

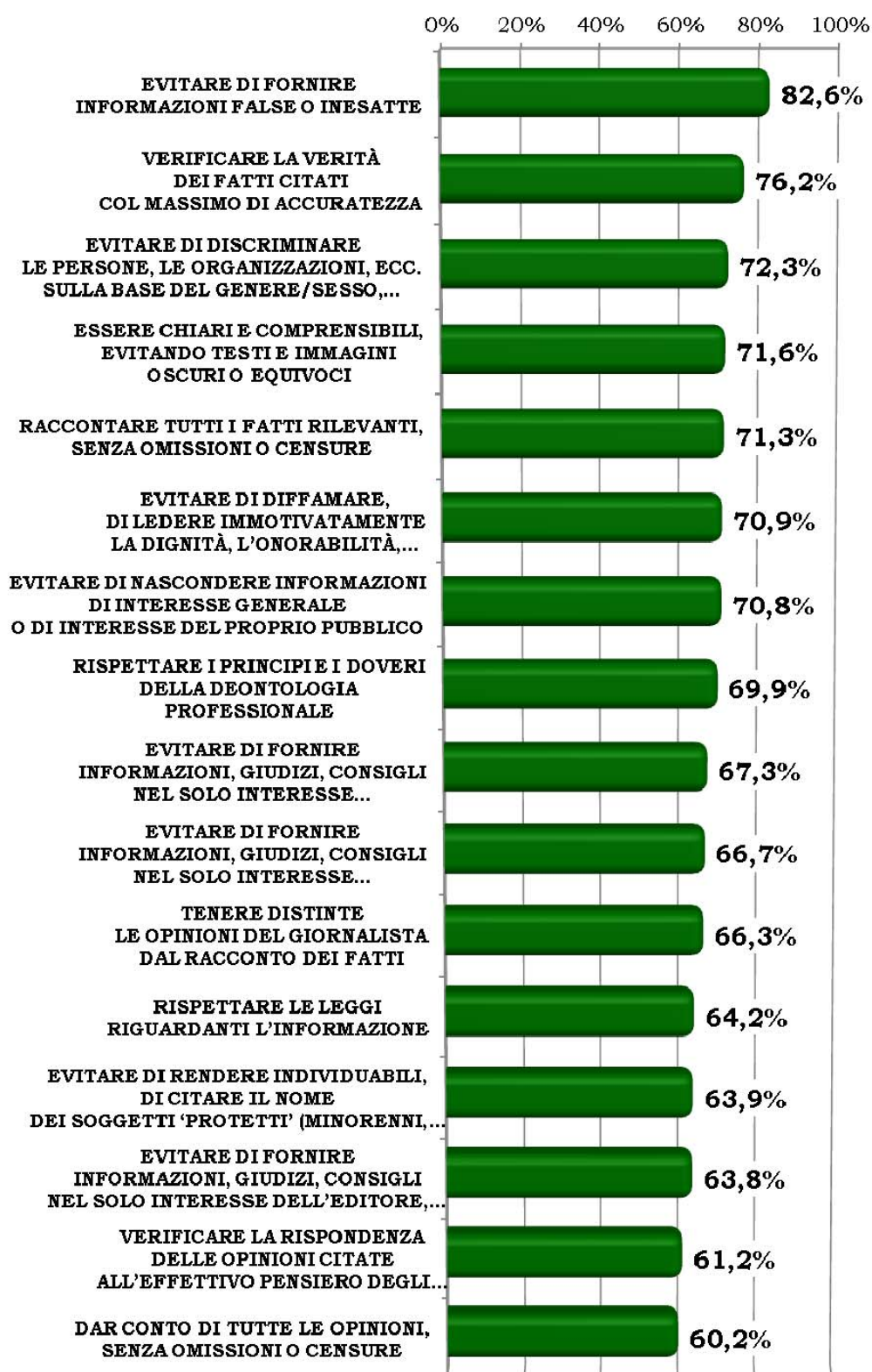
## **L'ETICA DEL GIORNALISMO IN ITALIA** **SECONDO GLI ITALIANI**

*sintesi dell'indagine demoscopica di AstraRicerche*

A metà del 2011 AstraRicerche ha realizzato un'indagine demoscopica sull'etica del giornalismo su un campione rappresentativo di **1035 italiani 15-70enni** (pari a un universo di 43.4 milioni di persone) 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 dai nostri connazionali: le domande sociali 'pretendono' un giornalismo che non fornisce informazioni false e non verificate, incomplete o censurate, oscure o equivoche; che tiene distinte le opinioni dell'autore dal racconto dei fatti; che mira a dar conto di tutte le posizioni; 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

