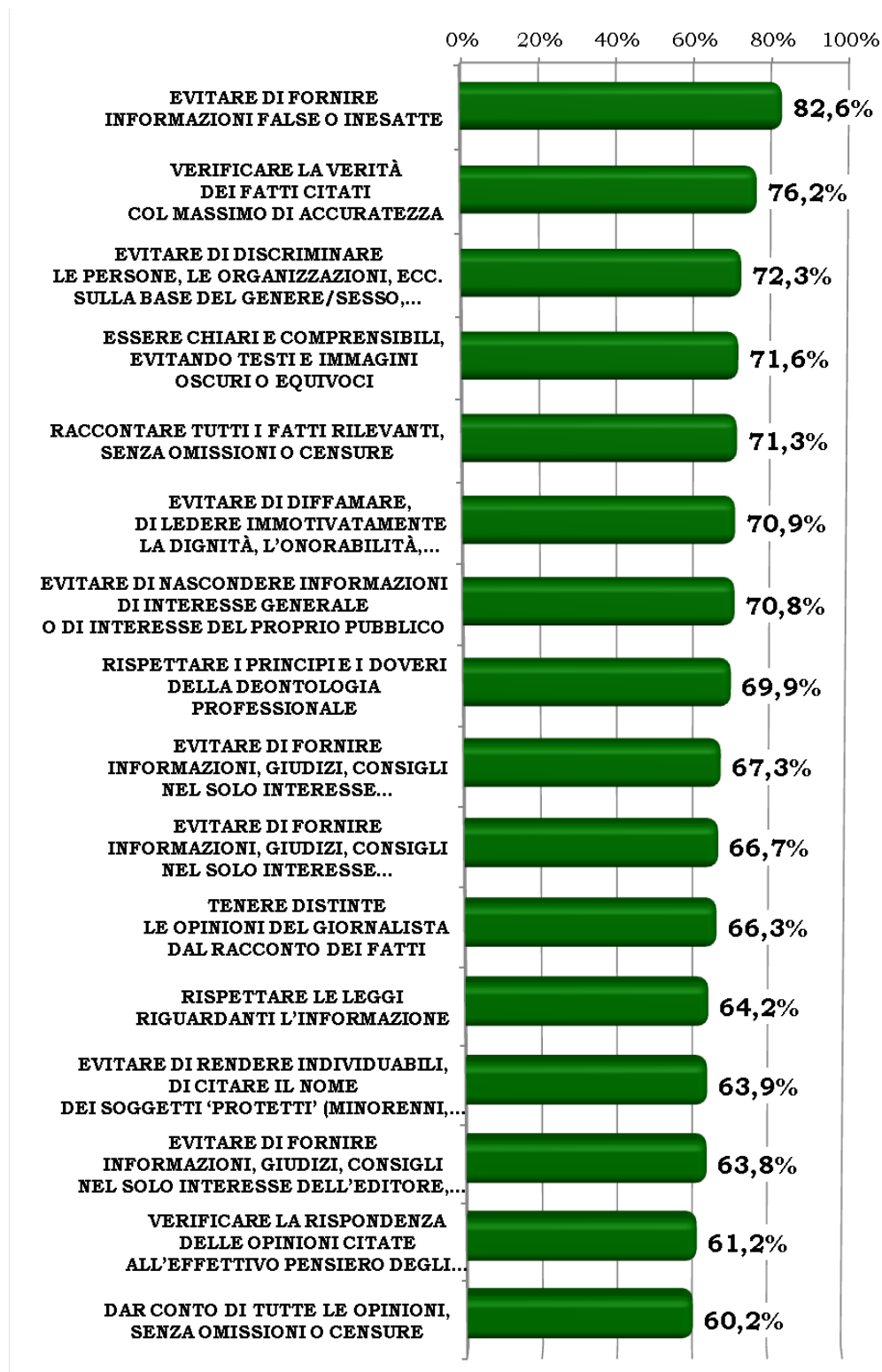


L'ETICA DEL GIORNALISMO IN ITALIA **SECONDO GLI ITALIANI E I GIORNALISTI LOMBARDI E VENETI**

Attorno alla metà del 2011 AstraRicerche ha realizzato tre indagini demoscopiche sull'etica del giornalismo: la prima su un campione rappresentativo di **1035 italiani 15-70enni** (pari a un universo di 43.4 milioni di persone); la seconda e la terza su due campioni di **1.085 giornalisti** (professionisti, pubblicisti e praticanti) iscritti agli Ordini lombardo e veneto. In tutti i casi si è trattato di *web researches* svolte tramite interviste *on line* somministrate col metodo CAWI (*Computer Aided Web Interviewing*).

