

# Editoriale

## Journalisme et société : questions de responsabilité

di Christian Ruggiero, Fabien Wille

Traduzione a cura di Alessandro Porrovecchio

La responsabilità sociale est un concept qui, dans son acception courante, considère qu'un individu ou une organisation a, au-delà de ses objectifs propres, l'obligation d'agir au bénéfice de la société au sens large. La RS des entreprises ou corporate social responsibility, initialement conceptualisée par les chercheurs anglo-saxons dans les années 1950 est inséparable des problématiques de la "corporate governance" qui vise à définir un cadre de règles et de pratiques par lesquelles la direction d'une entreprise assure responsabilité, équité et transparence dans ses relations avec ses partenaires et plus largement les parties prenantes de son

*Il concetto di "responsabilità sociale" (RS) si riferisce, in generale, al fatto che un individuo o un'organizzazione, al di là dei propri obiettivi, debbano di agire per il bene della società in generale. La RS delle aziende o "corporate social responsibility", originariamente concettualizzato dai ricercatori anglosassoni negli anni '50 è inseparabile dal problema della "corporate governance", che mira a definire un quadro di regole e pratiche con cui la direzione di una società garantisca responsabilità, correttezza e trasparenza nei rapporti con i suoi partner e ed in senso più ampio con gli stakeholder. Espressione di una tensione tra imprese e società civile,*

attività. Expression d'une tension entre les entreprises et les sociétés civiles, le concept anglo-saxon de responsabilité sociale, dont les fondements sont d'abord religieux, s'est diffusé dans le champ économique dans un contexte de mondialisation qui, en lien avec les politiques de dérégulation, a vu concomitamment se développer précarité, insécurité sociale, dommages environnementaux, et a généré une perte de légitimité et de confiance envers l'entreprise. Son institutionnalisation, différenciée selon les pays et les représentations culturelles de l'entreprise, a été facilitée par sa mise à l'agenda politique au niveau communautaire et international en lien avec les problématiques de développement durable, et par des vellétés de normalisation au demeurant non coordonnées. L'opérationnalité du concept de RS ou sociétale de l'entreprise s'appuie ainsi sur les normes internationales SA8000, dont l'objectif est de s'assurer du respect des principes éthiques en matière de production de biens et de services et de conditions d'emploi des personnels, et ISO 26000 qui établit des lignes directrices pour agir de manière éthique et transparente de façon à contribuer à la bonne santé et au bien-être de la société.

*il concetto anglosassone di RS, le cui fondamenta sono inizialmente religiose, si è diffuso nel campo economico, in un contesto di mondializzazione, che, in connessione con il politiche di deregolamentazione, ha visto parallelamente svilupparsi la precarietà, l'insicurezza sociale, i danni ambientali, ed ha generato una perdita di legittimità e di fiducia nei confronti delle imprese. La sua istituzionalizzazione, avvenuta in maniera diversa a seconda dei paesi e delle rappresentazioni culturali delle imprese, è stato facilitato dal suo inserimento nelle agende politiche a livello comunitario ed internazionale, in connessione con i temi dello sviluppo sostenibile e con delle velleità di standardizzazione alla fine non coordinate. L'operatività del concetto di RS delle imprese si appoggia sugli standard internazionali SA8000, che mirano a garantire il rispetto dei principi etici nella produzione di beni e servizi e le condizioni lavorative degli impiegati, ed ISO 26000 che definisce le linee guida per agire in modo etico e trasparente, in modo da contribuire alla salute ed al benessere della società. Per l'Unione europea, la RS delle imprese è intesa rispetto al loro impatto sulla società.*

Pour l'Union Européenne, la RS des entreprises s'entend vis-à-vis des effets qu'elles exercent sur la société. La RSE au croisement des interrogations et des pressions de la société civile d'une part, et des impératifs politiques et institutionnels d'autre part, est ainsi devenue pour les entreprises un "point de passage obligé".

Sur le plan académique, *The Hutchins Commission*, en posant les bases de l'éthique journalistique (*A Free and Responsible Press*, 1947), inspire la publication en 1956 de l'ouvrage de Siebert, Schramm et Peterson, considérée jusqu'à aujourd'hui comme le point de départ de la conceptualisation théorique de la RS des médias: *Four theories of the press*. Les années 1990, sur fond de crise économique, d'aggravation des inégalités, de concentration industrielle et de financiarisation accrue des entreprises de presse, en altèrent la vision. (Watine 2003). En France, les travaux de Ruellan (1993) ré-interrogent la profession de journaliste et ceux de Bohec (2000), Ramonet (2001) et Champagne (2000) font explicitement référence aux positions théoriques de Bourdieu (1996) selon lesquelles la RS des médias reste incompatible avec la doctrine libérale de la

*La RS delle imprese, all'incrocio tra le domande e le pressioni della società civile, da un lato, e gli imperativi politici ed istituzionali, dall'altro, è diventata per le aziende una sorta di "check point".*

*Dal punto di vista accademico, "La Commissione Hutchins", ponendo le basi dell'etica giornalistica (*A Free and Responsible Press*, 1947), ispira la pubblicazione, nel 1956, del libro di Siebert, Schramm e Peterson, considerato oggi il punto di partenza per la concettualizzazione teorica della RS dei media: *Four theories of the press*. Gli anni 90, un contesto di crisi economica, di aggravamento delle disuguaglianze, di concentrazione industriale e di maggiore finanziarizzazione delle imprese mediatiche, alterano questa visione (Watine 2003). In Francia, i lavori di Ruellan (1993) ri-esaminano la professione giornalistica, e quelli Bohec (2000), Ramonet (2001) e Champagne (2000) fanno esplicitamente riferimento alle posizioni teoriche di Bourdieu (1996), secondo il quale la RS dei media è incompatibile con la dottrina liberale della stampa. Denunciano quindi l'uso di una retorica di impresa responsabile finalizzata alla promozione delle vendite e delle relazioni pubbliche.*

presse. Ils dénoncent ainsi l'usage d'une rhétorique d'entreprise citoyenne à des fins de promotion commerciale et de relations publiques. A une époque où la crédibilité et la déontologie du journalisme (de presse écrite, radio et télévision) sont largement remises en question (pour l'Amérique du Nord : Nerone, 1995; pour la France : Pigeat, 2000), constat souligné en France par un rapport du Ministre de la culture (juil. 1999) qui démontre une forme de dérive dans la pratique journalistique ainsi que dans la "maîtrise éditoriale des principaux médias" (Charon 1999), la question de la RS et plus particulièrement de la RS des médias connaît un nouvel essor. Les travaux de Denis McQuail et les choix sémantique et méthodologique qu'il a entrepris en centrant ses recherches non plus sur la RS mais sur "the accountability of media", démontrent la nécessité de changer d'échelle d'analyse et de passer de celle 'des médias' à celle 'des journalistes' pour étudier la RS du journalisme dans les sociétés modernes et ceci dans deux dimensions particulières : l'éthique déontologique (respect des normes) et l'éthique conséquentialiste (conséquence

