

Traccia di prova d'Esame per il Liceo delle Scienze Umane

Quello che segue è un abbozzo di prova distinto in due parti.

Una parte descrittiva e concettuale, nella quale viene chiesto di elaborare le proprie conoscenze in materia di mezzi di comunicazione di massa e di differenze fra i diversi media.

Nella seconda parte (operativa) viene chiesto di progettare un'indagine tramite questionari o interviste su un campione per evidenziare le motivazioni della "disaffezione" per l'informazione tramite stampa da parte dei giovani all'epoca del web, o per individuare le motivazioni che differenziano la "dieta mediatica" dei giovani rispetto a quella di adulti e anziani.

Conoscenza e analisi del problema

I mezzi di comunicazione di massa hanno una funzione fondamentale nel diffondere informazioni necessarie alla cittadinanza democratica. I diversi media hanno però potenzialità e limiti diversi: per quel che riguarda il pubblico che possono raggiungere e per gli atteggiamenti che inducono in esso.

Recenti indagini hanno rilevato che in Italia, oltre al fenomeno del "digital divide" (ossia dell'accesso differenziato al web per classi di età e per grado di istruzione), si sta presentando il fenomeno del "press divide", che riguarda la disaffezione delle fasce di età più giovani per la carta stampata (lettura di quotidiani e settimanali).

- Dopo aver definito il concetto di *mezzi di comunicazione di massa* (o *mass media*), esamina, sulla base delle tue conoscenze, le potenzialità e i limiti dei più importanti e influenti tra essi (radio, televisione, giornali, web), servendoti anche dei documenti riportati sotto.
- Prendi in esame le tabelle tratte dai rapporti CENSIS e definisci la situazione italiana riguardo al "digital divide" e al "press divide".

Progetto di ricerca

Riguardo al problema del "press divide", andando oltre la constatazione del fenomeno che si può ricavare dai dati numerici sotto riportati, **progetta un'indagine da svolgere tramite interviste o questionari**, finalizzata a comprendere le cause e le motivazioni del fenomeno.

Costruisci uno o più questionari, da somministrare a uno o più campioni di popolazione (indicandone le caratteristiche), che siano adatti allo scopo di individuare quali motivi inducono i soggetti, distinti per classi di età, livello di istruzione, o altre caratteristiche, a orientarsi verso diverse "diete mediatiche"¹.

Dati dai rapporti CENSIS 2009 e 2011

La diffusione del web, in Italia, è stata più lenta rispetto alla gran parte dei paesi economicamente più sviluppati, superando solo nel 2011 la soglia della diffusione presso il 50% della popolazione. È evidente la presenza di ampi strati di popolazione privi di accesso al web. Il fenomeno è definito "digital divide" e in genere viene valutato come uno degli inconvenienti del web, in quanto accresce la disuguaglianza di opportunità fra chi ha e chi non ha accesso al web.

Nel **rapporto CENSIS 2011** veniva precisato il dato di crescita dell'utenza del web, che superava in

¹ Con *dieta mediatica* si intende il particolare insieme di mezzi di comunicazione differenziati ai quali un individuo accede regolarmente. Per chi accede solo a mezzi audiovisivi (radio, televisione, cinema) si parlerà di *dieta mediatica audiovisiva*.

quell'anno la soglia del 50% della popolazione italiana, attestandosi per l'esattezza al 53,1% (+6,1% rispetto al 2009).

Il dato complessivo degli accessi al web però indica una realtà tutt'altro che omogenea, dividendosi:

- tra l'87,4% dei giovani (14-29 anni) e il 15,1% degli anziani (65-80 anni),
- tra il 72,2% dei soggetti più istruiti (laurea o diploma) e il 37,7% di quelli meno scolarizzati.

In un precedente rapporto (2009) veniva evidenziata la permanenza di una parte della popolazione che accede solo ai media audiovisivi (radio e televisione), con esclusione dal web e dalla carta stampata. Nel 2009 si trattava del 26,4% della popolazione, per lo più appartenente alle fasce più anziane e meno istruite.

Nello stesso rapporto 2009 veniva evidenziata una ulteriore particolarità: l'emergere del **press divide**, ossia di una fascia di popolazione che ha accesso al web e ai media audiovisivi, ma non all'informazione tramite carta stampata (giornali, periodici).

Riportiamo il passo più significativo e la relativa tabella dal rapporto 2009.

“Rilevare che le persone estranee all'uso dei mezzi a stampa sono aumentate dal 33,9% del 2006 al 39,3% nel 2009 è già di per sé l'indice di un problema rilevante, ma è decisamente preoccupante accorgersi che questo fenomeno è stato determinato dagli utenti di Internet, che hanno più che raddoppiato la loro disaffezione per la carta stampata (erano al 5,7% nel 2006 e sono al 12,9% nel 2009) (tab. 6)”.