La prima area esplorata è quella dei **comportamenti** e degli atteggiamenti ritenuti **importanti per un giornalismo 'etico'** (le risposte potevano essere molto, abbastanza, poco o per niente: qui ci limitiamo a quelle 'molto'). Come si vede, sono numerosissime le caratteristiche richieste al buon giornalismo sia dai nostri connazionali, sia ancor più dai professionisti della comunicazione: le domande sociali 'pretendono' un giornalismo che non fornisce informazioni false e non verificate, incomplete o censurate, oscure o equivocate; che tiene distinte le opinioni dell'autore dal racconto dei fatti; che mira a dar conto di tutte le opinioni; che non distorce le opinioni delle persone citate e/o intervistate; che rispetta le norme della deontologia professionale e le leggi specifiche; che non fornisce informazioni, giudizi e consigli - senza esplicitarlo - nell'interesse di gruppi politici e sociali, dell'editoria e della proprietà, degli investitori pubblicitari; che non discrimina e non lede la dignità e l'onorabilità; che non cita il nome dei soggetti protetti.

I comportamenti importanti per un giornalismo etico



L'analisi della tabella che segue segnala che **tra i giornalisti lombardi e veneti la cultura dell'etica** e della deontologia professionali risulta ancora più 'ricca', con modeste differenze tra le due regioni (il divario non raggiunge mai i 5 punti percentuali e spessissimo è assai inferiore).

	POPOLAZIONE ITALIANA	GIORNALISTI LOMBARDIA	GIORNALISTI VENETO
EVITARE DI FORNIRE INFORMAZIONI FALSE O INESATTE	82.6%	98.2%	99.6%
VERIFICARE LA VERITÀ DEI FATTI CITATI COL MASSIMO DI ACCURATEZZA	76.2%	93.5%	95.3%
EVITARE DI DISCRIMINARE LE PERSONE, LE ORGANIZZAZIONI, ECC. SULLA BASE DEL GENERE/SESSO, DELL'ETÀ, DELL'ETNIA, DELLA RELIGIONE, DELLE OPINIONI POLITICHE, DELLO STATO DI SALUTE, ECC.	72.3%	88.5%	93.4%
CERCARE DI ESSERE CHIARO E COMPRENSIBILE, EVITANDO TESTI E IMMAGINI OSCURI O EQUIVOCI	71.6%	90.3%	92.4%
RACCONTARE TUTTI I FATTI RILEVANTI, SENZA OMISSIONI O CENSURE	71.3%	89.0%	85.6%
EVITARE DI LEDERE IMMOTIVATAMENTE LA DIGNITÀ, L'ONORABILITÀ, I DIRITTI DELLE PERSONE	70.9%	93.7%	94.6%
EVITARE DI SOTTACERE, NASCONDERE INFORMAZIONI DI INTERESSE GENERALE O DEL PROPRIO PUBBLICO	70.8%	87.0%	89.9%
RISPETTARE I PRINCIPI E I DOVERI DELLA DEONTOLOGIA PROFESSIONALE	69.9%	88.6%	90.9%
EVITARE DI FORNIRE INFORMAZIONI, GIUDIZI, CONSIGLI NEL SOLO INTERESSE DEGLI INVESTITORI PUBBLICITARI, SENZA ESPlicitARE TALE INTERESSE	67.3%	85.6%	89.5%
EVITARE DI FORNIRE INFORMAZIONI, GIUDIZI, CONSIGLI NEL SOLO INTERESSE DI UN GRUPPO POLITICO O SOCIALE, SENZA ESPlicitARE TALE INTERESSE	66.7%	84.5%	86.4%
TENERE DISTINTE LE PROPRIE OPINIONI DAL RACCONTO DEI FATTI	66.3%	77.3%	76.1%

