

# Potere mediatico e pregiudizio: I mass-media influenzano la nostra percezione sociale?

In-Mind Italia  
III, 18-24  
<http://it.in-mind.org>  
ISSN 2240-2454

**Marcella Latrofa e Jeroen Vaes**

Università degli Studi di Padova

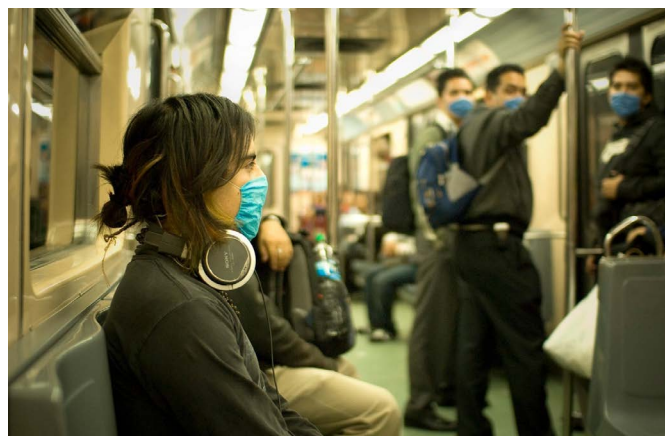
## Keywords

Pregiudizio, mass-media, contatto para-sociale

Ore 20.00, la cena è quasi pronta, mamma, papà e figli si ritrovano in cucina. La televisione è accesa, in sottofondo iniziano i titoli di testa del Telegiornale di prima serata. “Emergenza Influenza H1N1: Strage di Morti. Evitare i Luoghi Affollati”. I componenti della famiglia vorrebbero far finta di non sentire, ma ascoltano molto attentamente. Un’emozione nella pancia si manifesta, uno stato di allerta che attenua il desiderio di mangiare; un pensiero scorre “non mi sono vaccinato”; un’amara constatazione “forse non è il caso di prendere il treno domani mattina.”

Siamo ad ottobre del 2009, dovremmo ricordare bene l’emergenza mediatica annunciata da tutti i canali di informazione sull’influenza aviaria; il panico che a vari livelli ha colpito molti di noi, dei quali solo una minima parte si è effettivamente ammalata, di una influenza invernale; i decessi che televisioni e giornali denunciavano erano nella maggior parte dei casi imputabili ad altre patologie concomitanti all’influenza (Fig. 1). Eppure, sarà capitato a tutti, nell’inverno del 2009, di avere un piccolo sussulto d’ansia di fronte ad un banalissimo colpo di tosse del vicino di posto sul treno o sull’autobus.

Il potere dei mezzi di comunicazione di massa risiede nella capacità di modellare una determinata realtà sociale. Gli spettatori, anche i meno attenti, in qualche misura sono investiti da questo potere, trasferiscono le informazioni mediatiche nella percezione del loro mondo reale (Bandura, 2001). Secondo la Teoria della Coltivazione (Gerbner, Gross, Morgan, Signorielli, & Shanahan, 2002), i mezzi di comunicazione tendono a sovra-rappresentare alcuni fenomeni sociali rispetto alla loro reale incidenza, operando in questo modo una distorsione della realtà. Un’elevata esposizione a tali distorsioni mediatiche si traduce nella percezione che il fenomeno



**Fig. 1.** Allarme influenza aviaria.

sovra-rappresentato rifletta la realtà del mondo che ci circonda.

Similmente è possibile ipotizzare che gli atteggiamenti nei confronti di alcune categorie sociali, quali gli omosessuali, i musulmani, gli immigrati, possano essere influenzati da un’elevata esposizione a rappresentazioni negative e stereotipate diffuse dai mezzi di comunicazione di massa. Se alcuni gruppi sociali sono frequentemente rappresentati dai media in contesti negativi – pensiamo ad esempio alla sovra-rappresentazione degli immigrati-aggressori in notizie di cronaca (Corte, 2002; Di Nicola, & Caneppele, 2004; Gilliam, & Iyengar, 2000) – “gli spettatori” più assidui tenderanno a formarsi e ad esprimere pregiudizi negativi nei confronti dei membri di tali gruppi, poiché le informazioni che saranno più facilmente accessibili per loro in mente saranno

## Corrispondenza:

Dott. Jeroen Vaes  
Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione  
Via Venezia 8, 35131 Padova, Italia  
E-mail: [jeroen.vaes@unipd.it](mailto:jeroen.vaes@unipd.it)

quelle offerte dai media (principio dell'accessibilità; Shrum, 2004).