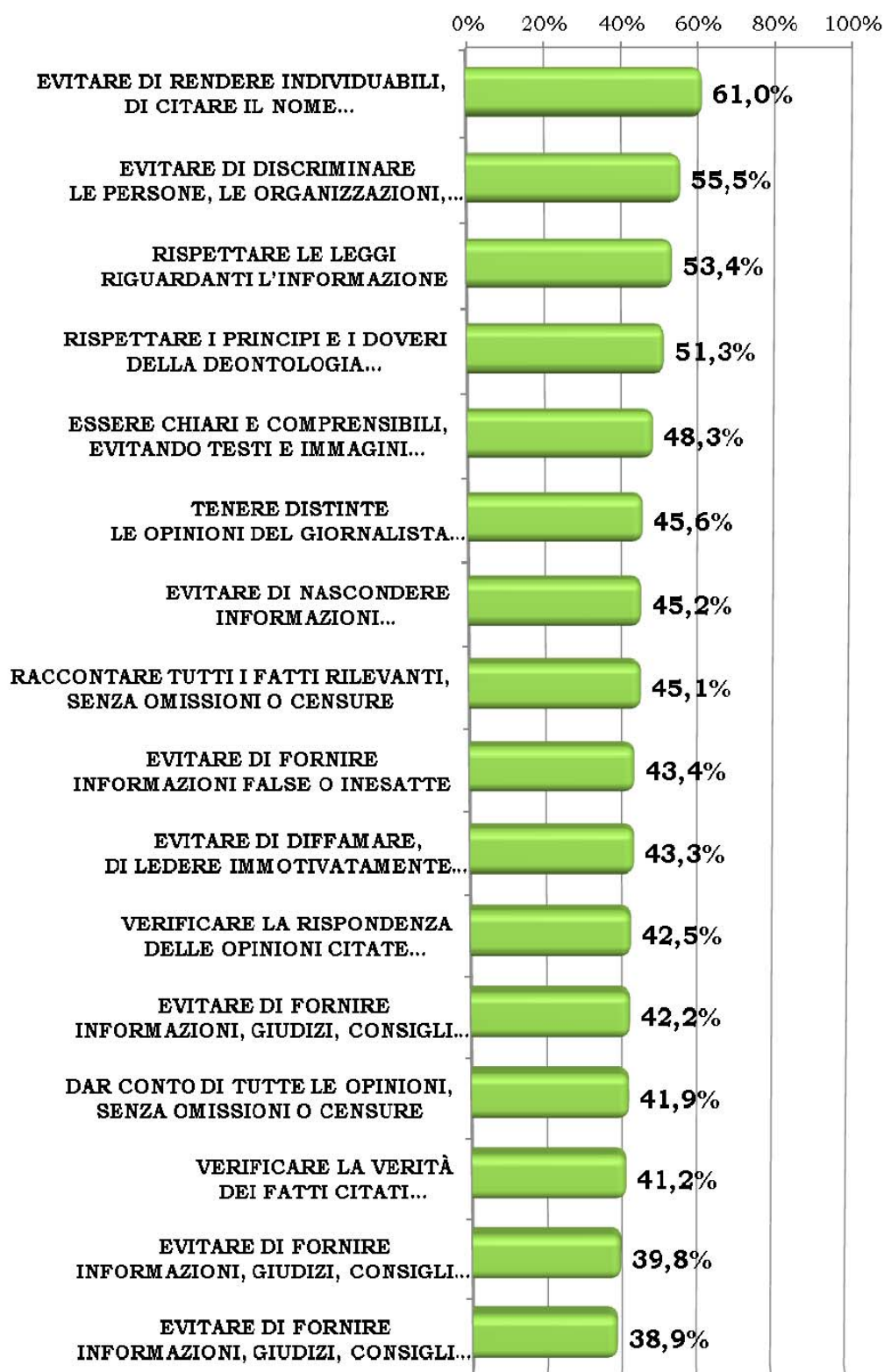


Viene da chiedersi: quanto – secondo gli intervistati – **i comportamenti effettivi** corrispondono (molto o abbastanza) agli auspici forti (molto) che abbiamo appena visto?