*In una fase in cui la credibilità e l'etica del giornalismo (stampa scritta, radio e televisione) sono ampiamente messe in discussione (per il Nord America: Nerone, 1995; per la Francia: Pigeat, 2000), aspetto sottolineato in Francia da una relazione del Ministro della cultura (luglio 1999) che dimostra una forma di deriva nella pratica giornalistica e nel "controllo editoriale dei principali mezzi di comunicazione" (Caronte 1999), la questione della RS e soprattutto della RS dei media sta vivendo un nuovo sviluppo. I lavori di Denis McQuail e le scelte semantiche e metodologiche che ha messo in atto focalizzando la propria attenzione non sulla RS, ma sulla "accountability of media", dimostrano la necessità di cambiare il livello di analisi e di passare dalla RS "dei media" a quella "dei giornalisti", in modo da studiare quella del giornalismo nelle società moderne, e sulla base di due dimensioni specifiche: l'etica deontologica (rispetto delle norme) e l'etica consequenzialista (conseguenze dei contenuti) delle pratiche e delle produzioni dei giornalisti. Questo doppio orientamento indica che si dovrebbe superare (senza però escludere) l'argomentazione delle logiche*

des contenus) des pratiques et productions des journalistes. Cette double orientation précise qu'il convient de dépasser (sans pour autant l'exclure) l'argument des logiques financières et des contraintes imposées par les propriétaires des médias pour étudier la responsabilité sociale du journalisme dans l'exercice de la démocratie. La RSJ, pensée de façon globale à la fois à l'échelle de l'éthique personnelle et professionnelle, doit ainsi être analysée au regard de la prise en compte des logiques politiques, des contraintes juridiques, de l'influence du lectorat ou encore des groupes de pression à la fois économiques (actionnaires, sponsor et partenaires financiers) ou encore sociales (lobbys associatif, communautaire) sur la pratique et les productions médiatiques.

Cette question ne peut être saisie sous l'angle exclusif d'une éthique personnelle du journaliste qui renverrait, au mieux, à un ethos professionnel permettant, ainsi que Norbert Elias s'y est attaché, de saisir la rationalité socialement et éthiquement intriquée des comportements. Il s'agit en effet, ainsi que nous y invite Bourdieu (1992) "d'échapper à la fois à la philosophie du sujet, mais sans

*finanziarie e dei vincoli imposti dai proprietari dei media per studiare la responsabilità sociale del giornalismo nell'esercizio della democrazia. La RS del giornalismo pensata in maniera globale, al contempo al livello di etica personale e professionale, deve essere analizzata tenendo conto delle logiche politiche, dei vincoli legali, dell'influenza dei lettori o dei gruppi di pressione economici (azionisti, sponsor e partner finanziari) o sociali (lobby associative, comunità) rispetto alle pratiche ed alle produzioni mediatiche.*

*La questione della RS del giornalismo non può essere presa in considerazione esclusivamente dal punto di vista dell'etica personale del giornalista, che si ridurrebbe, un ethos professionale permettendo, come rilevato anche da Norbert Elias, a cogliere la razionalità socialmente ed eticamente intricata dei comportamenti. Si tratta, come afferma Bourdieu (1992) "di sfuggire sia dalla filosofia del soggetto, ma senza sacrificare l'agente, e dalla filosofia della struttura, ma senza rinunciare a prendere in considerazione degli effetti dell'agente attraverso di esso".*

sacrificare l'agent, et à la philosophie de la structure, mais sans renoncer à prendre en compte les effets qu'elle exerce sur l'agent et à travers lui".

Le caractère ambitieux de cet ouvrage est à envisager comme un travail participant à la réaffirmation du rôle des journalistes en général dans les démocraties modernes. La question de la RS des médias, doit ainsi être considérée comme un des "lieux de la parole publique". Au-delà des chartes et des codes éthiques qui ont pour objectif de "réguler la conduite des journalistes dans la recherche, la transmission, la diffusion, le commentaire de l'information lorsqu'ils rendent compte d'évènements", les travaux présentés considèrent l'information comme partie intégrante de l'activité sociale, de légitimation, d'imposition, de stratégies d'acteurs sociaux et de lutte symbolique, ce qui amène à l'étudier comme un fait social et non comme un fait de langage (Veron 1997; Esquenazi 2002). Partant du postulat que la fonction essentielle des médias, et le rôle du journaliste, consiste moins à informer à propos d'évènements que de "donner du sens" au monde

*Il carattere ambizioso del presente lavoro è quello di posizionarsi come un lavoro che partecipa alla riaffermazione del ruolo dei giornalisti nelle democrazie moderne. La questione della RS dei media, deve quindi essere considerata come uno degli "spazi del discorso pubblico". Al di là delle carte e dei codici etici, che mirano a "regolare la condotta dei giornalisti nella ricerca, trasmissione, diffusione, ed il commento dell'informazione quando si riportano degli eventi", i lavori presentati considerano l'informazione come parte integrante dell'attività sociale, della legittimazione, dell'imposizione, delle strategie degli attori sociali e della lotta simbolica, il che porta a studiare la RS dei media come un fatto sociale e non come un fatto del linguaggio (Veron 1997; Esquenazi 2002).*

