

MEDIADELCOM

ITALIA

Libro / Giugno 2023

UNIONE
EUROPEA

Mediadelcom
consortium

ITALIA

Sergio Splendore
Martín Oller Alonso

VERSO UNA GOVERNANCE DEI MEDIA BASATA SULLA CONOSCENZA.

IL METODO MEDIADELCOM

06

Dall'editore

Rischi e opportunità per la comunicazione deliberativa.

MARTÍN OLLER ALONSO

08

Come introduzione

Lo studio della comunicazione deliberativa in Italia.

SERGIO SPLENDORE
MARTÍN OLLER ALONSO

16

Como introduzione II

Rischi e opportunità per la comunicazione deliberativa in 14 paesi europei.

EPP LAUK
MARTÍN OLLER ALONSO

22

Comunicazione deliberativa nell'era del “mismanagement” governo italiano (2000-2022): Congiunture critiche

MARTÍN OLLER ALONSO
SERGIO SPLENDORE

29

Monitoraggio dei media: guardare il *watchdog*

TOBIAS EBERWEIN
HALLIKI HARRO-LOIT

33

**Libertà di espressione e
libertà di informazione:
cosa sono e come possiamo
monitorare la loro
protezione?**

EVANGELIA PSYCHOPOULOU
ANNA KANDYLA

49

38

**Rischi e opportunità per
la comunicazione
deliberativa e la
capacità di monitoraggio**

MARTÍN OLLER ALONSO
SERGIO SPLENDORE

**Mix Monitoraggio della
sostenibilità del
giornalismo – fattori critici**

PETER BERGLEZ
MART OTS

52

45

**Responsabilità dei media:
che cos'è e come possiamo
monitorarla?**

MARCUS KREUTLER

**Media e regolamentazione
legale**

SERGIO SPLENDORE
MARTÍN OLLER ALONSO

63

**Chi può essere considerate
un giornalista, e come
possiamo monitorarlo e le
sue competenze
professionali?**

LENKA WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ

84

68

Giornalismo

MARTÍN OLLER ALONSO
SERGIO SPLENDORE

**Modelli di utilizzo dei
media**

MARTÍN OLLER ALONSO
SERGIO SPLENDORE

95

80

**Chi conosce le pratiche di
utilizzo dei media?**

RAGNE KÕUTS-KLEMM
IVETA JANSOVÁ
LILIA RAYCHEVA

**In che modo le competenze (e
la ricerca) relative ai media
sono correlate alla ricerca RO
e alla comunicazione
deliberativa?**

ALNIS STAKLE
ANDA ROŽUKALNE

113

100

**Competenze relative ai
media**

SERGIO SPLENDORE
MARTÍN OLLER ALONSO

Concludendo I [ITALIA]

MARTÍN OLLER ALONSO

116

107

**Il ruolo dell'analisi comparativa
qualitativa dell'insieme fuzzy nello
spiegare i rischi e le opportunità
della comunicazione deliberativa**

DINA VOZAB
ZRINJKA PERUŠKO
FILIP TRBOJEVIĆ

Concludendo II

La metanalisi potrebbe
essere COOL! Il caso
Mediadelcom.

MARTÍN OLLER ALONSO
SERGIO SPLENDORE



Dall' ***EDITORE***

Questo libro si concentra su come rilevare rischi e opportunità (RO) per la comunicazione deliberativa nei media e prodotti dai media (Europa e Italia). Si basa sulla ricerca per la prima fase di un progetto finanziato dalla Commissione Europea chiamato Esplorazione critica dei rischi e delle opportunità legati ai media per la comunicazione deliberativa: scenari di sviluppo del panorama mediatico europeo (Mediadelpcom). Come indica il titolo, la seconda fase del progetto si concentrerà sulla produzione di modelli che aiuteranno i responsabili politici e gli esperti dei media a prevedere potenziali rischi e opportunità per la comunicazione deliberativa, e a prendere decisioni informate.

Martín Oller Alonso, Università degli Studi di Milano



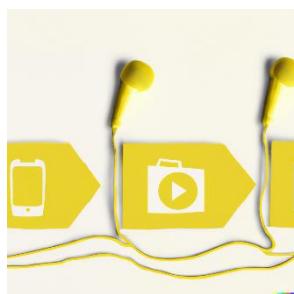
I team *nationali* di Mediadelcom si incontrano a Varsavia per discutere i risultati del fuzzy set e la diffusione dei risultati futuri (Maggio 2023).

Come *introduzione*

Sergio Splendore
Martín Oller Alonso
Università degli Studi di Milano



Comunicazione
mobile



Tecnologia



Digitalizzazione

Trovare RO per I panorama mediatici europei

L'approccio di collegare rischi e opportunità alla trasformazione dell'ecologia dei media è diffuso sia negli studi giornalistici che nella comunicazione politica in tutto il mondo. Umberto Eco (Eco e Lumley, 1994) parlava di apocalittici e integrava per definire e scindere tecno-appassionati da tecno-scettici. Il campo della comunicazione italiana non fa eccezione, con più di 300 articoli accademici, libri pertinenti, approvazione di leggi, rapporti, dati grezzi, proposte politiche e migliaia di testi giornalistici e informativi pubblicati negli ultimi 22 anni [2000-2022] che utilizzano un approccio basato su rischi e opportunità (RO) nella ricerca e le congiunture critiche per lo sviluppo della comunicazione deliberativa.

Attraverso la teoria dei campi [field] (Bourdieu, 1993; 1999) concepiamo la società italiana (o il sociale) come composta da diversi campi che sono separati oltre che correlati. Ogni campo ha le sue poste in gioco, ma anche le sue logiche specifiche. Il sottocampo [field] sociale italiano comprende gli attori — organizzazioni transnazionali, grandi progetti di ricerca comparativa, unità nelle strutture dell'industria dei media, studiosi, organizzazioni indipendenti e organizzazioni governative — e le loro relazioni che tentano di analizzare l'ecologia dei media italiani in termini di rischi e opportunità per la comunicazione deliberativa e la democrazia.

Il sottocampo di RO nel campo dei media è complesso e sfaccettato che attinge fortemente dai campi della politica e dell'economia. Tuttavia, il suo impatto si fa sentire in una serie di altri campi, incluso il mondo accademico. L'obiettivo principale di questo sottocampo è definire e quantificare i rischi e le opportunità poste dalla trasformazione dei media e del giornalismo e influenzare di conseguenza i responsabili politici.

In Italia, questo sottocampo è abitato da una vasta gamma di attori che competono o collaborano per modellare la comprensione dei rischi e delle opportunità. Seguendo il framework MediaDelCom, si possono identificare sei attori principali:

Organizzazioni transnazionali che monitorano i sistemi dei media a livello globale, come Freedom of the Press e Reporters Sans Frontières. Queste organizzazioni svolgono un ruolo importante nella raccolta e nella diffusione di informazioni sui sistemi dei media in tutto il mondo

Unità all'interno di strutture dell'industria dei media o collegate alle industrie dei media, come audiweb, auditel e Nielsen. Queste organizzazioni svolgono un ruolo importante nella misurazione e nel monitoraggio delle prestazioni dei sistemi dei media, sia a livello nazionale che internazionale

Organizzazioni indipendenti o associazioni professionali, come l'Associazione Italiana dei Ricercatori della Comunicazione, che si dedicano a promuovere lo studio e la comprensione dei media e della comunicazione

Grandi progetti di ricerca comparativa che raccolgono dati e producono analisi comparative nel tempo, come il World Press Freedom Index. Questi progetti forniscono preziose informazioni sullo stato della libertà dei media e dei sistemi dei media in tutto il mondo

Studiosi e gruppi di ricerca nelle università, che svolgono un ruolo fondamentale nella produzione di analisi e ricerche rigorose e accademiche sui rischi e sulle opportunità poste dalla trasformazione dell'ecologia dei media.

Organizzazioni che possono essere considerate una branca della pubblica amministrazione o di un ente pubblico, come l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM). Queste organizzazioni svolgono un ruolo cruciale nella regolamentazione dei sistemi dei media e nel garantire che siano in linea con scopi e obiettivi politici più ampi

Il sottocampo della comunicazione deliberativa è un campo dinamico e complesso che è abitato da una serie di attori che svolgono ruoli diversi ma correlati nel plasmare la nostra comprensione dei rischi e delle opportunità poste dalla trasformazione dell'ecologia dei media e ricerca. Tutti e sei gli attori identificati in questo sottocampo sono ben consolidati e attrezzati per monitorare i rischi e le opportunità della comunicazione deliberativa. Ciò include gli uffici di regolamentazione, le università e le associazioni professionali dei professionisti dei media. Mentre altri attori in Italia, come politici o esperti, possono occasionalmente contribuire al campo, non sono strutturati per monitorare o attuare politiche relative alla comunicazione deliberativa.

Horizon 2020



Tutti questi attori/istituzioni producono risultati diversi, inclusi report basati sui dati che hanno raccolto, dati grezzi e proposte politiche. La misura in cui questi dati vengono prodotti e adeguatamente analizzati è un chiaro indicatore della forza del sottocampo della governance politica e dei media in termini di capacità di auto-monitorarsi e proporre politiche in grado di massimizzare le opportunità e minimizzare i rischi. Nonostante la sua importanza, il sottocampo dei media e della comunicazione deliberativa ha diverse caratteristiche chiave che ne limitano l'efficacia. In primo luogo, è caratterizzato da un basso livello di collaborazione tra i suoi attori, il che significa che raramente attuano strategie comuni per raggiungere i propri obiettivi. In secondo luogo, il lavoro di questi attori, ad eccezione degli enti pubblici, non è ampiamente riconosciuto e gli studiosi possono ricevere riconoscimenti solo in termini di pubblicazioni prestigiose, ma non in termini di maggiore visibilità.

I dati e le analisi prodotti da questi attori raramente influenzano l'ordine pubblico.

Lo studio della comunicazione deliberativa in Italia presentato in questo libro produrrà dati, informazioni e conoscenze relativi a quattro domini principali: (1) regolamentazione legale ed etica, (2) giornalismo, (3) modelli di utilizzo dei media e (4) competenze relative ai media..

Idee

Per terminare questa introduzione, basta sottolineare che il sottocampo della comunicazione deliberativa nei media e nella cultura italiana è ben attrezzato per monitorare questi rischi e opportunità, ma deve affrontare diverse sfide chiave, tra cui una mancanza di collaborazione, riconoscimento e impatto sulle politiche pubbliche. Sono necessarie ulteriori analisi per comprendere il potenziale di questo sottocampo per produrre dati e analisi significativi che possono informare e influenzare le decisioni politiche. Per questo motivo, questo libro descrive i principali snodi critici dello sviluppo dei media che hanno avuto luogo in Italia tra il 2000 e il 2022 —Il duopolio mediatico, la paralisi politica e giornalistica, la crescita dei partiti di estrema destra, il fenomeno migratorio, la crisi economica, la pandemia da Covid-19 e, di recente (2022), l'ascesa al potere del partito *Fratelli d'Italia*—, ed esamina le trasformazioni sociali, politiche, economiche e tecnologiche che hanno plasmato il panorama italiano.

L'ascesa al potere del partito “Fratelli d'Italia”

Un lavoro fondamentale per il campo della comunicazione italiana perché la disponibilità, l'attualità e la continuità di questi dati, così come la complessità della raccolta dei dati, l'affidabilità e la disponibilità di esperti e strutture di ricerca, devono essere valutate per comprendere appieno il potenziale impatto del campo della comunicazione in Italia. Un'analisi che definisce la relazione tra le istituzioni dei media e i domini relativi ai media nel contesto della comunicazione deliberativa e della democrazia italiana, compreso lo sviluppo di salvaguardie per la libertà di espressione, la responsabilità dei media, le dimensioni del mercato, i media pubblici, le condizioni di lavoro, la dieta dei media, i cittadini accesso a diversi media, competenze digitali e alfabetizzazione mediatica.



NO



Condizioni diacroniche. *Misurazione della comunicazione deliberativa nel suo contesto*

Como abbiamo anticipato, i media e le piattaforme periodiche non sono isolate come singole istituzioni in Italia, ma piuttosto fanno parte di un più ampio “ecosistema” culturale, sociale, politico ed economico. Nel contesto italiano, la comunicazione deliberativa si riferisce al processo di prendere decisioni collettive attraverso la discussione pubblica e la ponderazione degli argomenti. Nella dimensione macro, l’indice di democrazia deliberativa viene utilizzato per misurare il livello di deliberazione in una democrazia. Questo indice prende in considerazione vari fattori come la deliberazione delle élite politiche, il ruolo dei media nella promozione della deliberazione pubblica e le decisioni di politica pubblica.

Gli indicatori utilizzati nell’indice includono il bene comune, il livello di impegno nella società, l’ampiezza della consultazione, la necessità di una giustificazione motivata e il rispetto delle controargomentazioni. Questi indicatori sono usati per misurare il livello di deliberazione dei cittadini.

Il principio deliberativo della democrazia italiana afferma che il bene comune dovrebbe motivare le decisioni politiche e che un dialogo rispettoso e partecipanti informati e competenti sono necessari per una democrazia funzionante. La persuasione è anche una componente chiave del processo deliberativo, poiché gli argomenti e le controargomentazioni vengono soppesati per arrivare a una decisione collettiva. L’indice di democrazia deliberativa fornisce uno strumento utile per misurare il livello di deliberazione nella democrazia italiana e sottolinea l’importanza della partecipazione dei cittadini, dell’impegno dei media e del dialogo rispettoso nel processo decisionale. Como sottolinea Nord (2021), “a livello macro, la democrazia deliberativa definisce un modello di democrazia in cui le decisioni collettive vengono prese dopo aver soppesato gli argomenti in discussioni pubbliche senza limiti per la partecipazione dei cittadini in condizioni di parità”.

A livello meso, in Italia la deliberazione può assumere forme specifiche come tavole rotonde, riunioni plenarie o sondaggi deliberativi in cui un gruppo di cittadini si riunisce per discutere e trovare soluzioni a un problema specifico. Uno studio intitolato *Catching the Deliberative Wave: Innovative Citizen Participation and New Democratic Institutions* (giugno 2020) sottolinea l'importanza delle istituzioni per la deliberazione dei cittadini e il ruolo che svolgono nel processo politico.

Esempi di queste istituzioni includono sondaggi deliberativi e iniziative politiche in cui i cittadini — “mini pubblico”, come un gruppo piccolo, diversificato e rappresentativo — sono coinvolti nel dibattito. Lo studio di MEDIADELCOM esamina l'impatto delle reazioni discorsive alla politica e il modo in cui influenzano lo sviluppo e l'adozione della politica. In questo livello si esamina anche alcuni dei temi legati alla deliberazione in Italia, tra cui la burocratizzazione, le posizioni intermedie, i percorsi di comunicazione e informazione, la gerarchia. Comprendere questi temi e il loro impatto sulla deliberazione può aiutare i responsabili politici e le istituzioni democratiche a creare processi più efficaci per il coinvolgimento dei cittadini e il processo decisionale.

Perciò, la dimensione meso della deliberazione fornisce una più profonda comprensione delle specifiche forme istituzionali di deliberazione e del loro impatto sul processo politico in Italia. La partecipazione innovativa dei cittadini e le nuove istituzioni democratiche svolgono un ruolo fondamentale nella promozione e nel miglioramento del processo deliberativo.



La deliberazione dei cittadini in Italia a livello micro è spontanea e meno organizzata. Si verifica quando più di una persona si incontra e discute un problema, tenendo presenti i principi della deliberazione. La qualità di queste discussioni si basa su vari indicatori, come la conoscenza e la fiducia dei cittadini. Se queste condizioni indotte dai media sono soddisfatte, la deliberazione pubblica sarà migliorata. Ad esempio, il pubblico che è esposto a una varietà di argomenti in un problema e ha la volontà di discutere e deliberare avrà una migliore qualità della deliberazione..

Vari fonti di dati forniscono informazioni sui vari aspetti della deliberazione dei cittadini italiani a livello micro. I dati dell'Eurobarometro e dell'indagine sociale europea (ESS) forniscono informazioni sul livello di discussione dei cittadini italiani su politica e attualità e sul loro livello di informazione su argomenti specifici. I dati ESS forniscono anche informazioni sulle pari opportunità per i cittadini di avere voce in capitolo nel sistema politico. Lo European Values Study (EVS) fornisce informazioni sui livelli di fiducia interpersonale, che è un altro fattore importante per la qualità della deliberazione. Il sito web GESIS fornisce dati sulla fiducia dei cittadini nelle diverse istituzioni, che è un aspetto fondamentale per la qualità della deliberazione.



Mediadelcom

Comunicazione
deliberativa



Como

I ntroduzione II

Mediadelcom sostiene l'idea che impegnarsi nella comunicazione deliberativa ha il potenziale di rafforzare e fortificare i principi democratici. La comunicazione deliberativa si riferisce a un tipo di comunicazione che mira a facilitare discussioni informate e razionali con rispetto reciproco tra individui con opinioni e/o interessi diversi. Bayer (2018: 45) riassume le precondizioni necessarie per la deliberazione come segue: "(a) accesso pubblico o trasparenza, (b) partecipazione inclusiva, (c) uguali diritti a tutti i partecipanti (riguardanti i loro diritti di parlare, criticare, dissentire e suggerire altre opzioni)". Ci sono altre tre condizioni perché avvenga la comunicazione deliberativa: informazioni sufficienti, adeguate e veritiere e un forum pubblico per questa comunicazione, nonché una cultura di comunicazione dialogica nella società.



Epp Lauk
Universidad de Tartu
Martín Oller Alonso
Università degli Studi di Milano

Fornire queste condizioni è la funzione dei media di informazione. Promuovendo un processo deliberativo aperto e inclusivo, gli organi di informazione possono aiutare a costruire fiducia e promuovere una decisione informata tra il loro pubblico.

Sappiamo tutti che non esistono condizioni ideali per la comunicazione deliberativa. Ma, parafrasando Winston S. Churchill, sappiamo anche che la democrazia è la migliore di tutte le cattive forme di governo. Quindi, quali sono i fattori di rischio che mettono in pericolo la realizzazione della comunicazione deliberativa in una società democratica?

Alcuni fattori di rischio sono più visibili di altri. Alcuni dei rischi che hanno ricevuto più attenzione includono la raccolta sistematica di dati, l'ammontare di denaro destinato alla ricerca, i rapporti annuali per monitorare le dinamiche, ecc. Altri rischi ricevono meno attenzione o possono essere più complicati da monitorare (seguire).

“Mediadelpcom is coordinated by the University of Tartu (Estonia)”

Uno dei fattori di rischio facilmente riconoscibili nelle democrazie moderne è una diminuzione graduale della libertà di espressione e di informazione. Questo può assumere molte forme. Ad esempio, c'è una crescente tendenza a presentare cause legali contro giornalisti e leader di opinione da parte delle persone al potere se vengono criticati pubblicamente (casi SLAPP). L'obiettivo principale è intimidire e esaurire sia finanziariamente che moralmente i giornalisti per farli desistere dalle loro critiche. Le organizzazioni e le aziende spesso suggeriscono ai loro dipendenti di non divulgare informazioni al pubblico, anche quando la questione non riguarda segreti aziendali. Tali tendenze, quando si accumulano, spingono le società verso l'opacità. La domanda è, chi dovrebbe e potrebbe resistere a queste misure? La risposta sono i giornalisti che sono motivati e capaci di rivelare i meccanismi di tali tendenze e di spiegarli alle persone. Ma cosa succede se non ci sono abbastanza giornalisti in un paese che osano criticare le attività delle autorità o delle persone potenti?

La deliberazione richiede che i partecipanti abbiano informazioni accurate per prendere decisioni informate, ma se la disinformazione viene introdotta nella conversazione, può portare a conclusioni errate o addirittura a danni. Gli organi di informazione hanno la responsabilità di verificare e controllare le informazioni prima di presentarle al pubblico, ma c'è sempre il rischio che informazioni false o fuorvianti possano sfuggire ai controlli. Un rischio meno riconoscibile è legato alla capacità e alla motivazione dei cittadini di distinguere tra informazioni affidabili e propaganda. Andando oltre, se troppe persone non sono consapevoli o incapaci di identificare informazioni false o menzogne, potrebbe segnalare problemi con la qualità del sistema educativo o media politicamente di parte. Questo presenta l'opportunità di porre un forte accento sulle competenze informative nell'educazione formale o nella società civile, che potrebbe portare a una società in cui la maggioranza è meno sensibile alla propaganda.



Un altro rischio è il potenziale per il pregiudizio mediatico di influenzare la deliberazione. Gli organi di informazione possono presentare le informazioni in modo che favoriscano un lato di una questione rispetto a un altro. Questo può influenzare le opinioni dei partecipanti alla deliberazione e impedire una conversazione veramente aperta e inclusiva. Tutti questi rischi sono intrecciati e alcuni rischi potrebbero diventare veramente pericolosi per la democrazia mentre altri potrebbero essere bilanciati dalle opportunità.

Come viene condotta la ricerca?

Il nostro obiettivo era esaminare le ricerche disponibili sui media per identificare i rischi e le opportunità per la comunicazione deliberativa in 14 paesi europei.

Abbiamo iniziato conducendo una revisione significativa della letteratura sugli approcci e gli argomenti in nove campi di ricerca, tra cui studi giornalistici, economia e gestione dei media, ricerca sul consumo/utilizzo dei media, alfabetizzazione mediatica, etica dei media e della comunicazione, regolamentazione dell'informazione e dei media, comunicazione politica, politica e sistemi dei media e della comunicazione, e sociologia dei media e della comunicazione. Abbiamo quindi sintetizzato quattro ambiti della ricerca sulle RO. Dopo aver definito i quattro ambiti, abbiamo elaborato gli elenchi di indicatori (variabili concettuali ed operative) per identificare le RO in ciascun ambito. Queste variabili hanno guidato la valutazione delle capacità di monitoraggio dei media all'avanguardia in ciascuno dei 14 paesi partecipanti.

GIORNALISMO

LEGALE ED ETICO REGOLAMENTO DEI MEDIA E UTILIZZO DEI DATI

COMPETENZE RELATIVE AI MEDIA

MODELLI DI UTILIZZO DEI MEDIA

Nella seconda fase, abbiamo creato un database bibliografico per valutare l'eventuale competenza nazionale nello sviluppo dei media e nella comunicazione deliberativa, che viene utilizzata per prevedere e gestire rischi e opportunità mediatiche. Il database ha più di 5600 riferimenti sistematizzati e classificati (in un file Excel)!

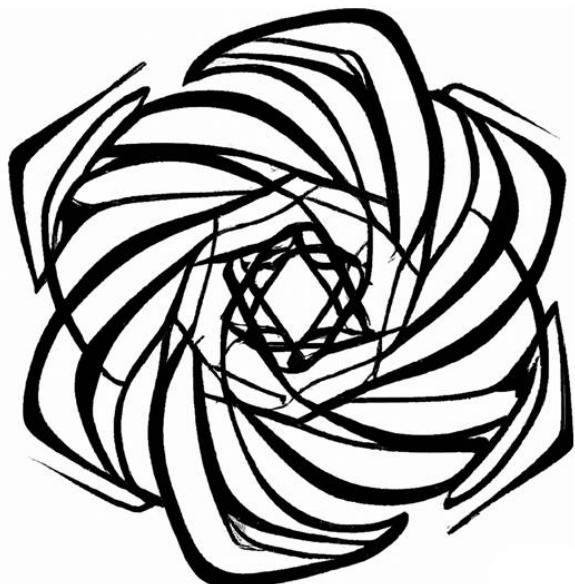
La terza fase ha coinvolto la produzione di rapporti nazionali sull'indagine e le capacità di monitoraggio dei media e della comunicazione deliberativa, rispondendo a domande cruciali sui rischi e le opportunità legate ai media.

Nella quarta fase, abbiamo effettuato un'analisi del contenuto (manuale e computazionale) dei rapporti nazionali, estraendo informazioni sulla ricerca relativa ai media e alla comunicazione deliberativa in ogni paese e completando il "database dei domini". Il valore dell'analisi per domini può essere paragonato a quello dell'oro, poiché consente un'infinità di possibilità comparative in tutte le dimensioni e aree di studio della comunicazione deliberativa. Nella quinta fase, ci concentriamo sulla governance dei media basata sui dati, utilizzando la modellazione motivazionale e la simulazione basata sugli agenti per prevedere gli esiti legati ai media e supportare la comunicazione deliberativa e la coesione sociale

Questo e-book dà il benvenuto al lettore per una breve escursione attraverso la giungla della ricerca sulla diagnosi delle RO che emergono per la comunicazione deliberativa durante la trasformazione dei media. Il libro presenta alcuni approcci teorici e metodologici che possono essere utilizzati per fare metanalisi degli studi esistenti sulle trasformazioni dei media.

References

Bayer, M. J. (2018). Deliberation in the lab. The effect of communication on information sharing, cooperation, and consensus [Dissertazione per l'ottenimento del grado accademico di Dottore in Scienze Sociali (Dr.rer.soc.)] Sistema di Pubblicazione Online di Konstanz (KOPS). <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:352-2-z1tlv29358su0>.



GOVERNO DEI
MEDIA

SABIDURA

BANCA DATI
DEI DOMINI

CONOCIMENTI

CASI DI STUDIO
1 e 2

INFORMAZIONE

BANCA DATI
BIBLIOGRAFICA

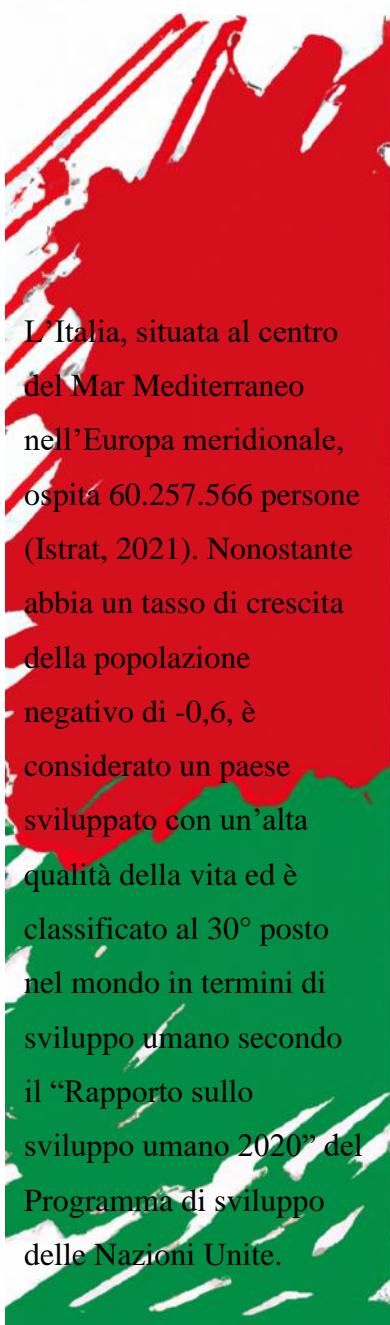
DATI

COMUNICAZIONE
DELIBERATIVA

Comunicazione deliberativa nell'era del *mismanagemen*t governo italiano (2000-2022)

Congiunture critiche

SERGIO SPLENDORE
MARTÍN OLLER ALONSO



L'Italia, situata al centro del Mar Mediterraneo nell'Europa meridionale, ospita 60.257.566 persone (Istat, 2021). Nonostante abbia un tasso di crescita della popolazione negativo di -0,6, è considerato un paese sviluppato con un'alta qualità della vita ed è classificato al 30° posto nel mondo in termini di sviluppo umano secondo il "Rapporto sullo sviluppo umano 2020" del Programma di sviluppo delle Nazioni Unite.



Le lingue ufficiali sono l'italiano, con veneto e siciliano coufficiali in alcune regioni.

L'Italia è una repubblica parlamentare con una democrazia rappresentativa ed è membro dell'Unione Europea sin dal suo inizio [1958] [1951 – Comunità Europea del Carbonio e dell'Acero].

Dalla fine della Seconda guerra mondiale, l'Italia è stata governata da diverse figure politiche, tra cui Silvio Berlusconi, Romano Prodi, Mario Monti, Enrico Letta, Matteo Renzi, Paolo Gentiloni, Giuseppe Conte, Mario Draghi e Giorgia Meloni.



Meloni, capo del partito di estrema destra "Fratelli d'Italia", è diventata la prima donna Presidente del Consiglio in Italia nell'ottobre 2022. Una realtà politica attuale che si pone come una sfida per la nostra proposta di rafforzare le istituzioni pubbliche e la democrazia partecipativa in Italia attraverso l'attuazione del modello di comunicazione deliberativa..

A cui dobbiamo aggiungere che una delle principali sfide dell'Italia è la corruzione, con un alto livello di corruzione nel settore pubblico e un punteggio di 56/100 sull'indice di percezione della corruzione nel 2020 [*Corruption Perceptions Index (2020)*]. Nonostante ciò, l'Italia è la nona economia più grande del mondo e la terza più grande in Europa, con servizi e produzione che rappresentano il 75% del PIL totale del paese. Con 40 importanti porti, 129 aeroporti, 16.781 km di ferrovie e 6.500 km di autostrade, l'Italia è un polo amministrativo e finanziario strategico.

Tuttavia, il paese deve affrontare sfide economiche, con un tasso di disoccupazione del 7,8% e un alto tasso di disoccupazione giovanile del 23,7%. L'ambiente dei media in Italia è dominato dalla televisione ed è caratterizzato da un forte settore televisivo e da un debole settore dei giornali. Nonostante alti livelli di libertà personale, il paese ha un livello medio di libertà economica (7,61) e libertà di Internet (76/100). Il 70% della popolazione italiana ha accesso a internet, secondo *l'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni e il Ministero dello Sviluppo Economico-Comunicazione*.



Perché questa breve rassegna della risposta italiana? Perché il contesto economico, sociale e politico del paese gioca un ruolo cruciale nel determinare il livello di comunicazione deliberativa al suo interno. Le dimensioni contestuali come la durata dell'integrazione europea, la qualità della democrazia, lo sviluppo economico, la nascita di uno stato, la durata di uno stato indipendente e la volatilità del regime storico, hanno tutte un impatto sul grado di libertà dei media e sullo sviluppo del mercato dei media, influenzando così l'esito del processo di comunicazione deliberativa.

L'Italia, membro dell'Unione Europea da sessantacinque anni, ha una lunga storia di integrazione europea e una democrazia liberale consolidata con un PIL pro capite elevato, secondo l'ultimo Freedom House e l'indice di democrazia EIU [EIU democracy index]. Ciò ha un impatto positivo sulla qualità della comunicazione deliberativa nel paese. D'altra parte, lo sviluppo economico dell'Italia, come indicato dai dati del PIL pro capite della Banca Mondiale [World Bank's], è un fattore positivo che può portare opportunità di sviluppo dei media e maggiore libertà dei media. Ciò può portare a un aumento della comunicazione deliberativa, promuovendo la partecipazione plurale dei cittadini e riducendo la polarizzazione sociale.



Tuttavia, il contesto storico dell'Italia, con i suoi regimi democratici fascisti, socialisti e post-autoritari negli ultimi cento anni, può essere visto come un fattore negativo che influenza la comunicazione deliberativa. La volatilità dei regimi storici in un paese può portare a un ambiente di comunicazione polarizzato e restrittivo, ostacolando lo sviluppo di un mercato dei media libero e aperto. Il modello di governance e di comunicazione proposto dall'attuale presidente del Consiglio rappresenta quindi una sfida, e un rischio, per la stabilità democratica del Paese. O, almeno, per la democrazia deliberativa.

In Italia, ci sono stati diversi momenti critici che hanno avuto un impatto sul panorama sociale, politico ed economico del Paese. I momenti critici sono considerati punti di svolta nella storia, che alterano il corso dell'evoluzione e modellano il futuro della società. L'impatto di una congiuntura critica è spesso sostanziale e dura più a lungo della congiuntura stessa. Le scelte compiute in un momento critico da diverse istituzioni e agenti aziendali definiscono il percorso che porta a rischi o opportunità.

