

ILLUMINARE LE PERIFERIE

OSSERVATORIO ESTERI

RAPPORTO 2022 | 4^A EDIZIONE

I PROMOTORI



IN COLLABORAZIONE CON





QUALI ESTERI

NEI TELEGIORNALI E SUI SOCIAL NETWORK

IL IV RAPPORTO ILLUMINARE LE PERIFERIE - OSSERVATORIO ESTERI È UN'INIZIATIVA COSPE, FNSI, USIGRAI CHE VEDE LA COLLABORAZIONE DELL'AGENZIA ITALIANA ALLA COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO E DI RAI PER IL SOCIALE. L'INIZIATIVA È COORDINATA DA ANNA MELI, RESPONSABILE COMUNICAZIONE COSPE. IL RAPPORTO È STATO CURATO E REALIZZATO DA GIUSEPPE MILAZZO, RICERCATORE DELL'OSSERVATORIO DI PAVIA. ALLA SUA REALIZZAZIONE HA PARTECIPATO PAOLA BARRETTA, RICERCATRICE DELL'OSSERVATORIO DI PAVIA.

INTRODUZIONE

Mai come quest'anno il rapporto "Illuminare le periferie" svela tutta la sua utilità, ci aiuta a capire l'essenzialità di una informazione critica, capace di andare oltre la spettacolarizzazione e la velocità e di scendere sino alle radici della notizia, tentando di coglierne i nessi necessari alla contestualizzazione e alla effettiva comprensione.

Da questi nessi discende l'applicazione sostanziale dell'articolo 21 della Costituzione, nella duplice dimensione del diritto ad informare e del diritto, proprio della intera comunità, ad essere informata. Non si tratta, dunque, di analizzare solo i dati quantitativi, ma di apprezzare le riflessioni qualitative, proposte, con la consueta puntualità dal gruppo di lavoro coordinato da Anna Meli e dall'Osservatorio di Pavia.

I dati confermano la crescita della presenza della politica estera nei principali tg, pubblici e privati, ma la ricerca conferma come questa crescita sia dovuta all'emergenza covid, alla necessità di raffrontare le diverse situazioni, alla "copertura" delle Olimpiadi, e, infine, alla crisi afghana.

Da qui l'attenzione forte all'Europa, ai paesi più vicini, agli Stati Uniti, e la residualità di grandi continenti quali Asia, Africa e America Latina. Questi dati, sia pure con le significative modifiche segnalate nel rapporto, confermano una tendenza di lunga durata e persistente nel tempo.

L'attenzione per quello che accade nel mondo è legata alla "eccezionalità" dell'evento e non riesce

quasi mai a prevenire, a connettere il passato, il presente, il futuro.

Gli avvenimenti che hanno stravolto l'Afghanistan ne sono l'esempio paradigmatico.

Nel tempo sono state cancellate le origini truffaldine dell'invasione, i dossier truccati, gli scempi commessi, i governi corrotti sostenuti, la rabbia e il rancore.

Questo ribollire di sentimenti e di risentimenti non sono stati più narrati, salvo le pur sempre lodevoli eccezioni.

Gli inviati sono stati richiamati, gli uffici di corrispondenza chiusi, gli attentati, in Afghanistan, come in Iraq, ridotti a poche brevi e imbarazzate righe. Quella terra martoriata è tornata agli onori della cronaca, quando Biden ha annunciato, e avviato il ritiro, riconsegnando il paese ai talebani.

L'assenza di continuità nel racconto ha contribuito a generare sconcerto nelle opinioni pubbliche, compresa quella italiana, ma lo sconcerto discende, non solo dagli errori della politica, ma anche dalla mancata illuminazione di una periferia che, tuttavia, avrebbe dovuto essere considerata una capitale anche dal sistema mediatico.

Quanto è accaduto in Afghanistan, ma lo stesso si potrebbe dire per l'Iraq, per la Siria, quasi cancellata, per il Congo, per lo Yemen, per il Sudan, per l'Etiopia, si sta ripetendo oggi per il conflitto tra Russia e Ucraina.

Una buona politica e una buona informazione

avrebbero dovuto "illuminare" prima il conflitto nascente, ma l'odore dei soldi e degli affari conclusi con Putin, hanno contribuito ad oscurare quei sentimenti di rivalsa, di sovranismo estremista, di nazionalismo esasperato, che hanno portato all'invasione dell'Ucraina.

Ancora adesso il commento e la necessità della propaganda rischiano di oscurare le ragioni del pensiero critico e di sovrapporre alle "periferie del mondo" le nostre esigenze, paure, strumentalizzazioni e persino ragioni di parte e di partito.

Al contrario, come si evince dal rapporto, ancora una volta lucido, rigoroso, fondato sui fatti e non sulle mutevoli opinioni, oggi più che mai servirebbe una informazione di precisione, capace di mediare e di fornire alle cittadine e ai cittadini, una informazione il più possibile lontana dalle parti in conflitto, capace di verificare le fonti, di non essere usata dalla e nella "guerra della informazione" e dalle grandi fabbriche del pestaggio e del depistaggio mediatico.

L'emergenza Covid, la guerra in Ucraina, la crisi in Afghanistan, e non solo, hanno, paradossalmente, riportato all'attenzione delle comunità il valore della competenza, della ricerca, della sanità e dell'istruzione pubblica, ma anche di una informazione di qualità, capace di valutare, approfondire i fatti e di svelare e illuminare quei luoghi delle oscurità e degli oscurantismi, tanto cari a chi deve tramare, speculare, fare affari sulla pelle delle cittadine e dei cittadini.

I dati di questo rapporto non debbono restare racchiusi in queste pagine e neppure in una cerchia ristretta di specialisti, ma debbono essere assunti dal mondo dell'informazione, dalle sue organizzazioni professionali e sindacali, dal sistema della formazione, con l'obiettivo di creare coscienza individuale e collettiva, di rafforzare il pensiero critico, di far comprendere, anche a giornalisti ed editori, che "Illuminare le periferie" non è uno slogan coniato da anime belle, ma una necessità etica, civile, sociale, politica.

GIUSEPPE GIULIETTI,

Presidente della Federazione Nazionale della Stampa Italiana (FNSI)



PREMESSA

Le notizie di esteri e di politica estera italiana costituiscono un'importante risorsa per accrescere conoscenza e consapevolezza sulle questioni internazionali e sulle priorità strategiche dell'Italia nel mondo. La necessità di comprendere i presupposti, le implicazioni, gli effetti di crisi internazionali spinge i professionisti del giornalismo a interrogarsi sulla quantità e sulla qualità dell'informazione disponibile per il pubblico italiano e sulle modalità di rappresentazione di eventi internazionali complessi. Le routine produttive delle notizie favoriscono la copertura di eventi nazionali o geograficamente limitrofi, nell'idea che essi abbiano un impatto più immediato sugli interessi dei cittadini italiani. In una realtà sempre più fluida e globalizzata, tuttavia, anche eventi occorsi in luoghi remoti influiscono repentinamente sulle nostre vite, come la pandemia del Covid-19 ci ha gravemente insegnato. Inoltre, le cornici adoperate in passato per leggere i fatti del mondo, come la lente della contrapposizione di due blocchi durante la guerra fredda, appaiono oggi superate, insufficienti per comprendere il mondo contemporaneo. Le rapide evoluzioni di assetti strategici, rapporti di forza, influenze economiche e geopolitiche, tensioni politiche e conflitti, alleanze mobili e instabili, emergenze sanitarie e ambientali, migrazioni internazionali, mostrano un mondo interconnesso di cui abbiamo poca dimestichezza e faticiamo a comprendere dinamiche, culture, interdipendenze economiche e politiche.

Nelle cronache di molti conflitti raccontate dai media sfugge la complessità e la capacità di rendere

intelligibili il senso stesso degli eventi narrati attraverso un quadro interpretativo utile a decifrare i fatti. La nostra comprensione di eventi internazionali è limitata da un bagaglio di competenze modesto su paesi esteri poco studiati da un lato e da una difficoltà che i media hanno di offrire una contestualizzazione storica e geografica di eventi dall'altro, un livello di spiegazione che richiederebbe spazi molto più ampi di palinsesto. Da questo punto di vista, Internet ha certamente offerto una finestra importante di opportunità per informarsi e guardare un mondo scarsamente visibile nei media tradizionali. E tuttavia orientarsi nella sovrabbondanza di notizie e fonti potenzialmente infinite del Web è un'altra sfida complessa per la fruizione.

Tra le funzioni primarie del giornalismo vi sono la selezione delle notizie, la verifica delle fonti e la contestualizzazione dei fatti, tre elementi distintivi che richiedono competenza e professionalità, più che mai necessarie nella copertura di eventi articolati che accadono in realtà poco conosciute. Questo rapporto si inserisce in questo quadro, al fine di spronare una riflessione sull'importanza di colmare le carenze conoscitive su ciò che avviene fuori dai confini nazionali, sperimentando anche forme nuove di comunicazione atte a stimolare e intercettare la curiosità e l'interesse dei pubblici, e sulla centralità del lavoro svolto da corrispondenti, esperti di geopolitica, rappresentanti di organizzazioni internazionali, nonché volontari e cooperanti, all'interno delle redazioni impegnate a raccontare cosa succede fuori dal cortile di casa.

RISULTATI E METODOLOGIA

SINTESI DEI PRINCIPALI RISULTATI

■ Nel 2021, la percentuale di notizie della pagina degli esteri, che comprende sia la politica estera in senso stretto sia le *soft news* originate fuori dai confini nazionali, nei sette telegiornali italiani del prime time dei tre network principali (Rai, Mediaset e La7) è pari al 29% di tutte le notizie trasmesse, il dato più elevato registrato nell'ultimo decennio, dal 2012 al 2021. Un terzo dei notiziari risulta dunque dedicato a eventi che hanno origine in paesi terzi rispetto all'Italia.

■ Le tre aree tematiche che hanno contribuito maggiormente al picco di attenzione agli esteri nel 2021 sono, per quanto riguarda le *hard news*, la politica americana (l'insediamento alla Casa Bianca di Joe Biden e l'assalto a Capitol Hill da parte di un folto gruppo di sostenitori dell'ex presidente Trump), la crisi in Afghanistan (il ritiro dei militari americani e alleati dal paese, la presa del potere dei talebani, i sanguinosi attentati e l'evacuazione di rifugiati) e l'emergenza sanitaria causata dal Covid-19. Tra le *soft news*, spiccano per attenzione mediatica due eventi sportivi: gli Europei di calcio e le Olimpiadi di Tokyo.

■ L'incremento di attenzione agli esteri registrato negli ultimi anni è stato influenzato sia da fattori contingenti quale la pandemia mondiale, sia da fattori strutturali che hanno modificato l'agenda internazionale, tra cui per esempio i cambiamenti climatici.

■ La pandemia di Covid-19 raccoglie anche nel 2021 una quota importante delle notizie di esteri (15%), sebbene in calo rispetto al 2020 (32%), anno di massima diffusione del virus Sars-Cov-2. La copertura della pandemia ha riguardato aspetti prettamente sanitari, quali i numeri di contagi e decessi, il tracciamento delle nuove varianti Delta

e Omicron, la ricerca sulle terapie, le campagne vaccinali, la sospensione cautelativa del vaccino AstraZeneca in Europa, e aspetti sociali, quali le conseguenze economiche delle misure adottate dai diversi Stati per frenare la diffusione del virus.

■ A parte l'estesa copertura della pandemica nel mondo, nei telegiornali del 2021 vi è stato un sostanziale equilibrio tra *soft news* (curiosità, sport, spettacolo) e *hard news* (politica, guerre e conflitti, immigrazione, terrorismo), rispettivamente il 42% e il 43% delle notizie di esteri. L'ipotesi formulata di una correlazione tra temi dell'agenda degli esteri e aree geografiche appare confermata dai dati raccolti. Alcuni temi sono significativamente più associati ad alcuni continenti rispetto ad altri: la percentuale di notizie della categoria tematica Guerre/conflitti è alta in Asia (22%), marginale in altri continenti (inferiore al 2%). Terrorismo e Immigrazione sono più elevate in Africa (10%) rispetto alle altre aree geografiche, il tema del Covid-19 ha una concentrazione più elevata in Europa (21%), le *Soft news* in Asia (27%).

■ L'ipotesi che esista una interdipendenza tra le agende dei tre network sulla copertura dei paesi esteri è confermata da una attenzione quantitativamente simile (circa un terzo dei telegiornali) e dagli elevati coefficienti di correlazione ottenuti tra network e paesi coperti. Al di là del diverso volume assegnato alla pagina estera dai singoli notiziari, la composizione geografica dei paesi trattati dai diversi network è molto simile. I primi 5 paesi o aree geografiche estere coperte dai notiziari (USA, Europa, Gran Bretagna, Afghanistan e Francia) coincidono nei tre network.

■ Anche l'ipotesi relativa a una correlazione tra quantità di *soft news* e network appare corroborata dai dati raccolti. Rai e La7 presentano percentuali

di notizie di Politica più elevate rispetto a quanto rilevato nei notiziari Mediaset (rispettivamente 34% e 48% contro il 22% nei Tg Mediaset); al contrario, le *Soft news* raccolgono percentuali più elevate nei notiziari Mediaset (34%) rispetto ai telegiornali di Rai (22%) e di La7 (12%). Una differenza tra network che si nota anche nella percentuali di notizie di Cronaca, superiori nei Tg Mediaset rispetto ai Tg di Rai e La7.