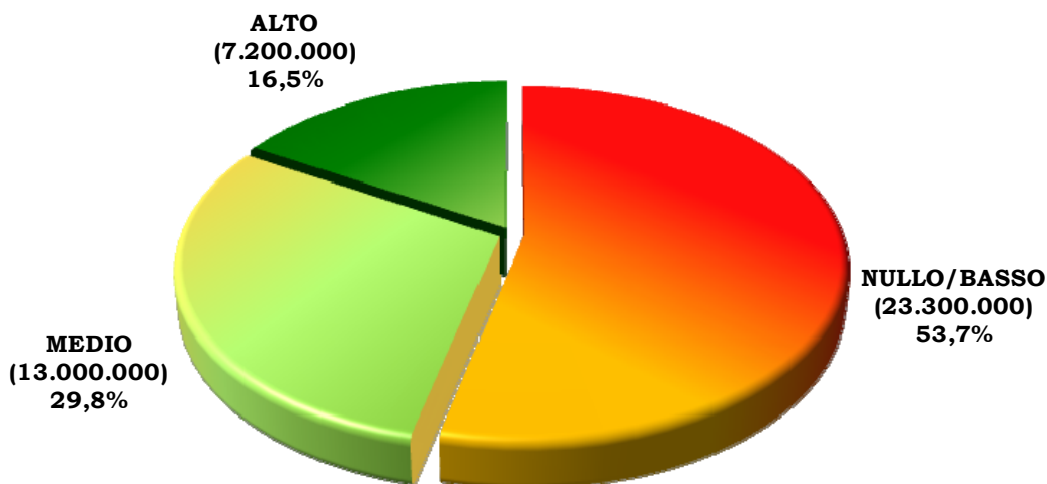
La lettura della prima tabella che segue mostra che il divario è giudicato elevatissimo: per gli Italiani solo in 4 casi su 16 la ‘risposta’ è prevalentemente adeguata alla domanda (quando si parla di anonimato garantito ai soggetti ‘protetti’ a partire dai minorenni; di assenza di discriminazioni sulla 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.

A pagina 4 osserviamo i dati rilevati, nell’insieme non positivi.