Corruzione 56/100

*Corruption Perceptions
Index 2020*

Uno dei momenti critici in Italia è stato il cambio di sistema politico all'inizio degli anni '90, che ha visto il crollo del sistema sovietico e l'unificazione della Germania. Questo evento ha avuto conseguenze di vasta portata sul panorama sociale e politico dell'Italia e del resto d'Europa. Dall'ultimo decennio del secolo scorso, il duopolio televisivo in Italia è dominato dall'emittente di servizio pubblico *RAI* e dall'emittente privata *Mediaset*, controllata dall'ex primo ministro Silvio Berlusconi. L'impero mediatico di Berlusconi, che comprendeva *Mediaset*, il più grande editore italiano di riviste *Gruppo Mondadori*, e *Publitalia*, la più grande compagnia pubblicitaria, insieme ad altre stazioni radio e televisive locali, gli ha dato un controllo significativo sui mezzi di trasmissione pubblici e privati. Ciò ha portato "all'anomalia italiana", in cui Berlusconi si trovava in una posizione contraddittoria di rappresentare sia gli interessi privati di chi era al potere sia gli interessi del pubblico. Nonostante ciò, l'uso dei media da parte di Berlusconi in politica è stato influente, poiché ha utilizzato tecniche di propaganda per ottenere una maggiore esposizione e visibilità. Ha anche definito il linguaggio in cui le questioni politiche sono state discusse nella sfera pubblica, influenzando l'opinione pubblica e la democrazia liberale. Un altro momento critico in Italia è stato lo sviluppo di Internet e delle tecnologie di comunicazione, che ha raggiunto il suo culmine con l'avvento dei social media e lo sviluppo delle comunicazioni mobili intorno al 2004. Questo momento critico ha avuto un impatto significativo sul modo in cui le persone comunicano e accedono alle informazioni in Italia e intorno al mondo. Il processo di digitalizzazione, compresa la mediatizzazione della politica, ha consentito una maggiore democratizzazione dei media e ha posto nuovi rischi. Il passaggio al digitale terrestre e alla web tv ha aumentato notevolmente il numero di telespettatori, ma non ha influito sulla proprietà televisiva, in quanto permane il duopolio *RAI-Mediaset*. L'avvento delle piattaforme di social media, come Twitter e Facebook, ha cambiato il modo in cui i politici comunicano e interagiscono con i cittadini-elettori, rendendoli strumenti potenti per raggiungere e mobilitare seguaci/elettori. Tuttavia, lo stretto divario digitale, come dimostrano i rapporti Censis [*Censis reports*], tra il 2007 e il 2010, ha aumentato l'accesso all'informazione da parte del pubblico.

Crisi migratoria

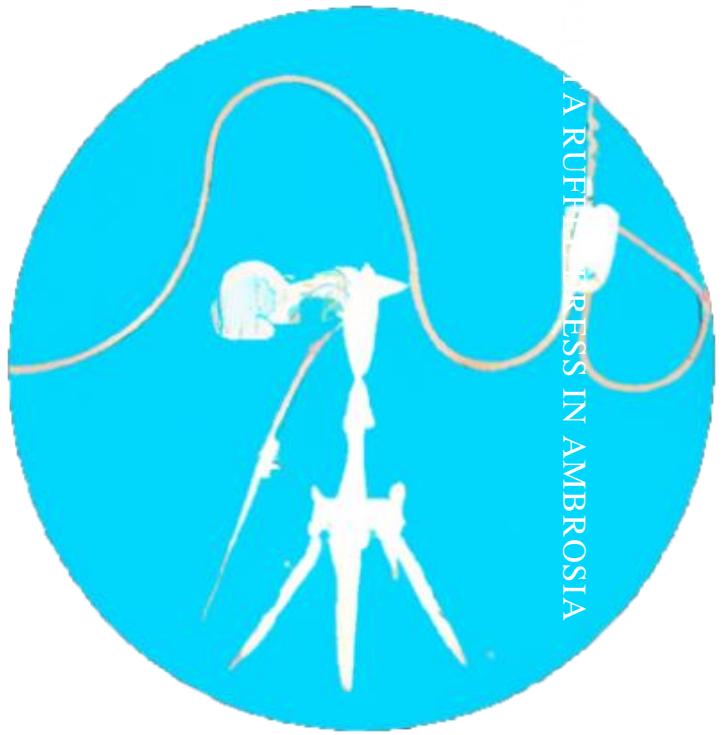
La crisi economica del 2008-2010 è considerata un altro momento critico in Italia, con un impatto su tutti settori ed eventi, che hanno portato cambiamenti duraturi nella struttura economica, sociale e politica del paese. La crisi finanziaria del 2008 ha avuto un impatto significativo sull'Italia, portando ad un aumento dei livelli di disoccupazione e povertà. I partiti e i leader politici populisti hanno approfittato della situazione sostenendo misure protezionistiche e conservatrici, contribuendo all'ascesa del nazionalismo e dell'euroscetticismo nel paese. I media mainstream in Italia tendevano a inquadrare le questioni dell'Unione Europea in una luce più positiva rispetto alle questioni politiche interne. Allo stesso modo, la crisi migratoria del 2013, con l'aumento degli afflussi di migranti in Europa, ha ulteriormente alimentato l'ascesa di partiti politici populisti, in particolare quelli dello spettro di destra che hanno enfatizzato l'immigrazione come un problema prioritario e diffuso retorica xenofoba e intollerante.

Ciò ha portato alla creazione del *Movimento 5 Stelle* e alla crescita della *Lega Nord* di Matteo Salvini, che hanno ottenuto il sostegno elettorale di una parte considerevole della popolazione italiana. I partiti populisti hanno fatto molto affidamento sui social media per la comunicazione *online*, sfruttando la personalizzazione della piattaforma e l'emozionalizzazione della politica. L'ascesa del populismo in Italia può essere vista come una risposta alle molteplici crisi degli ultimi due decenni e una manifestazione dello *zeitgeist* populista in tutta Europa. I media hanno svolto un ruolo cruciale nella diffusione delle informazioni sulla pandemia al pubblico. Tuttavia, il ruolo dei media in questo contesto è stato duplice. Da un lato, è stato responsabile della diffusione di informazioni accurate sulla pandemia, contribuendo a sensibilizzare l'opinione pubblica sulla natura e la diffusione del virus e fornendo al pubblico consiglio pratico su come ridurre il rischio di infezione. D'altra parte, anche i media hanno contribuito alla diffusione della disinformazione, poiché alcune fonti di notizie hanno riferito di affermazioni non verificate e teorie del complotto.

La pandemia di COVID-19 ha avuto un profondo impatto sulla democrazia italiana —I primi casi sono stati confermati il 31 gennaio 2020—, poiché il governo ha implementato misure come blocchi, coprifuoco e restrizioni di viaggio nel tentativo di rallentare la diffusione del virus. Sebbene queste misure siano state necessarie per proteggere la salute pubblica, hanno anche avuto l'effetto di limitare le libertà civili e limitare il discorso pubblico. In particolare, la pandemia ha evidenziato l'importanza delle tecnologie digitali nel consentire la comunicazione deliberativa, nonché le sfide poste dalla diffusione della disinformazione. Questa pandemia ha rappresentato un momento critico nella storia delle RO per la comunicazione deliberativa e la democrazia italiana. L'infodemia e il ruolo dei media nella diffusione di informazioni sulla pandemia hanno entrambi contribuito alle sfide poste dalla pandemia alla democrazia. Tuttavia, la pandemia ha anche mostrato l'importanza fondamentale delle tecnologie digitali nel consentire la comunicazione deliberata e la necessità di sforzi continui per garantire che informazioni accurate siano rese disponibili al pubblico.

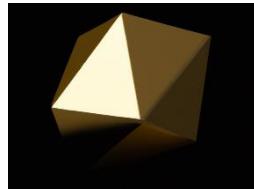
Insieme al resto dei frangenti critici precedentemente descritti, l'instabilità politica e i bruschi cambi di governo negli ultimi anni in Italia sono stati uno dei motivi principali della vittoria elettorale del partito *Fratelli d'Italia* nelle elezioni del 25 settembre 2022. Un fatto che ha provocato un cambiamento significativo nel panorama politico dell'Italia e dell'Unione Europea. La nomina di Giorgia Meloni a prima donna Primo Ministro del Paese ha destato preoccupazione per il futuro della comunicazione deliberativa in Italia e per la stabilità della sua democrazia liberale. L'ideologia politica nazional-conservatrice e populista di destra del partito rappresenta una minaccia per lo sviluppo di un modello di comunicazione deliberativa proposto nel progetto MEDIADELCOM. È probabile che la strategia di comunicazione dell'attuale governo sia più restrittiva, polarizzata e strumentalizzata, portando a un maggiore interventismo statale nei media.

Anche l'aumento della polarizzazione politica è motivo di preoccupazione, poiché la comunicazione politica è sempre più basata su populismo, notizie false e incitamento all'odio. In questo scenario, la comunicazione deliberativa si presenta come l'unica opzione per aumentare la partecipazione plurale dei cittadini e ridurre la polarizzazione sociale. Il consolidamento della leadership del partito *Fratelli d'Italia* nel paese funge da precedente per altri partiti di estrema destra nell'Unione europea, ponendo un rischio significativo per la stabilità delle democrazie liberali in tutta la regione.



Monitoraggio dei media: guardare il *watchdog*

Tobias Eberwein Alpen-Adria-Universität Klagenfurt
Halliki Harro-Loit Università di Tartu



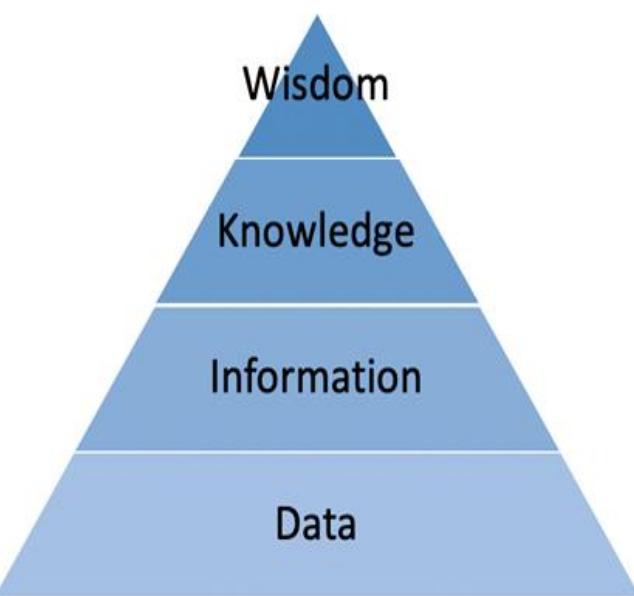
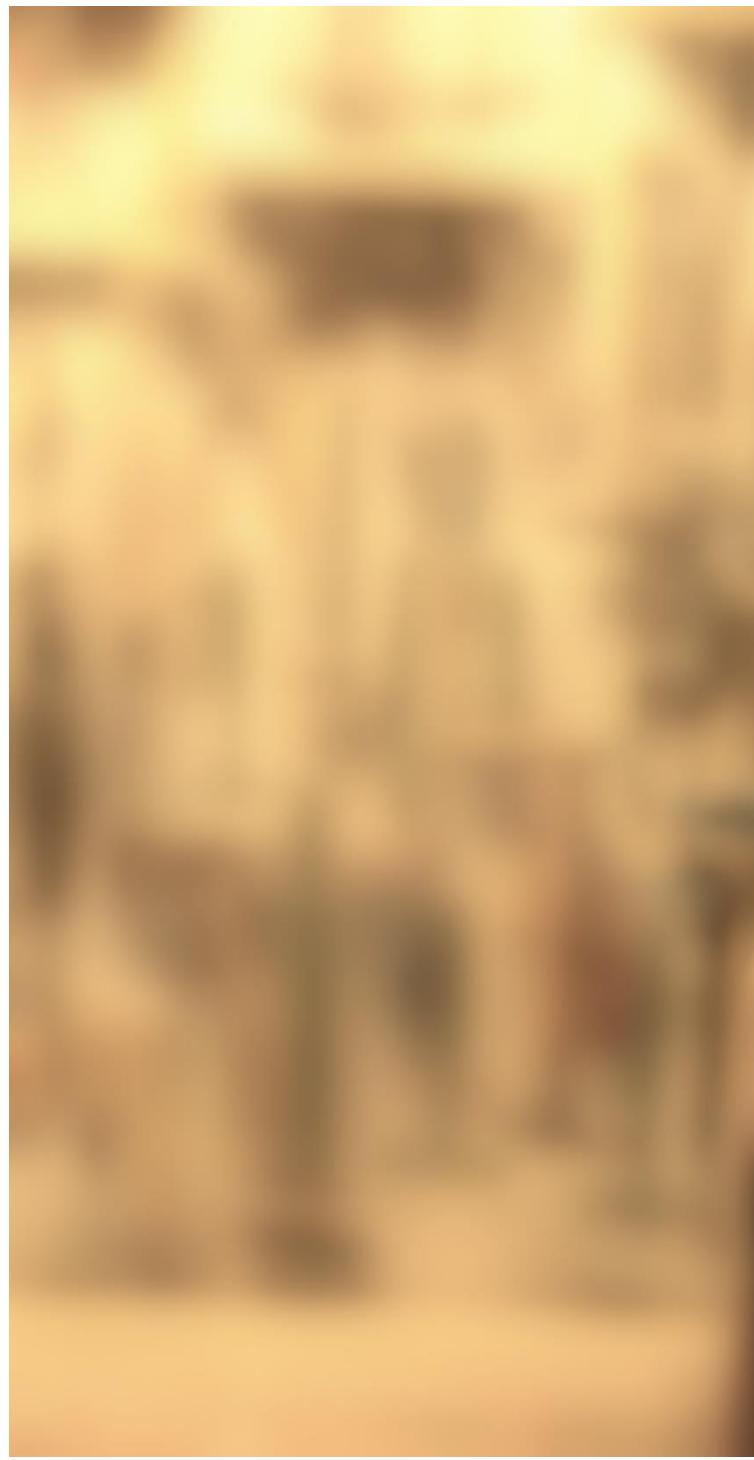
“I responsabili delle politiche dipendono da dati affidabili”

I media e il giornalismo hanno un ruolo importante nelle società moderne: raccogliendo e presentando notizie pertinenti al loro pubblico, svolgono una funzione informativa. In questo modo, contribuiscono a creare una sfera pubblica, un requisito fondamentale per la comunicazione deliberativa. Spesso, i giornalisti agiscono anche come cani da guardia che aiutano a controllare le élite politiche e altre. Questo diventa possibile quando i media sono liberi dall'interferenza dello Stato, almeno nei sistemi mediatici democratici.

Ma come possiamo garantire che i media e il giornalismo rispondano veramente a tali aspettative? Chi controlla i cani da guardia?

Mentre il contenuto giornalistico dovrebbe rimanere libero dal controllo politico, è compito della buona governance dei media e della creazione di politiche mediatiche creare un ambiente che serva nel miglior modo possibile le funzioni dei media. Per farlo, i responsabili delle politiche dipendono da dati affidabili. Hanno bisogno di sapere cosa sta succedendo nei media. Quali tipi di canali di notizie sono attualmente disponibili nel loro paese e quanto sono utilizzati e fidati? Quanti giornalisti sono attivi e sono davvero liberi da influenze esterne? Il quadro giuridico consente una copertura mediatica pluralistica? Quali misure sono in atto per aumentare l'alfabetizzazione mediatica e quanto sono efficaci?

Tali domande possono essere risposte con l'aiuto della ricerca sui media e di vari progetti di monitoraggio dei media. Ad esempio, l'ONG Reporters Without Borders pubblica un annuale Indice della libertà di stampa mondiale che misura lo stato della libertà dei media in tutto il mondo. Il Media Pluralism Monitor offre uno strumento per valutare diverse debolezze dei sistemi mediatici che possono ostacolare il pluralismo dei media in Europa. Lo studio Worlds of Journalism conduce sondaggi tra i giornalisti per esaminare le percezioni della professione in tutto il mondo. Il Digital News Report dell'Istituto Reuters rivela intuizioni sull'uso delle notizie in un ambiente mediatico digitale. Il progetto Mediadelcom ha raccolto un gran numero di studi sui media e sul giornalismo che sono stati condotti e pubblicati in ciascuno dei paesi del progetto. Alcuni offrono ampi set di dati, in alcuni casi consentendo addirittura analisi longitudinali; altri sono piccoli studi di caso che si concentrano su fenomeni selezionati (gruppi di ricerca internazionali, studenti, ecc). Senza dubbio, tutti contribuiscono all'obiettivo di monitorare i media e i cambiamenti legati ai media. Tuttavia, la disponibilità di dati sistematici non porta automaticamente a politiche mediatiche migliori.



La “piramide della conoscenza” (Kitchin, 2014)

Diam Mediadelcom, pertanto, applica il noto “piramide della conoscenza” per descrivere la qualità e l'utilità di diverse fonti a fini di monitoraggio.

“Holistic approach to media related (ROs)”

Questo modello differenzia quattro categorie fondamentali: dati, informazioni, conoscenza e saggezza. Ad esempio, molte organizzazioni mediatiche raccolgono dati sulla questione di quali prodotti mediatici vengono utilizzati e per quanto tempo. Ma solo quando questi dati vengono elaborati e collegati logicamente, diventano informazioni. L'organizzazione di tali informazioni (ad es., in relazioni interne delle organizzazioni mediatiche o nella ricerca accademica sui media e il giornalismo) crea conoscenza. Il livello di saggezza indica infine fino a che punto la conoscenza acquisita viene applicata e porta a decisioni basate su prove nella formulazione di politiche mediatiche.



La “piramide della conoscenza” aiuta a capire che la conoscenza e la saggezza hanno un'importanza critica per i responsabili delle politiche mediatiche. È anche uno strumento rilevante per scoprire chi raccoglie quale tipo di informazioni e conoscenza e chi infine trasforma la conoscenza in saggezza. Quali sono i motivi e le competenze di queste persone? L'obiettivo chiave di Mediadelcom è identificare quegli attori nel monitoraggio dei media che sono più preziosi per evidenziare i rischi e le opportunità per la comunicazione deliberativa. Il suo focus è su quattro domini di ricerca centrali: (a) regolamentazione legale ed etica dei media; (b) giornalismo; (c) modelli di utilizzo dei media; e (d) competenze legate ai media.

Continua a leggere:

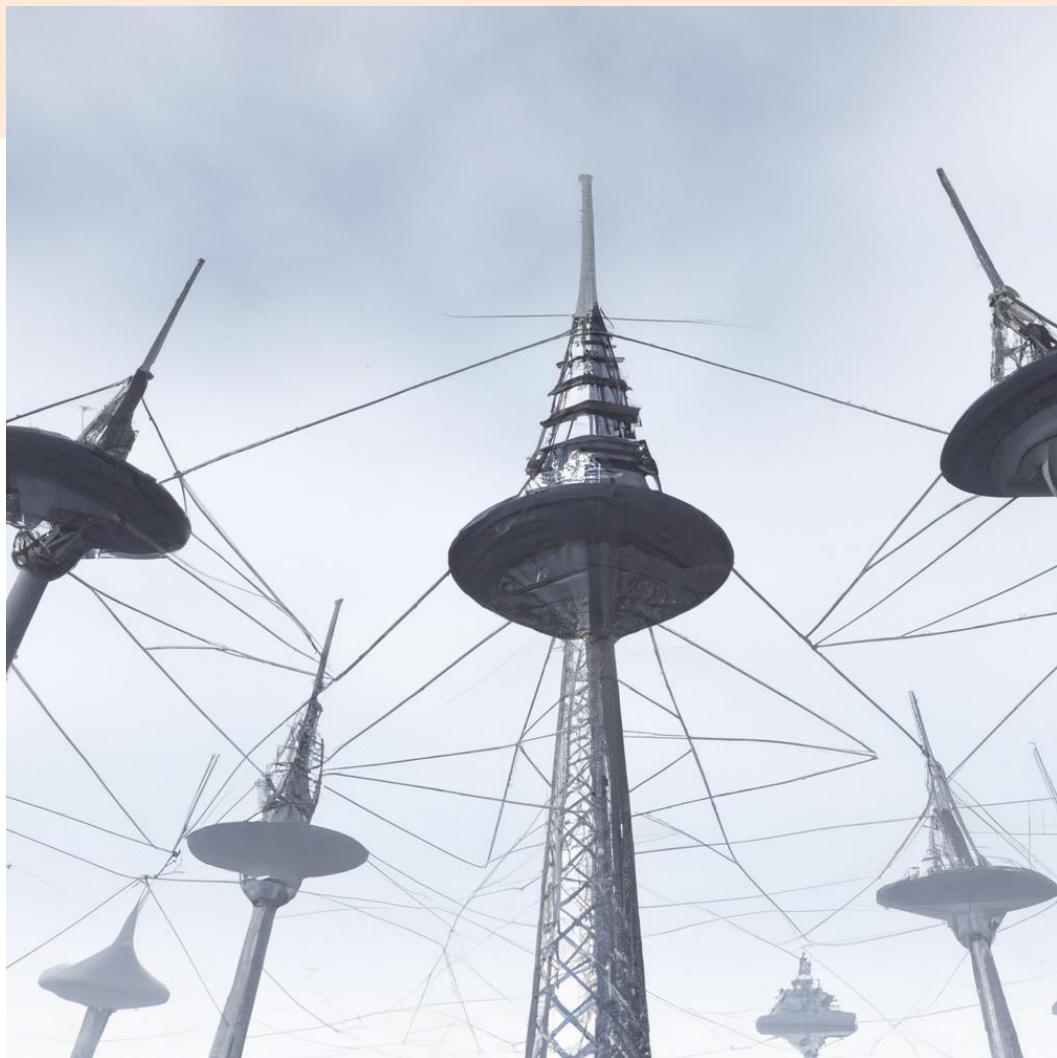
Centre for Media Pluralism and Media Freedom. (2022). Monitoring media pluralism in the digital era: Application of the Media Pluralism Monitor in the European Union, Albania, Montenegro, the Republic of North Macedonia, Serbia and Turkey in the year 2021. European University Institute.
<http://hdl.handle.net/1814/74712>

Hanitzsch, T., Hanusch, F., Ramaprasad, J. e de Beer, A. S. (Eds.). (2019). Worlds of journalism: Journalistic cultures around the globe. Columbia University Press.

Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, J. e Nielsen, K. R. (2022). Reuters Institute Digital News Report 2022. Reuters Institute for the Study of Journalism.
https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News_Report_2022.pdf

Reporters Without Borders. (2022). World Press Freedom Index.
<https://rsf.org/en/index>

In alcuni casi, il monitoraggio dei media non aiuta a plasmare una politica mediatica basata sulla conoscenza. In tali circostanze, possiamo dire che esiste un rischio riguardo alla capacità di monitoraggio dei media. Ad esempio, potrebbero esserci molti ricercatori dei media nel paese, ma le loro carriere sono promosse solo se pubblicano molti articoli. Non importa quali argomenti studiano e qual è l'ambito degli studi condotti per questi articoli. Questo paese potrebbe acquisire molte conoscenze sulle prestazioni dei media, ma ancora non si riescono a trovare risposte, ad esempio, alle domande su se le pratiche lavorative dei giornalisti supportano la comunicazione deliberativa nella società, o quanti sono le persone nel paese che si interessano alle notizie. Un paese del genere avrebbe bisogno di discussioni e accordi sull'agenda di monitoraggio. Quali sono gli argomenti in cui vediamo una mancanza di conoscenza affidabile? Dovrebbe anche esserci un organismo motivato a coordinare l'acquisizione della saggezza e la motivazione dei responsabili delle politiche di preoccuparsi dei possibili rischi riguardanti la comunicazione deliberativa - ad esempio, la capacità delle persone di distinguere la propaganda o una situazione in cui un gran numero di giornalisti non è più interessato a servire il bene pubblico, ma è invece leale ai detentori del potere politico o deve lavorare solo per salario. È importante quindi conoscere le gerarchie di.



Libertà di espressione e libertà di informazione:

Cosa sono e come possiamo monitorare la loro protezione?



Evangelia Psychogiopoulou

Anna Kandyla

Hellenic Foundation for

European and Foreign Policy

In Europa, cittadini e giornalisti godono del diritto alla libertà di espressione e di informazione, ma in alcuni casi, tale diritto è sempre più sotto pressione da parte del governo, delle autorità e di altre figure di spicco. Le leggi e le azioni legali possono avere anche un impatto negativo sulla libertà di espressione e di informazione e sulla capacità dei media di operare. Nei paesi in cui la libertà di espressione e di informazione è affermata e protetta, l'ambito di legittimo intervento statale attraverso leggi e regolamenti è strettamente limitato alla ricerca dell'interesse pubblico in una democrazia funzionante e a una categoria limitata di obiettivi di interesse generale come la tutela della dignità personale o la protezione dei minori. Per quanto riguarda l'azione legale, l'intimidazione legale attraverso le SLAPP (Strategic Lawsuits Against Public Participation) è una crescente minaccia alla libertà di parola e alla libertà di informazione. Le cause abusive sono sempre più diventate un mezzo per zittire i controllori pubblici, compresi i giornalisti, ma le risposte normative per fermare tali tattiche e proteggere gli attori vitali della società che servono l'interesse pubblico sono state lente.

La libertà di espressione e la libertà di informazione sono condizioni vitali per la comunicazione deliberativa attraverso i media. La libertà di espressione è un diritto umano fondamentale e è salvaguardata dalle costituzioni dei singoli Stati membri dell'UE. La libertà di espressione è esplicitamente protetta dalla Carta dei Diritti Fondamentali dell'UE (CFR), che è entrata in vigore nel 2009, insieme al Trattato di Lisbona, e si applica a tutti gli Stati membri dell'UE quando agiscono nell'ambito del diritto dell'UE. La libertà di espressione è inclusa anche nella Convenzione Europea sui Diritti dell'Uomo (CEDU), la prima convenzione del Consiglio d'Europa, a cui tutti gli Stati membri dell'UE aderiscono.

L'articolo 11 del CFR e l'articolo 10 della CEDU affermano che tutti hanno diritto alla libertà di espressione. Entrambi gli articoli spiegano anche che la libertà di parola protegge il diritto di esprimere opinioni, punti di vista e idee e di ricevere e diffondere informazioni. La libertà di informazione è quindi un corollario alla libertà di espressione.

Tuttavia, la libertà di espressione e la libertà di informazione non sono assolute. Gli Stati possono intervenire su una serie di motivi considerati legittimi per giustificare restrizioni alla libertà di parola e di informazione nell'interesse pubblico. Pertanto, qualsiasi tentativo di mappare e monitorare la protezione offerta alla libertà di parola e di informazione attraverso i media a livello nazionale dovrebbe esaminare l'esistenza di leggi e garanzie normative che creano un ambiente favorevole all'esercizio di ciascuna di queste libertà.

LI

***“Diritto alla libertà
di espressione e di
informazione”***

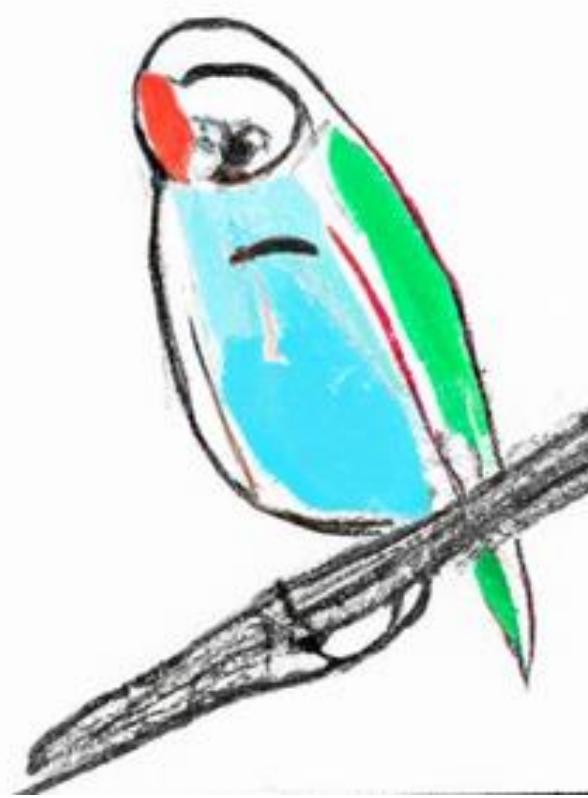




BER

Su questa base, Mediadelcom ha analizzato se la libertà di parola e la libertà di informazione sono esplicitamente riconosciute e facilitate dalle leggi nazionali e se le restrizioni poste a queste libertà persegono obiettivi legittimi e sono proporzionate all'obiettivo legittimo perseguito. Ad esempio, le norme relative alla diffamazione, all'incitamento all'odio o alla disinformazione non devono imporre restrizioni eccessivamente ampie sulla libertà di espressione. Per dare un esempio, l'Ungheria ha adottato nel 2020 la legge sulla protezione dal Coronavirus che ha ampliato la sezione del Codice penale ungherese sulla diffusione di notizie false, criminalizzando non solo le dichiarazioni false che disturbano l'ordine pubblico, ma anche quelle che al momento di un ordine giuridico speciale (cioè uno stato di pericolo) sono in grado di ostacolare o prevenire l'efficienza delle misure di difesa contro l'emergenza. La Corte costituzionale ha affermato che era necessario e proporzionato porre limiti al discorso se vi era un interesse sociale preponderante a farlo. Questa disposizione ha generato molta incertezza nella comunità giornalistica ungherese.

Inoltre, la legislazione interna dovrebbe cercare di conciliare la protezione dei dati personali e del diritto d'autore con la libertà di espressione e l'accesso all'informazione. Gli aspetti considerati rilevanti per valutare la protezione legale specifica offerta alla libertà di informazione includono anche la protezione delle fonti dei giornalisti e la protezione della segnalazione di illeciti attraverso i media. Entrambi sono fondamentali per esporre corruzione, cattiva amministrazione e casi di comportamento scorretto. Una protezione efficace delle fonti giornalistiche richiede il riconoscimento del diritto dei giornalisti a non essere obbligati a rivelare le fonti di informazione divulgati in confidenza. Una protezione efficace della segnalazione di illeciti attraverso i media richiede leggi e regolamenti che prevedono una protezione legale contro sanzioni e altri atti di ritorsione e l'accesso a rimedi appropriati per i segnalatori che divulgano direttamente ai media.





La direttiva dell'UE sulla segnalazione di illeciti (2019) prevede che gli Stati membri possano proteggere coloro che denunciano attraverso canali pubblici come i media. L'esistenza di disposizioni che richiedono la divulgazione delle informazioni sulla proprietà dei media è un altro aspetto importante per la libertà di informazione. Informazioni accessibili e affidabili su chi possiede i media sono necessarie per il pubblico per poter valutare la credibilità delle notizie e per identificare la gamma di interessi che possono influenzare il contenuto dei media.

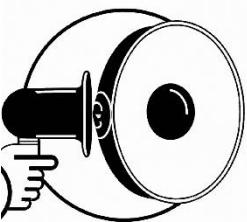
L'esistenza di tali garanzie dovrebbe essere completata da un'attuazione efficace. Le regole adeguatamente progettate per creare un ambiente favorevole all'esercizio della libertà di espressione e informazione possono esistere, ma possono essere soggette a un'attuazione inefficace. Per valutare se le garanzie favorevoli alla libertà di espressione e di informazione previste nella legislazione siano effettivamente attuate, Mediadelcom sottolinea l'importanza degli organi giudiziari, quasi-giudiziari o amministrativi incaricati di funzioni di monitoraggio e di esecuzione e valuta i loro compiti e le loro prestazioni.

Il GDPR è una minaccia per il giornalismo?