Le ricerche in psicologia sociale che hanno indagato l'impatto dei mass-media nel modellare gli atteggiamenti inter-gruppo spesso si sono limitate a descrivere come i membri di alcuni gruppi sociali fossero rappresentati dai media, arrivando a volte anche a risultati contrastanti. Esistono invece pochi studi che mettano in evidenza quali siano gli specifici contenuti mediatici e quali siano i processi su cui i media fanno leva così da aumentare o diminuire l'espressione di pregiudizio nei confronti di alcuni gruppi sociali (si veda, per una revisione sull'argomento, Mutz & Goldman, 2010). Inoltre, nella letteratura psico-sociale rimane aperta la questione del rapporto di causalità tra esposizione mediatica e pregiudizio: ovvero se siano le persone con maggiore pregiudizio a seguire in misura maggiore un certo tipo di informazioni mediatiche; o viceversa se siano determinate modalità dei media di fare informazione responsabili di elicitare o diminuire il pregiudizio. Come suggerito da Mutz e Goldman (2010), per ovviare a questi limiti, le ricerche future dovrebbero focalizzarsi su due aspetti: indagare quali siano le specifiche modalità di fare informazione che influenzano il pregiudizio; quali siano i processi psico-sociali attraverso cui i media agiscono nel modificare gli atteggiamenti inter-gruppo.

## Stato dell'arte

Passando in rassegna la letteratura psicosociale esistente, è importante annoverare alcuni studi correlazionali (si veda glossario) che forniscono prime evidenze sulla reale esistenza di una connessione tra fruizione mediatica e pregiudizio.

Dixon e collaboratori in diversi studi hanno documentato che gli Afro-Americani sono più spesso rappresentati come criminali rispetto alla loro reale incidenza (Dixon & Linz, 2000); inoltre, hanno dimostrato che un'abituale ed elevata esposizione ai telegiornali rinforza l'attribuzione di stereotipi negativi (ad es., minacciosi, ostili, poveri) ed aumenta la probabilità di atteggiamenti discriminatori verso gli Afro-Americani (Dixon, 2008, 2007; Dixon & Azocar, 2007). Da una prospettiva diversa, alcuni studiosi (Mastro & Robinson, 2000) hanno messo in evidenza che nelle fiction poliziesche spesso i poliziotti mostrano un maggiore uso della forza fisica e sono più aggressivi nei confronti di criminali appartenenti ad etnie minoritarie. Più in generale si è trovato che, all'interno di programmi televisivi americani, i protagonisti mettono in atto comportamenti non-verbali più positivi nei confronti di personaggi bianchi rispetto ai neri (Weisbuch, Pauker, & Am-

bady, 2009); inoltre, hanno dimostrato che una frequente esposizione a questo errore sistematico non-verbale porta i telespettatori ad avere un maggior pregiudizio implicito (si veda glossario) nei confronti degli Afro-Americani.

Questi studi sono in linea con altre ricerche in cui si è messo in evidenza che la rappresentazione mediatica di un singolo membro di una determinata categoria sociale può influenzare i giudizi, gli atteggiamenti e i comportamenti nei confronti dell'intero gruppo. Ad esempio, in un famoso esperimento, Henderson-King e Nisbett (Studio 3; 1996) hanno dimostrato come partecipanti che avevano ascoltato una conversazione in cui una persona afro-americana veniva accusata di aver commesso un crimine, successivamente mostravano marcati atteggiamenti di pregiudizio verso gli Afro-Americani; al contrario, questo effetto non si manifestava tra i partecipanti che avevano ascoltato una conversazione identica alla precedente, ma in cui una persona bianca veniva accusata.