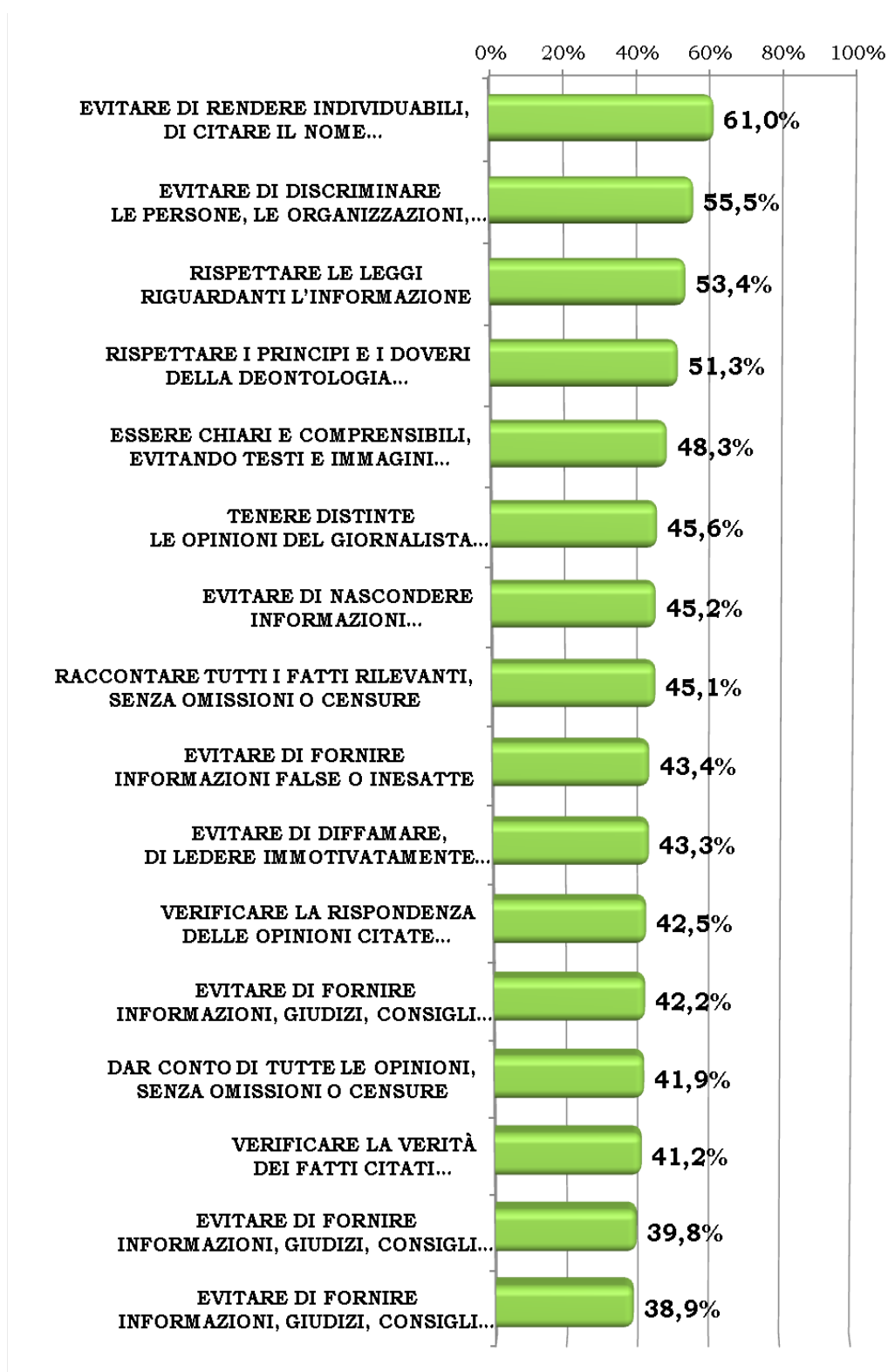
(segue)

(segue)

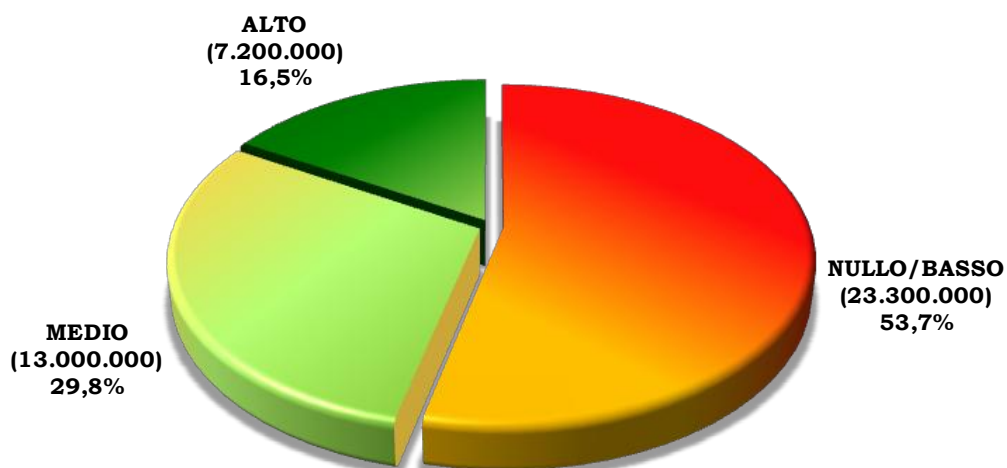
RISPETTARE LE LEGGI RIGUARDANTI L'INFORMAZIONE	64.2%	77.1%	81.4%
EVITARE DI RENDERE INDIVIDUABILI, DI CITARE IL NOME DEI SOGGETTI 'PROTETTI'	63.9%	87.3%	90.9%
EVITARE DI FORNIRE INFORMAZIONI, GIUDIZI, CONSIGLI NEL SOLO INTERESSE DELL'EDITORE, DELLA PROPRIETÀ, SENZA ESPLICITARE TALE INTERESSE	63.8%	81.1%	81.4%
VERIFICARE LA RISPONDENZA DELLE OPINIONI CITATE ALL'EFFETTIVO PENSIERO DEGLI INTERESSATI	61.2%	76.5%	75.5%
DAR CONTO DI TUTTE LE OPINIONI, SENZA OMISSIONI O CENSURE	60.2%	71.3%	73.6%