*Partendo dall'idea che la funzione essenziale dei media, e il ruolo del giornalista, consista meno nell'informare su eventi che a "dare senso" al mondo che ci circonda, i lavori di Bernard Delforce (1996) attribuiscono al giornalista una RS individuale nella costruzione del "senso" dell'informazione, come e della visione del mondo (Tetu 1999). Le produzioni dei giornalisti non possono che solleci-*

qui nous entoure, les travaux de Bernard Delforce (1996) attribuent au journaliste une RS individuelle dans la construction du “sens” de l’information comme dans celle de la vision du monde (Tétu 1999). Les productions des journalistes ne peuvent donc que venir bousculer où, au contraire, conforter des discours sociaux qui leur préexistent. “Donner du sens” implique donc une RS de la part du journaliste dans la mesure où sa pratique professionnelle lui impose de prendre en compte les effets sociaux de l’acte médiatique (imputabilité). Cette fonction fait du journaliste un acteur social à part entière, et non un simple témoin-médiateur hors du jeu social. Remplir pleinement ce rôle social est, selon B. Delforce, adopter une posture citoyenne qui impose des façons spécifiques de regarder les choses, de les penser et d’en parler. Alors qu’émergent de nouvelles formes de journalisme parfois hâtivement rassemblées sous le terme de “journalisme citoyen”, l’activité des journalistes trouve actuellement un prolongement dans des dispositifs d’auto-publication, tels que les blogs ou les médias sociaux, qui ouvrent des espaces nouveaux d’expression tout en étant confrontés à d’autres

*tare o, al contrario, rafforzare i discorsi sociali preesistenti.*

*“Dare un senso” implica una RS da parte del giornalista nella misura in cui la sua pratica professionale gli impone di tener conto degli effetti sociali dell’atto mediatico (accountability).*

*Questo aspetto rende il giornalista un attore sociale di pieno diritto, non solo un testimone mediatore esterno al gioco sociale.*

*Svolgere questo ruolo sociale significa, secondo B. Delforce, assumere una postura civica che richiede maniere specifiche di guardare le cose, di pensarle e di parlarne. Mentre emergono delle nuove forme di giornalismo, a volte frettolosamente riunite sotto il termine “citizen journalism”, l’attività di giornalisti si estende attualmente attraverso di dispositivi di self-publishing, come i blog o i social media, che aprono nuovi spazi di espressione, pur essendo confrontati a ad altri vincoli editoriali o istituzionali. Di fronte al crescente numero di fonti di informazione a disposizione del pubblico in generale, “dare senso” all’informazione sta diventando una necessità e una richiesta della società (Beciu et al. 2009; Pereira e Maia 2010).*

contraintes éditoriales ou institutionnelles. Devant la multiplication des sources d'informations mises à disposition du grand public, "donner du sens" à l'information s'impose comme un besoin et une demande sociétale (Beciu *et al.* 2009 ; Pereira e Maia 2010).

Les différentes contributions combineront l'analyse des processus de socialisation professionnelle des journalistes, en tant qu'ils définissent des manières et des raisons d'agir et contribuent à l'incorporation des normes, valeurs ou principes éthiques, et l'analyse des productions informationnelles en situation. À cet égard ce sont les problématiques de la responsabilité sociale des médias et des journalistes (Zirin 2008) qui sont réinterrogées à la fois dans les visées qu'elles assignent et dans la façon dont elles s'actualisent dans les organisations et les dispositifs que nous investiguerons.

Les différentes contributions témoignent d'un réel intérêt du thème de la responsabilité sociale du journaliste. Pour n'en citer que quelques auteurs, celle de Rolando Marini, par exemple, qui, en partant de la perspective historique de

*I contributi di questo numero di "Comunicazione punto doc" combineranno l'analisi dei processi di socializzazione professionale dei giornalisti, in quanto definiscono i modi e le ragioni d'agire e contribuiscono all'incorporazione di norme, valori o principi etici, e l'analisi delle condizioni produttive dell'informazione. A questo proposito, sono i temi della responsabilità sociale dei media e dei giornalisti (Zirin 2008) che vengono rimessi in discussione tanto negli obiettivi quanto nelle pratiche messe in atto nelle organizzazioni medial e declinate sui diversi devices che saranno oggetto della nostra analisi.*

*Osservando il percorso disegnato dai diversi contributi che sono stati presentati, e hanno passato la fase di selezione, abbiamo un primo riscontro empirico quantomeno sui territori in cui si declina, per i nostri autori, il tema della responsabilità sociale del giornalista.*

*Per non citarne che alcuni, seguono a questo editoriale alcuni contributi che si rivelano molto utili a inquadrare il tema, in particolare quello di Rolando Marini, che dallo storico contributo di Siebert, Schramm e Peterson prende le mosse per descrivere le*



Siebert, Schramm et Peterson, décrit la transformation du système médiatique sur la base d'un dualisme reconductible d'une part à l'approche latérale de Entman (1989), de l'autre à celle d'Altheide (2004). De la même manière, l'article de Gilles Gauthier essaye de redéfinir le traitement journalistique de la diversité en tant qu'élément appartenant plus à l'épistémologie du journalisme même qu'à un mandat moral qui est trop souvent considéré comme une simple plus-value professionnelle.

L'article de Raphaël Lapierre montre une première déclinaison pratique des effets de la représentation de l'altérité dans la pratique journalistique, liée à la construction sociale du risque et de la peur. Cette question, qui dans ce dossier fait également l'objet de la réflexion de Donatella Natta (sur la question de la communication négative) et Andrea Magliocco (sur l'excès de chronique qui caractérise le journalisme télévisé contemporain), est particulièrement chère à notre revue. Un des dossiers auxquels on est particulièrement attachés, intitulé "Necrologie" et publié entre Décembre 2012 et Janvier 2013, focalise l'attention

*trasformazioni del sistema dei media secondo un dualismo riconducibile da un lato all'approccio di Entman (1989), dall'altro a quello di Altheide (2004), e quello di Gilles Gauthier, che si impegna in un importante tentativo di ridefinire il trattamento giornalistico della diversità nei termini di un elemento appartenente più all'epistemologia stessa del giornalismo che a un mandato morale che troppo spesso viene considerato nient'altro che un optional per lo svolgimento della professione.*

*Già dal contributo di Raphaël Lapierre emerge una prima declinazione pratica degli effetti della rappresentazione dell'alterità nella pratica giornalistica, legata alla costruzione sociale del rischio e della paura. Questo tema, che nel presente numero è oggetto della riflessione di Donatella Natta (sul tema della negative communication) e di Andrea Magliocco (sullo specifico dell'eccesso di cronaca che caratterizza il giornalismo televisivo contemporaneo), è particolarmente caro alla nostra Rivista. Uno dei numeri a cui siamo più affezionati, intitolato "Necrologie" e pubblicato a cavallo tra dicembre 2012 e gennaio 2013, rappresenta appunto una discus-*

sur les possibles origines et les conséquences de l'énorme vague de chroniques criminelles qui semble avoir englouti le journalisme italien depuis au moins quinze ans. Dans ce numéro, Carlo Sorrentino résumait la manière dans laquelle

la chronique criminelle effectuait la distinction entre la normalité et la transgression et, surtout, entre la victime et le délinquant. Il s'agissait d'une manière apparemment simple et efficace, centrée sur son rôle profond et fondamental de rassurer sur la capacité du système social d'assurer aux individus cette sécurité ontologique basée sur la nécessité d'une confirmation de leur identité et du sens de leur existence dans le monde (Giddens 1990 ; Silverstone 1994).