DIVERSI RAPPORTI DI MEDIADELCOM HANNO EVIDENZIATO CHE IL GDPR* STA CAUSANDO "EFFETTI COLLATERALI" SULLA LIBERTÀ DI ESPRESSIONE E L'ACCESSO ALL'INFORMAZIONE PUBBLICA. "CI SONO CASI IN CUI I GIORNALISTI POTREBBERO FARE DELLE INCHIESTE SULLA CORRUZIONE, AD ESEMPIO, SU UN IMPRENDITORE CHE RICEVE DEI FAVORI DAL GOVERNO, E L'IMPRENDITORE USERÀ QUESTO COME PRETESTO LEGALE PER SOPPRIMERE LA STORIA. UN ALTRO CASO ERA QUANDO FUNZIONARI GOVERNATIVI RIFIUTAVANO DI RILASCIARE INFORMAZIONI IN BASE ALLA LEGISLAZIONE SULLA LIBERTÀ DI INFORMAZIONE PERCHÉ DICEVANO CHE AVREBBE VIOLATO IL GDPR, LA PRIVACY DELLE PERSONE. PRESUMO, QUESTI NON ERANO GLI EFFETTI PREVISTI DAL GDPR, MA IL MODO IN CUI VIENE ATTUATO IN PARTICOLARI PAESI." - PROFESSORE DANIEL HALLIN DELL'UNIVERSITÀ DELLA CALIFORNIA, SAN DIEGO, E MEMBRO DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DI MEDIADELCOM.

*IL GDPR È IL REGOLAMENTO GENERALE SULLA PROTEZIONE DEI DATI DELL'UE, CHE PROTEGGE I DATI PERSONALI E LA PRIVACY.

Rischi e opportunità per la comunicazione deliberativa e la capacità di monitoraggio



SERGIO SPLENDORE
MARTÍN OLLER ALONSO

ROI
in
Italia

L’analisi delle capacità e della qualità della ricerca e del monitoraggio in Italia è una questione complessa, in quanto vi sono molteplici fattori che possono influenzare la disponibilità e l’affidabilità dei dati sui quattro domini studiati della comunicazione deliberativa. Secondo Sergio Splendore, i dati possono essere inesistenti, non disponibili in formato aperto e digitale, accessibili ma non elaborabili, oppure accessibili ma non forniti in un formato strutturato. Mentre ci sono molti attori coinvolti nella diffusione dei dati relativi ai media e al giornalismo in Italia, i dati forniti dalle organizzazioni pubbliche e dalle organizzazioni transnazionali spesso soffrono di problemi di affidabilità. Inoltre, gli attori che offrono dati in un formato elaborabile e strutturato presentano anche altri tipi di chiusura. Ad esempio, i grandi progetti di ricerca comparativa potrebbero non fornire un monitoraggio annuale e cambiare periodicamente oggetto di analisi, mentre i dati offerti dalle strutture dell’industria dei media italiana o dalle organizzazioni indipendenti potrebbero essere poveri in termini di variabili disponibili, ostacolando l’analisi dei dati incrociati. La mancanza di affidabilità e formato elaborabile dei dati rimane una sfida.

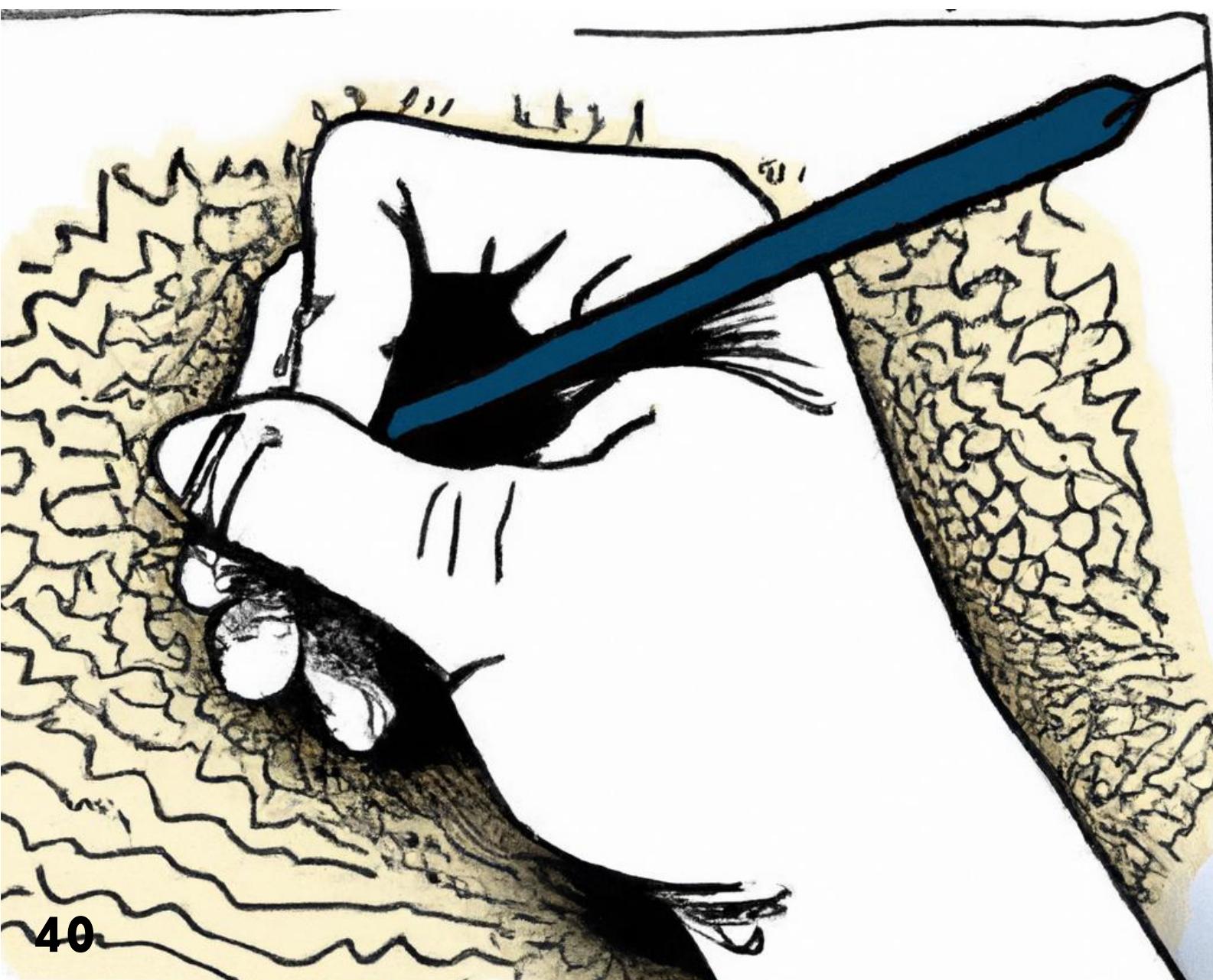
Per migliorare le capacità di ricerca e monitoraggio, è fondamentale garantire la disponibilità dei dati in formato aperto e digitale e in formato strutturato e tabellare. Inoltre, dovrebbero essere prese misure per aumentare l’affidabilità dei dati e garantirne il contributo alla diffusione della democrazia.

La panoramica analitica della ricerca disponibile e l’accesso alla ricerca nel sottocampo della comunicazione deliberativa e della coesione sociale in Italia rivela che la disponibilità dei dati non è l’unico problema, ma i dati forniti da diversi attori spesso soffrono di chiusura.

Ad esempio, i dati delle università e degli enti pubblici sono raramente resi disponibili, mentre i dati delle organizzazioni transnazionali non sono elaborabili e mancano di un formato tabellare e strutturato. I grandi progetti di ricerca comparativa non sono annuali e i dati delle strutture dell'industria dei media e delle organizzazioni indipendenti sono scarsi in termini di variabili disponibili. I domini del giornalismo e della regolamentazione legale ed etica hanno dati abbondanti, mentre c'è poca ricerca focalizzata sulle competenze relative ai media. La mancanza di cooperazione tra gli attori nei processi comunicativi in Italia porta a un ambiente mediatico influenzato da fattori economici e politici, ostacolando il pluralismo e lo sviluppo del giornalismo online indipendente. Questa situazione si riflette nelle politiche dei media, che non sono adeguate ed efficaci, e consentono ai giocatori dominanti di fissare le regole del gioco e influenzare la democrazia italiana. Per questo motivo, uno degli obiettivi principali del progetto MEDIADELCOM consiste nel convertire questi dati, che si trovano in vari stati, in conoscenza e saggezza, come sottolinea Robert Kichin.

Nel XXI secolo, la ricerca e il monitoraggio dei media in Italia sono stati fortemente influenzati dal discorso legale e normativo, in particolare nel contesto dell'opinione pubblica e delle scienze sociali. L'ambiente dei media in Italia è dominato dalla televisione, mentre il settore dei giornali è in declino. Il passaggio dalla televisione analogica a quella digitale nei primi anni 2000 ha rappresentato un momento significativo in questo campo, a dimostrazione dell'importanza dell'organismo di regolamentazione, l'AGCOM, e del limitato riconoscimento degli studi accademici. Nonostante i numerosi studi sull'argomento, il discorso è stato in gran parte legale e politico. Più recentemente, l'introduzione del Freedom of Information Act nel 2016 ha segnato un cambiamento significativo nel modo in cui l'accesso pubblico ai dati è stato visto, con i giornalisti di dati che hanno svolto un ruolo cruciale nel dibattito. La crescita del data journalism è stata influenzata anche dai cambiamenti nei media e nella tecnologia, evidenziando la necessità di una comunicazione deliberativa più accurata. Il caso degli open data dimostra la partecipazione attiva di attori non politici ai dibattiti pubblici e l'influenza della trasformazione dei media sulla necessità di cambiamento. Sviluppi simili si riscontrano anche nel caso delle piattaforme di *whistleblowing*.

La ricerca, il monitoraggio e l'educazione nei media/comunicazione/giornalismo in Italia sono abitati da diversi attori che competono o collaborano per definire i rischi e le opportunità nella comunicazione deliberativa. I sei attori principali in questo campo sono organizzazioni transnazionali che monitorano la democrazia e i sistemi dei media a livello globale, grandi progetti di ricerca comparativa, unità nelle strutture dell'industria dei media o collegate alle industrie dei media, studiosi e gruppi di ricerca nelle università, organizzazioni indipendenti o associazioni professionali e organizzazioni che può essere considerato un ramo del governo o un ente pubblico. Il governo italiano è la principale istituzione responsabile del finanziamento della ricerca sui media e le industrie dei media, con il Ministero italiano dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca che sovrintende al Programma Nazionale di Ricerca e al suo finanziamento. La principale fonte di finanziamento dei media in Italia è la pubblicità, che è aumentata tra il 2015 e il 2019, ma la quota di raccolta pubblicitaria sul totale del mercato dei media è diminuita ad eccezione del segmento online. Il finanziamento filantropico gioca un ruolo marginale nel mercato italiano dei media e della ricerca.



In Italia, la promozione e l'orientamento della ricerca è assicurata da istituzioni come l'Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT) e il Programma Nazionale della Ricerca (PNR), coordinato dal Ministero dell'Università e della Ricerca. Il Programma Nazionale della Ricerca 2021-2027 è stato approvato nel 2020 dopo un ampio dibattito che ha coinvolto la comunità scientifica, le agenzie governative e le parti interessate (*stakeholders*).

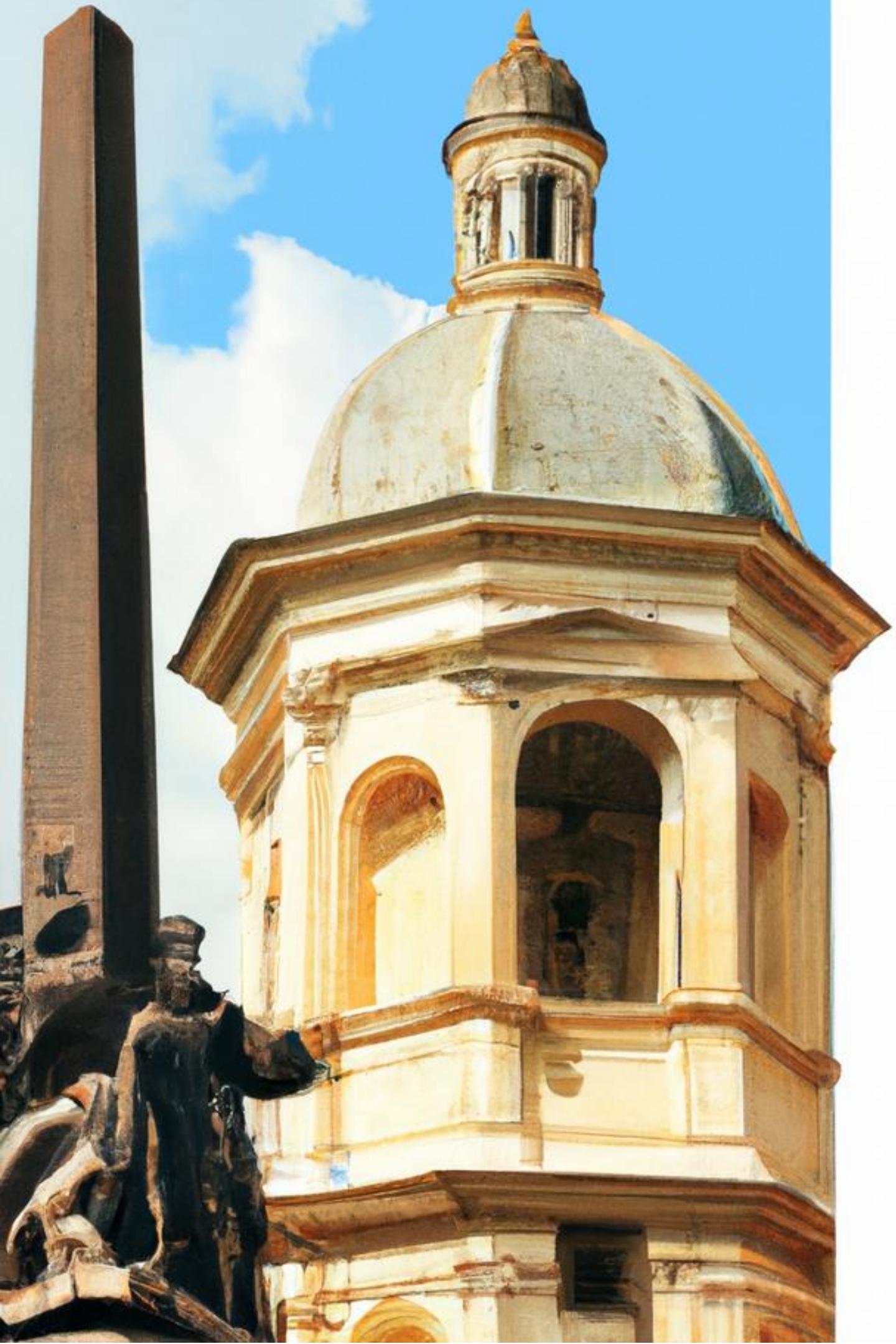
“L’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni”

Il Consiglio Nazionale delle Ricerche (CNR) è un organismo nazionale istituito per valorizzare l'informazione dei dipartimenti scientifici, degli istituti di ricerca e degli uffici attraverso l'emissione di comunicati stampa e la cura della comunicazione ai media. L'ufficio del CNR pubblica il web magazine Almanacco della Scienza e fornisce una rassegna stampa quotidiana che monitora i vari media. L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) è un'altra importante organizzazione nel campo della ricerca sulla comunicazione, responsabile della promozione dell'innovazione e della verifica dei bilanci e delle attività dei fornitori di servizi radiotelevisivi autorizzati.



Oltre alle istituzioni pubbliche, esistono anche altri organismi come associazioni, enti professionali e università che svolgono un ruolo significativo nella diffusione della ricerca in Italia, soprattutto nel campo della comunicazione. Tuttavia, solo sette riviste di comunicazione in Italia sono indicizzate nel database *Scopus*.





Il campo della regolamentazione legale ed etica in Italia è stato ampiamente studiato dagli studiosi italiani negli ultimi due decenni. Tale dominio è determinato da norme giuridiche e regolamentari sia a livello legislativo che amministrativo, come la Costituzione della Repubblica Italiana e il Codice penale italiano, nonché da regole professionali, come quelle dettate dall'Ordine dei Giornalisti e dall'Associazione Carta di Roma. Quest'area di studio si concentra principalmente sulla ricerca accademica relativa alla libertà di espressione e di informazione, inclusi argomenti come la diffamazione, la privacy, la disinformazione e la trasparenza nella proprietà dei media. Il 17% della ricerca nei quattro domini che riguardano la comunicazione deliberativa in Italia è dedicato a questo campo. Gli studi accademici in questo settore sono diventati sempre più rilevanti e apprezzabili negli ultimi due anni, con università in città come Milano, Roma, Torino e Bologna, nonché università internazionali come Lugano e Edimburgo, che hanno contribuito alla sua tendenza di crescita.

D'altra parte, il campo del giornalismo è il dominio più ricercato in Italia, comprendendo dimensioni come le condizioni di mercato, la produzione, i media di servizio pubblico e la cultura professionale. Il 56,4% degli studi nei quattro ambiti riguardanti la comunicazione deliberativa in Italia si concentra su questo campo. Gli studi accademici in questo settore sono diventati sempre più rilevanti negli ultimi vent'anni, con università in città come Milano, Roma, Perugia, Napoli e Pisa, così come università internazionali come Lugano, Zurigo e Dublino, che hanno contribuito alla sua crescita. Ciò è dovuto a una combinazione di ricercatori italiani che studiano il contesto giornalistico in Italia e al crescente interesse delle università di altri paesi per gli studi comparativi del giornalismo italiano.



Nel campo delle competenze relative all'utilizzo dei media, in Italia manca una ricerca completa. Le aree più studiate sono le abilità cognitive degli utenti, che includono l'autenticità della comunicazione e le abilità digitali e l'alfabetizzazione, e il contesto sociale dell'uso dei media. L'Italia è al 21° posto su 35 paesi europei nel Media Literacy Index, ei suoi cittadini soffrono di arretratezza digitale rispetto ad altri paesi europei. Le competenze sull'uso dei media includono anche aree come la considerazione critica delle informazioni, le capacità etiche e le capacità di protezione della privacy e dei dati, ma queste aree sono poco studiate e difficili da trovare nel contesto italiano. I modelli di utilizzo dei media sono determinati dalle politiche di alfabetizzazione ai media, ma queste politiche non sono complete e ben integrate nelle pratiche educative in Italia.



Responsabilità dei media: C he cos'è e come possiamo monitorarla?

Marcus Kreutler

Erich Brost Institute

A volte, i media vanno troppo oltre: Che si tratti di una copertura eccessivamente sensazionalista, tecniche di ricerca invasive, o selezione di foto inappropriate - probabilmente puoi pensare a più di un buon esempio dalla tua esperienza personale. Ma lo Stato manda la polizia a punirli? Speriamo di no, almeno non nelle società democratiche che garantiscono la libertà di espressione. I confini di ciò che non è legalmente proibito sono spesso molto più ampi di quelli di un buon giornalismo, eticamente sano. Come ha detto lo studioso di comunicazione Claude Jean Bertrand (2000: 22): "I media possono causare seri danni senza violare la legge". Qui entra in gioco la responsabilità dei media. Il termine include tutti i tipi di attività che mirano a rendere i media responsabili nei confronti delle parti interessate di un discorso sociale funzionante ed equo;

quindi, l'obiettivo generale è fornire al pubblico un giornalismo responsabile (Fengler, 2019).

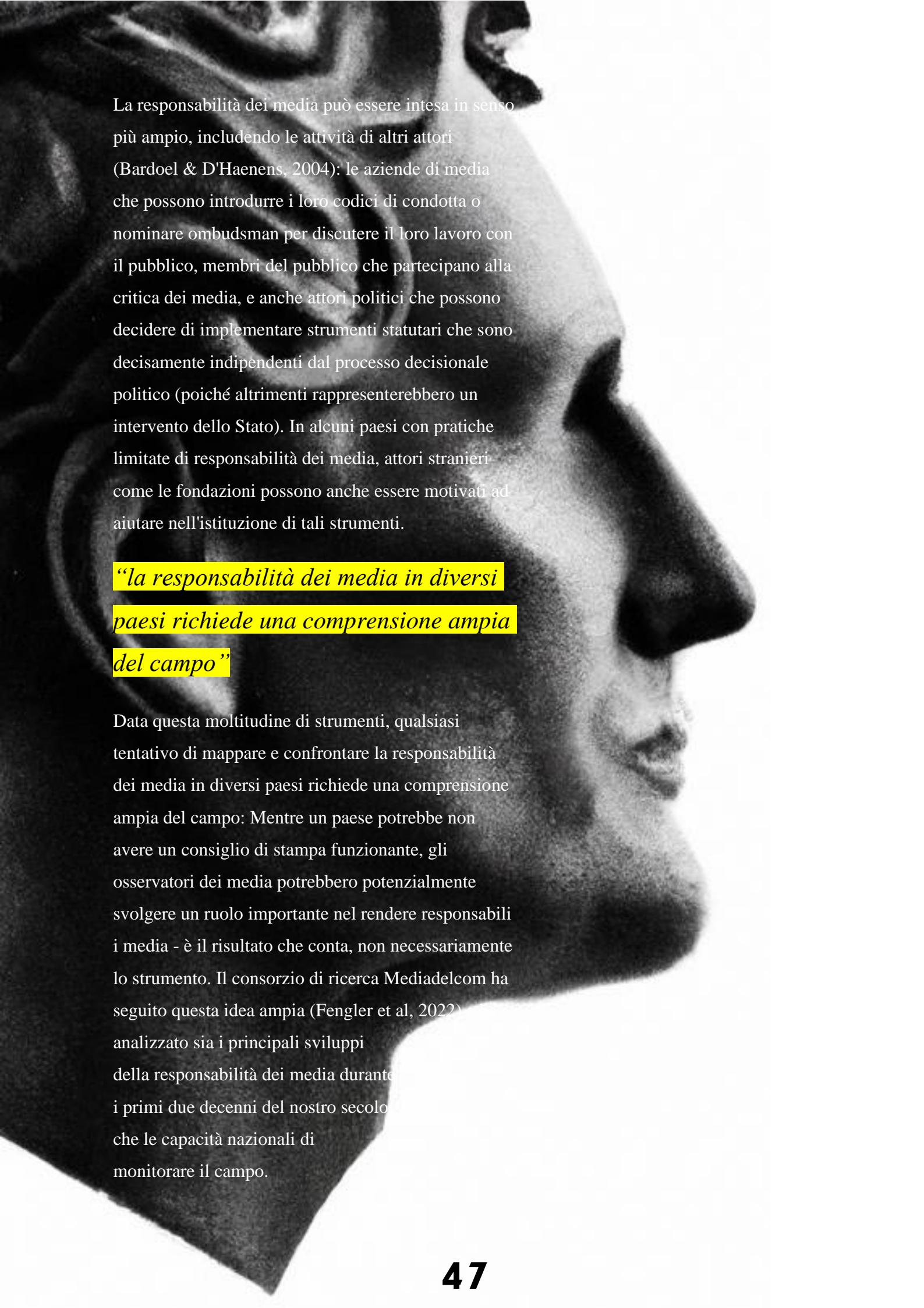
Quando si parla di responsabilità, i giornalisti, almeno in Europa, penseranno spesso prima ai codici etici del giornalismo o a specifici consigli che decidono sui casi di comportamento giornalistico dubbio. Tradizionalmente, questi sono stati per lo più istituiti come consigli di stampa, ma molti di loro oggi coprono almeno alcuni altri tipi di media, come le pubblicazioni online, e alcuni sono addirittura chiamati consigli dei media per riflett ere questo.



Se ritieni che un particolare articolo di notizie sia incompatibile con gli standard professionali del giornalismo, puoi lamentarti con questi consigli, che indagheranno sul caso e potrebbero eventualmente sanzionare la pubblicazione colpevole: Non con sanzioni legali, ma attraverso rimproveri interni o pubblici, che di solito sono qualcosa che i giornalisti preferiscono evitare - non vuoi che altri esperti nel tuo campo disapprovino pubblicamente il tuo lavoro.

Ma tali meccanismi di autoregolamentazione giornalistica sono solo una parte della responsabilità dei media - la parte che si concentra su ciò che la comunità giornalistica può fare per sostenere un giornalismo responsabile.





La responsabilità dei media può essere intesa in senso più ampio, includendo le attività di altri attori (Bardoel & D'Haenens, 2004): le aziende di media che possono introdurre i loro codici di condotta o nominare ombudsman per discutere il loro lavoro con il pubblico, membri del pubblico che partecipano alla critica dei media, e anche attori politici che possono decidere di implementare strumenti statutari che sono decisamente indipendenti dal processo decisionale politico (poiché altrimenti rappresenterebbero un intervento dello Stato). In alcuni paesi con pratiche limitate di responsabilità dei media, attori stranieri come le fondazioni possono anche essere motivati ad aiutare nell'istituzione di tali strumenti.

“la responsabilità dei media in diversi paesi richiede una comprensione ampia del campo”

Data questa moltitudine di strumenti, qualsiasi tentativo di mappare e confrontare la responsabilità dei media in diversi paesi richiede una comprensione ampia del campo: Mentre un paese potrebbe non avere un consiglio di stampa funzionante, gli osservatori dei media potrebbero potenzialmente svolgere un ruolo importante nel rendere responsabili i media - è il risultato che conta, non necessariamente lo strumento. Il consorzio di ricerca Mediadelcom ha seguito questa idea ampia (Fengler et al, 2022) analizzato sia i principali sviluppi della responsabilità dei media durante i primi due decenni del nostro secolo che le capacità nazionali di monitorare il campo.

Come strumento classico di autoregolamentazione dei media, i consigli dei media indipendenti sembrano mantenere un ruolo centrale per la responsabilità dei media in Europa: Paesi con consigli ben consolidati (Germania, Svezia), ma anche paesi con alcune controversie attorno a tali consigli (come l'Estonia, dove due consigli sono in competizione), sono risultati avere anche un dibattito accademico piuttosto vivace sulla responsabilità dei media. Questo potrebbe essere visto anche in Austria, dove la rifondazione di un consiglio di stampa nel 2010 ha segnato un rialzo nelle attività di monitoraggio. La mancanza di tali strumenti spesso va di pari passo con un interesse professionale limitato o una polarizzazione all'interno della comunità giornalistica (ad es., Polonia, Ungheria). Le iniziative di attori pubblici o di mercato per colmare il divario sono piuttosto rare, anche se esiste un dibattito accademico su "cosa dovrebbe fare il giornalismo". Poiché sembra esserci una certa interazione tra l'esistenza di strumenti di responsabilità di successo e un vivace panorama di monitoraggio, possiamo identificare sia un rischio che un'opportunità qui: Un campo può innescare lo sviluppo nell'altro - sia in senso negativo che positivo.

Riferimenti e proseguimento lettura:

Bardoe, J., e d'Haenens, L. (2004). Media responsibility and accountability: New conceptualizations and practices. *Communications*, 29, 5-25.

Bertrand, C. J. (2000). *Media ethics & accountability systems*. Transaction.

Fengler, S. (2019). Media accountability. In *The international encyclopedia of journalism studies*. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0078>

Fengler, S., Eberwein, T., Karmasin, M., Barthel, S. e Speck, D. (2022). Media accountability. A global perspective. In S. Fengler, T. Eberwein, & M. Karmasin (Eds.), *The global handbook of media accountability* (pp. 3-57). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429326943-2>



Monitoraggio della sostenibilità del giornalismo

Fattori critici

Peter Berglez

Örebro University

Mart Ots

Jönköping university

*“La conoscenza prodotta
dagli studiosi è spesso
disponibile al pubblico”*

Il giornalismo si basa su diverse condizioni che sono centrali per il suo sviluppo, resilienza e funzionamento a lungo termine all'interno del sistema mediatico. Questo include condizioni di mercato (strutture di proprietà, ecc.); lo sviluppo delle aziende di media di servizio pubblico; condizioni di produzione (impatto della digitalizzazione; risorse per le indagini e la cronaca estera, ecc.); condizioni di lavoro e livello di diversità tra il personale, come l'equilibrio tra lavoratori maschili e femminili, e competenze giornalistiche, tra cui educazione, formazione e percezioni di professionalità.



Capacità di monitoraggio in un paese

Per monitorare come sta andando il giornalismo, poiché le condizioni sono diverse, c'è bisogno di una vasta gamma di dati. La prima cosa da fare è esaminare se ci sono attori che producono i tipi giusti di dati, che ti permettono di monitorare tutte le condizioni importanti. Alcune istituzioni come le autorità pubbliche o gli istituti di ricerca potrebbero già avere il mandato di raccogliere dati da varie fonti e monitorare il giornalismo per uno scopo specifico, che potrebbe fornire un buon punto di partenza. Poi devi cercare l'estensione dei dati longitudinali, cioè anno per anno. I dati strutturati disponibili per una serie di anni ti permettono di osservare come si sta trasformando il giornalismo nel tempo, e ti permettono di trarre conclusioni sul cambiamento. Mette anche in evidenza le tendenze che ti permettono di creare previsioni e scenari futuri. Idealmente, tali dati vengono raccolti con metodi simili ogni anno, rendendo possibile il confronto su, ad esempio, il numero di organizzazioni mediatiche; l'equilibrio tra i media di servizio pubblico e quelli privati; tassi di disoccupazione dei giornalisti; digitalizzazione nella redazione, e così via.



Copertura degli argomenti

I dati di bassa qualità sono associati a rischi di monitoraggio. Spesso c'è una vasta gamma di stakeholder che pubblicano informazioni sulle condizioni e le prestazioni giornalistiche. Una grande sfida è quindi valutare l'affidabilità, la affidabilità e la continuità delle fonti di dati. Di solito, un alto livello di ricerca accademica è considerato un buon segno e associato a opportunità di monitoraggio. Questo perché questa conoscenza è stata prodotta con metodi scientifici, sebbene ci possano essere, ovviamente, scienze buone e cattive. Nella società, diversi attori potrebbero avere diverso status e legittimità per produrre dati sulla sostenibilità del giornalismo nella società.



Qualità dei contributi di monitoraggio

Oltre alla qualità, la diversità dei dati è importante poiché potrebbe esserci un sovrappeso di alcuni tipi di dati all'interno del dominio del giornalismo, mentre altri tipi sono assenti. Ad esempio, è noto che a causa delle richieste dell'industria pubblicitaria, esiste un grande e sviluppato settore di agenzie di ricerca e aziende tecnologiche che monitora l'uso dei media, compreso ciò che viene visualizzato, da chi e per quanto tempo. Allo stesso tempo, potrebbe essere molto più difficile trovare dati riguardanti condizioni che si trovano al di fuori dell'interesse di coloro che normalmente finanziano la produzione di dati - ad esempio l'industria della pubblicità, i responsabili delle politiche e le autorità. Ad esempio, sappiamo molto poco sulle condizioni di lavoro nelle redazioni o tra i giornalisti.

Accessibilità della conoscenza e dei dati di monitoraggio

Infine, un aspetto importante è l'accessibilità dei dati. La conoscenza prodotta dagli studiosi è spesso disponibile al pubblico. Ma molte informazioni sulla produzione del giornalismo (metriche degli utenti, dati algoritmici, ecc.) sono tenute per sé dalle case editrici, il che rende più difficile monitorare lo sviluppo del giornalismo nella società.

Continua a leggere:

Berglez, P., Olausson, U. e Ots, M. (Eds.) (2017). *Sustainable journalism. Integrating the environmental, social and economic challenges of journalism*. Peter Lang.

Media e regolamentazione legale

Italia

**SERGIO SPLENDORE
MARTÍN OLLER ALONSO**

Il dominio legale in Italia è stato lento nel reagire ai cambiamenti nel panorama dei media negli ultimi due decenni (2000-2020). In questo periodo ci sono stati diversi momenti critici che hanno portato all'introduzione di nuove leggi e al fallimento dei tentativi di introdurre nuove leggi per cambiare lo scenario mediatico. Nel dibattito italiano sulle scienze sociali e sui media, le norme legali ed etiche giocano oggi un ruolo dominante. Ciò significa che gli attori nel campo dei media, compresi i professionisti, le parti interessate e gli utenti dei contenuti dei media, devono necessariamente fare affidamento sulle normative legali per migliorare la qualità o l'efficacia del proprio lavoro. Questa situazione evidenzia anche il motivo per cui molti attori del settore spesso mancano di riconoscimento.