■ L'andamento mensile altalenante della quantità di notizie dedicate agli esteri e della visibilità delle diverse aree geografiche consente di respingere l'ipotesi che la pagina degli esteri abbia nei notiziari uno spazio delimitato e costante nel tempo, essendo la variabilità di attenzione riscontrata assai elevata, passando dalle 509 notizie nel mese di febbraio alle 1.215 nel mese di agosto. L'agenda dei notiziari appare dunque flessibile ad accogliere più o meno notizie estere a seconda degli eventi accaduti e ai criteri di notiziabilità applicati.

■ L'agenda geografica degli esteri conferma tendenze consolidate nell'informazione televisiva italiana: in primo luogo l'*eurocentrismo*, con l'area geografica dell'Europa che raccoglie la metà delle notizie sugli esteri (49%). Al secondo posto, nel 2021, si trovano paesi dell'Asia (25%), quindi il Nord America (18%), l'Africa (4,4%) e il Centro-Sud America (2,4%).

■ Nella classifica dei singoli paesi con maggiore copertura mediatica nei notiziari del prime time, al primo posto si trovano gli Stati Uniti, seguiti da Gran Bretagna, Afghanistan, Francia, Giappone, Vaticano, Germania, Israele, Cina, Spagna, Russia e Egitto. Nel complesso, la copertura degli esteri è concentrata su pochi paesi: i primi 10 nella classifica di visibilità contano per oltre il 70% della copertura totale dei paesi esteri, tra questi 10 nemmeno un paese africano, e solo l'Afghanistan tra i paesi meno sviluppati.

■ Le quattro ipotesi esplicative avanzate sulle possibili cause che rendono alcuni paesi più visibili di altri (l'importanza del paese in termini di potere politico ed economico, la prossimità geografica e culturale con l'Italia, il coinvolgimento negli eventi occorsi di connazionali italiani e la natura eccezionale dell'evento dovuta alla portata catastrofica o all'inatteso) sono state parzialmente confermate dai dati raccolti, sebbene tutte agiscano come con-cause piuttosto che offrire singolarmente spiegazioni esaustive sui criteri di notiziabilità. Ad

esempio, nella lista dei 12 paesi più visibili nell'agenda degli esteri dei notiziari italiani si trovano tutti i paesi del vecchio G8 (Stati Uniti, Giappone, Germania, Francia, Regno Unito, Italia, Canada e Russia) e la maggior parte dei paesi con il PIL nominale più elevato secondo la classifica stilata dal Fondo Monetario Internazionale. Inoltre, nella medesima lista dei 12 paesi più visibili vi sono 6 paesi dell'Europa geografica (Gran Bretagna, Francia, Città del Vaticano, Germania, Spagna e Russia) e gli Stati Uniti. La notiziabilità di eventi che vedono il coinvolgimento di connazionali è drammaticamente corroborata dall'aumento di copertura della Repubblica Democratica del Congo in seguito all'omicidio dell'ambasciatore Attanasio e del carabiniere di scorta Iacovacci (54 notizie).

■ Paesi o eventi che sfuggono ai criteri di notiziabilità testati - per assenza di centralità politica ed economica, mancanza di prossimità geografica e culturale con l'Italia, assenza di coinvolgimento di connazionali nell'evento accaduto, natura eccezionale e imprevista dell'evento stesso - rimangono in ombra, ricevendo scarsa copertura mediatica. Nonostante la drammaticità della guerra in Yemen, che secondo un recente rapporto di UNDP ha causato in sette anni 377.000 morti e nel 2021 la morte di un bambino yemenita sotto i 5 anni ogni 9 minuti, nel 2021 i sette telegiornali italiani del prime time hanno dedicato allo Yemen solamente 5 notizie. I 9 Paesi dell'Africa sub-sahariana definiti prioritari per la Cooperazione italiana (Burkina Faso, Senegal, Niger, Etiopia, Kenya, Somalia, Sudan, Sud Sudan e Mozambico) hanno raccolto solo 42 notizie.

■ Nel 2021, l'attenzione mediatica sull'Afghanistan si è attivata quasi esclusivamente nel mese di agosto, durante le fasi di ritiro delle forze militari americane e alleate. Prima e dopo questo periodo, la curva di attenzione si appiattisce, a dimostrazione di un interesse congiunturale che svanisce appena concluso il processo di evacuazione. Il confronto tra le curve di attenzione di media tradizionali (telegiornali del prime time) e social network (Facebook e Instagram), in termini di quantità di notizie o post giornalieri dedicati all'Afghanistan, mostra una stupefacente similarità tra le serie storiche delle tre fonti prese in esame, confermando la validità della teoria di *inter-media agenda setting* tra media tradizionali e social media su crisi internazionale di vasta portata.

■ L'influenza intermediale tra le agende di notiziari e social network (Facebook e Instagram) è presente

anche nella copertura mediatica della COP26, la Conferenza delle Nazioni Unite sul clima e l'ambiente svoltasi a Glasgow tra il 30 ottobre e il 12 novembre 2021, sebbene la distanza tra social network e telegiornali sia in questo caso più ampia rispetto a quanto emerso per la crisi in Afghanistan. L'attivazione di interesse per la COP26 ha un ciclo di vita più lungo sui social network rispetto a quanto notato nei telegiornali, con post generati fin dai primi giorni di ottobre e protratti nel mese di novembre dopo la fine della Conferenza Onu.

■ La pressione esercitata dagli attivisti e dai movimenti per il clima sull'agenda dei media tradizionali e sull'agenda pubblica dei leader politici è visibile anche nella costruzione delle narrazioni attorno alla COP26 di Glasgow. Nei tre giorni iniziali della Conferenza, 31 ottobre - 2 novembre, i telegiornali italiani hanno dedicato ben 48 notizie alla COP26, cogliendo diverse sfumature dell'evento: gli obiettivi e le trattative per raggiungere un accordo, le proteste dei giovani e le accuse rivolte ai

leader mondiali, e i profili dei protagonisti al dibattito nella Conferenza. Negli stessi tre giorni, sono stati pubblicati 2.567 post nelle pagine pubbliche di Facebook e 242 in quelle di Instagram.

■ L'analisi lessicale condotta sul corpus di post pubblicati sulle pagine pubbliche di Facebook e Instagram in relazione alla COP26 (15.789 post) ha evidenziato una comunicazione proposta da fonti della società civile significativamente più elevata sui social network (metà del corpus di analisi) rispetto a quanto emerso nei telegiornali, più focalizzati sui leader protagonisti della COP26 e sulla cronaca politica della Conferenza, al fine di riportare al pubblico le posizioni espresse dai diversi paesi e il raggiungimento o meno degli obiettivi posti dalla Presidenza. Nei social network monitorati sul tema, vi è anche una maggiore varietà di questioni trattate in relazione al clima. Il tema delle migrazioni forzate causate dai cambiamenti climatici, per esempio, appare poco ripreso dalla cronaca dei notiziari sulla COP26, mentre è assai visibile sui social network.

DATI E METODO

Questa analisi si compone di tre sezioni. La prima è dedicata alla pagina degli esteri nei telegiornali italiani di prima serata dei tre network nazionali (Rai, Mediaset e La7), un'analisi quantitativa e qualitativa svolta sul corpus di tutte le notizie del 2021, con un confronto diacronico sugli ultimi 10 anni, dal 2012 al 2021. L'analisi è resa possibile grazie all'indicizzazione dei telegiornali nazionali svolta continuamente dall'Osservatorio di Pavia. Nel 2021, sono state registrate e codificate con informazioni anagrafiche e di contenuto 102.654 notizie, di cui 12.343 relative agli esteri. Il criterio adoperato per la definizione di 'esteri' per le finalità di questo rapporto è estensivo: sono state incluse nel campione sia le notizie di politica estera e internazionale in senso stretto (politica, guerre e conflitti, relazioni diplomatiche, epidemie, terrorismo) sia le soft news (cronaca, curiosità, spettacolo, sport, cultura). La

discriminante adoperata per l'assegnazione delle notizie alla pagina esteri è stata l'origine geografica fuori dai confini italiani dell'evento narrato o la provenienza estera dei protagonisti della narrazione. L'obiettivo principale di questa parte è evidenziare l'attenzione dedicata agli esteri dall'informazione televisiva italiana, con uno sguardo ai mutamenti occorsi nel tempo, i principali temi coperti, le aree geografiche più visibili e le differenze tra network. La seconda sezione è un approfondimento sull'agenda dei media in relazione all'Afghanistan nel 2021, con un confronto tra le notizie veicolate dai telegiornali del prime dei tre network principali (Rai, Mediaset, La7) e i post pubblicati sull'Afghanistan da due popolari social network, Facebook (FB) e Instagram (IG). Nel complesso, il corpus analizzato in questa parte comprende 611 notizie dei telegiornali, 72.405 post FB e 5.051 post IG.¹ L'obiettivo di

questa sezione è esplorare l'andamento temporale della copertura sull'Afghanistan durante il 2021, ricercando assonanze e divergenze tra le agende di telegiornali e social network.

La terza sezione di questo rapporto si è focalizzata sulla copertura mediatica, sempre di telegiornali e social network, di un evento specifico di interesse pubblico: la Conferenza della Parti delle Nazioni Unite sul clima (COP26). Per questa analisi sono stati estratte e analizzate 145 notizie dei telegiornali, 14.220 post FB e 1.569 post IG, con l'obiettivo di mettere a confronto le agende dei telegiornali nazionali e quelle proposte dai social network FB e IG.

La cornice teorica del lavoro svolto si basa sulla teoria dell'agenda setting, il potere che i media hanno di agire sulla selezione e definizione dei temi di interesse primario dell'agenda pubblica, di indicare al pubblico le questioni su cui riflettere, dando priorità ad alcune notizie rispetto ad altre. In particolare due sottoinsiemi di questa teoria sono presi in considerazione: l'agenda setting geografica (la maniera in cui si struttura la copertura mediatica di diverse aree geografiche nei media) e la inter-media agenda setting (l'influenza reciproca tra le agende dei diversi media). In questo ambito di esplorazione dell'agenda dei media sugli esteri, sono state formulate e dove possibile testate, le dieci ipotesi (I) seguenti:

I1: *L'incremento di notizie sugli esteri nei notiziari italiani è legato a fattori contingenti basati sull'agenda internazionale dell'anno*

I2: *Esiste una correlazione tra tematiche e aree geografiche coperte*

I3: *Esiste una interdipendenza tra le agende dei notiziari dei tre network principali*

I4: *Nell'agenda degli esteri dei notiziari esiste una correlazione tra soft news e network*

I5: *La pagina degli esteri nei notiziari mantiene una copertura delimitata e costante nel tempo*

I6: *Il potere politico ed economico è un fattore che definisce la notiziabilità di un paese*

I7: *La prossimità geografica e culturale con l'Italia è un fattore che definisce la notiziabilità di un paese*

I8: *Il coinvolgimento di connazionali è un fattore che definisce la notiziabilità di un paese*

I9: *La natura eccezionale o catastrofica definisce la notiziabilità di un evento*

I10: *Nella copertura di crisi o eventi internazionali esiste una influenza intermediale tra le agende dei notiziari e quelle dei social network*

Insieme ai dati descrittivi della copertura di fatti internazionali nei media tradizionali e nei social network, nei paragrafi successivi si è tentato di ragionare sui fattori esplicativi della copertura mediatica attraverso una analisi delle ipotesi avanzate.

1. La selezione del materiale dai due social network esaminati è stata effettuata utilizzando CrowdTangle, strumento di proprietà Facebook che consente l'analisi di dati statistici delle pagine pubbliche di Facebook e Instagram. La ricerca dei post su Afghanistan e COP26 è stata eseguita mediante ricerca per parole chiave sull'universo di pagine in lingua italiana.



GLI ESTERI NEI TELEGIORNALI DI PRIMA SERATA

La prima osservazione sulla copertura degli esteri da parte dei 7 telegiornali a diffusione nazionale (Tg1, Tg2, Tg3, Tg4, Tg5, Studio Aperto e Tg La7) riguarda la sua ampiezza all'interno dei notiziari.

Nel 2021, le notizie di esteri, inclusive di *hard news* e *soft news*, sono 12.343, il 29% di tutte le notizie trasmesse, il dato più elevato dell'ultimo decennio. Dunque, in media, un terzo dei notiziari è dedicato a eventi che hanno origine al di fuori dei confini nazionali. Confrontando questo dato con quelli rilevati dal 2012, si vede come la copertura

degli esteri sia in graduale e costante aumento nel tempo, raggiungendo nel 2021 il picco più alto dell'arco temporale considerato, con una percentuale quasi doppia rispetto a quanto registrato nel triennio 2012-2014 (grafico 1).

Nelle pagine seguenti sono menzionate le notizie prevalenti che costituiscono la pagina degli esteri nei telegiornali del 2021 e fornite alcune interpretazioni che possono spiegare le ragioni dell'aumento di attenzione registrata sugli esteri nell'ultimo decennio.

