

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE, GIURIDICHE E  
STUDI INTERNAZIONALI

Corso di laurea *Triennale* in  
Scienze Politiche



Le politiche pubbliche nella  
carta stampata:  
*il caso italiano*

*Relatrice:* Prof. GIORGIA NESTI

*Laureanda:* ILARIA RIZZO  
Matricola 1229974

A.A. 2021/2022



# INDICE

<i>Introduzione</i> .....	3
<b>CAPITOLO I</b> .....	7
<b>Politica, politiche e la loro comunicazione: una rassegna della letteratura</b>	
1.1 Premessa .....	7
1.2 Metodologia .....	9
1.3 Risultati.....	21
<b>CAPITOLO II</b> .....	25
<b>Le politiche pubbliche sui media</b>	
2.1 La logica dei media .....	25
2.2 Le caratteristiche delle notizie .....	27
2.3 I modelli di giornalismo.....	30
<b>CAPITOLO III</b> .....	45
<b>Il caso italiano</b>	
3.1 L'Italia come modello di giornalismo pluralista-polarizzato.....	45
3.2 I media e le politiche pubbliche in Italia .....	51
<b>CAPITOLO IV</b> .....	61
<b>Un confronto tra Italia, Francia e Spagna</b>	
4.1 Il diverso grado di attenzione alle <i>policy</i> .....	63
4.2 Il riferimento agli attori.....	64
4.3 L'uso degli argomenti .....	65
<i>Conclusioni</i> .....	69
<i>Bibliografia</i> .....	77
<i>Sitografia</i> .....	79



## *Introduzione*

Questo lavoro parte da una curiosità sviluppata fin dai primi insegnamenti di scienza politica e di analisi delle politiche pubbliche, ossia il voler capire il perché nella lingua inglese, per parlare di politica e di politiche pubbliche, vengano utilizzati due termini, *politics* e *policy*, mentre in italiano ci si limiti solo ad uno, politica. Questo vuol dire, forse, che ciò che conta in Italia è soltanto la politica? Se fosse così, si andrebbe incontro ad una serie infinita di implicazioni che porterebbero, più concretamente, a quello che vuole essere il centro di questa trattazione, ossia indagare che legame intercorre tra la comunicazione e le *policy*. Una prima connessione tra queste due sfere è data dal fatto che la comunicazione può essere definita come uno degli *strumenti di policy* o *policy tools*. Questi ultimi sono mezzi e meccanismi che possono essere utilizzati da un'autorità pubblica per realizzare le politiche pubbliche, o meglio, essi possono essere descritti come quelle tecniche o quell'insieme di tecniche attraverso cui si cerca di indirizzare il mutamento sociale al fine di risolvere un problema pubblico (Bobbio L. et al., 2017). Gli strumenti vengono definiti, infatti, come dei dispositivi in grado di indurre le persone a fare cose che altrimenti non farebbero o di dare loro la possibilità di fare cose che altrimenti sarebbero per loro impossibili. I *policy tools* possono essere contestualizzati all'interno del *ciclo di policy* nella fase della formulazione e possono essere catalogati, tra i diversi modi, in base al grado di ingerenza che lo Stato detiene in essi. Nel caso della comunicazione si parla di un'interferenza media, la quale si differenzia sia dall'ingerenza alta, in cui lo Stato interviene direttamente nell'erogazione di beni e servizi attraverso l'adozione di strumenti, come la regolazione e la gestione pubblica diretta, che vincolano l'azione degli individui e/o delle imprese e che consentono il controllo da parte del pubblico, sia dal livello di ingerenza basso o nullo, nel quale lo Stato decide di lasciar intervenire al suo posto la società civile.

Quando si parla di comunicazione nel campo delle politiche pubbliche, il riferimento è al fatto che i governi utilizzano questo *tool* per cercare di indurre i cittadini a modificare i loro comportamenti. In termini concreti, questo significa che essi diffondono delle informazioni ed esercitano forme di esortazione. Si tratta

di uno strumento che viene scelto sempre più spesso in quanto presenta diversi vantaggi, quali l'economicità, l'assenza di sanzioni e la limitata intrusione dello Stato. Questo ha fatto sì che negli ultimi decenni si sia registrato un maggior ricorso alle campagne pubblicitarie e agli spot televisivi, i quali propagano messaggi e valori. Questo, però, è solo uno dei modi con cui si può considerare il legame tra la comunicazione e il campo delle *policy*, il modo certamente più diffuso e conosciuto, ma non l'unico e non quello che si vuole adottare nel presente lavoro. Questa trattazione, infatti, vuole guardare alla comunicazione in ottica di informazione e non di persuasione. In particolare, la tesi vuole rispondere ad un quesito fondamentale, ossia, partendo dalla considerazione che per un cittadino è molto facile tenersi informato in merito alla politica attraverso i giornali, in quanto ogni giorno le prime pagine dei quotidiani sono dedicate agli scontri tra i partiti, alle dichiarazioni dei principali leader e alle fratture tra alleati storici, per fare solo alcuni esempi, si può dire lo stesso in merito alle politiche pubbliche? Detto in altri termini, un cittadino ha la possibilità di capire gli interventi messi in atto per affrontare un problema pubblico? I quotidiani nel riportare le notizie utilizzano una propria logica? Possono essere messe in luce delle differenze in base ai contesti nazionali?

Obiettivo della tesi sarà proprio quello di rispondere a questa serie di domande, partendo da una rassegna della letteratura in materia e procedendo ad un'analisi del caso italiano. Verrà esaminata la logica seguita dai media e, in particolare, dai giornali. Ai fini di una maggiore comprensione del caso-studio italiano, risulta appropriato procedere anche ad una comparazione di quest'ultimo con il caso spagnolo e francese. La scelta di questi tre paesi è giustificata dal fatto che sono tutti e tre classificabili all'interno dello stesso modello di giornalismo professionale, quello *pluralista-polarizzato* (Hallin, Mancini, 2004).

Con il fine di trattare tutti questi aspetti, a parere di chi scrive, la migliore soluzione è quella di adottare un'impostazione semplice e lineare; per questo motivo la tesi è stata strutturata in quattro capitoli.

Il primo si occuperà di condurre una revisione sistematica della letteratura in materia attraverso il database online *Scopus*. Partendo dalla definizione dell'espressione "revisione sistematica della letteratura", ossia uno studio di

secondo livello, quindi uno studio che seleziona e riassume altri studi producendo una sintesi accurata riguardo alla materia in questione, ne deriva che con questo capitolo si vuole indagare se e quanto gli studi e gli articoli scientifici pubblicati in precedenza si siano occupati della connessione tra comunicazione e politiche pubbliche.

Il secondo capitolo, invece, di maggiore estensione, si focalizzerà su alcuni aspetti. *In primis*, verrà analizzata la logica utilizzata dai media nello svolgimento delle loro funzioni, la cosiddetta *media logic* e in particolare, tra i diversi media esistenti l'attenzione sarà incentrata sui quotidiani; in seguito, verrà indagata, utilizzando il testo di Hallin e Mancini (Hallin, Mancini, 2004, *Modelli di giornalismo. Mass media e politica nelle democrazie occidentali*, Laterza), l'esistenza di una connessione tra sistemi di comunicazione e sistemi politici per rispondere alla domanda se esista un unico modello di giornalismo o se esso vari in riferimento al contesto politico studiato.

Il terzo capitolo si soffermerà sull'analisi del singolo caso-studio italiano, incentrando l'attenzione, in particolare, sull'appartenenza di quest'ultimo al modello di giornalismo pluralista-polarizzato e sulla correlazione che nella penisola si può rinvenire tra media e *policy*.

Infine, il quarto e ultimo capitolo si occuperà di comparare il caso-studio italiano con i casi francese e spagnolo, in quanto tutti appartenenti al medesimo modello di giornalismo.

In sintesi, questo lavoro parte da una curiosità che mi ha accompagnato durante tutto il mio percorso accademico e che si è legata alla passione che nutro nei confronti della comunicazione e all'importanza che ritengo abbia il saper comunicare.





# CAPITOLO I

## Politica, politiche e la loro comunicazione: una rassegna della letteratura

### 1.1 Premessa

Partendo dal presupposto che la politica gode di grande visibilità nella vita di tutti i giorni, la volontà della presente trattazione è quella di soffermarsi su un campo insindacabilmente connesso a quello della politica, ma che allo stesso tempo non ne rappresenta un sinonimo, ossia quello delle politiche pubbliche. In particolare, come anticipato nell'introduzione, lo scopo di questo lavoro è indagare la relazione tra comunicazione e policy, o meglio se sia possibile per i cittadini essere informati in merito alle politiche pubbliche tramite i quotidiani. Questo primo capitolo permetterà di entrare nel campo di indagine tramite la cosiddetta revisione sistematica della letteratura, uno studio di secondo livello che seleziona e riassume studi di primo livello producendone una sintesi. Detto in altri termini, si vuole indagare se e quanto gli studi e gli articoli scientifici pubblicati in precedenza si siano occupati della connessione tra comunicazione e politiche pubbliche. Queste ultime sono i tentativi messi in atto dai decisori pubblici per far fronte a problemi collettivi (inserire riferimento). Se, come affermato nell'incipit di questo capitolo, è bene sottolineare che politica e politiche sono due fenomeni distinti e specifici e quindi da tenere separati, allo stesso tempo è vero che essi sono anche collegati. La maggior parte degli studiosi ritiene che le politiche pubbliche siano il prodotto della politica e quindi che siano l'esito dei giochi che si svolgono nella sfera politica, ma non manca chi sostiene il contrario, ossia che siano le politiche a determinare la politica tramite la loro influenza sugli attori politici e la loro stessa forza inerziale. È errato, infatti, limitarsi alla visione semplicistica delle politiche pubbliche come prodotto diretto della politica<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Le politiche e il loro contenuto sono influenzati anche da altri fattori che si trovano al di fuori del controllo della politica e che sono indipendenti dagli orientamenti politici di chi governa. È proprio da questa constatazione che nasce il modello di Kingdon, interessante elaborazione riguardante la relazione tra politica e politiche in quanto mostra che le scelte politiche sono solo in parte sotto il controllo della classe politica. La loro adozione dipende dalla pressione dei problemi e dalla presenza di soluzioni. Infatti, l'entrata in agenda di una politica pubblica, secondo Kingdon, è

L'interesse ad indagare il rapporto che intercorre tra le politiche e la comunicazione nasce dalla consapevolezza che anima autori quali Bobbio e Roncarolo che nella loro opera *I media e le politiche*, affermano che «informare i cittadini sulle politiche pubbliche significa dar conto dei problemi, delle soluzioni, della loro adozione, dei processi attuativi, dei risultati conseguiti e mettere a fuoco gli aspetti controversi o problematici che compaiono in ciascuna fase» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 8). Fare una buona informazione sulle politiche non è un aspetto fine a sé stesso e che riguarda solo la qualità delle politiche stesse, in quanto ricade nel più generale ambito della qualità della democrazia e, come Bobbio e Roncarolo affermano, una buona informazione riguardo al processo di policy permette di risolvere meglio i problemi collettivi. In merito al dibattito sulle politiche è di estrema importanza indagare il contributo che offrono in particolare i quotidiani e in questo aspetto è d'obbligo fare riferimento alla cd *mediated deliberation*. Quest'ultima può essere definita come «una forma di deliberazione che si ottiene attraverso i media che agiscono come mediatori tra il pubblico di massa e i funzionari eletti. I professionisti della comunicazione dei media trasmettono informazioni, valori e diversi punti di vista al pubblico affinché avvenga un'efficace deliberazione pubblica» (Gastil J., 2008, *Comunicazione politica e deliberazione*, pp. 43-76). L'informazione sulle policy è cruciale per le democrazie contemporanee, come sostiene Floridia, in quanto «la qualità di una democrazia non si situa solo nei suoi aspetti procedurali, ma anche nella qualità dei discorsi pubblici che accompagnano le decisioni» (FLORIDIA A., 2012, *La democrazia deliberativa: teorie, processi e sistemi*, Roma, Carocci; è stata citata da: POMATTO G., SEDDONE A., 2016, “Carta stampata e mediated deliberation”, *Comunicazione politica*, n. 2, pp. 183-184).

Per indagare il rapporto tra politica e comunicazione e tra quest'ultima e le politiche, un ottimo punto di partenza è quello di analizzare lo stato dell'arte attraverso una rassegna sistematica della letteratura su questo argomento. La rassegna della letteratura è senza dubbio uno strumento efficace per individuare – fino al momento attuale – gli argomenti affrontati, quelli maggiormente ricorrenti,

---

legata all'andamento di tre flussi tra loro indipendenti: quello dei problemi, quello delle soluzioni e quello degli eventi politici

in che ottica essi sono stati analizzati, individuare se ci sono delle aree geografiche in cui si sono sviluppate maggiormente le ricerche e in quale momento storico. Il compito specifico della rassegna della letteratura è quello di selezionare, valutare e riassumere ricerche e studi che si sono occupati di un'intera materia o di uno specifico aspetto di essa producendo una sintesi quanto più efficace possibile (<https://www.agingproject.uniupo.it/glossario/revisione-sistematica/#:~:text=Una%20revisione%20sistematica%20%C3%A8%20uno,que sito%20clinico%20o%20intervento%20sanitario.>). Affinché la revisione sia effettivamente utile per rispondere all'interrogativo di partenza, nel caso del rapporto tra politica, politiche e comunicazione, è necessario condurre una ricerca che presenti i caratteri della scientificità. La ricerca deve obbligatoriamente essere scientifica e a tal fine è obbligatorio seguire una metodologia chiara e precisa. Il fatto che la rassegna sia denotata dalla scientificità costruisce un vantaggio sia per il ricercatore che esegue lo studio, in quanto eseguirà il proprio lavoro con rigore assicurando in questo modo la validità dei dati isolati, sia per coloro che si appresteranno alla lettura, in quanto si troveranno ad analizzare un documento di immediata comprensione.

Più in generale, comunque, l'analisi della letteratura precedente è uno degli step fondamentali da compiere quando ci si appresta ad interfacciarsi ad una nuova ricerca.

## **1.2 Metodologia**

Allo scopo di garantire una ricerca chiara e precisa per effettuare la rassegna della letteratura, utilizzerò una versione ridotta del metodo PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses). Tale metodo è costituito da una «checklist di 27 items che ha l'obiettivo di migliorare il reporting di revisioni sistematiche e meta-analisi» (PRISMA Italian Statement, Evidence, p. 3 <https://prisma-statement.org/documents/PRISMA%20Italian%20Statement.pdf>). Inoltre, «il PRISMA si focalizza sulle modalità con cui gli autori possono garantire un report trasparente e completo di revisioni sistematiche e meta-analisi» (<https://www.evidence.it/articoli/pdf/e1000115.pdf>). Il riferimento bibliografico del metodo PRISMA è Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., & Altman, D. (2009), Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA

statement, *Annals of Internal Medicine*, 6(6), 2642–2669.

Nel caso in questione, gli items individuati sono meno di 27, ma è necessario comunque stabilire una scaletta con i passi in ordine cronologico che si intende compiere.

Il primo passo necessario, allora, è quello di definire le domande di ricerca che, fungano da guida per l'analisi dei testi. In particolare, quella seguita in questo lavoro, e a cui si cerca di dare una risposta, è: *come viene utilizzata la comunicazione nella politica?* Con questo quesito si intende capire il legame tra comunicazione e politica; detto in altri termini, quando il campo della comunicazione e quello della politica si uniscono, l'attenzione maggiore si sofferma sulla politica intesa come *politics* o come *policy*?

Il passo successivo da compiere è quello di scegliere dove e come, o meglio, il luogo e la modalità in cui si ritiene più consono reperire il materiale da analizzare. Non si tratta di una scelta da sottovalutare, in quanto questi documenti forniscono solo un punto di partenza per il ricercatore. È da essi, infatti che gli studiosi inizieranno a conoscere meglio il tema con la finalità di aggiungere il proprio contributo in materia. Inoltre, individuare la fonte adatta da cui reperire le informazioni è molto importante in quanto da essa dipende anche l'imprinting strutturale che si darà alla ricerca stessa.

Nel mio caso ho utilizzato il database online *Scopus*<sup>2</sup> che garantisce un'ampia reperibilità di articoli scientifici. *Scopus* è sicuramente uno strumento utile, in quanto consente di effettuare delle ricerche mirate attraverso la loro delimitazione tramite parole chiave e filtri. In aggiunta, vanta alcuni pregi che lo rendono fruibile anche dagli utenti meno esperti con la ricerca scientifica, come, ad esempio, un'interfaccia facilitata e gli stessi sopraccitati filtri e parole chiave che permettono di poter isolare il campo di indagine in base alle proprie preferenze. Altra caratteristica importante è l'accessibilità integrale e senza restrizioni alla

---

<sup>2</sup> Scopus è un database di abstract, articoli, citazioni e letteratura accademica che ricopre un'ampia varietà di discipline. Una delle finalità per il quale è stato progettato è proprio quella di soddisfare le esigenze degli studenti in ambito accademico. Utilizzando strumenti di analisi sofisticati genera risultati precisi. È stato creato dalla casa editrice Elsevier nel 2004. Elsevier NV è una casa editrice olandese che opera principalmente in campo medico e scientifico.

<https://www.scopus.com/home.uri>

lettura dei testi di molti articoli grazie alla licenza di Open Access<sup>3</sup>. Il fatto che non tutti gli articoli presenti nel database siano direttamente e integralmente disponibili per la lettura è un problema facilmente arginabile con l'aiuto di *Galileo Discovery*<sup>4</sup>, database di ricerca a cui tutti gli studenti dell'Università degli Studi di Padova hanno libero accesso. Grazie al collegamento diretto tra il primo e il secondo, mediante l'account istituzionale dell'Università, la ricerca può essere proseguita automaticamente. I due database uniti permettono quindi di avere sempre a portata di mano un vasto campo di ricerca senza doversi recare in una biblioteca.

Tornando più concretamente alla descrizione della metodologia seguita, le parole chiave che ho utilizzato all'interno del database *Scopus* per creare il corpus di articoli sono state: “*communication*”, “*media*” e “*policy*”. La scelta di utilizzare termini in lingua inglese non è casuale, ma è finalizzata a trovare la maggior quantità possibile di materiale da analizzare essendo l'inglese la lingua franca. Questo modo di strutturare la ricerca ha permesso di individuare 9.325 articoli. Si tratta di un numero considerevole che permette di considerare inclusa un'ampia quantità di temi riguardanti la materia analizzata. Allo stesso tempo, però, è impensabile procedere con una mole così cospicua di pubblicazioni se si vuole condurre un'analisi sistematica ed efficace. A questo fine, allora, si rivelano utili i filtri a cui si è fatto cenno in precedenza. Tramite questi ultimi, il database permette di isolare e circoscrivere i risultati sotto molti punti di vista, come l'area di ricerca, la fase di pubblicazione del materiale, ulteriori parole chiave, la lingua di pubblicazione e il periodo di ricerca.

Nel caso in questione, la ricerca è stata limitata a:

- La sola area sociale

---

<sup>3</sup> Si tratta di un'espressione inglese traducibile in “Accesso libero” che indica la libera disponibilità online di contenuti digitali. Open Access non si limita a consentire la lettura di un documento, in quanto un autore che decide di pubblicare il proprio lavoro in questo modo autorizza chiunque a riprodurlo, utilizzarlo, distribuirlo, mostrarlo pubblicamente e a produrre e distribuire lavori da esso derivati

<sup>4</sup> Galileo Discovery è lo strumento che, come chiaramente spiegato nel sito internet del Sistema bibliotecario di Ateneo dell'Università degli Studi di Padova, mette a disposizione con una sola ricerca tutte le risorse disponibili alla stessa Università riguardanti un particolare tema sia in formato cartaceo che digitale.

