



Dipartimento di Scienze Politiche
Cattedra di Sociologia della Comunicazione

TRIBUNALI MEDIATICI:

LA SPETTACOLARIZZAZIONE DEI PROCESSI IN ITALIA

E L'INFLUENZA DEI MASS MEDIA SULL'OPINIONE

PUBBLICA

RELATORE

Prof.ssa Emiliana De Blasio

CANDIDATO

Antonella Camerino
Matr. 075602

ANNO ACCADEMICO 2017-2018

INDICE

INTRODUZIONE.....	4
1 – IL RUOLO DEI MASS MEDIA	
1.1 – La diffusione dell’informazione.....	7
1.2 - Il newsmaking e l’audience.....	15
1.3 – I pericoli dell’informazione: le distorsioni informative e la manipolazione delle notizie.....	27
2- I PROCESSI MEDIATICI IN ITALIA: DUE CASI DI STUDIO	
2.1 - Il processo penale e l’informazione giudiziaria.....	33
2.2 – Il delitto di Perugia.....	37
2.3 – Il delitto di Cogne.....	41
2.4 – I due casi di studio: una tabella comparativa.....	44
3 – L’INFLUENZA DEI MASS MEDIA SULL’OPINIONE PUBBLICA	
3.1 – I problemi deontologici.....	46
3.2 – Il diritto a un giusto processo.....	49
3.3 – Il diritto all’oblio.....	52
CONCLUSIONI.....	55
ABSTRACT.....	58
BIBLIOGRAFIA.....	60
SITOGRAFIA.....	67

*«La sentenza non viene ad un tratto, è il processo che a poco a poco si
trasforma in sentenza.»*

Franz Kafka, *Il processo*, 1925

INTRODUZIONE

In un mondo in cui ormai i *mass media* permeano in ogni ambito della nostra vita, è difficile mantenere un distacco critico e razionale su quello che accade intorno a noi. L'era dell'informazione e del digitale ha rivoluzionato il modo di trasmettere notizie e di fare cronaca, addentrandosi negli aspetti più intrinseci delle vicende. Se è vero che uno dei principi fondamentali sancito dalla nostra Costituzione è la libertà di stampa¹, e che i doveri e i diritti dei giornalisti² comprendono la libertà di informazione, di espressione, e di critica, è pur vero che questi entrano spesso e volentieri in contrasto con la ricerca della verità, dando una rappresentazione spesso distorta dei fatti di cronaca.

Negli ultimi anni in Italia si è osservato un progressivo aumento di rappresentazioni di casi di cronaca nera nei telegiornali e nei programmi televisivi, e che coinvolge il giudizio dell'opinione pubblica nell'indagare sulle circostanze degli eventi e nel trovare i colpevoli. Come spettatori veniamo bombardati da immagini che spesso e volentieri travisano i contenuti di queste notizie e ne alimentano la curiosità morbosa verso questi casi e i protagonisti coinvolti. Del resto "*only bad news are good news*"³, che tradotto significa che le notizie migliori sono quelle cattive, poiché sono quelle che attirano maggiormente l'attenzione. Questo cinismo giornalistico è riassunto nell'espressione "processo mediatico", che indica proprio la rappresentazione di crimini e processi giudiziari da parte dei mezzi di comunicazione di massa, in modo particolare dalla televisione. Questi processi si svolgono in parallelo ai procedimenti giudiziari, al di fuori delle aule dei tribunali e dalle loro regole, e mirano a trovare un soggetto a cui attribuire le responsabilità dell'accaduto, un colpevole da assicurare alla giustizia e che sia riconoscibile a tutti per le azioni compiute. Durante il processo mediatico il colpevole è sottoposto all'attenzione del pubblico. Si specula sul suo passato, sulle sue abitudini, sui piccoli dettagli della vita privata che lo riguardano che possano fare *audience*. Nei programmi televisivi che si occupano di questi casi di cronaca nera si interpellano specialisti (psicologi, psichiatri, criminologi, addetti ai lavori forensi), ma anche opinionisti televisivi che poco hanno a che fare con le aule dei tribunali e mancano di una visione di insieme del processo giudiziario. Ognuno è chiamato a dare la propria opinione sul caso e sui personaggi coinvolti, al di là delle proprie conoscenze tecniche. Si creano dei dibattiti televisivi, anche di lunga durata, che vedono schierarsi gli "innocentisti", cioè coloro che credono nell'innocenza dell'imputato o dell'indagato, contro i "colpevolisti", che ne sostengono invece la responsabilità. I toni del dibattito televisivo possono farsi spesso molto accesi e colpevolizzanti, anche quando si hanno solo pochi elementi per sostenere la

¹ Articolo 21, Costituzione italiana, 1948.

² *Testo unico dei doveri del giornalista*, approvato dal Consiglio Nazionale nella riunione del 27 gennaio 2016.

³ T. Stafford, *Psychology: Why bad news dominates the headlines*, 29 luglio 2014, articolo pubblicato su bbc.com.

colpevolezza dell'imputato o si è ancora in una fase di indagine preliminare. In questo caso il soggetto coinvolto viene sottoposto a una vera e propria "gogna mediatica" o "linciaggio mediatico" da parte dell'opinione pubblica attraverso i mezzi di informazione.

Se il processo giudiziario tende a fare luce sulle vicende e a cercare la verità, il processo mediatico tende perlopiù a trovare dei colpevoli in un breve lasso di tempo. La verità offerta dai media e la verità a cui si arriva durante il processo penale hanno una qualità assai diversa e da non confondere. Entrambi sono necessari alla democrazia, ma sono utili al suo sviluppo solo se si tengono distinti nei loro ruoli e nelle loro funzioni: quando l'informazione fraintende la sua funzione sociale e si mette al servizio della giustizia, può generare un pericoloso meccanismo. Il processo mediatico va così a sostituirsi a quello giudiziario nei mezzi di informazione, mantenendo sempre meno punti di contatto con quest'ultimo ed emettendo in tempi molto più rapidi sentenze di condanna o di assoluzione rispetto a quelli della giustizia⁴. Esso infatti cerca un colpevole ad ogni costo, anche a discapito delle prove di innocenza e dei dubbi sulla colpevolezza dell'imputato. Il processo di colpevolizzazione è infatti così suggestivo da influenzare l'opinione pubblica, anche quando la verità che emerge dai processi accerta quali siano i veri responsabili e scagiona chi è stato oggetto di accuse mediatiche. Il processo mediatico diventa così irreversibile e dagli effetti a lungo termine: i giudizi dell'opinione pubblica creati durante la spettacolarizzazione della vicenda risultano molto spesso essere inscalfibili: le sentenze processuali, i risultati delle indagini e i chiarimenti degli investigatori arrivano "troppo tardi" rispetto ai tempi brevi della televisione. Questo è particolarmente vero in Italia, dove i processi giudiziari hanno una durata eccessivamente lunga.

Nel processo mediatico un ruolo chiave è detenuto dall'opinione pubblica, attore passivo e attivo allo stesso tempo di questo processo. Essa infatti è direttamente influenzata dalle rappresentazioni dei mass media e indirettamente coinvolta nel dibattito televisivo a fianco degli innocentisti o dei colpevolisti. Se i mass media sono titolari del diritto di informazione, l'opinione pubblica (intesa come i singoli individui), è titolare della libertà di espressione. D'altra parte entrare a far parte del dibattito pubblico aiuta lo spettatore a sentirsi anche un cittadino attivo e informato. È importante notare come egli abbia sia un ruolo da spettatore, ma anche un ruolo da giudice mediatico, sostituendo il giudice in sede di tribunale: formula sentenze, previsioni, aspettative circa il principale sospettato o presunto colpevole, alla ricerca di una verità che come già detto, arriva prima di quella processuale.

La mia tesi descrive cosa sono e come funzionano i "tribunali mediatici". Ho ritenuto opportuno sostituire la parola "tribunale" con quella di "processo" in questa sede perché credo abbia un

⁴ B. Carfagna, *Processo mediatico e processo giuridico*, 2007, in *La prova scientifica del processo penale*, L. De Cataldo Neuberger (a cura di), p.303.

significato più inclusivo: si noti che un tribunale è composto da varie componenti (pubblica accusa, difesa, giudice, testimoni, ecc..) che possiamo per molti aspetti ritrovare anche all'interno del processo mediatico. I processi mediatici si sono evoluti di pari passo con lo sviluppo delle tecnologie e dei mezzi di diffusione di massa, e quindi avvengono in ogni parte del mondo, soprattutto nelle democrazie occidentali, dove il dibattito pubblico è favorito dalla libertà di stampa e dalle garanzie costituzionali. Tuttavia, per avere continuità e concisione nel mio lavoro ho preferito trattare di casi italiani di processi mediatici anche per dare risalto al nostro particolare ordinamento giudiziario. Ho sviluppato la mia analisi su tre livelli, ciascuno dei quali associata a un capitolo.

Nel primo capitolo parlerò del ruolo dei *mass media* e l'influenza che esercitano sull'opinione pubblica da un punto di vista sociologico e giornalistico. Spiegherò le teorie sulla diffusione dell'informazione, sul *newsmaking* e l'*audience*, e i pericoli della comunicazione come le distorsioni informative e la manipolazione delle notizie, facendo dei chiari riferimenti a come esse siano applicate all'interno dei processi mediatici.

Nel secondo capitolo analizzerò in primo luogo il sistema giudiziario italiano, spiegando cosa sia un processo penale e come si svolge, e il ruolo dell'informazione giudiziaria. In secondo luogo, analizzerò due casi di processi giudiziari che nello scorso decennio hanno avuto ampia risonanza mediatica nel nostro Paese: il delitto di Perugia ai danni della studentessa inglese Meredith Kercher e il delitto di Cogne, la cui vittima fu Samuele Lorenzi, un bambino di soli 3 anni. In entrambi i casi, facendo parallelismi, evidenzierò come il processo mediatico si sia andato progressivamente a confondere con il processo giudiziario, andandosi ben presto a sostituire a esso. In entrambi i casi i media hanno giocato un ruolo decisivo per le sentenze in tribunale.

Nel terzo capitolo discuterò dei temi legati al dibattito tra i mass media e l'influenza di essi sull'opinione pubblica e le implicazioni che esse hanno all'interno di un processo giudiziario. Le questioni da me sollevate sono principalmente: i problemi deontologici, il diritto a un giusto processo, e il diritto all'oblio.

Infine, trarrò le conclusioni da questa analisi cercando di rispondere agli interrogativi che solleverò durante la mia trattazione.

CAPITOLO PRIMO

Il ruolo dei mass media

«Nei media, come in altre istituzioni importanti, coloro che non mostrano di condividere valori e punti di vista richiesti saranno considerati irresponsabili, ideologici o comunque persone devianti e tenderanno a esserne esclusi.»

Noam Chomsky, *La fabbrica del consenso*, 1988

1.1 – La diffusione dell’informazione

I processi si sono generalmente sempre svolti a porte aperte, poiché “in nome del popolo” si amministra la giustizia; questo permette al popolo di assistere al processo e quindi al dibattito in aula: si tratta di un tipo “immediato” di partecipazione. A questa si affianca anche un tipo di partecipazione “mediata”⁵, perché i cittadini vengono a conoscenza degli svolgimenti del processo e dei suoi risvolti tramite la mediazione della carta stampata, della televisione, della radio, nonché di Internet. I *mass media* svolgono in questo senso un ruolo cruciale per quanto riguarda la trasmissione delle notizie. Essi possono diventare dei veri e propri strumenti di controllo sociale, volti a costruire consenso o dissenso, e possono avere effetti anche nella gestione degli organi tecnici.

L’influenza dei media all’interno del processo giudiziario si può spiegare attraverso le teorie degli effetti, che si basano sulla premessa che «nell’ambito della comunicazione di massa, i media hanno effetti importanti, anche se poi i pareri divergono sulla natura di questi presunti effetti»⁶. Esse comprendono differenti teorie e approcci e sono generalmente annoverate tra le teorie della trasmissione⁷. Le teorie degli effetti rappresentano⁷ uno dei modi di interpretare la comunicazione, e possono essere raggruppate in sei principali macro-aree⁸:

⁵ G. Di Chiara, *Televisione e dibattito penale. Esperienze e problemi della pubblicità mediata «tecnologica» in Italia*, articolo pubblicato sul n. 6 de *Il Foro Italiano*, 1998, p.278.

⁶ D. McQuail, *Mass Communication Theory: An Introduction*, 1994, Sage Publications, p.297.

⁷ M. Sorice, *Sociologia dei mass media*, 2009, Carocci Editore, p.86.

⁸ M. Sorice, *op. cit.*, p.85.

1. *Hypodermics effects*: teorie che considerano i media come produttori di effetti diretti sugli individui, capaci di trasmettere agli individui comportamenti e punti di vista.
2. *Copycat effects*: teorie che ritengono che i media sono capaci di attivare dinamiche di imitazione; si fonda sull'assunzione che gli individui siano naturalmente portati a imitare i modelli mediali.
3. *Innoculation theory*: teoria secondo la quale l'audience si desensibilizza ai contenuti mediali quando questi si ripetono, e quindi verranno ritenuti "normali".
4. *Two-step flow theory*: teoria in cui l'influenza dei media è considerata come "indiretta" poiché la mediazione è effettuata da *opinion makers* nelle istituzioni mediali e da *opinion leaders* nei gruppi sociali.
5. *Uses and gratification theory*: approccio secondo cui le audience scelgono da cosa "farsi influenzare"; in questo modo i media producono gratificazioni a bisogni sociali o possono rappresentare la cornice sociale in cui avvengono le dinamiche di gratificazione.
6. *Cultivation theory*: approccio che deriva dall'"ipotesi di coltivazione", secondo la quale il consumo ripetuto di alcuni contenuti mediali determina la "coltivazione" di attitudini e valori.

Alla base di tutte queste sei macro-aree di teorie, vi è l'idea che i *mass media*, e più generalmente la comunicazione, sono in grado di produrre "effetti".⁹ In questa sede si analizzeranno le principali che possiamo collegare agli "effetti" della risonanza mediatica dei processi.

La diffusione dell'informazione produce effetti sia nel breve periodo che nel lungo periodo. Nel lungo periodo però gli effetti sono più evidenti e per questo i modelli di classificazione dell'informazione sono classificati come "effetti intenzionali a lungo termine". Le notizie non si limitano a fornire notizie sui fatti, ma attivano un processo di comprensione negli individui; essi riescono a interiorizzarla e a memorizzarla secondo diversi gradi. Si può dire quindi che lo studio del ricordo degli eventi si può misurare attraverso lo studio del ricordo degli eventi, che all'occorrenza possono anche subire "operazioni di *remind*" attraverso reportage o servizi giornalistici *ad hoc*: l'uso delle immagini è in questa sede molto importante. Le variabili usate in queste ricerche sono solitamente quattro¹⁰:

1. il grado di conoscenza di un dato evento;
2. l'importanza relativa dell'evento in questione;
3. il volume di informazione trasmessa in merito;

⁹ M. Sorice, *op. cit.*, p.86.

¹⁰ D. McQuail, *Mass Communication Theory*, 2000, Sage Publications, p.352.

4. in che misura la conoscenza di un evento proviene da mezzi di informazione o da contatti personali.

La diffusione dell'informazione è difficilmente misurabile in presenza della *hard news*, cioè le notizie di cronaca, attualità, politica che necessita di essere attuata in maniera immediata. Inoltre, le variabili di tipo storico e ambientale possono rendere le notizie difficilmente inquadrabili in questa teoria.

La teoria dell'*agenda setting* è nata con lo svilupparsi della materia del giornalismo. Essa spiega come gli individui includono o escludono nelle proprie conoscenze ciò che i media includono o escludono dal proprio contenuto. Il pubblico presta generalmente importanza a quello che nei media viene enfatizzato. I media non sono responsabili dei contenuti, bensì dalla scelta di quali contenuti mostrare. Le conseguenze variano a seconda della predisposizione del ricevente e alle diverse aree tematiche: il "potere di agenda" è maggiore quanto più i temi sono distanti dalle esperienze dei destinatari della comunicazione. Questo produce una schematizzazione di "oggetti cognitivi" che i media includono nelle menti dei destinatari. Pur escludendo aspetti valutativi, questa teoria ritiene che i media abbiano giocato un ruolo decisivo nella costruzione della realtà per i soggetti. Attraverso i media, gli individui sono a conoscenza di quali sono i temi dominanti e quanta importanza dare a queste notizie, grazie all'enfasi che i media vi pongono.¹¹ Questa teoria può essere sintetizzata nel modello "stimolo-risposta", nella sua formulazione elementare. Tuttavia, secondo Maxwell E. McCombs e Donald L. Shaw¹² questa teoria è molto più complessa, e non esiste un solo tipo di agenda (quella dei media), ma anche quelle dell'audience e della politica. Le tre agende sono comunque fortemente interconnesse tra loro, e questo non permette una facile distinzione da parte del pubblico. Grazie a questa interrelazione le *audiences* hanno una maggiore autonomia di analisi e giudizio. Nel giornalismo la teoria dell'*agenda setting* ha un'importantissima rilevanza, poiché il potere di agenda determina la rilevanza delle notizie, nonché la loro selezione e l'ordine in cui deve essere mostrato.

La teoria del *framing* è strettamente correlata alla teoria dell'*agenda setting*. Essa assume che il modo in cui le notizie sono incorniciate dai giornalisti e il modo in cui le incornicia il pubblico possono essere simili o differenti. Questa "incorniciatura" fa sì che le notizie risultino più comprensibili dal pubblico se collocate in uno schema di convinzione pregresse. Il *frame* (o "cornice") si muove quindi come una decodifica anticipatoria per il pubblico. Possiamo distinguere, secondo Dietram Scheufele¹³, due tipi diversi di *frames*:

¹¹ J. S. Trent, R. V. Friedenberg, *Political campaign communication: Principles and Practices*. Second Edition, 1991, Praeger, p.107.

¹² M. E. McCombs, D. L. Shaw, *The Agenda-Setting Function of Mass Media*, 1976, articolo pubblicato sul n.36 di *The Public Opinion Quarterly*, pp.176-187.

¹³ D. A. Scheufele, *Framing as a theory of media effects*, 1999, articolo pubblicato sul n. 49 di *Journal of Communication*, pp.103-109.

- a) *media frames*: sono i *frames* elaborati dai media, e comprendono al loro interno cornici elaborate da parte dei giornalisti correlate alle *routines* produttive redazionali e la trasmissione pubblica delle notizie secondo specifiche forme di incorniciatura;
- b) *individual/audience frames*: sono i *frames* individuali e/o del pubblico, comprendono l'accettazione dei *frames* da parte del pubblico e l'attivazione di atteggiamenti conseguenti, oltre a un feedback del pubblico che rafforza le dinamiche del *framing* e diventa responsabile della reiterazione degli stessi contenuti.

Nella narrazione giornalistica sono individuati diversi tipi di *framing*, secondo la classifica di Robert Entman¹⁴:

- a) conflitto
- b) interesse umano/personalizzazione
- c) conseguenze previste e/o utilizzabili
- d) incorniciatura morale e/o moralistica
- e) responsabilità

Dalla teoria del *framing* deriva il *priming* (“attivazione”), cioè il fenomeno che deriva dalle scelte giornalistiche di privilegiare determinati argomenti in modo da attivare un’influenza sui meccanismi di giudizio da parte dei soggetti. Il *priming* riguarda il “peso” di una notizia, e non la sua “gerarchizzazione”, come invece avviene nell’agenda setting: se una notizia è più o meno enfatizzata, essa avrà un determinato peso, a prescindere dalla sua posizione gerarchica nell’agenda dei media.

Il *framing* e il *priming* costituiscono l’“*agenda building*”, cioè il fenomeno attraverso cui la società seleziona alcuni temi, che siano questioni di interesse generale, e li consegna alle istituzioni.¹⁵ Essa viene definita come la prospettiva che assume un ruolo determinante a quella che è considerata la sfera pubblica, l’ambito di discussione in cui i problemi acquistano carattere pubblico, cioè di rilevanza generale.¹⁶ L’agenda building si configura così come il processo di selezione e costruzione della realtà che pone al centro l’agenda dei media e quella dell’audience, mettendo in relazione la realtà mediata e la realtà percepita. Questo strumento metodologico ha ampia applicazione e importanza sia in ambito giornalistico che in quello politico.

Ma i media possono svolgere una doppia funzione nel mondo dell’informazione nell’era digitale: da un lato attenuano le differenze di conoscenza dovute alle disuguaglianze sociali derivanti dalla diversa istruzione di ciascuno, poiché tendono a garantire a tutti, “democraticamente”, un flusso

¹⁴ R. M. Entman, *Symposium framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of KAL and Iran air incidents*, 1991, articolo pubblicato sul n. 41 di *Journal of Communication*.

¹⁵ R. Marini, *Mass media e discussione pubblica*, 2006, Edizioni Laterza.