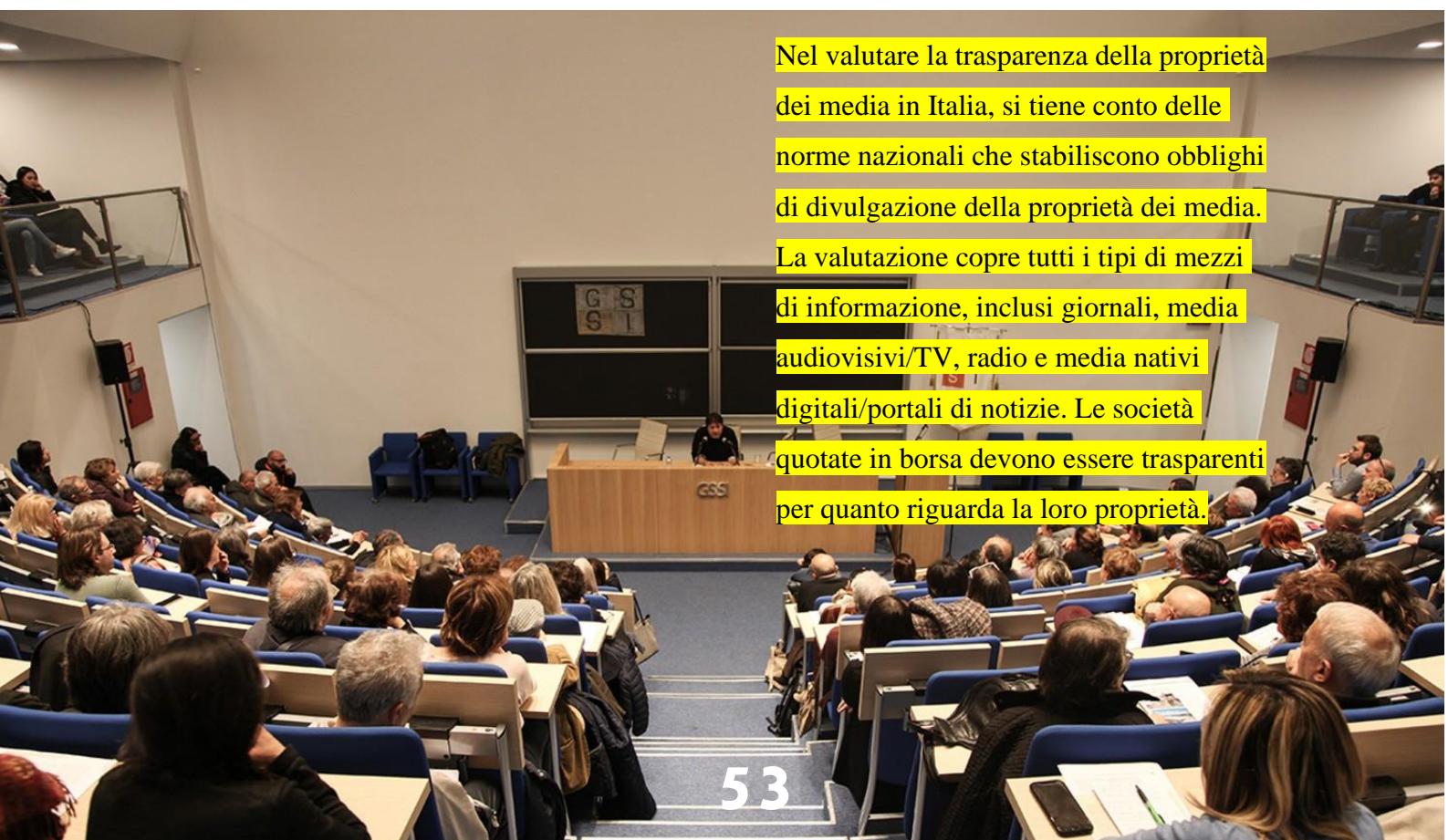
Nonostante la copiosa produzione scientifica sull'argomento, il discorso è stato quasi esclusivamente giuridico e politico, con l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) che ha svolto il ruolo più significativo nel monitoraggio e nella produzione documentale. L'AGCOM è un organismo complesso in Italia, con competenze e funzioni assegnate, e rapporti con gli stakeholder a livello nazionale e internazionale.

Il sistema di responsabilità dei media in Italia è composto da una combinazione di regolamentazione statale, autoregolamentazione e un mix di entrambi. Il Registro degli Operatori di Comunicazione (ROC) è lo strumento preposto alla trasparenza e pubblicità negli assetti proprietari degli operatori di comunicazione.

Le modalità di finanziamento della stampa periodica devono essere rese pubbliche e la legge prevede un servizio pubblico di radiodiffusione con compiti specifici, quali la copertura del territorio nazionale e la promozione dell’istruzione, dell’informazione e della cultura. La legge statale ha l’impatto più significativo sulle pratiche e sul comportamento dei giornalisti italiani. L’equivalente italiano di un consiglio della stampa è l’Ordine dei Giornalisti (OdG), che è un’Associazione di Giornalisti istituita per legge, a cui tutti i giornalisti devono appartenere per ottenere il riconoscimento pubblico della loro professione. L’OdG vigila sul codice etico e ha la capacità giuridica di farlo rispettare..

La Costituzione italiana, all’articolo 21, riconosce l’importanza della trasparenza nel finanziamento della stampa periodica. Ciò è in linea con la raccomandazione del Consiglio d’Europa sul pluralismo dei media e sulla trasparenza della proprietà dei media, che invita gli Stati membri a garantire che la proprietà dei media sia resa trasparente. La raccomandazione invita i media a divulgare le informazioni sulla proprietà direttamente al pubblico, sul proprio sito Web o in altre pubblicazioni, e a riferire tali informazioni a un organismo nazionale indipendente di regolamentazione dei media o altro organismo designato incaricato di raccogliere e confrontare le informazioni e renderle a disposizione del pubblico.

Nel valutare la trasparenza della proprietà dei media in Italia, si tiene conto delle norme nazionali che stabiliscono obblighi di divulgazione della proprietà dei media. La valutazione copre tutti i tipi di mezzi di informazione, inclusi giornali, media audiovisivi/TV, radio e media nativi digitali/portali di notizie. Le società quotate in borsa devono essere trasparenti per quanto riguarda la loro proprietà.





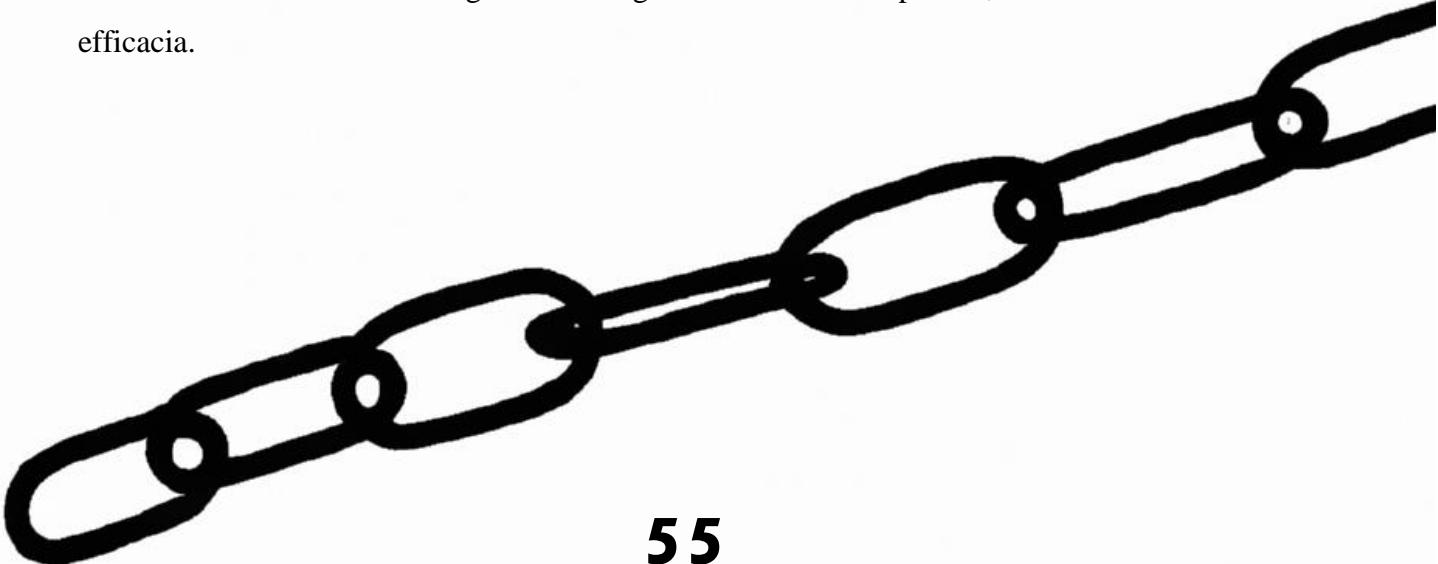
“Il’ ex primo ministro italiano Silvio Berlusconi era il proprietario di Mediaset”

Il focus della valutazione dipende dal tipo di obblighi di informativa stabiliti nel quadro giuridico nazionale. Quando le leggi impongono alle società di media di fornire informazioni sulla proprietà fino al proprietario finale a enti pubblici/autorità indipendenti, la valutazione si baserà sull'effettivo adempimento di tali doveri. Quando le leggi impongono alle società di media di fornire informazioni sulla proprietà fino al proprietario finale direttamente al pubblico, la valutazione si concentrerà sul fatto che enti pubblici/autorità indipendenti stiano effettivamente controllando le divulgazioni.

Il passaggio dalla televisione analogica alla televisione digitale nel primo decennio del nuovo millennio è un esempio lampante dell'importanza dell'organismo di regolamentazione e dello scarso riconoscimento che gli studi accademici ricevono. Soprattutto perché una delle maggiori sfide è stata il duopolio televisivo, che si riferisce alla mancanza di pluralismo nella televisione italiana, che è ancora il mezzo più utilizzato dai cittadini italiani. La proprietà di gran parte del sistema dei media italiano da parte dell'ex primo ministro italiano Silvio Berlusconi, che era anche proprietario di Mediaset, è stata una delle principali preoccupazioni. La legge Gasparri e la legge Frattini sono state introdotte per affrontare questo problema e rafforzare il pluralismo nei media, mentre la legge Par Condicio è stata introdotta per prevenire i conflitti di interesse nei contenuti dei media. Lo sviluppo delle tecnologie digitali e il cambiamento delle abitudini dei cittadini italiani hanno mitigato le preoccupazioni legate alla posizione dominante di Berlusconi nella televisione italiana.

Il lavoro di giornalisti e varie associazioni e gruppi di pressione ha portato all’approvazione di un *Freedom of Information Act* nel maggio 2016. L’accesso pubblico ai dati e l’introduzione del *Freedom of Information Act* è diventato un caso diverso. Questo tema è legato al campo dei media su tre livelli: l’accesso ai dati pubblici di pubblico interesse, il coinvolgimento dei giornalisti di dati e le trasformazioni dei media e della tecnologia. Ciò dimostra come il dibattito pubblico possa vedere la partecipazione attiva di attori non politici e come la trasformazione dei media possa guidare l’urgenza del cambiamento.

La protezione dei dati personali è regolata anche dalla legge italiana. I giornalisti sono liberi di elaborare e pubblicare i dati, ma devono rispettare alcuni requisiti, come ottenere il consenso dell’interessato per i dati sensibili e giudiziari. La Costituzione italiana (1948) riconosce il diritto al trattamento dei dati da parte dei giornalisti come essenzialmente libero. Il trattamento dei dati sensibili e giudiziari può avvenire anche senza l’acquisizione del consenso dell’interessato purché sia svolto in modo lecito e secondo correttezza. Tuttavia, le leggi sulla protezione dei dati che danno la precedenza alle preoccupazioni sulla protezione dei dati possono limitare la libertà di espressione. Per affrontare questo problema, il *Regolamento generale sulla protezione dei dati* (GDPR) cerca di conciliare il diritto alla protezione dei dati personali con il diritto alla libertà di espressione e di informazione. I rischi per la libera espressione giornalistica possono provenire dall’inefficace attuazione delle salvaguardie per la libertà di espressione nelle leggi sulla protezione dei dati. È anche importante valutare se le autorità giudiziarie nazionali e le autorità per la protezione dei dati tendano a dare la priorità alle preoccupazioni in materia di protezione dei dati a scapito della libertà di espressione giornalistica. Ciò può essere fatto esaminando i rimedi legali disponibili per chiedere un risarcimento dinanzi ai tribunali nazionali e ad altri organismi di regolamentazione competenti, nonché la loro efficacia.

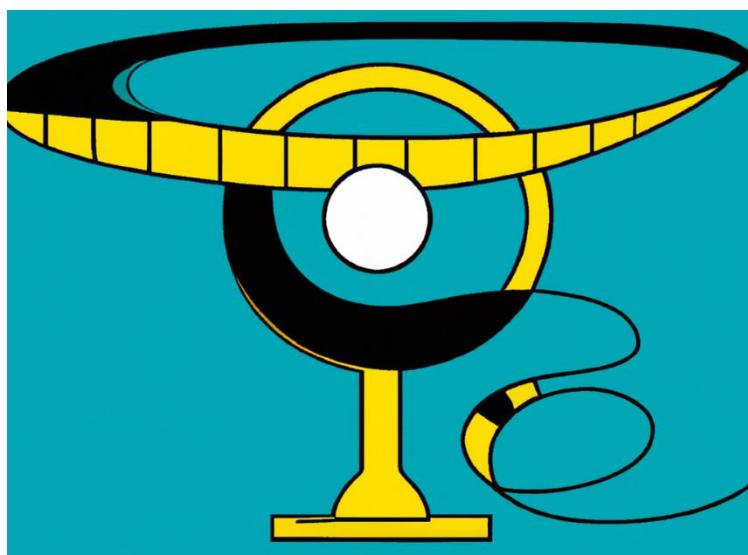


Gli Stati membri sono stati tenuti a notificare alla Commissione europea eventuali esenzioni o deroghe adottate per conciliare il diritto alla privacy con la libertà di parola. Le leggi che danno priorità alla protezione dei dati rispetto alla libertà di espressione nei media rappresentano un rischio per il discorso giornalistico. Per questo motivo è importante che le norme sulla protezione dei dati contemporino il diritto alla privacy con il diritto alla libertà di espressione nei media. Particolare attenzione dovrebbe essere data alla copertura di alcune categorie, come i minori e gli immigrati. La diffusione dei dati deve avvenire nei limiti dell'essenzialità dell'informazione relativa a fatti di pubblico interesse.

La libertà di informazione e di espressione (articolo 21) sono tutelate dalla Costituzione della Repubblica Italiana (1948) e dal Codice penale italiano. La normativa FOIA (Freedom of Information Act) è stata introdotta nel 2016 per migliorare la trasparenza della pubblica amministrazione.

Tuttavia, ottenere informazioni e dati può ancora rappresentare una sfida, poiché alcuni dati potrebbero non essere disponibili in formato aperto e digitale o potrebbero non essere forniti in formato tabulare e strutturato

Le norme sulla libertà di informazione (FOI) assicurano che i cittadini abbiano il diritto di accedere a documenti e informazioni ufficiali detenuti dal governo e da enti pubblici o privati che agiscono nell'interesse pubblico. In pratica, tuttavia, l'accesso a queste informazioni può rappresentare una sfida a causa di diversi problemi. In primo luogo, i dati possono esistere ma non essere disponibili in un formato aperto e digitale, rendendone difficile l'accesso da parte dei cittadini. In secondo luogo, anche se i dati sono in formato tabellare e sono accessibili, potrebbero avere estensioni non elaborabili come pdf, immagini scansionate o formato chiuso, che ne ostacolano l'accessibilità. In terzo luogo, anche se i dati sono accessibili, potrebbero non essere forniti in un formato tabellare e strutturato, rendendone difficile l'elaborazione e la comprensione.



Per superare queste sfide, molti paesi hanno emanato leggi e regolamenti FOI che forniscono ai cittadini il diritto di accedere alle informazioni governative. In alcuni casi, le leggi FOI sono integrate da leggi sulla protezione degli informatori, che forniscono protezione legale alle persone che rivelano informazioni riservate o sensibili. Nonostante queste leggi, l'attuazione pratica dei regolamenti FOI può ancora essere problematica e i cittadini possono incontrare difficoltà nell'ottenere le informazioni di cui hanno bisogno. È quindi fondamentale per i governi e gli enti pubblici garantire che le normative FOI siano effettivamente attuate e che le informazioni siano messe a disposizione dei cittadini in un formato accessibile e utilizzabile.

La Costituzione italiana, il Codice penale e varie leggi tutelano la libertà di espressione di tutti i professionisti, ma l'Italia è ancora al di sotto delle altre democrazie occidentali in termini di libertà di stampa. La regolamentazione legale ed etica della libertà di espressione e di informazione è un'area ben studiata, con particolare attenzione a questioni come la diffamazione, la privacy, la disinformazione e il diritto



La protezione del diritto d'autore per i giornalisti e il loro lavoro è attualmente un argomento di discussione a causa dell'impatto dell'utilizzo online sul settore. La direttiva UE sul diritto d'autore nel mercato unico digitale è stata introdotta per affrontare questo problema, ma vi sono preoccupazioni sulla sua efficacia nel bilanciare gli interessi di coloro che producono e diffondono contenuti giornalistici e di coloro che li consumano. La ricerca accademica su questo argomento è limitata in Italia, con alcuni ricercatori come Colin Porlezza, Philip di Salvo e Sergio Splendore che si sono distinti negli ultimi cinque anni.

L'ambiente giuridico e l'attuazione delle leggi in materia di libertà di espressione e di informazione sono stati analizzati sia dal punto di vista teorico che normativo, così come gli strumenti di responsabilità dei media. Tuttavia, i critici hanno sostenuto che ci sono troppi regolamenti senza sanzioni efficaci e una dinamica alimentata dal clientelismo, dai media di parte e da una scarsa professionalità. L'attenzione negli ultimi anni si è concentrata sulla disinformazione durante la pandemia di COVID-19 e sulle pratiche di informazione dei media riguardanti i migranti. Sebbene vi sia una libertà tecnicamente completa in quest'area, ci sono ancora dei rischi per il libero discorso giornalistico.



La disinformazione è disciplinata dal Codice penale e chiunque pubblica o diffonde notizie false o tendenziose che possano turbare l'ordine pubblico è punito con la reclusione fino a 3 mesi o con la multa fino a 309 euro. La disinformazione è stata oggetto di molte ricerche accademiche, soprattutto dopo la diffusione del coronavirus. Arte. 656 cp. del 1930 punisce la pubblicazione o diffusione di notizie false, esagerate o tendenziose che possano turbare l'ordine pubblico.

I trasgressori possono rischiare la reclusione fino a tre mesi o una multa fino a 309 euro. Il crescente problema della disinformazione è stato oggetto di intensi dibattiti normativi, in particolare per quanto riguarda i suoi effetti sulla libertà di parola e sui processi democratici.

La Commissione europea definisce la disinformazione come “informazioni in modo verificabile false o fuorvianti” che vengono create, presentate e diffuse a scopo di lucro o per ingannare intenzionalmente il pubblico e possono causare danni pubblici. Questo danno può presentarsi sotto forma di minacce ai processi politici e decisionali democratici, nonché a beni pubblici come la salute, l’ambiente o la sicurezza. Il Codice penale italiano cerca di conciliare il diritto alla libertà di espressione con la necessità di impedire la diffusione di informazioni false. Tuttavia, l’operatività di questo regolamento può essere problematica e la sua calibrazione può cambiare.

In Italia, al momento, non esistono leggi specifiche che affrontino il tema della disinformazione. Tuttavia, potrebbero esserci altre leggi, come politiche, strategie o iniziative sui media volte a combattere la disinformazione. L'efficacia di queste misure nel prevenire la diffusione di informazioni false e sostenere la libertà di espressione dipenderà dalla loro attuazione pratica.

La diffamazione è una questione complessa che pone interrogativi sull'equilibrio tra il diritto di esprimere liberamente il proprio pensiero e la tutela della propria reputazione. Secondo l'art. 21 della Costituzione italiana, ognuno ha il diritto di esprimere liberamente il proprio pensiero, anche attraverso la parola, lo scritto e ogni altro mezzo. Questa libertà di espressione è protetta dalla costituzione e la stampa non è soggetta ad autorizzazione o censura. La diffamazione, in particolare, continua a essere argomento di discussione e ricerca, in quanto bilancia il diritto di esprimere liberamente il proprio pensiero con la tutela dell'onore e della reputazione. Le pene per la diffamazione commessa a mezzo stampa o altro mezzo di pubblicità sono la reclusione da 6 mesi a 3 anni o la multa non inferiore a 516 euro. È importante rispettare la proporzionalità dei rimedi e delle sanzioni in caso di violazione degli interessi reputazionali. Questa è la chiave per garantire il rispetto della libertà di parola giornalistica e salvaguardare il dibattito pubblico in una società democratica. I tribunali devono anche tenere in debita considerazione le difese legali disponibili per garantire il mantenimento dell'equilibrio tra libertà di espressione e protezione della reputazione.

Sono state condotte molte ricerche accademiche sulla diffamazione e la libertà di espressione da parte di vari autori di diverse università (añadir). L'uso di piattaforme digitali, come i social media, ha reso la diffamazione un argomento rilevante sin dai primi anni 2000. Altri regolamenti includono la risoluzione n. 157 del 2019 del Consiglio delle comunicazioni sul rispetto della dignità umana e la lotta all'incitamento all'odio e la legge sulla stampa n. 47/1948.

L'incitamento all'odio è regolato dal regolamento sui fornitori di servizi di media audiovisivi e radiofonici che richiede dei principi di rispetto della dignità umana e non discriminazione. Il regolamento promuove anche la diffusione di contenuti che migliorano la coesione sociale. L'incitamento all'odio è stato ampiamente studiato da studiosi di varie università.

*“Art. 21 della
Costituzione
italiana”*

Reportage come “Notizie vs. Fake-news nel Sistema dell’informazione” e “Le fonti giornalistiche protette in Italia” studiano rispettivamente gli scenari e le caratteristiche del sistema informativo italiano e la tutela delle fonti giornalistiche in Italia. Alcuni dei principali attori del monitoraggio includono la Corte costituzionale italiana, il Parlamento e le organizzazioni dei media come la RAI. Anche la protezione delle fonti giornalistiche, le denunce, i segreti commerciali, la proprietà dei media e l’importanza dei servizi di media audiovisivi di interesse generale/pubblico sono argomenti di limitata ricerca accademica in Italia. La legge impone ai giornalisti di rispettare il segreto professionale e di mantenere uno spirito di collaborazione con colleghi, redattori e lettori.

La libertà di stampa e la tutela delle fonti giornalistiche sono elementi cruciali per il mantenimento di una società libera e democratica. L’articolo 10 della Convenzione europea dei diritti dell’uomo (CEDU) garantisce il diritto alla libertà di espressione, anche per i giornalisti, e la protezione delle fonti è essenziale per garantire che i giornalisti possano svolgere il loro lavoro liberi da interferenze e intimidazioni.

La Raccomandazione del Consiglio d’Europa sul diritto dei giornalisti a non divulgare le proprie fonti sottolinea l’importanza di una tutela esplicita e chiara di tale diritto nel diritto e nella prassi nazionali.

In Italia, l’eccessiva regolamentazione ha portato a difficoltà di responsabilità per i giornalisti, con controversie anche minori regolate dalla legge. Nonostante la presenza di sufficienti garanzie procedurali come la revisione *ex ante* da parte di un giudice o di un altro organo imparziale, le restrizioni al diritto di proteggere le fonti possono ancora essere applicate in modi che interferiscono con i diritti dei giornalisti ai sensi dell’articolo 10 EHR.

Giornalisti e redattori sono altresì tenuti al rispetto del segreto professionale sulle fonti, ove richiesto, ea favorire uno spirito di collaborazione e fiducia tra stampa e lettori. Tuttavia, l’efficacia dei rimedi legali per chiedere un risarcimento nei casi di indebita interferenza con il libero discorso giornalistico può ancora essere limitata dalle autorità giudiziarie nazionali che danno la priorità ad altre preoccupazioni politiche rispetto alla protezione delle fonti giornalistiche.

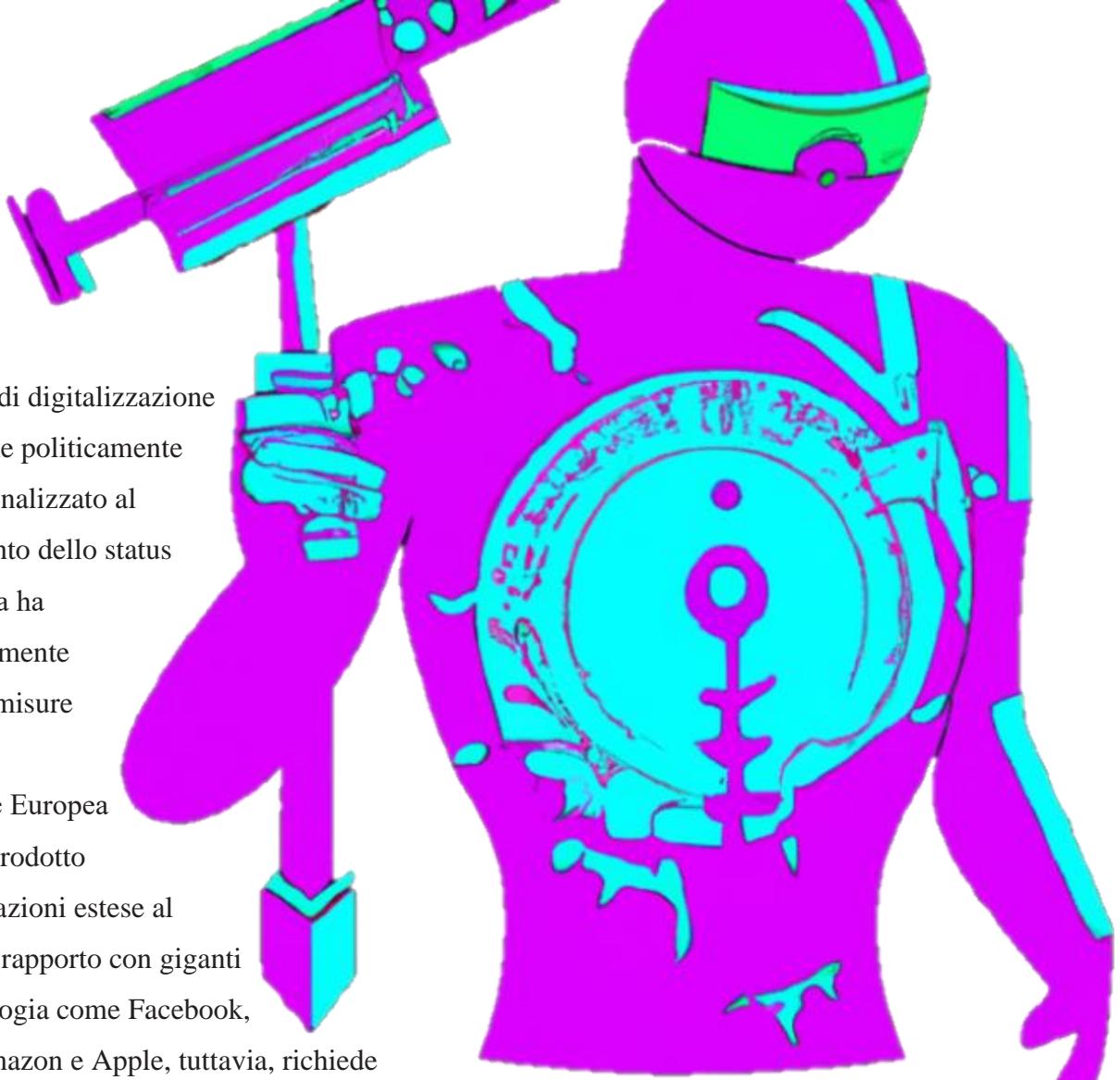
Con la recente adozione della Direttiva UE 2019/1937, la protezione degli informatori ha guadagnato maggiore attenzione. La direttiva si concentra sulla protezione delle persone che effettuano divulgazioni pubbliche, in particolare in relazione a informazioni di pubblico interesse. Questo tipo di divulgazione viene spesso definito “whistleblowing”.

La denuncia di illeciti può svolgere un ruolo cruciale nella promozione della trasparenza e della responsabilità, in particolare nelle organizzazioni e nelle imprese in cui possono sussistere preoccupazioni per cattiva condotta o altre forme di illecito. Tuttavia, la divulgazione pubblica può anche mettere gli informatori a rischio di ritorsioni o altre conseguenze negative.

La valutazione della protezione degli informatori riguarda la disponibilità di rimedi legali per chiedere un risarcimento contro ritorsioni o danni subiti, nonché l'efficacia di tali rimedi. Considera inoltre se le autorità giudiziarie nazionali e altri organi competenti tendano a dare la priorità ad altre preoccupazioni e interessi rispetto alle legittime divulgazioni pubbliche.

A causa della recente adozione della direttiva UE, attualmente non sono disponibili dati sull'attuazione pratica di tali disposizioni. Tuttavia, è possibile che i rischi derivino da un'attuazione carente delle salvaguardie esistenti per la denuncia di irregolarità nel pubblico dominio. Le leggi stabilite per proteggere gli informatori possono ancora essere applicate in modo da impedire la divulgazione e sottoporre coloro che denunciano irregolarità a sanzioni e altri atti di ritorsione. Sarà importante monitorare l'attuazione della direttiva UE e l'efficacia delle sue disposizioni nella protezione degli informatori.