In letteratura, inoltre, si è mostrato che i media, in funzione di particolari circostanze storiche, possono esercitare un potere nel modificare o esacerbare gli atteggiamenti negativi nei confronti di gruppi sociali già oggetto di pregiudizio. Ad esempio, Persson e Musher-Eizenman (2005) hanno misurato il livello di pregiudizio nei confronti degli Arabi immediatamente dopo l'attacco terroristico dell'11 Settembre 2001; successivamente a quel drammatico episodio i media americani misero in atto una sistematica associazione tra la categoria Arabo e quella di terrorista; gli autori hanno rilevato che i partecipanti più esposti quotidianamente a notizie di attualità tramite radio, televisione o giornali, mostravano livelli di pregiudizio verso gli Arabi maggiori di chi invece seguiva meno l'attualità.

Le ricerche fin qui discusse mettono in evidenza come un'elevata esposizione mediatica sia collegata ad un maggiore pregiudizio nei confronti di alcuni gruppi sociali. È interessante però notare che secondo altri ricercatori i media potrebbero essere un utile strumento per ridurre il pregiudizio sociale (Schiappa, Gregg, & Hewes, 2005). Secondo questa prospettiva, l'esposizione mediatica offrirebbe la possibilità di un contatto indiretto con membri di un gruppo minoritario, che quotidianamente nella vita reale non si avrebbe possibilità di incontrare; questo contatto para-sociale (Schiappa et al., 2005) fornirebbe la base per diminuire i pregiudizi negativi nei confronti dei membri di tale gruppo. Questa prospettiva rientra nell'importante ipotesi del contatto formulata da G. Allport nel 1954, secondo cui l'incontro, la conoscenza e la cooperazione tra membri di gruppi sociali opposti, può portare ad una ridu-

zione di atteggiamenti sociali inter-gruppo negativi (Pettigrew & Tropp, 2006).

mediatico è possibile fare ipotesi opposte sul tipo di atteggiamento sociale a cui potrebbero portare.



Fig. 2. La stampa e l'immigrazione.

È interessante notare come in letteratura esistano studi che, pur analizzando uno stesso fenomeno mediatico, hanno ipotizzato atteggiamenti sociali opposti. Ad esempio, la fiction americana *Will & Grace*, in cui due degli attori protagonisti sono ragazzi omosessuali, è stata analizzata da diversi gruppi di ricercatori: Battles e Hilton-Morrow (2002) hanno ipotizzato che l'esposizione a *Will & Grace* aumentasse il pregiudizio negativo nei confronti dei gay come conseguenza di una rappresentazione stereotipica dei due omosessuali protagonisti, effeminati ed incapaci di avere delle relazioni sentimentali durature; al contrario, Schiappa, Gregg e Hewes (2006) hanno dimostrato che i due protagonisti fornivano una rappresentazione ironica e positiva dell'omosessualità e che l'esposizione a tale fiction prevedeva atteggiamenti più positivi nei confronti degli omosessuali in generale. Altre ipotesi contrastanti sono state rilevate nell'analisi della commedia televisiva *The Cosby Show*, in cui viene rappresentata una famiglia di Afro-American con un alto livello socio-culturale (madre avvocatessa, padre medico): per alcuni ricercatori tale commedia favorisce una rappresentazione contro-stereotipica e dunque può ridimensionare lo stereotipo sugli Afro-American come poveri e poco competenti; secondo altri ricercatori la stessa commedia può aumentare un atteggiamento negativo verso i membri di questo gruppo, basato sull'idea che gli Afro-American, che nella vita reale non raggiungono il successo ed una posizione economica favorevole, sono pigri e non lottano per ottenerla (Mutz & Goldman, 2010). Sebbene queste ricerche siano prevalentemente di tipo teorico (ad eccezione di Schiappa et al., 2006) e dunque non siano effettivamente comparabili, è importante sottolineare qui che a partire da uno stesso fenomeno

### Ricerche recenti

Come sottolineato in precedenza, gli studi correlazionali sull'influenza dei mezzi di comunicazione di massa lasciano aperte le questioni relative al tipo di atteggiamento sociale che predicono (maggiore o viceversa minore pregiudizio); non forniscono indicazioni sulla causalità fra questi fenomeni (se siano i media che producono determinati atteggiamenti sociali, o viceversa se siano persone con determinati atteggiamenti che seguono maggiormente alcuni tipi di media). Se da un lato può essere difficile manipolare sperimentalmente il tipo e la frequenza di esposizione mediatica, sebbene non impossibile, dall'altro molto può essere fatto per approfondire i meccanismi ed i processi psico-sociali su cui si potrebbe fondare il potere mediatico nell'influenzare, sia aumentando che diminuendo, il pregiudizio nei confronti di alcuni gruppi minoritari.