[https://galileodiscovery.unipd.it/discovery/search?vid=39UPD\\_INST:VU1](https://galileodiscovery.unipd.it/discovery/search?vid=39UPD_INST:VU1)

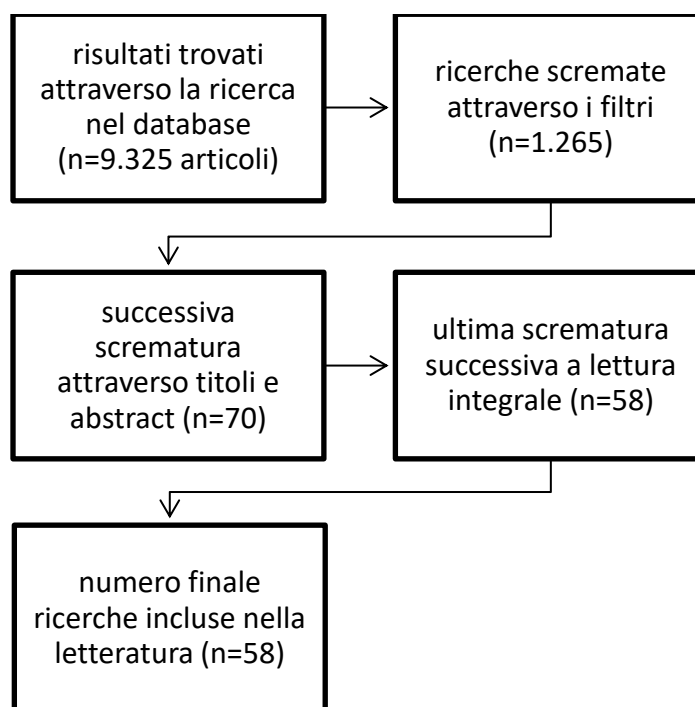
- Gli articoli già pubblicati, escludendo quindi quelli ancora in fase di pubblicazione
- La lista di parole chiave “*human*”, “*social media*”, “*communication*”, “*mass media*”, “*policy*”, “*public policy*”, “*mass communication*”, “*policy communication*”, “*communications media*”, “*media policy*”, “*social policy*”
- La lingua inglese

Questa operazione ha permesso di isolare 1.265 elementi, eliminando così 8.060 articoli. Ho deciso di non limitare la ricerca ad un periodo cronologico preciso in modo da poter osservare il momento esatto a partire dal quale gli studiosi si sono interessati per la prima volta al tema ‘comunicazione e politiche’.

Per realizzare un’ulteriore scrematura, il passo seguente è stato quello di leggere i titoli e gli abstract di ciascun articolo individuato. Questa lettura è finalizzata, in particolare, ad individuare solo ciò che potenzialmente, a partire in primis dal titolo, potesse rispondere alle domande di ricerca. In particolare, sono stati esclusi tutti i brani doppi – ossia quelli che il *database* aveva selezionato più volte – e quelli che presentavano riferimenti alle parole chiave *communication*, *media* e *policy* senza però una vera attinenza al tema ‘comunicazione e politiche’. Questa procedura è stata fruttuosa, in quanto ha permesso di identificare 70 articoli, un numero decisamente più ridotto per poter procedere ad una più attenta lettura.

L’ultimo passo è stato quello di leggere interamente i 70 articoli che sono stati nuovamente scremati sulla base dell’effettiva pertinenza ai temi analizzati. Il numero finale di documenti rimasti è 58. La *figura 1.1* illustra schematicamente l’intero processo eseguito.

**Fig. 1.1 Diagramma di flusso PRISMA<sup>5</sup>**



Fonte: adattato da Moher et al. (2009)

Ogni articolo individuato attraverso la ricerca su Scopus è stato riassunto e catalogato in una tabella organizzata in modo da individuare agevolmente il titolo, il tema, gli autori, l'anno e il luogo di pubblicazione. La *tabella 1.1* affianca titolo dell'articolo di ricerca e tema trattato.

**Tab. 1.1 Temi trattati dai 58 articoli presi in esame**

Titolo articolo	Tema trattato
Are public service media distinctive from the market? Interpreting the political information environments of BBC and commercial news in the UK	Analisi comparativa del contenuto delle notizie prodotte dalle emittenti del servizio pubblico britannico e dai media orientati al mercato
Policy or person? What voters want from their representatives on Twitter	Indagine sulle preferenze dei cittadini dell'utilizzo di Twitter come social media
The Art of the Spiel: Analyzing Donald Trump's Tweets as Gonzo Storytelling	Analisi dell'uso di Twitter da parte di Trump durante le presidenziali del 2016
The challenges of public service broadcasting:	Analisi del servizio di radiodiffusione

<sup>5</sup> Questa rappresentazione grafica vuole essere un modo per riprendere il *cd Prisma Statement*, acronimo di Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses. Questo schema, tuttavia, non può essere considerato una riproduzione del metodo Prisma, non essendo costituito dagli elementi precisi che caratterizzano quest'ultimo e quindi ha solo la finalità di accompagnare il lettore della revisione in una lettura chiara e immediata del percorso intrapreso.

A study of the Empresa Brasil de Comunicação	pubblica del Brasile
Disinformation as a Threat to Deliberative Democracy	Questo articolo si basa su approcci sistemici alla democrazia deliberativa per caratterizzare le principali vulnerabilità delle piattaforme dei social media sfruttate dagli attori della disinformazione
The internet and public policy: future directions	Raccolta di contributi in merito alle direzioni future sulla discussione di Internet e delle politiche pubbliche
Analysing the tweets to examine the behavioural response of Indian citizens over the approval of nation education policy 2020	Analisi dei tweet per comprendere le risposte comportamentali dei cittadini indiani nei confronti della politica educativa nazionale
Does the medium matter? Linking citizens' use of communication platform for information about urban policies to decision to trust in local government	Indagine sulle implicazioni per il governo dell'utilizzo dei social
Gender politics online? Political women and social media at election time in the UK, USA and New Zealand	In ottica comparativa l'articolo indaga se le donne abbiano maggiore possibilità di dire la propria in campo politico rispetto al "mondo reale"
Social marketing applications in public policy programs: learning and applications	Questo documento mira a sostenere la pratica dei principi del marketing sociale per aiutare il contesto delle politiche pubbliche
What is there in a Like? Political Content in Facebook and Instagram in the 2019 Valencian Regional Election	Il documento esamina i post su Facebook e Instagram dei principali partiti politici valenciani e dei rispettivi leader in campagna elettorale
Pans Versus Political Priorities: Lessons from Municipal Election Candidates' Social Media Communication	Connessione tra uso dei social media e livello di governo locale
The turn to regulation in digital communication: the ACCC's digital platforms inquiry and Australian media policy	Panoramica dell'indagine sulle piattaforme digitali della Commissione australiana per la concorrenza e i consumatori (ACCC)
Human development and advocacy journalism: Analysis of low editorial coverage in Pakistan	Esamina la copertura del giornalismo di advocacy sulle questioni dello sviluppo umano rispetto ad altre questioni nei contenuti dei principali giornali pakistani e indaga sui



	fattori che stanno alla base di questo spazio inadeguato
Analyzing and Visualizing Government-Citizen Interactions on Twitter to Support Public policy making	Twitter come strumento di connessione tra Governo e cittadini
The dynamics of political incivility on Twitter	Resoconto delle interazioni incivili tra politici e cittadini su Twitter
Combating misinformation online: Reimagining social media for policy-making	Analisi finalizzata a superare la disinformazione attraverso politiche pubbliche
Political communication modi style: A case study of the demonetization campaign on twitter	Utilizzo di Twitter da parte del primo ministro indiano Narendra Modi durante le campagne elettorali 2014 e 2019
Mediatisation in Twitter: an exploratory analysis of the 2015 Spanish general election	Analisi dei contenuti diffuse su Twitter durante la campagna elettorale spagnola del 2015
Tracking the Coverage of Public Policy in Mass Media	Analisi della copertura nei mass media delle policies
Facebook as an instrument of election campaigning and voters' engagement: Comparing Czechia and Poland	Esamina e confronta il carattere e le determinanti del coinvolgimento degli utenti di Internet nella comunicazione dei partiti politici nelle campagne elettorali parlamentari del 2013 e del 2015 in Cechia e Polonia
Authoritarian communication on social media: The relationship between democracy and leaders' digital communicative practises	Confronto tra le pratiche comunicative nei social media tra leader autoritari e democratici
Institutionalization of media communications in social policy representation	Ruolo della comunicazione mediatica nella rappresentazione della politica sociale
The institutionalisation of social media in politics: Dynamics, applications, critiques and challenges	Discussione sulle dinamiche dei social in politica
When the watchdog neither barks nor bites: Communication as a power resource in media policy and regulation	Questo articolo si occupa dell'intersezione tra comunicazione e potere nel processo decisionale sui media
Agenda Setting through Social Media: the importance of incidental news exposure and social filtering in the digital era	Analisi sull'influenza dei media nell'impostazione dell'agenda
Not every is Election Day: a comparative analysis of eighteen election campaigns on	Analisi su come cambi il modo di comunicare dei politici su Facebook durante una

Facebook	campagna elettorale
Newspapers and cross-level communications on social media: A comparative study of Japan, Korea and Finland	Analisi su come gli stessi social media vengono percepiti e utilizzati in diversi contesti nazionali
Politicians & the public: the analysis of political communication in social media	Analisi su come i politici utilizzano i social media durante la campagna elettorale
The case of public involvement in transportation planning using social media	Fornire informazioni al pubblico attraverso i social in merito ad azioni pubbliche
Politicians and the Policy Agenda: Does use of Twitter by the US Congress direct New York Times content?	In questo articolo viene sostenuto che i social media migliorano le opportunità per i responsabili dell'agenda politica nel Congresso degli Stati Uniti di condividere informazioni con i giornalisti
The weapon of a new generation? Swedish civil society organizations' use of social media to influence politics	L'articolo esamina la portata e i fattori alla base dell'uso dei social media da parte delle organizzazioni della società civile per influenzare la politica rispetto alle strategie politiche non digitali
Social media and political communication in the 2014 elections to the European Parliament	Analisi della comunicazione politica durante la campagna elettorale per il Parlamento Europeo del 2014
Politics in 140 characters or less: campaign communications, network interaction and political participation on Twitter	Utilizzo di Twitter da parte di politici
Prospective journalism redux: the new life of political magazines in the digital age	Riflessioni di giornalisti sul futuro dei quotidiani e sull'uso degli strumenti digitali
When politics stifles policy. A research on how the media deal with public policies	Analisi sulla copertura mediatica delle politiche pubbliche
Media and evidence-informed policy development: the case of mental health in Australia	Analisi del ruolo dei media nell'influenzare il processo decisionale con riferimento alla salute mentale in Australia
Media coverage of smoke-free policies after their innovation	Analisi sulla copertura mediatica delle politiche antifumo dal 2006 al 2009
Media coverage of climate change in Russia: governmental bias and climate silence	Analisi su quali attori e fattori influenzano la copertura mediatica del cambiamento climatico in Russia
Elections and social media: An overview	Analisi della connessione tra le elezioni e i social

Political and developmental correlates of social media participation in Government: a global survey of National Leadership Websites	Questo studio esamina il modo in cui i governi nazionali utilizzano il Web per aumentare la trasparenza e coinvolgere i cittadini nei processi decisionali
Spin doctors and political news management: a rational-choice exchange analysis	L'articolo si occupa di tecniche finalizzate ad aumentare la copertura mediatica
Public service broadcasting as an object for cultural policy in Norway and Sweden: a policy tool and an end in itself	Questo articolo si concentra sulla retorica utilizzata dal servizio pubblico
Tweets and retweets: Twitter takes wing in government	Questo articolo studia il motivo per cui viene utilizzato Twitter dal governo
The policy sciences of social media	Analisi dell'impatto del social in campo politico
Different ways, same outcome? Liberal communication policy and development of public broadcasting	Analisi della politica di comunicazione
Free circulation of ideas as a means of communication in a political democracy	L'analisi esplora le opportunità e le sfide che i produttori di media, i politici e i cittadini devono affrontare in tema di "Libertà di espressione" e "Libertà di informazione".
Media policy silences: the hidden face of communications decision making	L'articolo si sofferma sugli aspetti meno visibili dell'azione politica nei media
Local mass media communications and environmental disputes: an analysis of press communication on the designation of the Tuscan Archipelago Nation Park in Italy	Ruolo dei mass media nelle politiche sulle questioni ambientali
Beyond the competent consumer: the role of media literacy in the making of regulatory policy on children and food advertising in the UK	Questo articolo si concentra sui modi in cui la figura del consumatore bambino è stata concettualizzata
Informing debate or fuelling dispute? Media communication of reconfiguration in Scotland's rural maternity care	Come i media si sono occupati di informare in merito alla riconfigurazione in Scozia dell'assistenza alla maternità
Frames and knowledge in mixed media: how activation changes information intake	Incentrato sull'effetto framing
Dissemination and dialogue in public sphere: a case for public service media online	Analisi sul ruolo dei media nel diffondere informazioni e facilitare il dialogo
Complexifying media power: a study of the	Progetto di ricerca su come i media

interplay between media and audience discourses on politics	funzionano come risorsa democratica per i cittadini in Danimarca
'Bridging the Ga' between EU politics and citizens? The European Commission, nation media and EU affairs in the public sphere	Ruolo della Commissione UE e dei media nel fornire informazioni
Are we expecting too much from print media? An analysis of newspaper coverage of the 2002 Canadian healthcare reform debate	Analisi degli effetti dei media in relazione alla riforma della copertura sanitaria in Canada
Media policy paradigm shifts: towards a new communications policy paradigm	Paradigmi della comunicazione e politiche dei media
Media, audience and policy perspectives in health broadcasting	Questo articolo valuta l'entità dell'unione tra i media elettronici, la politica del governo e il pubblico sulla copertura di argomenti sanitari

*Fonte: articoli database Scopus, tabella di mia elaborazione*

L'opera di schedatura è funzionale a definire diversi aspetti di rilievo.

In primo luogo, essa permette di condurre l'analisi della letteratura con ordine e sistematicità.

Si è di fronte ad una lista di argomenti sia molto generici, come il rapporto tra comunicazione e democrazia, sia molto specifici, come la copertura mediatica delle politiche antifumo. Sarà quindi necessario individuare delle categorie generali che inglobino dentro di esse anche le tematiche più specifiche in modo da procedere con un'analisi chiara.

In secondo luogo, la classificazione consente di capire, quali sono i temi trattati riguardo alla connessione tra politiche pubbliche e comunicazione. Inoltre, si può condurre una valutazione sui temi più ricorrenti e di conseguenza più studiati. Per fare questo ritorna necessario identificare dei macro-argomenti al fine di ricollegare ogni articolo ad uno solo di essi<sup>6</sup>. Questa operazione può essere svolta

---

<sup>6</sup> La classificazione può essere definita come la sistematizzazione in un ordine logico di una serie di fenomeni secondo un solo criterio determinato, ossia secondo una sola variabile. Per questo motivo è fondamentale che il criterio utilizzato sia rilevante in modo che i casi si distribuiscano in classe diverse. Secondo Mill, sono due le regole fondamentali da seguire nella classificazione: l'esclusività, ossia che ogni oggetto deve necessariamente appartenere ad una sola classe, e l'esclusività, che implica che le classi che scaturiscono dall'azione di classificazione devono comprendere tutti gli oggetti o le realtà assumibili entro il fenomeno generale che si sta studiando. Molto spesso si preferisce utilizzare la tipologia rispetto alla classificazione in quanto difficilmente i concetti politici si prestano ad essere distinti in base ad un solo criterio. La tipologia, infatti, è una classificazione multidimensionale, detto in altri termini, una classificazione che utilizza più di un criterio distintivo.

agilmente grazie alla lettura dell'abstract che consente di isolare velocemente le parole chiave.

In terzo luogo, dà la possibilità di tracciare il contesto di riferimento, sia dal punto di vista geografico che dal punto di vista temporale. In altri termini, permette di disegnare una mappa evidenziando le aree maggiormente interessate da questi studi e una linea del tempo che individua la data di inizio e il periodo di maggiore sviluppo quantitativo delle ricerche. D'altronde lo scopo di partenza e della stessa revisione della letteratura è capire quali siano gli argomenti su cui gli studiosi si sono concentrati studiando la connessione tra policy e comunicazione, come hanno operato, in quali luoghi siano state svolte le ricerche (*tab. 1.2*) e a partire da quando (*fig. 1.2*).

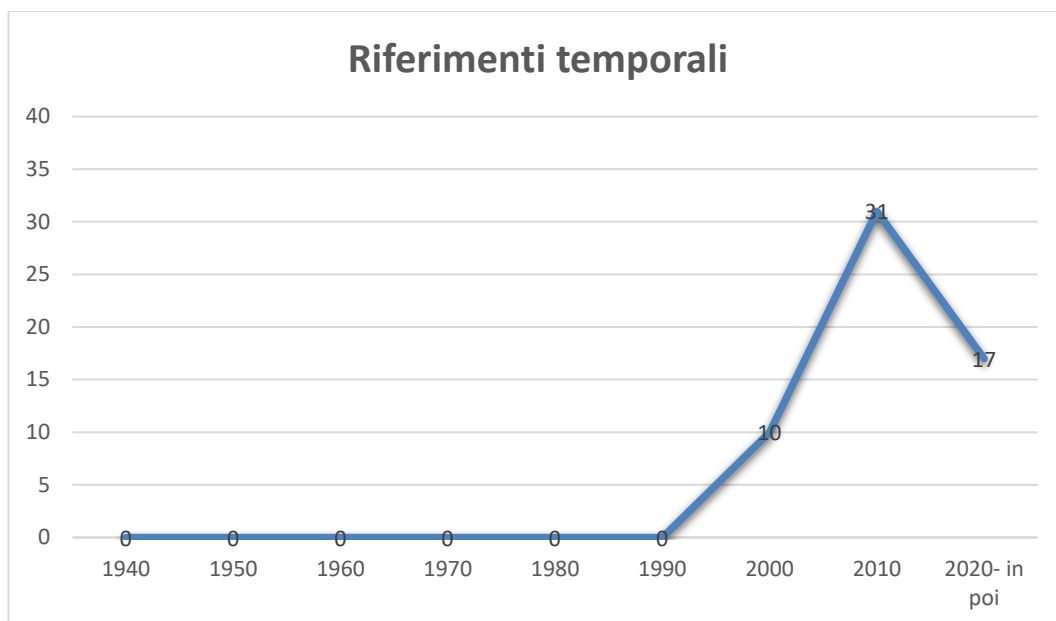
**Tab. 1.2 Riferimenti geografici degli articoli presi in esame**

Stato di riferimento dell'articolo	Numero di articoli
Regno Unito	11
Svizzera	2
USA	13
Canada	4
India	3
Spagna	3
Australia	3
Germania	2
Argentina	1
Cipro	1
Russia	1
Indonesia	1
Italia	4
Giappone	1
Svezia	1
Turchia	1
Norvegia	2
Estonia	1
Danimarca	1
Paesi Bassi	2

*Fonte: dati da Scopus, tabella di mia elaborazione*

Dalla presente tabella emerge chiaramente la predominanza degli studi svolti nell'area anglo-americana.