Dans la transition d'un système d'information qui encadrait les auteurs et les victimes dans des schémas d'action définis, journalistiquement imposés par des tiers – les tribunaux, la police, en bref, les soi-disant “sources officielles” – à un qui encourage les bourreaux à agir en tant que bureau de presse d'eux-mêmes

*sione corale sulle possibili origini e conseguenze dell'onda anomala di cronaca nera che sembra aver travolto il giornalismo italiano da almeno un quindicennio. In quel numero, Carlo Sorrentino ben sintetizzava il modo in cui*

*nella chiara distinzione fra normalità e trasgressione e, soprattutto, fra vittime e colpevoli, la cronaca nera tradizionalmente compie con estrema facilità e proporzionale efficacia il suo più profondo e fondamentale compito di rassicurare circa la capacità del sistema sociale d'individuare i comportamenti normali e da norma-re, assicurando agli individui quella sicurezza ontologica basata sul bisogno di conferme circa la propria identità e il senso della propria esistenza nel mondo (Giddens 1990; Silverstone 1994).*

*Nel passaggio da un sistema dell'informazione che inquadrava colpevoli e vittime in patterns di azione giornalmisticamente definiti e imposti da terzi – l'autorità giudiziaria, le forze dell'ordine, insomma le cosiddette “fonti ufficiali” – a uno che incorag-*

(en prenant la formule proposée par Morcellini), pour devenir une partie active du “cirque médiatique” pour influencer l’imagination, l’opinion publique et les mêmes procès qui les concernent, le journalisme italien semble vivre deux époques différentes de subordination au pouvoir. Un pouvoir qui, dans un cas surveille activement et strictement la définition des comportements normaux et des comportements à normaliser cités ci-dessus, car, si le récit sous-tendu à la performance de la vie sociale est celle du “jaune”, les rôles de l’auteur et de la victime sont bien définis, et l’histoire se termine inévitablement par la punition du délinquant, sous peine de perte de confiance dans les principes mêmes de la vie commune. Par la suite, quand l’histoire se teint de “noir”, et l’intervention inévitable de la justice devient un mécanisme défectueux, le pouvoir s’adapte aux changements et – auparavant pompier – se transforme en pyromane, il justifie son existence sur la base d’une opposition sans fin à un mal si endémique dans la société qu’il se cache dans chaque palier.

Dans ce deuxième scénario, la faute du journalisme en termes de

*gia soprattutto i carnefici ad agire come ufficio stampa di sé stessi (riprendendo la fortunata formula di Morcellini), a farsi parte attiva del “circo mediatico” per influenzare l’immaginario, l’opinione pubblica e infinite gli stessi processi che li riguardano, il giornalismo italiano sembra conoscere due diverse epoche di subalternità alla sfera del potere. Un potere che in un caso controlla attivamente e stringentemente la definizione di quei comportamenti normali e quei comportamenti da normare citati poco sopra, perché, se la trama narrativa sottesa allo svolgimento della vita societaria è quella del “giallo”, i ruoli del colpevole e della vittima sono ben definiti, e la storia inevitabilmente termina con la punizione del reo, pena la perdita di fiducia nei principi stessi del viver comune. Quando poi la storia si tinge di “noir”, e l’immane intervento della giustizia diviene un meccanismo difettoso, il potere si adegua e passa da pompiere a incendiario, giustifica la propria esistenza in funzione di un’interminabile contrapposizione a un male talmente endemico nella società da nascondersi al di là di ogni pianerottolo. In questo secondo scenario, diviene più evidente la colpa del*

manque de responsabilité devient plus évidente : si les “effets sociaux” d’une couverture débordante sur le “noir” peuvent être attribués à des dynamiques macroscopiques incontrôlables<sup>1</sup> – pas moins le désir croissant d’information et de “histoires” de la part du public – la décision de se positionner sur un modèle d’information narratif en devenant le porte-voix des versions des faits présentées par des personnages sur la scène du crime, jusqu’à construire, en version imprimée ou encore mieux à la télévision, des processus contre-judiciaires est une question qui touche directement la responsabilité sociale des journalistes.

Similaire, mais encore plus dramatique en termes de conséquences sociales, est la stratégie que les médias traditionnels utilisent dans la narration de la diversité concernant les étrangers, surtout quand il s’agit des migrants. Encore une fois, un sujet très cher à cette revue, qui trouve en ce dossier une contribution importante dans l’analyse de Gianluca Giraudo et Marta Tedesco, consacrée à l’effet de la RS sur la production journalistique de Domenico Quirico, un journaliste de “La Stampa”, et Stefano Liberti, contributeur à “L’Internazionale”, et dans celui, tendant à réclamer le respect de la vérité substantielle des faits

*giornalismo in termini di mancanza di accountability: se gli “effetti sociali” di un coverage debordante circa la “nera” possono essere imputati a dinamiche macroscopiche incontrollabili<sup>1</sup>, la scelta di radicalizzare l’impostazione di focalizzazione interna a una news-story facendosi megafono delle versioni dei fatti presentate dai personaggi sulla scena del crimine, fino al punto da costruire, sulla carta stampata o ancor meglio in televisione, veri e propri contro-processi giudiziari, è una questione che tocca direttamente la responsabilità sociale dei giornalisti. Simile, ma ancor più drammatica in termini di conseguenze sociali, è la strategia che i media mainstream adottano nel racconto del diverso in quanto straniero, e nello specifico migrante. Ancora una volta, un tema molto caro a questa Rivista, che trova in questo numero contributi significativi nell’analisi che Gianluca Giraudo e Marta Tedesco dedicano all’analisi in termini di ricaduta della RS sulla produzione giornalistica di Domenico Quirico, inviato de “La Stampa” e Stefano Liberti, contributor di “Internazionale”, e in quella, tendente alla rivendicazione del rispetto della verità sostanziale dei*

comme base d'un journalisme plus éthique, de Domenica Natasha Turano, qui prend comme cas d'étude la représentation médiatique de l'étranger. Comme a observé Francesca Rizzuto dans le dossier de "Comunicazione-puntodoc" consacré à la représentation des migrants dans l'information italienne:

Dans des cas exceptionnels, se crée une sorte de court-circuit entre la nécessité journalistique de reclasser des formules routinières de discussion des faits, et la production de sources-événements vicariants, utilisés pour influencer cette contextualisation. Il se réalise un échange-chevauchement des niveaux de réalité et des cadres d'interprétation, dans lequel apparaît différente la fonction du contrôle de contexte de la part des journalistes et des politiques: en d'autres termes, la construction de la réalité se présente à la fois comme réelle et digne d'intérêt, et comme une information qui définit la réalité. Les naufrages de migrants trouvent grand espace dans les médias d'information italiens car ils sont parfaitement compatibles avec la logique de la télévision d'*infotainment* (Froio 2000 ; Costa 2010 ; Morcellini 2011 ; Rizzuto 2012).

*fatti come base di un giornalismo più etico, che Domenica Natasha Turano svolge prendendo come caso di studio la rappresentazione mediale dello straniero.*

*Come osserva Francesca Rizzuto nel numero di "Comunicazione-puntodoc" dedicato alla rappresentazione dei migranti nell'informazione italiana:*

*Nei casi eccezionali si crea, quindi, una sorta di cortocircuito tra la necessità giornalistica di riclassificare le formule routinarie di trattazione dei fatti e la produzione di eventi-fonti vicarie, usati per influenzare tale contestualizzazione. Si realizza uno scambio-sovrapposizione di livelli di realtà e di cornici interpretative, in cui appare diversa la funzione di controllo del contesto per giornalisti e politici: in altri termini, la costruzione della realtà si presenta sia come reale che fa notizia che come notizia che definisce la realtà. I naufraggi dei migranti trovano grande spazio nei media informativi italiani anche perché sono perfettamente coerenti con la logica televisiva dell'*infotainment* (Costa 2010; Froio 2000; Morcellini 2011; Rizzuto 2012).*

Mais l'excès de spectacle favorise l'information qui choisit d'agir pour le bien de la société dans son ensemble, d'une manière qui, au mieux, peut être définie simpliste et que, dans tous les cas, ne peut avoir que des effets négatifs sur le social. L'accent mis sur la taille et l'émergence-immigrés, ainsi que leur thématization par des mots-clés allant de "invasion" et "siège" à "attaque" par un "essaim" d'humanité, constituée principalement par des "clandestins", ou éventuellement des "terroristes", favorise la tendance à l'hostilité envers l'étranger, et empêche *ab origine* toute expérience réussie d'accueil et d'intégration, de radicaliser toutes les possibilités de coexistence en civil avec la diversité. La construction d'un "peuple" avec des caractéristiques de "pureté" qui doivent être sauvegardées est fortement stigmatisée dans tout le contexte politique européen (Mudde 2004), et les cas dans lesquels cette attitude est ouvertement promue par les médias ne semblent pas être si nombreux. Eux-mêmes ne parviennent pas clairement dans leur devoir, tant qu'une institution comme Médecins Sans Frontières interviendra à travers une campagne de responsabilité

*Ma proprio l'eccesso di spettacolarizzazione favorisce un'informazione che sceglie di agire per il bene della società nel suo complesso secondo modalità che nella migliore delle ipotesi possono essere definite semplicistiche e che comunque non possono che avere effetti perversi sulla sicurezza sociale. L'enfatizzazione della dimensione emergenziale degli sbarchi, insieme con la loro tematizzazione attraverso termini-chiave che vanno da "invasione" ad "assedio" fino ad "attacco" da parte di uno "sciame" di umanità composta prevalentemente da "clandestini" quando non da "terroristi", contribuisce a coltivare la tendenza all'ostilità verso lo straniero, ad impedire *ab origine* qualsiasi esperimento riuscito di accoglienza e integrazione, a radicalizzare le possibilità di in-civile convivenza con il diverso. La costruzione di un "popolo" con caratteristiche di "purezza" che vadano salvaguardate è fortemente stigmatizzata nel contesto politico di tutta Europa (Mudde 2004), ma non sembrano essere così frequenti i casi in cui tale atteggiamento è apertamente promosso dai mezzi d'informazione. I quali vengono meno al proprio compito in maniera così evidente da portare un'istituzione*

sociale essayant de dissiper les dix “mythes” plus récurrents sur l’immigration, qui se transforment en autant de canulars journalistiques. Le thème est au centre du débat : dans un écosystème médiatique dans lequel la concurrence dans le domaine du journalisme est mesurée plus en termes d’immédiateté et de fiabilité, la possibilité de tomber dans le piège des fausses nouvelles est de plus en plus élevé, et représente une bataille fondamentalement impossible à gagner. Mais cela vaut comme justification seulement si cette bataille est au moins combattue : quand, par contre, il semble que les professionnels investissent sur des stéréotypes tels que les immigrants qui apportent des maladies, ou qui sont traités mieux que les Italiens, ou qui volent leur travail, ou représentent un danger en termes de crime ou de terrorisme, il est clair que ceci est un autre domaine dans lequel la responsabilité sociale des journalistes est largement ignorée.

Mais comment cela est-il possible, en particulier en Italie ? Il y a, bien sûr, les processus globaux, qui rendent de plus en plus difficile parler de responsabilité sociale du journaliste. Nous avons

*come Medici Senza Frontiere a scendere in campo con una campagna di responsabilità sociale volta a sfatare i dieci “miti” più ricorrenti sull’immigrazione, che si trasformano in altrettante “bufale” giornalistiche. Il tema è al centro del dibattito: in un ecosistema mediale in cui la concorrenza nel campo giornalistico si misura più in termini di immediatezza che di affidabilità, la possibilità di cadere nella trappola delle fake news è sempre più alta, e rappresenta una battaglia sostanzialmente impossibile da vincere. Ma ciò vale come giustificazione a patto che questa battaglia sia almeno combattuta: laddove invece appaia che i professionisti dell’informazione investano su luoghi comuni come gli immigrati che portano le malattie, o che vengono trattati meglio degli italiani, o che rubano il lavoro, o che rappresentano un pericolo in termini di criminalità se non di terrorismo, è evidente che si tratta di un altro territorio in cui la responsabilità sociale dei giornalisti viene ampiamente disattesa.*

*Ma perché questo è possibile, e particolarmente in Italia? Esistono, certo, processi globali che rendono sempre più arduo parlare di*

déjà mentionné la tendance à identifier ce qui est pertinent avec ce qui semble plaire aux lecteurs et aux téléspectateurs, ce qui est la base du *market-driven journalism* (McManus 1994). Mais pour comprendre les raisons de cet énième paradoxe italien, nous devons vraiment mettre l'accent sur le terme "marché". Après tout, l'idée même de responsabilité sociale des journalistes se développe à partir de l'application, dans le domaine du *newsmaking*, d'un concept purement d'entreprise.