In un recente studio, i ricercatori di alcune università tedesche (Geschke, Sassenberg, Ruhrmann, & Sommer, 2010) hanno messo in evidenza che i media influenzano la rappresentazione stereotipica di alcuni gruppi sociali minoritari, non solo selezionando i contenuti dell'informazione (es., immigrati-criminalità), ma anche attraverso l'utilizzo sistematico di un linguaggio tendenzioso. Secondo il *Linguistic Intergroup Bias (LIB; Maass, Salvi, Arcuri, & Semin, 1989; si veda definizione nel glossario)*, la tendenza a descrivere comportamenti negativi di un membro dell'outgroup con un linguaggio stilisticamente più astratto, ovvero caratterizzato da un maggior numero di aggettivi (ad es., A è aggressivo) anziché verbi descrittivi (ad es., A ha dato un pugno a B) nella rappresentazione di un determinato target (Semin & Fiedler, 1991), porta ad una generalizzazione di quello specifico comportamento negativo anche a tutti gli altri membri dell'outgroup; in altre parole, l'utilizzo di un linguaggio astratto nel riportare una notizia di cronaca relativa ad un crimine commesso da un immigrato, può indurre i lettori ad aspettarsi che tutti gli immigrati siano pericolosi criminali e ad avere un maggiore atteggiamento discriminatorio nei loro confronti (Geschke et al., 2010).

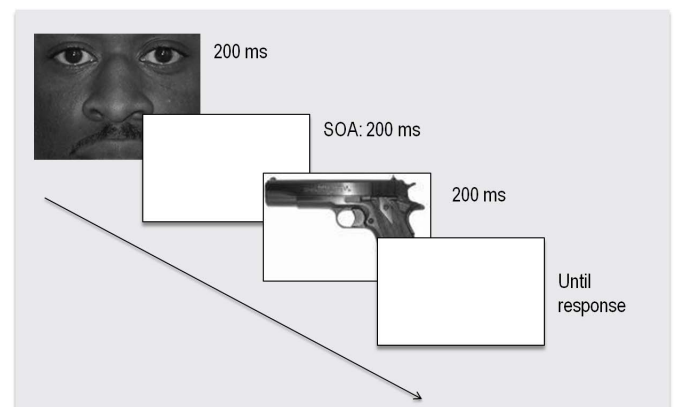
Recentemente alcuni ricercatori dell'Università di Padova (Latrofa, Vaes, Vieno, & Pastore, 2011) hanno condotto una ricerca on-line (Fig. 2) su tutto il territorio italiano, da un lato per indagare quali siano i particolari canali mediatici che maggiormente influenzano il pregiudizio verso gli immigrati, dall'altro per analizzare i processi cognitivi, motivazionali e sociali su cui agisce il potere mediatico

per influenzare gli atteggiamenti sociali nei confronti di alcuni gruppi minoritari. Questa ricerca ha evidenziato che alcuni media italiani, in particolare televisioni e telegiornali che dedicano oltre il 25% della loro agenda alla cronaca nera (Canale5, Italia1, RAI1; Fonte: Rapporto Osservatorio Europeo sulla Sicurezza, 2010) e giornali con orientamento politico storicamente più conservatore (es., *Il Giornale*, *Libero*; Fonte: Vergani, 2009), esercitano un potere nell'aumentare il pregiudizio verso gli stranieri immigrati sul nostro territorio. Inoltre, è stato mostrato che questi canali mediatici influenzano il pregiudizio attraverso tre meccanismi: 1. aumentando negli spettatori più assidui la frequenza percepita di immigrati che commettono crimini; 2. accentuando la loro paura di poter essere in futuro vittime di un crimine; 3. riducendo la norma sociale di non esprimere atteggiamenti discriminatori verso gli immigrati. Al contrario, canali televisivi che dedicano meno del 16% della loro agenda alla cronaca (RAI3, LA7) e giornali storicamente più progressisti (ad es., *L'Unità*, *La Repubblica*) riducono la percezione del numero di immigrati criminali e la paura del crimine in generale, aumentano la norma di non-discriminazione e di conseguenza riducono un atteggiamento negativo e discriminatorio nei confronti degli stranieri in Italia. In altre parole, da questa ricerca è emerso che la percezione degli immigrati criminali, la paura del crimine e la norma di non-discriminazione sono tre processi psico-sociali che intervengono nello spiegare gli effetti dell'esposizione mediatica sul pregiudizio verso gli immigrati.