**Fig. 1.2 Grafico anni di riferimento degli articoli presi in esame**



Fonte: dati da Scopus, grafico di mia elaborazione

L'andamento crescente negli ultimi decenni è molto chiaro e il trend in negativo della presente decade è facilmente giustificabile dal fatto che gli anni che si possono prendere in considerazione sono limitati.

### 1.3 Risultati

Dall'analisi dei 58 articoli sono emerse alcune tematiche ricorrenti:

- analisi dell'utilizzo dei social da parte dei politici/partiti, in particolare di Twitter; gli articoli con riferimenti a questo tema sono, infatti, 23
- connessione tra social media e campagna elettorale, con riferimenti in 9 articoli
- analisi della copertura mediatica, con riferimenti in 12 articoli
- servizio pubblico radiotelevisivo, con riferimenti in 3 articoli
- le fasi del ciclo di policy, con riferimenti in 4 articoli
- il livello di disinformazione e strategie per combatterla, con riferimenti in 6 articoli

Dei macro-argomenti indicati, sicuramente quello che prevale riguarda la connessione tra la politica e i social media, in primis tra questi ultimi *Twitter*, seguito a distanza da *Facebook*. Questo tema occupa infatti il 40% degli articoli individuati. *Twitter* emerge come il social prediletto dalla classe politica grazie al

suo caratteristico format basato sui cd cinguettii da 140 caratteri. Quest'impostazione permette ai politici di interagire direttamente con i propri elettori in modo semplice e immediato. L'uso dei social network viene analizzato in particolare durante i periodi delle campagne elettorali in quanto essi assolvono sempre più frequentemente la funzione di mezzo per diffondere rapidamente la propria opinione sui temi caldi del momento. Altra ragione della loro centralità deriva dal fatto che possono essere definiti anche come uno strumento di raccolta del consenso.

Ciò che emerge chiaramente è che solo una piccolissima parte di questi articoli si sofferma ad indagare la materia della copertura mediatica delle politiche pubbliche, essi, infatti, sono solo circa il 12%. Si tratta di una considerazione molto importante ai fini della presente indagine e che pertanto merita di essere analizzata in modo più approfondito.

Per quanto riguarda la domanda di ricerca che ha guidato la presente rassegna della letteratura, grazie alla lettura e all'analisi dei 58 articoli, è possibile, quindi, concludere quanto segue.

In primo luogo, per capire lo stato dei rapporti tra comunicazione e *policy* è fondamentale fare delle considerazioni in merito ai temi che ricorrono maggiormente. Ad emergere chiaramente è la netta predominanza degli articoli che trattano la politica in quanto *politics* rispetto alla politica come *policy*. La tendenza, quindi, è quella di indagare e informare prevalentemente in merito all'arena di potere piuttosto che sui tentativi messi in atto per cercare di far fronte ai problemi di interesse pubblico.

In secondo luogo, i risultati messi in luce finora sono tendenzialmente in linea con quanto sostenuto da Bobbio e Roncarolo nella loro opera *I media e le politiche* (2015). Essi, infatti, riassumono con poche e semplici parole quello che è lo stato dell'arte in materia. Utilizzando un'espressione di Voltmer e Koch-Baumgartner, gli autori affermano che «la letteratura esistente sulla relazione tra media e politiche pubbliche è frammentaria e offre un quadro abbastanza incoerente» (VOLTMER K., KOCH-BAUMGARTNER S., 2010, *Public Policy and the Mass Media*, in Koch-Baumgartner e Voltmer [2010a, 1-13]). In particolare, i due studiosi italiani nel loro lavoro individuano due distinti filoni di indagine che rispondono ad



altrettante domande diverse. Il primo è formato da ricerche che si interrogano sull'influenza che i media esercitano sulle politiche pubbliche. Il focus in questo caso è incentrato sul comprendere se i media possano essere considerati attori del policy making. In riferimento a questo aspetto essi ipotizzano l'influenza dei media soprattutto sulla fase di framing, cioè di definizione dei problemi di policy, sulla fase di formazione dell'agenda e sulla fase di formulazione dei contenuti delle politiche. Il secondo filone di ricerca si interroga se e in che misura i media riescano ad informare il pubblico sulle ragioni per le quali vengono adottate le politiche, sulle controversie che le circondano, sulle teorie causa-effetto su cui si basano e sugli effetti che determinano o che ci si aspetta che esse determinino. In questo caso l'analisi è rivolta ad indagare se i media siano in grado o meno di aiutare i propri fruitori a formarsi un'opinione. A differenza del primo ambito decisamente più diffuso, questo secondo filone d'indagine, a detta di Bobbio e Roncarolo, si trova in uno stato potenziale e quindi ancora poco sviluppato (Bobbio, Roncarolo, 2015, pp. 20-23).

Dello stesso avviso sono anche Pomatto, Maggiolini e Seddone (2013) che nella loro opera affermano che «il cuore della comunicazione politica ha sinora prevalentemente indagato il rapporto tra media e sistema politico-elettorale» (Pomatto, Maggiolini, Seddone, 2013, p. 365). A quest'affermazione essi aggiungono, che, allo stesso tempo si è di fronte ad un primo approccio allo studio della relazione tra media e politiche pubbliche, ma che questo si limita a considerare solo le fasi iniziali del ciclo di policy, quali l'ingresso in agenda di un problema e l'adozione di una decisione.

Nel capitolo seguente la volontà di indagare la connessione tra politiche pubbliche e comunicazione verrà analizzata soffermandosi esclusivamente sulla carta stampata. Si tratta di una scelta praticata anche da Bobbio e Roncarolo, i quali hanno condotto la propria ricerca nella stampa quotidiana in quanto considerano quest'ultima «il medium che consente l'informazione meno sincopata e più distesa» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 30).

In particolare, all'interno dell'analisi più generale che vuole prendere in considerazione anche la logica dei media di per sé, il focus verterà principalmente

sul caso italiano<sup>7</sup>, considerabile come un esempio emblematico del trend fin qui evidenziato, ossia la maggiore attenzione che viene riservata alla politica rispetto alle politiche pubbliche dando adito così alla sottomissione operata da molti di queste ultime alla prima.

---

<sup>7</sup> Esempio del *cd giornalismo pluralista-polarizzato*, uno dei tre modelli di giornalismo delineati da Hallin e Mancini

## CAPITOLO II

### Le politiche pubbliche sui media

#### 2.1 La logica dei media

Espressioni come *mass media*, mezzi di informazione o mezzi di comunicazione di massa derivano dal termine latino *media*, plurale di *medium*, che significa propriamente “mezzo, centro, compromesso”. I mezzi di comunicazione possono, quindi, essere definiti come degli strumenti che si collocano tra il soggetto che trasmette un messaggio e colui che lo riceve. Quando al sostantivo *media*, ripreso dalla lingua inglese, viene aggiunto l’aggettivo inglese *mass*, il quale denota un fenomeno che riguarda un numero elevato di cose o persone, si intende un mezzo in grado di veicolare informazioni ad un vasto pubblico. Il Vocabolario Treccani<sup>8</sup> definisce l’espressione *mass media* come «l’insieme dei mezzi per diffondere e divulgare messaggi di diverso valore a un pubblico anonimo, indifferenziato e disperso<sup>9</sup>». Tali mezzi si caratterizzano per l’utilizzo di tecniche di trasmissione di natura diversa, che comprendono la scrittura, la radio, la stampa, la televisione, i sistemi elettronici, i dischi e il cinema; tutti metodi che hanno un grande impatto nelle collettività.

Come si è sottolineato nel corso del primo capitolo<sup>10</sup>, i media nella loro opera di informazione, utilizzano una logica propria, alla quale si fa riferimento attraverso l’espressione *media logic*. Detto in altri termini, la pratica della costruzione dell’informazione si articola secondo la *cd media logic*. Questo significa, concretamente, che, come affermano Belluati, Gargiulo e Seddone (2015) in Bobbio, Roncarolo (A cura di) *I media e le politiche. Come i giornali raccontano le scelte pubbliche che riguardano la vita dei cittadini*, i media nella narrazione di una *issue* enfatizzano e in particolare spettacolarizzano<sup>11</sup> alcuni aspetti del fenomeno a tal punto che a volte possono distorcere il senso generale del fatto o

---

<sup>8</sup> Il Vocabolario Treccani è un valido e famoso dizionario della lingua italiana, edito dall’Istituto dell’Enciclopedia Italiana e la prima pubblicazione risale al 1994

<sup>9</sup> Definizione rinvenibile al seguente link [https://www.treccani.it/enciclopedia/mass-media\\_%28Dizionario-di-Storia%29/](https://www.treccani.it/enciclopedia/mass-media_%28Dizionario-di-Storia%29/)

<sup>10</sup> Pagina 3

<sup>11</sup> Si parla sempre più spesso della spettacolarizzazione della politica, intendendo con questa espressione l’assunzione da parte della politica delle caratteristiche che contraddistinguono il luogo dove si svolge uno spettacolo; Treccani

dell'informazione. Lo scopo dell'utilizzo dell'enfasi e della spettacolarizzazione è proprio «quello di rendere la trattazione dei fatti affine e conforme alle logiche dei media» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 111).

All'interno della logica seguita dai mezzi di informazione rientra anche il tema della lingua; essi, infatti, essendo fruiti da un numero molto ampio di persone, le quali presentano peculiarità molto diverse tra di loro, richiedono necessariamente un linguaggio semplice ed immediato, argomentazioni semplici e la sopracitata tendenza alla spettacolarizzazione. Tutti questi requisiti concorrono all'obiettivo di ampliare il più possibile il bacino di utenza, catturando l'attenzione anche degli spettatori meno interessati. Questa tendenza può essere osservata ancora di più se si abbandonano i termini generali dell'informazione comune e ci si addentra nel campo dell'informazione politica, e in particolare, in quello della trattazione delle politiche pubbliche. È innegabile che la comunicazione delle *policy* e del *policy making* sia fatta e basata su molti tecnicismi che possono risultare di difficile comprensione ai più, ma la funzione divulgativa dei media, anche in campo politico, è fondamentale, in primis, per «far capire ai cittadini quello che i governi fanno, sulla base di quali ipotesi lo fanno e con quali conseguenze» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 181). Come sostengono però, giustamente Bobbio e Roncarolo, il rischio di questa logica tesa alla semplificazione e spettacolarizzazione, è quello di «scadere in trattazioni troppo riduttive e banalizzanti» (2015, p. 111). Questo discorso vale se si prende come punto di riferimento la visione dei *policy makers*, ossia di chi fa le politiche pubbliche. Mentre, questo non vale se si adotta la visione di coloro che operano nei media, in quanto essi seguono la *media logic*.

Altri concetti fondamentali quando si parla di *media logic*, oltre a quello di spettacolarizzazione, sono quelli di eccezionalità e di rilevanza pubblica. La prima indica l'unicità e singolarità di un fatto e/o evento; la seconda, invece, indica che si tende ad assicurare ampia visibilità a quei fatti che godono di notevole importanza a livello pubblico.

Una forte connessione che si stabilisce è quella che unisce media e attori che prendono parte al *policy cycle*. Questo in quanto gli attori si rendono maggiormente visibili quando enfatizzano gli aspetti controversi o quelli originali

e questo sollecita l'attenzione dei media, i quali saranno più propensi ad inserire nella programmazione i loro discorsi e i loro argomenti (Bobbio, Roncarolo, 2015, p.137).

## 2.2 Le caratteristiche delle notizie

I giornali sono sicuramente una delle forme di *mass media* più diffuse e conosciute grazie anche alla loro lunga storia. Secondo l'Enciclopedia Treccani<sup>12</sup>, il primo quotidiano è stato pubblicato a Lipsia, in Germania, nel 1660; Lipsia all'epoca era una città nota per essere un grande centro culturale e commerciale. Un'altra nazione fondamentale per lo sviluppo e la crescita del giornalismo moderno, soprattutto per i miglioramenti che ha apportato alle vie di comunicazione e alle tecniche tipografiche, è stata l'Inghilterra della post Rivoluzione Industriale.

Dalla stampa a caratteri mobili<sup>13</sup>, introdotta dal tedesco Gutenberg nel corso del Quattrocento, ai quotidiani online che denotano i tempi attuali, la strada percorsa è stata tanta, le innovazioni sono state molteplici e con esse è cambiato anche il pubblico che ha fruito e fruisce delle notizie. I giornali, infatti, inizialmente erano letti principalmente dalla classe borghese, aspetto che con il passare del tempo è venuto meno, in quanto essi si sono diffusi trasversalmente alle classi sociali. Attualmente, però, essi stanno conoscendo un periodo di declino, in particolare a causa della nascita di nuovi mezzi di comunicazione, quali la televisione e i canali informativi online, che sono diventati egemoni nel mondo della stessa informazione.

Essendo i quotidiani parte della grande famiglia dei *media*, anch'essi seguono le regole della *media logic*. Spettacolarizzazione, semplificazione, enfasi e facilitazione della comprensione sono quindi le parole d'ordine che i giornalisti devono seguire.

---

<sup>12</sup> [https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale\\_%28Enciclopedia-dei-ragazzi%29/#:~:text=Il%20primo%20quotidiano%20della%20storia,della%20guerra%20e%20del%20mondo.](https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale_%28Enciclopedia-dei-ragazzi%29/#:~:text=Il%20primo%20quotidiano%20della%20storia,della%20guerra%20e%20del%20mondo.)

<sup>13</sup> La stampa a caratteri mobili è una tecnica di stampa basata su degli elementi mobili che permettono di riprodurre testi su un supporto di carta. È stata introdotta verso la metà del Quattrocento in Europa da Gutenberg, mentre nel continente asiatico veniva già utilizzata dall'inizio del secolo grazie all'opera dell'inventore cinese Bi Sheng [https://it.wikipedia.org/wiki/Stampa\\_a\\_caratteri\\_mobili](https://it.wikipedia.org/wiki/Stampa_a_caratteri_mobili)

Come ricordano Belluati, Gargiulo e Seddone (2015), un concetto fondamentale quando si parla di logica dei media è quello di selettività. Questo perché, alla base del funzionamento dei media, c'è un processo di selezione che opera in prima battuta sui contenuti che meritano di diventare notizia. I fatti, per essere scelti e raccontati in articoli, devono avere, secondo i tre autori, potenzialità di sviluppo narrativo ed implicazioni all'interno del contesto geografico e politico di riferimento. In particolare, «uno degli elementi che guidano la scelta delle notizie è dato dal grado di divergenza rispetto a una *routine*» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 112), ossia quanto esse si discostano rispetto a dei comportamenti abituali e socialmente condivisi. Un'altra caratteristica che fra tutte determina la 'notiziabilità' o meno di un evento è il suo grado di conflittualità. Questo significa che «più un fatto ha al proprio interno un elevato tasso di contrapposizione sistemica, più è facile che rientri tra quelli selezionabili in base alla logica della spettacolarizzazione» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 112). L'aggettivo 'sistemico' fa riferimento, come dice il termine stesso, ad un sistema; nel caso in questione, quindi, la contrapposizione sistematica indica una conflittualità nel sistema. Se si adotta questa logica della conflittualità anche nel campo delle politiche pubbliche, ne deriva che, più una *policy* è caratterizzata dal conflitto tra parti sociali, più allora sarà lo spazio di copertura mediatica che le verrà concessa.

Altra peculiarità dei media è quella che, accanto alle informazioni, essi «presentano delle inclinazioni valutative e interpretative delle notizie» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 113). Questo significa che i media svolgono una funzione di orientamento cognitivo dei lettori, che viene definito *framing*. Quest'ultimo è il fenomeno in base al quale uno stesso contenuto, può essere presentato attraverso 'cornici' diverse, ossia può essere inquadrato attraverso prospettive differenti l'una dall'altra. Quindi chi riceve l'informazione la vedrà secondo la prospettiva utilizzata da chi inquadra l'evento. Ne deriva che *l'effetto framing* ha un grande un grande impatto sulla comunicazione e sull'elaborazione delle informazioni.

Il primo autore ad aver introdotto il concetto di *frame* è stato Goffman<sup>14</sup> negli anni 70 del Novecento nella sua opera di riferimento *Frame Analysis* e lo ha definito

---

<sup>14</sup> Erving Goffman è stato un importante sociologo del Novecento e nella sua opera *Frame Analysis* sostiene un aspetto molto importante, ossia che la realtà non è unitaria, ma che è formata da un insieme di livelli che chiama appunto frames

come una cornice cognitiva, un contesto di comprensione che incornicia le situazioni sociali attribuendo loro un senso. Come spiegano McCombs e Shaw (McCOMBS M., SHAW DL., 1972, *The Agenda-Setting Function of the Mass Media*, Public Opinion Quarterly, 36 citato da: BOBBIO L., RONCAROLO F., 2015, *I media e le politiche. Come i giornali raccontano le scelte pubbliche che riguardano la vita dei cittadini*, Il Mulino, p. 116), i *frames* possono essere distinti in *frames* primari e *frames* secondari. I primi definiscono la cornice di senso generale, mentre i secondi, forniscono un'articolazione più specifica e complessa dei *frames* primari.

Le implicazioni di questo processo di inquadramento cognitivo sono state rilevate e studiate in molti campi, quali la politica, il marketing, la psicologia, la sociologia e l'economia. Uno degli studiosi che si è occupato maggiormente di analizzare l'*effetto framing* nella sfera politica è stato Robert Entman<sup>15</sup>, che negli anni Novanta del Novecento ha studiato le modalità in cui una stessa notizia viene riportata da testate giornalistiche diverse attraverso *frame* diversi, e quindi, questo fa focalizzare l'attenzione su aspetti differenti dello stesso evento, favorendo nel lettore un'interpretazione a discapito delle altre. Questo effetto è molto visibile e frequente nella comunicazione politica perché porta a favorire una determinata ideologia o opinione e a distogliere l'attenzione da altri aspetti problematici. Se ne deduce che, come affermano Belluati, Gargiulo e Seddone, «l'informazione finale che arriva al cittadino è un mix tra ricostruzione dei fatti ed elementi cognitivi che ne orientano l'interpretazione generale» (2015, p. 113 a cura di Bobbio, Roncarolo, *I media e le politiche. Come i giornali raccontano le scelte pubbliche che riguardano la vita dei cittadini*).

L'affermare che l'interpretazione finale di un'informazione dipende da come quest'ultima viene inquadrata significa necessariamente riconoscere la grande influenza che detengono i comunicatori.

A livello di politiche pubbliche, quindi, gli orientamenti di *policy* possono essere ricostruiti indagando in merito a quale aspetto della *issue* viene riservata maggiore attenzione, quali sono i contenuti che vengono selezionati e qual è il *frame*

---

<sup>15</sup> Robert Entman, nato negli Stati Uniti nel 1949, è professore di media e affari pubblici, oltre che di affari internazionali alla George Washington University, università privata dell'omonima città

adottato dai media. Tutti questi elementi concorrono a definire la dimensione simbolica. Aspetto fondamentale da sottolineare, allora, è che sono proprio queste diverse cornici a influenzare maggiormente l'opinione pubblica e a determinare, in particolare, il posizionamento e il sostegno. Come afferma Norris, «la vera battaglia sui media si gioca non tanto nell'affermare il punto di verità, ma nell'imporre le cornici di senso che orientano una certa competizione» (NORRIS P., 2000, *A Virtuous Cycle? Political Communication in Post-Industrial Democracies*, Cambridge citato all'interno di: BOBBIO L., RONCAROLO F., 2015, *I media e le politiche. Come i giornali raccontano le scelte pubbliche che riguardano la vita dei cittadini*, Il Mulino, p. 116).