¹⁶ *Ibidem*

costante di informazione; dall'altro lato il progresso tecnologico richiede sempre più maggiore qualificazione e competenza in ambito tecnico, scientifico, culturale, economico ecc. per poter fruire di informazioni specializzate. Lo "scarto" tra i diversi livelli di informazione si amplia non a causa della disinformazione degli strati "inferiori" della società, ma per la progressiva crescita delle competenze negli strati sociali superiori. Questa teoria, nota come "teoria dei *knowledge gaps*", è stata elaborata per la prima volta da Philipp J. Tichenor¹⁷ nel 1970, e mette l'accento sulla distribuzione della conoscenza. Per colmare il divario di informazione tra i diversi strati sociali si potrebbe utilizzare la comunicazione, che tuttavia non è in grado di modificare la diversa distribuzione delle conoscenze. Le nuove tecnologie giocano un ruolo ambiguo in questo processo: se da un lato esse, infatti, rappresentano strumenti di "democratizzazione" dei rapporti sociali e diffusione più rapida dell'informazione tra tutti gli strati sociali, dall'altra parte accentuano le differenze e gli squilibri tra i diversi gruppi sociali, giacché solo quelli più abbienti possono accedere alle tecnologie di ultima generazione. Un'applicazione di questa teoria potrebbe essere rappresentata dalla differenziazione dei gruppi sociali tra chi preferisce informarsi attraverso i media generalisti e dai servizi pubblici radiotelevisivi, e chi invece sceglie di informarsi attraverso canali di informazione più specializzati, poiché è più avvantaggiato da un punto economico, culturale, cognitivo e generazionale. I media possono quindi accentuare le disparità sociali a causa delle differenti motivazioni all'esposizione ai media e della qualità dell'esposizione di soggetti appartenenti a gruppi sociali diversi. Thomas F. Baldwin, D. Stevens McVoy, e Charles Steinfield hanno elaborato una nuova teoria sul rapporto tra nuove tecnologie ed effetti sociali, distinguendo almeno otto tipi diversi di *gaps*:

1. *gap informativo*: è legato al rapido invecchiamento dell'informazione causato dall'innovazione tecnologica;
2. *gap nella fruizione dell'intrattenimento*: è determinato dalle diverse fasce tariffarie degli spettacoli, nonché dall'offerta televisiva dei programmi, poiché con lo sviluppo di reti ad alto tasso tecnologico, i programmi di bassa qualità vengono relegati ai canali più generalisti;
3. *gap sociale*: tipico della teoria dei *knowledge gaps* di Tichenor;
4. *gap della capacità di discriminazione dei messaggi televisivi*: è legato alle diverse conoscenze culturali, ma anche alle specifiche competenze comunicative;
5. *gap nell'abilità di evitare gli spot commerciali*: tipico dei gruppi sociali marginali, è determinato dall'impossibilità di accedere a forme di programmazione autoguidata;

¹⁷ P. J. Tichenor, G. A. Donohue, C. N. Olien., *Mass media flow and differential growth in knowledge*, 1970, articolo pubblicato sul n.34 di *Public Opinion Quarterly*, pp.159–170.

6. *gap nell'informazione legata al consumo*: riguarda la capacità di reperire informazioni obiettiva circa la qualità e i prezzi, in modo da diventare consumatori discriminanti;
7. *gap fra minori*: riguarda i bambini che vivono in famiglie in cui è possibile l'accesso a reti telematiche avanzate, e bambini che invece non hanno questa possibilità;
8. *gap centro-periferia (urban-rural gap)*: è applicabile a qualsiasi informazione conflittuale fra centro e periferia, che riduce di fatto le possibilità di scelta degli individui collocati in zone rurali o periferiche in relazione alla possibilità di usufruire di nuove tecnologie.

Tra le teorie degli effetti non intenzionali a lungo termine si può annoverare la teoria della *spirale del silenzio* elaborata da Elizabeth Noelle-Neumann¹⁸ nel 1980. Questa teoria si basa su uno schema di causa-effetto: la società tende a isolare gli individui “devianti”, gli individui temono l'isolamento, e per evitare ciò gli individui tenderanno a rapportarsi costantemente con quello che essi percepiscono come clima di opinione dominante. Questo processo influenza il comportamento pubblico collettivo e quindi anche il soggetto nell'esprimere liberamente la propria opinione. Questa teoria presenta due tipi di conseguenze: individuali e collettive. Nelle conseguenze individuali possono essere collocate le mimetizzazioni del proprio pensiero e delle proprie opinioni se si pensa che queste siano in minoranza all'interno di un gruppo, mentre invece vengono enfatizzate quando si ritiene che siano conformi a quelle della maggioranza. Nelle conseguenze collettive si possono collocare le idee che percepite come dominanti, si diffondono con un effetto “a spirale”, mentre le opinioni considerate minoritarie rischiano il silenzio e l'oblio. Nella spirale del silenzio, quindi, gli individui esprimono e manifestano il loro pensiero in proporzione a come le percepiscono condivise all'interno del proprio gruppo sociale. I media possono influire in questo processo, proponendo come maggioritaria e ampiamente condivisa un'opinione, a prescindere che lo sia realmente, influenzando le opinioni effettive dell'audience. In quest'ottica si può osservare come i media tendono a essere autoreferenziali, come effetto della spirale del silenzio.

Tra gli effetti a lungo termine vi sono quelli prodotti dalla televisione. Tali effetti sono il cuore della *cultivation theory* elaborata negli anni Settanta da George Gerbner¹⁹, la quale ritiene che vi sia una difformità tra la realtà e l'immagine che ne dà la televisione. In questo modo i media possono influenzare gli individui nel vedere la realtà fenomenica e la televisione può fungere da strumento di omogeneizzazione culturale. Questo meccanismo viene chiamato “*mainstreaming*”. Tra realtà fenomenica e realtà percepita attraverso le immagini della televisione si verifica un differenziale di

¹⁸ E. Noelle-Neumann, *La spirale del silenzio. Per una teoria dell'opinione pubblica*, 1980, Maltemi.

¹⁹ G. Gerbner, L. Gross, M. Morgan, N. Signorielli, *Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process*, 1976, articolo pubblicato sul n.26 di *Journal of Communication*, pp.17-40.

coltivazione in cui il soggetto si percepirà essere pienamente coinvolto. Questo differenziale è empiricamente rilevabile tra *television answer* e *reality choice*, in cui è possibile quantificare gli effetti di coltivazione determinati dalla televisione. Questo meccanismo non è assimilabile al modello “stimolo-risposta”, ma si fonda più che altro sull’idea che la televisione produca modelli sociali stereotipati, provenienti dalla fiction e dall’informazione, che finiscono per essere adottati dal pubblico attraverso un processo graduale. La televisione è quindi un ambiente simbolico, coerente al suo interno, che definisce i meccanismi di costruzione della percezione della realtà sociale. È proprio all’interno di questa teoria che si colloca il paradigma del *cultural indicators project*²⁰, che studia i meccanismi di produzione mediale e la relazione fra esposizione dell’audience ai messaggi televisivi e comportamenti sociali.

La teoria della dipendenza dal sistema dei media è stata elaborata da Melvin DeFleur e Sandra Ball-Rokeach²¹ negli anni Settanta e Ottanta. Essa assume che gli individui possono conoscere solo una porzione della realtà, ma che in realtà essa è molto più grande e significativa di quella che viene loro filtrata attraverso i media. In questo modo gli individui tendono a dipendere dai media per attingere informazioni che servono a realizzare i propri obiettivi. Secondo questa teoria i media sono una componente importante della società, e che la società stessa sia formata da relazioni tra gli individui. Queste relazioni sono molto articolate: possono essere conflittuali o di cooperazione, dinamiche e mutevoli, oppure statiche e ordinate. In questo senso, si può dire che gli individui dipendono tra loro. Ma gli individui dipendono anche dai media per quanto riguarda il raggiungimento dei loro scopi:

- a) la *comprensione* (intesa sia come “comprensione di sé”, sia come “comprensione sociale”);
- b) l’*orientamento* (orientato sia all’azione, sia all’interazione sociale);
- c) lo *svago* (inteso sia come attività sociale, sia come dinamica individuale).

L’insieme delle relazioni tra gli individui forma delle “reti” che dipendono dai media per quanto riguarda l’interpretazione della realtà. La teoria della dipendenza si avvale di un paradigma di tipo cognitivo per spiegare la dipendenza dei media, attraverso un processo psicologico che si sviluppa in quattro fasi:

1. gli individui sono selezionatori attivi se scelgono attivamente di esporsi ai media, oppure sono osservatori casuali se vengono esposti casualmente;
2. una volta che gli individui vengono esposti ai media, si verificano delle forme di dipendenza in proporzione alle motivazioni e agli scopi degli individui, che sono attivate da stimolazioni cognitive;

²⁰ G. Gerbner, M. Morgan, N. Signorielli, *Standpoint: Violence on television: The cultural indicators project*, 1995, articolo pubblicato sul n.39 di *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, pp.278-283.

²¹ M. DeFleur, S. Ball-Rokeach, *Theories of Mass Communication*, 1976, White Plains, NY: Longman.

3. quanto più forte saranno le stimolazioni cognitive, tanto più forte sarà il coinvolgimento degli individui;
4. in proporzione alla forza del coinvolgimento si produrranno gli effetti cognitivi, affettivi, e comportamentali.

La teoria della dipendenza ipotizza che vi siano effetti forti in presenza di un'audience, indipendentemente dal fatto che sia attiva o passiva. Il successo del potere dei media avviene non perché essi siano isolati, ma perché i media controllano le risorse informative di cui gli individui hanno bisogno per raggiungere i propri scopi. Una società complessa comporterà maggiori scopi personali che implicano l'accesso alle risorse informative dei media.

Le teorie degli effetti si sono imposte come il principale paradigma per studiare gli effetti dei media sull'opinione pubblica, e hanno alimentato l'idea che i media producano inevitabilmente esiti sugli individui che ne vengono esposti. Ognuna delle teorie si fonda su modelli semplici che si fondano sulle relazioni di causa-effetto, e da ciò deriva il successo di queste teorie. Ogni principio di co-causalità è rigettato. Tuttavia c'è chi ritiene che questo modello sia troppo semplicistico e che vada sotto questa luce riformato. In modo particolare David Gauntlett²² pensa a dieci motivi per cui ripensare le teorie degli effetti. Secondo Gauntlett il modello degli effetti è inadeguato perché:

1. non considera i problemi sociali;
2. considera i minori inadeguati per compiere esperimenti sull'influenza dei media;
3. si fonda su un'ideologia superficiale;
4. non definisce l'oggetto di studio;
5. si fonda spesso su studi artificiali;
6. presenta una metodologia problematica;
7. analizza la violenza in maniera selettiva;
8. evidenzia un complesso di superiorità;
9. non considera il significato dei media;
10. non ha radicamento teorico.

Comunque sia è osservabile come i media giochino un ruolo nella vita delle persone e nell'organizzazione sociale. Se da una parte i media non producono "effetti" intesi in maniera deterministica, dall'altra parte essi possono contribuire a sviluppare forme di "influenza". Il concetto di influenza è molto importante e dipende da alcune variabili, come:

- i *fattori personali e sociali*;
- il *contesto di ricezione*;

²² D. Gauntlett, *Moving Experiences. Media Effects and Beyond*, 2005, London: John Libbey.

- i valori già diffusi nell'audience che ne determinano l'intensità;
- forme di brevi "effetti comportamentali" in cui si può tradurre, senza provocare "trasformazioni attitudinali".

Il termine "influenza" spiega meglio del concetto di "effetti" cosa succede quando le persone vengono esposte ai media. Graeme Burton²³ realizza uno schema analitico per spiegare la rete delle interazioni fra audience e testi mediali, che dentro determinati contesti produce dei "possibili effetti". In questo schema il modello "causa-effetto" viene superato dal concetto di "influenza" a causa della pluralità dei fattori in gioco, cioè le diverse relazioni che si muovono all'interno della sfera pubblica e nel processo di costruzione del consenso e della stessa opinione pubblica. In questo contesto si colloca la nozione di "micro-effetti", cioè aspetti che possono attivare meccanismi influenzanti ma che di per sé non sono in grado di generare mutamenti di opinione o di comportamenti. In quest'ottica Scott Keeter²⁴ ha osservato come il pubblico a essere maggiormente influenzato sono i telespettatori, cioè il pubblico televisivo, poiché esso è più "propenso" a essere influenzato da immagini.

Che si parli di "effetti" o che si parli di "influenza" è innegabile, dunque, l'importante ruolo svolto dai mass media all'interno del processo di informazione. Il successo della teoria degli effetti deriva dalla semplicità del suo modello, della sua applicazione, e della sua spiegazione, che ha trovato un grande riscontro all'interno della sociologia della comunicazione. Questo modello deterministico basato sulle relazioni "causa-effetto" si contrappone al modello dell'influenza, basato su relazioni di co-causalità molto più complesse da spiegare e che nascono da azioni non intenzionali. Tuttavia, gli esperti del settore non hanno mai favorito una teoria al posto di un'altra, ma hanno cercato di spiegare i fenomeni sociali all'interno del campo della comunicazione ora con i metodi quantitativi della teoria degli effetti, ora con i metodi qualitativi della teoria dell'influenza, o adottando un approccio ibrido che combinasse entrambe le teorie, e contribuendo al loro sviluppo nell'ambito della ricerca.

1.2 – Il newsmaking e l'audience

I crimini, intesi come atti o comportamenti devianti commessi da persone rispetto al proprio gruppo sociale d'appartenenza, sono esistiti nella storia dell'umanità da quando sono nate le prime società organizzate con le proprie norme di comportamento. Il crimine nasce da una violazione manifesta delle norme del sistema sociale, e a seconda della tipologia del crimine commesso corrisponde una determinata sanzione, che può essere di due tipi: "sanzione esterna" e "sanzione interna". La sanzione

²³ G. Burton, *Media and Society. Critical perspectives*, 2005, New York, NY, Open University Press.

²⁴ S. Keeter, *The Illusion on Intimacy Television and the Role of Candidate Personal Qualities in Voter Choice*, 1987, articolo pubblicato sul n.51 di *Public Opinion Quarterly*, pp.344-358.

esterna è la sanzione giuridica applicata come previsto dal sistema istituzionale in caso di violazione della norma e può essere pecuniaria, penale, o carceraria a seconda del crimine commesso. La sanzione interna è la sanzione morale o sociale che dipende dal sistema di valori all'interno di un gruppo sociale. La sanzione morale è una sanzione puramente interiore che implica di rispondere alla propria coscienza per la violazione della norma, la quale porta senso di colpa e disagio. La sanzione sociale è la sanzione che deriva dal contesto sociale di cui si è parte e provengono dalla violazione di norme di buon costume ampiamente condivise per una pacifica convivenza tra gli individui. Le sanzioni interne pur potendo essere degli efficaci deterrenti, perché violare delle norme significherebbe andare incontro al giudizio altrui, non sono istituzionalizzate e quindi regolate da norme fisse. Contrariamente al crimine che è sempre esistito, in quanto la devianza è intrinseca alla natura umana come sostiene lo psicologo inglese Hans Eysenck²⁵, o un fatto sociale inevitabile come invece ritenuto dal sociologo francese Émile Durkheim²⁶, il rapporto tra mass media e crimine è abbastanza recente. Sono i media che guidano il pubblico nella percezione del reato, comunicando un messaggio e definendo temi percepiti come rilevanti, dando al pubblico chiavi di lettura dei fatti e di percezione della realtà, e contribuendo alla creazione di un clima di paura e insicurezza generale.

Il crimine fa soprattutto notizia. La cronaca nera si è infatti evoluta come genere giornalistico a sé negli anni, acquistando sempre titoli e copertine nelle prime pagine di quotidiani e giornali. Più grande sarà l'eccezionalità dell'evento, più spazio si darà alla notizia nei giornali e nei dibattiti televisivi. Questa grande eco mediatica prende il nome di "notiziabilità". La notizia è la materia prima dell'informazione e del giornalismo, qualunque sia il mezzo adottato o il linguaggio scelto per trasmetterla. Quando si parla di notizia in ambito giornalistico non ci si riferisce al fatto in sé, quando piuttosto al proprio racconto e alla rappresentazione dell'accaduto²⁷. La sociologa americana Gaye Tuchman²⁸ paragona la notizia a una "finestra sulla realtà circostante", la quale veduta dipende dalla realtà situazionale in cui ci troviamo. Le notizie vengono sottoposte a giudizi sia oggettivi che soggettivi, e più che specchio della realtà ne diventano una ricostruzione. Il giornalismo si occupa di dare una cornice culturale alla vita quotidiana attraverso le notizie, dandone una forma e portandole all'attenzione del pubblico ricalcando sulla propria importanza. Robert Park²⁹ indica tre caratteri fondamentali che ogni notizia deve possedere per poter essere definita tale: la tempestività, cioè che gli eventi narrati devono essere accaduti da poco; la non sistematicità, ovvero l'assenza di

²⁵ H. J. Eysenck, *Crime and Personality*, 1964, Routledge & K. Paul.

²⁶ É. Durkheim, *Le regole del metodo sociologico*, 1895, Piccola Biblioteca Einaudi.

²⁷ F. Giorgino, *Giornalismo e società. Informazione, politica, economia e cultura*, 2017, Mondadori Università, p.19.

²⁸ G. Tuchman, *Making News: A Study in the Construction of Reality*, 1978, Free Press, New York.

²⁹ R. E. Park, *News as a Form of Knowledge*, 1967, articolo pubblicato su *On Social Control and Collective Behavior*, R.H. Turner (a cura di), Chicago University Press, Chicago.

collegamenti tra eventi diversi, i quali spettano alle ricostruzioni del giornalista; l'effimerità, che si riferisce alla limitatezza temporale delle notizie e alla loro eccezionalità, in grado di catalizzare l'attenzione del pubblico. Da questi requisiti dipende la "notiziabilità" della notizia. La notiziabilità³⁰ è la capacità di un fatto di diventare notizia. È la continua scelta, selezione, negoziazione che il giornalista ha all'interno delle numerose informazioni di cui dispone tra quello che è importante e quello che non lo è, tra quello che attira l'attenzione e quello che invece è trascurabile, tra ciò che si deve raccontare e ciò che non si deve raccontare, tra ciò che è giusto e ciò che è sbagliato³¹. La notiziabilità è quindi il metro con cui si misura la rilevanza di una notizia. Questo processo di selezione delle informazioni da rappresentare è svolto nell'interesse della collettività, abbinando a un *knowledge* di conoscenze specifiche sulla materia di cui si deve trattare a un *tacit knowledge* al quale il giornalista esperto si appella per spiegare le informazioni.³²

Il *newsmaking* è la materia che si occupa della produzione delle notizie, nonché della propria organizzazione redazionale e della "costruzione" della realtà. Data la sua importanza nel settore dell'informazione, il *newsmaking* (letteralmente "produzione di notizie") si è sviluppato come branca autonoma della sociologia della comunicazione il cui capostipite fu Walter Lippmann³³ nel 1922. Egli sosteneva che ogni notizia che arriva al lettore del giornale è frutto di una precisa selezione, anche per quanto riguarda la posizione in cui è collocata sul cartaceo e l'enfasi che ogni giornalista decide di darle attraverso un titolo a effetto. Queste scelte seguono delle convenzioni da addetti ai lavori, che istituzionalizzano le scelte del giornalista. Il *newsmaking* è un processo che si sviluppa in quattro fasi³⁴:

1. fase di selezione delle notizie;
2. fase di gerarchizzazione delle notizie;
3. fase di trattamento delle notizie;
4. fase di tematizzazione delle notizie.

Ognuna di queste fasi si manifesta sotto forma di processo, perché vengono seguite procedure definite e costanti nel tempo con una precisa sequenza logico-temporale.

La fase di selezione delle notizie è l'attività che dà il via alla produzione delle notizie e per questo è la più importante. Protagonista di questo procedimento è il giornalista che opera tenendo conto delle proprie conoscenze professionali e delle proprie esperienze. Il giornalista, tuttavia, non seleziona le notizie seguendo il criterio della soggettività, ma agisce per conto del pubblico scegliendo

³⁰ Il termine "notiziabilità" traduce l'espressione inglese *newsworthiness* comunemente più usata in ambito giornalistico.

³¹ F. Giorgino, *Giornalismo e società. Informazione, politica, economia e cultura*, 2017, Mondadori Università, p.21.

³² *Ibidem*

³³ W. Lippmann, *L'opinione pubblica*, 1995, Donzelli, Roma.

³⁴ F. Giorgino, *Dietro le notizie. Il mondo raccontato in sessanta righe e novanta secondi*, 2004, Mursia, Milano.

di riportare all'opinione pubblica quei fatti che egli ritiene "notiziabili". Egli è dunque il *gatekeeper* (letteralmente "guardiano") dell'informazione, in quanto decide quali avvenimenti sono destinati a diventare notizia per poi inserirsi nel dibattito pubblico e quali invece sono destinati all'oblio. Furono David Manning White³⁵ e Walter Gieber³⁶ negli anni Sessanta i principali teorici che assegnarono alla figura del giornalista questo ruolo. Essi diedero un notevole contributo alla ricerca nel campo della comunicazione spostando l'attenzione dal tema degli effetti al tema del contenuto. Denis McQuail³⁷ attribuì alla figura del *gatekeeper* un'accezione più ampia e di importanza sociale: il giornalista, in quanto "guardiano del cancello", ha il potere di aprirlo o chiuderlo dando di fatto l'accesso a differenti voci della società o negandolo. Questa funzione quindi è un ruolo assai delicato perché potrebbe dare origine a conflitti. Contemporaneamente, si andarono a sviluppare nuovi filoni di ricerca che andavano a strutturare l'azione del giornalista-*gatekeeper* in modo che diventasse prodotto di una dinamica di gruppo, e non più individuale: la fase di selezione delle notizie acquistava così un equilibrio più stabile. Abraam Bass³⁸ distinse l'attività di *gatekeeping* in due fasi consequenziali:

- il *newsgathering*: attività di selezione dei fatti notiziabili destinati a diventare notizia. È l'attività affidata al giornalista nelle redazioni che acquisisce informazioni primarie dalle fonti cercando di approfondirne il contenuto;
- il *newsprocessing*: attività di assemblaggio della notizia. Il giornalista ordina le informazioni a propria disposizione seguendo la logica di un prodotto da vendere da presentare al pubblico, consumatore finale di questo processo.

Oltre alla notiziabilità del fatto entrano in gioco anche altri fattori nel processo di *gatekeeping*, ovvero l'influenza delle fonti non ufficiali che è preponderante nell'attività di *newsprocessing* più che in quella di *newsgathering*, la linea editoriale o politica adottata dalla testata giornalistica, la selezione finale adottata dal pubblico che fruisce delle notizie. Le nuove tecnologie di trasmissione dell'informazione hanno modificato il modo di attingere alle notizie e il rapporto tra fonti e cittadini, aumentando la disponibilità delle informazioni, ma l'attività del giornalista che seleziona le notizie da portare alla luce dell'opinione pubblica non è un concetto superato. Il cittadino richiede pur sempre una mediazione del giornalista anche quando diventa lui stesso *gatekeeper*, fruisce cioè solo delle informazioni di suo interesse e non di tutto il materiale riportato. Perciò il *gatekeeper*-cittadino non

³⁵ D. M. White, *The Gatekeeper: a Case Study in the Selection of News*, 1950, articolo pubblicato sul n.27 di *Journalism Quarterly*.

