg, Netherlands, Tilburg University Press.
- Faria V. E and Porter J. E., (1999), 'Television, Telenovelas, and Fertility Change in North East Brazil', in R. Leete (ed.) *Dynamics of Values in Fertility Change*, Oxford University Press, Oxford.
- Futuribles, (1995), *L'evolution des valeurs des Européens*, Numero special, n. 200, Juillet-Aout .
- Kass G. (1980), 'An exploratory technique for investigating large quantities of categorical data', *Applied Statistics*, 29,2, 119-127.
- Lebart, L., Salem, A. (1994). *Statistique textuelle* Dunod, Paris.
- Leete R. (ed.), 1999, *Dynamics of Values in Fertility Change*, IUSSP, Oxford University Press, Oxford.
- Lesthaeghe R.J. (1992), *The second Demographic Transition in Western Countries: an interpretation*, paper presented to the IUSSP- IRP Seminar on Gender and Family Change, Rome January 1992.
- Menduni E., (1996), *La più amata degli italiani- La televisione tra politica e telecomunicazioni*, Il Mulino, Bologna
- Menniti A., Palomba R., Rossi R., Sabatino D., (1997), *Conoscenze ed atteggiamenti degli studenti verso le tendenze demografiche- Rapporto italiano EOPEI*, WP 01/97 (1), 61.
- Misiti, M., 1999, Demographic Information in the Italian Press, paper presented to the European Population Conference, The Hague august-september 1999.
- Misiti M., Iezzi S.,2000, La stampa italiana e l'informazione demografica: un'applicazione dell'analisi testuale, in M. Rajman & J. C. Chappelier (eds.), *JADT 2000, Actes des 5^{es} Journées internationales d'analyse statistique des Données Textuelles*, 9-11 mars 2000
- Moors H., Palomba R., (eds.), 1995, *Population, Family and Welfare - A Comparative Survey of European Attitudes*, Vol. I, Clarendon Press, Oxford

- Moors H., Palomba R., (eds.) 1998, *Population, Family and Welfare - A Comparative Survey of European Attitudes*, Vol. II, Clarendon Press, Oxford
- Moore S., 1993, *Interpreting Audiences: the Ethnography of Media Consumption*, London, Sage Publication, p. 9.
- Morcellini M., (2000), 'La televisione in Italia', in Morcellini M., Abruzzese A., *La comunicazione*, Stampa alternativa, Viterbo.
- Morcellini M., (1988), 'Spettacolo e consumi culturali', in *Immagini della società italiana*, Roma Istat-AIS.
- Ortoleva P. (2000), 'La comunicazione di massa', in L. Gallino, M.L. Salvadori, G. Vattimo (eds.) *Atlante del Novecento*, vol 2°, Utet, Torino).
- Pack S., (2000), 'Reception, Identity, and the Global Village: Television in the Fourth World', *M/C: A Journal of Media and Culture* 3 (1), www.uq.edu.au/mc/0003/fourth/html.
- Palomba R., (1994), 'The 'Imaginary Family'', paper presented to the IUSSP Seminar on Values and Fertility Change, 16-19 Feb., Sion.
- Palomba R., (1987), (Ed.), *Vita di coppia e figli. Le opinioni degli italiani degli anni ottanta*, Educatori antichi e moderni 414, La Nuova Italia, Firenze, 178.
- Palomba R., (1991), (Ed.), *Crescita Zero*, Biblioteca di cultura 177, La Nuova Italia, Firenze 246. Population Communication International, www.population.org).
- Roussel L. (1995), *Vers une Europe des familles?*, *Futuribles*, Numero special, n. 200, Juillet-Aout, 47-62.
- Rossi R. (1995), (Ed.), *Les questions de population dans l'enseignement secondaire*, Etudes et Documents, 1, EOPEI, Nidi, The Hague, 77.
- Silvestrini A. (1995), (Ed.), *L'information démographique et la presse européenne: La conference du Caire 1994*, Etudes et Documents, 1, EOPEI, Nidi, The Hague, 81.
- Simons J., (1999), 'The Cultural Significance of western fertility Trends in the 1980s' in R. Leete (ed.), *Dynamics of Values in Fertility Change*, IUSSP, Oxford University Press, Oxford.
- Sorice M., (2000) 'Le culture del consumo', in Morcellini M., Abruzzese A., *La comunicazione*, Stampa alternativa, Viterbo.
- Tchernia J. F., (1995), *Les recherches dans le domaine des valeurs*, *Futuribles*, Numero special, n. 200, Juillet-Aout, 9-24.
- Thompson J.B., (1995), *The Media and Modernity. A social Theory of the Media*, Cambridge, Polity Press; it. tr. (1998) *Mezzi di comunicazione e modernità - Una teoria sociale dei media*, Il Mulino, Bologna.
- UNPFA 1999, *Lo stato della popolazione nel mondo. Sei miliardi: l'ora delle scelte*, UNFPA, New York/Roma.
- van de Kaa, D. J. (1988), 'The Second Demographic Transition Revisited: Theories and Expectations', Paper presented to the IUSSP Conference on Population and European Society, Florence
- Westoff C. H., (1999), 'Mass Communications and Fertility' in Leete R. (ed.), *Dynamics of Values in Fertility Change*, IUSSP, Oxford University Press, Oxford.
- Williams R., (1974), *Television: Technology and Cultural Form*, It. Tr. (2000), E. Menduni (ed.) *Televisione - Tecnologia e forma culturale*, Editori Riuniti, Roma.