Tab. 6 - L'evoluzione del *press divide* tra gli italiani: confronto 2006-2009 (val. %)

| | 2006 | 2009 |
|--|-------------|-------------|
| Persone con diete solo audiovisive | 28,2 | 26,4 |
| Persone con diete aperte a Internet ma prive dei mezzi a stampa | 5,7 | 12,9 |
| Totale persone estranee ai mezzi a stampa | 33,9 | 39,3 |
| <i>press</i> | | |
| <i>divide</i> | | |
| Totale persone con accesso ai mezzi a stampa | 66,1 | 60,7 |
| Persone con diete basate su audiovisivi e mezzi a stampa | 42,8 | 24,9 |
| Persone con diete aperte a Internet | 23,3 | 35,8 |

Fonte: indagini Censis, 2006 e 2009

Quali sono le fasce di popolazione che non accedono all'informazione tramite stampa?

Si tratta in buona parte di quelle giovanili. Un'analisi dettagliata si può ricavare dalla tabella seguente, che risale al rapporto CENSIS 2011:

Le fonti informative utilizzate, per età e titolo di studi

Medie nazionali. Indagine CENSIS 2011

| | Totale | Età | | | Titolo di studio | |
|-----------------------------------|--------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------------------------|--------------------------------|
| | | 14 – 29 anni | 30 – 64 anni | 65 – 80 anni | Meno istruiti ⁽¹⁾ | Più Istruiti ⁽²⁾ |
| Telegiornali | 80,9 | 69,2 | 84,5 | 81,8 | 77,0 | 85,7 |
| Giornali radio | 56,4 | 44,1 | 62,1 | 51,1 | 54,7 | 58,5 |
| Quotidiani | 47,7 | 33,5 | 50,8 | 53,2 | 43,1 | 53,5 |
| Settimanali / Mensili | 46,5 | 43,1 | 46,6 | 50,3 | 43,4 | 50,5 |
| Quotidiani on line ⁽³⁾ | 21,8 | 23,9 | 25,9 | 6,3 | 12,4 | 33,6 |
| Motori di ricerca su Internet | 41,4 | 65,7 | 42,1 | 12,1 | 28,6 | 57,2 |
| Siti internet di informazione | 29,5 | 49,0 | 30,0 | 6,4 | 19,1 | 42,5 |
| Blog/Forum | 14,5 | 25,8 | 14,1 | 3,4 | 10,3 | 19,7 |
| Facebook | 26,8 | 61,5 | 22,2 | 3,4 | 19,7 | 35,7 |
| Nessuna | 10,2 | 13,2 | 8,4 | 12,9 | 13,0 | 6,7 |

(1) Licenza elementare e media

(2) Diploma e laurea

(3) Siti web di quotidiani presenti anche in edicola

A partire dai dati sopra riportati e dalle caratteristiche dei diversi media, progetta un'indagine che abbia come punto di partenza i dati contenuti nelle tabelle citate, e in particolare nell'ultima.

Secondo le indicazioni date a pag.1, elabora dei questionari e indica il campione al quale sono destinati. Lo scopo deve essere quello di rilevare alcuni aspetti significativi delle cause e delle motivazioni che portano i soggetti appartenenti per es. a fasce di età diverse a scegliere diverse modalità e mezzi di informazione.

Documenti su vecchi e nuovi media e informazione

“In certi casi è evidente come i media si pongano al servizio dell'opinione pubblica: allertano i cittadini, mostrano i retroscena di alcune vicende politiche, sensibilizzano l'opinione pubblica su temi della politica locale, nazionale e internazionale, oppure si fanno interpreti dei bisogni dei cittadini inserendo nell'agenda temi d'interesse pubblico (spesso verificati, come fanno i politici, tramite i sondaggi) o dando loro voce, "coprendo" eventi come le grandi manifestazioni di protesta nelle piazze. In altri casi, come può accadere durante una guerra, diventa evidente che i media sono anche al servizio dei politici, e così l'operazione mediatica si inverte: alla maggiore visibilità degli eventi della politica si contrappone l'occultamento e/o la falsificazione degli eventi fino ad arrivare a forme di vera e propria censura dell'informazione, come è accaduto nelle recenti guerre in Afghanistan e in Iraq condotte dagli USA, durante le quali la parte politica favorevole al conflitto (l'Amministrazione Bush) ha assunto un forte controllo delle informazioni veicolate dai media, omettendo le reali ragioni della guerra ed enfatizzando l'eroismo dell'esercito americano.

...