La ricerca appena descritta, sebbene aggiunga elementi nuovi alla conoscenza su come il potere mediatico può contribuire al mantenimento o meno di processi di discriminazione sociale, è comunque una ricerca correlazionale; pertanto lascia aperta la possibile interpretazione che siano le persone con più alto livello di pregiudizio che preferiscano seguire giornali più conservatori o canali televisivi che accentuano la cronaca nella loro agenda. Da un punto di vista teorico, è importante ricordare che secondo la Teoria della Coltivazione (Gerbner et al., 2002) i mezzi di comunicazione di massa hanno un ruolo centrale nel diffondere, attraverso l'uso di determinati linguaggi, specifiche rappresentazioni dei membri di alcune categorie sociali; ovvero i media hanno il potere di mettere gli spettatori in contatto indiretto (Schiappa et al., 2005) con alcuni membri di tali gruppi sociali e di offrire su di essi informazioni che successivamente entreranno a far parte del mondo reale degli ascoltatori.

Per dare sostegno a questa interpretazione teorica, recentemente sono stati realizzati alcuni studi in laboratorio (Vaes, Latrofa, & Arcuri, 2012) in cui

veniva manipolato il tipo di informazioni in una notizia di cronaca e successivamente veniva misurato il livello di pregiudizio implicito tra i partecipanti. Come sottolineato in precedenza, uno dei processi psicologici attraverso cui i mezzi di comunicazione sono in grado di influenzare gli atteggiamenti di pregiudizio è la creazione di una rappresentazione cognitiva che associa automaticamente l'immigrato con il criminale. In un primo studio i partecipanti, dopo aver letto una notizia di cronaca in cui il criminale era un immigrato oppure un Italiano, eseguivano il Weapon Paradigm (si veda glossario) di Payne (2001), un compito in cui si deve distinguere, il più velocemente possibile, tra armi da fuoco (pistole) o oggetti (es., cellulare) preceduti da immagini di volti di uomini neri oppure bianchi (Fig. 3). È stato mostrato che i partecipanti che avevano letto di un crimine commesso da un immigrato riconoscevano molto più velocemente le armi quando precedute dal volto di un nero (associazione cognitiva automatica immigrato-arma) rispetto ai partecipanti nell'altra condizione.



**Fig. 3.** Il weapon bias: sequenza sperimentale.

In un secondo studio, abbiamo approfondito quale ruolo potesse giocare lo stile linguistico giornalistico sulla forza dell'associazione cognitiva immigrato-arma; ovvero abbiamo deciso di verificare se uno stile linguistico, che definiremo biased, avesse un ruolo diretto nel creare e rafforzare un'associazione cognitiva automatica immigrato-criminale. Il linguaggio biased nella notizia di cronaca (Latrofa, Suitner, Maass, & Vaes, 2012) era caratterizzato da: 1. numerosi riferimenti alla nazionalità dell'aggressore in forma di sostantivo (ad es., il rumeno ha aggredito) anziché di aggettivo (il ladro rumeno ha aggredito) (Carnaghi, Maass, Gresta, Bianchi, Cadinu, & Arcuri, 2008); 2. verbi di aggressione in forma attiva anziché passiva (Bohner, 2001); 3. uso di aggettivi aggravanti l'azione criminale (ad es., l'aggressore pregiudicato); 4. stile linguistico astratto (Geschke et al., 2010). Nello specifico, i partecipanti nelle 4 condizioni sperimentali avevano il compito

