

# **Agenda-setting, framing, priming**

## **Postavljanje dnevnog reda, uokvirivanje i naglašavanje**

# Istraživanja postavljanja dnevnog reda

- Postavljanje dnevnog reda (agenda setting) – jedna od funkcija masovnih medija
- 1968. prva istraživanja – McCombs i Shaw
- Od pitanja važnosti (saliency) do pitanja frejmovanja (šta je istaknuto)
- Istraživanja posljedica agenda settinga – posebno u kontekstu uticaja na javno mnjenje (prajming)

# Istraživanja postavljanja dnevnog reda

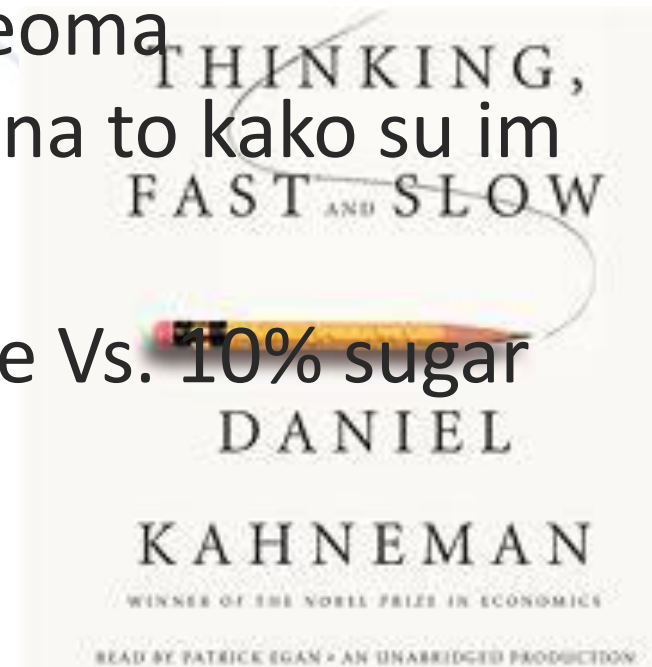
- Primarno pitanje poređenja načina na koji mediji rangiraju važnost informacija u odnosu važnost koju tim informacijama pridaje javnost
- Direktna korelacija ili čak kauzalitet
- Postavljanje dnevnog reda na primarnom (rangiranje objekata ili tema) i sekundarnom nivou (rangiranje osobina objekata)

# Frejmovanje (uokvirivanje)

- Frejm (okvir) – „centralna ideja u odnosu na koju se sadržaj vijesti organizuje, a koja sugerise o čemu se u toj vijesti radi kroz selekciju, naglašavanje, isključivanje i elaboraciju“ Tankard, Hemdrickson, Silberman, Bliss i Ghanem
- “the way a message’s delivery affects the interpreter’s understanding”
- “framing” is the process of carefully constructing a message to achieve a deliberate effect on the receiver.
- Frejmovati znači „odabrati određene aspekte percipirane stvarnosti i učiniti ih važnim u komunikacijskom sadržaju, na način da se promoviše konkretna definicija problema, kauzalna interpretacija, moralna evaluacija ili prijedlog djelovanja“ Entman

# Frejmovanje (uokvirivanje)

- Daniel Kahneman and Amos Tversky
- Thinking fast and slow
- Ljudi su u stanju da donesu veoma nercionalne odluke u odnosu na to kako su im predstavljene informacije
- Izbor čokolade: 90% sugar free Vs. 10% sugar



# Primjer

## “Looting”

**AP** Associated Press AP - Tue Aug 30, 11:31 AM ET

A young man walks through chest deep flood water after looting a grocery store in New Orleans on Tuesday, Aug. 30, 2005. Flood waters continue to rise in New Orleans after Hurricane Katrina did extensive damage when it



## “Finding”



**AFP** 3:47 AM ET  
Two residents wade through chest-deep water after finding bread and soda from a local grocery store after Hurricane Katrina came through the area in New Orleans, Louisiana. (AFP/Getty Images/Chris Graythen)



# Agenda setting vs. frejming

- What to say Vs. How to say

# Prajming (naglašavanje)

- Činjenje određenih atributa važnijim kako bi se uticalo na evaluaciju događaja
- Uticaj postavljanja dnevnog reda od strane medija na javno mnjenje
  - Studija o Watergate aferi (Weaver et al.)
- Primjer prajminga: 'We all know Bernie Sanders can't win.'



# Uticaj na ponašanje

- Agenda setting utiče na ponašanje
  - Informisanje o silovanju i pad broja aplikacija
  - Informisanje o avionskim nesrećama i broj prodatih karata
  - Blood i Philips – vremenska serija praćenja pisanja Njujork tajmsa o ekonomskim temama i uticaj negativnih vijesti na pad produktivnosti i ekonomske indikatore

# Uticaaj na javne politike

- Studija o tužiocima koji su spremniji da se nagode sa okrivljenim ako mediji ne prate slučaj (Dearing i Rogers)
- Veliki uticaj na prioritet i ponašanje donosilaca odluka

# A šta utiče na postavljanje dnevnog reda

- Postavljanje dnevnog reda kao zavisna varijabla
- Uticajni izvori informacija (npr. pr služba visokih rukovodilaca)
- Drugi mediji
- Društvene norme i novinarske tradicije

# Uticajni izvori informacija

- Primjer kancelarije Predsjednika SAD/a
- Stanje unije – godišnje obraćanje predsjednika
- Poređenje tema o kojima izvještavaju mediji prije i poslije obraćanja
- Dokazi o tome da teme o kojima izvještavaju mediji prije obraćanja utiču na poredak i raspored tema u obraćanju
- Povratna sprega

# Međusobni uticaji medija

- Uticajni mediji – tipa Njujork tajms
- Čoporativno novinarstvo

# Zaključak

- Postoje dolazi o ulozi medija u izgradnji konsenzusa među različitim grupama u društvu (Shaw, Martin, 1992)
  - Korelacija nivoa slaganja u stavovima sa frekvencijom konzumiranja medijskog sadržaja
  - Korelacija +0.55 za one koji rijetko čitaju novine, +0.8 za one koji ponekad čitaju novine i +1 za one koji često čitaju novine
- Uloga može biti pozitivna, ali i negativna