Dalle informazioni date appare ovvio che la logica dei media non coincide con quella delle politiche pubbliche. Queste ultime, infatti, sviluppandosi all'interno del *ciclo di policy*, richiedono un periodo di tempo lungo e un approccio analitico e attento. Di converso, la natura dei media, compresi i quotidiani, richiede un ritmo più incalzante e l'attenzione rimane focalizzata per su brevi periodi di tempo. I media, come ricordano i tre autori, «non si ritengono deputati a raccontare fedelmente e tecnicamente il processo tramite cui si costruisce una politica» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 148). Nell'informazione, infatti, «un approccio analitico ed esaustivo anestetizzerebbe il pubblico, facendo abbassare la soglia di attenzione» (*Ibidem*).

### **2.3 I modelli di giornalismo**

Una domanda utile, la cui risposta risulta fondamentale se si vuole adottare un'ottica di analisi comparativa, è quella che si chiede se esistano differenti tipi di giornalismo in base alla collocazione geografica o meglio, se esista un unico modello professionale di giornalismo valido ovunque. Hallin e Mancini hanno dedicato un'intera loro opera a questo specifico tema, per capire, in particolare, se sia possibile individuare diversi tipi di modelli di giornalismo in base al contesto politico in cui ci si trova. Come agevolmente suggerisce il titolo del loro volume, *Modelli di giornalismo. Mass media e politica nelle democrazie occidentali* (Hallin, Mancini, 2004), i due autori hanno impostato l'indagine focalizzandosi esclusivamente sul mondo occidentale, lasciando quindi scoperto un grande pezzo di mondo conosciuto. Più precisamente, al centro dell'analisi si trovano le



democrazie liberali dell'Europa occidentale, meridionale e del Nordamerica. L'obiettivo è, quindi, quello di indagare le conseguenze delle interrelazioni tra sistemi politici e sistemi di comunicazione nella vita democratica. A dire il vero, lo scopo di «capire se sia possibile individuare delle correlazioni stabili fra sistemi politici e sistemi di comunicazione e quindi delineare differenti modelli professionali di giornalismo che diano conto di queste stabili correlazioni» (Hallin, Mancini, 2004, p. V) non è un'idea originale dei due autori, in quanto questo tema aveva già in precedenza ispirato un grande classico degli studi sulla comunicazione di massa e sul giornalismo, *Four Theories of the Press* (Siebert et al., 1956). Nell'incipit di questo libro in questione, i tre ideatori si pongono una serie di domande, quali «perché la stampa è così com'è? Perché apparentemente serve a scopi così diversi e appare in forme così differenti nei diversi paesi? Perché, per esempio, la stampa dell'Unione Sovietica è così diversa dalla nostra, e la stampa argentina così differente da quella della Gran Bretagna?» (Siebert et al., 1956).

Tutte queste domande non fanno altro che sottolineare che in questo campo di ricerca è fondamentale condurre, come già affermato in precedenza, un'analisi comparata. Questo, in particolare, in quanto essa permette di comprendere le variazioni e le somiglianze tra due o più casi diversi. Al contrario, invece, come affermano Hallin e Mancini, «gran parte della letteratura sui media è fortemente etnocentrica, nel senso che si riferisce all'esperienza di un singolo paese, descritta in termini generali, come se il modello prevalente in quel paese fosse universale» (Hallin, Mancini, 2004, p. 6). Inoltre, l'analisi comparata permette di cogliere aspetti che in precedenza non erano emersi o che non erano stati catalogati, oltre che proteggere da generalizzazioni errate. Queste ultime sono figlie delle ipotesi che vengono formulate attraverso la comparazione. Un'ipotesi può essere definita come una relazione tra una condizione e il verificarsi di un fatto. Se nel corso dell'indagine, le ipotesi formulate vengono validate, portano gli studiosi a fare delle previsioni. Affinché un'analisi comparata sia valida ed attendibile è necessario utilizzare dei criteri rigorosi, oggettivi e costanti per tutto il corso della ricerca.

Nel caso in questione, Hallin e Mancini per rispondere alla loro domanda di

ricerca sull'esistenza di diversi modelli di giornalismo, impiegano quattro criteri che permettono loro di confrontare i sistemi di comunicazione dell'Europa occidentale e del Nordamerica (Hallin, Mancini, 2004, p. 23):

1. La struttura dei mercati dell'informazione, con un focus sullo sviluppo della stampa a circolazione di massa o sviluppo dei mercati della comunicazione
2. Il parallelismo politico, definibile come il grado e la natura dei legami tra media e partiti politici
3. Lo sviluppo della professionalità giornalistica
4. Il grado e la natura dell'intervento statale nel sistema di comunicazione

Per quanto riguarda il primo punto, come mostra la *Tabella 2.1*, si può affermare che, i livelli più alti di circolazione dei giornali sono tipici dell'Europa settentrionale, mentre i livelli più bassi caratterizzano l'Europa meridionale.

**Tab. 2.1 La diffusione dei quotidiani nel 2000**

Paese	Copie per 1000 ab.
Norvegia	719,7
Finlandia	545,2
Svezia	541,1
Svizzera	453,7
Regno Unito	408,5
Germania	375,2
Austria	374,3
Danimarca	347,1
Paesi Bassi	345,9
Stati Uniti	263,6
Canada	205,7
Irlanda	191,0
Francia	190,0
Belgio	186,5
Spagna	129,4
Italia	121,4
Portogallo	82,7
Grecia	77,5

Tabella 1: Fonte World Association of Newspapers (2001)

Come ben sottolineano Hallin e Mancini, «la distinzione non è solo nella quantità» (2004, p. 25), ma le differenze riguardano anche la natura del giornale, il modo attraverso il quale ci si relaziona con il pubblico e il ruolo dei quotidiani nel processo di comunicazione sociale e politica. Sinteticamente, si può affermare che il pubblico di riferimento dei quotidiani in Europa meridionale è l'élite urbana educata e attiva in campo politico, mentre la carta stampata del nord Europa e del nord America è contraddistinta da un target di riferimento più ampio, un pubblico di massa che non per forza è coinvolto nella vita politica.

Per quanto riguarda il tema del parallelismo politico, se lo si definisce come «il grado in cui i vari media riflettono diversi orientamenti politici nelle notizie di attualità, negli approfondimenti e nella sezione dedicata all'approfondimento» (Hallin, Mancini, 2004, p. 30), si possono distinguere le espressioni *pluralismo esterno* e *pluralismo interno*. Il primo è descrivibile come «la tendenza dei diversi

mezzi di comunicazione a riflettere punti di vista politici o ideologici distinti» (Hallin, Mancini, 2004, p. 30), mentre, con la seconda espressione, si fa riferimento «ai casi in cui i media non mostrano di avere orientamenti politici definiti» (Hallin, Mancini, 2004, p. 30). Nel parallelismo politico possono essere individuate una serie di componenti importanti, tra cui la presenza di un legame organizzativo tra i mezzi di comunicazione e i partiti politici o altre associazioni come i sindacati; l'inclinazione di coloro che lavorano nel settore dell'informazione a esercitare un ruolo attivo nella vita politica (Hallin e Mancini, p. 30).

Per quanto riguarda il terzo punto, quello dedicato alla professione giornalistica, Hallin e Mancini nella loro trattazione individuano tre criteri oggettivi che permettono di confrontare l'organizzazione della professione: autonomia, norme professionali distinte e giornalismo come servizio pubblico. La professionalizzazione si oppone per natura alla strumentalizzazione, la quale può essere definita come «il controllo dei media da parte di attori esterni – partiti, politici, gruppi sociali o movimenti o soggetti economici – che sono alla ricerca di influenza politica e quindi usano i media per intervenire nel mondo della politica» (Hallin, Mancini, 2004, p. 38). Quindi, in base a quanto detto, più i mezzi di comunicazione vengono strumentalizzati, più la professionalizzazione è bassa e i giornalisti sono privi di autonomia. Anche la professionalizzazione e il parallelismo politico sono connessi tra di loro, in quanto se quest'ultimo è presente in quantità rilevante, allora i media sono strettamente legati alle organizzazioni politiche, i giornalisti sono coinvolti nella politica e quindi la professionalizzazione è bassa.

Il quarto e ultimo criterio riguarda il ruolo dello Stato, il quale è sicuramente rilevante nel determinare gli aspetti centrali delle modalità di comunicazione. Analizzando i dati, si può comprendere che in molti paesi è lo Stato ad essere proprietario di agenzie di stampa o aziende legate alla comunicazione sia in maniera diretta che indiretta. Altri elementi che vengono adottati dalle nazioni per determinare la loro centralità nel settore dell'informazione sono l'adozione di sussidi e il campo normativo, il quale può comprendere leggi che regolano aspetti quali il segreto professionale dei giornalisti, la privacy, la diffamazione, la

competitività dei media, il contenuto delle trasmissioni e tanti altri aspetti in modo più o meno stringente. Questo fenomeno porta a mettere in atto una distinzione fra i sistemi di comunicazione liberali, nei quali l'intervento statale può essere qualificato come limitato e i media regolati dal mercato, e i sistemi con caratteristiche dirigistiche, nei quali lo Stato ricopre un ruolo di maggiore presenza per quanto concerne la proprietà, il finanziamento e la regolamentazione dei media stessi. Innegabile è che «lo Stato esercita sempre una funzione rilevante come fonte d'informazione con un enorme potere d'influenza sull'agenda della discussione pubblica» (Hallin, Mancini, 2004, p. 42).

Per rispondere alla domanda guida del paragrafo, ossia se esista un unico modello professionale di giornalismo o se se ne possano individuare molteplici in base al contesto politico di riferimento, è utile riprendere in considerazione il testo di Siebert, Peterson e Schramm (1956). Infatti, questa, pur essendo un'opera ormai datata, rimane un lavoro ancora rilevante nel campo degli studi della comunicazione di massa, in quanto agli autori bisogna riconoscere il merito di aver sostenuto una tesi che al giorno d'oggi non può che essere considerata come una verità oggettiva e assoluta, ossia che «la stampa prende sempre la forma e il colore delle strutture politiche e sociali all'interno delle quali opera» (Siebert, Peterson, Schramm, 1956, pp. 1-2). Questa strada tracciata dai tre studiosi è stata seguita anche da Hallin e Mancini a ben cinquant'anni di distanza, in quanto essi affermano che «non si possono comprendere i mezzi d'informazione senza comprendere la forma dello Stato, il sistema dei partiti politici, il modello dei rapporti fra interessi politici ed economici e lo sviluppo della società civile» (Hallin, Mancini, 2004, p. 12).

Hallin e Mancini rispondono al quesito sul quale hanno incentrato tutta la loro opera – si possono individuare diversi modelli di giornalismo a seconda dei diversi contesti politici? – proponendo tre differenti modelli di sistema d'informazione. Il primo è il *modello liberale* che caratterizza la Gran Bretagna, l'Irlanda e il Nordamerica; il secondo è quello *democratico-corporativo* che prevale nell'Europa continentale; ed infine, il terzo è quello *pluralista-polarizzato* tipico dell'Europa meridionale.

È bene precisare che essi costituiscono solo dei tipi ideali e che quindi il sistema

d'informazione di ogni paese li rispecchia solo sommariamente. Di conseguenza, ne deriva che, i paesi pur potendo essere raggruppati insieme nella medesima categoria possono presentare delle differenze anche considerevoli (Hallin e Mancini p. 15). I sistemi di comunicazione, infatti, sono eterogenei.

Inoltre, a questo, si può aggiungere che questi tre modelli non hanno la possibilità di catturare la piena complessità che caratterizzano i specifici sistemi di comunicazione di ciascun paese e delle relazioni tra le loro variabili.

Ai fini di esaminare successivamente il caso italiano, risulta conveniente mettere in luce quelle che sono le caratteristiche che contraddistinguono i tre diversi modelli di giornalismo.

Il *modello pluralista-polarizzato* o chiamato anche *mediterraneo*, e di cui fa parte anche l'Italia, si caratterizza per «una stampa d'élite con una diffusione abbastanza limitata e una corrispondente centralità dei media elettronici» (Hallin, Mancini, 2004, p. 67). Inoltre, la libertà di stampa è una conquista tardiva rispetto alle altre aree geografiche esaminate e i giornali sono economicamente marginali e bisognosi di sussidi. A conferma del fatto che si tratta di una stampa d'élite, si può affermare che i primi giornali erano strettamente legati all'aristocrazia. Un giornalista italiano, Enzo Forcella, in un suo saggio del 1959 dal titolo *Millecinquecento lettori*, ha esemplificato molto bene il fatto che «i giornali dei paesi mediterranei [...] sono sempre stati rivolti per la maggior parte a un'élite interessata alla politica» (citato in Hallin, Mancini, 2004, p. 86); egli, infatti, scrive:

Un giornalista politico, nel nostro paese, può contare su circa millecinquecento lettori: i ministri e sottosegretari (tutti), i parlamentari (parte), i dirigenti di partito, i sindacalisti, alti prelati e qualche industriale che vuole mostrarsi informato. Il resto non conta, anche se il giornale vende 300.000 copie. Prima di tutto non è accertato che i lettori comuni leggano le prime pagine dei giornali, e in ogni caso la loro influenza è minima. Tutto il sistema è organizzato sul rapporto tra il giornalista e quel gruppo di lettori privilegiati (Forcella, 1959, p. 451).

Altra peculiarità che contraddistingue questo modello è l'alto livello di parallelismo politico che comporta un interesse forte della stampa per la politica. Questo fa sì che ci si trovi di fronte ad un tradizionale giornalismo schierato e portato al commento, tanto che «l'impegno politico è diventato progressivamente

un valore positivo per i giornalisti» (Hallin, Mancini, 2004, p. 117). Altro fenomeno frequente è l'elevata strumentalizzazione dei media da parte del governo e dei partiti, la quale ha come necessaria conseguenza una bassa professionalizzazione. La forma più significativa di strumentalizzazione, affermano Hallin e Mancini, «è l'uso dei media da parte delle imprese per esercitare influenza sul mondo politico» (Hallin, Mancini, 2004, p. 102). Caratteristica dei media dell'Europa mediterranea è quella di essersi sviluppati come istituzione del mondo letterario e politico e non del mercato (Hallin, Mancini, 2004, p. 80). I giornali commerciali nacquero, infatti, agli inizi dell'Ottocento, ma l'aspetto fondamentale, è che non si è mai sviluppata una vera stampa a circolazione di massa. Secondo Hallin e Mancini, questa mancata diffusione è da imputare, almeno fino alla metà del XX secolo, alla mancanza di condizioni economiche e politiche favorevoli ai mercati dell'informazione (Hallin, Mancini, 2004, p. 87). In questo modello un ruolo centrale è giocato dallo Stato. In particolare, periodo storico cruciale che ha segnato un forte intervento statale è quello delle dittature, il quale ha sicuramente contribuito, come Hallin e Mancini sostengono, a interrompere l'evoluzione del giornalismo come professione e questo ha comportato un livello di professionalismo minore nei paesi del Mediterraneo (Hallin, Mancini, 2004, pp. 98-99), come d'altronde già sopra affermato. Il livello di professionalismo inferiore, è bene tener presente ai fini di non creare fraintendimenti, «non significa che i giornalisti nei paesi del Mediterraneo siano meno colti che in altri paesi [...] e neanche che i giornalisti dei paesi mediterranei siano meno bravi di quelli di altri paesi» (*Ibidem*).

Possono essere inclusi in questo idealtipo paesi quali la Grecia, la Spagna, il Portogallo, la Francia, oltre che la già citata Italia. La Francia, come verrà approfondito nel paragrafo seguente, è in realtà un caso particolare, in quanto presenta anche delle caratteristiche diverse rispetto a quelle che caratterizzano propriamente il modello pluralista-polarizzato quali: industrializzazione presente in quantità cospicua, maggior diffusione della stampa di massa e affermazione dell'autorità legale-razionale. Per quanto riguarda la circolazione dei giornali, in Francia essa è sicuramente più alta rispetto agli altri paesi del Mediterraneo, ma, allo stesso tempo, inferiore rispetto alla restante parte dell'Europa occidentale

(Hallin, Mancini, 2004, p. 82). Infine, molti dei tratti del sistema della comunicazione di massa nei paesi dell'Europa meridionale sono connessi a questo impianto funzionale: l'ampio spazio alla cronaca politica, la natura elitaria di un giornalismo indirizzato agli stessi attori della politica piuttosto che al pubblico di massa (Hallin, Mancini, 2004, p. 118).

Il *modello democratico-corporativo* o dell'*Europa centro-settentrionale*, al contrario, si distingue per repentino avvento della libertà di stampa seguito da una cospicua diffusione. Infatti, come spiegano Hallin e Mancini riprendendo l'opera di Humphreys *Mass Media and Media Policy in Western Europe* del 1996, «i paesi dell'Europa settentrionale [...] sono stati all'avanguardia per quanto riguarda lo sviluppo della libertà di stampa e dei principi di pubblicità che caratterizzano la democrazia parlamentare» (Hallin, Mancini, 2004, p. 130). Inoltre, essi aggiungono che «in molti casi la nascita dei primi giornali fu legata al capitalismo mercantile, in altri a lotte politiche o religiose» (*Ibidem*). Per quanto riguarda le lotte politiche, il riferimento maggiore è agli scontri che seguirono la nascita dello Stato-nazione, mentre i conflitti religiosi accompagnarono la Riforma protestante. Come affermano i due autori sopracitati, «il giornale fu allo stesso tempo istituzione del mercato e attore della dialettica politica, fonte d'informazione per i commercianti e mezzo per formare e mobilitare l'opinione pubblica» (Hallin, Mancini, 2004, p. 134). La compresenza di diversi tipi di conflitto – religiosi, politici ed etno-linguistici – quindi, hanno incoraggiato diversi usi e funzionalità della stampa, in primis come «strumento per diffondere le idee e organizzare la società civile» (Hallin, Mancini, 2004, p. 176). Stampa politica e commerciale, entrambe forti, sono quindi convissute. Per quanto riguarda il criterio del parallelismo politico, esso è elevato, ma ha segnato e segna ancora oggi un *trend* di diminuzione rispetto al passato, mentre il pluralismo esterno nella stampa rimane radicato. In questo *ideal-tipo* di giornalismo è visibile una netta distinzione tra il giornalismo politico, radicato alla tradizione di stampa di partito e incline al commento, e quello commerciale, proiettato verso la neutralità. La professionalizzazione giornalistica, a differenza di quanto si potrebbe credere a causa dei forti rapporti tra i media e le forze politiche organizzate, è sviluppata. Se si prende come esempio il caso scandinavo, «l'alta



circolazione dei giornali ha permesso alle imprese giornalistiche di accumulare risorse economiche e quindi di offrire ai giornalisti compensi tali da rendere non necessaria la ricerca di introiti integrativi» (*Ibidem*). La visione predominante ritiene che lo Stato debba essere responsabile dei media. Inoltre, libertà di stampa, sistema di supporti e regolamentazione del mondo dei media si combinano bilanciandosi tra loro. Un aspetto assolutamente peculiare di questo modello giornalistico, che non mancano di evidenziare anche Hallin e Mancini, è che in esso coesistono aspetti che in altri modelli sono invece contrapposti, come il fatto che uno dei tratti distintivi del sistema di comunicazione democratico-corporativo è la coesistenza di parallelismo politico e professionismo giornalistico. I due autori forniscono anche una breve elencazione delle peculiarità: forti industrie commerciali della comunicazione coesistono con mass media politicizzati e con un alto grado di parallelismo politico; parallelismo e professionalizzazione giornalistica coesistono; ed infine, la forte e consolidata libertà di stampa e di informazione convivono con un consistente intervento statale (Hallin e Mancini, p. 68). Essi aggiungono, inoltre, comparando il modello pluralista-polarizzato e quelli democratico-corporativo e liberale, che una delle differenze principali parte dal diverso livello di sviluppo del professionismo, in quanto nel primo, dove il professionismo giornalistico è meno sviluppato, si offre minor spazio all'interesse generale, mentre la cultura politica del corporativismo democratico, al contrario, con il suo maggior sviluppo di professionismo giornalistico, include la categoria dell'interesse generale (Hallin, Mancini, 2004, pp. 172-73).