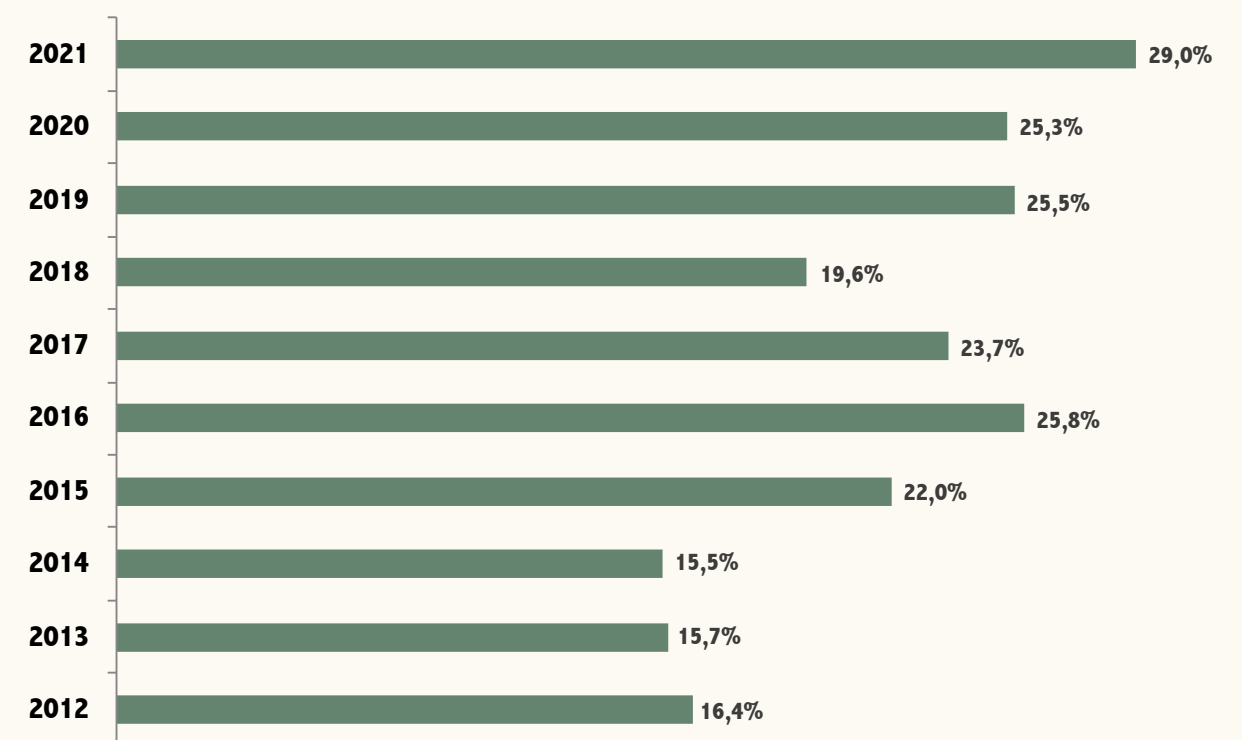


Grafico 1. La visibilità degli esteri nei telegiornali di prima serata (Rai, Mediaset e La7), confronto per anno (2012-2021), in % sul totale delle notizie.

[BASE (TOTALE ANNI): 472.697 NOTIZIE, 102.654 DI ESTERI]

Il graduale incremento di attenzione agli esteri è visibile anche osservando l'andamento diacronico, per anno e semestri (grafico 2), ove la linea tratteggiata di tendenza segna la direzione crescente del costante aumento registrato, nonostante vi sia un'alternanza di attenzione nel tempo, con fasi ascendenti e discendenti nei singoli semestri.

A caratterizzare il picco registrato nel 2021 vi sono eventi eterogenei, diversi tra loro, tuttavia le tre aree tematiche principali riguardano: la politica americana, l'insediamento di Biden alla Casa Bianca e l'assalto al Campidoglio (gennaio), che ha catturato l'attenzione di tutti i media internazionali; la crisi **in Afghanistan** dopo la decisione dell'amministrazione americana e degli alleati di lasciare il paese, l'avanzata e la presa del potere dei talebani, l'evacuazione dei militari alleati, gli attentati a Kabul e la fuga di rifugiati (agosto), questione ampiamente seguita dai media internazionali nelle fasi acute; e la permanenza dell'**emergenza sanitaria causata dalla pandemia Covid-19**, con un'attenzione distribuita in tutto l'anno, ma crescente nei mesi invernali. Altri eventi di portata internazionale che rientrano nella categoria delle soft news hanno contribuito a incrementare l'attenzione agli esteri nel 2021, tra questi basti ricordare eventi sportivi durante i mesi estivi (giugno, luglio e agosto) quali gli **Europei di calcio** e le **Olimpiadi di Tokyo**. Infine, vi sono eventi che hanno catturato in maniera distintiva l'attenzione dei media italiani a causa del coinvolgimento diretto o indiretto di connazionali: il tragico omicidio dell'ambasciatore Attanasio e del carabiniere di scorta Iacovacci nella Repubblica Democratica del Congo (febbraio), l'effetto Draghi nelle cancellerie europee e mondiali dopo la sua nomina a Presidente del Consiglio nel nuovo governo (febbraio), i viaggi simbolici di Papa Francesco in Iraq e Grecia (marzo e dicembre), la detenzione e poi la scarcerazione di Patrik Zaki in Egitto (dicembre).

La prima ipotesi di ricerca (I₁) postulava un incremento della pagina esteri nei notiziari causato da fattori contingenti legati all'agenda internazionale dell'anno, non dunque imputabili a modifiche strutturali e durature. A sostegno di questa ipotesi vi è l'influenza implicita avuta dalla pandemia mondiale sull'aumento di notizie di esteri. La copertura mediatica del Covid-19 nel mondo è stata ampia negli ultimi due anni sia per le ricadute dirette e indirette sul territorio italiano, essendo la diffusione del virus Sars-Cov-2 nutrita da un mondo globalizzato senza barriere, sia per la prossimità di esperienza vissuta in Italia, la condivisione dell'emergenza sanitaria e degli strumenti per contenere gli effetti devastanti della pandemia a livello sanitario, sociale ed economico. In questo senso, l'aumento dell'attenzione agli esteri negli ultimi due anni appare contingente alla diffusione di una pandemia che si auspica essere temporanea. Tuttavia, il progressivo aumento di notizie sugli esteri è un processo che inizia anche prima dell'esplosione della pandemia nel 2020, dunque il Covid-19 come evento contingente non spiega in maniera esaustiva l'incremento di attenzione agli esteri osservata nell'ultimo decennio. Altri eventi di natura planetaria, svincolati da singoli paesi poiché coinvolgono come materia e potenziale impatto l'intero pianeta, appaiono offrire una spiegazione che contrasta questa ipotesi di ricerca, offrendo sostegno all'ipotesi inversa, cioè che l'incremento sia causato da fattori strutturali legati all'agenda internazionale, fattori che avrebbero contribuito a *internazionalizzare* l'agenda mediatica degli esteri. Un esempio interessante in questo senso è l'accresciuto interesse dei media verso i cambiamenti climatici, che pur declinati a livello locale, mantengono una cornice essenzialmente planetaria. **La prima ipotesi (I₁) non risulta dunque pienamente confermata dai dati disponibili: l'incremento di attenzione agli esteri appare sì influenzato da fattori contingenti quali la pandemia in corso, ma anche da fattori strutturali che hanno modificato l'agenda internazionale, per esempio i cambiamenti climatici.**

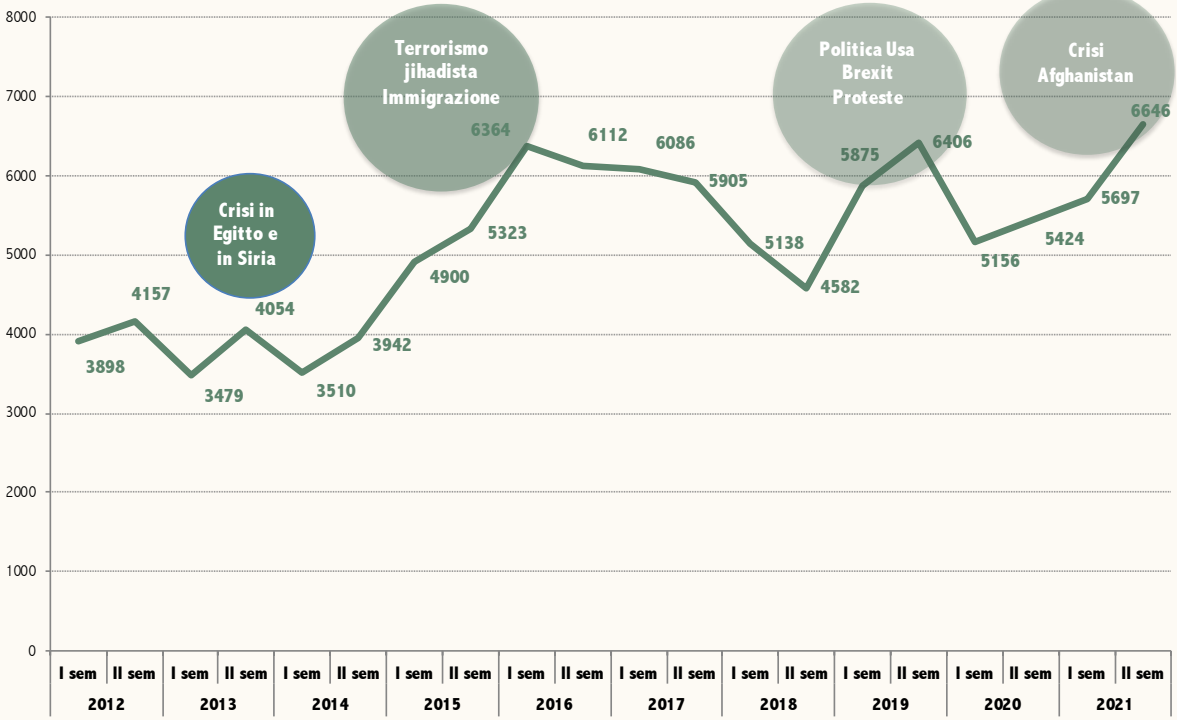


Grafico 2. La visibilità degli esteri nei telegiornali di prima serata (Rai, Mediaset e La7), andamento per semestri (2012-2021), in % sul totale delle notizie

[BASE (2021): 102.654 NOTIZIE]

Come già anticipato, l'agenda dei temi evidenzia quanto la pagina degli esteri nel 2021 sia stata ancora condizionata dalla diffusione del Covid-19 nel mondo. **La pandemia raccoglie il 15% di tutte le notizie degli esteri**, con una copertura di aspetti prettamente sanitari - i numeri di contagi e decessi, il tracciamento delle varianti Delta e Omicron, la ricerca sulle terapie, la sospensione cautelativa del vaccino AstraZeneca, le campagne vaccinali - e corollari del Covid-19 che riguardano le misure adottate dai diversi Stati per contrastare la diffusione del virus - lockdown, green pass, restrizioni alla mobilità - e le conseguenze economiche e sociali sulla popolazione. Il dato di attenzione alla pandemia nel 2021 si dimezza rispetto a quanto rilevato nel 2020 (32%) durante le fasi più acute e dramma-

tiche del Covid-19, mantenendo però una copertura ingente e costante nel tempo.

Nel 2021 si riscontra un sostanziale equilibrio tra soft e hard news: le notizie di cronaca e soft news (curiosità, sport, spettacolo) raccolgono il 42% di notizie degli esteri, contro il 43% registrato dalle hard news (politica, guerre e conflitti, immigrazione e terrorismo). Nello specifico le categorie tematiche più rilevanti sono rispettivamente: Politica (31%), Soft news (23%), Cronaca (19%), Covid-19 (15%), Guerre/Conflitti (5%), Immigrazione (4%), Terrorismo (3%). La dimensione significativa di soft news e cronaca mitiga in qualche modo l'incoraggiante percentuale del 29% occupata dalla pagina estera nei notiziari.

La seconda ipotesi di ricerca (I₂) postulava l'esistenza di una correlazione tra temi dell'agenda degli esteri e aree geografiche coperte, in altre parole che alcune tematiche sono sovra rappresentate - fanno notizia - in alcune zone geografiche mentre appaiono sottorappresentate in altre. Per esaminare questa ipotesi è stato in primo luogo effettuato un test di significatività (Chi quadro) sulla relazione tra la variabile tema (Covid-19, Cronaca, Guerre/conflitti, Immigrazione, Politica, Soft news, Terrorismo) e la variabile area geografica (Europa, Asia, Nord America, Africa, Centro-Sud America), test che ha escluso l'ipotesi di una relazione nulla. Osservando la distribuzione dei temi nelle diverse aree geografiche si notano effettivamente delle concentrazioni significative: la

prima riguarda l'elevata percentuale di notizie su **Guerre/conflitti in Asia (22%)**, mentre nelle altre aree geografiche questa categoria tematica è inferiore al 2%. Le categorie tematiche **Terrorismo e Immigrazione presentano percentuali più elevate in Africa (entrambi 10%)** rispetto a quanto emerge in altre aree geografiche, il tema del **Covid-19 ha una concentrazione più elevata in Europa (21%)**, le **Soft news in Asia (27%)**. La seconda ipotesi di ricerca (I₂) appare dunque confermata dall'analisi dei dati raccolti nel 2021: le aree geografiche presenti nelle notizie dei telegiornali sono correlate a tematiche distintive, che connotano i paesi narrati contribuendo a definire la percezione di intere aree geografiche nell'immaginario collettivo.