Viene da chiedersi: quanto – secondo gli intervistati – **i comportamenti effettivi** corrispondono (molto o abbastanza) agli auspici forti (molto) che abbiamo appena visto? La lettura della prima tabella che segue mostra che il divario è giudicato elevatissimo: per gli Italiani solo in 4 casi su 16 la 'risposta' è prevalentemente adeguata alla domanda (quando si parla di anonimato garantito ai soggetti 'protetti' a partire dai minorenni; di assenza di discriminazioni sulla base del sesso, dell'etnia, della fede, delle opinioni politiche, ecc.; di rispetto delle leggi e della deontologia professionale), pur se tra il 39% e il 49% lo nega. In tre casi su quattro la maggioranza lamenta un grave *gap*, che risulta massimo se si parla di tendenziosità e di asservimento (preoccupanti specie perché non esplicitati) ai soli interessi di gruppi sociali e politici, dell'editore e della proprietà, degli investitori pubblicitari. Tra i giornalisti delle due regioni del Nord, come indica il confronto tra le due 'torte' che troviamo alle pagine 6 e 7, la percezione della realtà attuale è nettamente peggiore, davvero pessima, a testimonianza – tra l'altro – di un acuto disagio della categoria, che in tutta l'indagine emerge come angosciata dal degrado della professione (del quale si ritiene solo in parte responsabile).

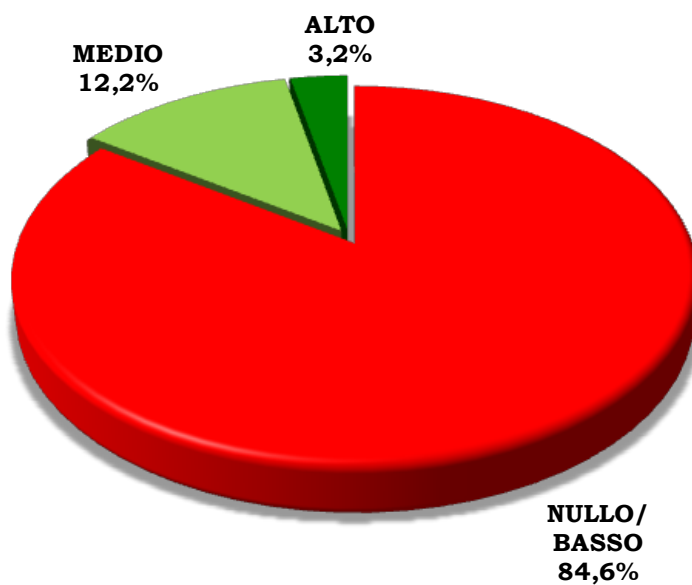
La diffusione dei comportamenti propri del giornalismo etico in Italia



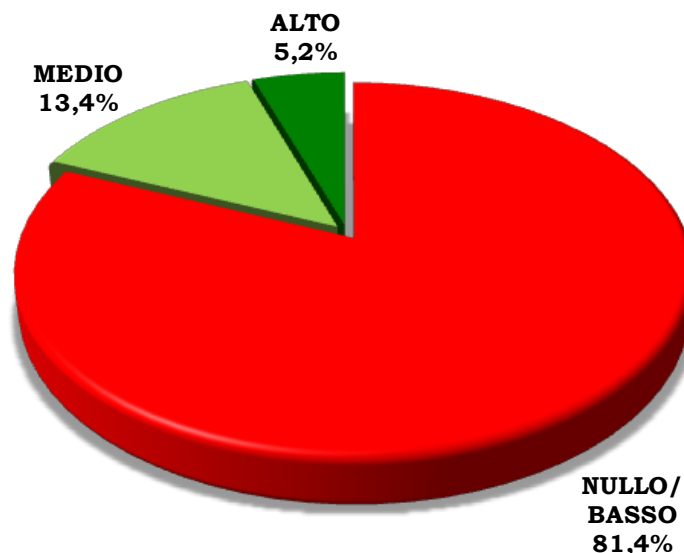
Indice di diffusione dei comportamenti propri del giornalismo etico in Italia: popolazione



Indice di diffusione dei comportamenti propri del giornalismo etico in Italia: giornalisti Lombardia