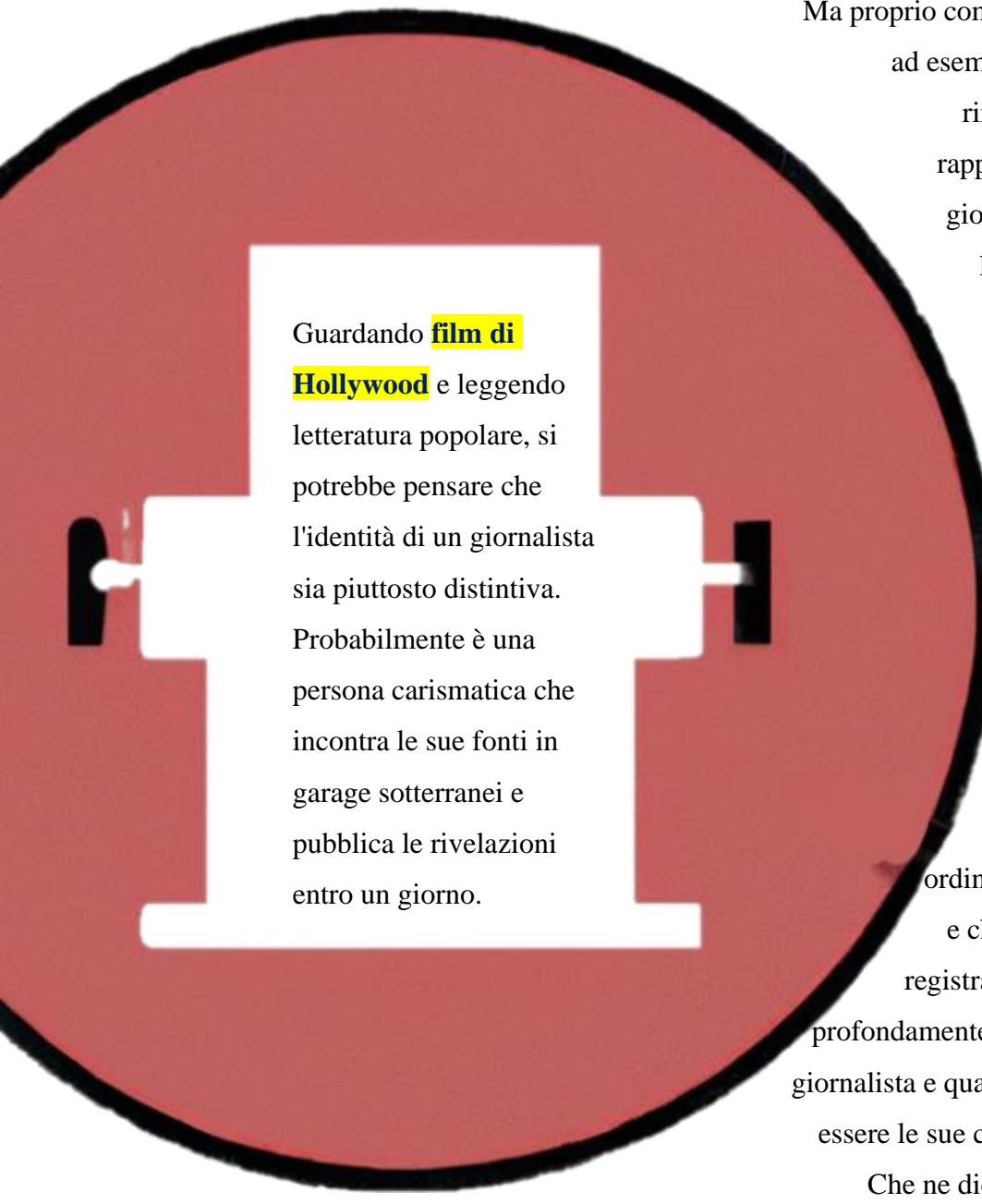




Il processo di digitalizzazione è stato anche politicamente delicato e finalizzato al mantenimento dello status quo. L'Italia ha progressivamente recepito le misure introdotte dall'Unione Europea e non ha introdotto regolamentazioni estese al riguardo. Il rapporto con giganti della tecnologia come Facebook, Google, Amazon e Apple, tuttavia, richiede interventi su larga scala per contrastare la disinformazione e mitigare le loro posizioni dominanti. La normativa italiana impone la divulgazione delle modalità di finanziamento della stampa periodica e dà maggior rilievo ai servizi di media audiovisivi di interesse generale e pubblico, così come definiti dalla Legge Gasparri del 2004 e dal Testo Unico della Radiotelevisione. Queste leggi impongono al servizio pubblico di radiodiffusione di fornire copertura completa, ore di programmazione educativa e culturale e accesso alla programmazione per partiti politici, associazioni e gruppi sociali. Si richiede inoltre la conservazione degli archivi storici radiotelevisivi e la tutela delle persone con disabilità. La legge Gasparri stabilisce anche la rappresentanza dei partiti politici nel consiglio di amministrazione dell'ente di servizio pubblico italiano RAI.

Chi può essere considerato un giornalista, e come possiamo monitorarlo e le sue competenze professionali?

Lenka Waschková Císařová
Masaryk University



Guardando **film di Hollywood** e leggendo letteratura popolare, si potrebbe pensare che l'identità di un giornalista sia piuttosto distintiva. Probabilmente è una persona carismatica che incontra le sue fonti in garage sotterranei e pubblica le rivelazioni entro un giorno.

Ma proprio come un telefilm sui medici, ad esempio, non ci insegna come rimuovere un'appendice, le rappresentazioni popolari dei giornalisti non rivelano tutta la verità sulla professione giornalistica.

Se vuoi riflettere su chi possiamo chiamare giornalista e cosa possiamo imparare sui giornalisti, hai sostanzialmente due opzioni estreme. O ti chiederai ingenuamente, insieme a Terry Pratchett (2001), come le persone ordinarie diventano giornalisti e chi gli dice cosa scrivere o registrare. Oppure rifletterai più profondamente su chi potrebbe essere il giornalista e quali dovrebbero idealmente essere le sue competenze professionali.

Che ne dici di intraprendere questo viaggio?

Definire un giornalista

In un momento in cui il concetto di giornalista si sta allargando, possiamo descriverli come produttori professionali di contenuti multimediali, ovvero chiunque sia ripetutamente coinvolto nella produzione di contenuti professionali per i media (ad esempio, giornalista a tempo pieno, giornalista part-time, freelancer, redattore, caporedattore, fotogiornalista, reporter di telecamera, grafico ecc.) (Deuze, 2005). Per poter definire tali professionisti, per dire chi sono e cosa fanno, è necessario fissare chiari confini attorno alle loro identità e concentrare di conseguenza la nostra ricerca. Aiuta anche a modellare le aspettative della società, perché i giornalisti sono uno degli attori chiave nel mantenimento della democrazia (deliberativa).

Competenze

Come è ovvio, un modo per definire i giornalisti è concentrarsi sulle loro competenze professionali. Se intendiamo una competenza professionale come una potenziale capacità di un individuo o di un intero gruppo professionale di gestire con successo determinate situazioni o svolgere un certo compito o lavoro, possiamo poi chiederci, cosa può essere, da un lato, atteso, desiderato da e, dal lato opposto, svolto dai giornalisti nel loro lavoro (Willnat, Weaver & Choi, 2013). Pertanto, possiamo concentrarci sulla professione giornalistica e sulle competenze per conoscerli meglio e scoprire se tutti i giornalisti le condividono. Alcune delle competenze includono etica, abilità, motivazione, onestà e curiosità.

Esaminando le competenze, possiamo anche identificare i potenziali rischi che i giornalisti affrontano svolgendo il loro lavoro. Ad esempio, cosa succede se alcuni giornalisti non rispettano le attese politiche etiche o editoriali? Possono sorgere diverse situazioni: perdita della reputazione del giornalista nella comunità professionale, una sanzione una tantum da parte del datore di lavoro, perdita del lavoro e/o perdita della fiducia del pubblico. Uno dei valori giornalistici attesi è l'autonomia professionale: indipendenza da influenze sia interne che esterne alla redazione. Nel contesto ceco, possiamo seguire l'esempio del giornalista Marek Přibil, licenziato dalla casa editrice Mafra di proprietà dell'allora Primo Ministro Andrej Babiš.



Stile giornalistico

Ha perso il lavoro dopo la diffusione anonima di registrazioni di una telefonata tra Babiš e un giornalista in cui discutevano di una serie di articoli critici sugli avversari politici del proprietario. Inoltre, un gruppo di 155 giornalisti della casa editrice si è dissociato dalle azioni di Přibil in una dichiarazione congiunta (iDnes, 2017), definendole "non professionali e immorali" (per un contesto vedi Kotisova & Waschková Císařová, 2023). La questione delle competenze giornalistiche può essere affrontata dai ricercatori sia a livello nazionale che internazionale, attraverso la ricerca comparativa. Per essere in grado di monitorare le competenze dei produttori di notizie professionali, abbiamo deciso di concentrarci principalmente sulla conoscenza giornalistica, abilità, pratiche, ruoli, culture e valori, in quanto questi sono i più significativi a riguardo (Hanitzsch & Vos, 2017).

Questi argomenti sono molto ampi, ma offrono un quadro flessibile della professione giornalistica e delle sue competenze, e di come può contribuire a una società informata e alla politica dei media. Pertanto, se vogliamo potenzialmente monitorare un tale argomento, dobbiamo tenere conto di diversi fattori: il quadro generale, diversi livelli di analisi della produzione mediatica (ad esempio, internazionale, nazionale, locale; sistematico, organizzativo, individuale) e diversi periodi temporali. Per soddisfare tale aspettativa, la procedura di monitoraggio deve essere sia deduttiva – mappando longitudinalmente il livello sistematico e organizzativo, compreso un quadro nazionale e/o internazionale, e scendendo gradualmente al livello individuale del giornalista; sia induttiva – partendo dagli attori individuali (giornalisti) per mappare i dati a livello sistematico con una profondità di accesso simile.

Questo approccio basato sull'acquisizione di conoscenze monitorando la professione giornalistica e le competenze aiuta a rivelare/mitigare i rischi e le opportunità nella comunicazione (deliberativa). Quindi, specificamente, potrebbe coprire un certo lasso di tempo, ad esempio, 20 anni nella storia della ricerca sui giornalisti in specifici paesi (Mediadelcom, 2022); prendere in considerazione tutti i possibili produttori di dati rilevanti (tipicamente l'accademia, l'industria e le ONG); monitorare i dati nazionali e i risultati comparativi internazionali (ad esempio, Mondi del Giornalismo); e, infine ma non meno importante, considerare la qualità dei dati esistenti e la loro accessibilità per tutti i membri della società.

Riferimenti e continua a leggere:

Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464.

Hanitzsch, T. e Vos, T. P. (2017). Journalistic roles and the struggle over institutional identity: The discursive constitution of journalism. *Communication Theory*, 27, 115-135.

Babiš selhal, kolega se choval nemorálně, uvedli novináři MF Dnes a iDnes.cz. (2017, May 4). *iDnes*. <https://www.idnes.cz>

Kotisova, J. e Waschková Císařová, L. (2023). "I know which devil I write for": Two types of autonomy among Czech journalists remaining in and leaving the Prime Minister's newspapers. *The International Journal of Press/Politics*, 28(1), 238-256.

Mediadelpol. (2022). Risks and opportunities related to media and journalism studies (2000–2020). Case study on the national research and monitoring capabilities. In *Studies on national media research capability as a contextual domain of the sources of ROs. Approaching deliberative communication: Studies on monitoring capability and on critical junctures of media development in 14 EU countries*, CS1, D-2.1.

Pratchett, T. (2001). *The truth*. Harper Collins.

Willnat, L., Weaver, D. H. e Choi, J. (2013). The global journalist in the twenty-first century. *Journalism Practice*, 7(2), 163-183.

Worlds of Journalism. <https://worldsofjournalism.org>



giornalismo

Martín Oller Alonso
Sergio Splendore

Il **giornalismo in Italia** deve affrontare diverse sfide che incidono sulla sua capacità di fornire informazione equa e imparziale.

Organizzazioni come Freedom of the Press e Reporters Sans Frontières hanno classificato l'Italia come avente livelli inferiori di libertà di stampa rispetto ad altre democrazie occidentali. Lo studio Worlds of Journalism mostra che i giornalisti italiani hanno un basso livello percepito di autonomia e le organizzazioni che monitorano l'industria dei media hanno sottolineato l'impatto negativo della crisi economica sul sistema dei media. Gli studiosi dei media hanno anche notato la mancanza di cooperazione tra le diverse parti interessate del settore, che porta a un ambiente mediatico fortemente influenzato da fattori economici e politici.

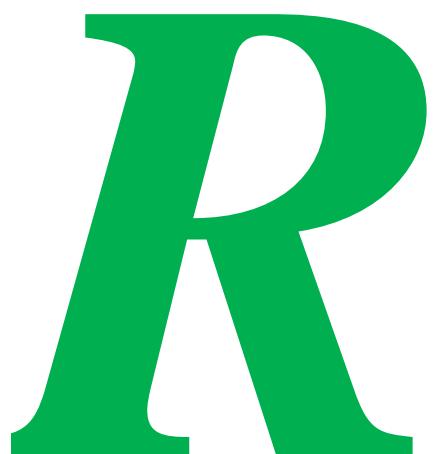
Questa mancanza di collaborazione si riflette nella lotta per il riconoscimento e la legittimità dell'Associazione nazionale dei giornalisti, Ordine dei Giornalisti. L'autorità ufficiale per la concorrenza leale nel mercato dell'informazione, AGCOM, è spesso criticata per essere influenzata politicamente. C'è anche una comunicazione limitata tra il mondo accademico e i giornalisti, che porta a una risposta lenta alle mutevoli esigenze del settore.



La transizione digitale in Italia ha avuto un impatto limitato sul pluralismo dell'informazione, poiché i media affermati dominano il mercato. Questo predominio ha anche ostacolato lo sviluppo del giornalismo online indipendente. La concorrenza portata dall'aumento dei canali informativi ha portato a orientare i contenuti delle notizie verso i pregiudizi dei lettori abituali. Anche le redazioni in Italia fanno molto affidamento su fonti istituzionali, il che porta a una mancanza di copertura indipendente. Questa tendenza è particolarmente evidente in argomenti che richiedono maggiori risorse, come la copertura della migrazione. L'ambiente dei media in Italia è ampiamente considerato poco controllato. Ciò è dovuto ai limitati cambiamenti apportati dalla transizione digitale e al continuo predominio dei media tradizionali che dispongono delle risorse per investire nell'innovazione. Per questo in Italia, il pluralismo dell'informazione non è un risultato automatico degli sviluppi tecnologici e i fattori politici e di mercato pongono ancora barriere per i nuovi entranti.

Nel complesso, il giornalismo in Italia deve affrontare una serie di sfide, tra cui la mancanza di cooperazione tra le parti interessate, l'influenza politica ed economica sull'ambiente dei media e le risorse limitate per la cronaca indipendente. Affrontare questi problemi sarà fondamentale per migliorare la qualità del giornalismo e garantire che fornisca una rappresentazione equa e imparziale delle notizie.

Il pluralismo nei media non è sempre legato alla sua diversità. Studiosi di diverse università hanno ampiamente esplorato il tema della diversità proprietaria nei media italiani. L'ecologia dei media italiani è relativamente autonoma dall'influenza straniera, anche se questo non è stato ampiamente studiato negli ambienti accademici. Il mercato del lavoro nella professione giornalistica è frammentato, con giornalisti che hanno diversi status professionali ed economici - che è ampiamente esplorato da numerosi studiosi.

A large, bold, green letter 'R' is positioned in the bottom right corner of the page. It is a simple, sans-serif font style, with a thick stroke. The letter is partially cut off by the right edge of the page.



L'aumento della concorrenza determinato dalla proliferazione dei canali di informazione ha portato i mezzi di informazione a soddisfare i pregiudizi dei loro lettori abituali. Ciò ha comportato un'inclinazione dei contenuti e ha persino portato la RAI, il Servizio Pubblico Italiano, a seguire logiche commerciali per sopravvivere. Nonostante questa tendenza, il finanziamento del servizio pubblico radiotelevisivo è stabilito dalla legge n. 112 del 2004, che obbliga la società concessionaria a destinare il gettito del canone esclusivamente alle spese sostenute per l'erogazione del servizio pubblico. Il tema del finanziamento è stato ampiamente approfondito da numerosi studiosi.

Nonostante, la fiducia del pubblico nei confronti dei media di servizio pubblico, come il servizio pubblico radiotelevisivo italiano, è bassa a causa della natura faziosa del giornalismo italiano e della forte influenza degli interessi politici e commerciali sulle testate giornalistiche.

La digitalizzazione del giornalismo italiano è stata lenta rispetto ad altri paesi europei, ma il giornalismo locale sta riscoprendo il suo ruolo nell'ecosistema dell'informazione digitale. Le redazioni italiane spesso mancano delle risorse per una copertura indipendente, il che le porta a fare molto affidamento su fonti istituzionali. Il taglio dei finanziamenti agli uffici dei corrispondenti esteri ha comportato un calo della loro autonomia e del loro prestigio.

Le condizioni di lavoro e la soddisfazione lavorativa dei giornalisti italiani sono state ampiamente esplorate dagli studiosi. Questi sono frammentate, con una maggioranza che ricopre posizioni a tempo pieno, ma con una parte significativa che lavora come freelance. Sia l'uno che l'altro appartiene all'Ordine dei Giornalisti, l'associazione dei giornalisti obbligatoria per legge per il legittimo esercizio della professione.

Sfortunatamente, sono disponibili dati limitati sul tasso di disoccupazione dei giornalisti, sulla percentuale di giornalisti temporanei o freelance o sulla percentuale di minacce e molestie nei confronti dei giornalisti in Italia. Tuttavia, un rapporto del World Journalism Study (Splendore, 2016) fornisce alcune informazioni sullo stato occupazionale dei giornalisti nel Paese.

Il giornalismo come professione è stato ampiamente studiato a livello accademico da vari studiosi di diverse università e progetti comparativi internazionali (e.g., WJS). I requisiti di istruzione e formazione per i giornalisti sono stati regolamentati dal Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti in Italia, che richiede 18 mesi di tirocinio o la frequenza di una scuola di giornalismo riconosciuta. I giornalisti devono superare l'esame di idoneità professionale per essere iscritti nell'apposito elenco.

La commercializzazione è stata identificata come una chiara manifestazione nel settore del giornalismo, con la concorrenza esacerbata dalla proliferazione di canali di informazione e piattaforme di social media che portano a contenuti di notizie distorti per soddisfare i pregiudizi dei lettori.

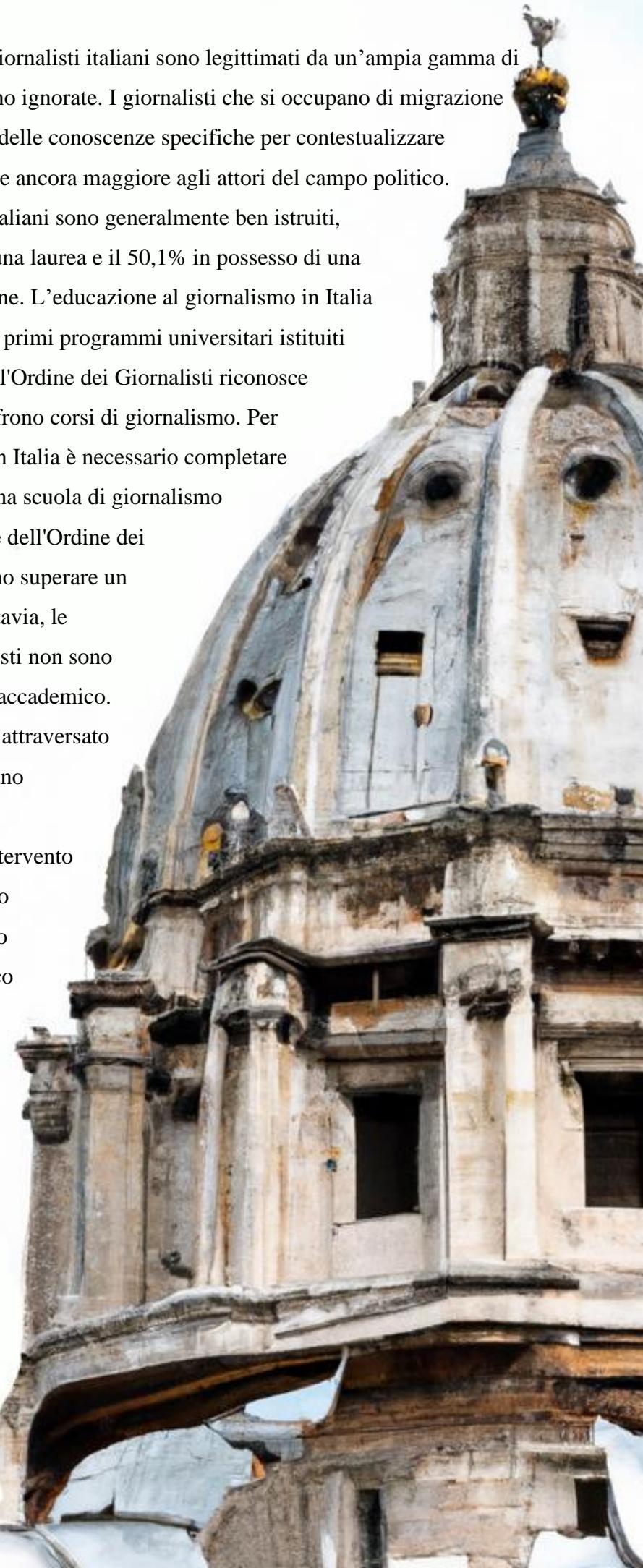
Il profilo dei giornalisti italiani è sostanzialmente in linea con la composizione degli impiegati italiani, con una percentuale di donne simile (42,4%) rispetto alle altre professioni. Nonostante, le donne continuano ad occupare posizioni inferiori nella scala gerarchica.

I giornalisti che lavorano per i media privati percepiscono più libertà nella scelta degli argomenti e delle cornici, mentre quelli che lavorano per i quotidiani nazionali si sentono meno autonomi nella loro copertura. La maggior parte dei giornalisti italiani si identifica con il ruolo di monitoraggio e considera importante riportare le cose come stanno, essere un osservatore distaccato, fornire analisi dell'attualità e lasciare che le persone esprimano le loro opinioni. D'altra parte, i ruoli meno supportati sono il sostegno allo sviluppo nazionale e alla politica del governo. Una vera sfida per le politiche di comunicazione del nuovo governo del premier Meloni.



“Le donne continuano ad occupare posizioni inferiori nella scala gerarchica”

Nell'attuale panorama mediatico, i giornalisti italiani sono legittimati da un'ampia gamma di linee guida normative che prima erano ignorate. I giornalisti che si occupano di migrazione spesso mancano delle competenze e delle conoscenze specifiche per contestualizzare i loro reportage, conferendo un potere ancora maggiore agli attori del campo politico. A livello di istruzione, i giornalisti italiani sono generalmente ben istruiti, con il 72,9% in possesso almeno di una laurea e il 50,1% in possesso di una laurea in giornalismo o comunicazione. L'educazione al giornalismo in Italia ha una lunga tradizione, che risale ai primi programmi universitari istituiti nel paese. Il Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti riconosce diverse scuole di giornalismo che offrono corsi di giornalismo. Per diventare giornalista professionista in Italia è necessario completare uno stage di 18 mesi o frequentare una scuola di giornalismo riconosciuta dal Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti. Inoltre, i candidati devono superare un esame di idoneità professionale. Tuttavia, le competenze e le pratiche dei giornalisti non sono state ampiamente esplorate a livello accademico. Il settore del giornalismo in Italia ha attraversato diverse congiunture critiche, che hanno portato ad una costante evoluzione e adeguamento della professione. L'intervento politico e il parallelismo, insieme allo sconvolgimento digitale, hanno avuto un forte impatto sul sistema mediatico italiano. Sembra, negli ultimi due anni, a causa della pandemia. L'emergenza sanitaria ha avuto un impatto sull'amministrazione dell'AGCOM, così come l'attribuzione di nuove competenze e l'inizio di un nuovo ciclo.



La fine dell'era Berlusconi e la trasformazione digitale in corso hanno costretto il giornalismo italiano a reinventarsi. Qualcosa che si collega con la recente crisi economica e la pandemia globale qui hanno ulteriormente indebolito la professione, portando alla morte di molti organi di informazione e alla necessità di rimodellare i modelli di business.

Inoltre, l'aumento della disinformazione e delle notizie false ha messo sotto pressione la legittimità del giornalismo, rendendo ancora più importante per i giornalisti mantenere la propria autonomia e professionalità. In questo contesto, è essenziale monitorare da vicino e comprendere i cambiamenti in corso nel giornalismo italiano, mentre continua a adattarsi a un panorama mediatico in rapida evoluzione.



Responsabilitá del/nel giornalismo

Il discorso sui consigli della stampa e sui codici etici è complesso e sfaccettato. In Italia, l'*Ordine dei Giornalisti* (OdG) funge da equivalente a un consiglio della stampa, istituito per legge per difendere la libertà di stampa e monitorare il rispetto del codice etico da parte degli associati dei media. L'iscrizione all'OdG è obbligatoria per i giornalisti che chiedono il riconoscimento della loro professione. L'OdG ha l'autorità legale per far rispettare il codice etico, che si basa su principi di coregolamentazione.

Tuttavia, l'impatto dell'OdG sulla pratica giornalistica può essere valutato sulla base di diversi fattori. L'assenza di un consiglio che copra tutti i tipi di media e la mancanza di rappresentanza sia dei produttori che dei consumatori dei media possono indebolire l'efficacia del consiglio. Anche la concorrenza tra consigli con giurisdizione poco chiara può ostacolare l'impatto del consiglio.

Anche la concorrenza tra consigli con giurisdizione poco chiara può ostacolare l'impatto del consiglio. Inoltre, la dipendenza politica o economica del consiglio può comprometterne l'indipendenza, portando a una riduzione del suo impatto. Anche una prospettiva negativa o l'incertezza sulla futura esistenza o indipendenza del consiglio possono influire sul suo impatto sulla pratica giornalistica.

I codici etici svolgono un ruolo cruciale nel garantire la responsabilità e la credibilità del giornalismo. Il *Testo Obbligatorio del Giornalista* (OdG) in Italia, delinea gli standard etici a cui i giornalisti professionisti devono attenersi nel loro lavoro. Il codice copre vari aspetti del giornalismo, tra cui accuratezza, imparzialità e obiettività. Fornisce inoltre linee guida su come i giornalisti dovrebbero comportarsi in situazioni delicate e gestire i conflitti di interesse.

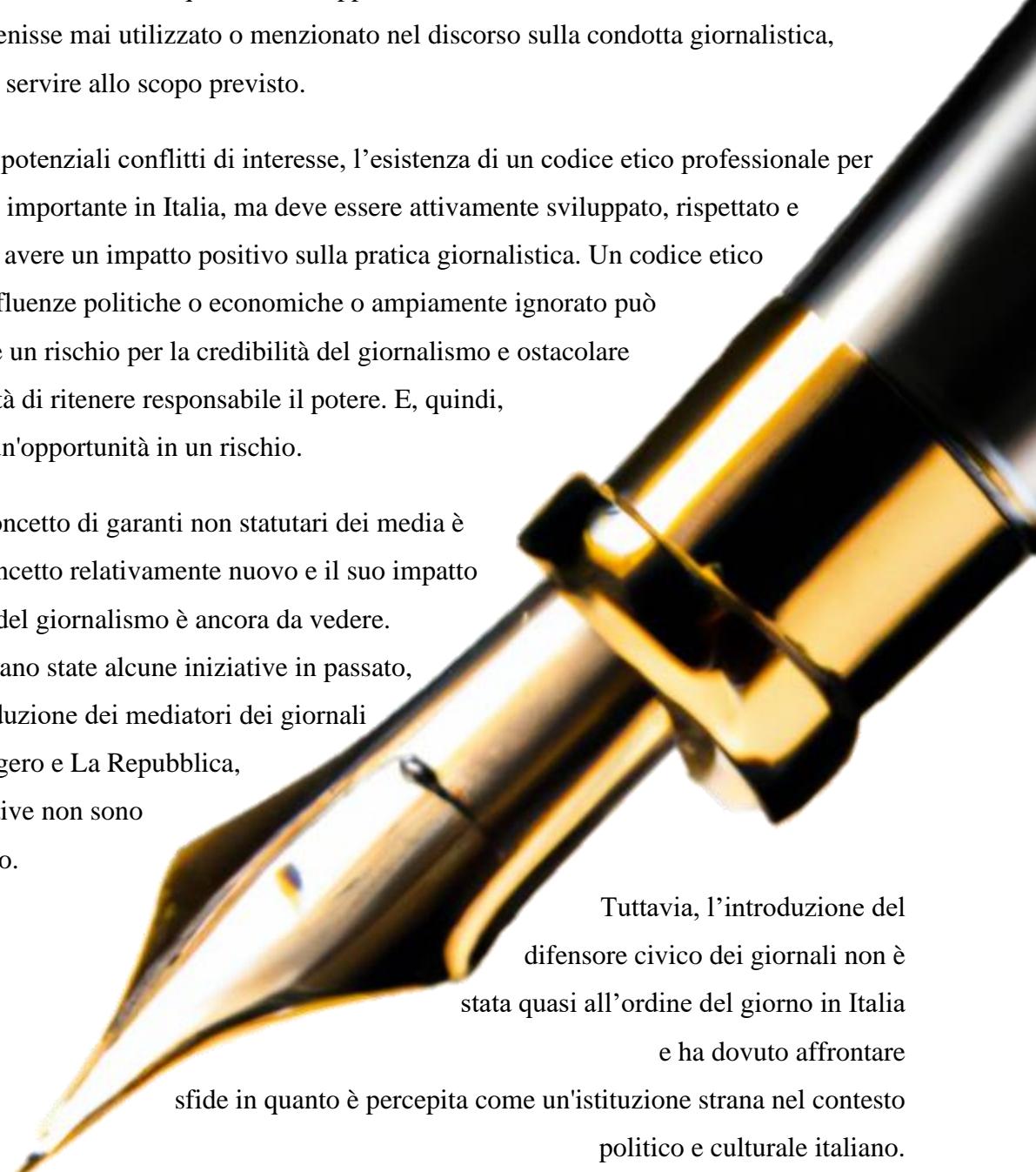
Como per l'OdG, l'efficacia di questo codice etico dipende dalla sua attuazione e applicazione. Se un codice etico esiste ma non viene ulteriormente sviluppato attivamente, ignora problemi etici importanti o è soggetto a influenze politiche o economiche esterne, può perdere la sua credibilità e il suo impatto sulla pratica giornalistica. Allo stesso modo, se i giornalisti non sono sicuri di quale codice applicare a causa di codici concorrenti o se il codice non venisse mai utilizzato o menzionato nel discorso sulla condotta giornalistica, potrebbe non servire allo scopo previsto.

Nonostante i potenziali conflitti di interesse, l'esistenza di un codice etico professionale per i giornalisti è importante in Italia, ma deve essere attivamente sviluppato, rispettato e applicato per avere un impatto positivo sulla pratica giornalistica. Un codice etico soggetto a influenze politiche o economiche o ampiamente ignorato può rappresentare un rischio per la credibilità del giornalismo e ostacolare la sua capacità di ritenere responsabile il potere. E, quindi, trasformare un'opportunità in un rischio.

In Italia, il concetto di garanti non statutari dei media è ancora un concetto relativamente nuovo e il suo impatto sulla pratica del giornalismo è ancora da vedere.

Sebbene ci siano state alcune iniziative in passato, come l'introduzione dei mediatori dei giornali da Il Messaggero e La Repubblica, queste iniziative non sono durate a lungo.

*Ordine
dei
Giornalisti*



Tuttavia, l'introduzione del difensore civico dei giornali non è stata quasi all'ordine del giorno in Italia e ha dovuto affrontare sfide in quanto è percepita come un'istituzione strana nel contesto politico e culturale italiano.

La principale sfida per l'istituzione di media ombudsmen in Italia è che non sono ampiamente accettati nel contesto politico e culturale. La mancanza di un sistema completo di difensori civici per i media significa che non tutti i tipi di media sono coperti da un organismo di reclamo accettato. Ciò può comportare che una parte significativa del sistema dei media non sia soggetta ad alcuna forma di supervisione esterna.

Un altro fattore che può influenzare l'impatto dei difensori civici dei media non statutari è il potenziale di dipendenza politica o economica esterna. Se il difensore civico è visto come fortemente influenzato da interessi politici o economici, è probabile che la sua efficacia nel promuovere un giornalismo etico e responsabile sia limitata. Infine, la tendenza allo sviluppo dei media ombudsmen in Italia è incerta e vi è il rischio che l'indipendenza e l'esistenza di tali istituzioni possano essere minacciate.

La richiesta è: I Media ombudsmen hanno un impatto significativo sulla pratica giornalistica internamente in Italia? L'esistenza di mediatori a livello di redazione o di azienda può avere un notevole impatto sulla pratica giornalistica. Tuttavia, ci sono diversi fattori che possono portare a deduzioni sulla loro efficacia.

L'introduzione dei mediatori dei giornali è stata un evento raro nel giornalismo italiano e le iniziative passate non hanno avuto successo. Ciò potrebbe essere dovuto alla percezione dei difensori civici come un'istituzione insolita nel contesto professionale giornalistico italiano. Se i media ombudspeople esistono, la loro efficacia può essere ostacolata dalla loro dipendenza dalla redazione o dall'azienda, portando a un ruolo pro-forma con un impatto limitato. Inoltre, una prospettiva o una tendenza negativa verso l'esistenza e l'indipendenza dei mediatori potrebbe ridurre ulteriormente il loro impatto sulla pratica giornalistica. Allo stesso modo, per quanto riguarda un difensore civico legale, ci sono anche diversi elementi che possono portare a deduzioni nel suo impatto sulla pratica giornalistica. Ad esempio, la responsabilità del difensore civico può sovrapporsi ad altri difensori civici non statutari responsabili degli stessi tipi di media e contenuti, oppure il difensore civico può essere soggetto a un'indebita influenza da parte di attori o interessi specifici, portando a una forte dipendenza o a un lavoro pro-forma. Pertanto, è importante valutare l'indipendenza e l'efficacia dei media ombudsman al fine di determinare il loro impatto sulla pratica giornalistica all'interno dei media in Italia.