³⁶ W. Gieber, *News is what Newspaperman make it*, 1964, pubblicato su *People, Society and Mass Communication*, A. Dexter, D. M. White (a cura di), Free Press, Glencoe.

³⁷ D. McQuail, *Sociologia dei media*, 2001, Il Mulino, Bologna.

³⁸ A. Z. Bass, *Refining the Gatekeeping Concept*, 1969, articolo pubblicato sul n.46 di *Journalism Quarterly*.

esiste in maniera assoluta³⁹ e il giornalista percorrerà altre direzioni per essere fedele il suo ruolo. Nello selezionare i fatti da raccontare, il giornalista non agisce in maniera completamente autonoma, ma si lascia guidare dai principi guida del proprio mestiere, validi per tutti i professionisti del settore. Questi principi guida prendono il nome di “valori notizia”⁴⁰ o “*big news values*” e hanno tre caratteristiche fondamentali:

- la *singularità*, cioè la particolarità o l’originalità dell’evento. La notiziabilità di un fatto risiede proprio nell’eccezionalità dell’evento in grado di colpire l’attenzione del pubblico e quindi anche la propria sensibilità. Notiziabile è dunque tutto ciò che è fuori dall’ordinario, che non è mai accaduto o che è accaduto poche volte nella storia;
- l’*attualità*, cioè la capacità di un avvenimento di essere al centro dell’attenzione e di rimanervi. Attualità significa presenza e rimanda a un concetto cronologico. L’attualità è essa stessa essenza della notizia, che si riferisce a un avvenimento appena accaduto o ancora in corso. La notiziabilità dell’evento risiede proprio nella tempestività con cui lo si comunica. Non è notizia, infatti, quello che è ormai già passato alla cronaca o alla storia;
- l’*interesse*, che è l’elemento soggettivo della notizia facente leva su sensibilità culturali e umane imprescindibili dagli stati d’animo individuali. Questa condizione può essere condivisa da un gruppo ristretto o allargato, o da un’intera comunità. È ben diverso dal concetto di *importanza* che ha una base più ampia di legittimazione sociale e non si riferisce solo alla sfera più intima di ogni singolo individuo.

Oltre ai “*big new values*” esistono anche “valori notizia intermedi” (“*intermediate news values*”), cioè valori che difettano di uno dei tre caratteri della *singularità*, dell’*attualità*, e dell’*interesse*, ma i fatti a cui essi fanno riferimento sono, per diverse ragioni, ritenuti notiziabili. Una premessa importante va fatta con il concetto di *rilevanza*: questo costituisce una caratteristica a sé all’interno dei gradi valori notizia, ed è costituito dall’equilibrio tra *interesse* e *importanza*. Si riferisce alla capacità delle notizie di suscitare *interesse* e allo stesso tempo di ricevere *importanza* sulla base di parametri il più possibilmente oggettivi. Per cui una notizia, per poter essere davvero notiziabile, deve possedere un giusto equilibrio tra *interesse*, *importanza*, e *rilevanza*, e persino qualche altra caratteristica in più per essere davvero al centro dell’attenzione dell’opinione pubblica o entrare a far parte di un dibattito. Tre studiosi scandinavi, Einar Östgaard, Johan Galtung, e Mari Holboe Ruge provarono a individuare quei elementi che rendono notiziabile un fatto diversi da quelli tradizionali,

³⁹ A. Mandelli, *Gatekeeping a rete e democrazia complessa. Problemi dell’informazione*, 2004, Il Mulino, Bologna.

⁴⁰ F. Giorgino, *Giornalismo e società. Informazione, politica, economia e cultura*, 2017, Mondadori Università.

chiamati appunto “valori notizia intermedi”. Östgaard⁴¹ si concentrò su tre valori notizia in particolare: la semplificazione, l’identificazione, e il sensazionalismo:

- la *semplificazione* è la propensione di trasformare in notizia tutto quello che può essere raccontato e reso accessibile a tutti. La semplificazione è erroneamente intesa come la banalizzazione di un evento, ma è piuttosto un risultato di un’operazione giornalistica che mira a riassumere il tutto a pochi ed essenziali concetti;
- l’*identificazione* è un modo per procedere alla selezione e al trattamento delle notizie. È un valore orientato al mercato dell’informazione che trova la sua ragione d’essere nell’interesse che la notizia può suscitare al pubblico;
- il *sensazionalismo* è la connessione della notizia con la sfera emotiva dell’uomo, prima ancora che quella cognitiva. Esso può essere sinonimo di giornalismo morboso quando vi è un’applicazione marcata di questo valore notizia, con uno sbilanciamento verso la sfera emotiva più che quella razionale.

Galtung e Ruge⁴² analizzarono invece quei valori notizia intermedi che possono favorire o ostacolare la percezione di alcuni fatti da parte dei mass media. Essi infatti attribuirono importanza al contesto culturale dentro il quale una notizia viene trasmessa. Il risultato dell’analisi degli effetti della notiziabilità di un fatto sull’opinione pubblica cambia infatti a seconda della prospettiva dalla quale ci si pone (la notizia viene trasmessa in un contesto occidentale o orientale? religioso o laico? globale o locale?). Quindi l’ambiente sociale, culturale, politico entro il quale una notizia è trasmessa può avere effetti diversi sul pubblico proprio perché l’habitat dentro cui l’uomo matura le sue convinzioni è diverso da individuo a individuo. Galtung e Ruge si sono concentrati principalmente sulla notiziabilità di fatti rilevanti dal punto di vista internazionale a sostegno della loro tesi. I valori notizia che hanno individuato sono: la frequenza, la soglia, la non ambiguità, la significatività, la consonanza, la novità, la continuità, e la composizione:

- la *frequenza* riguarda la tempestività e la novità del fatto notiziabile. Tendono a diventare notizia infatti i fatti accaduti da poco, tranne alcune limitate eccezioni. Più la frequenza di un fatto sarà compatibile con la sua durata, pubblicazione o messa in onda, maggiori saranno le probabilità che questo verrà selezionato per diventare una notizia;

⁴¹ E. Östgaard, *Factors influencing the flow of news*, 1965, articolo pubblicato sul n.1 del *Journal of International Peace Research*, Sage, Beverly Hills, pp.39-63.

⁴² J. Galtung, M. Ruge, *The Structure of Foreign News*, 1965, articolo pubblicato sul n.2 del *Journal of International Peace Research*, Sage, Beverly Hills, pp.64-91.

- la *soglia* è assimilabile a un ostacolo che deve essere superato da un avvenimento qualunque prima di poter diventare una notizia. Si riferisce al numero e alla tipologia di persone coinvolte nell'evento la quale rilevanza dipende dal contesto considerato (internazionale, nazionale, locale). È un valore notizia “relativo” perché la soglia tende continuamente a spostarsi;
- la *non ambiguità* è costituita dalla chiarezza di un evento, che escluda contraddizioni o appunto, ambiguità. L'evento non ambiguo sarà preferito a fatti ambigui e poco chiari nel diventare notizia, onde evitare spiegazioni poco plausibili o implicazioni incoerenti;
- la *significatività* è la caratteristica associabile alla piena comprensione dell'evento tramite riferimenti culturali del pubblico;
- la *consonanza* si riferisce alla compatibilità tra le aspettative del pubblico in relazione a una data notizia o a un genere specifico di notizie e un determinato evento che accade. Maggiormente le informazioni saranno consonanti alle aspettative del pubblico, maggiori saranno le possibilità che l'evento si trasformi in notizia, ma anche in un vero e proprio “prodotto” vendibile dai giornalisti;
- la *novità* riguarda il carattere dell'imprevedibilità di un fatto. Un accadimento non prevedibile ha ottime probabilità di divenire notizia, contravvenendo alle aspettative del pubblico. Per questo la novità è il contrario di consonanza, anche se tuttavia un valore non esclude l'altro;
- la *continuità* riguarda le notizie che seguono un filone narrativo per poter essere complete e che per questo motivo rischiano di perdere il carattere della novità.
- la *composizione* riguarda il bilanciamento tra scelte editoriali e diversificazioni dei temi, al fine di non rendere le notizie e le composizioni medialità troppo monotone e monotematiche.

Accanto ai valori notizia ci sono quattro “fattori notizia”⁴³: il riferimento a nazioni d'élite, il riferimento a persone di élite, la personificazione e la negatività delle conseguenze:

- il *riferimento a nazioni di élite* segue un criterio geografico. Quello che accade nei Paesi più sviluppati, più ricchi, più grandi tende a fare più notizia di quello che accade nei Paesi in via di sviluppo o più piccoli;
- il *riferimento a persone di élite* è il fattore per cui le azioni o le dichiarazioni delle persone importanti o note per qualche ragione all'opinione pubblica sono più notiziabili di quelle compiute da persone comuni;
- la *personificazione* è il fattore che pone al centro della notizia l'individuo nella sua singolarità e non la massa, poiché è l'individuo che è motore dell'azione.

⁴³ *Ibidem*

- la *negatività delle conseguenze* riguarda il maggior grado di notiziabilità delle notizie cattive a discapito di quelle buone. Uno scandalo fa più notizia di una buona azione proprio perché le buone azioni si danno per scontate nella vita quotidiana. Questo criterio è sintetizzabile nella formula “*only bad news are good news*”⁴⁴.

I professionisti dell'informazione possono attingere nel processo di selezione delle notizie agli sforzi compiuti dai sociologi nel campo della comunicazione nel combinare valori notizia grandi, valori notizia intermedi, e fattori notizia al fine di poter fare una selezione coerente e corretta dal punto di vista deontologico delle notizie da raccontare. Tuttavia, la scelta delle notizie rimane pur sempre una scelta individuale, sebbene sia attuata in nome della collettività.

La seconda fase del newsmaking è quella della gerarchizzazione delle notizie. Si tratta della fase più delicata che consiste nel dare un valore aggiunto all'evento che si è deciso di far diventare notizia. Questo valore aggiunto dipende dalla notiziabilità dell'evento e dall'interesse che esso possa avere per il pubblico. Gerarchizzare le notizie significa stabilire quali temi e quali avvenimenti saranno prevalenti agli altri, influenzando in questo modo anche sulla fase di trattamento. Certamente la gerarchizzazione risente della fase di selezione delle notizie: il giornalista non deve fare altro che scegliere quali notizie siano “più notizie” delle altre, cioè che siano in grado di produrre conseguenze reali sulla collettività. Per fare questo si sceglie di seguire quei principi guida che guidano anche la fase di selezione (frequenza, soglia, composizione tematica, e novità). Generalmente la gerarchizzazione delle notizie è effettuata tramite un criterio di bilanciamento di rappresentazione delle notizie, che rispetti la pluralità degli interessi del pubblico e la necessità di riportare fatti che sono il risultato dinamiche macrosociali. Infatti, esclusione fatta per alcune particolari giornate in cui una notizia diventa argomento centrale se non l'unico posto all'attenzione dei media per via della sua straordinaria unicità o rilevanza, normalmente vengono riportate sulle prime pagine dei quotidiani e titoli dei telegiornali e giornali online notizie di stretta attualità suddivise tra politica, economia, cronaca, esteri, costume e società, culture e spettacoli. Il criterio di bilanciamento risulta essere l'elemento strutturale della gerarchizzazione. Il giornalista, dovendo attribuire alle notizie i “gradi” di notiziabilità segue tre passaggi: l'apertura, la spalla, e il taglio.

- L'*apertura* è la fase più importante per una testata giornalistica, da cui dipende il successo o l'insuccesso di un'edizione. L'apertura della testata è diversa a seconda che si tratti di un quotidiano, di un telegiornale o giornale radio, o di un giornale online. Nei quotidiani il lettore acquisisce la conoscenza complessiva delle notizie più importanti del giorno in prima pagina, grazie ad alcune scelte editoriali (titolo d'apertura, occhiello

⁴⁴ Vedi nota n.3.

e sommario, moduli orizzontali e verticali, e forme ibride). Nei telegiornali vengono presentati i servizi del giorno attraverso la titolazione, con la quale il telespettatore viene a conoscenza, subito dopo la sigla d'apertura del telegiornale, quali sono le notizie più rilevanti. La titolazione segue delle precise scelte attuate dalla redazione. Subito dopo i titoli si entra in merito alle questioni, approfondendolo con uno o due servizi che durano qualche minuto, per poi passare all'altro argomento e così via. Il telespettatore ottiene così uno sguardo d'insieme sul mondo circostante. Anche i giornali radio seguono le stesse procedure dei telegiornali, ottenendo lo stesso effetto del pubblico. Nel caso dei giornali online, invece, l'apertura consiste nell'argomento sottoposto con maggiore enfasi all'attenzione del pubblico in base al meccanismo di scorrimento dall'alto verso il basso. La notizia centrale è quella che ha più rimandi e collegamenti ad altre pagine, attraverso collegamenti multimediali (*tag*) e vi è la presenza di elementi multimediali (raccolte di foto o video). I giornali online si differenziano dalle altre testate perché è sottoposta a modifiche e aggiornamenti continui.

- La *spalla* è la notizia che succede subito dopo quella principale. È un concetto nato con la carta stampata, ma che è applicato anche ad altri media. Nei quotidiani la spalla è l'articolo o argomento che a seconda dei criteri di impaginazione può trovarsi in alto a destra o in alto a sinistra. Nei telegiornali e nei giornali radio la spalla è costituita dal secondo tema o servizio dopo quello d'apertura.
- Il *taglio* è costituito da notizie di media importanza, che non meritano una collocazione in primo piano (come l'apertura), né di secondo piano (come la spalla), ma sono comunque ritenuti rilevanti. Esse occupano lo spazio centrale, sia nelle prime pagine dei quotidiani, sia nei telegiornali e giornali radio. Generalmente consistono in "notizie curiose" e di costume che si distanziano da uno stile troppo cronachistico e gratificano i lettori o telespettatori più curiosi.

Questo schema non è universalmente applicato da tutte le testate giornalistiche, ma alcune volte vengono applicati meccanismi diversi per variegare la struttura della propria testata. Ad esempio, vi è l'inserimento della *finta apertura* cioè viene riconosciuta importanza a una notizia in apertura, ma se ne sceglie un'altra come primo argomento da trattare perché si ritiene che essa possa destare più interesse o perché è in linea con l'orientamento della testata. Nella carta stampata viene applicata molto spesso la logica della *copertina*, cioè l'inserimento di una foto che possa condurre il lettore con maggiore immediatezza ed efficienza nella narrazione dell'argomento prescelto come principale. La gerarchizzazione di notizie e temi è la fase più delicata del newsmaking, in cui si può verificare una sorta di scontro all'interno della redazione di una testata, qualunque essa sia. Di fatto, il lettore o

telespettatore recependo quali sono i contenuti ai quali viene data più enfasi, capisce anche qual è l'orientamento editoriale della testata. Per cui la fase di gerarchizzazione è la fase in cui entra in gioco la responsabilità personale di ogni singolo giornalista, e in cui vengono richieste delle competenze specifiche in materia.

La terza fase è costituita dal trattamento delle notizie. Questa fase risponde al bisogno del pubblico di sapere cosa accade nel mondo attraverso una visione d'insieme. Infatti, il giornalismo ha il compito di raccontare la realtà, o una porzione di essa, secondo una logica che unisce generale e particolare. In fondo la realtà descritta è causa ed effetto della sua narrazione. Dopo la fase di selezione e gerarchizzazione, i giornalisti cercano di procedere con un'ampia narrazione degli eventi composti da singoli racconti più piccoli che hanno raccolto, da riportare al pubblico. Questa fase si esprime attraverso l'impaginazione, che nel caso dei quotidiani segue delle regole grafiche poco derogabili, mentre per quanto riguarda telegiornali, giornali radio o online si seguono strutture meno rigide e più segmentate, nella quale ogni notizia viene trattata in modi e tempi diversi. Il trattamento delle notizie viene svolto secondo due diversi meccanismi: l'*editing*, che riguarda soprattutto la carta stampata e il giornalismo online, e il *timing*, che riguarda la televisione e la radio, e si esplica secondo il tempo assegnato a ciascun servizio mandato in onda con il supporto o meno di immagini. La tematizzazione deve garantire al fruitore dell'informazione una sintesi narrativa, che debba assicurarsi sempre l'attenzione del pubblico. Fondamentale in questo passaggio è il concetto di *highlighting*⁴⁵ cioè di selezione dei fatti principali relativi all'informazione, e quindi notiziabili, destinati a diventare notizia.

In questa fase il trattamento delle notizie coincide con la loro tematizzazione, arrivando all'ultima e decisiva fase del processo di produzione delle notizie. Anch'essa si tratta un'operazione delicata e complessa dal punto di vista deontologico. Per trattare una notizia bisogna dapprima accertarsi dei rischi di un'azione di *decontestualizzazione* dei fatti dal contesto sociale, culturale, economico e politico dentro il quale i fatti si sono svolti e di un'azione di *ricontestualizzazione* dei fatti dentro formati editoriali e meccanismi cognitivi usati dal mondo dell'informazione⁴⁶. Questa operazione prende il nome di "*framing*" cioè "incorniciatura" dei fatti secondo alcuni schemi cognitivi. Esistono principalmente due tipi di *frame*: le cornici dei giornalisti e quelle del pubblico. Le due cornici spesso combaciano, ma altre volte entrano in contrasto tra loro. Quando esse coincidono, il processo di informazione si sviluppa; altrimenti, esso non produce particolari progressi o effetti. Quindi, c'è bisogno di una continua collaborazione tra trasmittente e ricevente affinché il

⁴⁵ H. Gans, *Deciding What's News*, 1979, Pantheon Books, New York.

⁴⁶ M. Wolf, *Teorie delle comunicazioni di massa*, 2000, Bompiani, Milano.

messaggio venga trasmesso. L'*effetto framing* consiste dunque nell'incorniciatura di piccole e specifiche porzioni di realtà rappresentabile. Alla base di questo funzionamento vi è il rafforzamento o l'indebolimento di opinioni pregresse⁴⁷. I giornalisti, infatti, tematizzano una notizia quando la raccontano, inserendola una precisa cornice cognitiva sulla base di esperienze pregresse. Questa cornice viene trasmessa al pubblico attraverso la notizia. A questo punto il pubblico ha due possibilità: respingere le informazioni incorniciate e quindi impedire che l'effetto framing si produca, oppure può accettarle, parzialmente o totalmente. In questa circostanza, i giornalisti saranno incoraggiati dal risultato e andranno avanti lungo il percorso intrapreso, utilizzando sempre la stessa cornice cognitiva per raccontare i fatti, cornice che riesce più delle altre a interloquire con la sfera emotiva del pubblico. Dal punto vista semantico l'operazione di incorniciatura delle notizie è un'operazione altresì rischiosa perché ne vale la credibilità stessa del giornalismo nel caso in cui le informazioni incorniciate siano rigettate dal pubblico. A spingere all'incorniciatura degli eventi accaduti non sono solo le logiche di mercato, che comprendono ragioni strutturali e produttive, ma anche fattori culturali e ideologici. Da qui ne deriva il pericolo dell'autoreferenzialità dell'informazione e di distorsioni informative.

Oltre ai processi informativi, nelle teorie del framing viene data molta importanza ai destinatari dell'informazione. Gli studiosi della comunicazione tendono a distinguere il concetto di *audience* e quello di *pubblico (media public)*⁴⁸. Queste due parole non sono infatti perfetti sinonimi. Leon Mayhew⁴⁹ individua tre diversi usi del termine "pubblico" all'interno del campo delle scienze sociali:

- a. *pubblico generale*: è un corpo unitario che comprende l'elettorato delle democrazie avanzate;
- b. *pubblico statico*: rappresenta la media degli individui che sono studiati di solito attraverso metodi di ricerca sociale come i sondaggi;
- c. *pubblico attivo*: è l'insieme delle persone che discutono tra l'oro e si influenzano reciprocamente, costruendo così "l'opinione pubblica".

Su questa base David Herbert⁵⁰ considera il pubblico dei media come il risultato dell'interazione mediale. I media sono infatti attivatori di un dibattito pubblico tra individui prima ancora che produttori di "effetti". Per quanto riguarda l'"audience" possiamo rintracciare molti significati diversi poiché vi sono tanti fattori che entrano in gioco nelle diverse teorie che la intendono, come l'evoluzione delle condizioni sociali e tecnologiche, e lo sviluppo storico delle teorie e degli approcci

⁴⁷ D. Graber, *Processing the News*, 1984, Longman, New York.

⁴⁸ M. Sorice, *Sociologia dei mass media*, 2009, Carocci Editore, p.218.

⁴⁹ Leon H. Mayhew, *The New Public: Professional Communication and the Means of Social Influence*, 1997, Cambridge University Press.

⁵⁰ D. Herbert, *Religion and Civil Society*, 2003, Routledge Handbook of Religion and Politics.

alla comunicazione dei media⁵¹. In questo senso possiamo definire l'audience in quattro modi diversi a seconda della teoria di riferimento⁵²:

1. “*audience*” come massa manipolabile di individui più o meno passivi;
2. “*audience*” come pubblico di cittadini (ascoltatori, telespettatori, pubblico, ecc..) coscienti dei propri diritti;
3. “*audience*” come insieme di mercati con caratteristiche socio-demografiche;
4. “*audience*” come insieme di partner interattivi che hanno un controllo attivo dei processi comunicativi.