[...] organizational goals and activities must be found legitimate and valued by a range of stakeholder groups in the larger social system of society. This stakeholder-based model has significant implications for organizations, both public and private. Even private organizations that do not necessarily protect a public good in society have realized that they need to listen to and communicate with a whole range of stakeholder groups for their own as well as for society's sake, and in order to avoid certain stakeholder groups raising issues that are potentially damaging to their reputations (Cornelissen 2014, p. 253).

*responsabilità sociale del giornalista. Abbiamo già detto della tendenza a identificare ciò che è rilevante con ciò che sembra piacere a lettori e spettatori, il che è alla base del cosiddetto market-driven journalism (McManus 1994). Ma, per comprendere i motivi dell'ennesimo paradosso italiano, dobbiamo concentrarci proprio sul termine "mercato". In fin dei conti, l'idea stessa della responsabilità sociale dei giornalisti prende le mosse dall'applicazione al campo del newsmaking di un concetto squisitamente d'impresa.*

[...] organizational goals and activities must be found legitimate and valued by a range of stakeholder groups in the larger social system of society. This stakeholder-based model has significant implications for organizations, both public and private. Even private organizations that do not necessarily protect a public good in society have realized that they need to listen to and communicate with a whole range of stakeholder groups for their own as well as for society's sake, and in order to avoid certain stakeholder groups raising issues that are potentially damaging to their reputations (Cornelissen 2014, p. 253).



A la lumière de cette hypothèse, les paroles d'Angelo Agostini, qui, dans un article célèbre de 2011, rapporté dans la collection des textes les plus représentatifs de ce savant que la revue "Problemi dell'informazione" a publié deux ans plus tard, récapitule les péchés originaux du journalisme italien en termes de capacité à créer de la culture professionnelle et industrielle (Agostini 2013).

Il est vrai qu'Agostini vise à dénoncer la situation de faiblesse des investissements en termes de capital humain, opposant une image de "caste" des journalistes professionnels aux difficultés des nouveaux arrivants à élargir un horizon social, culturel et professionnel obsolète, orienté vers un inexistant "emploi pour peux, bien payé, avec une excellente visibilité et gratification personnelle et sociale, peut-être également politique" (ivi, p. 291). Les tons sont ceux d'un article de dénonciation, injuste de manière ouverte et provocante contre deux catégories, celle des journalistes et éditeurs, qui ne peuvent pas être tenus totalement pour responsables de l'échec du processus de reconnaissance

*Alla luce di questo assunto, le parole di Angelo Agostini, che in un celebre articolo del 2011, riportato nella collezione dei testi più rappresentativi di questo compianto studioso che la Rivista "Problemi dell'informazione" ha pubblicato due anni dopo, ricapitola i peccati originali del giornalismo italiano in termini di capacità di creazione di una cultura professionale e industriale.*

*Vero è che Agostini intendeva denunciare la situazione di scarso investimento sul capitale umano, che contrapponeva un'immagine da "casta" dei giornalisti professionisti con le difficoltà dei newcomers ad allargare un orizzonte sociale, culturale e professionale obsoleto, orientato a un ormai inesistente "lavoro per pochi, ben pagato, con ottima visibilità e gratificazione personale e sociale, magari anche politica" (ivi, p. 291). E che i toni sono quelli di un articolo di denuncia, apertamente e provocatoriamente ingiusto nei confronti di due categorie, quella dei giornalisti e quella degli editori, che non possono essere considerati responsabili "in solido" del fallimento di un processo di riconoscimento e consolidamento di "una cultura professionale che non fosse individuale (il giorna-*

et de consolidation d'“une culture professionnelle qui n'est pas individuelle (le journaliste) ou d'un petit ou d'un grand groupe (journal, groupe d'édition, appartenence politique), mais collectif : donc de classe (ou de corps, ou de profession)”. Mais il est également vrai que la plainte que “n'ayant jamais été une industrie, les journaux italiens (et donc le journalisme italien) n'a jamais été en mesure de produire une culture industrielle” (ivi, p. 296) semble vraiment actuelle.

En ce qui concerne les deux facteurs que Agostini identifie en tant qu'obstacles insurmontables pour le bourgeonnement d'une culture professionnelle du journalisme italien, la montée du système des médias et de l'innovation technologique prévalent, les “fautes” de la catégorie sont assez claires et assez renouvelables dans le contexte contemporain. Il est vrai que, plus encore que d'un nouveau important modèle de journalisme comme “la Repubblica”, le véritable moteur du changement et de l'industrie de la culture italienne était la télévision, en particulier grâce à l'immense succès de la télévision commerciale (Morcellini 2005).

*lista) o di piccolo o grande gruppo (la testata, il gruppo editoriale, l'appartenenza politica), ma collettiva: quindi di ceto (o corpo, o categoria) professionale”. Ma è altrettanto vero che, nella luce in cui stiamo cercando di leggerla, la denuncia per cui “non essendo fino allora mai stati industria, i giornali italiani (e di conseguenza il giornalismo italiano) non hanno mai saputo produrre cultura industriale” (ivi, p. 296) appare quantomai attuale.*

*Rispetto a entrambi i fattori che Agostini individua come ostacoli insormontabili per la nascente cultura professionale del giornalismo italiano, la nascita del sistema dei media e l'imporsi dell'innovazione tecnologica, le “colpe” della categoria sono abbastanza chiare, e abbastanza rinnovabili nel contesto odierno. Vero è che, ancor più che un importante nuovo modello giornalistico come “la Repubblica”, il vero driver del mutamento della e nella industria culturale italiana è stata la televisione, e in particolare il travolgente successo di quella commerciale (Morcellini 2005).*

*Ma è altrettanto vero che, perfino quando la stessa Fininvest ha abbandonato di fatto la sua missione prettamente commerciale per*

Mais il est également vrai que, même lorsque Fininvest a de fait abandonné sa mission purement commerciale pour devenir leader d'opinion dans le domaine – entre autres – de la politique (Ruggiero 2014), une culture journalistique, également militante, a eu du mal à s'affirmer sur le côté du champ de bataille de la télévision où plus importants ont été le financement et le degré d'innovation. En ce qui concerne les développements technologiques, c'est encore Agostini qui nous rappelle comment l'entrée des technologies électroniques dans la salle de rédaction a été vite résolu: "Un peu d'argent de plus dans le contrat, de nombreuses règles pour normaliser l'entrée des ordinateurs dans les bureaux, et on y va. Dommage que les ordinateurs ont été appelés 'machines', les règles fixaient des 'limites' et ces bornes ont limité le territoire contre la 'redistribution inadéquate du travail'" (ivi, p. 299).