I media italiani hanno stabilito, associazioni professionali, codici etici e di condotta interni, volti a guidare il comportamento dei giornalisti e garantire i più elevati standard di pratica professionale. Tuttavia, nonostante la loro esistenza, questi associazioni, codici e difensori civici sono spesso visti come mere dichiarazioni formali, prive di un reale impatto sul comportamento dei giornalisti.

In Italia, le discussioni sulla condotta professionale nel giornalismo sono state un argomento costante di dibattito tra studiosi e giornalisti. Nonostante le ampie discussioni, la loro influenza sulla pratica giornalistica effettiva rimane limitata. L'esistenza di un dibattito vivace e libero sulla condotta giornalistica è cruciale per il miglioramento dell'industria dei media. Tuttavia, la presenza di un tale discorso non è sempre evidente in Italia. Uno dei modi per valutare l'esistenza di un meta-discorso sulla condotta professionale è esaminare la presenza di riviste specializzate, premi giornalistici e discorsi attivi nelle associazioni giornalistiche e nei sindacati. Queste piattaforme servono come mezzo per i giornalisti per scambiare idee e riflettere sugli standard etici e professionali del loro settore. L'assenza di tali piattaforme potrebbe indicare una mancanza di interesse o impegno nelle discussioni sulla condotta professionale.

Un altro fattore da considerare è il ruolo della responsabilità dei media nell'educazione al giornalismo. L'incorporazione della responsabilità dei media come argomento nei corsi di giornalismo potrebbe indicare una volontà da parte dei giornalisti di impegnarsi in discussioni sulla condotta professionale. D'altra parte, una mancanza di enfasi sulla responsabilità dei media nell'educazione giornalistica potrebbe suggerire una mancanza di interesse per l'argomento. È anche importante considerare l'influenza di fattori esterni sulle associazioni professionali e sui sindacati dei giornalisti. La presenza di influenza politica o economica potrebbe compromettere l'indipendenza del discorso sulla condotta professionale. Una tendenza negativa, come l'incertezza sull'esistenza futura o l'indipendenza del meta-discorso, potrebbe anche portare a deduzioni sul suo impatto sulla pratica giornalistica.



Inoltre, vi è una crescente preoccupazione per l'incertezza della futura esistenza e indipendenza di questi codici. Il panorama complesso e sconcertante della regolamentazione dei media in Italia, con un mix di regolamentazione statale e autoregolamentazione, si aggiunge a questa preoccupazione. Come la ricerca ha mostrato, la legge statale è considerata il fattore più significativo nell'influenzare le pratiche e il comportamento dei giornalisti italiani. Pertanto, affinché questi codici etici interni abbiano un impatto reale, devono essere attivamente sviluppati, ampiamente riconosciuti e rispettati e liberi da influenze esterne. Solo così potranno servire al loro scopo nel promuovere un giornalismo etico e responsabile in Italia.

Rischi



Decisione chiave (1)

Esiste la trasparenza *online* nel sistema media italiano e sta incidendo sul pluralismo dell'informazione?

- Investimenti limitati
- Prospettiva/tendenza negativa
- Pluralismo non è un risultato automatico

Decisione chiave (2)

C'è una presenza attiva di iniziative critiche sui media che sfidano e scrutano il sistema dei media in Italia?

- Influenza limitata di media-critica.
- Iniziative deontologiche-etiche dominate da interessi commerciali e ideologie politiche
- Prospettiva/tendenza negativa

Decisione chiave (3)

Le iniziative di critica dei media basate sul *web* da parte di attori della società civile hanno un impatto sulla pratica giornalistica in Italia?

- Portata limitata di critica dei media
- Influenza esterna
- Prospettiva/tendenza negativa

Opportunità

Nonostante la forte presenza di regolamentazione statale e autoregolamentazione in Italia, il ruolo degli attori internazionali nel plasmare il panorama della responsabilità dei media nel paese non può essere trascurato. La presenza di organizzazioni professionali internazionali, come le organizzazioni giornalistiche, può fornire supporto e guida ai giornalisti e ai media nel sostenere gli standard etici e le migliori pratiche. Allo stesso modo, gli attori del mercato internazionale, come gli investitori nelle società di media, possono svolgere un ruolo nella promozione della responsabilità dei media spingendo per politiche che garantiscano un giornalismo responsabile e la protezione dell'interesse pubblico. Inoltre, gli attori sociali internazionali, come le fondazioni e gli osservatori giornalistici internazionali, possono contribuire allo sviluppo della responsabilità dei media fornendo finanziamenti, formazione e opportunità di ricerca per i giornalisti. Infine, attori politici come l'Unione Europea possono avere un impatto sulla responsabilità dei media italiani stabilendo linee guida e regolamenti volti a promuovere il pluralismo e la diversità dei media





Chi conosce le pratiche di utilizzo dei media

Ragne Kõuts-Klemm **ESTONIAN RESEARCH INFORMATION SYSTEM**
Iveta Jansova **MASARYK UNIVERSITY**
Lilia Raycheva **ST. KLIMENT OHRIDSKI SOFIA UNIVERSITY**

Ogni paese europeo raccoglie regolarmente informazioni sull'uso dei media dei suoi cittadini. Sappiamo molto sui pubblici e su come essi accedono ai media, ma queste informazioni non vengono sempre condivise.

Perché?

Come conclude il ricercatore finlandese Juha Herkman (2008), tanto quanto l'industria dei media è un grande affare, anche i dati sull'uso dei media sono diventati un grande affare. Le case editrici sono interessate alle informazioni sul pubblico e alle sue caratteristiche, perché permettono loro di fornire contenuti più attraenti per i loro utenti e di vendere il contatto con il loro pubblico a aziende ed altre parti interessate, cioè la pubblicità.

Chi è dietro la ricerca?

Le agenzie di ricerca commerciali che raccolgono i dati sull'uso dei media forniscono informazioni sulla copertura e la quota di pubblico di un media, sulla popolarità di un media rispetto ad altri e sul profilo sociodemografico del pubblico.

Tutti questi sono dati monetizzabili. I più grandi raccoglitori di dati in Europa sono agenzie di ricerca che operano a livello internazionale come Nielsen, Kantar, Reuters, GfK, ecc. Si affidano a metodologie testate e verificate che permettono alle case editrici di prendere decisioni commerciali.

Anche le emittenti stesse possono scoprire, grazie agli ambienti online, i loro utenti e analizzare il comportamento del pubblico sulla base delle metriche web. Questo è ovviamente in aggiunta alla loro ricerca più classica tramite peoplemeter, ascolti, ecc., che raccolgono regolarmente. I dati sugli utenti online estraggono solo alcune caratteristiche del pubblico e gli studiosi sostengono che in questo modo gli utenti sono come punti dati sempre in amalgama senza identità chiare (Fisher & Mehozay, 2019). I proprietari dei dati possono raramente fare un'analisi sofisticata per capire il pubblico come persone uniche. Questo è anche connesso al fatto che, anche se le aziende/fornitori di contenuti sono in grado di raccogliere grandi quantità di dati (stiamo parlando di big data qui), non sono ancora realmente in grado di analizzarli e usarli nelle loro ulteriori strategie. Le emittenti commerciali e pubbliche terrestri con i loro servizi on-demand correlati raccolgono big data sull'uso dei loro servizi, tuttavia, i rappresentanti dell'industria dei media hanno rivelato che non sono ancora in grado di utilizzare pienamente tali dati, perdendo il gioco a favore di fornitori stranieri più grandi come Netflix e altri. Un altro aspetto di questo sono i servizi basati su abbonamento (cioè giornali a pagamento, servizi video on demand a pagamento, ecc.), che si rifiutano di condividere i loro dati di utenza con il mondo esterno (sia la sfera accademica che quella pubblica).



Come possiamo vedere, anche se esistono dati estremamente diversi e completi sull'uso dei media, la disponibilità di questi dati è spesso limitata a determinate parti. I dati sono di proprietà di aziende private di media, piattaforme e agenzie di ricerca commerciale. Questi dati vengono raramente utilizzati per creare un bene comune (conoscenza, pianificazione politica, potenziamento degli utenti, ecc.). Esistono alcune eccezioni. Alcuni paesi hanno migliori accordi tra settore pubblico e privato per la condivisione dei dati. Nei paesi con maggiore trasparenza nei dati dei media commerciali, la conoscenza può essere utilizzata come base per una corretta politica dei media a favore delle industrie dei media, del pubblico e della democrazia. Un'altra importante fonte di raccolta dati sono le istituzioni accademiche e le università. Il loro scopo è capire gli "universi" mediatici degli utenti, come i media possono potenziare gli utenti, o come possono essere uno strumento per l'autorealizzazione.

La raccolta dati centrata sull'utente può fornire input per le politiche che mirano a potenziare le competenze degli utenti per lo sviluppo delle società e delle democrazie. Questo tipo di raccolta dati deve seguire un'alta etica della ricerca, reclutare partecipanti su base volontaria ed essere responsabile delle conseguenze che il pubblico può affrontare dopo che le conclusioni sono state tratte o implementate. Questo tipo di raccolta dati deve essere abbastanza diversificato per permettere un'analisi sofisticata. La descrizione della raccolta dati a fini accademici porta alla conclusione che la ricerca accademica necessita di molte risorse. Quest'ultimo punto significa che la raccolta dati accademica è rara, e ancora di più quella longitudinale.

Riferimenti e continua a leggere:

Bird, S. E. (2011). Are we all produsers now? *Convergence and media audience practices. Cultural Studies*, 25(4-5), 502-516. <https://doi.org/10.1080/09502386.2011.600532>

ESOMAR – ethics and guidelines for commercial audience research: <https://esomar.org/codes-and-guidelines>

Fisher, E. e Mehozay, Y. (2019). How algorithms see their audience: Media epistemes and the changing conception of the individual. *Media, Culture & Society*, 41(8), 1176-1191.

Herkman, J. (2008). Current trends in media research. *Nordicom Review*, 29(1), 145-159.

Martín Oller Alonso
Sergio Splendore

Modelli di utilizzo dei media

Il **modello di utilizzo dei media in Italia** mira a comprendere i modi in cui i cittadini si impegnano nella comunicazione dei media all'interno di un sistema di media ibrido. L'ascesa del Web 2.0 e delle piattaforme di social media (2004) ha reso più facile per le persone partecipare alla creazione e alla distribuzione dei media, appiattendo la distinzione tra giornalisti e il resto della società. Di conseguenza, le piattaforme di social media sono diventate una delle principali fonti di comunicazione e socializzazione mediate, cambiando il panorama dei media e il repertorio dei media individuali. Cambiamenti che hanno accelerato ancora di più nell'era del web 4.0 (2016) che offrono un comportamento più intelligente e predittivo marcato dall'IA e la realtà aumentata/virtuale.

Gli studi hanno dimostrato che l'accesso alle informazioni politiche e l'espressione di sé attraverso le piattaforme dei social media hanno alimentato la partecipazione politica e ridotto il divario nell'impegno online tra cittadini con alto e basso interesse per la politica. D'altra parte, alcuni studi hanno anche dimostrato che la polarizzazione sociale e politica può aumentare a causa della prevalenza di notizie che soddisfano i pregiudizi dei lettori abituali. Nonostante questi cambiamenti, la letteratura accademica italiana ha un forte filone di autori che sono scettici sulla rilevanza di Internet e delle piattaforme dei social media nel cambiare il ruolo dei giornalisti e dei media nelle relazioni dei cittadini con la democrazia. Alcuni autori sostengono che vi è un processo di integrazione tra nuovi e vecchi media piuttosto che una sostituzione, con la televisione che continua a guidare la discussione pubblica.

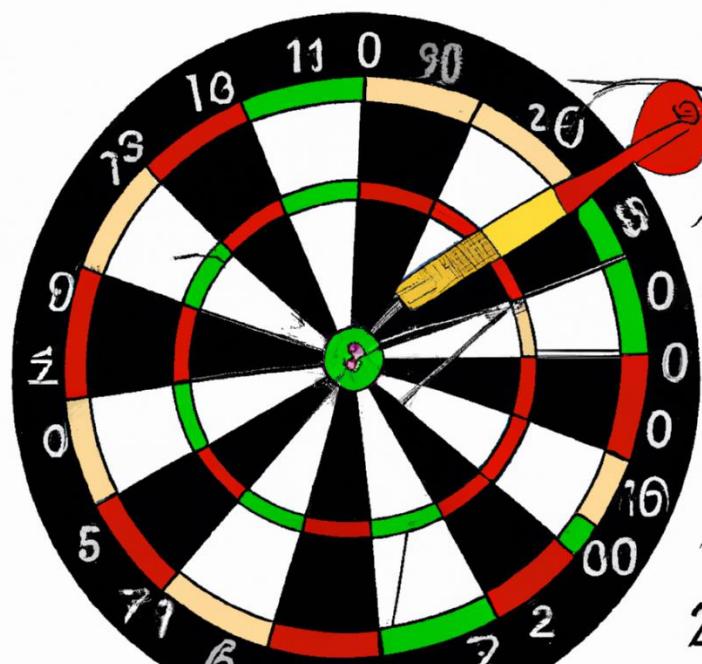


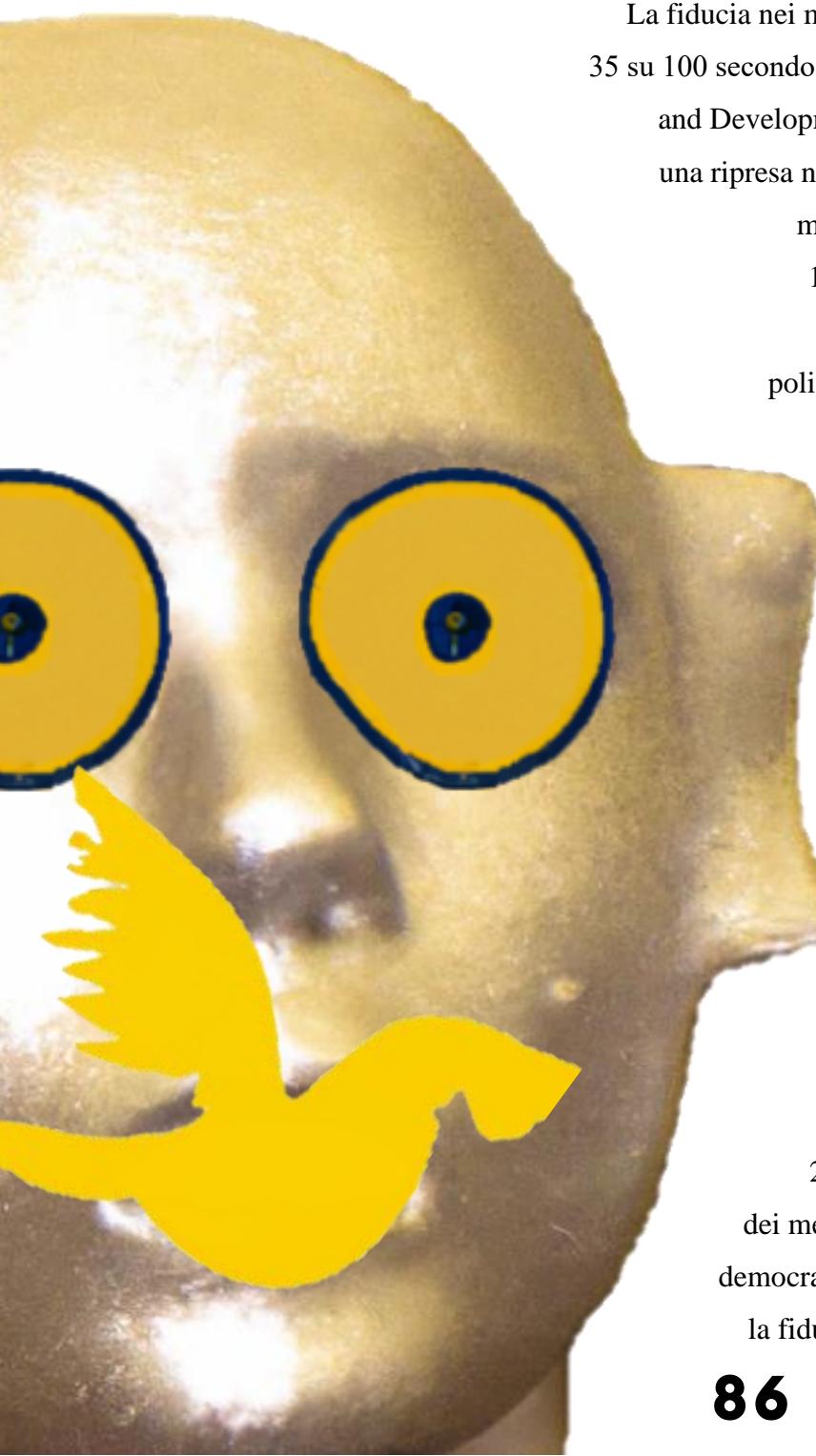
I social media hanno il potenziale per ridurre il divario nell'impegno online tra cittadini con alto e basso interesse per la politica, consentendo incontri involontari con contenuti politici. Uno studio di Mosca e Quaranta (2016) mostra che i movimenti sociali e i manifestanti utilizzano piattaforme online per aggirare i media tradizionali e informare e mobilitare altri cittadini.

“Alti livelli di concentrazione della proprietà”

Tuttavia, il mercato dei media italiano deve affrontare tre preoccupazioni principali per quanto riguarda la sua fattibilità e diversità: (1) alti livelli di concentrazione della proprietà, con due società che controllano l'87,2% del mercato; (2) alta concentrazione di investimenti pubblicitari nella televisione, e (3) rapporti politici d'impresa in Italia. Sebbene vi sia una crescente proliferazione di opzioni mediatiche, una percentuale considerevole di persone rinuncia all'uso delle notizie o segue una dieta mediatica a bassa fonte e bassa frequenza (Castro et al., 2021).

Il dominio dei modelli di utilizzo dei media in Italia è ben studiato, con particolare attenzione all'accesso ai media, alla diversità nel sistema dei media e alla rilevanza dei media di servizio pubblico. Lo studio dell'accesso e della diversità dei media è stato condotto da autori come Bracciale e Mingo, che hanno dimostrato che, nonostante l'elevata concentrazione della proprietà dei media in Italia, esiste un numero crescente di opzioni media per i cittadini per consumare notizie. Ciò è in parte dovuto alla crescente influenza dei social network, che hanno fornito ai cittadini nuove strade per informarsi e mobilitarsi. Gli utenti dei media italiani hanno pieno accesso ai loro canali media preferiti e attribuiscono grande importanza ai mezzi di informazione, con il 94,9% di loro che consuma notizie in un a giornata media.





La rilevanza dei media di servizio pubblico è monitorata dall'autorità di regolazione indipendente AGCOM, che regola il Servizio Pubblico Generale Radiotelevisivo sulla base dei principi della Costituzione Italiana e delle leggi dell'Unione Europea. Gli obblighi di servizio pubblico sono definiti da varie fonti, tra cui il Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiotelevisivi. I media di servizio pubblico hanno l'obbligo di garantire la piena copertura del territorio nazionale, orari adeguati all'istruzione, l'informazione e la promozione culturale e proporzionate trasmissioni in tutte le fasce orarie. L'AGCOM definisce questi obblighi e si pone come principale organismo di regolamentazione per la rilevanza, l'accesso, le preferenze, la qualità e la funzionalità dei mezzi di informazione.

La fiducia nei media in Italia è bassa, con un punteggio di 35 su 100 secondo l'Organization for Economic Cooperation and Development (2020). La fiducia nei media ha visto una ripresa nel 2021 dopo un calo di 11 punti nel 2020, ma è ancora relativamente bassa, con solo il 13-15% degli utenti che ritiene che i media italiani siano indipendenti da influenze politiche e commerciali (Digital News Report, 2022). I marchi più affidabili sono quelli con livelli più bassi di partigianeria politica, mentre i meno affidabili sono i punti vendita con un pronunciato pregiudizio partigiano e siti Web nati in digitale come Fanpage (Lovari, 2020). Gli studi dimostrano che la natura partigiana del giornalismo italiano e la forte influenza degli interessi politici e commerciali sulle testate giornalistiche contribuiscono al basso livello di fiducia (Iannelli et al., 2020; Ricci e Splendore, 2021). La mancanza di libertà e pluralismo dei media può rappresentare una minaccia per la democrazia e la libertà di espressione indebolendo la fiducia del pubblico nei media (SRPE, 2019).

Il consumo e l'utilizzo dei media ha subito cambiamenti significativi negli ultimi due decenni. Le fonti tradizionali di notizie e informazioni, come televisione e giornali, sono state messe alla prova dall'avvento della digitalizzazione e della piattaforma. L'ascesa dei social media ha consentito un flusso di comunicazione più frammentato e diversificato, che ha conseguenze sia positive che negative. Da un lato, i social media hanno il potenziale per ridurre il divario nell'impegno online tra cittadini con alto e basso interesse per la politica e per ampliare la gamma di voci che si fanno sentire. D'altra parte, il giornalismo tradizionale in Italia è stato lento nell'adottare fonti alternative, il che ha limitato la gamma di informazioni consumate dai cittadini.

La diffusione del coronavirus ha aumentato la domanda di informazioni da parte della popolazione e la televisione è tornata ad emergere come principale fonte di notizie e informazioni. Tuttavia, l'abbondanza di informazioni false o problematiche in circolazione durante la pandemia ha reso più complessi i processi di formazione delle opinioni e ha contribuito al cinismo, alla ridotta efficacia e alla sfiducia nelle istituzioni e non solo.

Per promuovere la democrazia deliberativa, è importante garantire che i cittadini abbiano accesso a informazioni accurate e affidabili, in modo che possano partecipare pienamente e in modo significativo alla sfera pubblica.

Le congiunture critiche hanno avuto un impatto significativo sulle competenze relative ai media e sul modo in cui le persone consumano e interagiscono con i media. Nei primi anni 2000 i media tradizionali, come TV e giornali, erano le principali fonti di informazione per la popolazione italiana. Ciò era in gran parte dovuto alle loro radici storiche e alla familiarità tra i consumatori. Tuttavia, la congiuntura critica del duopolio televisivo e **l'influenza di Silvio Berlusconi hanno portato a un aumento della polarizzazione e a un cambiamento nel panorama politico italiano.**

“L'ascesa dei social media ha consentito un flusso di comunicazione più frammentato e diversificato”

L'ultimo decennio ha visto un aumento della polarizzazione, della disinformazione, dell'incitamento all'odio *online* e delle teorie del complotto, che sono state ulteriormente intensificate dalla pandemia globale. Ciò ha reso più difficile per le persone navigare nell'ambiente informativo e raccogliere informazioni adeguate. La digitalizzazione dei media ha portato a una proliferazione di fonti di informazione e modi di consumare i media, rendendo più difficile per le persone distinguere le fonti credibili da quelle inaffidabili.

Secondo Bentivegna e Boccia Artieri, lo spazio pubblico della comunicazione deliberativa è diventato un rumore di fondo, dominato da conversazioni sempre più partigiane. Questo ambiente informativo frammentato ha accresciuto la necessità per gli individui di avere capacità di alfabetizzazione mediatica per raccogliere e valutare efficacemente le informazioni. L'aumento della disinformazione, dell'incitamento all'odio online e della polarizzazione non sono unici per l'Italia, ma sono caratteristiche del sistema globale dei media.



Cambio di modello nella “nuova normalità”

I modelli di utilizzo dei media in Italia hanno subito cambiamenti significativi nell'ultimo decennio con l'avvento della digitalizzazione e della “piattaformizzazione”. I media tradizionali, come telegiornali e giornali, un tempo erano le principali fonti di informazione per i cittadini, ma l'ascesa dei social media ha frammentato il panorama dei media, creando un flusso di comunicazione più complesso. Le piattaforme di social media hanno portato a un'abbondanza di scelta e un'esposizione selettiva alle notizie, ma hanno anche il potenziale per ampliare la gamma di voci che possono essere ascoltate.

Tuttavia, il giornalismo tradizionale in Italia è stato lento nell'adottare fonti alternative, il che si è tradotto in una gamma limitata di informazioni consumate dai cittadini.

Durante la pandemia di COVID-19, c'è stato un aumento della domanda di informazioni, che ha portato a un'impennata nella ricerca di notizie su tutte le piattaforme multimediali. La televisione resta comunque la prima fonte di informazione per i cittadini, soprattutto per la diversificazione delle informazioni offerte in termini di generi, lingue e toni di voce utilizzati nei vari programmi.

Sebbene l'ascesa dei social media abbia offerto molte opportunità ai cittadini di accedere a una gamma più ampia di informazioni, ha anche creato nuovi rischi. La pandemia ha dimostrato che in contesti in cui è presente un'elevata quantità di informazioni false o problematiche in circolazione, i processi di formazione dell'opinione diventano più complessi per i cittadini, generando confusione, cinismo, ridotta efficacia e sfiducia nei confronti degli altri e delle istituzioni.

Ciò evidenzia l'importanza dell'alfabetizzazione mediatica e delle capacità di pensiero critico nell'era dei media digitali.

Il modello di utilizzo dei media italiani presentano sia rischi che opportunità ed è fondamentale trovare un equilibrio tra i due. Lo sviluppo di un contesto di democrazia deliberativa dipende dalla buona informazione dei cittadini sui temi che vengono discussi nella sfera pubblica, ei media giocano un ruolo cruciale nel facilitare questo processo. Tuttavia, la concentrazione della proprietà dei media italiani è del 54%, con pochi individui che controllano la maggioranza delle società di media, compresi gli operatori dominanti del mercato audiovisivo. I media audiovisivi, come i notiziari e le reti televisive, sono la principale fonte di informazione per gli italiani, come abbiamo detto prima. Nel frattempo, è aumentato il consumo di notizie online e i quotidiani tradizionali hanno visto diminuire il numero di lettori. Un cambiamento nelle abitudini di consumo che indica un netto cambiamento di tendenza.



Il governo italiano ha tentato di affrontare alcuni di questi problemi attraverso riforme, come la riforma della governance dei media di servizio pubblico (PSM), la riforma della legge sulla libertà di informazione e l'introduzione di un Freedom of Information Act (FOIA). Tuttavia, nonostante l'apparente sforzo, il sistema dei media italiano è stato influenzato negativamente dalla combinazione di concentrazione del mercato e proprietà politica di una delle principali società di media.

“Dei media italiani presentano sia rischi che opportunità”

Secondo una ricerca del Centro per gli studi sugli investimenti sociali (CENSIS), le cinque principali fonti di informazione utilizzate dagli italiani includono strumenti tradizionali come i notiziari e i giornali, oltre a piattaforme di social media come Facebook e motori di ricerca Internet come Google -Ora è il momento di aspettare l'impatto dell'AI Chat GPT, con accesso aperto da febbraio 2023-. La programmazione di notizie rimane la fonte di informazioni più popolare, con l'interesse per gli eventi politici che rappresenta il 42,4% degli italiani.

Una popolazione che non mostra un atteggiamento positivo in questo periodo di cambiamento dopo la pandemia. Al punto che la maggioranza degli italiani ritiene che l'Italia perderà la sua influenza economica e politica sulla scena internazionale e che l'informazione diventerà meno libera in futuro. Tuttavia, molte persone, soprattutto quelle che hanno familiarità con la tecnologia e quelle che vivono nelle aree urbane, hanno una visione più positiva per il futuro. Credono che la maggior parte delle attività quotidiane sarà condotta *online* e che i supporti cartacei finiranno per diventare obsoleti. Nonostante le sfide affrontate dai media italiani, ci sono opportunità di crescita e innovazione nel settore, soprattutto nel regno dei media *online* e digitali

Rischi e opportunità per la comunicazione deliberativa e i modelli d'utilizzo dei media

In termini di **accesso ai media e diversità in Italia**, ci sono diversi rischi che possono influenzare la comunicazione deliberativa. In primo luogo, l'elevato livello di concentrazione della proprietà nel mercato della televisione in chiaro è un problema persistente da oltre 20 anni, con due società che controllano l'87,2% del mercato:

la *RAI* pubblica e la *Mediaset* della famiglia Berlusconi. In secondo luogo, una parte significativa degli investimenti pubblicitari è concentrata sulla televisione, che ha ricevuto oltre la metà del totale degli investimenti pubblicitari realizzati negli ultimi anni. In terzo luogo, il rapporto politico e aziendale in Italia è una preoccupazione, come evidenziato dallo stretto legame tra i media e la figura politica, Silvio Berlusconi.

Tuttavia, nonostante questi rischi, esiste anche un'opportunità per la comunicazione deliberata sotto forma di un numero crescente di opzioni mediatiche per consumare notizie.



Gli utenti dei media italiani hanno pieno accesso al loro canale media preferito e danno grande importanza alle notizie dei media, con il 94,9% di loro che guardano o leggono le notizie su base giornaliera. Ma questa opportunità potrebbe anche diventare un rischio se una percentuale considerevole di utenti italiani scegliesse di rinunciare al consumo di notizie o di seguire una dieta mediatica a bassa fonte e bassa frequenza.

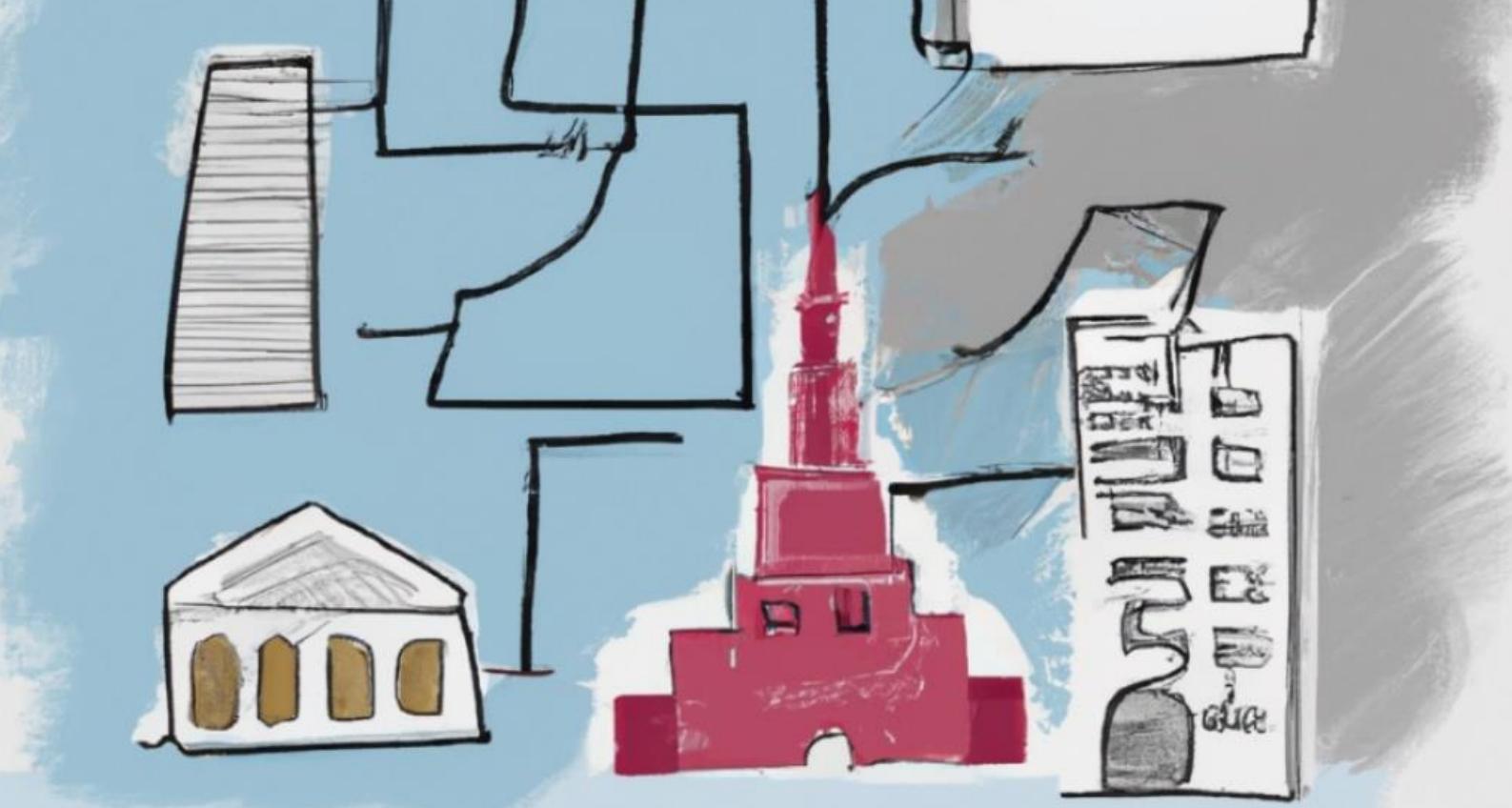
Inoltre, la crescente relazione tra media e social network presenta sia rischi che opportunità. Da un lato, incontri accidentali con contenuti politici sui social media possono ridurre il divario nell'impegno online tra cittadini con alto e basso interesse per la politica, ampliando potenzialmente la gamma di voci ascoltate. D'altra parte, i movimenti sociali e i manifestanti possono utilizzare le piattaforme online per informare e mobilitare i cittadini, aggirando la funzione di controllo dei media tradizionali. Nel complesso, mentre la concentrazione dei media e le relazioni tra imprese politiche presentano rischi per la comunicazione deliberativa in Italia, la crescita delle opzioni dei media e il rapporto tra media e social network offrono opportunità per far sentire una vasta gamma di voci. In Italia, i modelli di utilizzo dei media sono soggetti sia a rischi che a opportunità.