di leggere una notizia di cronaca che descriveva: con un linguaggio biased, oppure unbiased, un crimine commesso ad opera di un italiano, oppure di un immigrato. Invece, i partecipanti nella condizione di controllo leggevano una notizia di carattere scientifico che descriveva gli effetti dell'agopuntura. Dopo aver letto l'articolo, tutti i partecipanti eseguivano il Weapon Paradigm (Payne, 2001) e, successivamente, tranne che i partecipanti nella condizione di controllo, dovevano valutare la pena più adatta per l'aggressore descritto. Il risultato più interessante mostra che quando una notizia di crimine coinvolge un immigrato in qualità di aggressore e viene riportata utilizzando un linguaggio biased, l'associazione automatica immigrato-arma è più forte e la pena attribuita all'aggressore è più alta rispetto a quando la stessa notizia viene riportata utilizzando un linguaggio neutro. In altre parole parlare di crimini commessi da stranieri, di per sé, non produce pregiudizio, ma è l'utilizzo di un sistematico linguaggio tendenzioso nel descrivere tali reati che pone le basi per un atteggiamento negativo tra i lettori nei confronti del gruppo degli immigrati (Latrofa et al., 2012).

## Conclusioni

Le ricerche descritte in questo articolo, sia correlazionali che sperimentali, offrono un importante sostegno empirico all'ipotesi che i mezzi di comunicazione di massa possono esercitare un ruolo chiave nel modellare il pregiudizio verso alcuni gruppi sociali. È interessante sottolineare che l'esposizione mediatica di per sé non ha necessariamente un effetto negativo sugli atteggiamenti sociali; il potere dei media risiede nel tipo di informazioni enfatizzate, nello stile linguistico utilizzato per trasmetterle, nel contesto sociale e politico in cui tali informazioni vengono inserite. Inoltre, è da ricordare che l'informazione mediatica per avere effetti sugli atteggiamenti sociali agisce su aspetti emotivi (ad es., paura del crimine), cognitivi (ad es., percezione del numero di immigrati criminali) e sociali (ad es., norme di non-discriminazione) degli spettatori.

L'aspetto che qui vogliamo sottolineare è che se da un lato i media possono esacerbare il pregiudizio verso gli immigrati, dall'altro i mezzi di comunicazione possono svolgere un ruolo chiave nel migliorare gli atteggiamenti sociali fra gruppi. Approfondire questa linea di ricerca sarebbe utile non solo ad accrescere le conoscenze degli psicologi sociali nell'ambito dei processi di comunicazione, ma offrirebbe anche spunti interessanti per ideare nuovi interventi di riduzione del pregiudizio basati proprio sull'impiego di strategie comunicative mediatiche

(Paluck, 2009).

## Glossario

**Linguistic Intergroup Bias.** È un errore sistematico nell'uso del linguaggio secondo cui i comportamenti positivi dei membri dell'ingroup e i comportamenti negativi dei membri dell'outgroup vengono descritti con livelli di astrazione maggiori dei comportamenti negativi dell'ingroup e positivi dell'outgroup. Il linguaggio ha quattro principali livelli di astrazione: verbi descrittivi/d'azione (ad es., colpire, abbracciare); verbi interpretativi (ad es., ferire, accogliere); verbi di stato (ad es., odiare, volere bene); aggettivi (ad es., aggressivo, affettuoso). Più la descrizione di un comportamento implica l'uso di verbi di stato e aggettivi, più il linguaggio sarà astratto. Un linguaggio più astratto nella descrizione del comportamento aumenta la percezione che quel comportamento derivi da caratteristiche stabili dell'attore ed implica una più diretta generalizzazione del comportamento a tutti gli altri membri del gruppo.

**Pregiudizio Implicito.** Nella ricerca in psicologia sociale, con il termine pregiudizio implicito si fa riferimento ad un insieme di atteggiamenti automatici e inconsci, ovvero non consapevoli, delle persone nei confronti di alcuni gruppi sociali. Questa forma di pregiudizio si differenzia dal pregiudizio esplicito che invece si riferisce ad atteggiamenti sociali consapevoli e deliberati.

**Studio Correlazionale.** In psicologia, è uno studio che si prefigge di indagare se tra due o più variabili oggetto di studio esiste una relazione sistematica; qualora tale relazione sussiste le variabili sono correlate fra loro. La correlazione tra due (o più) variabili indica che al variare (aumentare o diminuire) di una variabile cambieranno i valori anche dell'altra: ad esempio, più tempo guardo la televisione, maggiore sarà il mio pregiudizio verso gli immigrati. Questi studi hanno il limite di non poter mettere in luce se esiste una relazione di causa-effetto tra le variabili: seguendo l'esempio precedente, è possibile ipotizzare sia che chi guarda più televisione mostrerà livelli di pregiudizio più alti, sia che chi mostra livelli di pregiudizio più alti è portato a spendere maggior tempo guardando la televisione; inoltre non si può escludere che una terza variabile (ad es., orientamento politico) influenzi la relazione tra le due variabili oggetto di studio.