I paesi che possono essere compresi in questo modello sono contraddistinti da «pluralismo moderato – sebbene con una differenziazione ideologica più accentuata dei paesi liberali – e da consenso diffuso verso le istituzioni politiche» (Hallin, Mancini, 2004, p. 69). Inoltre, lo Stato sociale è forte e l'autorità legale-razionale<sup>16</sup> è consolidata. Nazioni che presentano queste caratteristiche e che

---

<sup>16</sup> L'autorità legale-razionale è uno dei tre idealtipi di autorità che Weber, uno dei grandi classici e padri della Sociologia, ha individuato ed esplicitato nella sua opera *Economia e società*. Tre idealtipi di autorità significa che il sociologo tedesco ha individuato tre diversi modi in cui il potere può legittimarsi. Questi sono: l'autorità tradizionale, l'autorità carismatica e, infine, quella legale-razionale. Quest'ultima, in particolare, prevede la legittimazione del potere tramite le procedure e tramite le regole. Detto in altri termini, l'istituzione è legittimata ad agire e quindi a esercitare il proprio potere in quanto sono state applicate delle regole. L'autorità legale-tradizionale è tipica della modernità e dell'epoca contemporanea

pertanto possono essere incluse nell'esaminato idealtipo, in base all'analisi condotta da Hallin e Mancini, sono l'Austria, la Germania, il Belgio, la Danimarca, la Finlandia, la Norvegia, la Svezia e i Paesi Bassi. La Svezia occupa di diritto un posto da pioniera in merito alle antiche radici che può vantare la carta stampata in quanto «anticipò tutta l'Europa, e persino il resto del mondo, stabilendo i principi della pubblicità e della libertà di stampa» (Hallin, Mancini, 2004, p. 131). Concludendo, per presentare in modo riassuntivo questo secondo modello, i paesi sopraelencati si distinguono per una serie di caratteristiche che Hallin e Mancini chiamano "le tre compresenze" e che sono: «sviluppo contemporaneo di media commerciali a circolazione di massa e di media legati a gruppi sociali e politici; parallelismo politico associato a professionismo giornalistico; una consolidata storia di libertà di stampa unita a una tradizione di forte intervento statale nei media» (Hallin, Mancini, 2004, p.176).

Infine, l'ultimo modello è quello *liberale* o *nord-atlantico*, comprendente paesi come gli Stati Uniti e la Gran Bretagna, i quali presentano profonde differenze sostanziali, ma anche, allo stesso tempo, condividono diversi aspetti importanti. Alcuni di questi ultimi sono la rapida nascita della stampa commerciale e la sua crescita con un limitato intervento dello Stato, la marginalizzazione dei giornali di partito, di quelli sindacali e di quelli religiosi. Inoltre, come aggiungono i due studiosi, lo stile giornalistico è orientato all'informazione e alla neutralità politica (Hallin, Mancini, 2004, p. 178). All'interno di questo modello rientrano anche il Canada e l'Irlanda. Il modello liberale si caratterizza per «un precoce sviluppo della libertà di stampa e della stampa di massa» (Hallin, Mancini, 2004, p. 69), ma con il passare del tempo è da segnalare una diminuzione della circolazione dei giornali, diminuzione che ancora persiste e che ha fatto sì che sia inferiore rispetto a quella delle società democratico-corporative. In particolare, la circolazione dei giornali è diminuita a seguito dell'introduzione della televisione. A prevalere sono i giornali commerciali, i quali hanno dominato il panorama della stampa fin dalla fine del XIX secolo, mentre il parallelismo politico è basso con la predominanza del pluralismo interno. La commercializzazione ha sicuramente molti meriti in quello che è stato lo sviluppo della carta stampata in questi paesi, come aver ampliato la circolazione, aver trasformato i giornali da imprese su scala ridotta in

aziende con ingenti capitali e profitti e aver emancipato i giornali dalla dipendenza dai sussidi politici e statali, i quali erano i mezzi abituali di finanziamento della stampa prima della metà del XIX secolo (Hallin, Mancini, 2004, p. 183). Infatti, come sottolineano Hallin e Mancini, «i giornali commerciali hanno posto in primo piano le notizie, a scapito della retorica politica» (Hallin, Mancini, 2004, p. 186-87). Inoltre, un elemento che distingue i paesi liberali da quelli del modello democratico-corporativo è la minor ampiezza della varietà di giornali presenti, infatti, per fare solo un esempio «in questi paesi non ci sono mai stati giornali di partito come quelli che si sono sviluppati nell'Europa continentale nel tardo Ottocento, vale a dire organi direttamente controllati dai partiti politici» (Hallin, Mancini, 2004, pp. 184-85). Per quanto riguarda il caso statunitense, i giornali americani, a differenza di quello che avviene per quelli europei, non possono essere distinti sulla base della loro posizione politica. Questa è una grande distinzione anche rispetto al Regno Unito, nazione appartenente allo stesso modello, in quanto «gli orientamenti politici dei giornali britannici sono marcati e [...] distinti orientamenti politici si manifestano chiaramente nel contenuto delle notizie» (Hallin, Mancini, 2004, p. 190). La professionalizzazione è forte e, come Hallin e Mancini (Hallin, Mancini, 2004, p. 69) notano, l'autonomia giornalistica è solo parzialmente limitata e in questo, l'aspetto degno di nota è che, a esercitare tale ruolo, non è la cd strumentalizzazione politica, ma le pressioni commerciali. A conferma dell'elevato livello di professionalizzazione si può segnalare la nascita di una comunità di professionisti con un sistema di valori e standard operativi, i quali sono radicati all'interno di un'ideologia di pubblico servizio e la cui comunità è dotata di un significativo livello di autonomia (Hallin, Mancini, 2004, p. 195). In particolare, professionalizzazione e progressivo sviluppo di giornali politicamente neutrali sono due elementi che si sono uniti tra di loro per definire il giornalismo nordamericano. Il ruolo dello Stato è contenuto e a predominare è il giornalismo d'informazione. Infatti, «i paesi liberali sono, per definizione, quelli in cui il ruolo dello Stato nella società è piuttosto limitato e invece quelli del mercato e del settore privato abbastanza estesivi» (Hallin, Mancini, 2004, p. 203). Basti pensare, infatti, al fatto che la Gran Bretagna è considerabile la culla del capitalismo industriale e gli Stati Uniti il centro della sua crescita.

Inoltre, «i sussidi statali alla stampa sono stati minimi in tutti e quattro i paesi liberali per gran parte del XX secolo» (*Ibidem*). I paesi che possono essere annoverati in questo modello di giornalismo vantano istituzioni liberali che si sono sviluppate in precedenza rispetto agli altri Stati e da un ruolo del mercato forte per tradizione. Inoltre, «tutti i paesi del modello liberale sono caratterizzati da un pluralismo moderato<sup>17</sup>, tendono verso il sistema maggioritario<sup>18</sup> [...] e l'autorità legale-razionale è molto sviluppata» (Hallin, Mancini, 2004, p. 69). È possibile concludere ribadendo due aspetti essenziali, ossia che «a partire dal tardo XIX secolo, i media sono stati istituzionalmente separati dai partiti politici e da altri gruppi sociali organizzati e l'intervento statale nel settore dell'informazione è stato limitato [...] e ci sono bassi livelli di diffusione dei giornali almeno rispetto alla maggior parte dei paesi democratico-corporativi» (Hallin, Mancini, 2004, pp. 220-21).

Nella *Tabella 2.2* vengono riportate sinteticamente tutte le caratteristiche fondamentali dei tre modelli di giornalismo, al fine di permettere una rapida e semplice lettura comparata.

---

<sup>17</sup> Giovanni Sartori, politologo e accademico italiano, ha teorizzato la classificazione dei sistemi partitici dividendo questi ultimi in sistemi monopartitici, bipartitici e multipartitici. All'interno di questa terza categoria ha individuato un'importante distinzione, quella tra pluralismo moderato e polarizzato. Il primo, quello di interesse nel caso in questione, comporta che all'interno del sistema il numero dei partiti rilevanti non debba essere superiore a cinque e che due coalizioni si alternino al potere

<sup>18</sup> L'espressione “*sistema maggioritario*” si riferisce chiaramente alla formula elettorale maggioritaria che privilegia la dimensione della governabilità a discapito della rappresentatività. In sintesi, la formula maggioritaria si basa sul principio che la volontà della maggioranza degli elettori sia l'elemento più importante e questo implica assegnare i seggi ai competitori che hanno più voti indipendentemente dalla quota di essi. Semplicemente in questo caso il vincitore è colui che prende più voti. Come sottolineano Hallin e Mancini (p. 217), il classico esempio di meccanismo maggioritario è il sistema Westminster britannico, il quale è stato adottato anche dall'Irlanda e dal Canada

**Tab. 2.2 Le caratteristiche del sistema dei media a confronto nei tre modelli**

	Mediterraneo o pluralista-polarizzato	Europeo centro-settentrionale o democratico-corporativo	Nord-atlantico o liberale
Struttura dei mercati dell'informazione	Bassa circolazione dei giornali, stampa d'élite	Alta circolazione dei giornali, sviluppo precoce della stampa di massa	Livello medio di circolazione dei giornali, sviluppo precoce della stampa di massa
Parallelismo politico	Alto livello di parallelismo politico; pluralismo esterno; giornalismo orientato al commento	Pluralismo esterno; radicata tradizione di stampa di partito; tendenza verso una stampa commerciale neutrale	Stampa commerciale neutrale; giornalismo d'informazione; pluralismo interno
Professionalizzazione	Debole professionalizzazione; strumentalizzazione	Forte professionalizzazione	Forte professionalizzazione
Ruolo dello Stato	Forte intervento dello Stato; sussidi economici alla stampa in Italia e Francia; periodi di censura	Forte intervento dello Stato con elevata tutela della libertà di stampa; sussidi economici particolarmente forti in Scandinavia	Sistema di mercato, eccetto che in Gran Bretagna e Irlanda dove c'è una forte televisione pubblica

*Tabella 2. Fonte: HALLIN D.C., MANCINI P., 2004, Modelli di giornalismo. Mass media e politica nelle democrazie occidentali, Laterza*

Dalla presente tabella, emerge con chiarezza che, se si guardano le quattro dimensioni in prospettiva comparata, il modello democratico-corporativo presenta una combinazione di peculiarità che caratterizzano separatamente gli altri due modelli di giornalismo. Altro elemento sottolineabile è la correlazione tra l'alto livello di parallelismo politico, il forte intervento statale e la debole professionalizzazione, fattori che connotano il modello pluralista-polarizzato.



## CAPITOLO III

### Il caso italiano

#### 3.1 L'Italia come modello di giornalismo pluralista-polarizzato

Come si ha già avuto modo di dire nel *Paragrafo 2.1* in merito ai modelli di giornalismo, l'Italia è un paese appartenente al sistema pluralista-polarizzato.

Questo implica che essa si caratterizza per (cfr. *Tab 2.2*):

- Bassa circolazione dei giornali e stampa d'élite
- Alto livello di parallelismo politico e giornalismo incline al commento
- Basso livello di professionalismo giornalistico e forte tendenza alla strumentalizzazione
- Elevato grado di intervento dello Stato

Queste però sono solo le caratteristiche generali che vantano i paesi che possono essere inclusi in questo modello, ma è bene ricordare che ogni paese presenta le proprie peculiarità che lo contraddistinguono anche dai paesi che appartengono al medesimo modello giornalistico.

Appare utile e necessario, quindi, indagare più approfonditamente le caratteristiche del sistema di comunicazione italiano nell'ottica di rispondere a quella che è la domanda guida fondamentale di questo lavoro di ricerca, *i giornali come raccontano le politiche pubbliche che riguardano la vita dei cittadini?*

Ma per rispondere a tale quesito non è sufficiente fermarsi alla classificazione del modello giornalistico, in quanto così facendo si otterrebbe solo un'analisi limitata. Quest'ultima necessita, allora, di essere ampliata con lo studio concreto della carta stampata, in questo caso italiana, per capire effettivamente se i cittadini italiani attraverso questo tipo di *mass media* abbiano la possibilità di rimanere informati in merito alle politiche pubbliche varate dai decisori pubblici nei loro confronti, e se sì, con che livello di approfondimento.

Grazie alle ricerche condotte da Hallin e Mancini, studiosi di riferimento in quanto con il loro lavoro hanno classificato i tre diversi modelli di giornalismo, è possibile datare l'arrivo del giornalismo moderno nella penisola italiana nel periodo delle conquiste napoleoniche (Hallin, Mancini, 2004, p. 80). In particolare, i primi giornali si sono diffusi nelle città mercantili, con Venezia che

ha giocato un ruolo fondamentale, in quanto rappresentava uno snodo fondamentale dell'industria tipografica.

Elemento che contraddistingue l'Italia in quanto paese del modello pluralista-polarizzato è il fatto che il mondo del giornalismo, almeno fino all'inizio del XIX secolo, era animato prevalentemente dagli aristocratici e dal clero. Ricuperati – storico e docente universitario italiano – in una delle sue opere afferma in merito ai giornali italiani: «troviamo un mondo di letterati, che è un pubblico fatto di eruditi, teologi, professori universitari, membri di accademie scientifiche: una forte e importante presenza di clericali» (Ricuperati, 1981, p. 1087). Addirittura, lo storico stima che in quel periodo la metà dei giornalisti impiegati nei giornali italiani fossero membri del clero (Hallin, Mancini, 2004, p. 81).

In base all'analisi cronologica di Hallin e Mancini, la stampa d'opinione emerse nel XIX svolgendo un ruolo importante nell'istituzione dello Stato liberale durante il Risorgimento (Hallin, Mancini, 2004, p. 83) e i giornali venivano usati «come strumenti per l'organizzazione dei movimenti» (*Ibidem*) che erano guidati da leader politici che erano allo stesso tempo anche giornalisti politici. All'inizio del secolo successivo si è sviluppata una forte stampa di partito. È il periodo dei partiti di massa e i due autori citano come esempio fondamentale di questi il Partito comunista italiano, in quanto «disponeva di una fitta rete di istituzioni che coinvolgeva i cittadini nella vita organizzativa e culturale: club sportivi e sociali, organizzazioni culturali, biblioteche, istituzioni economiche e, di centrale importanza, mezzi d'informazione» (Hallin, Mancini, 2004, p. 84). Tra questi ultimi spicca “L'Unità”, giornale che raggiunse, secondo i dati citati da Hallin e Mancini, la massima diffusione negli anni Settanta con circa 300.000 copie al giorno e ancora oggi sopravvive come giornale di sinistra, anche se ha perso il suo ruolo di giornale ufficiale di partito. Come i due autori affermano, «il partito [...] era fondamentale per il successo del giornale», in quanto attraverso la sua rete organizzativa provvedeva al finanziamento e alla distribuzione del giornale stesso (Hallin, Mancini, 2004, p. 84). “L'Unità” non è l'unico giornale di partito italiano, infatti, altri di essi rilevanti furono “Il Popolo” della Democrazia cristiana e “l'Avanti!” dei socialisti. Il compito e lo scopo di questi giornali era quello di permettere ai partiti di massa di comunicare con il pubblico, comunicazione che



però venne bruscamente interrotta dal ventennio fascista e riprese solo in seguito alla Liberazione (Hallin, Mancini, 2004, p. 85). I dati, infatti, indicano che alla fine degli anni Quaranta il 50 per cento dei giornali italiani fosse ancora costituito da giornali di partito (*Ibidem*). Grande importanza in Italia, affianco ai giornali di partito, erano (e sono tutt'ora) i quotidiani cattolici, quali “L'Osservatore Romano”, il giornale ufficiale della Chiesa cattolica, e l'”Avvenire”, il quotidiano dei vescovi italiani. È solo con gli anni Settanta e Ottanta che Hallin e Mancini segnalano una maggiore apertura verso la stampa orientata al mercato, con la nascita, ad esempio de “La Repubblica” (Hallin, Mancini, 2004, pp. 85-86).

Dati che caratterizzano tutti i paesi dell'area mediterranea, e quindi anche l'Italia riguardano la modalità di vendita dei giornali. Infatti, «i giornali nel Mediterraneo dipendono più dalla vendita nelle edicole che dall'abbonamento», a differenza di quanto avviene invece nell'Europa settentrionale e continentale (Hallin, Mancini, 2004, p. 87). Altra peculiarità di quest'area è l'assenza di *tabloid* o giornali popolari sensazionalisti.

A conferma della centralità del ventennio di dittatura fascista nell'evoluzione del giornalismo italiano, si possono citare nuovamente Hallin e Mancini, i quali sottolineano come le prime esperienze di stampa politicizzata furono rafforzate dalla sopra menzionata esperienza della dittatura fascista e, successivamente dalla Liberazione (Hallin, Mancini, 2004, p. 89). Mussolini di per sé, infatti, era un giornalista e aspettativa comune durante il fascismo era che i media abbracciassero solo fini politici. Questo fenomeno, necessariamente, non ha fatto altro che rafforzare il giornalismo di commento. A riprova di ciò si può citare nuovamente Forcella<sup>19</sup> che descrive molto chiaramente questa inclinazione del giornalismo mediterraneo e, in primis, di quello italiano.

Egli infatti scrive (Forcella, 1959, *Millecinquecento lettori*, p. 454):

Quando cominciai a fare il giornalista, pensavo che il giornalismo fosse prima di ogni altra cosa informazioni, fatti, notizie... Mi sono accorto lentamente, troppo lentamente, di essermi impigliato in un grosso equivoco. I fatti, per un giornalista politico, non parlano mai da soli. O dicono troppo o dicono troppo poco. Quando dicono troppo bisogna farli parlare più sottovoce, quando dicono troppo poco bisogna integrarli per renderli al loro significato. Ma la chiarezza in questo lavoro è

---

<sup>19</sup> Giornalista italiano, già citato a pagina 36 del presente capitolo

una virtù ingombrante.

Hallin e Mancini, nella loro trattazione che segue un ordine cronologico ai fini di seguire l'evoluzione del caso italiano, citano come forma più importante di cronaca politica tra gli anni Cinquanta e Sessanta del secolo scorso il cd *pastone*. Quest'ultimo può essere definito come un articolo scritto da diversi giornalisti prestigiosi e che veniva pubblicato in prima pagina, accostando una rassegna dei maggiori sviluppi politici del giorno ai commenti del giornalista (Hallin, Mancini, 2004, p. 90). Negli anni Settanta, poi, nacquero giornali maggiormente orientati al mercato che comunque non persero le proprie identità politiche. Un esempio pionieristico di questo è il giornale "La Repubblica", in cui il direttore Scalfari nell'editoriale del primo numero – pubblicato il 14 gennaio 1976 – scrive:

Questo giornale è un po' diverso dagli altri: è un giornale d'informazione che non pretende di seguire una neutralità politica illusoria, ma dichiara che ha preso posto nella battaglia politica. È fatto di uomini che appartengono al vasto arco della sinistra italiana.