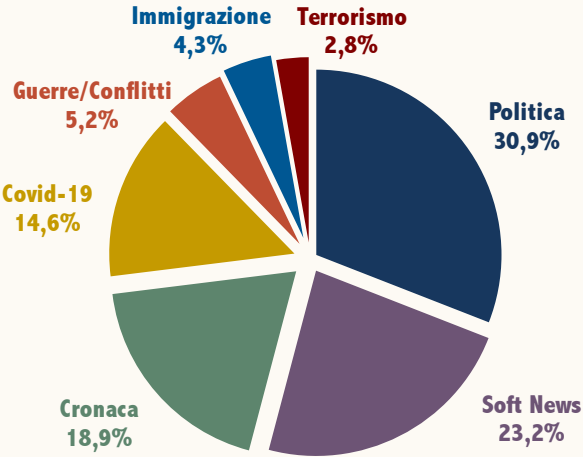


Grafico 3.
L'agenda dei temi degli esteri nei telegiornali di prima serata (Rai, Mediaset e La7), gennaio-dicembre 2021, in % sul complessivo dell'agenda degli esteri
[BASE: 12.343 NOTIZIE]

Per quanto riguarda le differenze tra network (Rai, Mediaset e La7), nel complesso emerge una similarità di copertura quantitativa degli esteri (grafico 5) che si attesta attorno a un terzo delle notizie dei telegiornali, lievemente superiore su La7 (34%), rispetto a Rai (30%) e Mediaset (27%). Guardando i dati delle singole testate, i telegiornali con la più elevata copertura degli esteri sono Tg1 (35%) e Tg La7 (34%), mentre il notiziario con la pagina esteri più contenuta è il Tg4 (14%).

Per testare la terza ipotesi di ricerca (I₃), che suggeriva l'esistenza di una interdipendenza tra le agende dei tre network, per quanto concerne i paesi coperti dalla pagina estera nei notiziari, è stato calcolato il grado di correlazione esistente (misura-

to con il coefficiente r di Pearson) tra le agende di Rai, Mediaset e La7. L'ipotesi I₃ appare confermata dagli elevati coefficienti di correlazione ottenuti: **0,95 tra Rai e Mediaset, 0,93 tra Rai e La7, 0,87 tra Mediaset e La7 (grafico 4)**. Indipendentemente dalla diversa quantità di notizie dedicate agli esteri da network e testate, la distribuzione interna di attenzione ai differenti paesi mantiene una proporzione simile nei tre network, così come simile è la gerarchia di visibilità dei paesi. Le prime 5 aree geografiche estere coperte dai notiziari (USA, Europa, Gran Bretagna, Afghanistan e Francia) coincidono nei tre network. Queste 5 aree contano per oltre il 50% della copertura totale dei paesi esteri, con percentuali simili tra network: Rai (54%), Mediaset (59%) e La7 (55%).

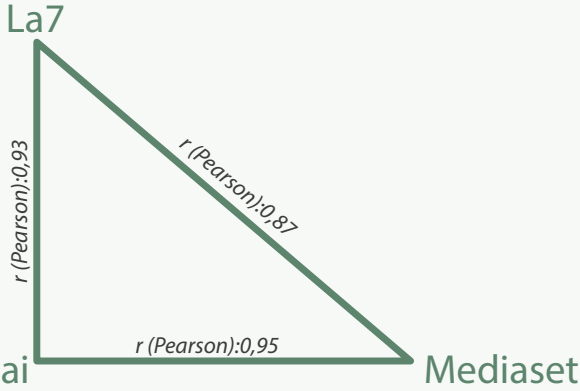


Grafico 4.
Correlazione tra le agende degli esteri dei tre network (Rai, Mediaset e La7), r di Pearson (gennaio-dicembre 2021) sulle serie di notizie per paese e network.

L'ipotesi successiva (I₄), che si riferiva alla possibile correlazione tra quantità di *soft news* e network appare anch'essa confermata dal confronto tra le percentuali delle diverse tipologie di notizie nei tre network (grafico 6). Rai e La7 presentano percentuali di notizie di Politica più elevate rispetto a quanto rilevato nei notiziari Mediaset (rispettivamente 34% e 48% contro il 22% nei Tg Mediaset); al contrario, le *Soft news* raccolgono percentuali più elevate nei notiziari Mediaset (34%) rispetto ai Tg Rai (22%) e di La7 (12%). Una differenza tra network che

si nota anche nelle percentuali di notizie di Cronaca, superiori nei Tg Mediaset rispetto ai Tg di Rai e La7. Le rimanenti categorie tematiche (Covid-19, Guerre/conflitti, Immigrazione e Terrorismo), invece, raccolgono percentuali simili in tutti e tre i network. Se quindi, da un punto di vista delle quantità di notizie dedicate ai diversi paesi, si conferma una similarità di politiche editoriali dei tre network, la tipologia di notizie per categoria tematica (e soprattutto tra *hard e soft news*) differenzia significativamente le coperture offerte dai network.

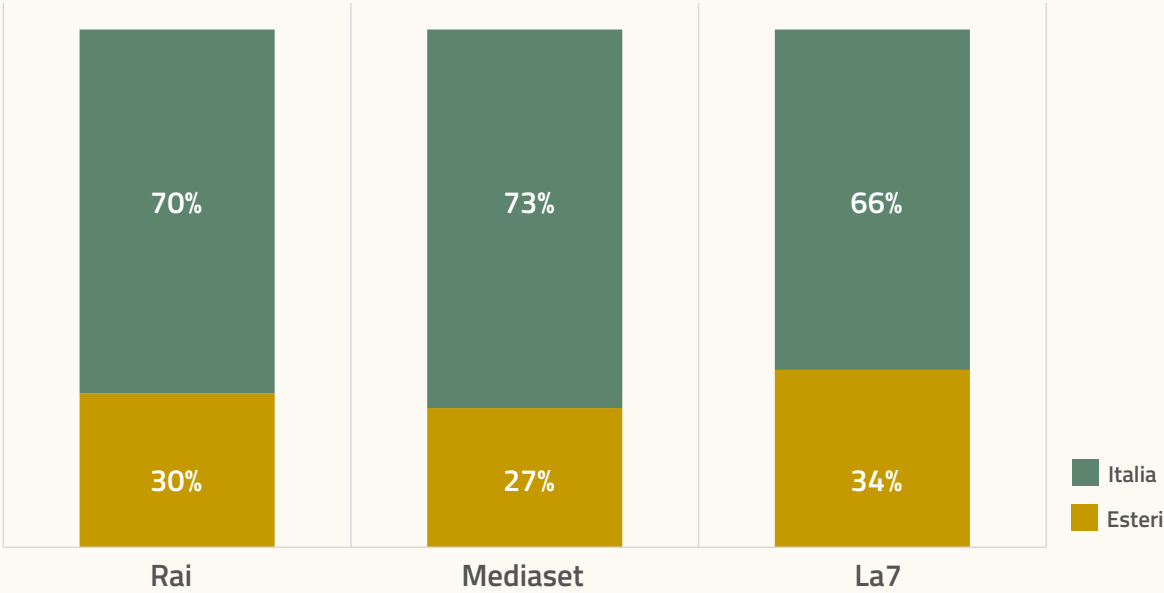
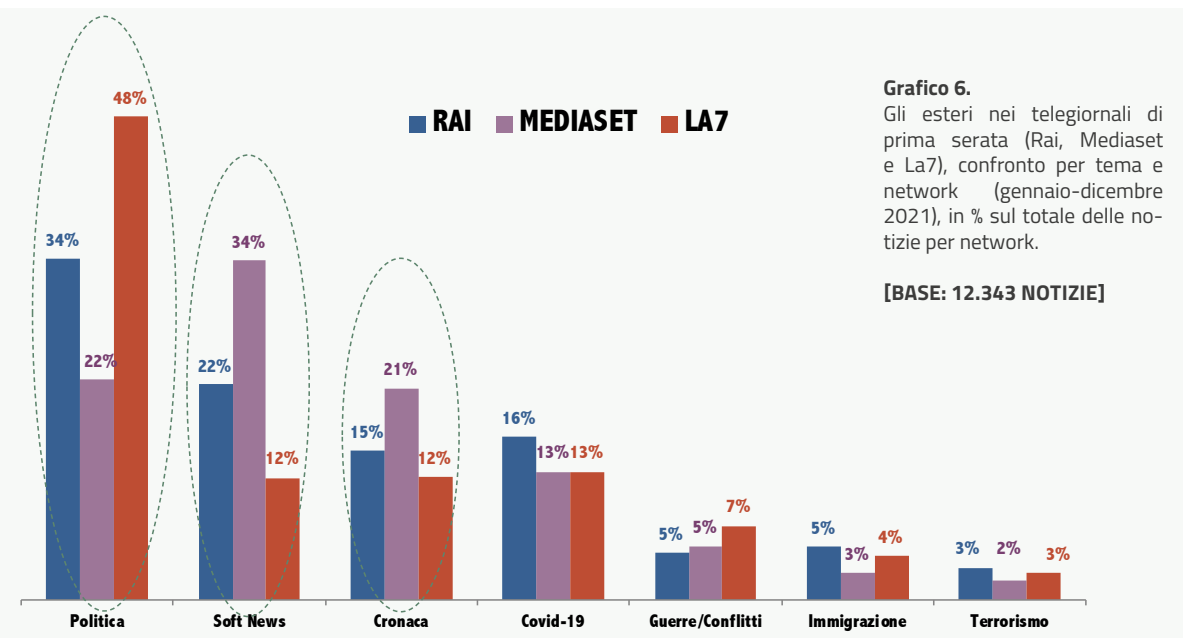


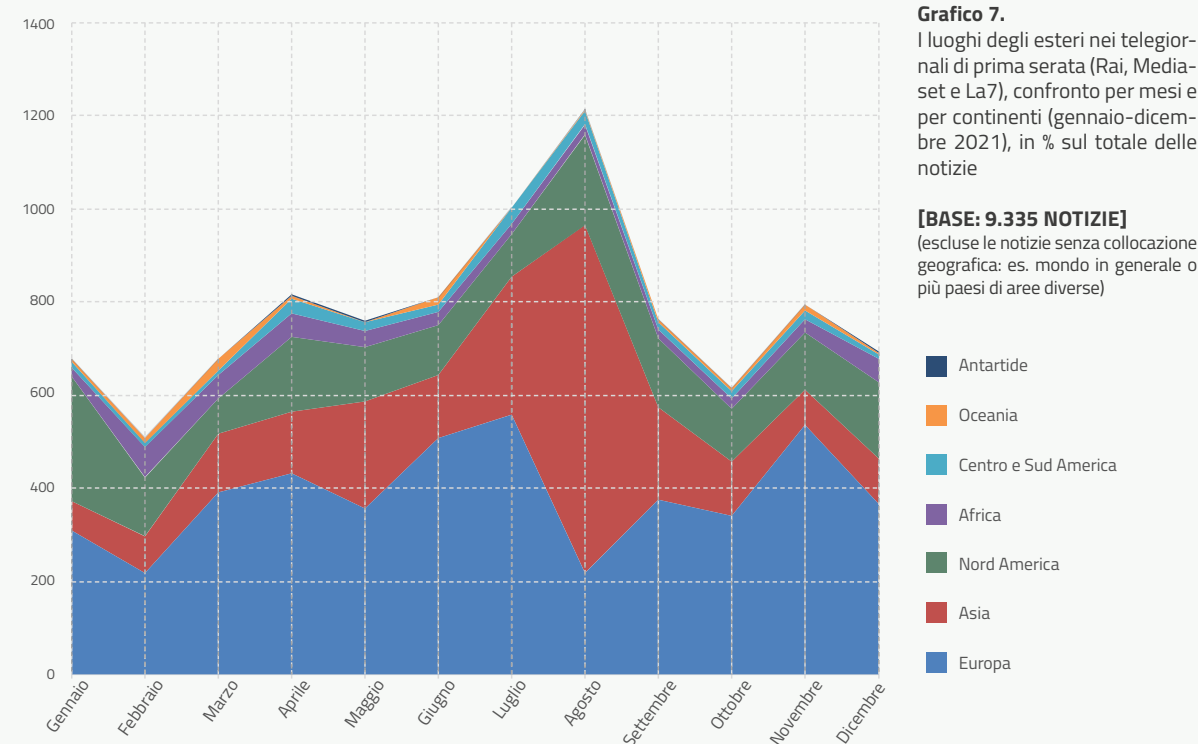
Grafico 5. La visibilità degli esteri nei telegiornali di prima serata (Rai, Mediaset e La7), confronto tra network (gennaio-dicembre 2021), in % sul totale delle notizie

[BASE: RAI (21.470 NOTIZIE), MEDIASET (17.349), LA7 (3.744)]



La quinta ipotesi di ricerca (I₅), che postulava una pagina degli esteri costante per dimensione nel corso del tempo, è stata esplorata analizzando l'andamento diacronico mensile delle notizie degli esteri nei telegiornali (grafico 7). **Le significative divergenze mensili sulla quantità di notizie dedicate agli esteri, nonché l'eterogenea visibilità delle diverse aree geografiche nel corso del tem-**

po, consente di respingere l'ipotesi I₅, essendo la variabilità riscontrata assai elevata, passando dalle 509 notizie nel mese di febbraio alle 1.215 nel mese di agosto. In questo senso, la flessibilità dell'agenda dei notiziari ad accogliere più notizie estere a seconda degli eventi accaduti e ai criteri di notiziabilità applicati è evidente.