**Weapon Paradigm.** È un paradigma di ricerca messo a punto dal ricercatore B. K. Payne nel 2001, per indagare il pregiudizio implicito nei confronti degli Afro-Americani. Il compito di Payne prevede che i partecipanti distinguano, il più velocemente possibile, armi da fuoco (pistole, fucili) da comuni attrezzi da lavoro (pinze, tenaglie). Le immagini di armi e attrezzi sono precedute da foto di volti bianchi o neri, che i partecipanti devono ignorare. Questo paradigma ha messo in evidenza che i partecipanti commettono un errore sistematico, ovvero riconoscono più velocemente le armi se sono precedute da volti di uomini neri.

## Ringraziamenti

La scrittura di questo articolo è stata resa possibile grazie al finanziamento del Progetto di Eccellenza "Immigration, Fear of crime, and the popular media: Roles and

responsabilities” attribuito dalla Fondazione CARIPARO al Dott. Jeroen Vaes nel 2009.

## Riferimenti bibliografici

- Allport, G. W. (1954). *The nature of prejudice*. Oxford, UK: Addison-Wesley.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology*, 3, 265-299.
- Battles, K., & Hilton-Morrow, W. (2001). Gay characters in conventional spaces: Will and Grace and the situation comedy genre. *Critical Studies in Media Communication*, 19, 87-105.
- Bohner, G. (2001). Writing about rape: Use of the passive voice and other distancing text features as an expression of perceived responsibility of the victim. *British Journal of Social Psychology*, 40, 515-529.
- Carnaghi, A., Maass, A., Gresta, S., Bianchi, M., Cadinu, M., & Arcuri, L. (2008). Nomina sunt omina: On the inductive potential of nouns and adjectives in person perception. *Journal of Personality and Social Psychology*, 94, 839-859.
- Corte, M. (2002). *Noi e gli altri: L'immagine dell'immigrazione e degli immigrati sui mass media Italiani*. Verona: CESTIM Centro Studi Immigrazione Onlus.
- Di Nicola, A., & Caneppele, S. (2004). *Media e criminalità: La rappresentazione della criminalità nei giornali della provincia di Padova. Rapporto finale della ricerca eseguito da Transcrime per la Provincia di Padova*.
- Dixon, T. L. (2007). Black criminals and White officers: The effects of racially misrepresenting law breakers and law defenders on television news. *Media Psychology*, 10, 270-291.
- Dixon, T. L. (2008). Network news and racial beliefs: Exploring the connection between national television news exposure and stereotypical perceptions of African Americans. *Journal of Communication*, 58, 321-337.
- Dixon, T. L., & Azocar, C. L. (2007). Priming crime and activating Blackness: Understanding the psychological impact of the overrepresentation of Blacks as law breakers on television news. *Journal of Communication*, 57, 229-253.
- Dixon, T. L., & Linz, D. (2000). Race and the misinterpretation of victimization on local television news. *Communication Research*, 27, 547-573.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N., & Shanahan, J. (2002). Growing up with television: Cultivation processes. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 43-67). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Geschke, D., Sassenberg, K., Ruhrmann, G., Sommer, D. (2010). Effects of linguistic abstractness in the mass media: How newspaper articles shape readers' attitudes toward migrants. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*, 22, 99-104.
- Gilliam, F. D., & Iyengar, S. (2000). Prime suspects: The influence of local television news on the viewing public. *American Journal of Political Science*, 44, 560-573.
- Henderson-King, E. L., & Nisbett, R. E. (1996). Anti-Black prejudice as a function of exposure to the negative behavior of a single Black person. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 654-664.
- Latrofa, M., Suitner, C., Maass, A., & Vaes, J. (2012). *Biased language use in crime news and its consequences on social perception*. Manuscript in preparation.
- Latrofa, M., Vaes, J., Vieno, A., & Pastore, M. (2011, Settembre). *Influenza mediatica sul pregiudizio verso gli immigrati: Nuovi mediatori*. Seminario Tematico Cittadinanza attiva, multiculturalità e immigrazione, Reggio Emilia.
- Maass, A., Salvi, D., Arcuri, L., & Semin, G. R. (1989). Language use in intergroup contexts: The linguistic intergroup bias. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 981-993.
- Mastro, D. E., & Robinson, A. L. (2000). Cops and crooks: Images of minorities on primetime television. *Journal of Criminal Justice*, 28, 385-396.
- Mutz, D. C., & Goldman, S. K. (2010). Mass media. In J. F. Dovidio, M. Hewstone, Glick, P., & V. M. Esses (Eds.), *The Sage handbook of prejudice, stereotyping, and discrimination* (pp. 241-258). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Paluck, E. L. (2009). Reducing intergroup prejudice and conflict using the media: A field experiment in Rwanda. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96, 574-587.
- Payne, B. K. (2001). Prejudice and perception: The role of automatic and controlled processes in misperceiving a weapon. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 181-192.
- Persson, A. V., & Musher-Eizenman, D. R. (2005). College students' attitudes toward Blacks and Arabs following a terrorist attack as a function of varying levels of media exposure. *Journal of Applied Social Psychology*, 35, 1879-1893.
- Pettigrew, T. F., & Tropp, L. R. (2006). A meta-analytic test of intergroup contact theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90, 751-783.
- Rapporto Osservatorio Europeo sulla Sicurezza (2010). *La sicurezza in Italia e in Europa: Significati, immagine e realtà. Una iniziativa Demos&Pi, Osservatorio di Pavia, Fondazione Unipolis*. Fonte <http://www.fondazioneunipolis.org/sicurezza/materiali/>
- Schiappa, E., Gregg, P. B., & Hewes, D. E. (2005). The Parasocial Contact Hypothesis. *Communication Monographs*, 72, 92-115.
- Schiappa, E., Gregg, P. B., & Hewes, D. E. (2006). Can one TV show make a difference? Will & Grace and the parasocial contact hypothesis. *Journal of Homosexuality*, 51, 15-37.
- Semin, G. R., & Fiedler, K. (1991). The Linguistic Category Model, its bases, applications and range. *European Review of Social Psychology*, 2, 1-30.
- Shrum, L. J. (2004). Magnitude of effects of television viewing on social perceptions vary as a function of data collection method: Implications for psychological processes. *Advances in Consumer Research*, 31, 511-513.
- Vaes, J., Latrofa, M., & Arcuri, L. (2012). *They are all armed and dangerous! Biased language use in crime news and its detrimental effects in the Weapon paradigm*. Manuscript in preparation.
- Vergani, L. (2009, 10 Ottobre). *È vero che il 72% della stampa è di sinistra? Facciamo quattro conti...* Fonte [http://www.verosimile.it/post/-vero-che-il-72-della-](http://www.verosimile.it/post/-vero-che-il-72-della)