Questo filone di ricerca si è evoluto nello sviluppo degli *audience studies* che ha raccolto molti consensi nel campo della ricerca sociale o politica e che trova origine nella *reader-response and reception theory* di David Buckingham⁵³. Questa teoria mette in luce come i riceventi dell'informazione non abbiano un ruolo passivo all'interno del processo comunicativo, ma siano spettatori consapevoli dei messaggi comunicati, e che quindi scelgono di quali informazioni fruire e riflettere. Gli studi sull'audience pongono al centro il tema della decodifica, ovvero di fruizione della vita quotidiana, la ricerca stessa, e l'interpretazione dei dati raccolti⁵⁴. La ricerca sull'audience si caratterizza sia per essere un'osservazione oggettiva ed esterna al processo di fruizione dei media, sia come fruizione dal punto di vista del soggetto consumatore dei media. Quindi, la ricerca viene impiegata come uno strumento di analisi dei meccanismi di produzione di informazioni da parte dell'audience. Secondo il linguista britannico Norman Fairclough⁵⁵ la ricerca sull'audience si dovrebbe effettuare in una prospettiva olistica su tre livelli:

- *prodotto comunicativo*, composto da testi o messaggi;
- *pratiche discorsive*, che collegano i produttori dei messaggi all'audience, e quindi anche i filtri tra media e audience, cioè i fattori socioculturali, politici, ed economici;
- *processi socioculturali*, in cui sono le strutture sociali come la modernizzazione, la globalizzazione, e la democratizzazione che permettono l'attività dell'audience.

In conclusione, si potrebbe dire che il processo di produzione delle notizie non produrrebbe effetti senza la presenza di un pubblico, destinatario delle notizie prodotte. Il newsmaking ha una grande responsabilità nello scegliere quali fatti riportare all'attenzione del pubblico e come presentarli, poiché i modi e i mezzi scelti possono influenzare e non di poco il giudizio o il comportamento del

⁵¹ M. Sorice, *Sociologia dei mass media*, 2009, Carocci Editore, p.217.

⁵² M. Sorice, *I media. La prospettiva sociologica*, Carocci Editore.

⁵³ D. Buckingham, *Public Secrets: EastEnders and Its Audience*, 1987, British Film Institute.

⁵⁴ K. Schröder, K. Drotner, S. Kline, C. Murray, *Researching Audiences: A Practical Guide to Methods in Media Audiences Analysis*, 2003, Arnold Publication.

⁵⁵ N. Fairclough, *Media Discourse*, 1995, Edward Arnold, Londra.

pubblico. Qualunque sia la linea editoriale o l'orientamento seguito, qualunque giornalista è comunque obbligato a riportare i fatti in maniera oggettiva, facendo attenzione a frame usato, nonché tenere conto anche delle esigenze del pubblico. Il pubblico a cui i media si rivolgono è unitario per quanto riguarda la fruizione dei mezzi informativi, ma è stratificato per quanto riguarda gli interessi e le strutture sociali, politiche ed economiche dentro le quali gli individui vivono. La ricerca sociale degli effetti dei media sul pubblico è affidata alla branca degli *audience studies* che studia in una visione di insieme le interconnessioni tra media e fruitori dell'informazione, tenendo conto anche dei fattori di varia natura che influiscono in questo processo. L'attenzione all'interno del processo comunicativo è orientata al pubblico e all'individuo come singolo, considerato non più come attore passivo, ma anzi come parte attiva del processo di informazione.

1.3 – I pericoli della comunicazione: le distorsioni informative e la manipolazione delle notizie

Lo sviluppo del newsmaking come materia autonoma nel campo della comunicazione e l'istituzionalizzazione delle sue procedure ha portato al confezionamento di notizie come veri e propri prodotti di consumo per il pubblico. In questo modo nasce il fenomeno della distorsione della realtà. Secondo Walter Lippman⁵⁶, le distorsioni informative dipendono da fattori interni al lavoro giornalistico e sono difficilmente controllabili. Possiamo infatti distinguere due forme diverse di distorsione: quella non volontaria e quella volontaria.

Nel caso della distorsione non volontaria, la distorsione informativa non è opera di una consapevole operazione di manipolazione delle notizie, ma è una conseguenza delle procedure usate nelle fasi di produzione delle notizie, che si sono ormai consolidate nel sistema e quindi è molto difficile rimediare. Questo tipo di distorsioni sono causate dall'uso dei valori notizia e dei fattori notizia con l'obiettivo di rendere la produzione di informazioni autonoma e universale, ma hanno finito per discostarsi dai propri intenti. Come sosteneva Mauro Wolf⁵⁷, l'autonomia professionale dei giornalisti e le distorsioni delle informazioni appaiono come due facce della stessa medaglia. In fondo, il newsmaking non può prescindere dai mezzi con i quali si decide di diffondere una notizia e dalle sue caratteristiche. Anche la scelta del mezzo informativo potrebbe infatti acuire la distorsione involontaria di una notizia rispetto alla realtà. Lo stesso evento, che sia raccontato su un quotidiano, o trasmesso in onda su televisione, radio, oppure online, sarà interpretato dal pubblico in maniera

⁵⁶ W. Lippmann, *L'opinione pubblica*, 1995, Donzelli, Roma.

⁵⁷ M. Wolf, *Teorie delle comunicazioni di massa*, 2000, Bompiani, Milano.

differente e acquisterà significati diversi poiché ogni mezzo comporta l'utilizzo di materiali informativi diversi. Dal momento che ogni mezzo richiede l'uso di linguaggi e tempistiche diverse, la rappresentazione e l'interpretazione del fatto dipenderà quindi esclusivamente dalle scelte organizzative e tecniche dovute all'impiego del mezzo di comunicazione di massa scelto. Per quanto riguarda la televisione, il più delle volte il rispondere alle necessità tecniche del mezzo determina la distorsione informativa che nasce in questo caso dalla *decontestualizzazione* dei fatti, e dallo sviluppo di *fattoidi*⁵⁸, cioè la mutazione degli eventi e della propria rappresentazione. In questo modo, il pubblico trae una rappresentazione della realtà che non deriva dai mass media, ma è una conseguenza diretta del modo con cui essi sono usati per dare informazioni. La distorsione non volontaria dei fatti assolve in qualche modo i giornalisti dalle proprie responsabilità di non rappresentazione fedele della realtà, e le attribuisce invece al sistema dell'informazione dentro il quale essi operano.

Un esempio di distorsione non intenzionale è rappresentato dall'autoreferenzialità dell'informazione, ovvero il prevalere nel campo dell'informazione ciò che i media o il sistema si aspettano che accada, piuttosto che ciò che il pubblico si aspetta. Spesso i giornalisti e i politici si servono dei media per parlarsi tra loro, escludendo di fatto il pubblico dai loro discorsi.⁵⁹ Questo porterebbe alla leadership di un mezzo informativo, che però può variare nel tempo a seconda del tipo di notizia e di pubblico.

La distorsione volontaria delle informazioni è invece un fenomeno molto più complesso e che si interseca con il problema della manipolazione dei media. Secondo Noam Chomsky e Edward S. Herman⁶⁰, i media tentano di difendere l'ordine sociale esistente attraverso i mezzi di cui dispongono. In questo modello i mezzi informativi omettono volontariamente alcune informazioni, e allo stesso tempo contribuiscono a creare un controllo sociale di massa con l'obiettivo di formare le coscienze degli individui. Nel perseguire questo scopo, il contenuto dei messaggi trasmesso dai media tendono a difendere norme e convenzioni sociali, dare voce alle élite dominanti, a oscurare e condannare i comportamenti non conformi, a tentare di diffondere "panico moralistico" per quanto riguarda alcuni fenomeni sociali e a creare alcuni "capri espiatori". Questo modello che concettualizza i rapporti tra media e società legati ai temi del potere e del controllo, richiama per molti aspetti il modello elaborato dalla Scuola di Francoforte che identifica i media come strumenti del controllo sociale. I suoi studiosi (tra i quali si ricordano Theodor Adorno, Max Horkheimer, Herber Marcuse, Franz Neumann, Jürgen Habermas, solo per citare i più importanti) adottarono un approccio psicoanalitico per indagare gli effetti dei media sulla società di massa, all'interno di un quadro teorico, politico, ed economico

⁵⁸ D. Altheide, *Creating Reality: How Television News distorts Events*, 1976, Sage Publications, Beverly Hills.

⁵⁹ C. Marletti, *La democrazia d'opinione e l'autoreferenzialità dei media*, 2001, articolo pubblicato su *Analisi*, J. Berrio (a cura di).

⁶⁰ N. Chomsky, E. S. Herman, *La fabbrica del consenso: l'economia politica dei mass media*, 1988, Il Saggiatore.

molto rigido. I media, paragonati a vere e proprie “industrie culturali”, sono ritenuti responsabili delle ingiustizie sociali, poiché alimentano ideologie e idee nelle masse allontanandole dall’intento di costruire una società più giusta e equa. In quest’ottica i media mettono in circolazione modelli sociali illusori e ingannevoli, soprattutto nei confronti dei soggetti appartenenti alle classi sociali subalterne. L’audience, descritta come un corpo sociale passivo e senza alcun potere, è in questo senso attratta dalle forme di potere esercitate dai media, ed è soggetta alle logiche di potere ed economiche che hanno come scopo la standardizzazione di mercato o della società stessa, in cui l’individuo preso come singolo appare alienato in questa grande collettività⁶¹.

La Scuola di Francoforte pone per prima il problema della manipolazione dei media, che sarà più in là oggetto di studio più approfondito di altri studiosi, tra cui Guido Gili⁶². Gili descrive la manipolazione dei media come «l’uso di strumenti e tecniche che servono a modellare il comportamento umano e i rapporti sociali allo scopo di inserirli all’interno degli schemi di interazione e di organizzazione sociali dominanti»⁶³. Le tecniche “dirette” di controllo e di influenza sociale però perdono di efficacia in società vaste e complesse, caratterizzate da profonde differenze sociali e culturali, per cui si deve dapprima procedere a una “graduale standardizzazione dei valori fondamentali” per la costruzione di un sistema unitario di valori comuni come sintesi di ideologie e visioni del mondo contrastanti. Ed è qui che si richiedono l’uso di tecniche sociali “indirette” che usino in modo cosciente i nuovi mezzi di diffusione per manipolare le influenze psicologiche.

I mass media quindi diventano un modo ineludibile e indispensabile per garantire l’integrazione della società. Innanzitutto, i media devono costruirsi una *credibilità (credibilità dei media)*, che è frutto di negoziazione tra emittente e destinatario ed è un effetto pianificato consapevolmente, e consiste nei caratteri dell’integrità, indipendenza, spontaneità, e omofilia dell’emittente. In secondo luogo, è necessario costruire una *credibilità nei media*, ovvero una credibilità di chi utilizza i media per far raggiungere al pubblico il proprio messaggio, e consiste in una riduzione della distanza con il pubblico e la definizione di specifiche condizioni per apparire credibile (come l’identificazione degli attori coinvolti con precise caratteristiche personali e l’ambientazione all’interno del quale l’evento avviene). In terzo luogo, la manipolazione dei media si avvale di alcune *strategie del discredito*, come la costruzione del nemico, la disconferma, e l’insinuazione, che nascono per far fronte a una concorrenza per la credibilità tra emittenti. Sostanzialmente l’uso di queste strategie gettano un’ombra negativa su alcune fonti o attori coinvolti in un evento allo scopo di screditarli e squalificarli.

⁶¹ H. Marcuse, *L’uomo a una dimensione*, 1964, Einaudi, Torino.

⁶² G. Gili, *Il problema della manipolazione: peccato originale dei media?*, 2001, FrancoAngeli, Milano

⁶³ *Ibidem*, p.33.

La manipolazione dei media riguarda soprattutto il contenuto, ovvero il “messaggio” che il mezzo informativo vuole fare arrivare al pubblico. Per comunicare in modo effettivo e positivo un messaggio, è necessario che vi siano alcune condizioni necessarie, che Herbert Paul Grice⁶⁴ chiama “massime conversazionali”:

- la *completezza dell'informazione*, cioè la quantità di informazioni necessarie per comprendere pienamente un messaggio. L'emittente non può trasmettere una quantità di informazioni inferiore o di gran lunga superiore a quella richiesta, altrimenti si otterrebbe un effetto “anticomunicativo” del messaggio che potrebbe distrarre o confondere il ricevente;
- la *qualità delle informazioni*, ovvero la condizione esistenziale della veridicità delle informazioni e la sincerità dell'emittente, fondata su evidenze empiriche. Si contravviene a questa norma qualora l'emittente comunica più o meno consapevolmente una notizia falsa o una “mezza verità”, con l'intento di impressionare il ricevente e alterare la qualità dell'informazione;
- la *relazione*, ovvero la carenza di pertinenza all'interno di una cornice comunicativa attraverso l'introduzione di elementi fuorvianti che possano mettere in difficoltà il ricevente per quanto riguarda la comprensione del fatto;
- il *modo*, cioè la modalità con cui il contenuto della comunicazione viene espressa. Ci si riferisce ai linguaggi e ai codici comunicativi usati.

Queste regole possono essere facilmente infrante, anche inconsapevolmente, dai responsabili della comunicazione, per via dell'incomprensione tra i comunicanti o dei contesti sfavorevoli alla comunicazione. Sulla base di queste regole i mass media diventano *poll-takers*, cioè “mediatori” tra fatti reali e problemi e opinione pubblica del modo in cui il pubblico risponde ai diversi temi.

Anche la manipolazione dei *frame*, cioè delle cornici informative, può essere un'efficace strategia di manipolazione dell'informazione. Manipolando linguaggi e forme di testi, sfruttando le ambiguità delle notizie possono essere tattiche che mirano a creare equivoci cognitivi, che mirano a dichiarare falsi scopi e a usare sistemi di attribuzione di valore per ottenere a maggiore riconoscimento e legittimazione morale da parte del pubblico. Questa tattica è più agevole con la televisione, dove il flusso delle informazioni è continuo. Sfruttare notizie di “interesse umano” che si riferiscono al tema del dolore e della sofferenza, puntando al sensazionalismo per aumentare gli indici

⁶⁴ H. P. Grice, *Logic and Conversation*, 1975, articolo pubblicato sul n. 3 di *Syntax and Semantics*, P. Cole e J. Morgan (a cura di), Academic Press, New York, pp.41-58.

di ascolto e attirare l'attenzione di altri media, è un esempio chiaro di manipolazione dei frame. Lo scopo dei media è in questo caso attrarre il più possibilmente l'audience e acquisire notorietà.

Ipotizzare che l'audience presso cui i media si rivolgono non sia un corpo passivo, ma parte attiva all'interno del processo della comunicazione, ha fatto nascere teorie circa la manipolazione del pubblico. Queste teorie partono dal presupposto che la distorsione informativa sia possibile grazie al coinvolgimento e alla complicità più o meno consapevole del destinatario del messaggio. La manipolazione del pubblico utilizza le scorciatoie cognitive dei riceventi attraverso alcune strategie, come quella della simpatia, della personalizzazione, e della reciprocità, che sfruttano la sfera emozionale del ricevente. L'opinione pubblica, risultato della reciproca influenza tra individui e gruppi diversi, appare "limata" dal processo di manipolazione e attiva alcuni effetti, come quello del *trascinamento* (in cui il singolo individuo è sopraffatto da quello che la collettività sostiene e cerca di non discostarsi), l'*effetto terza-persona* (gli individui tendono a sovrastimare gli effetti persuasivi dei messaggi sugli altri e li sottostimano su loro stessi), e la *diffidenza del destinatario* (sfiducia del destinatario rispetto al contenuto del messaggio trasmesso). Queste teorie si agganciano per molti aspetti al concetto di *eterodirezione* di David Riesman⁶⁵. Per Riesman la manipolazione non prescinde solo dal comportamento degli emittenti verso un ricevente passivo, ma anche dalla "disponibilità" del ricevente verso forme di influenza esterne. L'eterodirezione è un "atteggiamento attivo di ricerca della conformità" che si forma tramite "agenzie di socializzazione" come la famiglia, la scuola, gli ambienti professionali, i mass media. Tutte queste agenzie danno al singolo individuo una "direzione" da seguire. In particolare:

- a) la manipolazione implica sempre un coinvolgimento attivo del ricevente per essere efficace;
- b) i gruppi sociali di appartenenza non sono un ostacolo all'influenza dei media, ma dei "conduttori di influenza" che mediano e socializzano influenze provenienti dai diversi ambienti sociali e dai mass media;
- c) l'uniformità dei riceventi deve essere compatibile con il pluralismo delle forme politiche e comunicative, poiché in società prevalgono modelli imitativi ad ogni livello che puntano sulla ricerca della "differenza marginale".

In sintesi, non ci può essere manipolazione senza un processo di auto-manipolazione perché non esiste nessun ricevente che sia in grado di opporre resistenza all'influenza dell'emittente. La disponibilità del ricevente alla manipolazione nasce dalla prospettiva di socializzazione e nella paura dell'isolamento che caratterizza la società contemporanea.

⁶⁵ D. Riesman, *The Lonely Crowd: A Study of the Changing American Character*, 1950, Yale University Press, New Haven & London.

Quando si svolge un processo mediatico bisogna comprendere le dinamiche, i frame, e i contesti all'interno dei quali le azioni hanno luogo. Guardare i fatti con gli stessi occhi con cui i media li descrivono potrebbe essere la strada più semplice e rassicurante, che farebbe di noi spettatori un'“audience passiva”. Ma la realtà è molto spesso diversa da quella che i media raccontano. I media, infatti, sono potentissimi strumenti di potere e di controllo delle informazioni in grado di influenzare le masse ricorrendo spesso a strategie ingannevoli e illusorie. Come destinatari dei messaggi siamo spesso sottoposti alla “gestione delle impressioni” degli altri. Comprendere le dinamiche del processo comunicativo ci aiuta a discernere le situazioni e i segnali di credibilità e di affidabilità nei confronti degli altri e fa di noi spettatori attivi e consapevoli in grado di comprendere la complessità della realtà in cui viviamo.

CAPITOLO SECONDO

I processi mediatici in Italia: due casi di studio

«Quando l'opinione pubblica appare divisa su un qualche clamoroso caso giudiziario – divisa in “innocentisti” e “colpevolisti” – in effetti la divisione non avviene sulla conoscenza degli elementi processuali a carico dell'imputato o a suo favore, ma per impressioni di simpatia o antipatia. Come uno scommettere su una partita di calcio o su una corsa di cavalli.»

Leonardo Sciascia, articolo pubblicato su *El País*, 1987

2.1 – Il processo penale e l'informazione giudiziaria

In Italia il sistema giudiziario relativo al processo penale è organizzato su tre livelli detti “gradi di giudizio”, ossia: il Tribunale (a composizione collegiale o monocratica), la Corte di Appello, e la Corte di Cassazione. Per i reati più gravi sono previste, in primo e secondo grado, la Corte di Assise e la Corte di Assise di Appello. Il processo penale è disciplinato dal Codice di procedura penale, introdotto con il Decreto del Presidente della Repubblica del 22 settembre 1988 n. 447 ed entrato in vigore il 24 ottobre 1989.⁶⁶

Di norma, secondo il nostro ordinamento, il procedimento penale inizia quando la Polizia o il Pubblico Ministero (PM) vengono a conoscenza di un fatto considerato reato. Per alcune tipologie di reato, per mettere in atto il procedimento penale a carico di un imputato, è necessaria la denuncia della persona offesa. Per i reati considerati più gravi la denuncia non è necessaria, ma si procede d'ufficio. Con la presa di coscienza di un reato avvenuto, il Pubblico Ministero e la Polizia giudiziaria danno inizio alle indagini preliminari, le quali non hanno una durata ben definita, ma sono commisurate al tipo di reato commesso. Esse consistono nella raccolta di indizi e prove a carico dei sospettati di aver commesso il reato. Inoltre, le indagini hanno il compito di raccogliere le prove per stabilire se ci sono i presupposti per iniziare un processo penale. Quest'ultima è una fase molto delicata e per questo motivo si svolge segretamente, perciò nessuno può consultare gli atti del

⁶⁶ M. Pisani, *Manuale di procedura penale*, 2006, Monduzzi Editore, Bologna.

processo se non viene espressamente autorizzato. Durante questo lasso di tempo, l'indagato e la persona offesa possono comunque svolgere indagini difensive a proprio favore, con l'aiuto di avvocati e consulenti tecnici, in modo da poter avanzare la propria difesa davanti al Pubblico Ministero incaricato di seguire il rispettivo procedimento penale.

Una volta concluse le indagini preliminari, in base agli elementi raccolti, il Pubblico Ministero decide se rinviare a giudizio la persona che egli ritiene responsabile del reato commesso o presentare richiesta di archiviazione del procedimento penale, decisione che spetterà al Giudice per le Indagini Preliminari (GIP). Se il GIP opta per la seconda opzione, sia l'indagato che la persona offesa hanno la possibilità di presentare opposizione, con la quale verrà fissata un'udienza di discussione. In questo caso è il Giudice per le Indagini Preliminari che decide se disporre nuove indagini oppure archiviare il caso. In alcune circostanze, il Giudice per le Indagini Preliminari può ordinare al Pubblico Ministero che vengano formalizzate delle incriminazioni a carico dell'indagato (dicesi "imputazione coatta"). Da questo momento in poi, per alcuni reati più gravi è prevista un'udienza preliminare che avviene tra la fine delle indagini preliminari e l'inizio del processo e che ha la funzione di offrire maggiori garanzie all'imputato. Difatti, è proprio durante questa fase che l'imputato può far valere la propria difesa tramite il proprio avvocato difensore, che espone al giudice i motivi per cui il processo a carico del proprio imputato non dovrebbe avere inizio: molto spesso questo avviene per insufficienza di prove, o perché le prove raccolte sono ritenute non idonee per sostenere l'accusa, trattandosi solamente di indizi. Spetta comunque al Giudice la decisione se rinviare l'imputato a giudizio, oppure di emettere una sentenza di "non luogo a procedere". Per i reati meno gravi (contravvenzionali o per cui è prevista una pena massima di 4 anni di reclusione) non è prevista l'udienza preliminare, al contrario si procede alla citazione diretta a giudizio.