I luoghi degli esteri nei telegiornali di prima serata confermano tendenze consolidate, già osservate negli anni passati (grafico 8). In primo luogo, è evidente **l'eurocentrismo dell'informazione estera in Italia, con l'area geografica dell'Europa protagonista nella metà delle notizie sugli esteri (49%)**. A seguire, c'è nel 2021 una visibilità elevata dell'Asia

(25%), dovuta in parte all'esposizione mediatica della crisi afghana. Il Nord America raccoglie il 18% delle notizie, confermando una centralità nell'informazione estera italiana, mentre permane una marginalità mediatica per l'Africa (4,4%) e il Centro-Sud America (2,4%). Nei paragrafi che seguono sono evidenziati i paesi che hanno avuto più visibilità nel 2021.

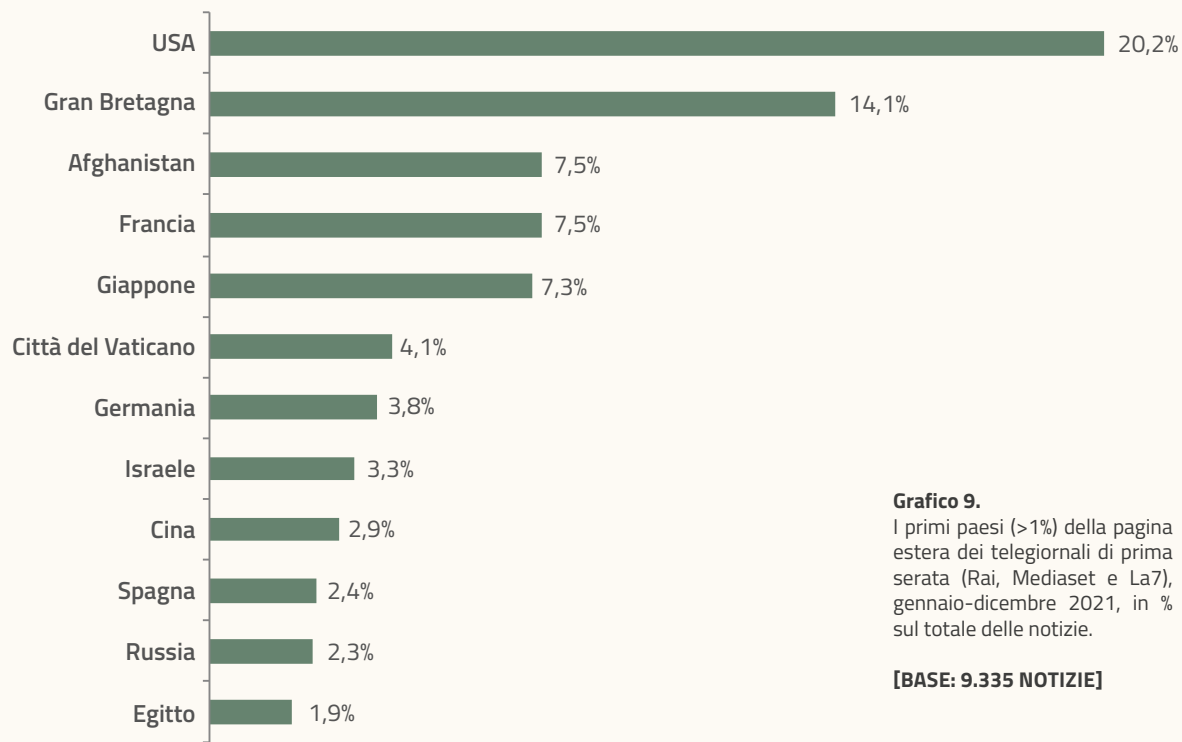


Nella classifica dei singoli paesi con maggiore copertura mediatica nei notiziari del prime time, al primo posto si trovano gli Stati Uniti, seguiti da Gran Bretagna, Afghanistan, Francia, Giappone, Vaticano, Germania, Israele, Cina, Spagna, Russia e Egitto (grafico 9). Gli **Stati Uniti** sono stabilmente il paese con la più elevata copertura degli esteri in Italia, comprendendo un'ampia gamma sia di *hard news* sia di *soft news*. Gli eventi che tuttavia hanno caratterizzato il protagonismo americano nel 2021 sono la proclamazione della vittoria di Joe Biden alle elezioni presidenziali, l'assalto al Campidoglio da parte di un folto gruppo di sostenitori di Donald Trump, il tentativo di impeachment dell'ex presidente, il giuramento di Biden e l'insediamento come 46esimo presidente degli Stati Uniti, l'emergenza Covid-19, la decisione dell'amministrazione americana di lasciare l'Afghanistan, il decimo anniversario dell'attentato alle Torri Gemelle dell'11 settembre, le relazioni con la Cina e la Russia. Tra gli eventi del 2021 che hanno visto protagonista la **Gran Bretagna** vi sono l'emergenza Covid-19, le accuse

di razzismo alla Casa Reale trapelate in un'intervista di Harry e Meghan, la morte del Principe Filippo e i suoi funerali, i vertici dei ministri del G7 a Londra, Oxford e Cornovaglia, i campionati europei di calcio, l'omicidio del deputato David Amess, la conferenza Onu sul clima e l'ambiente COP26 a Glasgow. La centralità dell'**Afghanistan** nel 2021 è, come analizzato nella sezione dedicata a questo evento, circoscritta alle settimane del ritiro dei militari americani e alleati dal paese e la presa del potere da parte dei talebani. La **Francia** è protagonista nel 2021, oltre all'emergenza Covid-19 come gli altri paesi europei, soprattutto in relazione a: la condanna per corruzione e traffico di influenze dell'ex presidente Sarkozy, l'arresto di ex terroristi italiani rifugiati in Francia e la conseguente richiesta di estradizione dell'Italia, le elezioni amministrative, la visita di Mattarella e l'incontro con Macron, il Festival del cinema di Cannes, la conferenza internazionale sulla Libia a Parigi, la candidatura di Eric Zemmour alle presidenziali del 2022. Il **Giappone** lega la sua visibilità nei notiziari del 2021 principalmente all'e-

mergenza Covid-19 e ai giochi olimpici e paralimpici di Tokyo. La **Città del Vaticano** è presente nell'informazione dei notiziari in relazione ai numerosi interventi di Papa Francesco su questioni internazionali e sociali, le riflessioni al rientro da viaggi altamente simbolici quali quello in Iraq e a Lesbo, i riti religiosi per le festività cattoliche e, in misura marginale, gli scandali sugli abusi sessuali che hanno coinvolto la Chiesa. Gli eventi che hanno caratterizzato la visibilità mediatica della **Germania** nei notiziari del prime time sono, oltre all'emergenza Covid-19, il ritiro di Angela Merkel dalla politica, le elezioni amministrative prima e poi legislative in Germania, la formazione del nuovo governo guidato dal socialdemocratico Olaf Scholz e le violente alluvioni che hanno colpito la parte occidentale del paese causando oltre 150 vittime. **Israele** è protagonista delle notizie del 2021 in relazione principalmente alle seguenti questioni: l'andamento della pandemia e la campagna vaccinale, le elezioni politiche, la formazione del nuovo governo senza Netanyahu, il conflitto con la Palestina nella striscia di Gaza e la vicenda del piccolo Eitan, il bimbo sopravvissuto alla strage del Mottarone e conteso dai parenti italiani e israeliani. La **Cina** è protagonista principalmente in notizie relative ai rapporti con Hong Kong, le indagini dell'OMS sull'origine della pandemia, le relazioni economiche e politiche con Stati Uniti e Europa. Gli eventi che ricevono

maggiore visibilità mediatica sulla **Spagna** sono le elezioni amministrative in Catalogna e a Madrid, gli arrivi di migranti a Ceuta, l'eruzione del vulcano di La Palma nelle Canarie, l'ultima visita di Mattarella nel paese e l'andamento della pandemia. La visibilità della **Russia** nei telegiornali è dovuta principalmente all'arresto del dissidente Alexej Navalnij, con le conseguenti manifestazioni di protesta e gli appelli internazionali, le elezioni legislative, la sparatoria all'Università di Perm che ha causato 6 vittime e numerosi feriti e la diffusione del Covid-19. L'**Egitto** entra nell'agenda dei notiziari soprattutto in relazione alla vicenda di Patrick Zaki, la detenzione e infine la liberazione dello studente dell'Università di Bologna, il caso Regeni e il blocco del canale di Suez causato da un cargo container arenato. Nei quattro grafici in allegato, sono evidenziati i paesi più visibili nella pagina estera dei telegiornali italiani del prime time suddivisi per area geografica: Europa, Asia, Africa e Centro-Sud America. Interessante sottolineare quanto la copertura degli esteri sia concentrata su pochi paesi: **i primi 10 paesi coperti dai telegiornali italiani (USA, Gran Bretagna, Afghanistan, Francia, Giappone, Città del Vaticano, Germania, Israele, Cina e Spagna) contano per oltre il 70% della copertura totale dei paesi esteri**, tra questi 10 nemmeno un paese africano, e solo l'Afghanistan tra i paesi meno sviluppati.



Quali sono i fattori che determinano la visibilità di alcuni paesi rispetto ad altri nel circuito informativo italiano? Perché alcuni eventi fanno notizia se accadono in un paese e non in un altro? Le ipotesi 6-9 propongono istanze già analizzate in letteratura sulla notiziabilità geografica, alcune basate sui paesi e altre sulle caratteristiche degli eventi narrati.

L'ipotesi I₆ postula che la visibilità dei paesi nell'agenda estera dei notiziari sia determinata dall'importanza del paese stesso, in termini di **potere politico ed economico**. A sostegno di questa tesi c'è la presenza di tutti i paesi del vecchio G8, a esclusione del Canada, nella lista dei 12 paesi più visibili nell'agenda degli esteri dei notiziari italiani nel 2021. Un altro indicatore che sostiene la validità di questa ipotesi è la classifica degli Stati in base al PIL nominale stilata dal Fondo Monetario Internazionale e la loro visibilità nell'agenda dei media. I 10 paesi con il PIL più elevato sono Stati Uniti, Cina, Giappone, Germania, Francia, Gran Bretagna, India, Italia, Brasile e Canada. Come si evince dal grafico precedente, solo tre di questi paesi (India, Brasile e Canada) sono assenti dalla lista dei 12 paesi più coperti dai telegiornali italiani. A confutare, in parte, l'effetto causale del potere politico ed economico sulla copertura mediatica degli esteri è la presenza nella classifica dei paesi più visibili di Afghanistan,

Città del Vaticano, Israele ed Egitto. **L'ipotesi I₆ appare dunque solo parzialmente confermata, nel senso che altri fattori oltre al potere politico ed economico incidono sulla definizione dell'agenda geografica. Questa ipotesi resta tuttavia valida come importante con-causa per la definizione della gerarchia dei paesi esteri più coperti dai notiziari italiani.**

L'ipotesi I₇ considera un altro fattore di notiziabilità basato sui paesi, in particolare la **prossimità geografica e culturale** con l'Italia. La centralità dell'Europa, e in seconda battuta del Nord America, nell'agenda dei telegiornali italiani offre sostegno a questa ipotesi. Nella lista dei 12 paesi più visibili nei telegiornali italiani vi sono 6 paesi dell'Europa geografica (Gran Bretagna, Francia, Città del Vaticano, Germania, Spagna e Russia) e gli Stati Uniti. Altri paesi ampiamente coperti dai media italiani, inoltre, possono vantare prossimità culturali e commerciali con l'Italia. La relazione postulata dall'ipotesi I₇ non è tuttavia sufficientemente forte per spiegare in maniera esaustiva i criteri di notiziabilità adoperati dai notiziari italiani nella selezione dei paesi coperti, per la presenza di Stati che non rientrano pienamente nel concetto di prossimità geografica e culturale e di contraltro l'assenza di Stati che invece hanno queste caratteristiche. **Anche l'ipotesi**



Photo by Cottonbro on Pixels

I₇, dunque, come la precedente, spiega ma solo in parte la gerarchia di notiziabilità geografica osservata nel 2021.