Riassunto

Questo lavoro affronta il tema delle relazioni che intercorrono tra la conoscenza dei fatti demografici ed la loro trasmissione attraverso i media. Il rapporto fra l'informazione demografica ed i media - specialmente in Italia - rappresenta un tema estremamente sensibile se si considera che, fino a poco tempo fa, la popolazione era considerata un obiettivo "politico", dunque suscettibile di manipolazioni o strumentalizzazioni emotive, mentre invece la conoscenza dei fenomeni demografici non sembra poggiarsi su una base conoscitiva solida.

Il percorso seguito in questo lavoro prende spunto dall'analisi dei risultati di una ricerca effettuata dall'IRPPS nel settembre 1999 sulla conoscenza e sulle opinioni sulle tendenze della popolazione mondiale in coincidenza con la nascita del sei miliardesimo abitante della terra annunciata dall'ONU per il 12 ottobre 1999. Le interviste sono state effettuate sia prima che dopo la data del 12 ottobre. All'indagine è stata abbinata la raccolta della rassegna stampa italiana relativa all'evento, al fine di effettuare un'analisi del contenuto dei testi pubblicati dai giornali. La ricerca rispondeva a diversi obiettivi: avere un quadro chiaro della conoscenza delle tendenze demografiche mondiali degli Italiani, di quali fonti sono utilizzate; valutare il ruolo esercitato dalla comunicazione dei media sulle conoscenze e gli atteggiamenti verso i temi di popolazione; ed infine l'obiettivo di analizzare i contenuti dell'informazione trasmessa da giornali e telegiornali.

La prima parte del lavoro è finalizzata alla valutazione dell'impatto dei media sulla conoscenza del fatto, all'individuazione delle modalità con cui la popolazione ha fruito dell'informazione, delle strategie di apprendimento e di approfondimento, alla definizione delle caratteristiche strutturali dei diversi segmenti di popolazione coinvolti nell'indagine attraverso metodi di analisi statistica descrittiva basata sull'osservazione delle frequenze alle risposte, e l'applicazione del metodo degli alberi di classificazione (answer trees). La comparazione tra la quota di risposte corrette alla domanda relativa all'ammontare della popolazione mondiale nelle due successive indagini ci ha dato modo di valutare l'impatto della trasmissione mediatica dell'informazione. Nella prima ondata solo una minoranza di italiani è stata in grado di rispondere correttamente al quesito. Sia la stampa cartacea che quella radio-televisiva hanno dato ampio risalto alla notizia, dunque l'effetto c'è stato, ed ha migliorato la correttezza; il ruolo dell'informazione mediatica è stato quello di sintonizzare sul numero giusto chi già ne aveva in testa uno, mentre non ha agito su coloro che non sapevano o non ricordavano quale fosse la dimensione della popolazione mondiale. Per quanto riguarda il percorso della conoscenza analizzato attraverso la tecnica degli answer trees possiamo dire che i predittori sulla provenienza dell'informazione sono tra le variabili più importanti nella caratterizzazione dei profili di risposta. La seconda parte delle riflessioni che presentiamo riguarda l'altra faccia del problema: che cosa arriva al pubblico dei media, ossia come i media trattano l'informazione di contenuto demografico. Un'analisi testuale della rassegna stampa e dei testi dei telegiornali completa questa presentazione con l'obiettivo di far luce su alcuni meccanismi che stanno alla base del complesso rapporto tra formazione della opinione pubblica e ruolo dei media: la struttura di fondo dell'approccio alla notizia adottato dai giornali, le differenze e le omogeneità di trattamento dell'informazione tra i gruppi di giornali, e la specificità ed il linguaggio caratteristico di ogni gruppo di testate. Ognuno di questi risultati è stato ottenuto attraverso una specifica tecnica di analisi statistica, l'analisi delle corrispondenze, la cluster analysis e l'analisi delle specificità di forme e frasi del testo attraverso le frequenze. Le informazioni ed i messaggi trasmessi ai lettori - sono nel complesso complete e corrette, ma differenti approcci e linguaggi specifici emergono dai diversi gruppi di testate. Dall'angolo visuale dello studioso di popolazione vi sono diversi elementi di interesse, che vanno dall'influenza che i media possono avere sui comportamenti connessi alla sfera familiare, all'utilizzazione dei media per veicolare valori, messaggi e conoscenze, in una parola per divulgare "politiche" inerenti la popolazione. Per quanto riguarda il primo tipo di problemi sembra indubbio che gli studiosi di popolazione debbano allargare la visuale teorica e la strumentazione analitica interagendo con gli studi e le discipline che affrontano i temi della comunicazione e dei suoi effetti. Se invece l'obiettivo è quello di utilizzare i media per specifiche istanze di comunicazione è importante capire e approfondire i meccanismi propri dei diversi medium, dallo studio dei target dei fruitori/consumatori, all'analisi dei contenuti e del linguaggio, per trarre indicazioni sulle modalità di ricezione e l'impatto delle comunicazioni.