stampa--di-sinistra-facciamo-quattro-conti/catid/24  
Weisbuch, M., Pauker, K., & Ambady, N. (2009). The subtle transmission of race bias via televised nonverbal behavior. *Science*, 326, 1711-1714.

---

Marcella Latrofa è assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione dell'Università di Padova. Ha conseguito il Dottorato di Ricerca in Scienze Cognitive presso l'Università di Padova nel 2008. I suoi interessi di ricerca sono: analisi dei processi mediatici che favoriscono la diffusione di atteggiamenti di pregiudizio nei confronti di diversi gruppi sociali stigmatizzati; creazione e attribuzione di stereotipi a membri di gruppi con basso status sociale; oggettivazione mediatica del corpo delle donne.



Jeroen Vaes è ricercatore presso il Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione dell'Università di Padova. Ha conseguito il Dottorato di Ricerca in Psicologia presso l'Università Cattolica di Louvain a Louvain-la-Neuve, Belgio nel 2001. I suoi interessi di ricerca sono: l'analisi di processi di de-umanizzazione nelle relazioni intergruppi, nell'ambito dell'oggettivazione femminile e nella relazione tra medico e paziente. Attualmente, è coordinatore di un progetto di ricerca finalizzato ad analizzare i processi mediatici che favoriscono la diffusione di atteggiamenti di pregiudizio nei confronti di diversi gruppi sociali stigmatizzati.