Il est encore relativement difficile de trouver une véritable interpénétration entre les deux dimensions du papier (ou du vidéo) et de la toile, étant à bien des égards cette dernière encore

*farsi leader d'opinione in campo politico e non solo (Ruggiero 2014), una cultura del giornalismo, foss'anche quello militante, ha stentato ad affermarsi su quel versante del campo di battaglia televisivo dove maggiori erano i finanziamenti e il grado di innovazione. Per quanto attiene all'evoluzione tecnologica, è ancora Agostini a ricordare come fu frettolosamente risolto l'ingresso delle tecnologie elettroniche in redazione: "Un po' di quattrini in più nel contratto, molte regole a normare l'ingresso dei terminali in redazione e via, si va. Peccato che i terminali venissero chiamati «macchinette», le norme fissassero i «paletti» e quei cippi di confine segnassero il territorio contro le «improprie redistribuzioni di mansioni»" (ivi, p. 299). Ed è ancora oggi relativamente difficile riscontrare una reale compenetrazione tra le due dimensioni del cartaceo (o del video) e dell'online, essendo per molti versi quest'ultimo ancora a tratti un far west in cui è di fatto impossibile arginare il dilagare delle fake news, e prevalentemente il luogo di un esercizio non professionale (e non adeguatamente retribuito) di professionalità che la cultura giornalistica rifiuta di fatto di assimilare.*

parfois une sorte de *far west* où il est pratiquement impossible de limiter la propagation des *fake news*, et surtout le lieu d'une pratique non professionnelle (et pas correctement payée) de professionnalisme que la culture journalistique refuse d'assimiler.

Pour terminer, dans la mesure où une société d'édition est faite d'intelligence et de capital, il est encore trop difficile de voir célébré ce mariage de convenance pour être en mesure de dire avec conviction qu'il est maintenant courant de trouver cette profonde conscience des processus productifs, cette gestion attentive du processus de *newsmaking*, cette prudente formation et division du travail qui aurait permis au journalisme italien de superviser une culture qui, comme le bois, est en mouvement perpétuel<sup>2</sup>. Et qui est la base pour un nouveau rôle social du journaliste qui pourrait se transformer en une véritable culture d'entreprise, et donc pourrait, et même devrait, parvenir à une pleine responsabilité, mature et partagée.

*Infine, nella misura in cui un'impresa editoriale è fatta d'intelligenza e capitali, è ancora troppo difficile veder celebrato questo matrimonio d'interesse per poter affermare con convinzione che sia ormai diffusa quella più profonda consapevolezza dell'intero ciclo produttivo, quella più attenta managerialità del processo di newsmaking, quella più oculata formazione e divisione dei compiti che avrebbero consentito al giornalismo italiano di vigilare su una cultura che, come il legno, è in perpetuo movimento<sup>2</sup>. E che si pongono come presupposti per una nuova funzione sociale del giornalista che potrebbe muoversi in una cultura realmente d'impresa, e dunque potrebbe, anzi dovrebbe, raggiungere una piena, matura e condivisa responsabilità.*

## Note

<sup>1</sup> Pas moins le désir croissant d'information et de "histoires" de la part du public. Si on niait ce besoin on assumerait une attitude pédagogique que le journalisme en tant que entreprise justement refuse.

*Non ultimo il crescente desiderio di informazione e "storie" da parte del pubblico, negare il quale comporterebbe l'assunzione di un atteggiamento pedagogico che il giornalismo in quanto impresa ha le sue ragioni di rifiutare.*

<sup>2</sup> Il convient de proposer également la partie conclusive de l'article de Angelo Agostini (2013, pp. 307), pour comprendre la métaphore à la base de son titre : "Marc Augè dit, en effet, que la culture est comme le bois vert : elle se déplace. J'ajoute que quiconque soit familier avec le bois sait qu'il continue à se déplacer même quand il est vieux. Le bois ne s'arrête jamais. En fait, lorsque vous avez construit une maison en bois, ou quand vous en avez trouvé une, comme il arrive à ceux qui sont nés dans les montagnes, vous êtes habitué à la contrôler tous les jours, le long des mois, des années, des décennies, qui vous sont donnés . Une maison de bois se déplace. Alors vous la regardez, vous êtes habitué à ses changements. Vous tamponnez le plâtre si nécessaire. Sinon, vous devez vraiment changer la structure. Si elle était en bois, vous devriez refaire le bois. En prenant soin de choisir le bon. Et puis, et puis, et puis. Ensuite, continuer à faire preuve de vigilance, à surveiller, à veiller à ce que une chose irréparable ne se produise pas : que le bois s'incendie".

*Vale la pena di riporre anche la chiusa dell'articolo di Angelo Agostini (2013, pp. 307), per comprendere la metafora che è alla base del suo titolo: "Dice, infatti, Marc Augè, che la cultura è come il legno verde: si muove. Aggiungo che chiunque abbia dimestichezza col legno sa che il legno continua a muoversi anche quand'è vecchio. Il legno non si ferma mai. Il fatto è che quando ti sei costruito una casa in legno, oppure quando te la sei trovata, come capita a chi è nato in montagna, sei pure abituato a controllarla giorno per giorno, nei mesi, negli anni, nei decenni che ti sono dati. Una casa costruita in legno si muove. Quindi la guardi, ti abitui ai suoi cambiamenti. Tamponi l'intonaco quand'è necessario. Altre volte ti tocca proprio cambiare la struttura. Però se era di legno, di legno la rifai. Avendo cura di scegliere quello buono. E poi, e poi, e poi. Poi continui a vigilare a guardare, a badare che non accada l'unica cosa irreparabile: che il legno s'incendi".*