Quando inizia il processo penale, in caso la tesi difensiva dell'udienza preliminare venga respinta, l'imputato ha il diritto di chiedere di essere ascoltato, insieme alla facoltà di presentare documenti e/o testimoni a suo favore. Questi stessi diritti sono garantiti alla persona offesa vittima del reato, la quale può partecipare al processo per chiedere il risarcimento per i danni subiti come conseguenza del reato subito. Entrambe le parti possono presentare una lista di testimoni che deve essere depositata almeno sette giorni prima della data fissata dal Giudice per l'inizio del processo penale, pena la decadenza della possibilità di presentare testimoni.

In caso gli elementi raccolti a favore della colpevolezza dell'imputato siano ritenuti evidenti, all'imputato viene riconosciuto il diritto di chiedere che il processo contro di lui venga svolto con un procedimento alternativo rispetto a quello ordinario: trattasi del "rito abbreviato", procedimento che consente la riduzione della pena di un terzo rispetto a quella prevista per quel tipo di reato in caso di condanna e che si basa esclusivamente sugli atti del Pubblico Ministero e dell'avvocato difensore,

senza che siano presi in esame eventuali testimoni. Per i reati meno gravi è previsto il cosiddetto “patteggiamento”, cioè l’applicazione della pena su richiesta delle parti. Solitamente l’imputato è tenuto a scegliere quale procedimento seguire durante l’udienza preliminare o durante la prima udienza dibattimentale, in caso di citazione diretta.

Nel caso in cui si opta per il procedimento ordinario, sono previsti, come riportato sopra, tre gradi di giudizio. Nella fase dibattimentale si procede all’esame dei fatti e dell’imputato, vengono ascoltati i testimoni, viene formata la prova in contraddittorio tra le parti e si producono documenti. In seguito, si procede alla discussione del Pubblico Ministero, del difensore della parte civile ed infine dell’imputato. Dopo il primo grado di giudizio, il Giudice emette una sentenza che deve essere motivata e che può essere impugnata dall’imputato in caso di condanna, o dal Pubblico Ministero in caso di assoluzione dello stesso. A suo modo, la persona offesa ha diritto ad impugnare la sentenza. La sentenza può essere impugnata in ultima istanza alla Corte di Cassazione, la quale decide sulla legittimità della sentenza di secondo grado, dopodiché diverrà irrevocabile.

La durata nei processi penali in Italia è variabile, ma il sistema è conosciuto per le sue tempistiche abbastanza lunghe. Essa può variare a seconda della regione in cui il processo viene svolto e dipende da fattori interni ed esterni al processo. Nel caso di reati meno gravi, il giudice può variare all’interno di un procedimento penale, e questo fa sì che il processo stesso debba ricominciare tutto da capo, per consentire al nuovo giudice di ascoltare nuovamente tutti i testimoni e di valutare tutti gli atti del processo. Inoltre, gli avvocati possono invocare il legittimo impedimento in caso di motivi personali o altri impegni professionali che comportino il rinvio dell’udienza. Il processo in primo grado è quello che si presenta come quello con la fase più lunga, perché si considera tutto il tempo che viene impiegato per ascoltare i testimoni, esaminare i fatti e il contraddittorio tra le parti in presenza del giudice e di tutte le parti processuali. Le tempistiche del processo tendono a subire dei notevoli ritardi in caso di indagini complesse, in cui la via intrapresa non porta sempre all’individuazione del colpevole, o non si raccolgono prove sufficienti o sufficientemente valide. In caso di elevata durata dei processi si può anche incorrere nella prescrizione, cioè la decadenza dei termini nel quale un reato può essere perseguito.

L’imputato o l’indagato sospettato di aver commesso il reato, può essere sottoposto a misure di custodia cautelare in carcere.⁶⁷ Il fermo viene disposto dal Giudice per le Indagini Preliminari con la cooperazione della Polizia giudiziaria in caso di gravi indizi di colpevolezza o di esigenze cautelari (rischio di inquinamento delle prove, fuga dell’imputato, reiterazione del reato), ossia quando qualunque altra misura risulti inadeguata. La custodia cautelare è a tutti gli effetti una misura coercitiva, che comporta una privazione o limitazione della libertà personale. Le misure cautelari

⁶⁷ Art. 285, Codice di procedura penale, 1988.

hanno una durata variabile a seconda del reato per le quali la persona è imputata o indagata. Generalmente, la durata massima prevista per la custodia cautelare in carcere in attesa del primo grado di giudizio è uguale alla pena massima prevista per il delitto per cui è stata applicata la custodia cautelare.

Dopo la sentenza, in caso di condanna, il carcere può essere previsto come pene per alcune tipologie di reati (pena detentiva). L'Articolo 27 della Costituzione della Repubblica Italiana⁶⁸ dispone che: «*La responsabilità penale è personale. L'imputato non è considerato colpevole sino alla condanna definitiva. Le pene non possono consistere in trattamenti contrari al senso di umanità e devono tendere alla rieducazione del condannato. Non è ammessa la pena di morte*». Si sancisce così la finalità educativa della pena allo scopo di reinserire il reo nel contesto sociale da persona riabilitata. Alla luce di questa disposizione, nessun imputato può essere considerato colpevole in via definitiva sino al raggiungimento del terzo grado di giudizio.

Negli ultimi vent'anni il rapporto tra procedimenti penali e stampa è mutato radicalmente, grazie alla diffusione dei nuovi mezzi di comunicazione di massa. Indagare i rapporti tra media e processo significa scoprire un nuovo settore della comunicazione che si occupa di quello che si potrebbe chiamare in maniera riduttiva “cronaca nera” o “cronaca giudiziaria”, ma che in realtà finisce con il coinvolgere un nucleo di interessi, di questioni, e di valori che trascendono l'ambito limitato della cronaca dei processi.⁶⁹ Se da un lato il processo penale implica questioni relative alla libertà personale, alla tutela dell'immagine e alla dignità dei soggetti acquisiti, dall'altro lato esso comporta il tocco di una serie di delicati equilibri, come i rapporti tra politica e giustizia, o tra opinione pubblica e azione della magistratura.

A partire dagli anni Novanta, con la vicenda di Mani Pulite, la cronaca giudiziaria si è sviluppata come un genere giornalistico a sé e consiste nella pubblicazione dei resoconti delle sedute dei processi, nonché degli elementi che li accompagnano. Sono stati infatti creati programmi *ad hoc* e salotti televisivi che seguono il processo penale sin dalle fasi della conoscenza dell'avvenuto reato e dalle indagini preliminari: *Porta a Porta*, *Matrix*, *Quarto Grado* sono solo alcuni dei programmi di informazione e di intrattenimento incentrati sulle notizie di cronaca giudiziaria che registrano alti indici di ascolto. Molto spesso, ai processi in atto di grande risonanza mediatica vengono dedicate puntate o comunque spazi anche nei programmi di intrattenimento quotidiani generalisti (si pensi ad esempio alla *Vita in diretta*, *Italia sul Due*, o *Domenica In*). Sovente tutti questi programmi si sono soffermati su casi di cronaca e processi in atto aventi per oggetti i delitti italiani che hanno attratto l'attenzione morbosa del pubblico e dei media, amplificandone l'effetto: il delitto di Novi Ligure, la

⁶⁸ Articolo 27, Costituzione della Repubblica Italiana, 1948.

⁶⁹ F. Petrelli, *L'informazione giudiziaria in Italia. Libro bianco sui rapporti tra mezzi di comunicazione e processo penale*, Osservatorio sull'informazione giudiziaria dell'Unione Camere Penali Italiane (a cura di), 2016, Pacini Editore.

strage di Erba, il delitto di Garlasco, ecc., sono solo alcuni dei casi di reati e processi ad alto tasso mediatico che hanno sconvolto e diviso l'opinione pubblica italiana. Per le peculiarità dello svolgimento dei loro processi e per l'interferenza dei media all'interno di essi, prenderemo in esame due dei più eclatanti e travagliati processi mediatici in Italia: il delitto di Perugia e il delitto dei Cogne. Vedremo come nel primo caso i media siano stati usati come strategia dell'accusa, e come invece nel secondo caso i media abbiano giocato un ruolo di stampo innocentista a favore dell'imputata.

2.2 – Il delitto di Perugia

Il caso dell'omicidio della studentessa inglese Meredith Kercher, conosciuto anche come il “delitto di Perugia”, è un caso esemplare di processo mediatico che ha coinvolto stampa e opinione pubblica di mezzo mondo e non solo italiana per via della nazionalità dei soggetti coinvolti e della complessità del processo stesso in cui si sono intersecati una pluralità di interessi e valori.

Meredith Kercher era una studentessa inglese di 21 anni originaria di Londra che frequentava il corso di laurea in Studi Europei presso l'Università di Leeds in Inghilterra, ed era arrivata in Italia nel settembre del 2007 avendo aderito al programma Erasmus per frequentare dei corsi presso l'Università per Stranieri di Perugia⁷⁰. La notte tra il 1° e il 2 novembre 2007 fu trovata morta con la gola tagliata all'interno della sua camera da letto nel suo appartamento a Perugia, in Via della Pergola 7, che condivideva con altre due ragazze italiane e un'altra coinquilina americana giunta come lei in scambio a Perugia, Amanda Knox. I primi ad essere sospettati per il suo omicidio furono Amanda, 20 anni proveniente da Seattle, negli Stati Uniti, e il suo nuovo fidanzato italiano Raffaele Sollecito, 23 anni proveniente da Giovinazzo in provincia di Bari. Il processo che ne seguì fu molto travagliato e pieno di contraddizioni. I due imputati si proclamarono sempre estranei alla vicenda e l'arma del delitto non fu mai trovata, così come non è mai stato chiarito il movente del delitto, anche se si riputasse fosse a sfondo sessuale. Ai due principali sospettati, arrestati qualche giorno dopo il delitto si aggiunsero presto altri due sospettati: Patrick Lumumba, 37 anni e di origine congolese, proprietario del pub dove Amanda lavorava come cameriera, e Rudy Guede, 21 anni originario della Costa d'Avorio. Il primo fu scagionato quasi subito l'arresto, ritenuto estraneo ai fatti e coinvolto nella vicenda a causa delle false dichiarazioni di Amanda (la quale fu poi condannata per calunnia), mentre il secondo, sulla base di prove oggettive della sua presenza sulla scena del crimine in quel momento, è stato condannato in via definitiva a 16 anni per concorso in omicidio, ed è l'unico ancora oggi presente in carcere e condannato in via definitiva e con rito abbreviato per il delitto. Amanda e

⁷⁰ M. Parrini, *Ecco chi sono Meredith, Amanda e Raffaele*, 11 novembre 2007, articolo pubblicato su *Il Foglio*.

Raffaele sono invece stati assolti in via definitiva dalla Corte di Cassazione nel 2015 dopo un lungo iter giudiziario durato otto anni.

La mediatizzazione di questo processo dipende da tre fattori e diversi elementi. In primo luogo, l'internazionalità del caso per via dei soggetti coinvolti. I protagonisti di questa vicenda hanno tutte nazionalità differenti, ognuno proveniente da ben tre continenti diversi. In modo particolare la nazionalità di Meredith e Amanda ha fatto sì che il caso venisse discusso sui più importanti tabloid in lingua inglese (*BBC, CNN, The Guardian, The Daily Telegraph*, e altri ancora) facendo in modo che la vicenda avesse ampia copertura mediatica in tutto il mondo. Inoltre, il fatto che il delitto sia avvenuto in una piccola città italiana come Perugia, in un contesto internazionale ha dato ulteriore risalto alla vicenda. In secondo luogo, gli elementi che accomunano gli imputati e fanno da sfondo alla vicenda: il fatto che tutti e tre gli imputati e la vittima fossero giovani, disinibiti, lontani dalla propria casa per motivi di studio, con un passato spesso difficile, dediti al sesso e facenti uso occasionalmente di sostanze stupefacenti. In terzo luogo, il processo che n'è scaturito è stato un punto importante di svolta all'interno del sistema giudiziario italiano, e ha condotto ad alcune riflessioni di particolare importanza: il ruolo dei media all'interno dei processi, il dibattito pubblico e il ruolo della pubblica opinione, la fabbricazione di prove, la creazione di "mostri mediatici", il ribaltamento delle sentenze, sono alcuni dei punti chiave della vicenda. Per questi motivi il delitto di Perugia è un caso interessante da analizzare sotto il profilo dei ruoli dei media, delle teorie dell'influenza e degli effetti, del newsmaking e il ruolo dell'audience, e della manipolazione delle notizie. Le conclusioni che si potrebbero trarre da questa analisi sono più o meno condivisibili, ma di certo non scontate.

Come si è già detto il ruolo dei media all'interno del processo dell'informazione è innegabile, così come l'influenza che i media esercitano sulle persone. Nel caso dell'omicidio di Meredith troviamo tutti gli elementi tipici relativi al concetto di influenza (fattori personali e sociali dei soggetti coinvolti, il contesto di ricezione delle informazioni, valori già diffusi dalla stampa nell'audience che determinano l'intensità con cui il messaggio arriva, gli effetti comportamentali che ne derivano), nonché l'intenzione dei media di costruire un consenso omogeneo dell'opinione pubblica di chiaro stampo colpevolista. In questo quadro si collocano i "micro-effetti" descritti da Scott Keeter⁷¹, poiché si osserva come il pubblico che sia stato maggiormente portato a credere nella colpevolezza degli imputati è il pubblico televisivo. Come dimenticare infatti i titoli sensazionalistici con i fotogrammi di Amanda e Raffaele che si scambiano tenere effusioni fuori dalla villetta appena dopo il ritrovamento del corpo di Meredith, e i vari programmi e puntate dedicati interamente alla vicenda.

⁷¹ S. Keeter, *The Illusion on Intimacy Television and the Role of Candidate Personal Qualities in Voter Choice*, 1987, articolo pubblicato sul n.51 di *Public Opinion Quarterly*, pp.344-358.

Dal punto di vista della teoria degli effetti la vicenda si potrebbe inquadrare nelle teorie dell'*agenda setting*, del *framing* e del *priming* (*agenda building*). Infatti, il prestare così tanta attenzione alla vicenda è stato causato da un'oggettiva sovraesposizione dei media, che ha fatto sì che ognuno venisse a conoscenza del caso e si facesse una propria opinione della vicenda. Il modello stimolo-risposta è stato applicato per i dettagli intimi della vita dei tre imputati e della vittima, spesso e volentieri poco importanti ai fini del processo, che ha fatto in modo di proiettare un'idea o un pregiudizio nell'immaginario comune di molti. In tanti infatti sono rimasti sorpresi dalla sentenza di assoluzione dei due principali imputati, Amanda e Raffaele, proprio perché nel caso mediatico si è dato più risalto alla vita dei due e ai loro dettagli che delle fasi del processo e del loro dibattimento. Per quanto riguarda il *framing* e il *priming*, è facile intuire come l'incorniciatura dei fatti da parte dei media all'interno di uno schema di convinzioni pregresse (il clima di opinione generale era sin dal principio abbastanza colpevolista e severo nei confronti dei due imputati, anche a causa degli elementi emersi) sia stato determinante soprattutto nella prima fase del processo, e che gli stessi media abbiano dato un peso maggiore a questo caso piuttosto che altri forse anche più rilevanti.

Alla luce di quanto si è già detto non è difficile capire perché tutti i principali mezzi di comunicazione sia italiani che stranieri e il sistema di produzione delle notizie si siano concentrati su questo caso. I valori-notizia concernenti la vicenda sono ritenuti ad alto tasso di notiziabilità: la nazionalità e l'età dei soggetti coinvolti, il fatto che la principale sospettata sia americana e di bella presenza, il sesso e la droga come elementi di sfondo e possibili moventi, il fatto che tutto questo si svolgesse in pieno centro dell'Italia con gli occhi puntati di telecamere e giornalisti di mezzo mondo. Questi elementi sono stati decisivi soprattutto nella fase del trattamento e della tematizzazione delle notizie: spesso in chiave moralistica si cercava di tematizzare la vicenda come conseguenza di una sostanziale perdita di valori nel tessuto sociale giovanile del mondo studentesco, lontano dalle proprie famiglie o all'estero e dedito ai più disparati vizi. L'idea di fondo che è scaturita alla fine del processo e all'assoluzione dei due principali imputati (Amanda e Raffaele) è stata che i due fossero due giovani di buona famiglia in grado di pagare i migliori avvocati per la loro assoluzione, e che la nazionalità di Amanda fosse stata decisiva per il suo rilascio, frutto della pressione degli Stati Uniti sul governo italiano. Di certo questi fattori hanno portato a un dibattito pubblico e a costruire degli schemi di credenze all'interno del pubblico, che non è più rimasta come un'"audience passiva", ma "audience attiva" in grado di mettere in moto meccanismi all'interno del processo di informazione. D'altronde se negli Stati Uniti si è messo in moto un movimento di stampo innocentista per l'assoluzione dei due principali imputati ("*Free Amanda*"), in Italia, dopo l'assoluzione nel 2011 in secondo grado in Corte di Assise d'Appello, diversi giornali locali hanno dato spazio ai risultati di sondaggi di istituti

nazionali che indicavano come la maggioranza degli italiani non condividesse il verdetto ritenendo gli assolti colpevoli del delitto⁷².

La credenza ampiamente condivisa dall'opinione pubblica italiana sulla colpevolezza di Amanda e Raffaele nonostante la sentenza di assoluzione nasce inevitabilmente da una distorsione volontaria dell'informazione e dalla manipolazione delle notizie. Ritroviamo i caratteri della credibilità dei media, della credibilità nei media, e dell'utilizzo delle strategie del discredito. Se per i primi due caratteri è essenziale il rapporto che si crea tra emittente e spettatore per la trasmissione di un messaggio, e l'identificazione degli attori coinvolti con precise caratteristiche personali e l'ambientazione del quale l'ambiente avviene, la strategia del discredito punta a creare un "nemico pubblico" e utilizza la tattica dell'insinuazione per suggerire un messaggio. Nel caso dei delitti, questo comporta la costruzione di un "mostro mediatico" e nella proiezione di vari moventi che hanno portato a compiere le sue azioni. Nel delitto di Perugia si è dato ampio risalto alla personalità di Amanda, descritta come una ragazza sopra le righe e di facili costumi, in grado di sedurre gli uomini e che aveva portato i suoi due presunti co-autori del delitto, Raffaele e Rudy, a uccidere la sua coinquilina. I giornalisti, sia italiani che stranieri avevano anche coniato un nome per lei che rappresentasse il suo personaggio: "*Foxy Knoxy*".⁷³ La manipolazione del contenuto nel trasmettere le informazioni della vicenda al pubblico sta nel fatto che i media diventano mediatori tra ciò che realmente è successo e ciò che la gente percepisce a seconda di come si è presentato il problema: infatti si è cercato di presentare il delitto come risultato di una deviazione mentale degli attori coinvolti dovuti al clima di perdizione nel quale vivevano piuttosto che porre l'accento su altri aspetti, tipo la criminalità della città di Perugia legati al traffico e spaccio di droga e ai problemi di sicurezza della casa e del quartiere dove la vittima viveva. Sicuramente nel dare spazio a certi temi piuttosto che ad altri ha fatto in modo di tralasciare aspetti importanti della vicenda, e quindi possibili piste investigative.

Il processo Meredith è un esempio lampante di come i media abbiano un ruolo centrale all'interno del procedimento penale. Nelle prime fasi è stato addirittura definitivo. Se in secondo grado e in sentenza definitiva si è arrivati a un'assoluzione dei due principali imputati per mancanza di prove, in primo grado li si è condannati per prove e moventi che i media hanno costruito e alimentato, andando a scavare nel passato e nella psiche dei due ragazzi, definendone la personalità, e avendo un peso molto importante ai fini dell'accusa. È indubbio affermare che sicuramente le idee proiettate dai media con il bombardamento delle informazioni possano avere influenzato in qualche modo i giudici nella pronuncia della sentenza. Questo meccanismo che si è andato ad attivare è molto

⁷² E. Albertario, G. Castellini, *La ricostruzione di cronaca giudiziaria nei media*, www.archiviopenale.it.

⁷³ F. Sarzanini, *Amanda e gli altri. Vite perdute intorno al delitto di Perugia*, 2008, Bompiani.

pericoloso perché può portare a grossolani errori giudiziari. La frettolosa ricerca di un colpevole a tutti i costi subito dopo aver scoperto il delitto ha fatto in modo di non aver effettuato accurate indagini. Del resto, l'ampio risalto mediatico della vicenda ha fatto in modo che ci fossero state pressioni sin dal primo momento sulle autorità giudiziarie locali andando ad influenzare il loro lavoro.⁷⁴ A differenza dei media stranieri, i media italiani si sono concentrati, su dettagli morbosi e irrilevanti ai fini delle indagini e del processo, come il rapporto tra gli imputati, la loro vita, e le proprie abitudini. Una volta aver costruito i "mostri mediatici", è difficile riabilitare la figura degli assolti al ribaltamento della sentenza. Questo è il principale motivo per cui la maggior parte dell'opinione pubblica italiana non condivide la sentenza di assoluzione reputando ancora oggi Amanda e Raffaele colpevoli dell'omicidio di Meredith, ma senza aver approfondito adeguatamente i dibattiti e le fasi del processo in aula di tribunale.

2.3 – Il delitto di Cogne

Il delitto di Cogne è un altro celebre caso di cronaca nera avvenuto la mattina del 30 gennaio 2002 a Cogne, un paesino in Valle d'Aosta conosciuto per la sua tranquillità e per essere una rinomata località turistica, e che ha visto coinvolta una famiglia della media borghesia italiana. La vittima è Samuele Lorenzi, un bambino di soli 3 anni, ucciso con un corpo contundente che gli fracassò il cranio. L'arma del delitto non fu mai ritrovata. Dopo un primo momento di indagini preliminari, venne accusata dell'omicidio, la madre del bambino, Annamaria Franzoni, una donna di 30 anni, casalinga, la quale venne in un primo momento reputata non capace di intendere e di volere al momento della commissione del delitto⁷⁵. La donna venne riconosciuta l'unica colpevole dell'omicidio e le si negò il riconoscimento dello status di infermità mentale. È stata condannata in via definitiva con rito abbreviato dapprima a 30 anni di reclusione e poi in appello a 16 anni, di cui solo 6 trascorsi in carcere. Attualmente la donna sta scontando la sua pena agli arresti domiciliari per buona condotta.

