

Mauro Masi

(Segretario Generale e Capo del Dipartimento per l'informazione e l'Editoria,
Presidenza del Consiglio dei Ministri)

Nel mondo, il rapporto dei media con il sistema politico non è mai stato univoco né riconducibile ad un modello unitario: da sempre sono coesistiti differenti modelli di giornalismo. Secondo la classificazione di Hallin e Mancini (v. *Modelli di giornalismo*, Ed. Laterza) nel mondo occidentale troviamo da un lato il modello Mediterraneo, tipico dell'Europa del Sud, caratterizzato da conflitti ideologici, partecipazione dei media ai conflitti, forte influenza della politica sui media, sussidi e presenza di servizio pubblico. All'altro estremo c'è il modello Nordatlantico, di orientamento liberale, caratterizzato da un giornalismo qualificato come obiettivo e neutrale e da media considerati come soggetti terzi, tendenzialmente neutrali, che garantiscono con la loro autorevolezza la credibilità dell'informazione.

In questi schemi, l'Italia sembra spostata verso il modello Mediterraneo, contraddistinta da una stampa polarizzata politicamente e da un giornalismo militante e vicino alle vocazioni politiche del territorio, con il rischio di non differenziare alla maniera anglosassone la notizia dal commento e di restringere il ventaglio dei punti di vista neutrali, tanto che per farsi un'idea completa occorre leggere tre o quattro quotidiani, mentre negli Usa basta prendere il New York Times. Inoltre il nostro Paese si caratterizza per una forte prevalenza delle forme di comunicazione audiovisive sulla tradizionale carta stampata.

La distinzione fra i due modelli è spiegata dai due autori in chiave storico culturale, in quanto i media sarebbero i figli delle rivoluzioni del XVII e XVIII secolo, espressione della cultura laica, urbana, democratica, dello "spirito del capitalismo" liberale e weberiano. Così i ritardi spesso osservati in alcuni paesi dipenderebbero soprattutto dalla storica prevalenza della cultura feudale e latifondista rispetto a quella borghese.

Questa chiave interpretativa sembra aver funzionato finora relativamente bene. Ma lo scenario si è complicato bruscamente, a partire soprattutto dall'attentato alle Twin Towers del settembre 2001. L'emergenza terrorismo e la guerra in Iraq sembrano infatti aver modificato profondamente il modello Nordatlantico, spingendo i media a ruoli più militanti in favore della cultura occidentale, trasformandoli in poderosi strumenti di comunicazione di guerra.

In questo scenario va ricordato l'emergere di due nuovi fenomeni. Da un lato anche gli avversari dell'occidente hanno imparato ad utilizzare la comunicazione a fini bellici (video e proclami di Al Qaeda). Dall'altro è nato un nuovo soggetto, i media non occidentali in lingua araba (Al Jazeera, El Arabiya), che l'Occidente tende ad identificare semplicemente, ed erroneamente, con il terrorismo quando invece sono in larga misura uno strumento capace di stimolare i processi democratici (tanto che i governi dei paesi arabi tendono a censurarli).

Oggi rimangono aperte numerose questioni, che riguardano tra l'altro gli assetti proprietari, le concentrazioni fra imprese e gli incroci fra media diversi, la crescita di Internet, il ruolo complesso della pubblicità. E infine la ridefinizione del ruolo dell'editore, in un momento in cui le imprese editoriali tradizionali si debbono confrontare con l'ingresso di nuovi media e nuovi linguaggi, dalla telefonia cellulare, alla numerosa famiglia dei terminali mobili, alle nuove piattaforme televisive

digitali. Queste trasformazioni non sono indolori, anche se possono rappresentare grandi opportunità.