## Riferimenti delle opere citate nel testo e bibliografia d'interesse

- AGOSTINI ANGELO, 2013, *Legno e radici. Sulle culture professionali del giornalismo italiano (2011)*, in "Problemi dell'informazione", n. 2-3, (2011), pp. 289-307.
- ALTHEIDE L. DAVID, 2004, *Media Logic and Political Communication*, in "Political Communication", 21(3), pp. 293-296.
- BECIU CAMELIA, PÉLISSIER NICOLAS, PERPELÉA NICOLAE, 2009, *De 'eux' au 'nous': étude d'impact de la construction européenne sur la responsabilité sociale des journalistes*, in "Revue Roumaine de Sociologie", vol. 20, n. 3-4, pp. 289-298.
- BOURDIEU PIERRE, 2011, *Questions de sociologie, Paris, Éditions de Minuit. -1992 Réponses*, Seuil, Paris. Cité par FUSULIER B., *Le concept d'ethos. De ses usages classiques à un usage renouvelé*, in "Recherches sociologiques et anthropologiques", n. 42(1).
- BOURDIEU PIERRE, 1996, *Journalisme et éthique*, "Les Cahiers du journalisme", n. 1, pp. 70-77.
- BOURDIEU PIERRE, 1993, *Sur la télévision*, Liber-Raisons d'Agir, Paris.
- CHAMPAGNE PATRICK, 2000, *Le journalisme à l'économie*, in "Actes de la recherche en sciences sociales", n. 131-132, Seuil, Paris, pp. 3-7.
- CHARON JEAN-MARIE, 1999, *Réflexions et propositions sur la déontologie de l'information*, Rapport à Madame la Ministre de la culture et la communication, p. 4.
- CORNELISSEN JOEP, 2014, *Corporate communication. A guide to theory & practice*, Sage Publications, London.
- COSTA PAOLO, 2010, *La notizia smarrita. Modelli di giornalismo in trasformazione e cultura digitale*, Giappichelli, Torino.
- DELFORCE BERNARD, 1996, *La responsabilité sociale des journalistes: donner du sens*, in "Les cahiers du journalisme", n. 2, *Le journaliste, acteur de société*, Ecole Supérieure de Journalisme de Lille, pp. 16-33.
- ENTMAN M. ROBERT, 1989, *Democracy Without Citizens. Media and the Decay of American Politics*, Oxford University Press, New York-Oxford.
- ESQUENAZI JEAN-PIERRE, 2002, *L'écriture de l'actualité. Pour une sociologie du discours médiatique*, coll. La communication en plus, PUG, Grenoble, pp. 6-8.

FROIO FELICE, 2000, *L'informazione spettacolo. Giornali e giornalisti oggi*, Editori Riuniti, Roma

GIDDENS ANTHONY, 1990, *Le conseguenze della modernità*, il Mulino, Bologna, 1994.

KING C. RICHARD, 2008, *Toward a Radical Sport Journalism : an interview with Dave Zirin*, in "Journal of Sport and Social Issues", n. 32, pp. 333-344.

LE BOHEC JACQUES, 2000, *Les mythes professionnels des journalistes*, L'Harmattan, Paris.

McMANUS H. JOHN, 1994, *Market-Driven Journalism. Let the Citizen Beware?*, Sage Publications, London.

McQUAIL DENIS, 1997, *Accountability of Media to Society Principles and Means*, in "European Journal of Communication", vol. 12, n. 4.

McQUAIL DENIS, 2003, *Media accountability and freedom of publication*, Oxford University Press, Oxford.

MORCELLINI MARIO (a cura di), 2005, *Il Mediaevo italiano. Industria culturale, tv e tecnologie tra XX e XXI secolo*, Carocci, Roma.

MORCELLINI MARIO, 2011, *Neogiornalismo. Tra crisi e rete come cambia il sistema dell'informazione*, Mondadori, Milano.

MUDE CASS, 2004, 'The populist Zeitgeist', *Government and Opposition*, vol. 39, no. 4, pp. 541-563.

NERONE C. JOHN, 1995, *On Social Responsibility*, in ID., *Last Rights: Revisiting Four Theories of the Press*, University of Illinois Press, Illinois.

PEREIRA FABIO HENRIQUE, MAIA KENIA, 2010, *La liberté de la presse et l'identité des journalistes au Brésil*, in "Les journalismes: réalités plurielles, éthique commune?", Université d'Ottawa, Ottawa.

PIGEAT HENRI, HUTEAU JEAN, 2000, *Déontologie des médias. Institution, pratiques et nouvelles approches dans le monde*, PUF, Ed. UNESCO, Paris pp. 77-100.

RAMONET IGNACIO, 2001, *La Tyrannie de la communication*, Folio Actuel n. 92, Gallimard, Paris.

RIZZUTO FRANCESCA, 2012, *Lo spettacolo delle notizie*, Aracne, Roma.

RIZZUTO FRANCESCA, 2014, *Il coverage dei naufragi dei migranti e delle catastrofi. Newsmedia e attori istituzionali nei casi eccezionali*, in "Comunicazionepuntodoc", n. 9, pp. 91-105.

RUELLAN DENIS, 1993, *Le professionnalisme du flou. Identité et savoir-faire des journalistes français*, PUG, Grenoble.

RUGGIERO CHRISTIAN, 2014, *Le sorti della videocrazia. Tv e politica nell'Italia del Mediaevo*, Mondadori Università, Milano.

SIEBERT ET ALII, 1956, *Four theories of the press: the authoritarian, libertarian, social responsibility, and Soviet communist concepts of what the press should be and do*, University of Illinois Press, Illinois.

SILVERSTONE ROGER, 1994, *Televisione e vita quotidiana*, il Mulino, Bologna, 2000.

SORRENTINO CARLO, 2012-2013, *Come cambia la cronaca nera. Attori, ruoli e funzioni*, in "Comunicazionepuntodoc", n. 7, pp. 111-123.

TÉTU JEAN-FRANÇOIS, 1999, *Introduction*, in JAMET CLAUDE, JANNET ANNE-MARIE, *La mise en scène de l'information*, coll. Champs visuels, L'Harmattan, Paris/Montréal, pp. 1-13.

VÉRON ELISEO, 1997, *Construire l'événement. Les Médias et L'accident de THREE MILE ISLAND*, DE MINUIT, PARIS.

WATINE THIERRY, 2003, *Le modèle du 'journalisme public'*, in "Hermès", n. 35, pp. 231-239.