Il delitto di Cogne ha avuto ampio risalto mediatico per due motivi principali: il fatto che a uccidere un bambino fosse stata la sua stessa madre, in un Paese come l'Italia dove la famiglia costituisce un valore fondamentale, e che l'uso dei mass media sia stato usato consapevolmente da parte della difesa, e in modo particolare dall'avvocato e politico italiano Carlo Taormina (all'epoca dei fatti deputato presso la Camera e sottosegretario al Ministero dell'Interno) e dal suo *team*, come strumento per dimostrare l'innocenza dell'imputata e sua assistita. Annamaria Franzoni infatti

⁷⁴ A. Fiorucci, L. Fiorucci, *Reperto 36. Anatomia giudiziaria dell'omicidio di Meredith Kercher*, 2015, Morlacchi.

⁷⁵ E. Davolio, *Il caso Cogne. La storia, le indagini, i protagonisti*, 2003, Adnkronos libri, Roma.

divenne in quell'anno un personaggio televisivo, invitato nei principali salotti della televisione italiana (si ricorda la sua partecipazione a *Studio Aperto*, *Porta a Porta*, e *Maurizio Costanzo Show*) a esporre la sua versione dei fatti, in modo molto spesso teatrale e simulando disperazione per l'accaduto.

Il processo mediatico che ha visto Annamaria Franzoni come protagonista può essere spiegato anch'esso dalle teorie della diffusione dell'informazione, cioè dalle teorie degli effetti e dell'influenza. In primo luogo, la teoria dell'*agenda setting* spiega perché il delitto di Cogne è entrato nell'immaginario collettivo degli italiani: l'enfasi data alla vicenda, la sovraesposizione mediatica della protagonista, la scelta dei giornalisti di riproporre il tema periodicamente ha fatto sì come la vicenda sia stata schematizzata cognitivamente nella mente del pubblico. In secondo luogo, la teoria dell'*agenda building* spiega come la notizia è venuta tematizzata all'interno dei media: la scelta fatta nell'ambito del *framing* è stata quella di porre l'accento sulla presunta innocenza o colpevolezza dell'imputata piuttosto che su altri temi, come le difficoltà familiari o personali (pare che la donna soffrisse di una vera e propria depressione *post-partum*), e questa scelta ha reso difficile la codificazione della vicenda al pubblico. Dalla scelta del *frame* usato dipende anche la difficoltà del *priming*, cioè l'attivazione dei meccanismi di giudizio da parte del pubblico.

Di certo il delitto di Cogne non è il primo caso di cronaca nera in Italia in cui una madre uccide i propri figli ma di certo è stato il caso più mediatizzato da essere un vero e proprio spartiacque all'interno del giornalismo italiano: parlare di una madre assassina di un bambino in così tenera età era considerato un tabù da parte di molti⁷⁶. In quest'ottica si inserisce la spirale del silenzio teorizzata da Elizabeth Noelle-Neumann⁷⁷: accettare che la donna possa soffrire di un disagio psichico e malessere esistenziale conseguentemente alla nascita di un figlio è difficile da accettare in una società dove la famiglia è considerata un'istituzione. Le opinioni minoritarie in merito sono destinate a rimanere sommerse e a scomparire e a produrre un effetto di omogeneizzazione culturale così come previsto dalla teoria della coltivazione di George Gerbner⁷⁸ che considera gli effetti a lungo termine. La televisione attraverso le immagini e i suoi contenuti influenza il soggetto, che non riesce più a percepire la distanza tra realtà fenomenica e realtà percepita. Questo produce una sorta di stereotipizzazione di alcuni modelli sociali che provengono dal mondo dell'informazione e che influenzano il pubblico attraverso un processo graduale.

Tuttavia, anche il concetto di influenza è importante: esso tiene conto di fattori di co-causalità molto più complesse rispetto al modello "causa-effetto" della teoria degli effetti. Si può dire infatti

⁷⁶ R. Di Giovanicchio, *Anatomia del caso Cogne*, 2007, in *Delitti Privati*, Fazi, Roma, p.217-420.

⁷⁷ E. Noelle-Neumann, *La spirale del silenzio. Per una teoria dell'opinione pubblica*, 1980, Maltemi.

⁷⁸ G. Gerbner, M. Morgan, N. Signorielli, *Standpoint: Violence on television: The cultural indicators project*, 1995, articolo pubblicato sul n.39 di *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, pp.278-283.

che i fattori personali e sociali, il contesto di ricezione, e i valori diffusi già nell'opinione pubblica hanno determinato l'intensità con cui il delitto di Cogne è stato percepito e che hanno contribuito a creare un'opinione comune.

Per quanto riguarda il *newsmaking*, ampio risalto è stato dato nella fase di trattamento della notizia. La notiziabilità del delitto di Cogne e del suo relativo processo è data dai valori-notizia della singolarità e dell'interesse, ma anche alcuni valori-notizia intermedi come l'identificazione e il sensazionalismo. Del resto, se si considera la notizia come un prodotto da vendere, si deve anche considerare l'enfasi che gli addetti ai lavori dell'informazione vi pongono: più i *giornalisti-gatekeepers* tenderanno a proporre al pubblico una vicenda, più se ne parlerà. Se si considera che il pubblico è composto da una massa attiva di spettatori, si considererà anche che il pubblico è il risultato dell'interazione mediale, come sostiene David Herbert⁷⁹. È quindi lo spettatore che nel fruire dell'informazione decodifica autonomamente il messaggio (elemento tipico della *reader-response and reception theory* di David Buckingham⁸⁰). Sotto questa prospettiva si può dire che il delitto di Cogne è stato analizzato anche da più punti di vista all'interno dei programmi anche molti anni dopo dell'accaduto, e ognuno ha utilizzato una chiave di lettura diversa.

Il processo mediatico conduce molte volte al rischio dell'autoreferenzialità dell'informazione. Alla luce dei valori-notizia a quale si è dato risalto durante il processo di produzione delle notizie, è facile percepire come le distorsioni informative che hanno avuto luogo durante il processo di Cogne non è frutto di una vera opera di manipolazione, ma piuttosto di una distorsione informativa non volontaria, che dipende dal mezzo di comunicazione usato. Nell'ambito del delitto di Cogne si è fatto un uso spasmodico del mezzo televisivo, attraverso *reportage*, interviste o ospitate in diretta. Visto la strategia usata da parte della difesa della Franzoni di avvalersi dei media, e della televisione in modo particolare, come strumenti per dimostrare la propria innocenza, si può in qualche modo assolvere i giornalisti dalla propria responsabilità della rappresentazione ingannevole della realtà (i cosiddetti *fattoidi*). In questo caso, invece, le responsabilità sono da attribuirsi al sistema informativo dove i giornalisti operano.

Il delitto di Cogne e il relativo processo mediatico che n'è seguito, sottolinea come il dolore privato di una donna, una madre, o una famiglia possa essere utilizzato dai mass media a favore di audience. Se da un punto di vista dell'informazione si può parlare di un modello redditizio di fare spettacolo, dal punto di vista morale to in si è scatenato un grande dibattito pubblico sull'invasività dei media nelle tragedie familiari e personali e nella loro strumentalizzazione.

⁷⁹ D. Herbert, *Religion and Civil Society*, 2003, Routledge Handbook of Religion and Politics.

⁸⁰ D. Buckingham, *Public Secrets: EastEnders and Its Audience*, 1987, British Film Institute.

2. 4 – I due casi di studio: una tabella comparativa

Casi di studio / Teorie	DELITTO DI PERUGIA
Effetti	<p>AGENDA SETTING: Sovraesposizione mediatica del processo da parte di giornali e TV</p> <p>FRAMING: Opinioni pregresse nei confronti degli imputati di impronta colpevolista</p> <p>PRIMING: Eccesivo peso delle notizie (maggiore rispetto ad altri processi)</p>
Influenza	MICRO-EFFETTI: Pubblico televisivo maggiormente influenzato nel credere alla colpevolezza degli imputati attraverso l'uso di foto e filmati
Newsmaking	<p>VALORI-NOTIZIA: Attualità e interesse</p> <p>TEMATIZZAZIONE: Perdita di valori nel tessuto sociale giovanile studentesco</p>
Audience	AUDIENCE ATTIVA: Italia: utilizzo di sondaggi per esprimere la convinzione di colpevolezza degli imputati; Usa: attivazione di movimenti e fondazioni di stampo innocentista
Manipolazione / Distorsione informativa non volontaria	MANIPOLAZIONE: Creazione di “mostri mediatici”; Convinzione che i due imputati fossero stati assolti grazie alla propria disponibilità economica; Convinzione che gli Usa avessero influito sull'esito del processo; Nessun riferimento alla microcriminalità di Perugia e ai problemi di sicurezza

Casi di studio / Teorie	DELITTO DI COGNE
Effetti	<p>AGENDA SETTING: Enfasi data alla vicenda; Sovraesposizione mediatica volontaria dell'imputata; Scelta di riproporre periodicamente la vicenda</p> <p>FRAMING: Innocenza o colpevolezza dell'imputata (altri temi sono esclusi)</p> <p>PRIMING: Attivazione dei meccanismi di giudizio da parte del pubblico</p> <p>SPIRALE DEL SILENZIO: Difficoltà a trattare temi come la depressione post-partum e le difficoltà genitoriali (in un contesto dove la famiglia è un'istituzione)</p> <p>TEORIA DELLA COLTIVAZIONE: Distanza tra TV e realtà attenuata; Stereotipizzazione di alcuni modelli (madri che uccidono i propri figli)</p>
Influenza	CORRELAZIONE DELLE CAUSE: Fattori personali e sociali; contesto di ricezione; valori già diffusi nell'opinione pubblica che hanno contribuito a creare un'opinione comune
Newsmaking	<p>VALORI-NOTIZIA: Singolarità, interesse</p> <p>VALORI-NOTIZIA INTERMEDI: Identificazione, sensazionalismo</p>
Audience	<p>AUDIENCE ATTIVA:</p> <p>Uso della <i>reader and response theory</i>: delitto analizzato da vari programmi nel corso degli anni, utilizzando sempre una chiave di lettura diversa</p>
Manipolazione / Distorsione informativa non volontaria	DISTORSIONE INFORMATIVA NON VOLONTARIA: Autoreferenzialità dell'informazione per via dei mezzi di informazioni usati (TV): uso di reportage, interviste, ospitate in diretta come strategia difensiva dell'imputata (scelta consapevole)

CAPITOLO TERZO

L'influenza dei mass media sull'opinione pubblica

«Sono Strega perché spesso dò fastidio alle Sante Inquisizioni di questo strano millennio, di questo Medioevo di tribunali mediatici e apatici. Sono Strega perché i roghi esistono ancora e io – prima o poi – potrei finirci dentro.»

Franca Rame, tratto dal monologo teatrale *Chiamatemi Strega*, 2012

3.1 – I problemi deontologici

Tra il giornalismo e la magistratura possiamo ritrovare non pochi elementi in comune: entrambi seguono regole e codici di comportamento professionali, ed entrambi hanno come compito principale la ricostruzione dei fatti e l'accertamento della verità. Il modo in cui essi operano diverge però per quanto riguarda gli strumenti e le regole a loro disposizione, correndo a volte il rischio che la verità da accertare sia sostituita con la verosimiglianza⁸¹, cioè l'unica idea di verità a cui sia stato possibile pervenire in quel momento, in quel contesto, con gli elementi di fatto e di diritto che si hanno a disposizione. Inoltre, i rapporti tra queste due professioni sono abbastanza articolati e richiamano insieme una pluralità di valori e interessi⁸²: l'interesse dello Stato per l'azione obbligatoria del processo penale affinché possa determinarsi; l'interesse della collettività nell'avere un processo celere ed efficace in modo tale da accertare la verità; l'interesse dell'opinione pubblica ad essere informata; l'interesse dell'indagato e dell'imputato nel far valere la presunzione di non colpevolezza; l'interesse del giornalista ad informare.

Questi interessi e valori, pur avendo la stessa matrice, spesso entrano in collisione tra di loro nel processo mediatico: il problema principale è costituito dal fattore tempo. Se infatti la giustizia ha dei tempi di percorrenza abbastanza lunghi, i media arrivano alle conclusioni in tempi più o meno brevi. Questo conflitto può generare delle distorsioni pericolose: i giornalisti si occupano di fatti di cronaca giudiziaria soprattutto in fase di indagini preliminari, dunque appena dopo l'avvenuta conoscenza del delitto, nel momento in cui l'attenzione del pubblico verso i fatti è più alta. La fase del dibattimento per il processo di primo grado viene solitamente fissato una volta che le indagini

⁸¹ F. Giorgino, *Giornalismo e società. Informazione, politica, economia e cultura*, 2017, Mondadori Università, p.291.

⁸² F. Giorgino, *op. cit.*, p.290.

preliminari sono chiuse, e questo richiede un notevole trascorrere del tempo, che porta a un calare dell'attenzione del pubblico e dei media nei confronti del fatto. Il cittadino ha il diritto di conoscere subito cosa stia accadendo e il giornalista ha il dovere di informarlo: la conseguenza è quella per cui la fase delle indagini preliminari prende il sopravvento sulla fase di dibattimento.

È opportuno sottolineare anche le opportune differenze tra la magistratura e il giornalismo che si configurano come la distinzione tra processo ordinario e processo mediatico. Il primo si sviluppa in un luogo e in un tempo specifici, termina con una sentenza e con un giudicato, seleziona i dati su cui si fondano le decisioni, si svolge secondo regole e norme ben definite, astratte e generali, che però non ne riducono la complessità. Il secondo, al contrario, non ha un ordine ed è infinito: lavora in modo bulimico, raccogliendo qualunque elemento che il giornalista riesce ad avere in possesso. In esso prevalgono alcune logiche estranee al mondo giuridico, come l'inquisizione e l'emotività, che mirano a una ricostruzione della verità molto più semplificata e a una narrazione più chiara e concisa. In questo modo si crea una distanza tra "giustizia reale" e "giustizia percepita", le cui visioni possono molto spesso entrare in contrasto tra di loro. I media, e la televisione in modo particolare, finiscono per creare una "giustizia spettacolo" molto vicina al concetto di "giustizia percepita", a cui si arriva mediante percorsi extra-processuali esasperati che generano diversi effetti collaterali, tra cui l'eccessivo protagonismo degli operatori della giustizia, che più per le reali competenze, vengono valutati per la propria capacità di rapportarsi al sistema mediale e televisivo con lo scopo di promuovere la propria immagine e il proprio ufficio (proprio come è avvenuto nel caso della Franzoni, e della strategia difensiva elaborata dall'avvocato Taormina). Nel processo mediatico chi vince è proprio chi si dimostra più abile ad interagire con il sistema mediale: il giornalista più cinico o controcorrente, l'imputato più mediatico o interessante, l'avvocato più aggressivo, il magistrato più ambizioso, l'inquirente meglio introdotto nel sistema informativo. Viene da sé intuire come questo tipo di informazione possa tramutarsi in cattiva informazione o addirittura in malagiustizia⁸³.

Tuttavia, la libertà del giornalista nell'ambito del processo mediatico non è assoluta, ma incontra alcuni limiti che derivano dai codici di condotta come il *Testo unico dei doveri del giornalista*⁸⁴, il *Codice di deontologia relativo alle attività giornalistiche*⁸⁵, e il *Codice in materia di rappresentazione delle vicende giudiziarie nelle trasmissioni televisive*⁸⁶ dove sono sanciti alcuni principi importanti da tenere a mente e rispettare anche all'interno di un processo mediatico: il diritto

⁸³ G. Canzio, Primo Presidente della Corte Suprema di Cassazione, nel discorso pronunciato in occasione della cerimonia di per l'inaugurazione dell'anno giudiziario 2016.

⁸⁴ *Testo unico dei doveri del giornalista*, approvato dal Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti, 27 gennaio 2016.

⁸⁵ *Codice di deontologia relativo alle attività giornalistiche*, approvato dal Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti, 26 gennaio 2002 e riformata il 10 novembre 2011, ormai sostituito dal *Testo unico dei doveri del giornalista*.

⁸⁶ *Codice in materia di rappresentazione delle vicende giudiziarie nelle trasmissioni televisive*, approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, 30 giugno 2009, ormai sostituito dal *Testo unico dei doveri del giornalista*.

alla presunzione di non colpevolezza, la cautela nel diffondere nomi e immagini, il rispetto del principio del contraddittorio delle tesi, il diritto all'informazione, la libertà di opinione di ogni persona, i diritti fondamentali delle persone, la solidarietà tra colleghi, la libertà di critica ecc. L'informazione giudiziaria e di cronaca deve prestare attenzione non solo a *come* le notizie vengono riportate e scritte, ma anche a *quali* notizie vengono selezionate e ai meccanismi alla base della loro scelta da parte dei giornalisti. Infatti, all'attenzione del pubblico non viene riportata la totalità delle informazioni di cronaca giudiziaria e di cronaca nera, ma solo una selezione di processi, indagini, e atti che possono essere rilevanti per la sensibilità e per le idee del giornalista e dell'editore, e per le routine produttive e burocratiche del processo informativo. Comunque, le notizie riportate devono rispondere al principio della completezza dell'informazione che rispecchia il legame che c'è tra fatto e notizia. Di fronte a una notizia di cronaca giudiziaria o di cronaca nera di rilevante interesse, il giornalista deve rispondere a due esigenze dell'informazione: quella di informare tempestivamente il pubblico e quella di verificare la fondatezza e raccogliere le informazioni rilevanti e per lo meno quelle essenziali per costruire un racconto da proporre a un pubblico costituito anche da elementi tecnici.

Ma il diritto di cronaca deve commisurarsi anche con un altro tipo di limite, ovvero la coscienza dei professionisti dell'informazione e il rispetto delle persone coinvolte⁸⁷. Se in altri Paesi il diritto di cronaca si limita al procedimento giudiziario, in Italia questo non avviene, e più che attenersi strettamente agli atti giudiziari e a uno stretto confronto tra tesi di accusa e tesi della difesa, il dibattito televisivo sul caso mediatico investe molte persone (la presentatrice, la soubrette, l'opinionista o chiunque non abbia davvero un titolo per poterlo fare) che non esercitano la professione giornalistica e quindi non si pongono canoni deontologici da rispettare. Questo comunque non significa che le garanzie derivano dal titolo di giornalista di per sé (come già detto, il giornalista più cinico o controcorrente è il vero *animus domini* del processo mediatico), ma per lo meno alcuni limiti deontologici sono già stabiliti⁸⁸.

Nel processo mediatico può sembrare che l'azione dell'informazione voglia quasi sostituirsi del tutto all'azione della magistratura, alimentando lo scontro tra giustizialisti e garantisti. Non bisogna dimenticare però che in molti casi il potere giudiziario ha acquistato rilevanza proprio grazie al giornalismo, che tra critiche e consensi ne ha raccontato azioni, visioni, impostazioni etiche, analisi sociologiche, attribuendone così una credibilità⁸⁹.

⁸⁷ M. Corbi, *La cronaca nera in Italia. Il perché della sua spettacolarizzazione* (a cura di D. Bagnoli), 2016, Temperino Rosso Edizioni Fortini, p.12.

⁸⁸ *Ibidem*

⁸⁹ F. Giorgino, *Giornalismo e società. Informazione, politica, economia e cultura*, 2017, Mondadori Università, p.289.

3.2 – Il diritto a un giusto processo

Il processo mediatico, nei suoi effetti distorsivi, può interferire nel processo reale, cioè quello giuridico. In questo caso viene meno il diritto a un giusto processo (processo equo) riconosciuto da tutti gli ordinamenti appartenenti allo stato di diritto come un diritto fondamentale dell'uomo. Esso è riconosciuto internazionalmente dall'art.10 della *Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo*, dall'art.6 della *Convenzione europea per la salvaguardia dei diritti dell'uomo e delle libertà fondamentali* (CEDU), e sul piano interno dall'art.111 della Costituzione italiana.

In primo luogo, l'impianto sostanzialmente accusatorio del processo mediatico che punta a trovare colpevoli a tutti i costi fa venire meno il principio della presunzione di innocenza⁹⁰ anche nella fase di indagini preliminari, quando la colpevolezza dell'imputato non è stata ancora accertata.

Tab. 2.15. Impostazione del testo degli articoli analizzati (valori percentuali; N = 7373 articoli).

Impronta innocentista	3,2
Impronta neutra	24,1
L'articolo si limita a riportare la ricostruzione effettuata dall'accusa	32,9
Impronta colpevolista	29,2
Impronta colpevolista con linguaggio iperbolico	1,3
Altro (non classificato)	9,3
Totale	100

Tabella 1 tratta dal libro *L'informazione Giudiziaria in Italia. Libro bianco sui rapporti tra mezzi di comunicazione e processo penale* (2016), a cura dell'Osservatorio sull'informazione giudiziaria dell'Unione Camere Penali Italiane, Pacini Editore, p.50

Come si può osservare, la maggior parte degli articoli di cronaca giudiziaria tendono più a favorire le tesi dell'accusa o sono di chiaro stampo colpevolista, piuttosto che dare spazio all'impronta innocentista o neutra.

Il processo mediatico coinvolge direttamente due tipi di informazione:

- Un'informazione più "popolare" che avviene nei *talk show* e in quale viene allestito un processo parallelo a quello che si svolge nelle aule giudiziarie, che si fonda su elementi di scarso spessore, voci e testimonianze raccolte in modo più o meno accurato, e tiene vagamente conto degli atti processuali. Questo tipo di informazione tende ad assecondare le aspettative dell'opinione pubblica, perché più che ad accertare l'estraneità o l'innocenza degli imputati, promuove la tesi della propria responsabilità: in questo modo si viene a creare un giudizio "parallelo" a quello ufficiale.

⁹⁰ Articolo 6, paragrafo 2 della Convenzione europea per la salvaguardia dei diritti dell'uomo e delle libertà fondamentali (1950) recita: «Ogni persona accusata di reato è presunta innocente fino a quando la sua colpevolezza non sia stata legalmente accertata.»