## La diffusione dei comportamenti propri del giornalismo etico in Italia

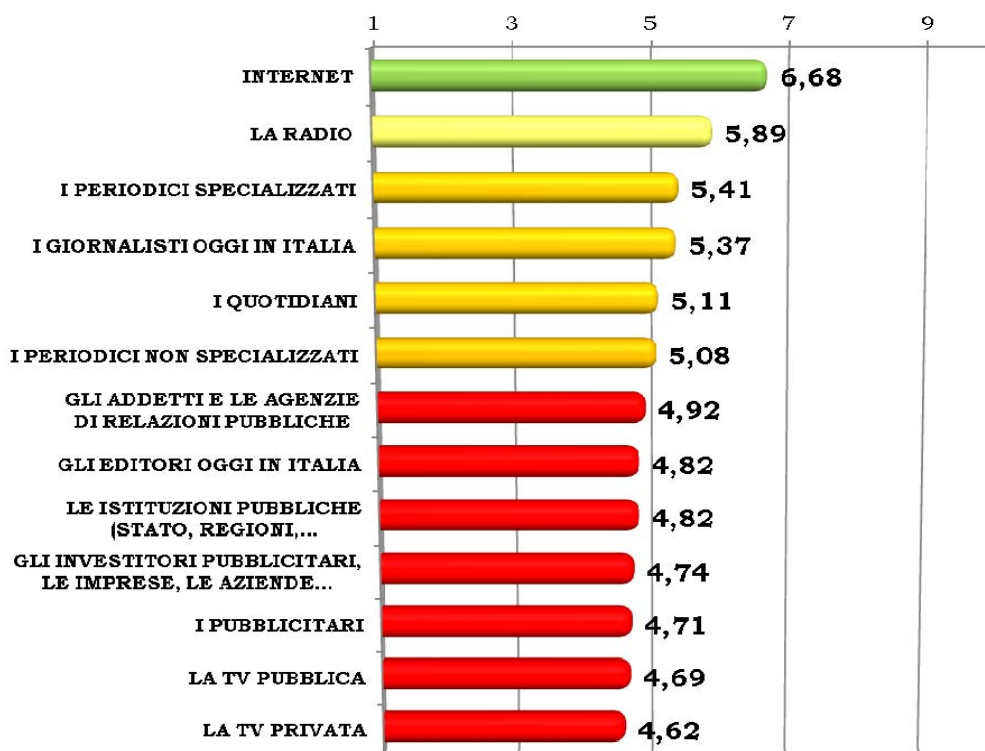


**Indice di diffusione dei comportamenti propri del giornalismo etico in Italia: popolazione**



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).

### Il grado di eticità di alcuni soggetti



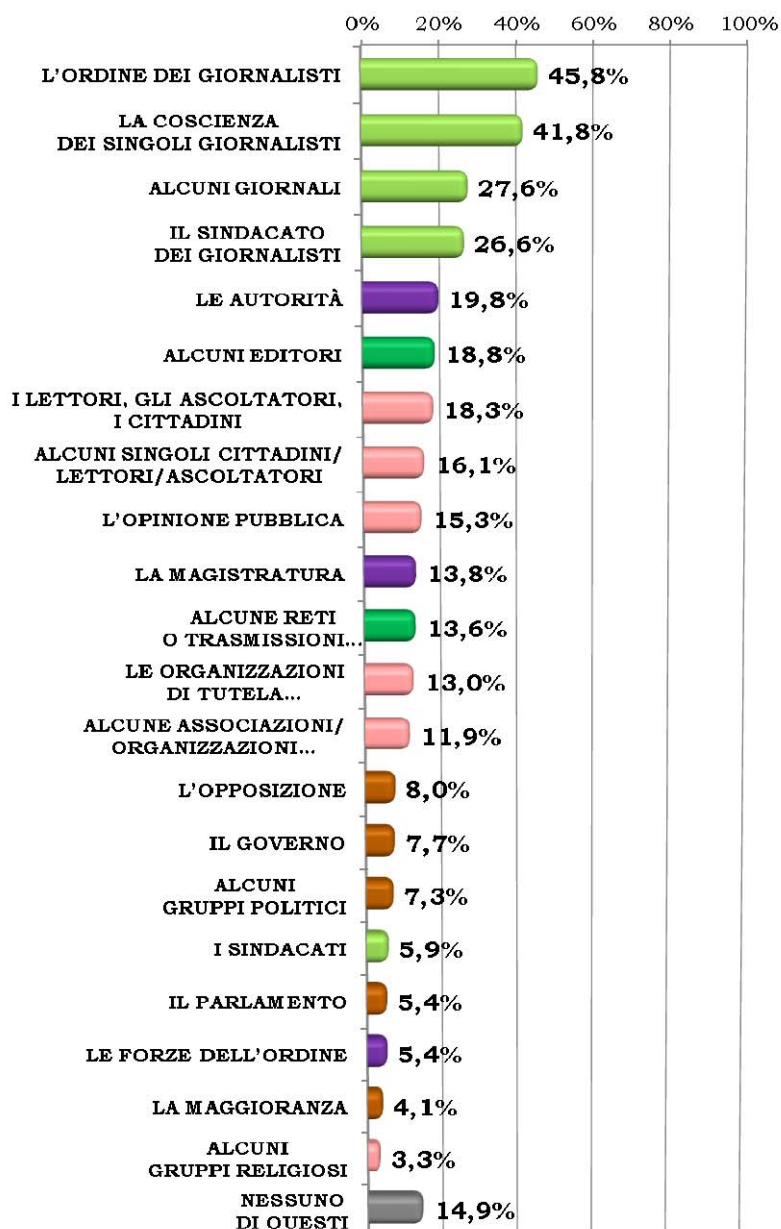
Sempre presso gli Italiani 15-70enni è stata verificata **la conoscenza** sollecitata **dell'Ordine dei Giornalisti**, del tutto assente presso il 33% del campione, vaga presso il 31%, netta presso il 37% (l'ignoranza scende al crescere dell'età e risulta minima nel Triveneto e nelle regioni 'rosse'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

### I soggetti che difendono l'etica del giornalismo in Italia



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).

### **Le azioni per accrescere l'etica del giornalismo**