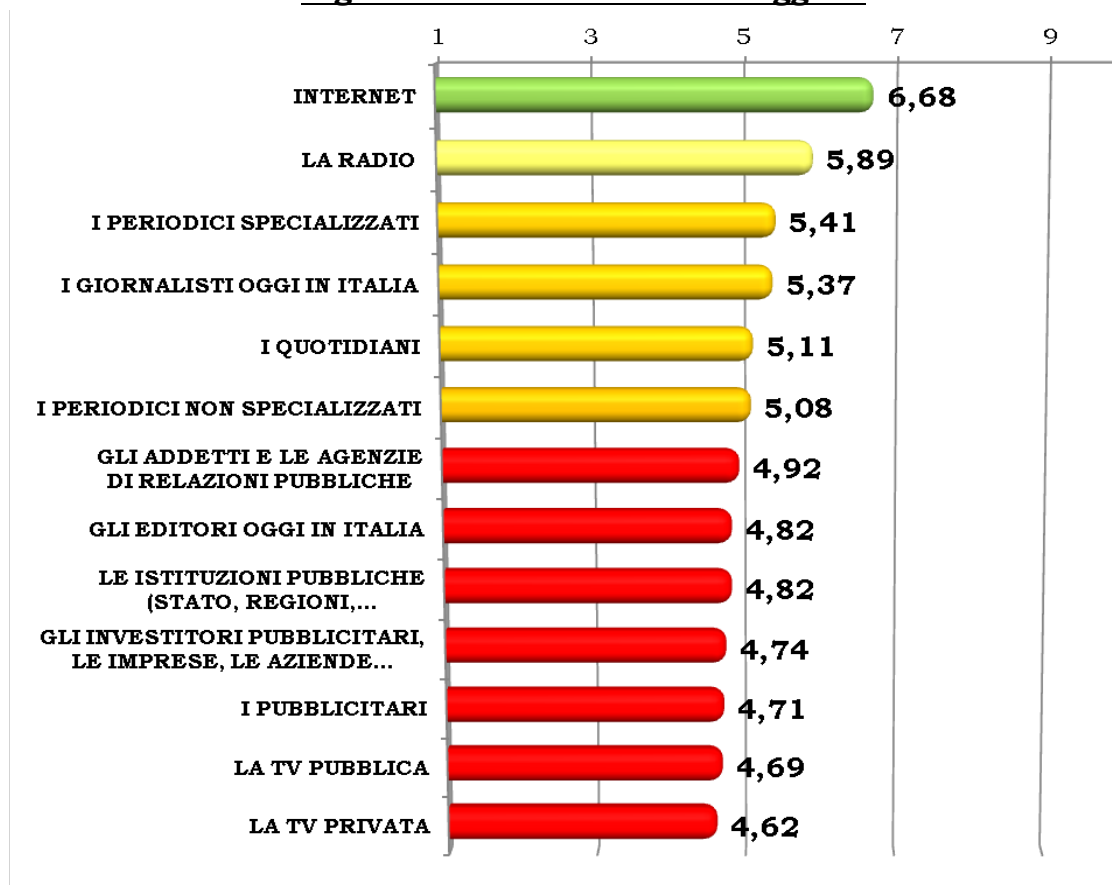
**Indice di diffusione dei comportamenti
propri del giornalismo etico in Italia: giornalisti Veneto**



Una conferma della forte insoddisfazione circa gli attuali *standard* etico-professionali del giornalismo com'è praticato in Italia si ricava dalle valutazioni degli intervistati circa **il grado di eticità nel comunicare di diversi soggetti** (espresse tramite una scala di voto da 1/minimo a 10/massimo). Come si può osservare dalla tabella che segue, solo Internet (voto medio 6.7 col 25% di voti inferiori a 6) e - meno - la radio (voto medio 5.9 col 39% di voti d'insufficienza) godono di un giudizio accettabile. Tutti gli altri *media* non ottengono un'approvazione sufficiente: i periodici specializzati (voto 5.4 e 50% di critici) e non (5.1 e 58% di critici); i quotidiani (5.1 e 58% di critici); la tv pubblica (4.7 e 62% di critici) e ancor più quella privata (4.6 e 63% di critici). Peraltro anche gli altri *players* (professionisti e istituzioni) escono male: ciò vale, in ordine decrescente, per i giornalisti (voto medio 5.1 e 51% di critici), gli addetti e le agenzie di relazioni pubbliche (voto 4.9 e 61% di critici), gli editori (4.8 e 61% di critici), le istituzioni (Stato, Regioni ed enti locali: 4.8 e 59% di critici), gli investitori pubblicitari e in genere le imprese non editoriali (4.7 e 62% di

critici). Con un'aggiunta-chiave: i giornalisti sono quasi sempre assai più critici (e autocritici) della popolazione, come mostra la seconda tabella che segue.