Questo fenomeno crebbe sempre più, tanto che negli anni Novanta altre due testate italiane, "L'Indipendente" e "il Giornale", «si spostarono verso un grado ancora più alto di sensazionalismo alla ricerca di lettori, un sensazionalismo caratterizzato da titoli urlati» (Hallin, Mancini, 2004, p. 90). Il primo, chiuso nel 2007, ha abbracciato le posizioni della Lega Nord, mentre il secondo è diventato il megafono di Forza Italia. "L'Indipendente", come illustrano Hallin e Mancini, può essere considerato una sorta di lente d'ingrandimento su quella che è la cultura giornalistica italiana. Infatti, al momento della sua nascita, voleva essere l'esempio italiano del giornalismo oggettivo tipico del mondo anglosassone, quindi, un giornale neutrale, con titoli freddi e un basso livello di spettacolarizzazione e drammatizzazione delle notizie (*Ibidem*). Questo tentativo si rivelò però fallimentare, in quanto la circolazione rimase piuttosto bassa, costringendo l'editore e fondatore a dimettersi. La direzione fu assegnata ad un giornalista con una tendenza molto diversa, Vittorio Feltri, noto, infatti, per il suo stile impetuoso e la volontà di prendere parte alla battaglia politica. Questo segnò il cambio di registro del giornale: da una volontà di neutralità all'essere «la voce non ufficiale della Lega Nord» (Hallin, Mancini, 2004, p. 91).

Pur predominando in Italia il giornalismo di commento, si sono sviluppati anche alcuni quotidiani che si caratterizzano per un equilibrio maggiore nel ruolo di informazione, tra questi meritano di essere menzionati “La Stampa” e “Il Corriere della Sera”.

L’informazione però non è l’unica funzione svolta dalla stampa, molto spesso, infatti, i giornali svolgono anche una funzione di mobilitazione di fatti ed eventi politici, al pari di quello che fanno gli organi di partito.

L’Italia, in quanto, come più volte detto, paese appartenente al modello pluralista-polarizzato, è denotata da una visione elitaria di giornalismo, questo a causa dello «stretto collegamento del giornalismo con il mondo letterario e politico e l’orientamento dei giornali verso le élite colte» (Hallin, Mancini, 2004, p. 99). Nel caso italiano, per fare solo un esempio, il regista e scrittore Pier Paolo Pasolini scriveva per il “Corriere della Sera”, e questo è un chiaro fatto che segna la connessione tra il mondo degli scrittori e degli intellettuali e quello del giornalismo.

Altra caratteristica peculiare dei paesi pluralisti-polarizzati è il riconoscimento statale della professione giornalistica e l’Italia ne è il caso più importante (Hallin, Mancini, 2004, p. 100). Infatti, nel 1963 è stato istituito l’Ordine dei giornalisti, il quale ha dato a questi ultimi uno status legale equiparabile a quello degli avvocati e dei dottori. Questo significa che, tutti i giornalisti, per poter esercitare tale professione, devono essere iscritti all’Albo dei giornalisti. Come però sottolineano Hallin e Mancini, questo albo ha avuto un ruolo rilevante solo nella regolazione all’accesso alla professione giornalistica, ma non nel «promuovere uno standard comune di condotta professionale» (*Ibidem*), nonostante gli innumerevoli sforzi per codificare delle etiche giornalistiche.

Come è stato più volte sottolineato sia da Hallin e Mancini sia nel corso della presente trattazione, «una delle prassi più diffuse dell’area mediterranea è l’uso dei media come strumenti per intervenire nel mondo politico» (Hallin, Mancini, 2004, p. 102). La strumentalizzazione può essere espletata in diversi modi, ma la forma più significativa è l’utilizzo dei media da parte delle imprese per esercitare influenza sul mondo politico. Nel caso concreto dell’Italia, lo sviluppo dei giornali su larga scala durante il XX secolo è avvenuto con il sostegno di imprese

industriali e finanziarie, tra le quali l'Ilva, la quale è stata sostenitrice di una politica militare interventista (*Ibidem*). Quello dell'Ilva non è un caso isolato, infatti nella seconda metà degli anni Cinquanta Enrico Mattei, presidente della compagnia petrolifera statale Eni, ha fondato il quotidiano "Il Giorno" con lo scopo di «dare voce politica agli interessi dell'industria pubblica in opposizione a quella privata» (Hallin, Mancini, 2004, p. 103). Questa prassi ha continuato la propria vita fino ai giorni attuali con rapporti di proprietà che hanno legato per anni il "Corriere della Sera" ai gruppi industriali, "La Stampa" alla Fiat, "L'Espresso" e "la Repubblica" alla Cir di De Benedetti, "Il Messaggero" prima alla Montedison ed ora ad una grande impresa edile (*Ibidem*). Un caso ancora più eclatante che esula dai quotidiani riguarda la televisione privata, con il rapporto tra Berlusconi e Mediaset.

Altro elemento che caratterizza i paesi del Mediterraneo, soprattutto se paragonati ai sistemi democratico-corporativi e liberali, è il livello di autonomia giornalistica quantificabile come basso. I giornalisti italiani, infatti, hanno dichiarato di ricevere pressioni dai caporedattori o dalla direzione e che queste costituivano limitazioni importanti del loro lavoro. I dati riportati da Hallin e Mancini parlano infatti di un 27 per cento di giornalisti italiani che hanno descritto le pressioni ricevute come importanti. Oltre a ciò, i giornalisti italiani hanno aggiunto che il loro lavoro subiva (e subisce) sostanziose modifiche da altri redattori per motivi politici (Hallin, Mancini, 2004, p. 106).

Per quanto riguarda il quarto criterio di analisi – il livello di intervento statale – l'Italia condivide con la Francia il primato di essere il paese con i più alti sussidi statali alla stampa in Europa. Si può notare che entrambe le nazioni citate appartengono al modello pluralista-polarizzato. Inoltre, in Italia «nel corso degli anni Ottanta tutti i giornali ricevevano aiuti economici» (Hallin, Mancini, 2004, p. 108).

Infine, in tutti i paesi del Mediterraneo, Italia compresa, i partiti politici hanno grande importanza e questo è riscontrabile da elementi quali la storia del conflitto politico, il forte ruolo dello Stato e l'articolazione debole della società civile. La centralità di cui godono i partiti fa sì che non sia sorprendente il fatto che essi dispongono di grande influenza sui media e che questi ultimi focalizzino la

propria attenzione sulle loro attività. Questa stretta relazione tra media e politica però, come sottolineano Hallin e Mancini, è una delle cause che rendono il giornalismo italiano elitario (Hallin, Mancini, 2004, p. 125).

### **3.2 I media e le politiche pubbliche in Italia**

I media, come si ha già avuto modo di affermare e analizzare nel paragrafo precedente, seguono delle proprie logiche nelle pratiche di *newsmaking*, ossia di costruzione dell'informazione. Come affermato nel *Paragrafo 2.1*, nella narrazione dei fatti i media «enfaticano, spettacolarizzando taluni aspetti distortendo talvolta il senso generale» (Altheide, Snow, 1979; Staab, 1990). Anche la narrazione delle politiche pubbliche viene sottoposta a questo processo, nel tentativo di renderle più accessibili al grande pubblico data la loro natura che le rende di difficile comprensione.

Le politiche sono oggetto di attenzione da parte dei media, ed è importante che lo siano, «poiché fanno parte del discorso politico e producono conseguenze sulle società che i media rappresentano» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 111). Bobbio e Roncarolo, per questo motivo, hanno deciso di condurre uno studio sullo stato del giornalismo italiano in merito alla copertura delle *policy* attraverso l'analisi di 457 articoli presenti nei quotidiani italiani.

Uno degli effetti fondamentali da citare quando si parla di funzioni dei media è l'effetto *framing*, ossia la funzione di orientamento cognitivo dei media. Quest'ultimo implica che intorno a temi complessi la tendenza dei media sia quella di «rimandare la propria interpretazione a cornici di senso già esistenti che funzionano da scorciatoie cognitive» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 113). Questo fa sì che ogni problema possa essere rappresentato da angolature diverse andando ad influenzare sia l'opinione pubblica sia il posizionamento politico dei fruitori dei media. Anche nel settore delle politiche pubbliche si può affermare che «l'informazione finale che arriva al cittadino è un mix tra ricostruzione dei fatti ed elementi cognitivi che ne orientano l'interpretazione generale» (*Ibidem*). A ben pensarci, i media sono fortemente indotti a utilizzare queste scorciatoie cognitive per rendere più accessibile e immediata la comprensione degli eventi, in quanto il campo di riferimento è vasto, complesso ed eterogeneo. I *frames*, quindi, riprendendo Bobbio e Roncarolo, possono essere definiti come «una conoscenza

organizzata di definizioni socialmente condivise che gli individui desumono spesso dai media per poi sperimentarla nella propria quotidianità» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 114). Uno degli aspetti fondamentali del *framing* che merita di essere sottolineato in riferimento al ciclo di policy è che «dal modo con cui viene inquadrata un'informazione dipende la sua interpretazione finale» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 115).

Accanto ai *frames*, gli studi sulla *mediated deliberation* hanno posto l'accento sugli argomenti offerti dai media, ossia sui «costrutti meno elementari che permettono di dar conto delle ragioni che sostengono o contrastano una proposta o una scelta» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 28). Quindi i media svolgono due ruoli diversi: quando utilizzano i *frames* mettono in atto un processo di semplificazione che vuole mettere in luce uno specifico aspetto che connoti la notizia agli occhi del lettore, mentre quando si avvalgono degli argomenti offrono un materiale più complesso che esplicano le ragioni a sostegno o contrarie rispetto a un'opinione (*Ibidem*). Inoltre, i *frames* «sollecitano i lettori a manifestare interesse per il tema e a prendere istintivamente posizione», mentre, viceversa, gli argomenti permettono lo «sviluppo di un dibattito pubblico più approfondito, consapevole e ragionato» (*Ibidem*). Osservando con un occhio attento, si può osservare che i media tendono a svolgere entrambi i ruoli contemporaneamente e che i *frames* e gli argomenti all'interno del testo giornalistico svolgono la stessa funzione, ossia quella di «conferire un senso alla notizia, al di là della pura cronaca o della pura descrizione di una legge o di un provvedimento» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 29). Non si deve cadere nell'errore di considerare la necessità di semplificazione e di approfondimento come due aspetti in contraddizione. Infatti, la prima è fondamentale al fine di rendere gli articoli comprensibili al più ampio numero di persone possibile, mentre il secondo è fondamentale per dare credibilità a quanto affermato e/o riportato dai giornalisti all'interno dei testi.

Analizzando i *frames* che vengono utilizzati nella trattazione giornalistica, appare indubbio che la tendenza assoluta sia quella di trattare i diversi temi di *policy* con un frame primario di conflitto. Detto in altri termini, il conflitto è la principale chiave interpretativa che emerge nella narrazione delle *policy* (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 129). Il conflitto è una cornice talmente rilevante che fa sì addirittura che

«il modello di comunicazione dei media sulle politiche pubbliche vari non tanto a seconda delle caratteristiche delle misure di policy, ma piuttosto del tipo di conflitto che divide gli attori» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 157). Inoltre, molto spesso il conflitto viene connotato come *conflitto politico*, ossia un tipo di contrasto che si fonda su *cleavages*<sup>20</sup> che non riguardano solo lo specifico tema in questione, ma che si possono agevolmente espandere all'interno della scena politica (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 199). La conseguenza pratica di questo fenomeno è che un conflitto isolato possa essere facilmente collegato ad altri conflitti «che si svolgono attorno alla medesima linea di frattura su altri terreni» (*Ibidem*). I politici possono sfruttare questa occasione per allargare il loro gioco e quindi, agire contemporaneamente su più tavoli. Questo significa, concretamente, che essi collocano un tema specifico all'interno di un disegno più ampio che permetta loro di rafforzare la propria posizione all'interno degli equilibri esistenti (*Ibidem*). Una conseguenza negativa per l'informazione che deriva dal predominare del *conflitto politico* è il fatto che «i politici appaiono poco motivati ad argomentare le loro scelte» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 201), in quanti non devono persuadere gli incerti. In questo caso, infatti, come affermano Bobbio e Roncarolo, «appare più importante tenere alta una bandiera che spiegare i motivi per cui si sostiene una certa posizione» (*Ibidem*). Analizzando la stampa, si nota facilmente che quest'ultima asseconda questo modo di fare visto che essa stessa per prima è partecipe al gioco della politica. In sintesi, quello che i due autori affermano è che, confrontando le politiche pubbliche, si può osservare che quando è presente il *conflitto politico* la deliberazione pubblica viene automaticamente schiacciata, in quanto le contrapposizioni vengono incentrate su questioni di principio e di valore (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 202).

*Frames* e argomenti non sono altro che modi diversi per fornire ai fruitori della

---

<sup>20</sup> Il termine cleavage, in italiano frattura, fa chiaramente riferimento alla Teoria dei cleavages di Rokkan la quale ha il merito di spiegare perché siano nati i partiti e perché certe famiglie politiche siano presenti in alcuni paesi, mentre assenti in altri. Si tratta di una teoria a medio raggio in quanto può essere applicata solo in Europa. Secondo questa teoria, nello sviluppo dei sistemi politici emergono delle fratture in occasione di giunture critiche. Queste ultime possono essere definite come dei periodi di cambiamento radicale, come rivoluzioni o guerre civili. Rokkan individua quattro giunture critiche nel corso della storia in relazione alle quali si sono sviluppate linee di frattura che sono state accompagnate da processi di mobilitazione di massa che hanno prodotto gli schieramenti politici e i sistemi di partito. Una linea di frattura, quindi, è una divisione sociale che crea un'identità collettiva fra quanti si trovano sullo stesso lato rispetto ad essa

carta stampata informazioni in merito alle politiche pubbliche adottate. Questo perché, come affermano Bobbio e Roncarolo, «conoscere i contenuti dei provvedimenti che compongono una politica pubblica è il primo necessario passo per comprenderne la portata e poter riflettere sui suoi principi, le sue implicazioni e le sue conseguenze» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 160). Nell'analisi dei quotidiani italiani emerge però una situazione deludente in merito. Infatti, gli articoli che contengono informazioni sulle *policy* presentano nella maggior parte dei casi un livello basso di descrizione delle misure contenute nelle politiche e un'informazione selettiva. Complessivamente, si possono individuare solo pochi articoli che forniscono delle descrizioni dettagliate di tutte le misure che costituiscono i provvedimenti adottati (*Ibidem*). A richiamare nuovamente la centralità del conflitto è il fatto che le descrizioni si concentrano maggiormente sulle misure che presentano caratteri più politicamente conflittuali o che richiamano l'attenzione dell'opinione pubblica (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 161). Inoltre, l'analisi condotta con l'ausilio di esperti mostra come gli articoli vengano scritti e redatti in modo da sollecitare l'attenzione di coloro che lavorano nel campo di riferimento della *policy* in questione più che per svolgere quella che dovrebbe essere la funzione fondamentale dei giornali, ossia «divulgare in modo semplice e chiaro informazioni essenziali per i cittadini comuni» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 164). Una precisazione che merita di essere fatta è che non bisogna pensare che i giornalisti forniscano informazioni inesatte o scorrette; infatti, gli articoli oggetto di studio sono stati giudicati soddisfacenti in termini di correttezza delle informazioni veicolate, ma ciò che manca è appunto la comprensibilità. Questo aspetto è stato confermato dal fatto che l'analisi ha classificato come mediocre la chiarezza delle espressioni utilizzate dai corrispondenti in quanto questi ultimi molto spesso utilizzano termini troppo tecnici e perciò non noti al grande pubblico (Bobbio, Roncarolo, 2015, pp. 164-65). Questo giudizio critico può essere chiarito fornendo alcuni esempi: se negli articoli che si occupano della riforma della cittadinanza vengono utilizzate espressioni quali *ius soli*, *ius sanguinis* e *ius domicili* senza fornire delle spiegazioni o accennando solo sommariamente alle misure della *policy* si ottengono due effetti negativi, il primo è di rendere incerta la comprensione della



politica, e il secondo consiste nella distorsione degli articoli e del loro contenuto, con il risultato di attirare solo un certo tipo di audience.

Se si procede con l'analisi non solo dei *frames*, ma anche delle argomentazioni, emerge che il giornalismo italiano si limita esclusivamente all'offerta di opinioni e mostra reticenza nel dar voce anche alle ragioni diverse da quelle sposate dall'articolo e, quindi, molto spesso divergenti. (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 166).

Dall'analisi condotta da Bobbio e Roncarolo, emerge chiaramente che negli articoli italiani ricorrono più frequentemente i *frames* rispetto agli argomenti (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 192).

Altro elemento che può essere indagato in quanto parte cruciale del processo di *media logic* è rappresentato dagli attori, i quali hanno un ruolo fondamentale nel dare visibilità pubblica alle questioni sociali. Bobbio e Roncarolo spiegano che gli attori svolgono un ruolo rilevante solo se riescono a produrre *frames*, ossia se riescono ad «esercitare la propria forza semantizzante, orientando le prospettive interpretative» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 137). Ma, il potere dell'attore non si limita alla sola abilità nell'argomentare, ma consiste soprattutto nel sapersi imporre nella pubblica arena. Ovviamente, secondo la logica sposata dai *media*, «l'attore è visibile quando pone elementi di controversialità o di originalità» (*Ibidem*), questo perché sollecita l'attenzione dei *media*, rendendo loro più disponibili ad inserire in agenda i suoi discorsi e i suoi argomenti. Inoltre, i due autori aggiungono che «più egli ricopre posizioni di élite o di leadership, più le sue azioni sono in grado di conquistare l'attenzione dei *media*» (*Ibidem*). Quello che conta in questo contesto sono le caratteristiche dell'attore: la capacità comunicativa e quella di innovare le narrazioni andando oltre alle *routine communicative*.

Gli attori possono essere divisi in attori individuali e collettivi, a prevalere, secondo Bobbio e Roncarolo, sono quelli individuali, mentre «la presenza di attori collettivi [...] è legata in maniera specifica al ruolo giocato dagli *stakeholders*<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Il termine stakeholder viene preso in prestito dal campo dell'economia e può essere, grazie all'Enciclopedia Treccani, così definito: «tutti i soggetti, individui o organizzazioni, attivamente coinvolti in un'iniziativa economica, il cui interesse è negativamente o positivamente influenzato

nell'ambito della specifica politica» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 140). Per quanto riguarda, invece, l'analisi del genere degli attori, appare chiara la forte presenza maschile all'interno del ciclo di *policy*, anche se i dati legati alla partecipazione femminile sono in crescita. Quest'ultima è legata a due fenomeni diversi: il primo è il progressivo conferimento di responsabilità alle donne nel mondo della politica, del sindacato e dell'economia; il secondo riguarda, invece, il meccanismo narrativo della popolarizzazione (*Ibidem*). La maggior presenza maschile o femminile all'interno di un contesto di *policy* non è un aspetto ininfluenza, in quanto, come affermano i due studiosi, «quando il portatore dei discorsi di *policy* da maschile diventa femminile è facile che cambi anche l'inclinazione del *frame*» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 142), verso una dimensione basata maggiormente sull'empatia.

Altra tendenza che può essere messa in luce in Italia, ma che in realtà può essere facilmente generalizzata, è quella che vede negli ultimi anni crescere la rilevanza dei cittadini e dei *testimonial* all'interno del processo di *policy* (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 147). Questo fatto si inserisce perfettamente nella logica dei media che spettacolarizza le notizie. Far entrare in scena «persone normali», che vengono dal basso, da affiancare alle personalità pubbliche comporta uno «spostamento delle strategie comunicative dal piano informativo al piano emotivo» (*Ibidem*).