L'ipotesi **I₈** considera come fattore determinante per la notiziabilità il **coinvolgimento di connazionali** in eventi occorsi in paesi esteri. Questa ipotesi è confermata soprattutto in eventi di cronaca che vedono come vittime cittadini italiani, basti pensare all'aumento di copertura e notizie sulla Repubblica Democratica del Congo in seguito all'omicidio dell'ambasciatore Attanasio e del carabiniere di scorta Iacovacci (54 notizie) o alla visibilità dell'Egitto in relazione alla detenzione e poi alla scarcerazione di Patrick Zaki (96 notizie) e al caso Regeni (14 notizie). Il coinvolgimento diretto di militari e diplomatici italiani nelle operazioni di ritiro dall'Afghanistan sono un altro esempio a supporto di questa ipotesi. Così come la scomparsa dell'Afghanistan dall'agenda dei media una volta compiuta l'evacuazione dei connazionali. Un medesimo aumento di visibilità legato alla presenza di italiani come protagonisti si lega alle visite ufficiali di rappresentanti istituzionali e di governo (Presidente della Repubblica, ministri del Governo) in paesi esteri. Notizie che, peraltro, spesso intrecciano i temi degli incontri e dei vertici internazionali con questioni del dibattito politico interno, a conferma

del trascinamento di notiziabilità offerto da azioni o interventi di personalità pubbliche italiane. **L'ipotesi **I₈** è dunque certamente confermata dal discriminare di attenzione verso paesi determinato da fatti o eventi specifici che coinvolgono connazionali. Quella postulata da questa ipotesi appare tuttavia una condizione sufficiente ma non necessaria per determinare l'intera agenda geografica, essendo ampia la copertura di eventi internazionali senza il coinvolgimento diretto di italiani.** L'ipotesi rimane una con-causa determinante a spiegare l'aumento di attenzione contingente a fatti specifici.

L'ultima ipotesi (**I₉**) sui fattori che determinano la notiziabilità di paesi nell'agenda degli esteri è basata sulla straordinarietà dell'evento stesso, sia **la natura eccezionale dovuta alla sua portata catastrofica o all'inatteso.** Anche in questo caso l'ipotesi **I₉** appare confermata dal rapido spostamento di attenzione verso notizie internazionali ampiamente coperte in tutto il mondo, come gli effetti devastanti di eventi naturali avversi (pandemie, terremoti, alluvioni, uragani, etc.), incidenti o attentati che causano numerose vittime (sebbene la notiziabilità vari significativamente secondo i fattori identificati dalle ipotesi precedenti), improvvise crisi politiche o economiche che hanno potenzialmente un impatto globale. **L'ipotesi **I₉** tuttavia non**

riesce a spiegare perché eventi simili avvenuti in paesi diversi raccolgono una attenzione divergente dai media internazionali, dunque anche in questo caso la natura eccezionale e catastrofica dell'evento appare un fattore rilevante per definire la notiziabilità, ma certamente non sufficiente.

Le ipotesi esplorate in questa sezione per identificare i fattori di notiziabilità che definiscono l'agenda geografica degli esteri forniscono dunque spiegazioni *parziali*, che sommate assieme raggiungono tuttavia una capacità esplicativa elevata. Paesi o eventi che sfuggono a questi criteri - per assenza di centralità politica ed economica, mancanza di prossimità geografica e culturale con l'Italia, non coinvolgimento di connazionali nell'evento accaduto, natura eccezionale e imprevista dell'evento stesso - rimangono in ombra, ricevendo scarsa copertura mediatica. Prendiamo l'esempio della **guerra in Yemen**. Secondo il rapporto pubblicato a Novembre 2021 dall'agenzia delle Nazioni Unite UNDP, il conflitto in Yemen ha causato in sette anni 377.000 morti, il

60% dei quali per cause indirette associate al conflitto come la scarsità di cibo, acqua e cure mediche. Lo stesso rapporto rivela il drammatico impatto della guerra sui bambini: nel 2021 - si legge - a causa del conflitto è morto un bambino yemenita sotto i 5 anni ogni 9 minuti.² Nonostante la drammaticità dell'evento in corso, **nel 2021 i 7 telegiornali italiani del prime time hanno dedicato allo Yemen 5 notizie**, tra cui il ritrovamento di un accumulo di ambra grigia nella carcassa di un capodoglio.

Un altro esempio di marginalizzazione mediatica di luoghi del mondo che non godono dei fattori di notiziabilità prima esposti riguarda i 9 Paesi dell'Africa sub-sahariana definiti prioritari per la Cooperazione italiana (Burkina Faso, Senegal, Niger, Etiopia, Kenya, Somalia, Sudan, Sud Sudan e Mozambico). **In totale, i notiziari italiani del prime time del 2021 hanno dedicato a questi paesi 42 notizie.** L'incremento di notizie della pagina estera, descritto in precedenza, non ha influito sulla copertura mediatica di queste aree geografiche (grafico 10).

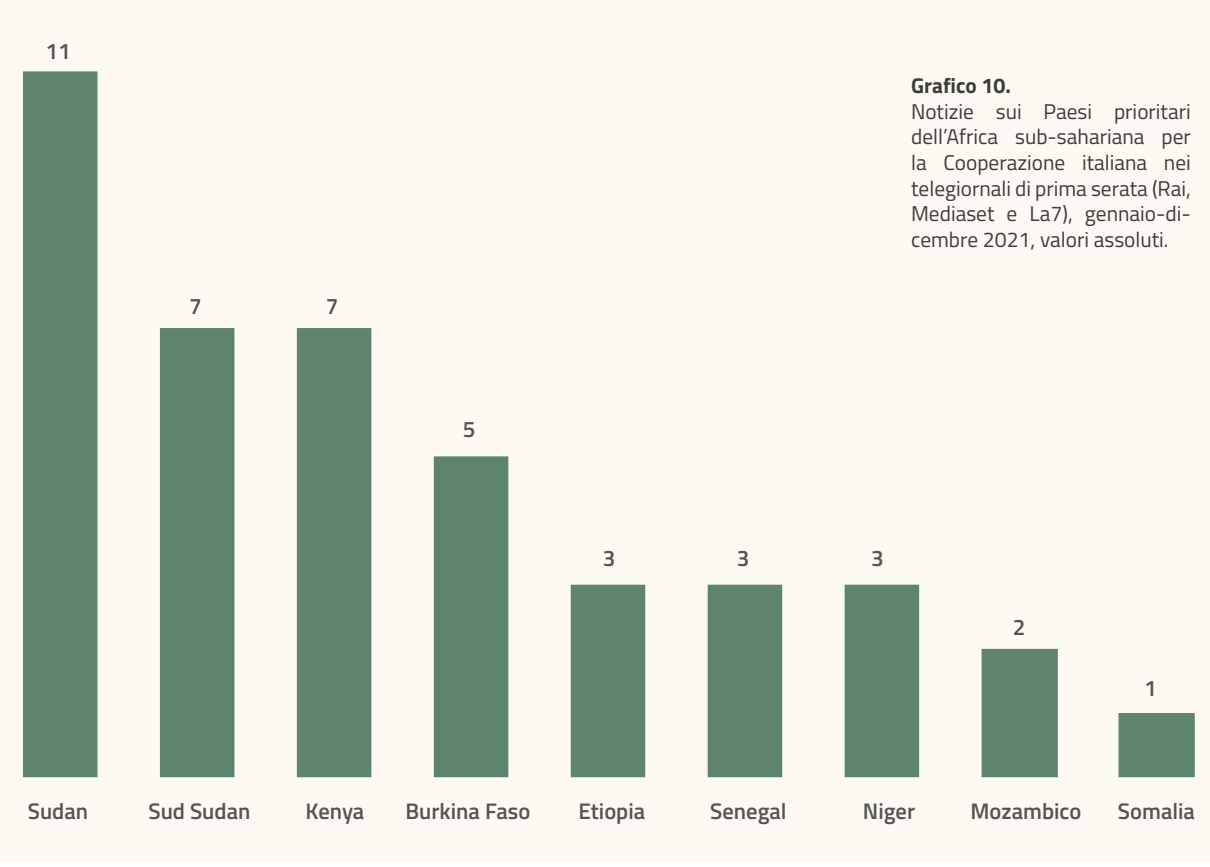


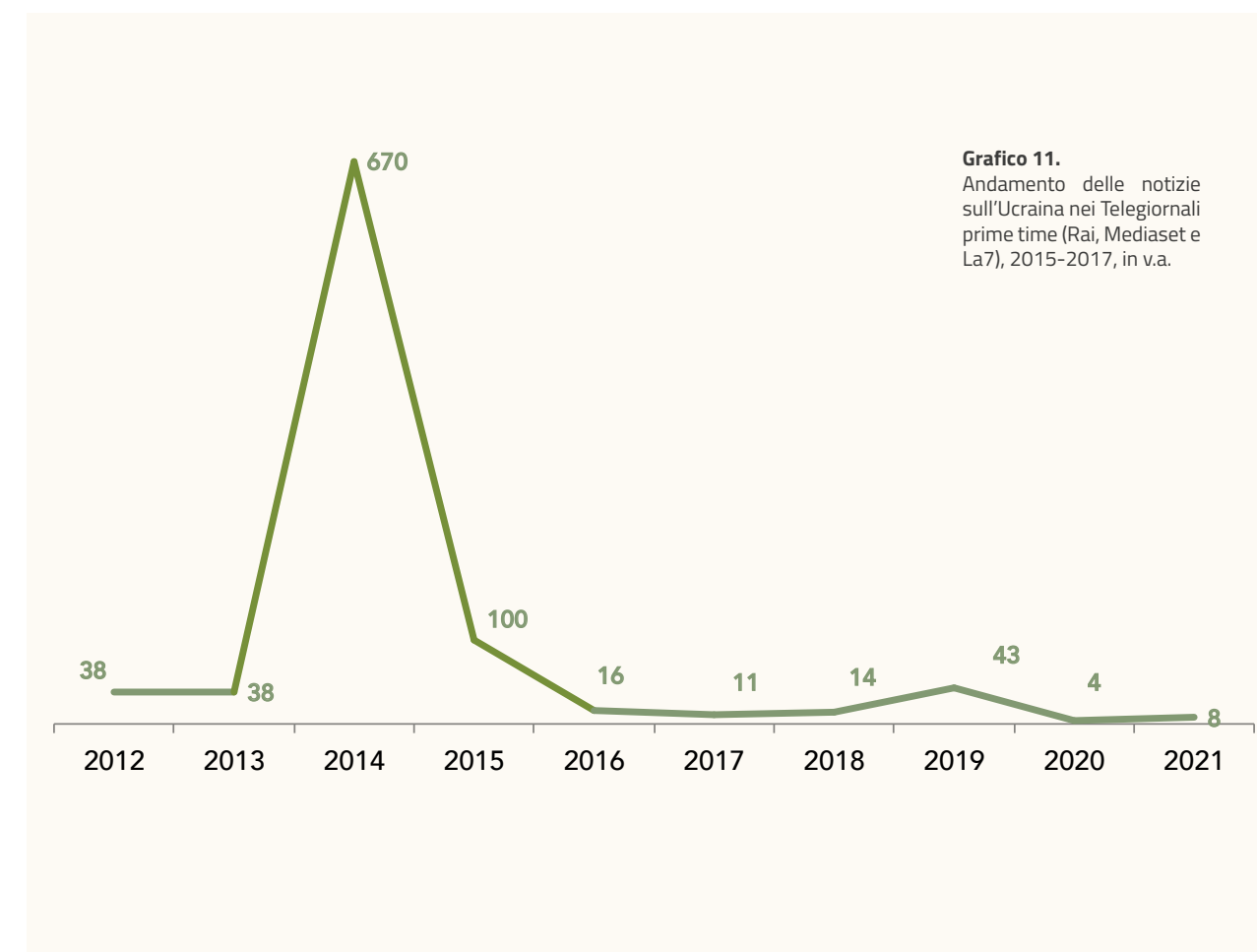
Grafico 10.
Notizie sui Paesi prioritari dell'Africa sub-sahariana per la Cooperazione italiana nei telegiornali di prima serata (Rai, Mediaset e La7), gennaio-dicembre 2021, valori assoluti.

² UNDP, *Assessing the Impact of War in Yemen: Pathways for Recovery*, 23 Novembre, 2021.



COSÌ LONTANA COSÌ VICINA: LA DRAMMATICA ATTUALITÀ DELLA GUERRA IN UCRAINA

La drammatica attualità del conflitto in corso in Ucraina, a seguito dell'invasione russa iniziata il 24 febbraio 2022, pone una riflessione in merito alla presenza mediatica di una crisi – in particolare nelle aree del Donbass e della Crimea – che è in corso da tempo e che solo in concomitanza di fatti specifici ha avuto una copertura.



2014-2015

Da gennaio a febbraio, i telegiornali di prima serata coprono quasi quotidianamente le proteste contro il presidente Yanukovich in piazza Maidan a Kyiv: “il paese è sull’orlo di una guerra civile, continuano gli scontri tra i manifestanti e la polizia, numerose le vittime e centinaia i feriti”. Il 21 febbraio 2014 viene firmato un accordo tra rappresentanti delle opposizioni e il presidente Yanukovich per un governo provvisorio di unità nazionale; poche ore dopo, tuttavia, il presidente abbandona il paese per andare in esilio in Russia, mentre le opposizioni acclamano la liberazione di Yulia Tymoshenko. Pochi giorni dopo la rivoluzione di Maidan, si apre la crisi in Crimea: gruppi filorussi prendono possesso del parlamento locale, mentre la Russia si schiera per l’annessione della Crimea.