- Un'informazione più "seria" che trova il suo fondamento nella cronaca giudiziaria fornita da mezzi di informazione considerati più attendibili come i telegiornali, la carta stampata o i giornali online, che raggiungono un numero di lettori o spettatori più ristretto. Questi mezzi tendono a creare anch'essi un processo parallelo schierato completamente o quasi completamente con la tesi di accusa.

Quindi, se da un lato si tende a favoreggiare l'impianto accusatorio sostenuto dagli inquirenti, dall'altro si tende a fare informazione soprattutto nelle fasi di indagini preliminari. Questo principalmente avviene per due motivi: il fatto che la durata dei processi in Italia è abbastanza lunga, e quindi il processo mediatico arriva prima alle conclusioni rispetto al processo reale; il fatto che l'informazione relativa ai processi non è disinteressata, ma presta attenzione più alla fase delle indagini che alla fase di dibattimento, e proprio nella fase delle indagini si svolge il processo mediatico in cui si cerca di discernere i colpevoli.

Tab. 2.10. Fase del procedimento penale a cui si riferiscono le notizie riportate negli articoli (valori percentuali; N = 7373 articoli).

Arresto	27,5
Indagini preliminari (svolgimento)	36,7
Chiusura delle indagini preliminari	4,8
Dibattimento o rito abbreviato	13,2
Sentenza	11,2
Non è chiara la fase processuale a cui sono riferite le notizie	6,5
Totale	100

Tabella 2 tratta dal libro *L'informazione Giudiziaria in Italia. Libro bianco sui rapporti tra mezzi di comunicazione e processo penale* (2016), a cura dell'Osservatorio sull'informazione giudiziaria dell'Unione Camere Penali Italiane, Pacini Editore, p.46

Come si osserva nella tabella, gli articoli relativi alla fase di dibattimento riguardano solo il 13,2% del totale degli articoli riportati di cronaca giudiziaria. Quindi, da un punto di vista mediatico, la fase di dibattimento è svalutata a favore delle indagini preliminari (36,7%) e delle notizie di arresto (27,5%). La conseguenza di questo orientamento è un incremento delle campagne colpevoliste che massacrano l'immagine delle persone indagate (la quale responsabilità deve essere comunque accertata in sede di tribunale) e uno screditamento della tesi della difesa, che parte in maniera svantaggiata. Queste dinamiche possono minare il principio della presunzione di innocenza ancora prima che il processo giudiziario inizi.

In secondo luogo, il processo mediatico e il condizionamento che esercita sull'opinione pubblica può talvolta far venire meno il principio della terzietà del giudice⁹¹, che per definizione deve essere imparziale. Nonostante il giudice sia "terzo", può comunque subire un condizionamento quando è chiamato a decidere su un caso che è stato ampiamente mediatizzato, e prima di emettere una sentenza ci pensa una volta in più prima di mettere in dubbio il teorema accusatorio che emerge dai mezzi di informazione perché è consapevole che se eventualmente dovesse prendere

⁹¹ Articolo 111, 2° comma della Costituzione italiana (1948) recita: «Ogni processo si svolge nel contraddittorio tra le parti, in condizioni di parità, davanti a giudice terzo e imparziale. La legge ne assicura la ragionevole durata.»

provvedimenti favorevoli per l'imputato, l'opinione pubblica potrebbe insorgere e avere una reazione di sdegno, la cui protesta viene amplificata dai mezzi di informazione che hanno sostenuto la tesi accusatoria. Questo è di fatto capitato nel processo per il delitto di Perugia, quando il giudice del processo di secondo grado Claudio Pratillo Hellmann ha assolto i due principali imputati Amanda Knox e Raffaele Sollecito per non avere commesso il fatto, accusando poi il linciaggio mediatico e gli insulti nei suoi confronti all'indomani della sentenza sia da parte dei suoi colleghi che da parte dell'opinione pubblica generale e percependo nell'ambiente lavorativo un clima di ostilità tale da dover abbandonare la magistratura⁹². Ma il condizionamento nei confronti del giudice può avvenire anche a livello inconscio, perché il giudice che deve esaminare i fatti, gli atti e le prove del processo potrebbe avvalorare le tesi dell'accusa essendo suggestionato dai teoremi accusatori mediatici, e quindi interpretando gli elementi a sua disposizione in tal senso.

Il condizionamento esercitato dai mass media può avvenire anche nei confronti dei testimoni del processo giuridico, che possono essere chiamati a deporre anche anni dopo i fatti, i quali possono essere suggestionati da quanto hanno sentito in televisione o letto sui giornali. Quando sono chiamati a deporre, la loro testimonianza può essere suggestionata dagli effetti dei mezzi di informazione a cui sono stati esposti, e che non rispecchia a pieno quando hanno davvero percepito durante lo svolgimento dei fatti. Avviene dunque una degenerazione delle prove testimoniali.

In terzo luogo, l'uso delle intercettazioni telefoniche e ambientali può avere effetti distorsivi all'interno dei media. Alcune intercettazioni considerate rilevanti da parte dei giornalisti e degli editori possono non essere considerate tali da parte del giudice, dal pubblico ministero, o dalla difesa, e la pubblicazione di intercettazioni non rilevanti per il processo giudiziario potrebbe contribuire alla formazione di pregiudizi da parte del pubblico.

Venuti meno i principi appena descritti a seguito di un processo mediatico, non si parla più di giustizia, ma di "populismo giudiziario" cioè «quel fenomeno in cui un magistrato pretende di assumere il ruolo di autentico rappresentante o interprete dei veri interessi o delle aspettative di giustizia del popolo»⁹³. Più che accertare le responsabilità individuali, quindi, i magistrati perseguono i "fenomeni criminali" in nome di un popolo che invoca il "tintinnare delle manette" senza tenere conto di alcune garanzie proprie dello stato di diritto. La libertà di stampa è un diritto imprescindibile, ma deve commisurarsi anche con altri diritti che meritano la stessa tutela.

La cultura italiana del processo penale prevede che esso corrisponda quasi sempre a sentenze di condanna, più che mero accertamento dei fatti. Se qualcuno dato per colpevole da tutti i mezzi di comunicazione viene assolto, si parlerà di "spreco di anni di indagini" o una "disfatta per la giustizia", come a voler dire che un cittadino che viene sottoposto al processo viene giudicato innocente ciò significhi una sconfitta per la giustizia.⁹⁴ In quest'ottica i media trasmettono una visione autoritaria del processo.

In conclusione, si potrebbe dire che non esiste un "giusto processo mediatico"⁹⁵ perché questo troppo spesso viene condotto sulla base di elementi di parte e in mano di non esperti del settore legale. Inoltre, il processo mediatico corre il rischio di interferire con il processo reale, e renderlo ingiusto.

⁹² M. Ponte, *Claudio Pratillo Hellmann: "Per avere assolto Amanda e Raffaele venni linciato anche dai magistrati"*, 30 marzo 2015, articolo pubblicato su *La Repubblica*.

⁹³ G. Merlo, *Fiandaca: "Il populismo giudiziario non è diritto e i magistrati non sono tribuni"*, 4 febbraio 2017, articolo pubblicato su *Il Dubbio*.

⁹⁴ R. Barone, *Borzone: "Non esiste un giusto processo mediatico"*, 15 maggio 2017, articolo pubblicato su *L'Intellettuale Dissidente*.

⁹⁵ *Ibidem*

Sebbene il nostro ordinamento dia garanzie costituzionali all'imputato per un corretto svolgimento del processo, questo troppo spesso avviene in un contesto già pregiudicato, avvelenato dalle campagne accusatorie o colpevoliste dei mezzi di informazione.

3.3 – Il diritto all'oblio

Come già abbiamo detto, durante il processo mediatico l'immagine degli imputati viene massacrata e i dettagli della sua vita consegnati al pubblico. Questo meccanismo non è facilmente reversibile: anche in caso di assoluzione, le persone che sono state coinvolte nel processo si ritrovano ad avere comunque la reputazione distrutta dal sistema informativo, poiché vedranno la loro immagine perennemente collegata al processo per cui sono stati imputati o indagati. In caso di condanna, invece, nulla vieta al colpevole di pretendere, una volta che abbia scontato la sua pena, di chiedere il diritto alla privacy in modo che la sua immagine venga riabilitata. Purtroppo, il sistema mediale non è facilmente controllabile, e le informazioni, una volta portate alla luce, rimangono attive sia nel mondo dell'informazione che nell'immaginario comune, soprattutto dopo un processo di grande visibilità mediatica. Questo tipo di informazioni possono essere pregiudizievoli per la persona che esce da un processo e che cerca di riabilitarsi.

La libertà di cronaca deve commisurarsi anche al diritto alla riservatezza? Questo è un punto conflittuale tra il mondo dell'informazione e il sistema giuridico, nonché difficilmente accordabile. Si chiama "diritto all'oblio" quel diritto di ciascun soggetto a essere "dimenticato". Esso si concretizza nella rimozione di quei riferimenti, notizie, foto o video ritenuti lesivi per la reputazione di una persona e pregiudizievoli. Con la diffusione di internet è diventato sempre più facile reperire notizie o informazioni sulle persone anche se datate, attraverso i motori di ricerca e i collegamenti ipertestuali (*link*). Questo farebbe sì che la persona che in passato è stata coinvolta in un processo sia esposto a ulteriori danni al proprio onore e alla propria reputazione.

Innanzitutto, quando si parla di diritto all'oblio, bisogna considerare l'interesse che la notizia suscita nei confronti del pubblico. Ci si basa sul presupposto che quando una notizia sia stata già data e assimilata, passato un certo periodo, esso non sia più rilevante, ovvero non susciti più un interesse. Qui si richiamano certamente alcuni valori-notizia del newsmaking: l'attualità e l'interesse. Considerando questi due elementi, un fatto non è più notizia quando è già stato dato tempo addietro e non suscita più alcun interesse per il pubblico. La notizia torna così ad essere un "fatto privato", e la persona coinvolta ha il diritto di chiedere il diritto alla privacy. Il diritto all'oblio non è comunque applicabile nel caso in cui, per eventi accaduti, il fatto precedente ritorni in auge e rinasca un nuovo interesse pubblico all'informazione.

In secondo luogo, nel nostro ordinamento vige il principio della funzione rieducativa della pena⁹⁶. Il diritto all'oblio fungerebbe in questo caso da garanzia per la reputazione di chi si è macchiato di un crimine, favorendo il suo reinserimento sociale. Senza questo tipo di garanzia, la persona che sconta la sua pena e che torna alla società civile, molto tempo dopo aver commesso il reato, non potrebbe più riabilitarsi perché il suo nome e la sua immagine verrebbe di nuovo collegati al fatto e verrebbe quindi ostracizzato aumentando le possibilità che egli ritorni a delinquere.

Non è quindi giusto che a distanza di tempo, la persona coinvolta in un processo (innocente o colpevole che sia), ritorni ad essere sotto quegli stessi riflettori che lo avevano reso protagonista, e

⁹⁶ L'Articolo 27, 3° comma, della Costituzione italiana (1948) recita: «*Le pene [...] devono tendere alla rieducazione del condannato.*»

che torni a subire una seconda volta un danno della propria immagine. Il diritto alla riservatezza dovrebbe quindi prevalere in modo assoluto sulla libertà di cronaca. Ma il più delle volte, le campagne colpevoliste portano a scavare nella vita dell'imputato, portando alla luce elementi e dettagli della vita privata anche ininfluenti ai fini del processo ma lesivi dal punto di vista dell'onore e della reputazione. Inoltre, anche se assolto, grazie al notevole impatto mediatico del processo, l'innocente verrà comunque considerato colpevole da parte dell'opinione pubblica e verrà sempre ricollegato alla vicenda.

Nonostante il diritto all'oblio sia stato riconosciuto, non è direttamente applicato, perché la rimozione delle informazioni lesive negli archivi di giornali, blog, forum, motori di ricerca, ecc. non sono espressamente previste dalle sentenze pronunciate in aula di tribunale a favore dell'imputato, ma vengono direttamente richiesti dallo stesso in altra sede. È quindi auspicabile che si prenda atto automaticamente del problema nella sentenza che condanna o assolve l'imputato, come ulteriore fonte di garanzia⁹⁷. L'etica giornalistica ne tiene comunque conto nel *Testo unico dei doveri del giornalista* (2016), il cui articolo 3, per quanto riguarda l'identità personale e il diritto all'oblio, prevede che il giornalista:

- a. rispetta il diritto all'identità personale ed evita di far riferimento a particolari relativi al passato, salvo quando essi risultino essenziali;
- b. nel diffondere a distanza di tempo dati identificativi del condannato valuta anche l'incidenza della pubblicazione sul percorso di reinserimento sociale dell'interessato [...].
- c. considera che il reinserimento sociale è un passaggio complesso, che può avvenire a fine pena oppure gradualmente, e usa termini appropriati in tutti i casi in cui un detenuto usufruisce di misure alternative al carcere o di benefici penitenziari.

Comunque, sul piano pratico le cose sono molto diverse da come ci si aspetta dal punto di vista formale. Il problema dell'oblio sembra rientrare negli effetti non intenzionali a lungo termine: la teoria della dipendenza dei media, la teoria della coltivazione, la spirale del silenzio. Da un punto di vista teorico, esse sembrano spiegare meglio perché le notizie tendono a rimanere a lungo tempo nella memoria collettiva.

Per quanto riguarda la dipendenza dei media, gli individui sono dipendenti in gran parte dai mezzi di informazione per quanto riguarda la ricerca di notizie, e che quindi i media costituiscono una componente importante della società, in quanto realizzano le interrelazioni tra le persone. Maggiore sarà il potere dei media, maggiore sarà l'interazione tra le persone che hanno bisogno delle informazioni per realizzare i propri obiettivi. Quindi, i giornali e internet sono un mezzo importante e costituiscono una parte della società e in mancanza della cronaca il pubblico farebbe fatica a ricostruire i fatti e a collegare i personaggi a una relativa notizia.

La teoria della coltivazione spiega soprattutto l'immagine della realtà che la televisione proietta attraverso un linguaggio simbolico e coerente, in cui vengono costruiti modelli sociali facilmente identificabili dal pubblico, che creano precisi riferimenti culturali (*cultural indicators project*). Quando un processo mediatico viene ampiamente trattato all'interno della televisione, utilizza immagini e filmati all'interno della televisione che puntano a creare dei personaggi (i "mostri", i "complici", le "vittime"). Questi personaggi, diventati modelli culturali all'interno di un immaginario

⁹⁷ V. Manes, *La "vittima" del "processo mediatico": misure di carattere rimediabile*, 2017, articolo pubblicato su Giustizia Penale e Informazione Giudiziaria.

collettivo tendono a non essere dimenticati, ma anzi molto spesso richiamati, sempre con quei meccanismi di cui la televisione si serve. Il diritto all'oblio è in questo caso impossibile da attuare.

La spirale del silenzio è la teoria che potrebbe meglio spiegare il perché gli individui coinvolti in un processo mediatico siano difficilmente riabilitabili. Infatti, la società tende a isolare gli individui considerati "devianti". Ma se la società si compone di opinioni di individui, e le opinioni minoritarie tendono a essere isolate, gli individui minoritari si conformeranno al clima d'opinione generale per evitare l'isolamento. Questo meccanismo attiva una "spirale" per cui le opinioni che vanno contro la maggioranza rischiano il silenzio. Un colpevole che si è macchiato di un delitto sarà sempre riconosciuto come tale, anche molti anni dopo, e il suo inserimento verrà comunque reso difficile o impossibile dal suo passato che viene nuovamente riportato alla luce. I media tendono ad essere complici di questo processo perché essendo autoreferenziali, tendono a presentare la visione di un gruppo di individui come maggioritaria e a diffonderla all'interno dell'opinione pubblica.

Quindi, se da una parte il diritto all'oblio tende ad essere garantito, anche alla luce dei nuovi sistemi di garanzia⁹⁸, dall'altra parte è difficilmente applicabile in presenza di alcune condizioni e su un piano pratico, essendo i media oggi parte integrante della società. Il diritto alla privacy e alla riservatezza del richiedente anni dopo che il fatto sia avvenuto, dopo una sentenza di assoluzione o la fine di una pena, viene riconosciuto come un controlimite al diritto di cronaca, ma la strada affinché questo diritto sia effettivo e assoluto è ancora molto lunga.

⁹⁸ Si ricordano a questo proposito anche il *Regolamento generale sulla protezione dei dati dell'Unione Europea* del 2016 approvato dal Parlamento europeo e dal Consiglio dei ministri ed entrato in vigore dal 2018, la sentenza della Corte di Cassazione (Cassazione civile, n.16111/2013), e la sentenza del Tribunale di Roma (n.23771/2015).

CONCLUSIONI

I mass media non sono organizzazioni a sé, isolate rispetto alla realtà nella quale operano, ma interagiscono con l'ambiente e le istituzioni. In una realtà come quella di oggi in cui i media influenzano ogni settore, sarebbe ipocrita escludere che influenzino anche i processi giuridici e i propri esiti. Tuttavia, i rapporti tra il sistema giuridico e il sistema mediale sono molto complessi e implicano molte problematiche.

È stato spiegato come i mass media siano degli strumenti di controllo potentissimi, in grado di influenzare il pubblico. La diffusione dell'informazione, che promuove un certo tipo di idea, si fonda sulle diverse teorie degli effetti e sul loro modello di stimolo-risposta, oppure sul concetto di influenza, basato su un più complesso sistema di co-causalità in cui entrano in gioco una pluralità di fattori. Effetti e influenza spiegano come durante il processo informativo i media agiscano e come facciano da mediatori tra realtà fenomenica e realtà percepita. I mezzi di comunicazione, inoltre, sono costruttori di "fatti culturali" che usano un proprio linguaggio e mirano a creare modelli culturali di riferimento. La rappresentazione di questi modelli dipende proprio dal linguaggio usato che punta a creare "significati condivisi" e "pratiche culturali" che possano in qualche modo creare un'egemonia. In questo contesto si va ad inserire il concetto di "circuito culturale"⁹⁹, cioè una cultura popolare come prodotto di questi significati e pratiche alimentati proprio dai mass media.

Il sistema mediale non è altro che un mercato dove la notizia è un prodotto da vendere: il newsmaking è la disciplina che regola questo mercato e si serve delle proprie regole per promuovere interessi e valori. Nel sistema di produzione delle notizie nascono talvolta delle distorsioni informative che possono essere connaturate al sistema e quindi non volontarie oppure volontarie: è il problema delle distorsioni informative e della manipolazione. Questi effetti sono pericolosi soprattutto se tendono a diffondere messaggi che possono essere travisati da parte del pubblico, che essendo una componente attiva della società reagisce a ogni tipo di informazione.

Nel corso degli ultimi anni la cronaca nera e la cronaca giudiziaria si sono evoluti come macrogeneri giornalistici portando alla luce fatti ed eventi di attualità o che possono contribuire a formare una coscienza comune e all'emergere di alcuni importanti temi sociali. Nel corso del tempo, però, giustizia e mondo dell'informazione si sono pericolosamente intersecati, dando vita al processo mediatico, che si svolge nei giornali, televisioni, blog e forum invece che in aule di tribunali. Il rischio che si corre è che il processo mediatico sostituisca quello reale, o che possa addirittura influenzarlo. Se da una parte è irrealistico pensare che i tribunali e gli addetti ai lavori forensi possano operare in maniera autonoma e distaccata rispetto alla realtà nella quale vivono, bisogna anche tenere presente gli effetti che i media possono produrre e alle forme di influenza che possono esercitare: il rischio di un errore giudiziario per via dei condizionamenti esercitati sui giudici e testimoni è dietro l'angolo e più frequente di quanto si possa immaginare.

I tribunali mediatici non sono altro che un complesso sistema di interazione tra media e opinione pubblica quando il processo mediatico si sostituisce a quello reale in salotti televisivi, programmi di intrattenimento, talkshow, dove tutti possiedono la libertà di parola, meno gli attori coinvolti. In queste sedi si assumono di solito toni molto accesi e orientamenti colpevolisti, volte a screditare l'immagine dell'imputato e a indagare sui possibili moventi. Oltre ai giornalisti, chi conduce queste

⁹⁹ P. Du Gay, S. Hall, L. Janes, H. MacKay, K. Negus, *Doing Cultural Studies: The story of the Sony Walkman*, 1997, Sage Publications, London.

inchieste televisive molto spesso non è che un semplice “opinionista” chiamato a dire la propria opinione senza avere una visione d’insieme del processo reale o senza conoscere gli atti. Questo fa sì che nel processo mediatico non ci sia alcun limite deontologico da rispettare nel rispetto delle persone coinvolte, vittime o colpevoli che siano.

In Italia, ci sono stati importanti casi di cronaca nera e giudiziaria per cui sono stati istituiti dei veri e propri tribunali mediatici. In questa sede si è scelto di analizzare casi come il delitto di Perugia e il delitto di Cogne per mettere a confronto il ruolo che i media hanno avuto all’interno della vicenda. L’attivazione di un dibattito tra il pubblico che è seguito alla spettacolarizzazione dei processi e alla sovraesposizione mediatica degli imputati, ha fatto sì che si creassero nell’immaginario collettivo dei personaggi, in questo caso veri e propri “mostri mediatici”. In entrambi i processi il ruolo dei media ha giocato un ruolo fondamentale, i quali effetti hanno influito (e non di poco) sul processo giuridico. Infatti, se nel processo collegato al delitto di Perugia i media sono stati utilizzati da parte dell’accusa come mezzo per promuovere una certa idea degli imputati e nel delineare un movente (teorema che è stato decisivo per la sentenza di primo grado), nel processo collegato al delitto di Cogne i media sono stati utilizzati consapevolmente da parte della difesa per influenzare il pubblico e i giudici a favore dell’innocenza dell’imputata. Nonostante i due casi abbiano dinamiche completamente differenti, è importante sottolineare il potere dei mezzi di informazione che hanno interferito con le indagini e le sentenze, e hanno attivato pericolose forme di “populismo giudiziario” tra il pubblico, che non ha condiviso né sentenze di assoluzione nei confronti di Amanda Knox e Raffaele Sollecito, né la pena stabilita con sentenza definitiva ad Annamaria Franzoni, quantunque agli atti del processo sono emersi prove ed elementi a supporto delle sentenze.