Se i decisori pubblici che operano nel campo delle politiche pubbliche e se i giornalisti che hanno il compito di informare i cittadini in merito sono guidati da queste logiche, ne discende che, specularmente, anche «i consumatori [...] tendono ad essere polarizzati e a consumare quasi esclusivamente mass media che veicolano messaggi coerenti con i propri sistemi di valori e i propri orientamenti politici» (Bobbio e Roncarolo citano Sani, 2001; Shen e Edward, 2005; Borah, 2011; Stroud, 2011). Bobbio e Roncarolo, unendo tutti i dati e le caratteristiche fornite, disegnano un quadro alquanto sconcertante per coloro che vogliono analizzare il potenziale deliberativo dell'informazione veicolata dai *media* (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 156).

---

dal risultato dell'esecuzione, o dall'andamento, dell'iniziativa e la cui azione o reazione a sua volta influenza le fasi o il completamento di un progetto o il destino di un'organizzazione»

Tessendo le fila sullo stato dei giornali italiani, si può concludere che, grazie all'analisi condotta da Bobbio e Roncarolo basata su 457 articoli tratti da quotidiani italiani, «la deliberazione sui giornali italiani è in generale piuttosto scarsa, ma non è uniforme e le differenze sembrano spiegate dal tipo di conflitto» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 178).

I giornali italiani, in sintesi:

- Dedicano meno spazio alle politiche se rapportato alle notizie di politica e di cronaca nazionale
- Utilizzano poco l'argomentazione e la descrizione delle *policy* per enfatizzare invece il conflitto politico e l'orientamento politico dei decisori
- Considerano poco gli attori della *governance* multilivello in quanto si soffermano solo sul gioco politico nazionale
- Danno spazio solo agli attori politici e non anche agli esperti di settore

Da questi elementi si può sostenere che anche la stampa italiana abbracci la *media logic*, la quale implica una comunicazione spettacolarizzata, parziale e limitata alle sole questioni maggiormente notiziabili. Questo fa sì che sia rivolta solo agli addetti ai lavori (*Ibidem*). Solo una piccola parte di articoli vantano descrizioni chiare ed esaustive di tutte le componenti delle misure di *policy*. Molto spesso, infatti, le descrizioni sono troppo tecniche e questo le rende inadatte ai comuni cittadini. Un'altra tendenza radicata è quella di concentrare il focus solo sugli aspetti più controversi.

Si può affermare, quindi, che la funzione divulgativa – far capire contenuti, ipotesi, decisioni, effetti, controversie ed interpretazioni delle politiche – è molto carente in Italia.

Sicuramente tutti questi aspetti negativi che contrassegnano il giornalismo italiano sono ricollegabili allo stretto rapporto che intercorre tra la stampa italiana e la politica. Come affermano Bobbio e Roncarolo, un'efficace sintesi della situazione passata e presente del giornalismo italiano è che «la stampa italiana fa da specchio alla politica» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 183). La simbiosi tra politica e *media* indica la presenza di collateralismo tra partiti e giornali, i *media*, quindi, si

muovono a sostegno di specifiche parti politiche di cui seguono interessi, strategie e mosse tattiche. Come affermano i due autori, i giornali italiani «non si limitano a informare. Prendono parte» (Ibidem). Una faccia della politicizzazione dei mezzi di comunicazione è il fenomeno del politicismo, il quale è definibile come il fatto che «i media non solo riservano molto spazio ai partiti e ai politici, ma soprattutto osservano la realtà con gli occhi della politica e ne adottano meccanicamente le categorie, i temi salienti e il modo di affrontarli» (Ibidem). Il politicismo dei quotidiani italiani si manifesta in diverse modalità:

- Il fatto che le politiche pubbliche vengano trattate nelle stesse sezioni in cui si parla di politica, come se non fossero due fenomeni distinti
- Il fatto che quando i giornali parlano delle politiche pubbliche utilizzano prevalentemente dichiarazioni dei politici o dei rappresentanti di vertice dei grandi gruppi di interesse, mentre tutti gli altri attori ricevono un'attenzione marginale

Quindi, facendo il ragionamento inverso, «se un politico vuole che la sua proposta trovi spazio nei media deve riuscire a politicizzarla, a mostrarne la rilevanza all'interno del gioco politico» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 187).

Come affermano chiaramente Bobbio e Roncarolo, le *policy* all'interno dei *media* vengono esposte come, e quindi diventano, un sottoprodotto della politica da analizzare soltanto mediante criteri politici (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 188). Chiaramente la politica è una sfera importante della vita dello Stato e dei suoi cittadini e occupa un ruolo centrale in tutte le nazioni, ma quello che in questo caso si vuole far notare e sottolineare è il fatto che in Italia la finestra sulla politica occupa l'intera attenzione mediatica. Come scrivono i due autori sopracitati, infatti, «i media tengono sotto controllo i comportamenti, anche privati, dei principali leader politici, ne riferiscono le battute più insignificanti, gli incontri, le allusioni [...], come se da ogni minimo cenno fosse possibile captare segnali importanti per l'avvenire del paese» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 189).

Da questa breve trattazione sullo stato del giornalismo italiano in merito alla copertura delle politiche pubbliche emerge un quadro critico, in cui si può affermare, senza indugio, che nei quotidiani italiani è rinvenibile troppa politica e troppe poche politiche pubbliche. È necessario allora, *in primis* per i cittadini, ma

anche per la salute della democrazia, che i media, e soprattutto chi vi lavora, imparino a comunicare sul serio le *policy*.



## CAPITOLO IV

### Un confronto tra Italia, Francia e Spagna

Al fine di comprendere effettivamente la portata delle peculiarità del giornalismo italiano e delle sue modalità di comunicare e informare sulle politiche pubbliche, appare utile mettere in atto un confronto con lo stato del giornalismo francese e spagnolo. La scelta di confrontare le peculiarità dei quotidiani italiani con quelli di Francia e Spagna è stata fatta in quanto, come già ampiamente affrontato nel *Paragrafo 2.1.2* sui modelli di giornalismo, entrambi appartengono, al pari dell'Italia, al *modello mediterraneo o pluralista-polarizzato*.

Ogni modello di giornalismo, o più in generale, ogni sistema di comunicazione ha le proprie caratteristiche che lo contraddistinguono e lo differenziano dagli altri, ma allo stesso tempo, anche ogni singolo paese, presenta delle peculiarità proprie, che lo distinguono anche da nazioni che appartengono allo stesso modello di giornalismo. Per questo motivo è utile impostare un'analisi comparata tra Italia, Francia e Spagna. Mettere in luce somiglianze e differenze consente di comprendere ancora meglio il *modus operandi* del giornalismo italiano e, più in generale, la complessità ed eterogeneità del *modello mediterraneo*.

A tal proposito, Pomatto, Maggiolini e Seddone (2015) in Bobbio, Roncarolo (A cura di) *I media e le politiche. Come i giornali raccontano le scelte pubbliche che riguardano la vita dei cittadini*, hanno condotto un'indagine, che come loro stessi analiticamente riportano, ha compreso 15 testate giornalistiche, 5 per ciascun contesto nazionale, le quali sono state individuate sulla base di due criteri, la tiratura e l'orientamento editoriale (2015, p. 39). La *Tabella 2.3* riporta i quotidiani che i tre autori hanno incluso nell'indagine, in modo da poter toccare concretamente gli elementi studiati. Il *corpus* degli articoli studiati dai tre autori ammonta a 7.308 unità e il periodo di riferimento sono gli anni che vanno dal 2011 al 2013. In particolare, 1.031 articoli per il 2011, 3.858 per il 2012 e 2.419 per il 2013.

Sono stati presi in considerazione tutti gli articoli pubblicati in questo periodo che «presentassero almeno un riferimento ad una politica pubblica nel titolo, nell'occhiello, nel sommario» (Pomatto et al., 2015, p. 42). Come sottolineano

però gli stessi studiosi, nonostante in tutti gli articoli selezionati vi sia almeno un piccolo accenno ad una politica pubblica, solo una parte di essi focalizza effettivamente l'attenzione sui suoi contenuti (*Ibidem*). Detto in altri termini, una parte consistente dei 7.308 articoli è costituita da articoli in cui ciò che emerge per la maggiore è la dimensione della politica propriamente detta, la cd *politics*, mentre i contenuti delle *policy* rimangono in secondo piano. **Tab. 4.1 I quotidiani inclusi nell'indagine**

	Testata	Tipo	Tiratura nel 2013
Italia	Corriere della Sera	Generalista	464.265
	La Repubblica	Generalista	455.897
	La Stampa	Generalista	303.092
	Il Sole 24 Ore	Economico-finanziario	252.352
	Il Giornale	Generalista	188.580
	Totale		1.664.186
Francia	Ouest-France	Generalista	810.603
	Le Figaro	Generalista	383.156
	Le Monde	Generalista	333.151
	Les Échos	Economico-finanziario	143.031
	Libération	Generalista	130.971
	Totale		1.800.912
Spagna	El País	Generalista	359.809
	El Mundo	Generalista	248.463
	Abc	Generalista	198.347
	La Vanguardia	Generalista	180.939
	el Periódico	Generalista	168.911
	Totale		1.156.469

Fonte: Francia OJD [www.odj.com/Chiffres/La-Press](http://www.odj.com/Chiffres/La-Press); Spagna: ODJ [www.introl.es/medios-controlados/](http://www.introl.es/medios-controlados/); Italia: Accredamenti diffusione stampa [www.adsnotizie.it](http://www.adsnotizie.it)

L'analisi comparata svolta da Pomatto, Maggiolini e Seddone, insieme a Bobbio e Roncarolo, è stata condotta con la volontà di raggiungere una serie di finalità,



ossia verificare se esistono differenze significative tra le quindici testate e i tre contesti nazionali di riferimento in merito:

1. al grado di attenzione in ciascun contesto dedicato alla trattazione dei contenuti delle politiche pubbliche
2. alla numerosità di attori presenti, soprattutto a coloro che svolgono un ruolo rilevante nel *policy cycle* nonostante non godano di un accesso tradizionale privilegiato ai media
3. alla capacità di esplorare il *background* e le implicazioni delle politiche

Grazie all'analisi presentata nel *Paragrafo 2.3* in merito alla classificazione fatta da Hallin e Mancini dei diversi modelli professionali di giornalismo, si è potuto apprendere che i principali tratti che accomunano i tre contesti nazionali sono l'elevato parallelismo politico della stampa, il suo carattere elitario e la tendenza a svolgere un giornalismo di opinione piuttosto che di informazione. Allo stesso tempo però ci sono delle caratteristiche nazionali che meritano di essere isolate. In primis, il fatto che la Francia si distingue nettamente dagli altri paesi in quanto presenta un grado di professione giornalistica molto più elevato (Pomatto et al., 2015, p. 39).

Per rendere conto e presentare le differenze individuate tra i tre contesti nazionali è agevole seguire nella trattazione i punti della sopracitata scaletta, in modo da tracciare un quadro della situazione chiaro e di agevole lettura.

#### **4.1 Il diverso grado di attenzione alle *policy***

In merito all'attenzione mostrata verso le politiche pubbliche da parte dei quotidiani, è d'obbligo iniziare subito con una precisazione. I media scelgono in modo attento i temi da trattare e, di conseguenza, anche le notizie da riportare, in un'ottica che gli garantiscano attenzione e visibilità. Questo porta al fatto che «le politiche pubbliche sono un oggetto verso cui i giornali rivolgono un'attenzione particolarmente fluttuante nel tempo» (Pomatto et al., 2015, p. 46). La ricerca dei tre scrittori mostra un dato di maggiore stabilità solo per i giornali spagnoli (*Ibidem*). In particolare, per quanto riguarda il minor livello di attenzione nei confronti delle *policy* in Italia, questo, nel periodo preso in esame, è da associare

al 2013, ossia fase di campagna elettorale per le elezioni politiche; infatti, «la campagna elettorale è certamente la fase in cui gli attori politici tendono a semplificare al massimo la comunicazione, dovendo capitalizzare a brevissimo termine il consenso più ampio possibile» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 49). I tre autori, a sostegno di questo aspetto argomentano affermando che in questo periodo il numero di articoli che entra nel merito delle politiche è basso e che questi si concentrano esclusivamente sulla descrizione delle proposte elettorali delle coalizioni in campagna elettorale (*Ibidem*). Anche per la Francia può essere messo in luce un andamento scostante.

È da tenere presente, inoltre, che «l'attenzione verso il contenuto delle politiche pubbliche [...] non è variabile solo nel tempo, ma presenta consistenti differenze anche tra testate e contesti nazionali» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 52). In merito, Pomatto, Maggiolini e Seddone hanno isolato “Il Sole 24 Ore”, “Le Monde”, “Le Figaro” e “Libération” come le quattro testate che si occupano più estesamente di *policy* (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 53). La prima è una testata economico-finanziaria italiana, mentre le altre tre sono quotidiani generalisti francesi.

#### **4.2 Il riferimento agli attori**

Per quanto riguarda gli attori, ossia il secondo punto dell'analisi, è cosa nota che le politiche pubbliche sono «il frutto di processi che coinvolgono diversi livelli di governo ed una molteplicità di attori» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 53). Quello che rileva ai fini dell'indagine è capire se i quotidiani riescono a far percepire ai lettori la complessità e molteplicità che caratterizza questo scenario. Per analizzare questo aspetto, i tre autori hanno usato due diversi *items*:

- la verifica del contenuto negli articoli di almeno un cenno alle istituzioni europee e agli enti regionali e locali
- la verifica del contenuto di affermazioni dirette o indirette riferibili ad una platea più estesa di attori

Il primo *item* è molto importante in quanto riguarda i livelli di governo che si affiancano a quello nazionale e che svolgono un ruolo fondamentale in molte *policy*. Dall'analisi di questo primo oggetto all'interno del corpus di articoli di riferimento emerge un quadro deludente e disincantato. Infatti, «nella gran parte

degli articoli, nei tre contesti nazionali e nelle varie testate non compare alcun accenno né alle istituzioni europee, né agli enti regionali e locali» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 54). Il livello che appare più sofferente e marginalizzato è quello sovranazionale, mentre il livello locale è ampiamente citato nel caso spagnolo.

Il secondo *item*, ricercando discorsi diretti, indiretti e prese di posizione degli attori, procede con un'analisi che scende maggiormente in profondità rispetto al primo oggetto. In tutti e tre i contesti nazionali emerge una costante, ossia il fatto che le dichiarazioni che vengono citate più frequentemente sono quelle dei membri del governo e della maggioranza parlamentare (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 55). Anche in questo caso continua la sottorappresentazione dei livelli di governo diversi da quello centrale. Come emerge dai dati, infatti, «tutti i quotidiani presentano una incidenza di citazioni di esponenti di regioni ed enti locali in una quota di articoli inferiore al 10%» (Bobbio Roncarolo, 2015, p. 58). A conferma di quanto detto in merito al primo *item*, l'incidenza è più alta nei quotidiani spagnoli (*Ibidem*). Lo stesso vale per le citazioni degli esponenti di istituzioni europee, che secondo quanto riportato dai tre letterati, sono più frequenti nei quotidiani spagnoli, mentre quelli francesi – con l'eccezione di “Le Monde” – e quelli italiani vantano il triste record di un'incidenza molto bassa, si parla di una percentuale inferiore al 5 per cento degli articoli (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 59). Dati negativi si registrano anche in tema di citazioni di esperti, per esempio, nei quotidiani italiani la loro incidenza è inferiore ad un decimo degli articoli (*Ibidem*).

### **4.3 L'uso degli argomenti**

Il terzo passo consiste in un'analisi ancora più approfondita; si tratta di un passo teso ad indagare la capacità della trattazione giornalistica di «chiarire ai lettori le principali questioni sul tappeto, sia sotto il profilo del *background* su cui una politica pubblica si innesta, sia sulle sue possibili implicazioni» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 59). In questo caso, gli autori utilizzano come metro di paragone tre diversi *items*: il riferimento nel corpo degli articoli a norme riguardanti il tema della politica pubblica trattato; elementi di comparazione con altri paesi in merito alla *policy*; ed infine, l'utilizzo di argomentazioni a sostegno

delle posizioni presentate e proposte di contraddittorio. Dagli articoli sviscerati emerge che sono i quotidiani francesi quelli che mettono in atto il riferimento più cospicuo alle norme (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 61). Mentre, per quanto riguarda l'orientamento comparativo, i maggiori utilizzatori sono "Le Monde", "Libération" e "il Giornale". Ma è il terzo *item* che più di tutti contribuisce a contraddistinguere i quotidiani francesi da tutte le altre testate. Il giornalismo francese, infatti, è quello che fra tutti fa il più ampio ricorso all'argomentazione e al contraddittorio tra argomenti di opposto orientamento, questo in quanto «quasi tutti gli articoli di *policy* francesi contengono almeno un argomento, mentre la quota di articoli che presentano argomenti è molto inferiore per tutte le testate italiane e spagnole» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 62). Gli studiosi argomentano questa posizione, dopo l'analisi del testo dei 7.308 articoli sopracitati, presentando come dato a sostegno il fatto che «oltre la metà degli articoli di *policy* francesi presenta al proprio interno un contraddittorio diretto tra argomenti di opposto orientamento, con differenze limitate tra le testate» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 63). Molto diverso, invece, è il caso italiano, visto che i quotidiani presentano una quota nettamente inferiore a quella francese di articoli che presentano forme di contraddittorio interno fra argomenti. La tendenza italiana è quella di sostenere i provvedimenti proposti; questo vale almeno per quattro testate su cinque, "La Stampa", "Corriere della Sera", "La Repubblica" e "Il Sole 24 Ore". Solo "il Giornale", quindi, si mette in luce per una situazione di maggiore equilibrio tra sostegno e opposizione (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 65). Per quanto riguarda i quotidiani spagnoli, la statistica fa emergere dati ancora peggiori rispetto a quelli italiani; infatti, la porzione di articoli che presentano contraddittorio interno è ancora più scarna rispetto a quella italiana e, in particolare, ciò che emerge è uno squilibrio nelle testate o nettamente a favore del sostegno, oppure a favore del contrasto (*Ibidem*).