L’informazione di prima serata copre la cronaca del conflitto in Crimea fino al contestato Referendum, non riconosciuto dalla comunità internazionale, che sancisce de facto l’annessione della regione alla Russia. È il 24 maggio del 2014 quando il fotografo italiano Andrea Rocchelli e il suo collega russo Andrej Mironov vengono uccisi da un bombardamento di mortai alla periferia di Sloviansk. Prosegue, nel frattempo, l’attenzione mediatica, con continuità, nei confronti della crisi in Ucraina, con aggiornamenti dal fronte, con interviste a esponenti del governo ucraino e rappresentanti filo-russi, con il resoconto dei vertici e degli incontri degli esponenti dell’Unione europea e degli Stati Uniti. Almeno fino al marzo del 2015, poi l’attenzione inizia a diminuire in modo significativo.

2016-2018

L’interesse per l’Ucraina, in questi anni, si declina principalmente rispetto ad eventi “congiunturali”. Pur non mancando reportage dal paese, le questioni legate al conflitto endemico, alla situazione umanitaria e alle condizioni dei civili rimangono spesso sullo sfondo.

2019-2021

Lo svolgimento delle elezioni e la vittoria dell’ex attore Volodymyr Zelensky riattiva l’attenzione nei confronti dell’Ucraina. Proprio in occasione della ricorrenza della morte di Andrea Rocchelli, la crisi nel Donetsk, viene definita come “la guerra dimenticata nella zona separatista, ormai un conflitto di posizione”. L’interesse per la crisi ucraina è ormai del tutto marginale.

Le poche decine di notizie presenti nei notiziari nel 2020 e nel 2021 – rispettivamente 4 e 8 – trattano l’anniversario del disastro nucleare di Chernobyl del 1986, la morte di un dissidente bielorusso, l’apertura degli Stati Uniti a una soluzione diplomatica con la Russia.

Eppure anche nel corso degli ultimi anni, rapporti delle Nazioni Unite hanno testimoniato le gravi conseguenze del conflitto: decine di bambini vittime delle mine antiuomo, scarsità e difficoltà di reperimento dei beni primari e del cibo lungo i confini delle zone separatiste, impossibilità a un ritorno alla normalità.

Lo spazio dedicato alla crisi Ucraina, al pari di altri conflitti, nel corso degli anni risulta sempre più marginale: un conflitto che viene strappato dall’ombra e dal silenzio mediatico solo in concomitanza di eventi specifici, in una logica di frammentazione e decontestualizzazione che rende difficile la comprensione degli eventi e dei contesti in cui avvengono.

Un’assenza di contestualizzazione che complica la costruzione delle notizie dei giornali e le agende dei programmi di informazione nei giorni immediatamente successivi all’inizio dell’invasione russa in Ucraina, nonché la comprensione delle dinamiche in gioco, gli attori protagonisti, la cornice geopolitica e i pregressi storici. Da un lato, lo sforzo del sistema dei media italiani è ingente, sono numerosi i corrispondenti dalle zone di guerra raggiungibili e la ricerca di opinionisti e esperti in grado di spiegare quello che sta accadendo; dall’altro, questa corsa per recuperare il vuoto di conoscenza sia tra addetti ai lavori sia tra il pubblico produce qualche svarione: eccessive semplificazioni, letture basate



su schemi interpretativi obsoleti, rigidità di format televisivi che riportano questioni internazionali al più consueto dibattito di politica interna, fino all’utilizzo di immagini non verificate e poi rivelatesi false (dalla presunta mappa dell’acciaieria Azovstal, in realtà un gioco da tavolo, ai missili lanciati dalla Russia sull’Ucraina, un falso che proveniva da un videogioco).

Dentro un conflitto di guerra, dove come si dice la verità è la prima vittima, il giornalismo gioca un ruolo primario anche nello svelare propaganda e disinformazione, nell’obiettivo di servire l’interesse pubblico e la veridicità dei fatti, con notizie basate su fonti attendibili e verificate,

e una contestualizzazione che ne consenta la comprensione.

Quanto più si è lasciata nell’oblio l’evoluzione delle tensioni tra Ucraina e Russia, iniziate a fine 2013 con le contestazioni al presidente Yanukovich, a causa della mancata firma del governo al trattato di associazione Ucraina-UE già approvato a larga maggioranza dal parlamento ucraino, tanto più è richiesta una guida attenta per seguire lo svolgersi degli eventi odierni. L’attenzione frammentata a questa crisi internazionale prima dell’acuirsi dello scontro, come è avvenuto e tuttora avviene per altre crisi internazionali, rischia di pregiudicare il diritto a essere informati, se non quando la guerra è ormai dentro casa.

L'AGENDA INTERMEDIALE SULL'AFGHANISTAN

Il focus di questa sezione è la **copertura dell'Afghanistan nel 2021** (gennaio-dicembre) da parte dei telegiornali italiani del prime time dei tre network principali (Rai, Mediaset e La7), dalle pagine pubbliche di Facebook e da quelle di Instagram. L'ipotesi 110 esaminata è quella che, nonostante le differenze di piattaforme e produttori di contenuti tra media tradizionali e social network, esista una **interdipendenza tra agende nella copertura di crisi o eventi internazionali**. Questa ipotesi appare confermata dal confronto dei volumi di attenzione dedicati all'Afghanistan durante il 2021, visibili nei grafici che seguono. In primo luogo, **l'attenzione verso l'Afghanistan si attiva quasi esclusivamente nel mese di agosto, durante le fasi di ritiro delle forze militari americane e alleate**, l'avanzata dei talebani, la presa del potere e i sanguinosi attentati terroristici. Eventi contingenti che raccolgono almeno tre dei fattori di notiziabilità geografica elencati nelle ipotesi avanzate nei paragrafi precedenti, ovvero: il potere politico ed economico dei paesi coinvolti (Stati Uniti), il

coinvolgimento di connazionali (militari e diplomatici italiani) e la natura eccezionale o catastrofica degli eventi accaduti (attentati terroristici). **Prima e dopo questo periodo, la curva di attenzione sull'Afghanistan si appiattisce, fino a scomparire dall'agenda dei media, a dimostrazione di un interesse congiunturale che svanisce appena concluso il processo di evacuazione.** Il confronto tra le curve di attenzione di media tradizionali e social network, in termini di quantità di notizie o post giornalieri dedicati all'Afghanistan, mostra una **stupefacente similitudine tra le tre fonti prese in esame** (grafici 11, 12 e 13). Al fine di consolidare questo risultato, è stata effettuata una analisi della correlazione esistente tra le tre serie storiche, utilizzando come parametro il coefficiente r di Pearson (grafico 14), che ha restituito **valori elevati di correlazione in ogni confronto: 0,92 (tra TG e FB), 0,98 (tra FB e IG), 0,87 (tra IG e TG)**. Un risultato che conferma la validità della teoria di *inter-media agenda setting* su una crisi internazionale di vasta portata.

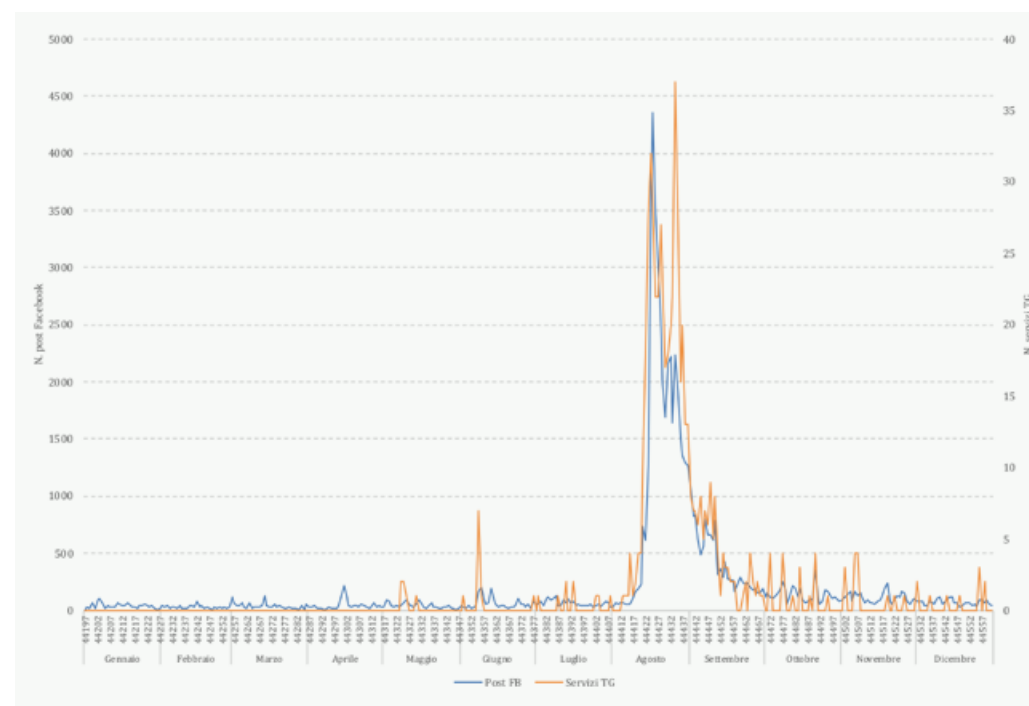


Grafico 11.
La visibilità dell'Afghanistan nei telegiornali di prima serata (Rai, Mediaset e La7) e nelle pagine pubbliche di Facebook (gennaio-dicembre 2021)

[BASE: 611 NOTIZIE DEI TG E 72.405 POST FACEBOOK]

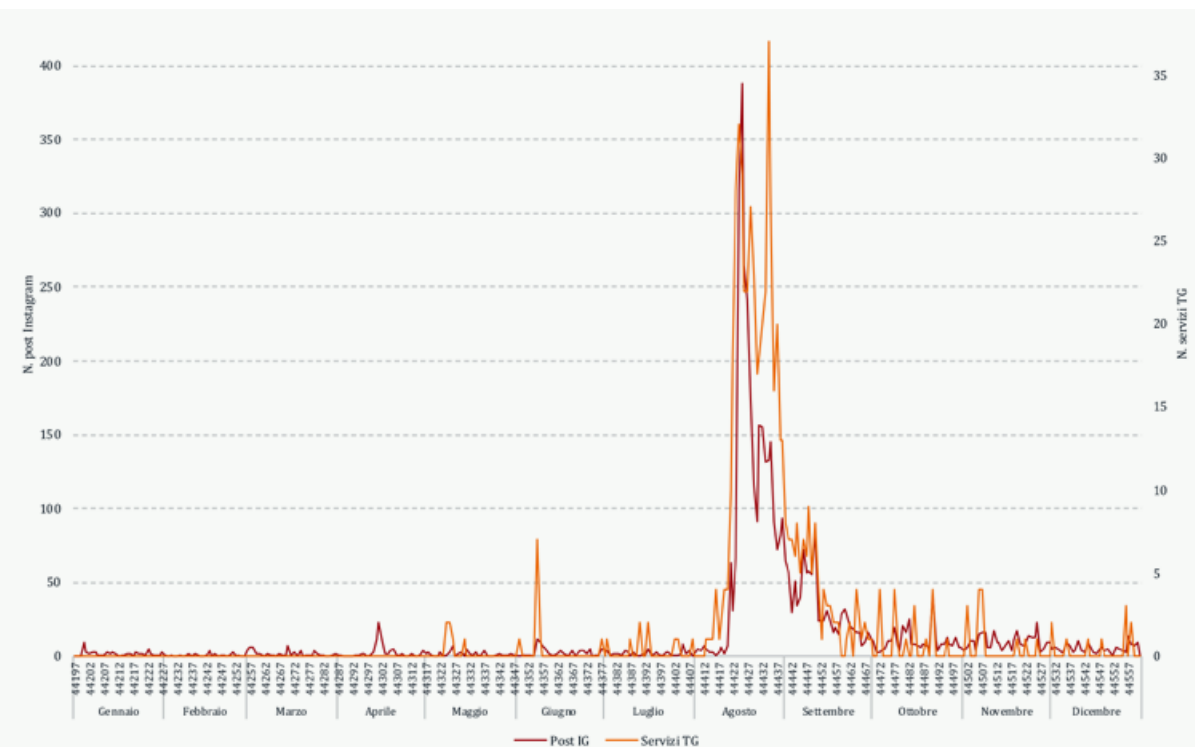


Grafico 12. La visibilità dell'Afghanistan nei telegiornali di prima serata (Rai, Mediaset e La7) e nelle pagine pubbliche di Instagram (gennaio-dicembre 2021). **[BASE: 611 SERVIZI DEI TG E 5.051 POST INSTAGRAM]**