L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) è responsabile del monitoraggio e della regolamentazione del Servizio Pubblico Generale di Radiodiffusione, compresa la pertinenza, l'accesso, la qualità e le funzionalità dei mezzi di informazione. Questo è importante in quanto il canale pubblico RAI è il notiziario televisivo più visto in Italia.

La missione del Servizio Pubblico

Generale Radiotelevisivo si basa sui principi stabiliti dalla Costituzione Italiana e dall'Unione Europea, tra cui la Direttiva TV senza Frontiere e il IX Protocollo sulla Televisione

Pubblica. Gli obblighi di servizio pubblico sono definiti da varie leggi e contratti con il Ministero delle Comunicazioni. Queste leggi e contratti richiedono che il servizio pubblico di radiodiffusione fornisca contenuti obbligatori minimi come istruzione, informazione e promozione culturale, accesso alla programmazione per vari gruppi, programmazione in diverse lingue, conservazione degli archivi storici e misure per proteggere le persone con disabilità.



Vi è incertezza nelle funzionalità dei media in Italia. Il mercato è frammentato e c'è una forte concorrenza senza un'adeguata regolamentazione, che può scoraggiare gli investimenti. Il settore si sta spostando verso la crescita delle reti a banda larga ad alta velocità e diversificando la propria offerta, ma gli investimenti necessari per questi cambiamenti non sono ancora chiari. Una delle principali opportunità per i media in Italia è la crescita di media di nicchia e specializzati, che si rivolgono a comunità e interessi specifici. Questi punti vendita sono in grado di fornire una copertura e un'analisi approfondite su argomenti di interesse per il loro pubblico target, il che può contribuire ad aumentare la fiducia nei media e promuovere un processo decisionale informato.

Tuttavia, ci sono anche rischi significativi associati ai modelli di utilizzo dei media in Italia. I bassi livelli di fiducia nei media, in particolare tra quelli con un pronunciato pregiudizio partigiano, possono contribuire a una società polarizzata e minare l'efficacia delle istituzioni democratiche. Inoltre, l'influenza degli interessi politici e commerciali sulle organizzazioni giornalistiche può portare a rapporti distorti e una mancanza di diversità nei contenuti delle notizie. Per affrontare queste sfide, è importante che le organizzazioni dei media in Italia diano priorità alla trasparenza e all'imparzialità nei loro resoconti e si impegnino in regolari autoriflessioni e autocorrezioni per mantenere la loro credibilità. Inoltre, le iniziative di alfabetizzazione mediatica volte a educare il pubblico su come valutare criticamente le informazioni che ricevono possono aiutare a contrastare la diffusione di informazioni false e fuorvianti e creare fiducia nei media.



In che modo le competenze (e la ricerca) relative ai media sono correlate alla ricerca RO e alla comunicazione deliberativa?

Alnis Stakle
Anda Rožukalne
RIGA STRADNIS UNIVERSITY

Come può una persona moderna navigare nel complesso ecosistema dei media? Come può ciascuno di noi trarre maggior vantaggio dai diversi media di oggi? Qual è l'equilibrio tra la partecipazione alla comunicazione, l'espressione della creatività e la possibile influenza dei diversi attori nell'ambiente della comunicazione?

Essendo consapevoli dei processi in cambiamento dell'ambiente di comunicazione moderno e delle opportunità sia della società che degli individui di apprenderli, comprenderli e utilizzarli, le competenze relative ai media sono diventate un punto di riferimento e hanno attirato l'attenzione dei decisori politici, degli educatori e degli specialisti della comunicazione.



Inoltre, l'educazione ai media e la competenza mediatica sono evidenziate come una soluzione alla disinformazione, alla polarizzazione politica e alla manipolazione, sottolineando l'importanza del pensiero critico tra le altre competenze.

Le competenze relative ai media sono un concetto ampio storicamente legato allo sviluppo dei media audiovisivi (cioè radio e TV), che si è ampliato per includere il concetto di lettura, competenza digitale e online. Ci sono state idee molto diverse e a volte addirittura in conflitto sulle competenze relative ai media come un insieme di abilità che forniscono al pubblico dei media una varietà di strumenti per analizzare e comprendere le informazioni. Queste includono la capacità di accedere a diversi messaggi o narrazioni nei media analogici e digitali, di leggere, analizzare e decifrare i contenuti incorporati in tali messaggi, di riconoscere i modelli di comunicazione dei messaggi e gli attori coinvolti nella loro creazione, di valutare criticamente i messaggi, e di creare i propri messaggi per scopi di comunicazione, impiego e intrattenimento.

Rafforzamento della **società civile**

Tuttavia, il concetto di competenze relative ai media non è semplicemente collegato alle abilità sopra menzionate. È anche considerato avere il potenziale per cambiare i modelli comportamentali al fine di superare i rischi di sicurezza personali e collettivi. Quindi, le competenze relative ai media sono percepite come un insieme di abilità in continua evoluzione che supportano la democratizzazione, la partecipazione sociale e lo stato di diritto. Il concetto è allo stesso tempo radicato sia nel paradigma del protezionismo pubblico che nel rafforzamento della società civile. Questo riflette la necessità di fornire al pubblico dei media un ambiente di comunicazione pubblica sicuro e un'opportunità per acquisire competenze relative ai media. Pertanto, la discussione sui problemi problematici è legata alla ricerca di un equilibrio tra i panici morali pubblici associati agli effetti dei media e la necessità di ridefinire regolarmente i valori delle società democratiche come la libertà di espressione e il pluralismo.

L'attuale quadro di competenze relative ai media si basa su tre discorsi storicamente interconnessi. Primo, le competenze relative ai media da una prospettiva di protezionismo sono viste attraverso il discorso degli effetti dei media. I media sono descritti come potenti tecnologie che sono state in grado di rimodellare significativamente l'agenda di ogni persona in un brevissimo periodo di tempo.

L'attenzione è rivolta all'aumento costante del tempo trascorso davanti allo schermo, evidenziando il rischio che un consumo di media non controllato possa avere un impatto negativo sulla consapevolezza dei valori tradizionali e sulle relazioni sociali. Le principali minacce legate all'uso intensivo dei media sono associate alla diffusione di disinformazione, all'accesso a violenza e pornografia, alla distribuzione di pubblicità di alcol, tabacco e gioco d'azzardo, alle violazioni del diritto d'autore, al rafforzamento del sessismo e del razzismo, ai rischi per la salute pubblica e all'*hooliganismo* informatico.

Secondo, l'interpretazione delle competenze relative ai media in connessione con la rappresentazione e la comprensione della realtà è un punto di vista basato sulla semiotica, gli studi culturali critici e il discorso dell'ecologia dei media. In questa prospettiva, sono percepiti come un insieme di abilità che rafforzano la capacità del pubblico di rilevare l'influenza delle industrie commerciali sui contenuti dei media e di decifrare le visioni ideologicamente sature e pregiudizievoli sulla famiglia, l'età, la classe e la razza. Il giornalismo è visto come un'attività professionale che costruisce la realtà e smaschera i pregiudizi; il pubblico deve comprendere l'etica del giornalismo e gli interessi dei proprietari dei media.

Terzo, le competenze relative ai media in pedagogia sono viste come un insieme di abilità specifiche per l'età che sono necessarie per partecipare in modo sicuro e finalizzato alla comunicazione mediata e alla cultura digitale nel suo complesso.





Acquisire **competenza mediatica**

Facilitare la comprensione e l'acquisizione della costante evoluzione della cultura digitale è un aspetto essenziale delle competenze relative ai media in pedagogia dei media, che incoraggia il pubblico a continuare ad apprendere nuove cose attraverso processi di autoapprendimento e apprendimento reciproco.

In ciascuna di queste visioni, le competenze relative ai media sono interpretate come un'intrusione nelle strutture di potere dei media e nelle ideologie prevalenti, tuttavia si vede una distinzione discorsiva negli approcci alle questioni del cambiamento nel potere istituzionale e politico, nella rappresentazione e costruzione della realtà e nella comprensione dell'identità personale e sociale in pedagogia dei media.

Competenza mediatica e comunicazione deliberativa

Nell'ambito della comunicazione deliberativa, le competenze relative ai media diventano una meta-competenza che fornisce sia il quadro che il contenuto per bilanciare valori personali e collettivi, argomentazioni, discussioni e norme. L'obiettivo generale della comunicazione deliberativa è creare un ecosistema di comunicazione sostenibile basato su un dibattito empatico e ragionato e senza pregiudizi per le possibilità di contatto reciproco tra individui e diversi gruppi sociali al fine di concordare su valori e decisioni di interesse pubblico.

Continua a leggere:

Friesem, Y. (2023). *The Routledge handbook of media education futures post-pandemic*. Routledge.

Hobbs, R. (2021). *Media literacy in action: Questioning the media*. Lanham, Rowman & Littlefield.

Jones, S., Dawkins, S. e McDougall, J. (2023). *Understanding virtual reality: Challenging perspectives for media literacy and education*. Routledge.

Potter, W. J. (2021). *Media literacy*. SAGE.

Monitoraggio della competenza mediatica

Le competenze relative ai media nell'UE sono monitorate in una varietà di studi dominati dalla misurazione delle competenze digitali del pubblico, la sicurezza dei dati personali, l'autovalutazione dei livelli di competenze relative ai media acquisite e la necessità di apprenderle, il consumo critico di informazioni e il riconoscimento di informazioni fuorvianti, ad esempio il progetto di ricerca internazionale EU Kids Online: Researching European children's online opportunities, risks and safety, Mapping of media literacy practices and actions in EU-28 dell'Osservatorio Audiovisivo Europeo, Media Literacy Index dell'Open Society Institute Sofia.

Esistono differenti approcci e tradizioni per gli studi di competenza mediatica nei paesi dell'UE, il che rende difficile confrontare i loro dati tra loro. Un monitoraggio della competenza mediatica longitudinale e comparativo a livello internazionale, basato su indicatori di comunicazione deliberativa, fornirebbe una comprensione delle correlazioni tra i livelli di comunicazione deliberativa e di competenza mediatica dei diversi gruppi sociali.



Competenze relative ai media

**SERGIO SPLENDORE
MARTÍN OLLER ALONSO**

Il campo delle competenze relative all'uso dei media non è stato ampiamente studiato e rimane l'area di ricerca meno studiata di tutti analizzati nel progetto MediDelCom. Le dimensioni come le capacità cognitive degli utenti, le competenze comunicative, le capacità etiche e il contesto sociale delle competenze di utilizzo dei media stanno solo iniziando a ricevere ricerche approfondite meno di un decennio fa in Italia.

Per quanto riguarda le capacità cognitive degli utenti, l'autenticità della comunicazione e le competenze digitali e l'alfabetizzazione hanno ricevuto la massima attenzione.

Tuttavia, lo studio di queste variabili è ancora nuovo e svolto principalmente da un ristretto gruppo di studiosi. Il paese soffre di arretratezza digitale e si colloca al 21° posto su 35 paesi europei nel Media Literacy Index (Open Society Institute, 2021). Una

situazione problematica per l'Italia perché l'alfabetizzazione mediatica lo

L'alfabetizzazione mediatica è un'abilità essenziale nell'odierna società

dell'informazione. Comprende le conoscenze e le competenze necessarie per accedere,

valutare e creare contenuti multimediali. Comprende sia le competenze mediatiche

tradizionali che quelle digitali, nonché la capacità di comprendere e utilizzare i media in

modo responsabile ed etico. La valutazione delle competenze dei media è ancora un

campo in via di sviluppo e non esiste ancora una metodologia o un processo concordato.

Tuttavia, alcuni ricercatori europei hanno proposto proxy per la valutazione dell'alfabetizzazione mediatica, come l'European Policies Initiative's Media Literacy Index.

In Italia, le informazioni sul concetto di alfabetizzazione mediatica nella legislazione o nella politica dei media del paese sono limitate. Tuttavia, ci sono stati tentativi di introdurre l'educazione ai media nel sistema scolastico italiano, ma questi tentativi sono ostacolati dalla non sistematicità, dalla non organicità e dalla scarsa interdisciplinarità. I gruppi target per i programmi di alfabetizzazione ai media in Italia non sono ben definiti, ma è necessario diffondere la “resilienza ai media” (Ferro Allodola, 2020) tra la popolazione in generale, specialmente tra coloro che sono esclusi dai flussi di informazioni della società dell'informazione. Tanto più perché la pandemia ha aumentato la rilevanza della questione nel dibattito pubblico, evidenziando l'importanza dell'alfabetizzazione mediatica per l'empowerment dei cittadini.

Il contesto sociale delle competenze di utilizzo dei media è poco studiato e il numero di esperienze e letteratura nel campo è limitato. La diffusione della tecnologia è aumentata, ma ha anche determinato un relativo effetto Matthew in cui i settori più deboli della società stanno diventando progressivamente svantaggiati.

Variabili come l'argomentazione razionale, la capacità di autoespressione, le capacità di protezione della privacy e le capacità etiche sono scarsamente studiate e difficili da trovare nel contesto italiano.

Le politiche di alfabetizzazione mediatica hanno un impatto significativo sui modelli di utilizzo dei media, ma le pratiche educative e didattiche in Italia soffrono ancora di non sistematicità, non organicità e scarsa interdisciplinarità. Ciò influisce sulla possibilità di sviluppare un contesto comunicativo deliberativo. La necessità di ulteriori ricerche in questo settore e l'attuazione di efficaci programmi di educazione ai media è fondamentale per affrontare le sfide che devono affrontare le competenze relative all'uso dei media in Italia. Nonostante alcuni sforzi per introdurre la “Media Educazione” nelle scuole italiane, la situazione rimane problematica a causa della non sistematicità, della non organicità e della scarsa interdisciplinarità. Inoltre, l'Italia soffre di arretratezza digitale, che porta a un crescente divario digitale tra i suoi cittadini, in particolare quelli appartenenti al gruppo dei poveri dell'informazione.



La pandemia di COVID-19 ha ulteriormente evidenziato la necessità di affrontare questi problemi, poiché solo il 19% degli studenti italiani ha avuto accesso ad ambienti di apprendimento virtuali, rispetto alla media europea del 61%. In Italia, inoltre, è presente un marcato fenomeno crossmediale, con la televisione che resta la principale fonte di informazione per il 48,2% della popolazione. Tuttavia, vi è incertezza all'interno del settore su chi intraprenderà gli investimenti infrastrutturali necessari per diversificare l'offerta e far crescere le reti a banda larga ad alta velocità.

La qualità dei programmi di alfabetizzazione mediatica in Italia rimane poco chiara e la fiducia nelle notizie è particolarmente bassa a causa della natura faziosa del giornalismo italiano e della forte influenza degli interessi politici e commerciali sulle testate giornalistiche. Pertanto, è necessario un approccio globale e sistematico all'alfabetizzazione e alle competenze mediatiche in Italia, volto ad affrontare il divario digitale esistente e garantire parità di accesso all'informazione e all'istruzione per tutti i cittadini.

Rischi e opportunità per il cambiamento nelle COMPETENCE relative ai media

Lo sviluppo e l'agenzia del cambiamento nelle competenze relative ai media pongono sia rischi che opportunità. All'inizio degli anni 2000, i media tradizionali come la televisione e i giornali dominavano il panorama delle notizie in Italia e le persone avevano familiarità con queste fonti mediatiche. Tuttavia, la congiuntura critica causata dalla combinazione di un duopolio televisivo e la presenza di Silvio Berlusconi ha portato a un aumento della polarizzazione e alla diffusione di disinformazione, incitamento all'odio online e teorie del complotto.

Il processo di digitalizzazione ha ulteriormente complicato l'ambiente informativo aumentando la scelta, la frammentazione e la moltiplicazione dei modi di consumare le informazioni.

Di conseguenza, sono aumentate le competenze necessarie per raccogliere informazioni adeguate e lo spazio pubblico della comunicazione deliberativa è diventato uno sfondo rumoroso di conversazioni di parte. Tuttavia, la crescita della disinformazione, dell'incitamento all'odio online e della polarizzazione non sono solo caratteristiche italiane, ma piuttosto fenomeni globali. L'aumento delle competenze dei media pone sia rischi che opportunità, in quanto offre il potenziale per un maggiore accesso alle informazioni e una più ampia gamma di prospettive, ma anche il potenziale per la disinformazione e la diffusione di contenuti dannosi.

Il rischio maggiore in Italia è l'inclusione sociale, ovvero l'accesso di vari gruppi della società ai media.

L'alto tasso di alfabetizzazione mediatica dell'88% in Italia è un indicatore positivo, ma l'accesso da parte

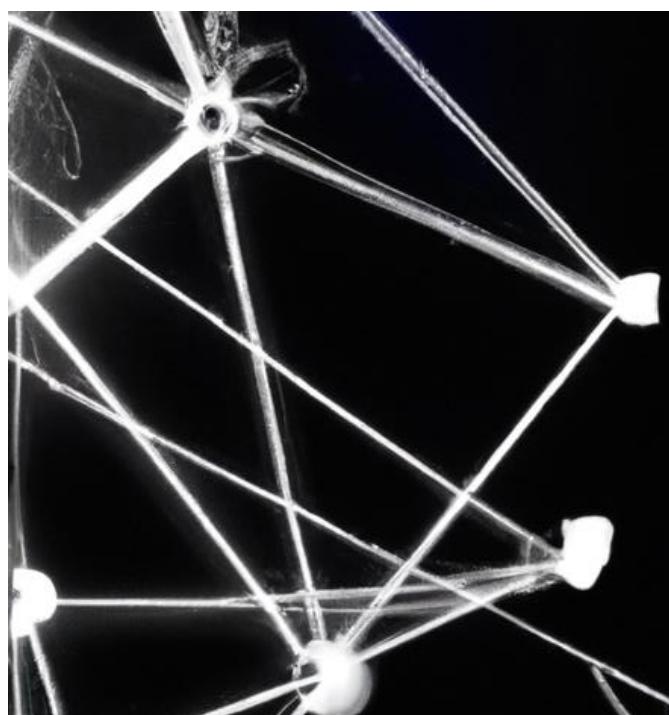
delle minoranze è ancora basso al 42%. Il panorama dei media italiani è diversificato con un elevato numero di emittenti radiofoniche e televisive locali, ma il modello di comunicazione pluralista polarizzato (d'accordo con Hallin e Mancini, 2004), presenta un debole livello di professionalizzazione del giornalismo. I media sono spesso influenzati dalla politica dei partiti e sono costantemente alla ricerca di profitti economici, portando a una frivolezza dell'informazione e alla perdita di lettori a causa della manipolazione e dei rapporti di potere.

“Frivolezza dell'informazione e perdita di lettori a causa della manipolazione”

Il ruolo del ricevente come agente passivo nel processo di comunicazione influisce anche sul paradigma di creazione dei contenuti, con gli utenti che giocano un ruolo più attivo.

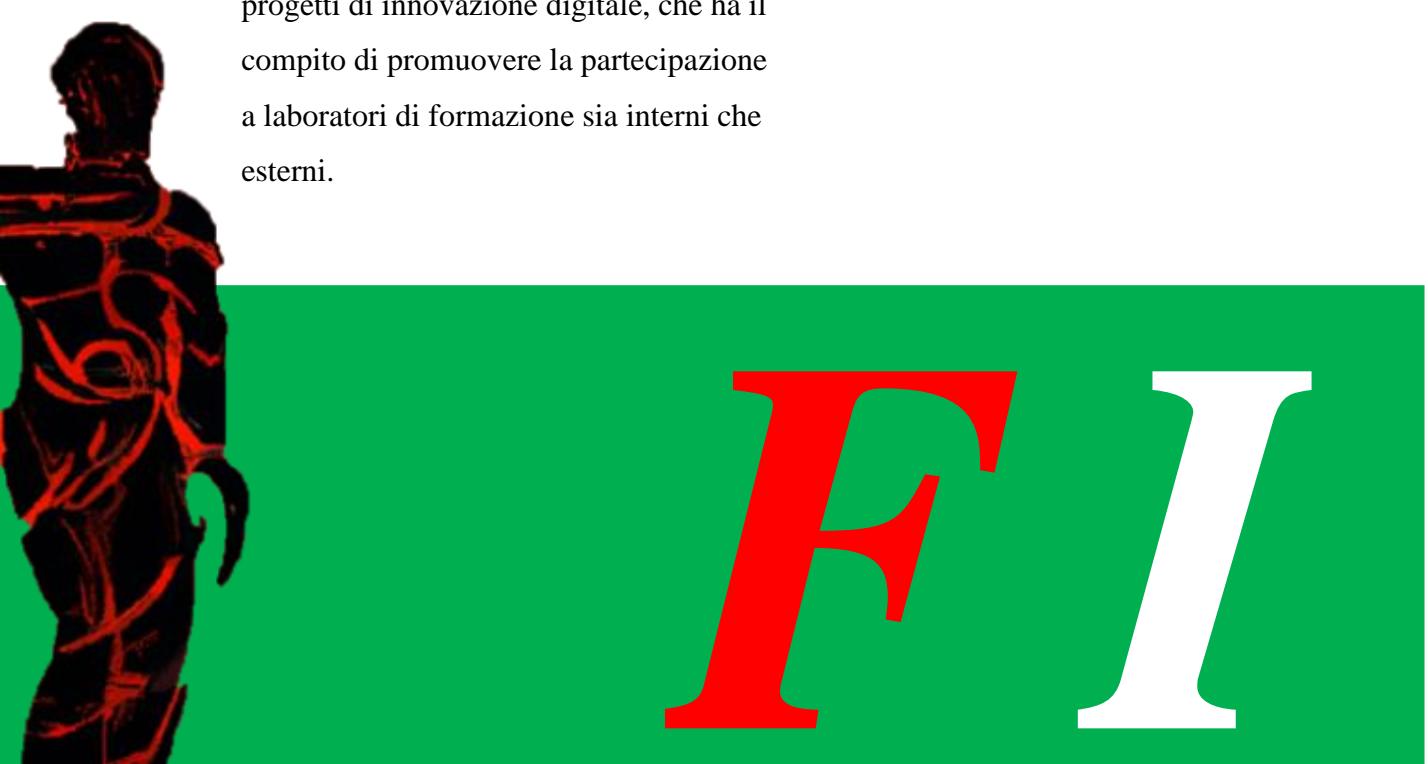
In Italia sono stati identificati tre modelli di giornalismo, tra cui il giornalismo partecipativo, il citizen giornalismo e i contenuti generati dagli utenti. Tuttavia, le indagini di Campos-Dominguez e Redondo-García mostrano che vi è un debole avanzamento verso la trasparenza dei media, specialmente nei media pubblici e privati, con progressi irregolari e mancanza di una strategia chiara per connettersi con i cittadini e aumentare la credibilità dei media attraverso responsabilità.

Nel complesso, le competenze relative ai media in Italia stanno affrontando sfide, ma offrono anche opportunità di miglioramento e crescita. Una maggiore attenzione alla trasparenza dei media e un coinvolgimento più attivo dei cittadini nel processo di creazione dei media potrebbero contribuire ad aumentare la credibilità dei media e l'inclusione sociale nel paese.



In Italia, l'importanza dell'alfabetizzazione mediatica è riconosciuta sia nell'educazione formale che in quella non formale. Il Piano Nazionale Scuola Digitale (PNSD) mira a fornire agli studenti le competenze necessarie per comprendere e valutare criticamente i contenuti multimediali, nonché per sviluppare la loro creatività e capacità comunicative. Questo piano fa parte della legge "La Buona Scuola", che mira a promuovere l'educazione digitale e l'innovazione nelle scuole del Paese. Il PNSD si concentra sul fornire accesso a strumenti e tecnologie digitali, oltre a incoraggiare la formazione interna per insegnanti e studenti. Il piano designa inoltre un docente a supporto del direttore nella progettazione e realizzazione di progetti di innovazione digitale, che ha il compito di promuovere la partecipazione a laboratori di formazione sia interni che esterni.

Nella prospettiva di favorire le opportunità che si generano attraverso il processo di digitalizzazione, le iniziative in atto mirano a promuovere l'alfabetizzazione mediatica e aiutare gli studenti a comprendere l'importanza di valutare criticamente i contenuti multimediali, promuovendo al contempo la creatività e le capacità comunicative. Queste competenze sono cruciali nell'era digitale odierna, in cui le informazioni sono facilmente accessibili e i media svolgono un ruolo significativo nel plasmare l'opinione pubblica. L'obiettivo è fornire agli studenti gli strumenti di cui hanno bisogno per navigare nel panorama dei media e diventare cittadini responsabili e informati.



FI

Lo studio di Suárez-Villegas (2015) evidenzia le differenze tra media tradizionali e digitali in termini di pratica giornalistica e l'importanza dell'alfabetizzazione mediatica in Italia. Il ruolo dell'alfabetizzazione mediatica è cruciale sia nei media tradizionali che in quelli digitali, in quanto aiuta a valutare criticamente il contenuto e a capire come funzionano i media. Lo studio ha dimostrato che i media digitali sono più aperti alla partecipazione del pubblico rispetto ai media tradizionali e che i giornalisti digitali danno maggiore enfasi alla fattibilità economica e alla trasparenza. Tuttavia, l'immediatezza delle informazioni digitali crea anche rischi, come una maggiore tendenza al sensazionalismo e alla manipolazione delle informazioni, nonché un conflitto di interessi tra verità e accuratezza delle informazioni.

D'altra parte, i giornalisti dei media tradizionali tendono a sentirsi più condizionati dai loro superiori e dagli interessi commerciali dei proprietari dei media, il che limita il loro spirito critico. Nonostante ciò, i giornalisti dei media tradizionali comprendono l'importanza della partecipazione pubblica per il funzionamento del sistema democratico. Sono più esigenti in termini di requisiti per la partecipazione del pubblico ai media e sono convinti della sua importanza.

Il paradosso in Italia è che ci sono sia rischi che opportunità per la creazione e il rafforzamento della comunicazione deliberativa. Da un lato, la trasformazione della democrazia italiana è messa alla prova dall'attuale governo guidato da un presidente di ideologia di estrema destra, e il ridimensionamento delle opportunità di partecipazione sta accuendo la distanza tra élite e non élite. D'altra parte, la pandemia ha contribuito ad aumentare l'importanza dell'inclusione digitale nel dibattito pubblico e a spostare il discorso da un quadro economico a uno più politicizzato, preoccupato degli squilibri socioeconomici.

Il Paese soffre di arretratezza digitale, con una presenza più conspicua di cittadini che appartengono alla fascia dei poveri dell'informazione rispetto ad altri paesi europei. Tuttavia, la pandemia ha contribuito ad aumentare la rilevanza del tema nel dibattito pubblico, che potrebbe rappresentare un buon punto di partenza per affrontare il digital divide e migliorare l'alfabetizzazione mediatica in Italia.

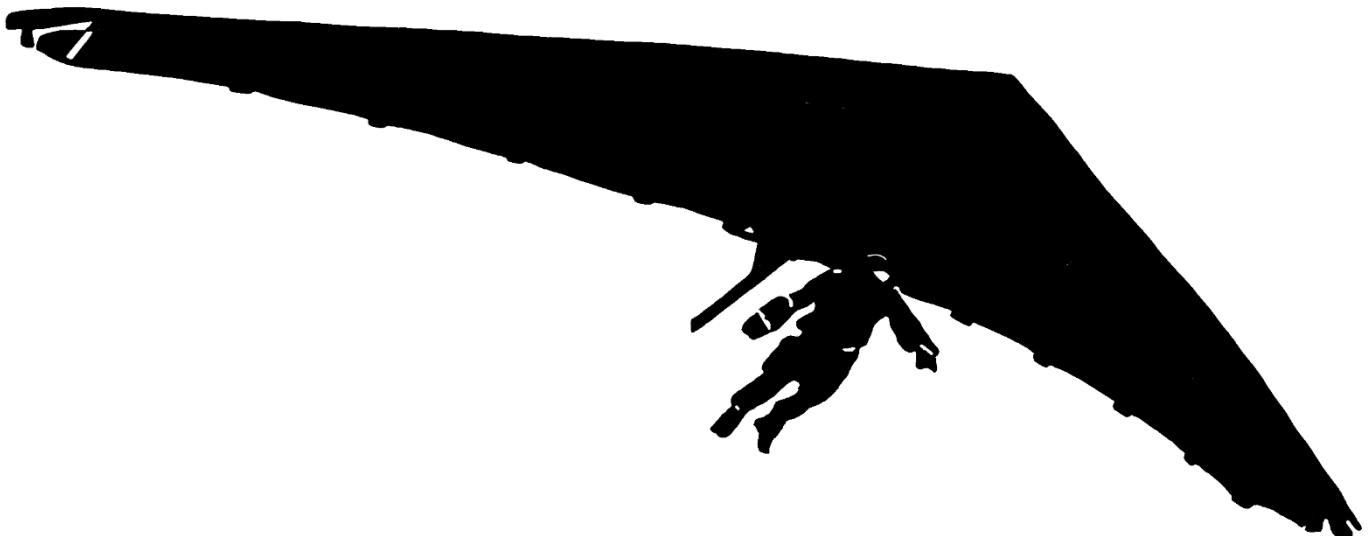
The image shows a large, stylized graphic of the letters 'DA'. The letter 'D' is colored red and the letter 'A' is colored green. They are positioned side-by-side, with the 'D' on the left and the 'A' on the right. The letters are bold and have a slightly rounded, modern font style.

Il ruolo dell'analisi comparativa qualitativa dell'insieme **fuzzy** nello spiegare i rischi e le opportunità della comunicazione deliberativa

Dina Vozab
Zrinjka Peruško
Filip Trbojević
University of Zagreb

Grazie a un crescente interesse per la ricerca comparativa sulla comunicazione, ci sono numerosi progetti di ricerca e strumenti di monitoraggio a livello internazionale ed europeo che potrebbero essere utili per valutare i rischi e le opportunità per i media. Oltre agli strumenti di lunga data che monitorano la libertà di stampa nel mondo, come Freedom House e Reporters Sans Frontières, ci sono ora molti altri progetti di ricerca e monitoraggio. A livello europeo, lo strumento di monitoraggio più noto è il Media Pluralism Monitor, che valuta i rischi nei sistemi mediatici europei per il raggiungimento del pluralismo e della diversità. Lo studio Worlds of Journalism, guidato da Thomas Hanitzsch, analizza lo stato del giornalismo dal 2007 e il Reuters Institute for the Study of Journalism dell'Università di Oxford studia il pubblico delle notizie digitali dal 2012.