Concludendo, la comparazione tra le testate dei tre diversi contesti nazionali ha sottolineato come effettivamente, pur Italia, Francia e Spagna facciano parte dello stesso modello di giornalismo – quello *pluralista-polarizzato* – ci siano delle differenze importanti sia in merito al grado di attenzione riservato dai media alle politiche pubbliche sia in merito al contenuto degli articoli. Questo aspetto non fa

altro che sottolineare la visione di Hallin e Mancini in merito alla classificazione dei modelli di giornalismo, ossia che è possibile individuare diversi modelli a seconda dei contesti politici, ma che questi non sono fissi e immutabili, in quanto, come nel caso in questione, possono sussistere delle differenze anche importanti tra sistemi di comunicazione di paesi che appartengono al medesimo modello. Addirittura, Pomatto, Maggiolini e Seddone, per dar conto di queste differenze hanno costruito un indice *ad hoc*, il cosiddetto *Newspaper Policy Index*, il quale «per ciascuna testata esprime un giudizio in centesimi e può essere utilizzato per valutare qualunque altro quotidiano non incluso in questa indagine oltre che per monitorare i cambiamenti che possono intervenire nel corso del tempo» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 66). Le variabili dell'indice sono:

1. *governance* multilivello
2. pluralismo
3. argomentazione

Gli autori spiegano che, per ciascuna testata, il valore dell'indice corrisponde «alla somma ponderata espressa in centesimi [...] delle tre variabili», ossia, espresso in termini matematici:  $Newspaper Policy Index = (governance \text{ multilivello} + \text{pluralismo} + \text{argomentazione}) * \text{fattore di ponderazione} * 100/3$  (Bobbio, Roncarolo, 2015, pp. 66-68). Nella graduatoria delle testate prese in considerazione, applicando tale indice, ai primi quattro posti si collocano quotidiani francesi, distinguendosi dagli altri «per la capacità di offrire al lettore una trattazione maggiormente in grado di esplorare i contenuti di merito delle politiche pubbliche unita ad un livello di attenzione verso le politiche pubbliche piuttosto buono, quanto meno in termini relativi verso le altre testate considerate nell'indagine» (Bobbio, Roncarolo, 2015, pp. 68-9). Più in generale, volendo tracciare il quadro della situazione in merito alle tre voci dell'analisi – attenzione verso le *policy*, l'emergere degli attori nel *policy making* e l'analisi del *background* e delle implicazioni delle politiche – è chiaro come siano i giornali francesi a distinguersi da quelli spagnoli e da quelli italiani in tutti e tre gli ambiti. Se si prendono in considerazione i quotidiani italiani, è, infatti, solo “Il Sole 24 Ore” a emergere per l'attenzione dedicata alle politiche pubbliche, ma allo stesso tempo anch'esso ha dei limiti molto evidenti, come il fatto che, analogamente agli

altri quotidiani italiani, «fa emergere solo molto debolmente i livelli di governo diversi rispetto a quello nazionale e [...] riconosce uno spazio decisamente minore ad esperti ed esponenti di fondazioni e movimenti, ricorre all'argomentazione in termini più limitati e con meno equilibrio» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 75). Il giornale economico-finanziario italiano si trova al quinto posto della graduatoria stilata tramite il *Newspaper Policy Index*, ma sulla base di tutti questi elementi appena esplicitati, totalizza un punteggio che lo tiene a debita distanza dai quotidiani francesi. “El País”, giornale spagnolo, si colloca solo al sesto posto, segnando per la stampa spagnola una situazione ancora più complessa.

Utilizzando pochi aggettivi e attributi, allora, si può descrivere il giornalismo francese come caratterizzato da «un profilo informativo più maturo e consapevole, in grado di produrre una trattazione maggiormente focalizzata sui contenuti» (Bobbio, Roncarolo, 2015, p. 75); il giornalismo italiano come una sorta di specchio fedele della politica; ed infine, quello spagnolo, al pari di quello italiano, può essere definito come povero nell'esposizione dei contenuti, ma più attento, rispetto sempre a quello italiano, a riconoscere spazio agli attori sovranazionali, regionali e locali.

## *Conclusioni*

Con il presente lavoro si è cercato di rispondere ad un quesito che solo inizialmente può essere considerato come una curiosità personale, ma, che a ben vedere, è fondamentale sia per il benessere dei cittadini sia per quello, più in generale, della democrazia, ossia *se i cittadini abbiano la possibilità di essere informati attraverso i quotidiani sulle politiche pubbliche che vengono decise e implementate*. Uno dei motivi più immediati del perché sia importante che la comunità abbia la possibilità di ricevere informazioni puntuali in merito, riguarda il fatto che sono proprio i cittadini ad esserne i principali destinatari.

A parere di chi scrive, il modo migliore per svolgere quest'indagine è quello di indagare sul campo lo stato dell'arte del giornalismo in riferimento alle *policy*. Le tecniche messe in atto possono essere molteplici e, quelle utilizzate in questo caso sono:

1. Analisi della letteratura in merito pubblicata in precedenza
2. Analisi di precisi casi-studio

In primo luogo, seguendo la tabella di marcia appena sopra riportata, è stata condotta una rassegna sistematica della letteratura in merito al preciso tema della connessione tra il settore della comunicazione e le politiche. Affinché questa consegna dei dati veritieri è importante impostarla in modo scientifico, seguendo una metodologia chiara e precisa. Il riferimento per realizzare un *reporting* rigoroso è il cd metodo *PRISMA*, acronimo di *Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses*. La rassegna della letteratura è stata condotta attraverso il *database online Scopus*, il quale, permettendo una ricerca di documenti filtrata attraverso parole chiave, nel caso in questione *media, policy e communication*, ha isolato 9.325 articoli. Questi, in seguito ad una successiva scrematura, sono stati ridotti a 58 unità in base all'effettiva rilevanza dell'argomento trattato. Dalla lettura integrale di questi ultimi è emerso chiaramente che quando vengono uniti due campi diversi come quello della comunicazione e della politica si rafforza un fenomeno già noto nel campo della scienza politica, ossia il fatto che la politica, intesa come *politics*, e le politiche pubbliche, intese come *policy*, vengono trattate come se fossero un unico elemento, quando in realtà sono due distinti. In particolare, all'interno dei sistemi

di comunicazione, le politiche pubbliche vengono presentate semplicemente come dei prodotti della politica e questo non fa altro che marginalizzarle garantendo visibilità solo alla politica. Si tratta, però, solo di un primo segnale della scarsa informazione che i cittadini ricevono in merito alle politiche, aspetto confermato anche dai dati numerici sopra riportati che hanno portato all'esclusione di 9.267 articoli su 9.325 in quanto non inerenti con il tema delle politiche pubbliche.

Mettere in risalto la politica a discapito delle politiche pubbliche significa, concretamente, preferire l'indagine e l'informazione in merito all'arena di potere piuttosto che sui tentativi messi in atto per cercare di far fronte ai problemi di interesse pubblico. A confermare la scarsa visibilità delle *policies* all'interno dei media non è solo la tendenza ad assicurare maggiore visibilità alla *politics*, ma anche il fatto che i pochi studi o articoli in merito alla connessione tra sistemi di comunicazione e politiche pubbliche riguardino soltanto l'indagine del ruolo svolto dai mezzi di informazione di massa all'interno del processo di *policy*, in particolare, con l'intento di capire se i mass media abbiano potere di influenza nei confronti delle misure adottate dai decisori pubblici, mentre non viene quasi completamente affrontato il tema inerente a come i media trattano e affrontano le politiche e, quindi, di conseguenza se essi hanno la capacità di informare il pubblico sul perché vengono adottate certe *policies*, sulle teorie causa-effetto su cui si basano, sulle possibili controversie e sugli effetti auspicati.

Per rispondere alla domanda di ricerca iniziale, però, non è sufficiente limitarsi allo studio dello stato dell'arte, ma è utile analizzare anche come operano concretamente i media. Aspetto interessante da capire è quello di indagare se le tendenze dell'informazione mediatica cambino nei diversi paesi o se ci siano delle costanti comuni che possono essere isolate. Questo aspetto può essere compreso solo conducendo un'analisi comparata tra casi studio precisi; in particolare, per questo lavoro, l'Italia, la Spagna e la Francia, con un focus maggiore sul primo di essi. Sono state scelte queste nazioni in quanto tutte e tre rappresentanti del *modello di giornalismo pluralista-polarizzato*.

Ripercorrendo le tappe eseguite secondo un filo logico, l'analisi dei mezzi di comunicazione di massa ha permesso di individuare il fatto che questi ultimi



seguono una propria logica, la cd *media logic*, la quale funge da bussola nello svolgimento della loro funzione divulgativa. Gli imperativi seguiti dalla *media logic* sono: spettacolarizzazione, semplificazione, enfasi e semplice comprensione.

Uno spazio significativo all'interno della presente trattazione ha cercato di delineare come operano effettivamente i quotidiani. Quindi, oltre a mettere in luce le parole chiave seguite dai mezzi di comunicazione e da coloro che comunicano attraverso di essi, è stato necessario esplorare il mondo del *framing*, al quale viene contrapposto quello dell'argomentazione. Il *framing* fa riferimento al processo di inquadramento cognitivo della notizia, rilevante in quanto l'interpretazione finale di un fenomeno o di un evento dipende da come viene inquadrata la notizia e, quindi, nel caso delle politiche pubbliche, la misura adottata per risolvere un problema dipende da come il problema stesso viene inquadrato. All'opposto, l'argomentazione, si riferisce ad un livello più profondo di informazione che vuole dare conto delle ragioni a sostegno o contrarie ad un'opinione. A ben vedere, *frames* e argomenti non sono altro che due modi diversi per fornire ai fruitori della carta stampata informazioni in merito alle politiche pubbliche adottate.

Ai fini di una maggiore comprensione del *modus operandi* dei quotidiani, è necessario analizzare altri elementi, quali il lessico utilizzato dai giornalisti per riportare le notizie e gli attori che prendono parte al processo di *policy cycle*.

Un altro quesito che ha orientato la trattazione è quello che vuole indagare se esistano differenti tipi di giornalismo in base al contesto geografico in questione o meglio, se esista un unico modello professionale di giornalismo valido ovunque. Per cercare di dare una risposta argomentata a tale quesito, sono stati di riferimento due docenti universitari, Hallin e Mancini, che con la loro opera "*Modelli di giornalismo. Mass media e politica nelle democrazie occidentali*" si sono interrogati sull'esistenza di una connessione tra sistemi e contesti politici e sistemi di comunicazione. L'indagine dei due studiosi si concentra esclusivamente sulle democrazie del mondo occidentale e procede con un criterio analitico che si basa su quattro diversi criteri:

1. Lo sviluppo dei mercati della comunicazione

2. Il parallelismo politico
3. Lo sviluppo della professionalità giornalistica
4. Il grado e la natura dell'intervento statale nel sistema di comunicazione

Hallin e Mancini nella loro opera individuano tre diversi modelli di giornalismo: il *modello liberale* che caratterizza la Gran Bretagna, l'Irlanda e il Nordamerica; quello *democratico-corporativo* che prevale nell'Europa continentale; ed infine, quello *pluralista-polarizzato* tipico dell'Europa meridionale. È bene ricordare che questi sono solo degli ideal-tipi. Questo significa che i paesi che appartengono ad uno stesso modello, non necessariamente presentano solo elementi concordanti tra di loro, anzi, molto spesso, tra di essi sono rinvenibili anche delle significative differenze. Per questo motivo appare utile condurre un'analisi comparata tra paesi che vengono classificati come appartenenti allo stesso modello di giornalismo. Nel caso in questione, Italia, Francia e Spagna, che appartengono al modello *pluralista-polarizzato*.

Prima di eseguire l'analisi comparata, la quale ha come obiettivo primario quello di mettere in luce somiglianze e differenze, è stato condotto uno studio più approfondito del caso italiano. La ricerca ha rispettato i punti della scaletta sopracitata e quello che è emerso con chiarezza è:

- Una bassa circolazione dei giornali e una stampa d'élite
- Un alto livello di parallelismo politico e tendenza del giornalismo incline al commento
- Un basso livello di professionalismo giornalistico e una forte tendenza alla strumentalizzazione
- Un elevato grado di intervento dello Stato

Il caso italiano non è stato preso come caso principale solo per studiare l'applicazione dei diversi modelli di giornalismo individuati da Hallin e Mancini. Lo step successivo è stato infatti quello di analizzare il processo di *newsmaking* in merito alle politiche pubbliche nella carta stampata italiana. Il riferimento è all'utilizzo di *frames* ed argomenti, alla pluralità di attori e al lessico utilizzato. Ne emerge un quadro desolante e dal quale è difficile intravedere possibilità di miglioramento futuro. I giornali italiani, infatti, mostrano una propensione per

l'utilizzo dei *frames* e un ricorso solo molto limitato all'argomentazione; non rendono conto ai lettori della complessità ed eterogeneità degli attori che prendono parte al processo di *policy*, in quanto riservano il loro spazio interamente a quelli appartenenti al governo nazionale e alla maggioranza parlamentare; ed infine, per quanto riguarda il lessico utilizzato, questo può essere definito come troppo tecnico e formale, rendendo gli articoli di giornale adatti solo agli addetti ai lavori e, quindi, poco inclusivi nei confronti della collettività.

Come si è già cercato di sottolineare, l'analisi di un caso-paese, se non confrontata con la situazione rinvenibile in altre nazioni, rimane fine a sé stessa, in quanto si rischia di concentrare l'attenzione sulle caratteristiche sbagliate. A tal fine sono stati confrontati paesi quali Italia, Francia e Spagna con la volontà di mettere in luce somiglianze e differenze in particolare in merito:

- a) al grado di attenzione in ciascun contesto dedicato alla trattazione dei contenuti delle politiche pubbliche
- b) alla vastità di attori presenti, soprattutto in riferimento a coloro che svolgono un ruolo rilevante nel *policy cycle* nonostante non godano di un accesso tradizionale privilegiato ai media
- c) alla capacità di esplorare il *background* e le implicazioni delle politiche

Si può affermare, in modo conciso, che quello che è emerso è che, pur nonostante siano tutte e tre nazioni classificabili all'interno dello stesso modello, ci siano delle differenze anche significative nei tre diversi contesti giornalistici. Riassuntivamente, il giornalismo francese può essere definito come maturo e consapevole dal punto di vista informativo, con un'attenzione focalizzata sui contenuti; quello italiano semplicemente è catalogabile come uno specchio della politica, data la sua tendenza a dedicare eccessivo spazio alla *politics*; ed infine, quello spagnolo è sicuramente attento all'eterogeneità degli attori, ma è povero nell'esposizione dei contenuti delle misure adottate.

Come è emerso nel corso della trattazione, la diffusione dei tradizionali quotidiani è da qualche decennio sempre in maggiore declino, a favore, invece, dei nuovi media online, i quali svolgono un importante ruolo di *infotainment*. Anche i social

media e i quotidiani online, al pari dei mass media precedenti, seguono, nella costruzione dell'informazione e del proprio palinsesto, la citata e analizzata *media logic*. La diffusione dei social media tra la popolazione ha fatto sì che necessariamente anche il mondo della politica si avvicinasse a questi nuovi strumenti di comunicazione che permettono una maggiore interazione tra gli elettori e gli eletti ai ruoli di rappresentanza. Dai dati emerge che i social più utilizzati dai politici sono *Twitter*, *Facebook* e *Instagram*, a cui bisogna aggiungere anche, in tempi più recenti, *TikTok*, social utilizzato con il fine principale di raggiungere la fascia più giovane dei votanti. Un elemento che fra tutti, a mio parere, merita di essere messo in luce in riferimento a questi nuovi media è il fatto che essi hanno esasperato notevolmente un carattere che già da qualche decennio è riscontrabile nel campo della *politics*, ossia la personalizzazione. Essendoci, innegabilmente, un forte collegamento tra politica e politiche pubbliche, la personalizzazione connota anche il campo delle *policy*. Oltre ai canali ufficiali di politici e di partiti, ad emergere all'interno dei social media, soprattutto tra i giovani, sono i canali di informazione che vengono gestiti da giovani giornalisti e/o esperti di comunicazione politica che seguono una linea di neutralità e di ampia argomentazione, prendendo sicuramente come modello la *forma mentis* del sistema di informazione internazionale, la quale conosce l'importanza di comunicare senza necessariamente condividere con gli altri la propria opinione politica in merito.

Volendo trarre delle conclusioni più generali, che vadano oltre i singoli casi concreti, è indubbio che le logiche delle politiche pubbliche e quelle dei media operino con modalità e su dei piani differenti. I media si caratterizzano per un approccio veloce, selettivo e semplificatorio delle notizie che cozza con l'approfondimento necessario per questioni complesse come lo sono le politiche pubbliche. La spettacolarizzazione tipica della *media logic* fa sì che i media tendano a concentrare gran parte della loro attenzione sull'aspetto conflittuale, marginalizzando, invece, l'aspetto dei contenuti. I mezzi di comunicazione inoltre prediligono un tipo di informazione e di notizie che suscitino l'attenzione del pubblico e portino al commento, tanto che spesso è il giornalista stesso ad essere schierato politicamente. Tutto questo, ovviamente, mal si sposa con

un'informazione indipendente, tesa ad informare in maniera esaustiva la propria audience in merito alle misure adottate.



## *Bibliografia*

- BOBBIO L., RONCAROLO F., 2015, *I media e le politiche. Come i giornali raccontano le scelte pubbliche che riguardano la vita dei cittadini*, Bologna, Il Mulino
- BOBBIO L., POMATTO G., SEDDONE A., 2015, “Quando la politica soffoca le politiche. Una ricerca su media e politiche pubbliche”, *Stato e mercato*, n. 3, pp. 509-536
- BOBBIO L., POMATTO G., RAVAZZI S., 2017, *Le politiche pubbliche. Problemi, soluzioni, incertezze, conflitti*, Milano, Mondadori Università
- FLORIDIA A., 2012, *La democrazia deliberativa: teorie, processi e sistemi*, Roma, Carocci
- FORCELLA E., 1959, *Millecinquecento lettori*, Milano, Donzelli
- HALLIN D.C., MANCINI P., 2004, *Modelli di giornalismo. Mass media e politica nelle democrazie occidentali*, Roma, Laterza
- McCOMBS M., SHAW DL., 1972, *The Agenda-Setting Function of the Mass Media*, *Public Opinion Quarterly*
- MOHER, D., LIBERATI, A., TETZLAFF, J., & Altman, D. (2009), “Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement”, *Annals of Internal Medicine*, 6(6), 2642–2669
- NORRIS P., 2000, *A Virtuous Cycle? Political Communication in Post-Industrial Democracies*, Cambridge
- POMATTO G., MAGGIOLINI M., SEDDONE A., 2013, “Politiche pubbliche e deliberazione sui quotidiani italiani”, *Rivista italiana di Politiche pubbliche*, n. 3, pp. 365-394
- POMATTO G., SEDDONE A., 2016, “Carta stampata e mediated deliberation”, *Comunicazione politica*, n. 2, pp. 183-206
- SIEBERT F., PETERSON T., SCHRAMM W., 1956, *Four Theories of the Press*, University of Illinois Press
- SCALFARI E., Editoriale, *La Repubblica*, 14 gennaio 1976
- VOLTMER K., KOCH-BAUMGARTNER S., 2010, *Public Policy and the Mass Media*, in Koch-Baumgartner e Voltmer [2010a, 1-13]





## *Sitografia*

<https://www.agingproject.uniupo.it/glossario/revisione-sistematica/#:~:text=Una%20revisione%20sistematica%20%C3%A8%20uno,quesito%20clinico%20o%20intervento%20sanitario> (ultimo accesso 10 settembre 2022)

PRISMA Italian Statement, Evidence, p. 3 <https://prisma-statement.org/documents/PRISMA%20Italian%20Statement.pdf> (ultimo accesso 10 settembre 2022)

<https://www.evidence.it/articoli/pdf/e1000115.pdf> (ultimo accesso 10 settembre 2022)

<https://www.scopus.com/home.uri> (ultimo accesso 14 settembre 2022)

[https://galileodiscovery.unipd.it/discovery/search?vid=39UPD\\_INST:VU1](https://galileodiscovery.unipd.it/discovery/search?vid=39UPD_INST:VU1)  
(ultimo accesso 16 settembre 2022)

[https://www.treccani.it/enciclopedia/mass-media\\_%28Dizionario-di-Storia%29/](https://www.treccani.it/enciclopedia/mass-media_%28Dizionario-di-Storia%29/)  
(ultimo accesso 25 luglio 2022)

[https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale\\_%28Enciclopedia-dei-ragazzi%29/#:~:text=Il%20primo%20quotidiano%20della%20storia,della%20guerra%20e%20del%20mondo](https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale_%28Enciclopedia-dei-ragazzi%29/#:~:text=Il%20primo%20quotidiano%20della%20storia,della%20guerra%20e%20del%20mondo) (ultimo accesso 26 luglio 2022)