Internet offre numerose opportunità ai naviganti che sembrano aumentarne la libertà di scelta e di espressione rispetto ai media tradizionali: si trova una grande moltitudine di informazioni e punti di vista su ogni questione; è possibile accedere direttamente alle fonti istituzionali senza la mediazione dei giornalisti [...], vi sono siti d'informazione indipendente (come *Indymedia*) da cui trarre informazioni ed immagini di ciò che accade nel mondo non trasmesse dai circuiti istituzionali; è possibile discutere con persone che hanno gli stessi interessi o

addirittura costruire un sito personale in cui esprimere il proprio punto di vista (blog); all'interno dei siti di protesta [...] è poi possibile organizzare forme di mobilitazione politica fuori dalla rete. Castells, ricordando l'uso della rete da parte degli attivisti sociali ambientalisti di Seattle negli anni novanta per informare e mobilitare l'opinione pubblica, sottolinea «lo straordinario potenziale delle reti di comunicazione digitale quali strumenti di un'autorganizzazione dal basso e di dibattito pubblico a livello locale». [...]

Rimangono comunque forti limiti alla realizzazione di una sfera pubblica ideale o di una democrazia elettronica. Primo tra tutti la questione del *digital-divide*, ovvero la disegualianza nell'accesso alla rete dovuta al fatto che non tutti hanno gli strumenti economici e culturali o le capacità per collegarsi in rete. Perché aumenti la partecipazione ai dibattiti in rete, osserva Van Dijk, è poi necessario che vi sia una motivazione sufficiente: «non sembra probabile che i nuovi media aumenteranno la partecipazione dei cittadini al sistema politico, poiché non ci sono soluzioni tecniche "semplici" a una carenza di motivazione politica». Inoltre, è evidente che la sfera pubblica che si realizza in rete è frammentata in una miriade di sfere pubbliche: risulta pertanto difficile portare all'attenzione di un vasto pubblico una questione d'interesse collettivo, su cui è diventato urgente discutere. Non per ultimo va menzionato il fatto che anche la rete è un mondo governato da interessi commerciali, che unitamente agli interessi dei governi producono nuove forme di controllo sugli utenti, per cui c'è chi sostiene che su Internet si può realizzare solo una sfera pubblica *parziale*»

Saveria Capecchi *L'audience attiva*, Carocci, Roma 2007, pagg. 126-127, 211-212

Cosa accadrebbe se si estinguesse il quotidiano tradizionale.

(di fronte alla prospettiva della estinzione dei quotidiani cartacei, il giornalista Eric Alterman, sostiene che alcune loro funzioni non possono essere sostituite dall'informazione via web).

Scegliendo un giorno a caso, per es. la mattina dell'11 Febbraio, ho raccolto dalla soglia di casa la mia copia del New York Times di carta stampata, *accanto alle notizie di politica nazionale che avrei potuto trovare da ogni altra parte*, la prima pagina presentava un'unica combinazione di articoli, con notizie che scomparirebbero dalla nostra coscienza se non ci fosse più un'istituzione che le produce e le pubblica. Queste includevano una corrispondenza ... da Nairobi sugli effetti dei conflitti etnici in Kenya sulla classe media di quella nazione; un dispaccio da Doha sulla crescita dei campus universitari americani nel Qatar [...] L'accostamento di questi temi così diversi fornisce ai lettori un punto d'avvio per la conoscenza e un'immagine del mondo in cui vivono.

Nel suo influente libro sulle origini del nazionalismo "Comunità immaginate" (1983), il politologo Benedict Anderson rievocava il famoso paragone fatto da Hegel tra il rituale della lettura mattutina del giornale e la preghiera del mattino: "Ognuno dei comunicanti – scrive Anderson – è consapevole che la cerimonia è svolta allo stesso modo e allo stesso momento da migliaia (o milioni) di persone ...".

È almeno in parte attraverso le "comunità immaginate" dei quotidiani, scrive ancora Anderson, che sono plasmate le nazioni.

E, per finire, dobbiamo pensare a cosa accadrebbe a tutti quelli che (nella nostra nazione o in altre) che dipendono dall'impresa giornalistica per la difesa dalle varie forme di tortura, ingiustizia ed oppressione.

"Gli esseri umani si comportano a vicenda in modi atroci" – dice il vecchio fotografo di guerra George Guthrie in *Night and Day* (1978), il dramma di Tom Stoppard sui corrispondenti dall'estero – "ma è peggio nei posti dove tutto ciò che accade è tenuto nell'oscurità".

Eric Alterman, *Out of Print. The death and life of American newspaper* in "The Newyorker", 31 Marzo 2008²

² Elaborata da "liceo "G. Galilei" - Macomer