Pertanto, ora ci sono più studi e dati che permettono ai ricercatori di porre innovative domande di ricerca comparativa. Tuttavia, in termini di metodologia, c'è meno diversità, poiché predominano gli approcci quantitativi (Downey, 2020).

Nel progetto Mediadelcom, utilizziamo una metodologia piuttosto innovativa negli studi sui media e sulla comunicazione per valutare i rischi e le opportunità per lo sviluppo della comunicazione deliberativa. Sebbene diversi autori abbiano sostenuto l'uso dell'analisi comparativa qualitativa con insiemi fuzzy (fsQCA) nella ricerca comparativa sui media (Downey, 2020; Downey & Stanyer, 2010), e ci sono sempre più studi che utilizzano il metodo (ad es. Büchel et al., 2016; Humprecht & Büchel, 2013; Peruško et al., 2021), il suo uso nella ricerca comparativa sui media, che si basa ancora prevalentemente su approcci quantitativi, è ancora limitato (Downey, 2020).

La fsQCA ha diversi vantaggi rispetto agli approcci quantitativi. Il metodo fsQCA collega la logica qualitativa e quantitativa nella ricerca comparativa e può fornire spiegazioni ricche e complesse su come diverse condizioni causali spieghino certi risultati. La metodologia permette l'inclusione sia di piccoli, medi e grandi casi (Ragin, 2008), il che offre molta flessibilità nel disegno di ricerca comparativa. Il metodo differisce anche dal pensiero correlazionale (che è lineare e simmetrico) in quanto riconosce che la relazione tra i fenomeni sociali è spesso asimmetrica e equifinale. L'asimmetria significa che un tipo di relazione tra variabili non esclude altre possibili relazioni. Ad esempio, se viene stabilita la relazione tra sviluppo e democrazia, ciò non esclude che i paesi non sviluppati possano essere democratici (Ragin, 2008: 15).

A volte ci sono più spiegazioni causali, o "ricette causali", per lo stesso risultato. Nello sviluppo dei sistemi mediatici, questa equifinalità è esattamente ciò che stiamo cercando per risolvere le domande sulle tendenze dei rischi e delle opportunità: i paesi sono in grado di raggiungere lo stesso obiettivo seguendo percorsi diversi. Ad esempio, forse in alcuni contesti la comunicazione deliberativa potrebbe essere raggiunta con un media ben regolato e forti sistemi di responsabilità, mentre in altri potrebbe essere raggiunta con un giornalismo sostenibile e un pubblico ben informato e competente in materia di media. Il metodo potrebbe funzionare bene a livello micro, meso o macro della ricerca comparativa ed è anche adatto per esplorare fenomeni o pratiche a più livelli, ad esempio flussi transnazionali o culture mediatiche globalizzate, e ha il potenziale di spiegare il cambiamento nel tempo (Dowdney, 2020).



Uno degli aspetti più importanti dell'analisi è la calibrazione, che si riferisce all'assegnazione dei casi a insiemi, utilizzando valori compresi tra 0 e 1 (Ragin, 2008). Gli insiemi possono essere netti, e avere solo due categorie. Tuttavia, come spesso accade nelle scienze sociali, i fenomeni sociali sono più complessi e gli insiemi fuzzy rispondono a questa maggiore complessità e sfumatura. Utilizzando gli insiemi fuzzy, possiamo riconoscere che certi casi appartengono all'insieme dei paesi con libertà dei media, ma a livelli diversi, come la Norvegia che è classificata al primo posto dall'indice di libertà di stampa di RSF e l'Italia che è classificata al 58º posto nel 2022.

Il modo di Mediadelcom

Nel progetto Mediadelcom, analizziamo se quattro domini - quadro legale, giornalismo, schemi di utilizzo dei media e competenze mediatiche - hanno un impatto sulla comunicazione deliberativa. Con questo impegno, miriamo ad analizzare quali siano i percorsi per raggiungere la comunicazione deliberativa in Europa fornendo una spiegazione contestuale sfumata delle complesse relazioni causali.

Riferimenti e leggi ancora:

Büchel, F., Humprecht, E., Castro-Herrero, L., Engesser, S. e Brüggemann, M. (2016). Building empirical typologies with QCA: Toward a classification of media systems. *The International Journal of Press/Politics*, 21(2), 209–232.

<https://doi.org/10.1177/1940161215626567>

Downey, J. (2020). Comparative communication research: Why we really need some more fuzzy thinking. *International Journal of Communication*, 14.

Downey, J. e Stanyer, J. (2010). Comparative media analysis: Why some fuzzy thinking might help. Applying fuzzy set qualitative comparative analysis to the personalization of mediated political communication. *European Journal of Communication*, 25(4), 331–347.

<https://doi.org/10.1177/0267323110384256>

Humprecht, E. e Büchel, F. (2013). More of the same or marketplace of opinions? A cross-national comparison of diversity in online news reporting. *The International Journal of Press/Politics*, 18(4), 436–461.

<https://doi.org/10.1177/1940161213497595>

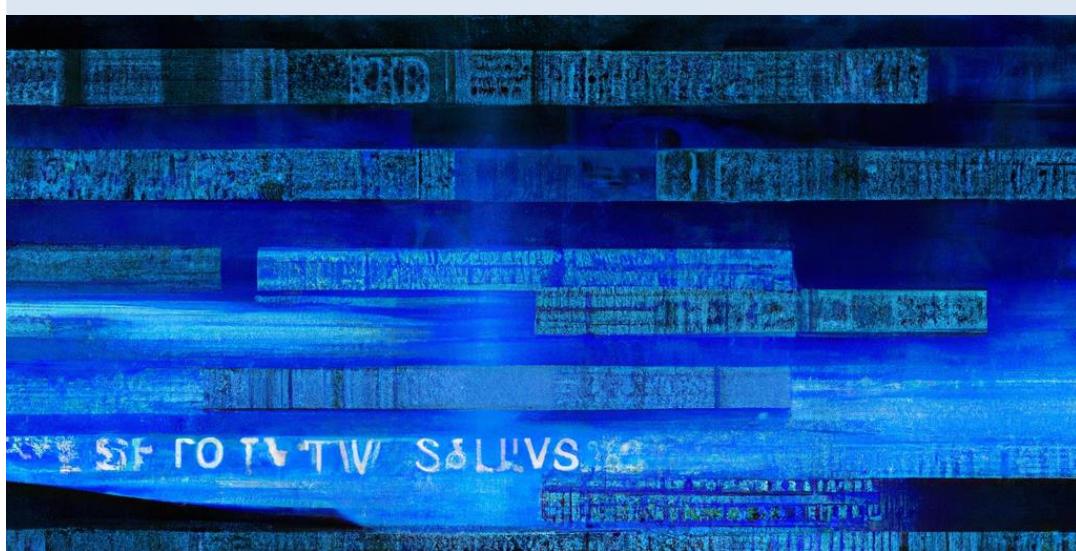
Oana, I.-E., Schneider, C. Q. e Thomann, E. (2021). *Qualitative comparative analysis using R: A beginner's guide* (1st ed.). Cambridge University Press.

<https://doi.org/10.1017/9781009006781>

Peruško, Z., Vozab, D. e Čuvalo, A. (2021). *Comparing post-socialist media systems: The case of Southeast Europe* (1st ed.). Routledge.

<https://doi.org/10.4324/9780367226787>

Ragin, C. C. (2008). *Redesigning social inquiry: Fuzzy sets and beyond*. University of Chicago Press.



Cosa succede dopo ?

Ora che hai letto del progetto Mediadelcom e dei suoi obiettivi, sfide e focus, speriamo che tu abbia un'idea più chiara del motivo per cui questa ricerca è necessaria e dei benefici che porterà. Questi includono l'identificazione dei rischi e delle opportunità per la comunicazione deliberativa nei paesi del progetto, lo studio dell'ambiente mediatico in ogni nazione e il loro confronto, e lo sviluppo di uno strumento diagnostico. Inoltre, i risultati sono importanti per i responsabili delle politiche europee, fornendo loro conoscenze di qualità per migliorare la governance dei media. Questo è fondamentale per favorire la coerenza e la stabilità delle società europee.

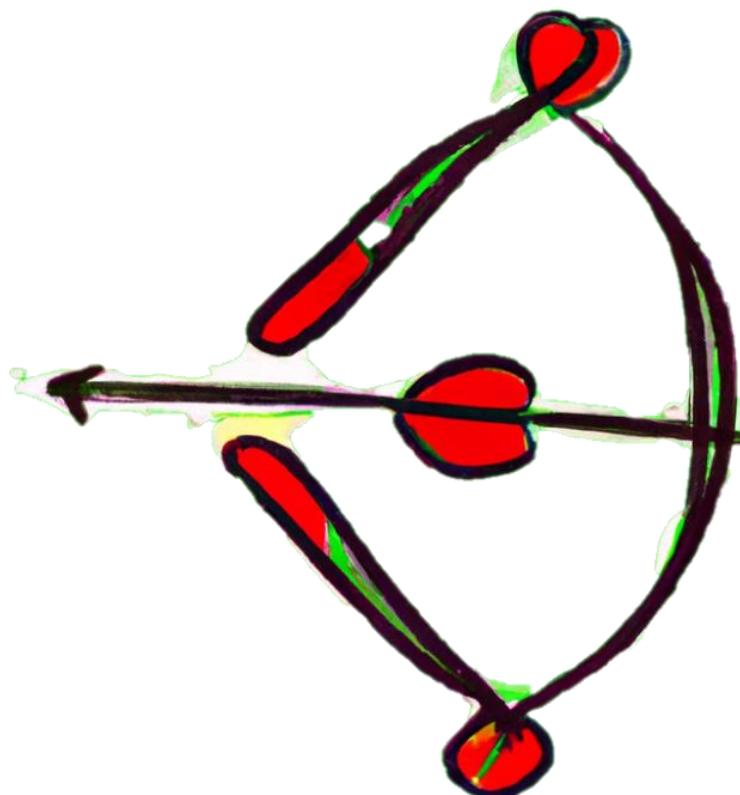
Ma soprattutto, speriamo che ti abbia fornito informazioni interessanti e utili.

Speriamo che rimarrai in contatto con il nostro percorso.

Questo e-book ti fornisce una panoramica del progetto fino ad ora, ma c'è ancora molto da esplorare. Ogni paese ha prodotto il proprio rapporto nazionale, che include informazioni e sfide che devono affrontare. Essi possono essere consultati nel repository dell'Università di Tartu.

Un libro comparativo tra paesi, "Monitoring mediascapes", è in preparazione, così potrai vedere come i paesi si relazionano tra loro nel monitoraggio dei quattro domini chiave.

Quali paesi hanno migliori pratiche in determinate aree? Vorremmo solo avvertirti di non fare affidamento esclusivamente sui confronti tra paesi per determinare lo stato generale dell'ambiente mediatico di una nazione o le sue capacità di monitoraggio.





La raccolta di dati varia tra i paesi, in alcuni casi in modo piuttosto significativo, e piccoli cambiamenti in un paese, come un piccolo spostamento verso il basso in un'area, potrebbero non essere evidenti nel confronto, ma potrebbero indicare un rischio e un'area di preoccupazione. Quindi i rapporti individuali dei paesi forniscono informazioni importanti.

Come ha commentato il Professor Daniel Hallin sui casi di studio dei paesi: "Questi studi sono diretti a tentare una sorta di ampia descrizione di tutti i fattori mediatici che influenzano la nostra capacità di democrazia deliberativa. E penso che tutti abbiano dietro di loro una presunzione di determinati insiemi di valori che sono molto importanti: l'autonomia del giornalismo, la trasparenza, il pluralismo. È un esame molto completo, il modo in cui le istituzioni mediatiche e le pratiche mediatiche influenzano tutti i valori di trasparenza, autonomia e apertura".

Non vediamo **l'ora** di condividere con voi ulteriori risultati delle nostre ricerche.

Concludendo

Italia

Martín Oller Alonso

La capacità di analizzare rischi e opportunità (RO) nel sottocampo italiano della comunicazione e giornalismo è un segno della sua ricchezza. Questa ricchezza è dovuta all'istituzionalizzazione delle discipline della comunicazione negli atenei italiani e all'attenzione rivolta a questi temi dall'ambito accademico. Tuttavia, manca un aiuto decisivo da parte dei mezzi di informazione, che si traduce in una produzione parallela tra il mondo accademico e le organizzazioni private che porta all'incomunicabilità. Nel campo legale c'è un conflitto tra dati aperti e protezione della privacy, e nel campo giornalistico c'è un conflitto tra giornalisti e editori che cercano di aumentare la loro autorità. Nel dominio dell'uso dei media, l'adattamento dei contenuti informativi alla logica dei nuovi media indebolisce il dibattito pubblico deliberativo.

Nel dominio delle competenze relative ai media, vi è una mancanza di intervento sia da parte della ricerca accademica che di altri attori. Per rafforzare le opportunità democratiche della trasformazione dei media, è necessario affrontare questi conflitti e garantire un approccio più completo e coordinato all'analisi delle RO.

Il sottocampo della comunicazione deliberativa in Italia è caratterizzato da bassi livelli di collaborazione, basso riconoscimento per il lavoro di attori diversi dagli enti pubblici e scarso impatto sulle politiche pubbliche. Quindi, per comprendere questa situazione, è necessaria un'analisi contestuale capace di sistematizzare le congiunture critiche della comunicazione deliberativa in Italia. Ciò deve affrontare diverse sfide e limitazioni, come i limiti metodologici dei dati, i problemi di accesso ai dati, la mancanza di interesse e la scarsa o disomogenea qualità dell'informazione e della conoscenza. Queste sfide sono interconnesse con i rischi di frammentazione e sovrapproduzione delle informazioni, mancanza di coerenza negli studi e competenze mancanti. Tuttavia, ci sono anche opportunità di miglioramento, come la trasparenza, la libertà di espressione e di informazione, la veridicità, la dignità umana, la diversità, l'etica dialogica e l'autonomia.

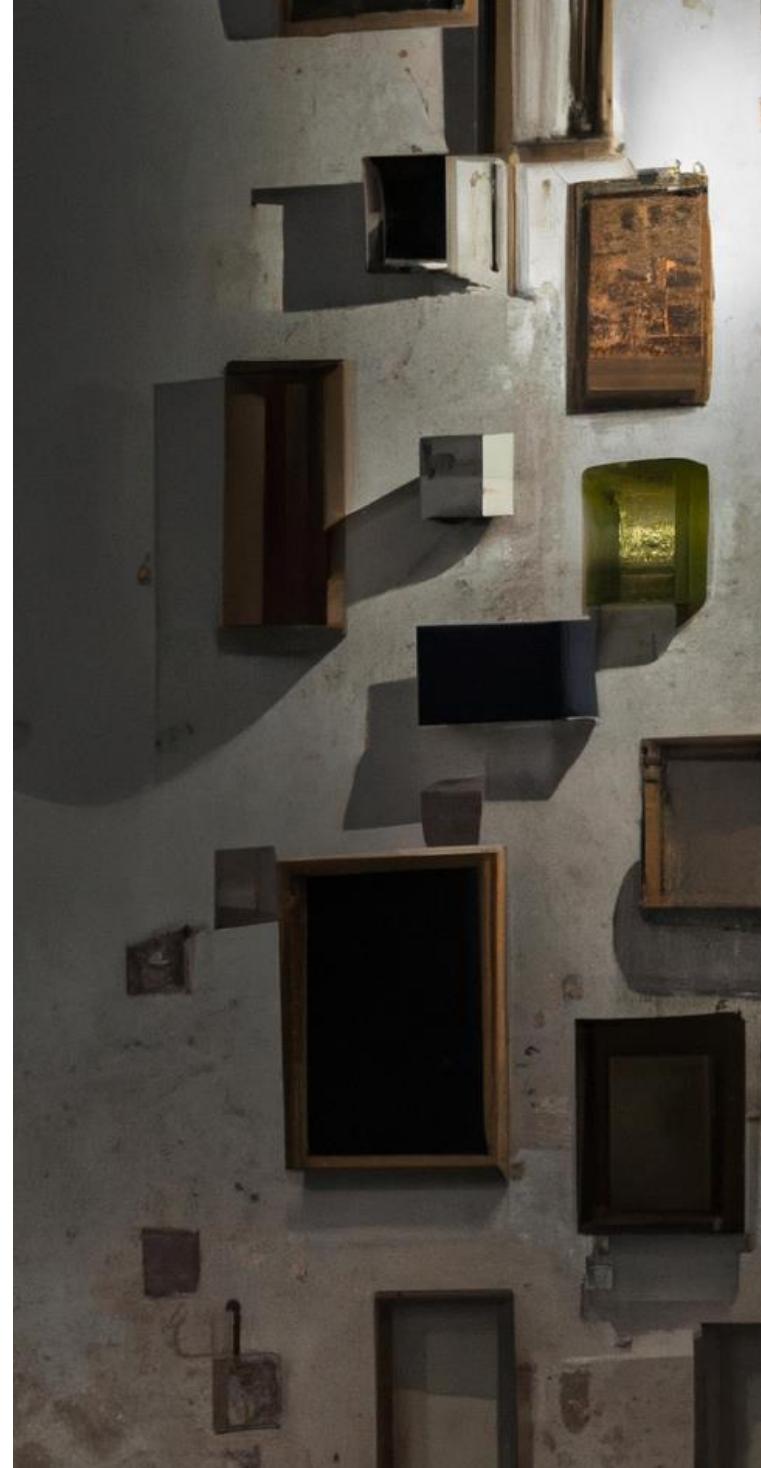
Per affrontare queste sfide, è possibile adottare un approccio orientato agli agenti e una modellazione orientata agli agenti, che consiste di quattro elementi: agenti, i loro attributi e comportamenti, relazioni e interazioni tra agenti e l'ambiente in cui si trovano. Questo approccio tiene conto del passaggio verso un ambiente ad alta scelta di media nel panorama dei media italiani, in cui le persone hanno diversi modi per partecipare alla comunicazione dei media. Si può considerare anche la tensione tra la "logica professionale" del giornalismo e la "logica partecipativa" del Web 2.0, 3.0 e 4.0 e delle piattaforme dei social media.

“Comunicazione deliberativa in Italia è caratterizzato da bassi livelli di collaborazione e basso riconoscimento”

Al fine di introdurre e stabilire il modello di comunicazione deliberativa e essenziale diffondere meglio i risultati scientifici e monitorare i cambiamenti relativi ai media nel tempo per comprendere i cambiamenti nella struttura e nelle attività, nelle competenze e nell'interazione dei diversi agenti nel dominio dei media.

L'uso di un modello basato su agenti può fornire un quadro completo per comprendere il repertorio mediatico dei cittadini e i potenziali rischi e opportunità nel panorama dei media.

Come riepilogo finale, nota che il panorama dei media italiani ha subito cambiamenti significativi negli ultimi due decenni, influenzati da una complessa interazione di fattori politici, sociali, economici, tecnologici ed educativi. Il quadro giuridico si è generalmente allineato con gli standard europei di libertà di espressione e informazione, ma esiste ancora un grado significativo di conflitti legislativi, in particolare per quanto riguarda vari reati di diffamazione. Il mercato del giornalismo sta affrontando sia i vincoli economici che le pressioni delle cause legali SLAPP, mentre il panorama dei media rimane dominato da un duopolio televisivo di RAI e Mediaset.



Il processo di digitalizzazione di tutte le istituzioni italiane, compresi i media, ha subito un'accelerazione negli ultimi anni, portando a un cambio di paradigma nella comprensione del giornalismo. L'ascesa dell'estrema destra è stata favorita dalla confluenza di momenti critici come la crisi economica del 2018 e la crisi dei migranti del 2013. La comunicazione deliberativa in Italia è plasmata dalle forze populiste, rappresentate da attori politici come il *Movimento Cinque Stelle*, la *Lega Nord* di Matteo Salvini e *Fratelli d'Italia*. L'uso della comunicazione digitale e dei social media può fornire un'opportunità di comunicazione deliberata, ma rischia anche di promuovere la polarizzazione e l'estremismo. La pandemia di COVID-19 ha ulteriormente accelerato la trasformazione digitale ed è diventata un altro momento critico che presenta sia opportunità che rischi per la comunicazione deliberativa in Italia.

*La metanalisi potrebbe essere **cool!** Il caso Mediadelcom*

Presentiamo un approccio elegante alle recensioni di metanalisi comparativa diacronica per la comunicazione deliberativa, su misura per Mediadelcom. Assolutamente! Un obiettivo principale di Mediadelcom è creare uno strumento diagnostico versatile che funzioni come un costruttore di multi-scenari. Ma non finisce qui. Questo metodo all'avanguardia offre una valutazione completa dei rischi e delle opportunità che circondano il monitoraggio dei media e lo studio della comunicazione deliberativa. Mette inoltre in evidenza la ricerca e gli sforzi professionali fatti per promuovere la coesione sociale nell'Unione Europea negli ultimi due decenni (2000-2020). E inoltre, può essere applicato a futuri progetti da parte di responsabili politici, educatori, critici dei media, istituzioni, studenti e professionisti dell'industria dei media. Questa metodologia apre la strada alla generazione di conoscenza, saggezza e avanzamenti scientifici. Allacciate le cinture, gente!

CONCLUDENDO II

Sergio Splendore
Martín Oller Alonso

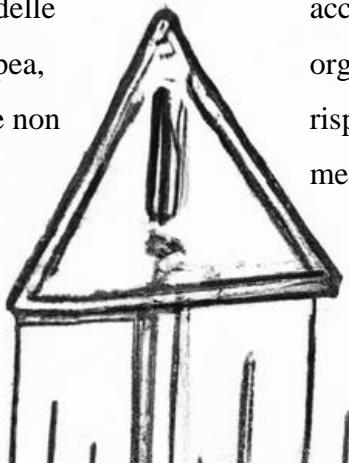
Lo strumento diagnostico proposto da Mediadelcom permette di visualizzare i rischi e le opportunità nella ricerca europea sulla comunicazione deliberativa e l'evoluzione dei paesaggi di monitoraggio dei media in ogni paese singolarmente e comparativamente. Ma presenta una significativa innovazione! Invece di concentrarsi sui consueti paesi dell'Europa occidentale, questo approccio porta l'attenzione su quelli spesso trascurati - i paesi dell'Europa orientale.

In particolare, questo approccio comprende la metanalisi di quattro domini chiave che modellano il paradigma della comunicazione deliberativa: (1) Regolamentazione legale ed etica; (2) Produzione di notizie giornalistiche; (3) Competenze relative ai media dei giornalisti e del pubblico; e (4) Modelli di utilizzo dei media.

Il consorzio Mediadelcom sta per stupire la comunità di ricerca con il suo approccio innovativo che mira a valutare la sufficienza della ricerca e dei dati nel prevedere le tendenze della ricerca sul panorama mediatico europeo, conducendo una metanalisi olistica della trasformazione dei media e delle istituzioni nell'Unione Europea, principalmente nella regione non occidentale.

In un'epoca in cui sembra che il mondo stia crollando e il sogno europeo sia sotto assedio da ideologie radicali, l'educazione, la ricerca e la comunicazione diventano le nostre armi segrete per combattere i rischi che questa nuova normalità porta. Con il COVID-19, le tensioni globali, la crisi economica e i mutamenti nelle dinamiche di potere che minacciano la stabilità dell'UE, è ora di allacciare le cinture e immergersi in questa entusiasmante sfida.

Sei pronto per il segreto per trasformare i dati in saggezza? Si tratta tutto del numero e delle qualifiche dei professionisti coinvolti, dell'attrattività del mercato del lavoro, del compromesso delle istituzioni pubbliche/politiche e dell'influenza delle agenzie di ricerca sulle capacità di monitoraggio. Ma chi esattamente svolge il monitoraggio o la ricerca è una domanda cruciale. Si tratta di organizzazioni transnazionali, progetti di ricerca comparativa/internazionale, organizzazioni nazionali non accademiche, comunità di ricerca accademica, associazioni professionali o organizzazioni e organi pubblici? La risposta potrebbe fare la differenza tra la mediocrità e l'eccellenza.

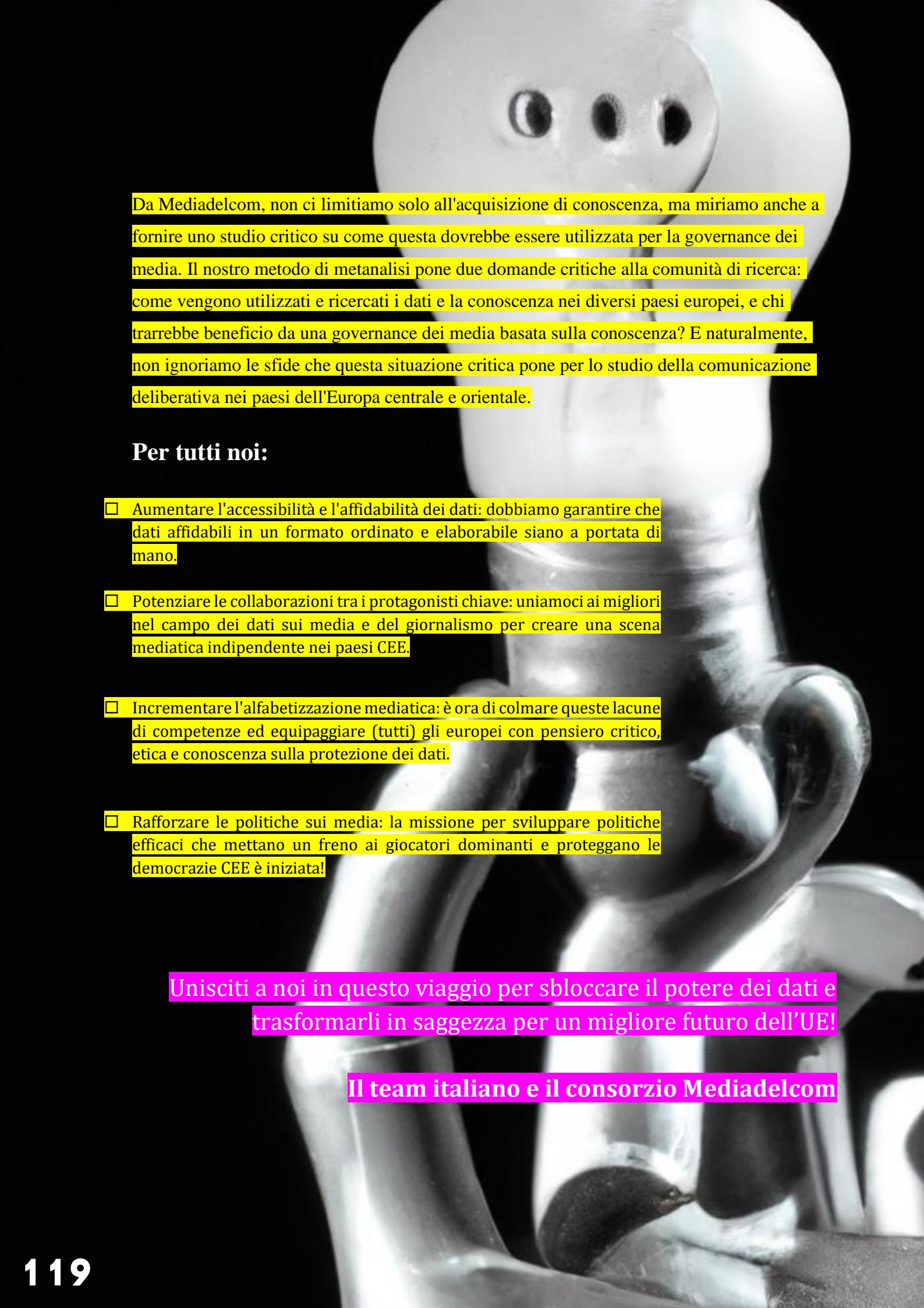


Migliorare le capacità di ricerca e monitoraggio richiede di garantire la disponibilità dei dati in formati digitali aperti e in formati tabellari strutturati. Nella giungla digitale, una tempesta caotica di dati e informazioni si agita, mentre finti guru spargono il loro verbo, sperando di attirarci. Qual è il loro obiettivo? La tua supposizione è buona quanto la mia. Stai attento alla nebbia cibernetica e rimani sveglio, cari studenti! Bisogna prendere misure per migliorare l'affidabilità dei dati e promuoverne il contributo alla diffusione della democrazia. Il mondo è colpito da una doppia calamità: una tempesta virale che devasta la nostra salute, e un'ondata contagiosa di dubbio che erode la nostra fiducia.

**C'è una ragione
dietro tutto questo?**



Analizzando la disponibilità della ricerca nel sottocampo della comunicazione deliberativa e della coesione sociale nell'UE, si scopre che la disponibilità dei dati non è l'unico problema; i dati forniti da vari attori sono spesso inaccessibili. Ad esempio, i dati provenienti dalle università e dagli organi pubblici sono raramente resi disponibili, mentre i dati delle organizzazioni transnazionali sono inelaborabili e mancano di un formato strutturato e tabellare. I grandi progetti di ricerca comparativa non sono annuali, e i dati provenienti dalle strutture dell'industria dei media e dalle organizzazioni indipendenti sono scarsi in termini di variabili disponibili. La mancanza di cooperazione tra gli attori del processo di comunicazione in Europa porta a un ambiente mediatico influenzato da fattori economici e politici, che ostacola il pluralismo e lo sviluppo del giornalismo online indipendente. Questa situazione si riflette nelle politiche dei media, che sono insufficienti e inefficaci, permettendo ai giocatori dominanti di stabilire le regole e influenzare le democrazie europee.



Da Mediadelcom, non ci limitiamo solo all'acquisizione di conoscenza, ma miriamo anche a fornire uno studio critico su come questa dovrebbe essere utilizzata per la governance dei media. Il nostro metodo di metanalisi pone due domande critiche alla comunità di ricerca: come vengono utilizzati e ricercati i dati e la conoscenza nei diversi paesi europei, e chi trarrebbe beneficio da una governance dei media basata sulla conoscenza? E naturalmente, non ignoriamo le sfide che questa situazione critica pone per lo studio della comunicazione deliberativa nei paesi dell'Europa centrale e orientale.

Per tutti noi:

- Aumentare l'accessibilità e l'affidabilità dei dati: dobbiamo garantire che dati affidabili in un formato ordinato e elaborabile siano a portata di mano.
- Potenziare le collaborazioni tra i protagonisti chiave: uniamoci ai migliori nel campo dei dati sui media e del giornalismo per creare una scena mediatica indipendente nei paesi CEE.
- Incrementare l'alfabetizzazione mediatica: è ora di colmare queste lacune di competenze ed equipaggiare (tutti) gli europei con pensiero critico, etica e conoscenza sulla protezione dei dati.
- Rafforzare le politiche sui media: la missione per sviluppare politiche efficaci che mettano un freno ai giocatori dominanti e proteggano le democrazie CEE è iniziata!

Unisciti a noi in questo viaggio per sbloccare il potere dei dati e trasformarli in saggezza per un migliore futuro dell'UE!

Il team italiano e il consorzio Mediadelcom

BOOK

team

Editori

Martín Oller Alonso
Sergio Splendore

Coautori

Epp Lauk
Tobias Eberwein
Halliki Harro-Loit
Evangelia Psychogiopoulou
Anna Kandyla
Markus Kreutler
Peter Berglez
Mart Ots
Lenka Waschková Císařová
Ragne Kõuts-Klemm
Iveta Jansova
Lilia Raycheva
Alnis Stakle
Anda Rožukalne
Dina Vozab
Zrinjka Peruško
Filip Trbojević

Fotografie

José Antonio Sánchez Manzano

Mediadelpcom

Deliberative communication implies communication in which different ideas are articulated and listened to. Decisions are made after reasonable discussion. News media can support the deliberative potential of society by providing truthful facts, and inducing dialogue and rational discussion between different groups in society.