Il processo mediatico è un fenomeno che coinvolge molti attori e figure professionali. In questo fenomeno si tende a tralasciare alcuni limiti deontologici del proprio lavoro a favore delle logiche di mercato orientate a favore di audience e pubblico: la spettacolarizzazione del dolore di privati cittadini a favore di *audience*, lo scavare nel vissuto personale degli imputati, il rivelare notizie e dettagli ininfluenti al fine del processo giuridico, sono problemi che mettono in cattiva luce non solo gli imputati e gli attori coinvolti nel processo, ma anche la figura professionale del giornalista. Si tiene però presente che, come spesso avviene, il processo mediatico non è condotto da giornalisti di professione, ma da altre figure del mondo dello spettacolo sui mezzi di informazione generalisti e programmi di intrattenimento, i quali non hanno un obbligo formale di cosa fare o cosa non fare quando si tratta un caso di cronaca. Dunque, un passo in avanti per l’informazione televisiva, sarebbe promuovere in tal senso codici professionali e di comportamento onde evitare la diffusione di informazioni fuorvianti per il pubblico, e garantire il giusto rispetto per le persone a loro malgrado coinvolte nel processo mediatico.

I giudici e i testimoni sono persone soggette agli effetti del processo mediatico, in quanto sono inserite nella realtà in cui vivono, e nonostante il proposito di obiettività, sono comunque influenzabili dai fattori esterni e quindi anche dal potere dei media e dalla loro egemonia culturale. Quando si innesta un processo mediatico è infatti facile lasciarsi travolgere dagli impulsi emotivi per gli elementi che emergono. Questo fa venire meno quelle garanzie che sono alla base della nozione di un giusto processo (presunzione di innocenza e principio di terzietà de giudice) che sono alla base di uno stato di diritto. Quindi i media possono giocare ruoli decisivi sia per quanto riguarda la formulazione delle sentenze, sia per quanto riguarda le indagini (si pensi ai casi di depistaggio, o quando viene suggerita la colpevolezza di una persona collegata alla vicenda).

I tempi della giustizia italiana sono noti per essere molto lunghi nelle sue fasi processuali, venendo meno anche a quelle garanzie che stanno a sostenere un corretto svolgimento della giustizia. I mezzi di informazione, invece, arrivano molto tempo prima alle conclusioni, dando al pubblico immediatamente quelle risposte alle domande di cui hanno bisogno. Questa concezione, che si basa proprio sul modello stimolo-risposta delle teorie degli effetti, mette in moto una spirale di giustizialismo che si contrappone al garantismo della giustizia: qualunque sentenza che verrà emessa (come spesso avviene per le sentenze di assoluzione), contraria alle aspettative del pubblico, sarà motivo di sdegno e protesta. Qualunque sentenza corrispondente alle aspettative (come le sentenze di condanna), lo gratificherà. È quindi il pubblico, che a seconda dell'esito del processo, decreta se la giustizia italiana funzioni oppure no: si attiva perciò un circolo vizioso per cui gli stessi giudici chiamati a decidere non vengono influenzati solo dai mezzi di comunicazione, ma anche da quell'attivazione dell'audience che lo stesso processo informativo innesca.

Il tema del diritto all'oblio comporta anch'esso una serie di problematiche. L'istituzione di tribunali mediatici genera anche "mostri" che rimangono tali nonostante sentenze di assoluzione, e che vengono creati dai mezzi di informazione attraverso le strategie del discredito della manipolazione delle notizie. In questo caso l'errore giudiziario comporta un grave pregiudizio a danno della persona coinvolta, che anche se assolto, non vedrà mai del tutto riabilitata la propria immagine. Allo stesso tempo, un colpevole giudicato tale con sentenza definitiva da un tribunale, una volta scontata la propria pena, troverà difficoltà di inserimento al ritorno della società civile sempre per quelle stesse dinamiche attivate dai media. Queste persone hanno il diritto a essere dimenticate? Questo dipende senz'altro dal grado di visibilità che essi intendono avere una volta che il processo sia terminato. Una persona che torna a società civile, sia da innocente che da colpevole, e che intende vivere da normale cittadino, ha il diritto all'oblio, e i mezzi di informazione hanno l'obbligo di concederlo. È giusto che in caso di colpevolezza un individuo venga dimenticato? La legge italiana concede sempre una "seconda chance" a un condannato che ha completato il percorso di recupero in carcere, e quindi in questo caso l'oblio è necessario per permettere al colpevole la possibilità reinserirsi. In caso di errore giudiziario poi, l'innocente che è stato riconosciuto tale da un tribunale ha il diritto a essere risarcito anche e soprattutto per il danno di immagine subito all'interno del processo mediatico, che il processo reale ha volontariamente o involontariamente creato.

In conclusione, si può dire che i mezzi di comunicazione siano armi potenti in mano agli uomini soprattutto quando entrano in collisione con alcuni settori delicati della società, come quello della giustizia. Se da un lato essi sono importanti perché promuovono una serie di interessi e valori dando così una coesione del tessuto sociale, dall'altro lato possono avere effetti collaterali in contrasto con i nostri principi costituzionali di stato di diritto. Il tribunale mediatico non è qualcosa di astratto e separato dalla giustizia reale, ma qualcosa di concreto, a cui ognuno che ha la sfortuna di doversi interfacciare con il sistema penale deve interfacciarsi. Tenendo distinte in maniera razionale le due concezioni di tribunale reale (e processo giuridico), e di tribunale mediatico (e processo mediatico) è il solo modo di evitare i pericolosi effetti di distorsioni informative e manipolazione delle notizie a cui i mass media in maniera consapevole o meno ci possono condurre, e di poter garantire al nostro Paese il corretto svolgimento dei processi in linea con i nostri principi costituzionali di stato di diritto.

ABSTRACT

Nowadays where mass media permeate every aspect of our lives, it is difficult to maintain a critical and rational detachment towards what is happening around us. The evolution of both information and digital era have revolutionized the way of transmitting and reporting news, penetrating the events' most intrinsic aspects.

If it is true that one of the fundamental principles enshrined in our Constitution is the principle of the freedom of the press, and that the duties and rights of journalists include the freedom of information, expression and criticism, it is also true that they often enter into conflict with the search for truth, giving an often distorted representation both of news and events.

Recently in Italy there has been a progressive increase in representations of chronicle cases especially in the news and also in television programs, involving the public opinion within the investigation of the key circumstances which characterize the matter in question so as to find the culprits. As spectators we are bombarded with images that often misrepresent the contents of these news and fuel their morbid curiosity towards both the cases and the protagonists involved.

After all, "only bad news are good news", which means that only the bad news are the ones that are mostly considered. This journalistic cynicism is summarized in the following expression of "media process" which indicates precisely the representation of crimes and judicial processes by mass media and especially by television. These processes take place in parallel with judicial proceedings, outside the courtrooms and their rules and aim at finding a subject to whom the responsibilities of what should be attributed, the culprit is then brought to the public's attention. The focus is on its past, its habits, on each small detail of private life which can make audiences.

Specialists such as psychiatrists, criminologists and lawyers, but also television commentators who have little to do with courtrooms and lack a common vision, call in the television programs that deal with these cases of crime news. Everyone is called to give their opinion both on the case and on the characters involved, even beyond their technical knowledge. There are some long-lasting television debates that see the "innocentists" taking sides i.e. those who believe in the innocence of the accused or the suspect, against the "guilty", who instead support their responsibility. The tones of the televised debate can often be very heated and guilt-inducing, even when there are only a few elements to support the guilt of the accused or one is still in a preliminary investigation phase. Here the subject involved is subjected to a real "media pillory" or "media lynching" by the public through the media.

If the judicial process tends to shed light on the events and to seek the truth, the media process mostly tends to find culprits in a short span of time. The truth offered by the media and the truth that comes during the criminal trial have a very different quality and should not be confused. Both are necessary for democracy, but they are useful for its development only if they are distinguished in their roles and functions: when information misunderstands its social function and puts itself at the service of justice, it can generate a dangerous mechanism. The media process thus replaces the judiciary in the media, keeping less and less points of contact with the latter and issuing sentences of condemnation or acquittal in a much shorter time than those of justice.

In fact, it also seeks a culprit at any cost, even to the detriment of evidence of innocence and doubts about the guilt of the accused. The blaming process is indeed so suggestive that it influences public opinion, even if the truth emerging from the process ascertains which are the real culprits and exonerates those who have been the subject of media accusations. Hence the media process becomes

both irreversible and with long-term effects concerning for instance the opinions of the public created during the events' spectacularisation which are often unsecured as the court rulings, the results of investigation and clarifications of investigators which arrive "too late" compared to the short times of television. This is particularly true in Italy, where judicial processes have an excessively long duration.

In the media processes a key role is held by public opinion, both a passive and active actor. It is in fact directly influenced by the mass media representation and indirectly involved in the television debate alongside innocentists or guilty parties. On one hand if the mass media are holders of the right to information, public opinion in terms of individuals is the main holder of freedom of expression. On the other hand, instead, becoming part of the public debate helps the viewer to feel like an active and informed citizen.

However, it is important to note that he not only has a role as spectator, but also a media judge role, replacing the judge in court: he formulates sentences, forecasts, expectations about the main suspect or presumed guilty, looking for a truth that, as already said, arrives before the trial.

The present thesis describes what the "media courts" are and how they work. It is much more appropriate to replace the word "court" with "trial" because its more inclusive meaning: noting that a court is composed of several main elements such as public prosecution, defence, a judge and witnesses which we can find also within the media process.

Media processes have evolved hand in hand with the mass media development as well as advanced technologies and therefore take place in every part of the world, especially in Western democracies where public debate is fostered by freedom of the press and constitutional guarantees. However so as to ensure both continuity and consciousness to my work, I preferred to deal with Italian media processes also to highlight our particular judicial system. The analysis is developed on three levels with one chapter each.

In the first chapter the focus is on the role of mass media and the influence they exert on public opinion both from a sociological and journalistic point of view. It will be also explained the theories on information dissemination, on news making and the audience, the dangers of communication such as information distortions and the manipulation of news, making clear references to how they are applied within media processes.

In the second chapter it will be analyzed at first the Italian judicial system, explaining what a criminal trial is and how it is carried out and the role of judicial information.

Secondly, it will be analyzed and compared two cases of judicial trials that in the past decade have had wide media coverage Italy: the Crime of Perugia against the English student Meredith Kercher and the Crime of Cogne, whose victim was Samuele Lorenzi, a child of only 3 years old. In both cases, by making parallels, it will be highlighted how the media process has progressively become confused with the judicial process, quickly replacing it. In both cases the media played a decisive role in court judgements.

In the third chapter it will be discussed issues related to the debate among the mass media and their influence on public opinion and the implications they have in a judicial process. The issues, which have to be raised, are mainly the following: the ethical problems, the right to fair trial and the right to be forgotten. Finally, it could be drawn conclusions from this analysis in order to try to answer to the questions that my discussion has raised.

BIBLIOGRAFIA

- Albertario Emilio, Castellini Giuseppe, *La ricostruzione di cronaca giudiziaria nei media*, www.archiviopenale.it.
- Altheide David L., *Creating Reality: How Television News distorts Events*, 1976, Sage Publications, Beverly Hills.
- Barone Roberta, *Borzone: "Non esiste un giusto processo mediatico"*, 15 maggio 2017, articolo pubblicato su *L'Intellettuale Dissidente*.
- Bass Abraham Z., *Refining the Gatekeeping Concept*, 1969, articolo pubblicato sul n.46 di *Journalism Quarterly*.
- Buckingham David, *Public Secrets: EastEnders and Its Audience*, 1987, British Film Institute.
- Burton Graeme, *Media and Society. Critical perspectives*, 2005, New York, NY, Open University Press.
- Canzio Giovanni, Primo Presidente della Corte Suprema di Cassazione, nel discorso pronunciato in occasione della cerimonia di per l'inaugurazione dell'anno giudiziario 2016.
- Carfagna Barbara, *Processo mediatico e processo giuridico*, 2007, in *La prova scientifica del processo penale*, L. De Cataldo Neuberger (a cura di).
- Chomsky N., Herman Edward S., *La fabbrica del consenso: l'economia politica dei mass media*, 1988, Il Saggiatore.
- Codice di deontologia relativo alle attività giornalistiche, approvato dal Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti, 26 gennaio 2002 e riformata il 10 novembre 2011, ormai sostituito dal *Testo unico dei doveri del giornalista*.

- Codice in materia di rappresentazione delle vicende giudiziarie nelle trasmissioni televisive, approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, 30 giugno 2009, ormai sostituito dal *Testo unico dei doveri del giornalista*.
- Codice di procedura penale, 1988.
- Convenzione europea per la salvaguardia dei diritti dell'uomo e delle libertà fondamentali, 1950.
- Corbi Maria, *La cronaca nera in Italia. Il perché della sua spettacolarizzazione* (a cura di Bagnoli Davide), 2016, Temperino Rosso Edizioni Fortini.
- Costituzione della Repubblica Italiana, 1948.
- Davolio Elena, *Il caso Cogne. La storia, le indagini, i protagonisti*, 2003, Adnkronos libri, Roma.
- DeFleur Melvin L., Ball-Rokeach Sandra J., *Theories of Mass Communication*, 1976, White Plains, NY: Longman.
- Di Chiara Giuseppe, *Televisione e dibattito penale. Esperienze e problemi della pubblicità mediata «tecnologica» in Italia*, articolo pubblicato sul n. 6 de *Il Foro Italiano*, 1998, p.278.
- Di Giovanicchio Rita, *Anatomia del caso Cogne*, 2007, in *Delitti Privati*, Fazi, Roma, p.217-420.
- Du Gay Paul, Hall Stuart, Janes Linda, MacKay Hugh, Negus Keith, *Doing Cultural Studies: The story of the Sony Walkman*, 1997, Sage Publications, London.
- Durkheim Émile, *Le regole del metodo sociologico*, 1895, Piccola Biblioteca Einaudi.
- Entman Robert M., *Symposium framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of KAL and Iran air incidents*, 1991, articolo pubblicato sul n. 41 di *Journal of Communication*.

- Eysenck Hans J., *Crime and Personality*, 1964, Routledge & K. Paul.
- Fairclough Norman, *Media Discourse*, 1995, Edward Arnold, Londra.
- Fiorucci Alvaro, Fiorucci Luca, *Reperto 36. Anatomia giudiziaria dell'omicidio di Meredith Kercher*, 2015, Morlacchi.
- Galtung Johan, Ruge Mari Holmboe, *The Structure of Foreign News*, 1965, articolo pubblicato sul n.2 del *Journal of International Peace Research*, Sage, Beverly Hills.
- Gans Herbert J., *Deciding What's News*, 1979, Pantheon Books, New York.
- Gauntlett David, *Moving Experiences. Media Effects and Beyond*, 2005, London: John Libbey.
- Gili Guido, *Il problema della manipolazione: peccato originale dei media?*, 2001, FrancoAngeli, Milano.
- Graber Doris, *Processing the News*, 1984, Longman, New York.
- Gerbner George, Gross Larry, Morgan Michael, Signorielli Nancy, *Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process*, 1976, articolo pubblicato sul n.26 di *Journal of Communication*.
- Gerbner George, Morgan Michael, Signorielli Nancy, *Standpoint: Violence on television: The cultural indicators project*, 1995, articolo pubblicato sul n.39 di *Journal of Broadcasting & Electronic Media*.
- Gieber Walter, *News is what Newspaperman make it*, 1964, pubblicato su *People, Society and Mass Communication*, A. Dexter, D. M. White (a cura di), Free Press, Glencoe.
- Giorgino Francesco, *Dietro le notizie. Il mondo raccontato in sessanta righe e novanta secondi*, 2004, Mursia, Milano.

- Giorgino Francesco, *Giornalismi e società. Informazione, politica, economia e cultura*, 2017, Mondadori Università.
- Grice H. Paul., *Logic and Conversation*, 1975, articolo pubblicato sul n. 3 di *Syntax and Semantics*, Cole Peter e Morgan Jerry L. (a cura di), Academic Press, New York.
- Herbert David, *Religion and Civil Society*, 2003, Routledge Handbook of Religion and Politics.
- Keeter Scott, *The Illusion of Intimacy Television and the Role of Candidate Personal Qualities in Voter Choice*, 1987, articolo pubblicato sul n.51 di *Public Opinion Quarterly*.
- Lippmann Walter, *L'opinione pubblica*, 1995, Donzelli, Roma.
- Mandelli Andreina, *Gatekeeping a rete e democrazia complessa. Problemi dell'informazione*, 2004, Il Mulino, Bologna.
- Manes Vittorio, *La "vittima" del "processo mediatico": misure di carattere rimediale*, 2017, articolo pubblicato su *Giustizia Penale e Informazione Giudiziaria*.
- Marcuse Heidegger, *L'uomo a una dimensione*, 1964, Einaudi, Torino.
- Marini Rolando, *Mass media e discussione pubblica*, 2006, Edizioni Laterza.
- Marletti Carlo, *La democrazia d'opinione e l'autoreferenzialità dei media*, 2001, articolo pubblicato su *Anàlisi*, Berrio Jordi (a cura di).
- Mayhew Leon H., *The New Public: Professional Communication and the Means of Social Influence*, 1997, Cambridge University Press.
- McCombs Maxwell E., Shaw Donald L., *The Agenda-Setting Function of Mass Media*, 1976, articolo pubblicato sul n.36 di *The Public Opinion Quarterly*.
- McQuail Denis, *Mass Communication Theory: An Introduction*, 1994, Sage Publications.

- McQuail Denis, *Mass Communication Theory*, 2000, Sage Publications.
- McQuail Denis, *Sociologia dei media*, 2001, Il Mulino, Bologna.
- Merlo Giovanna, *Fiandaca: "Il populismo giudiziario non è diritto e i magistrati non sono tribuni"*, 4 febbraio 2017, articolo pubblicato su *Il Dubbio*.
- Noelle-Neumann Elizabeth, *La spirale del silenzio. Per una teoria dell'opinione pubblica*, 1980, Maltemi.
- Östgaard Einar, *Factors influencing the flow of news*, 1965, articolo pubblicato sul n.1 del *Journal of International Peace Research*, Sage, Beverly Hills.
- Park Robert E., *News as a Form of Knowledge*, 1967, articolo pubblicato su *On Social Control and Collective Behavior*, Ralph H. Turner (a cura di), Chicago University Press, Chicago.
- Parrini Massimo, *Ecco chi sono Meredith, Amanda e Raffaele*, 11 novembre 2007, articolo pubblicato su *Il Foglio*.
- Petrelli Francesco, *L'informazione giudiziaria in Italia. Libro bianco sui rapporti tra mezzi di comunicazione e processo penale*, Osservatorio sull'informazione giudiziaria dell'Unione Camere Penali Italiane (a cura di), 2016, Pacini Editore.
- Pisani Mario, *Manuale di procedura penale*, 2006, Monduzzi Editore, Bologna.
- Ponte Meo, *Claudio Pratillo Hellmann: "Per avere assolto Amanda e Raffaele venni linciato anche dai magistrati"*, 30 marzo 2015, articolo pubblicato su *La Repubblica*.
- Rame Franca, tratto dal monologo teatrale *Chiamatemi Strega*, 2012.
- *Regolamento generale sulla protezione dei dati dell'Unione Europea* del 2016 approvato dal Parlamento europeo e dal Consiglio dei ministri ed entrato in vigore dal 2018, la sentenza della Corte di Cassazione (Cassazione civile, n.16111/2013), e la sentenza del Tribunale di Roma (n.23771/2015).

- Riesman David, *The Lonely Crowd: A Study of the Changing American Character*, 1950, Yale University Press, New Haven & London.
- Stafford Tom, *Psychology: Why bad news dominates the headlines*, 29 luglio 2014, articolo pubblicato su www.bbc.com.
- Sarzanini Fiorenza, *Amanda e gli altri. Vite perdute intorno al delitto di Perugia*, 2008, Bompiani.
- Sciascia Leonardo, articolo pubblicato su El País, 1987.
- Scheufele Dietram A., *Framing as a theory of media effects*, 1999, articolo pubblicato sul n. 49 di *Journal of Communication*.
- Schrøder Kim Christian, Drotner Kirsten, Kline Steve, Murray Catherine, *Researching Audiences: A Practical Guide to Methods in Media Audiences Analysis*, 2003, Arnold Publication.
- Sorice Michele, *I media. La prospettiva sociologica*, Carrocci Editore.
- Sorice Michele, *Sociologia dei mass media*, 2009, Carrocci Editore.
- *Testo unico dei doveri del giornalista*, approvato dal Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti, 27 gennaio 2016.
- Tichenor Philip J., Donohue George A., Olien Clarence N., *Mass media flow and differential growth in knowledge*, 1970, articolo pubblicato sul n.34 di *Public Opinion Quarterly*.
- Trent Judith S., Friedenbergh Robert V., *Political campaign communication: Principles and Practices*. Second Edition, 1991, Praeger.
- Tuchman Gaye, *Making News: A Study in the Construction of Reality*, 1978, Free Press, New York.

- White David Manning, *The Gatekeeper: a Case Study in the Selection of News*, 1950, articolo pubblicato sul n.27 di *Journalism Quartely*.
- Wolf Mauro, *Teorie delle comunicazioni di massa*, 2000, Bompiani, Milano.

SITOGRAFIA

- <https://scholar.google.it>
- www.archiviopenale.it
- www.bbc.com
- www.diritto.it
- www.ildubbio.news
- www.ilfoglio.it
- www.laleggepertutti.it
- www.larepubblica.it
- www.lintellettualeedissidente.it
- www.odg.it
- www.parlarealmicrofono.it
- www.salvisjuribus.it