Il grado di eticità di alcuni soggetti



Il grado di eticità di alcuni soggetti

	POPOLAZIONE ITALIANA	GIORNALISTI LOMBARDIA	GIORNALISTI VENETO
LA RADIO	5.9	5.7	6.0
INTERNET	6.7	5.7	5.7
I PERIODICI SPECIALIZZATI	5.4	4.9	5.5
I QUOTIDIANI	5.1	4.6	4.8
I PERIODICI NON SPECIALIZZATI	5.1	4.4	4.6

(segue)

(segue)

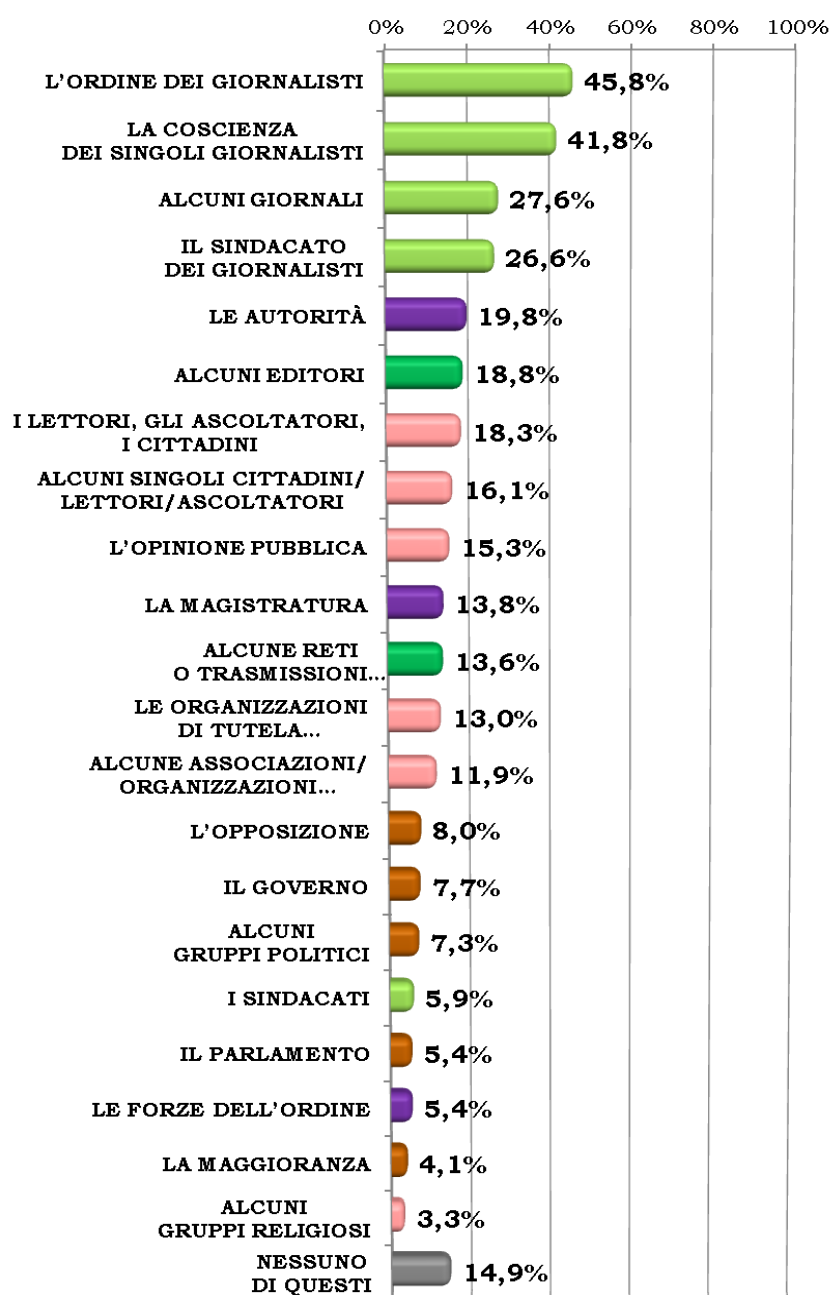
IL GIORNALISMO OGGI IN ITALIA	5.4	4.4	4.3
LE ISTITUZIONI PUBBLICHE	4.8	4.0	4.3
LE AGENZIE DI RELAZIONI PUBBLICHE	4.9	3.8	4.2
GLI INVESTITORI PUBBLICITARI	4.7	3.5	4.0
GLI EDITORI OGGI IN ITALIA	4.8	3.7	3.9
I PUBBLICITARI	4.7	3.5	3.9
LA TV PUBBLICA	4.7	3.9	3.8
LA TV PRIVATA	4.6	3.2	3.4

Solo presso gli Italiani 15-70enni è stata verificata **la conoscenza** sollecitata **dell’Ordine dei Giornalisti**, del tutto assente presso il 33% del campione, vaga presso il 31%, netta presso il 37% (l’ignoranza scende al crescere dell’età e risulta minima nel Triveneto e nelle regioni ‘rosse’ con la Liguria).

E veniamo alla classifica, illustrata nella prima tabella riportata nella pagina seguente, dei **soggetti che** – secondo gli intervistati – **difendono l’etica del giornalismo** nel nostro Paese. Premesso che nessuno dei 19 considerati viene indicato dalla maggioranza degli Italiani, in testa troviamo i giornalisti: il loro Ordine (46%), la loro conoscenza individuale (42%), il loro sindacato (26%). Poi troviamo alcuni giornali (28%), taluni editori (18%), alcune reti o trasmissioni radio-televisive (14%). Un poco al di sotto le *authorities* (20%) e l’opinione pubblica (15%), qui esemplificata anche come lettori/ascoltatori/cittadini (18%), organizzazioni consumeriste (13%) e/o della società civile (12%), taluni gruppi religiosi (3%). Contano ancor meno la magistratura (14%) e le forze dell’ordine (5%). In fondo incontriamo la politica: l’opposizione (8%), il governo (8%), alcuni gruppi o partiti (7%), i sindacati (non dei giornalisti: 6%), il parlamento (5%), la maggioranza (4%). E il 15% è certo che nessuno dei tanti soggetti citati si impegni per la tutela dell’etica nel e del giornalismo. Le

valutazioni dei giornalisti lombardi e veneti appaiono meno negative per l'ovvia maggior attenzione al tema da parte loro: lo si osserva nella tabella riportata nella pagina che segue (che però non consente un confronto omogeneo per la diversità delle modalità di risposta dei sub-campioni).

I soggetti che difendono l'etica del giornalismo in Italia



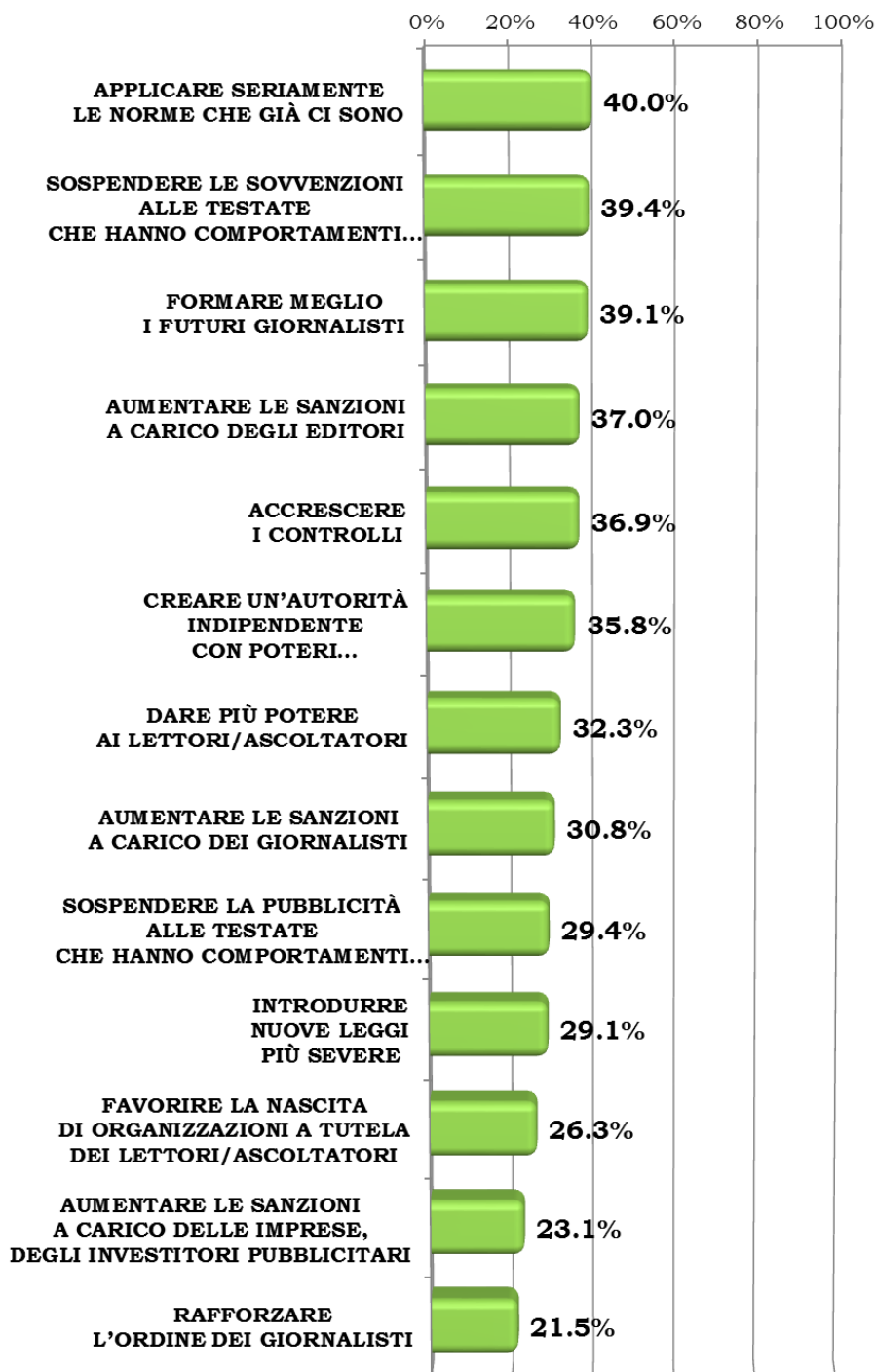
I soggetti che difendono l'etica del giornalismo in Italia

	POPOLAZIONE ITALIANA (si)	GIORNALISTI VENETO (molto + abb)	GIORNALISTI LOMBARDIA (molto + abb)
LA COSCIENZA DEI SINGOLI GIORNALISTI	41.8%	68.7%	62.3%
L'ORDINE DEI GIORNALISTI	45.8%	68.2%	60.9%
ALCUNI SINGOLI CITTADINI/LETTORI/ASCOLTATORI	16.1%	67.8%	73.5%
IL SINDACATO DEI GIORNALISTI	26.6%	59.2%	49.1%
I LETTORI, GLI ASCOLTATORI, I CITTADINI	18.3%	56.5%	55.8%
ALCUNE ASSOCIAZIONI/ORGANIZZAZIONI DELLA SOCIETÀ CIVILE	11.9%	53.4%	59.8%
LE ORGANIZZAZIONI DI TUTELA DEI CONSUMATORI	13.0%	50.7%	53.8%
LA MAGISTRATURA	13.8%	46.8%	48.6%
ALCUNI EDITORI	18.8%	46.4%	45.4%
LE FORZE DELL'ORDINE	5.4%	42.7%	42.7%
LE AUTORITÀ	19.8%	41.6%	40.7%
L'OPINIONE PUBBLICA	15.3%	29.1%	30.2%
ALCUNI GRUPPI RELIGIOSI	3.3%	24.1%	30.4%
I SINDACATI	5.9%	21.0%	20.2%
ALCUNI GRUPPI POLITICI	7.3%	14.2%	20.9%
L'OPPOSIZIONE	8.0%	12.6%	17.4%
IL PARLAMENTO	5.4%	9.7%	13.4%
LA MAGGIORANZA	4.1%	4.1%	8.7%
IL GOVERNO	7.7%	3.7%	8.2%

Per finire è stato chiesto **quali** attività e **azioni andrebbero realizzate per accrescere l'etica del giornalismo** in Italia. Anche qui delle 16 ipotizzate nessuna ottiene il consenso degli Italiani 15-70enni: l'elenco, sempre in ordine decrescente, è indicato nella tabella che segue, la quale mostra il prevalere del favore per un incremento dei controlli e delle sanzioni anzitutto a carico delle testate e degli editori (suggerito dal 76% del campione della popolazione). La tabella finale mostra che i giornalisti

lombardi e veneti risultano assai più ‘duri’, oltre che ovviamente più sensibili sui temi che li riguardano direttamente.

Le azioni per accrescere l'etica del giornalismo



Le azioni per accrescere l'etica del giornalismo

	POPOLAZIONE ITALIANA	GIORNALISTI LOMBARDIA	GIORNALISTI VENETO
SOSPENDERE LE SOVVENZIONI ALLE TESTATE CHE HANNO COMPORTAMENTI NON ETICI	39.4%	72.1%	74.6%
APPLICARE SERIAMENTE LE NORME CHE GIÀ CI SONO	40.0%	73.8%	73.0%
FORMARE MEGLIO I FUTURI GIORNALISTI	39.1%	68.6%	64.1%
SOSPENDERE LA PUBBLICITÀ ALLE TESTATE CHE HANNO COMPORTAMENTI NON ETICI	29.4%	49.1%	50.5%
AUMENTARE LE SANZIONI A CARICO DEGLI EDITORI	37.0%	43.6%	46.6%
ACCRESCERE I CONTROLLI	36.9%	40.9%	41.4%
CREARE UN'AUTORITÀ INDIPENDENTE CON POTERI DI CONTROLLO E SANZIONE	35.8%	38.9%	40.0%
AUMENTARE LE SANZIONI A CARICO DELLE IMPRESE, DEGLI INVESTITORI PUBBLICITARI	30.8%	35.9%	35.3%
FAVORIRE LA NASCITA DI ORGANIZZAZIONI A TUTELA DEI LETTORI/ ASCOLTATORI	26.3%	39.6%	34.6%
RAFFORZARE L'ORDINE DEI GIORNALISTI	21.5%	38.1%	34.0%
DARE PIÙ POTERE AI LETTORI/ASCOLTATORI	32.3%	35.6%	29.3%
INTRODURRE NUOVE LEGGI PIÙ SEVERE	29.1%	18.0%	18.1%
AUMENTARE LE SANZIONI A CARICO DEI GIORNALISTI	23.1%	21.5%	17.9%