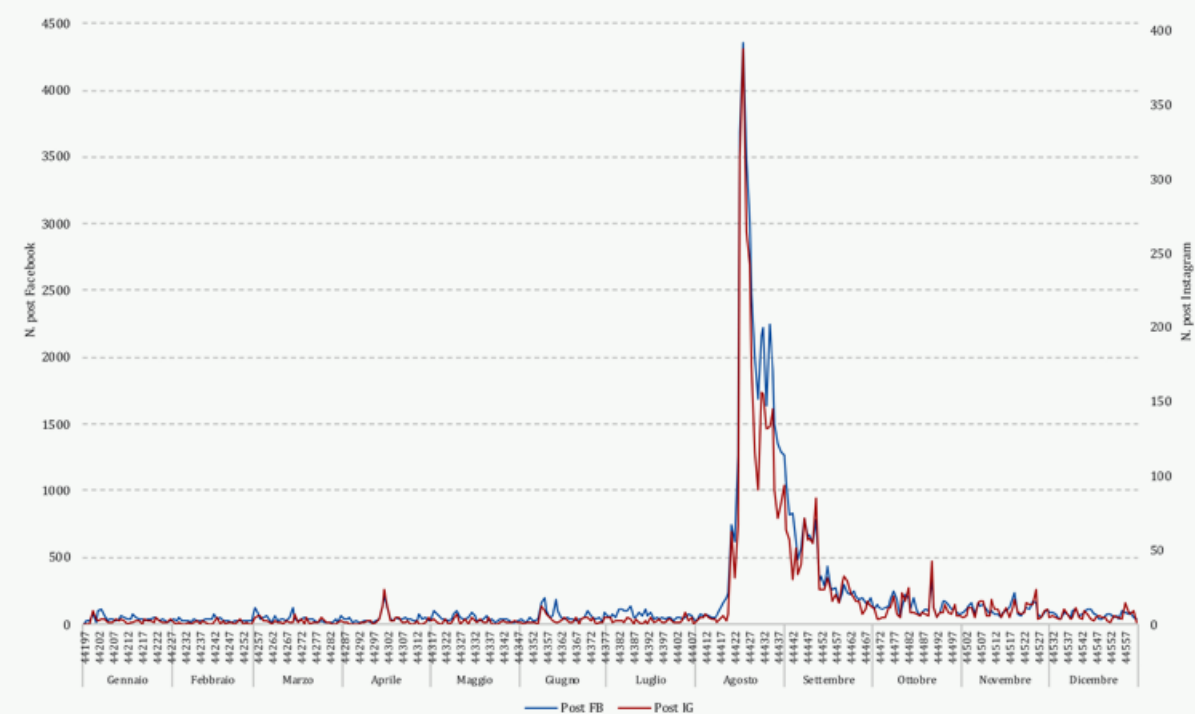


Grafico 13. La visibilità dell'Afghanistan nelle pagine pubbliche di Facebook e Instagram (gennaio-dicembre 2021) **[BASE: 72.405 POST FACEBOOK E 5.051 POST INSTAGRAM]**



Photo by Arantxa Treva on Pexels

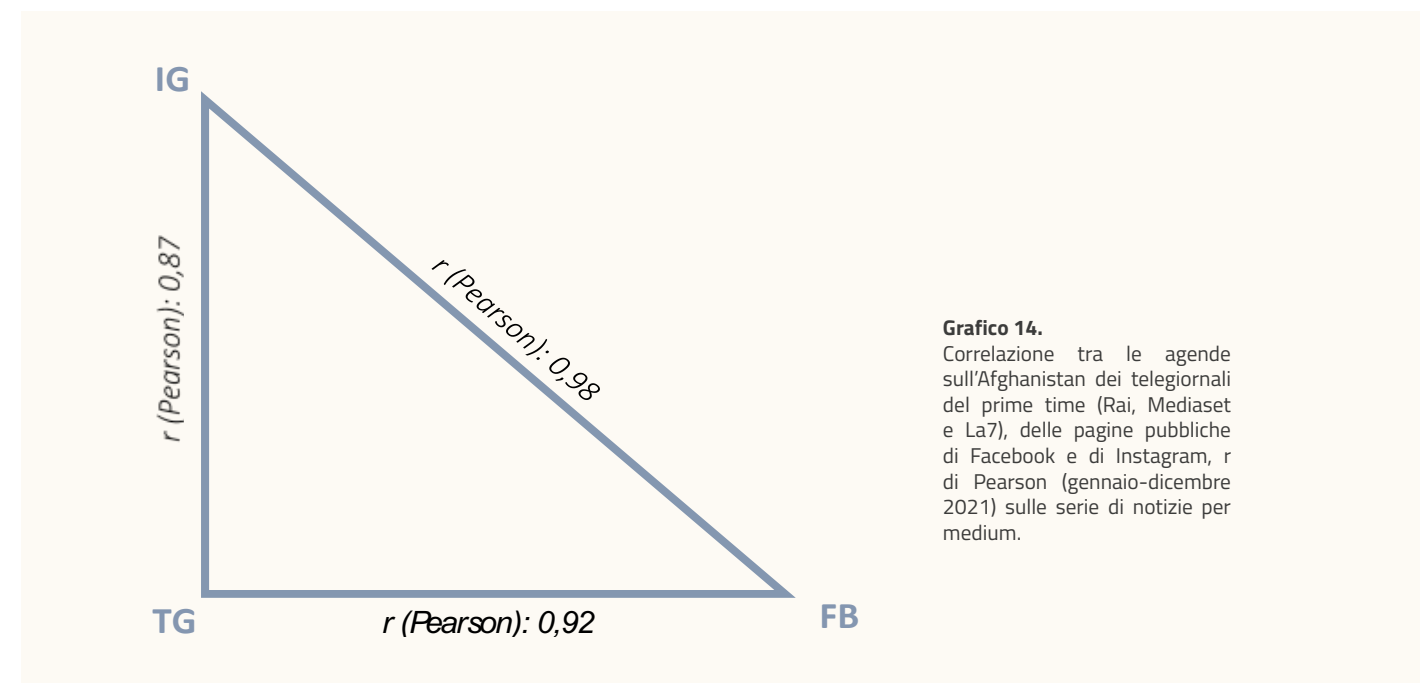


Grafico 14. Correlazione tra le agende sull'Afghanistan dei telegiornali del prime time (Rai, Mediaset e La7), delle pagine pubbliche di Facebook e di Instagram, r di Pearson (gennaio-dicembre 2021) sulle serie di notizie per medium.



LA COP26 NEI TELEGIORNALI E SUI SOCIAL NETWORK

In questo breve approfondimento è stata esplorata la **copertura mediatica della COP26**, la Conferenza delle Nazioni Unite sul clima e l'ambiente svoltasi a Glasgow tra il 30 ottobre e il 12 novembre 2021, prendendo in considerazione le notizie dei telegiornali, i post Facebook e i post Instagram pubblicati sull'argomento nei mesi di ottobre e novembre. I quattro principali obiettivi del vertice espressi dalla Presidenza erano:

1. L'azzeramento delle emissioni nette entro il 2050 e contenere l'aumento delle temperature entro 1,5 gradi. A questo fine, i paesi si impegnano a: accelerare l'eliminazione del carbone, ridurre la deforestazione, accelerare il passaggio a veicoli elettrici, incoraggiare investimenti in energie rinnovabili.

2. Adattarsi per proteggere comunità e habitat naturali. A questo fine, si incoraggiano i paesi colpiti da cambiamenti climatici a: proteggere e ripristinare ecosistemi, costruire difese, sistemi di allarme e infrastrutture e agricoltura resilienti per evitare la perdita di case, mezzi di sussistenza e vite umane.

3. Mobilitare finanziamenti per realizzare i primi due obiettivi. A tal fine, i paesi sviluppati si impegnano a mobilitare almeno 100 miliardi di dollari all'anno in finanziamenti per il clima dal 2020.

4. Collaborare tra paesi per raggiungere i risultati. A tal fine, ci si impegna a: finalizzare e rendere operativo l'accordo di Parigi, accelerando l'azione per affrontare la crisi climatica attraverso la collaborazione tra governi, imprese e società civile.

La prima osservazione riguarda **l'influenza intermediale tra le agende proposte dalle tre fonti analizzate** (I₁₀): i coefficienti di correlazione tra le agende di telegiornali, Facebook e Instagram sulla COP26 sono elevati: 0,73 (tra TG e FB), 0,71 (tra FB e IG) e 0,96 (tra IG e TG). **Mentre l'agenda dei due social network è pressoché identica per quanto riguarda l'attivazione di post sulla COP26, la distanza tra social network e telegiornali è più ampia rispetto a quanto emerso per la crisi in Afghanistan.** La copertura di un evento specifico, di interesse diffuso, dunque diversifica maggiormente le agende rispetto alla copertura di una crisi internazionale di lungo periodo.

Una seconda osservazione è che **l'attivazione di**

interesse per la COP26 ha un ciclo di vita più lungo sui social network rispetto a quanto notato nei telegiornali: l'attenzione dei post FB e IG si attiva prima dei telegiornali - nei primi giorni di ottobre - e ha una permanenza maggiore, protrandosi nel mese di novembre dopo la fine della Conferenza Onu. La copertura dei media tradizionali sui temi legati all'ambiente e al cambiamento climatico è notevolmente aumentata negli ultimi anni, influenzata da un'agenda spinta da settori della società civile, soprattutto i movimenti giovanili, che fanno ampio uso dei nuovi strumenti di comunicazione disponibili, social network inclusi.

La pressione esercitata dagli attivisti e dai movimenti per il clima sull'agenda dei media tradizionali e sull'agenda pubblica dei leader politici è visibile anche nella costruzione delle narrazioni attorno alla COP26 di Glasgow. Ai primi di ottobre, i telegiornali del prime time riprendono le iniziative della PreCOP a Milano, con il discorso di Greta Thunberg e le manifestazioni di Fridays for Future. Verso la fine del mese di ottobre, vi sono servizi dei telegiornali sull'allarme lanciato dalle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici e sui possibili effetti dell'innalzamento di mezzo grado della temperatura. Il G20 di Roma, in vista dell'apertura della Conferenza delle Parti a Glasgow, è un altro appuntamento che raccoglie ampia copertura nei notiziari italiani, anche per il protagonismo del Presidente del Consiglio Mario Draghi. L'apertura dei lavori a Glasgow il 31 ottobre diventa un evento di grande interesse mediatico, si seguono le dichiarazioni iniziali dei leader sugli obiettivi della conferenza, gli appelli di personalità del mondo politico, le iniziative di movimenti e associazioni ambientaliste, tra cui giovani attivisti, e interventi di autorità morali quali Papa Francesco e la regina Elisabetta. **Nei tre giorni iniziali della Conferenza, 31 ottobre - 2 novembre, i telegiornali italiani dedicano ben 48 notizie alla COP26**, cogliendo diverse sfumature dell'evento: gli obiettivi e le trattative per raggiungere un accordo, le proteste dei giovani e le accuse rivolte ai leader mondiali, e i profili dei protagonisti al dibattito nella Conferenza. Negli stessi tre giorni, sono stati pubblicati 2.567 post nelle pagine pubbliche di FB e 242 in quelle di IG.

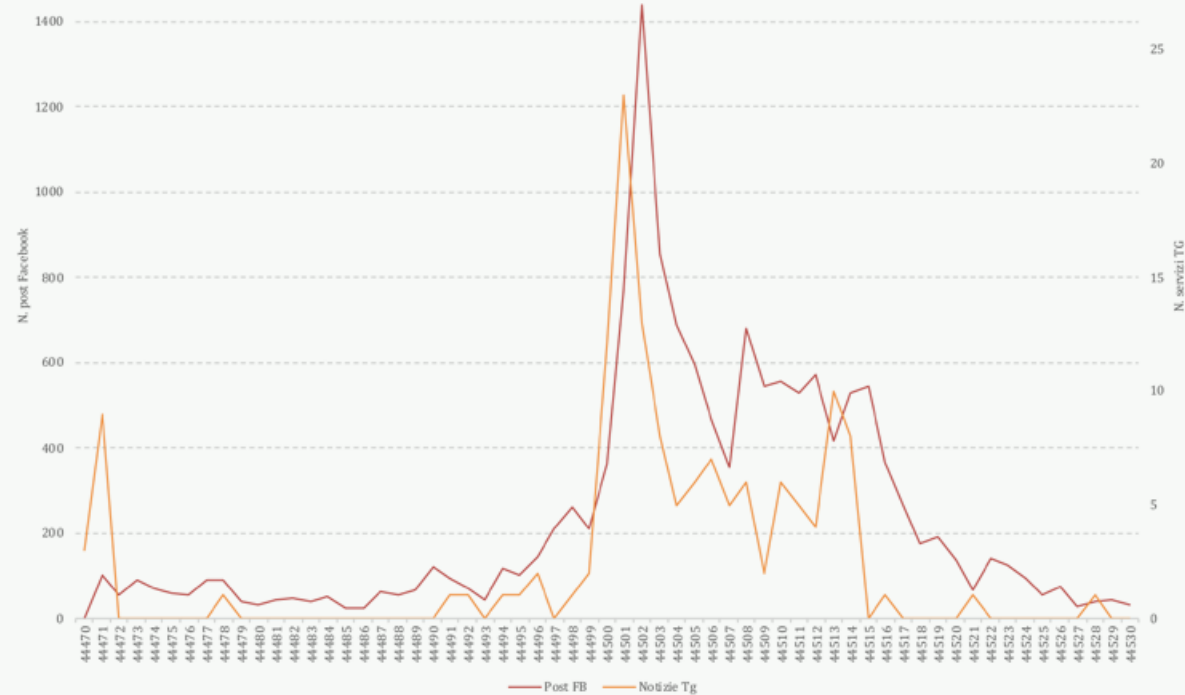


Grafico 15. La visibilità di COP26 nei telegiornali di prima serata (Rai, Mediaset e La7) e nelle pagine pubbliche di Facebook (ottobre-novembre 2021) **BASE: 145 NOTIZIE DEI TG E 14.220 POST FACEBOOK**

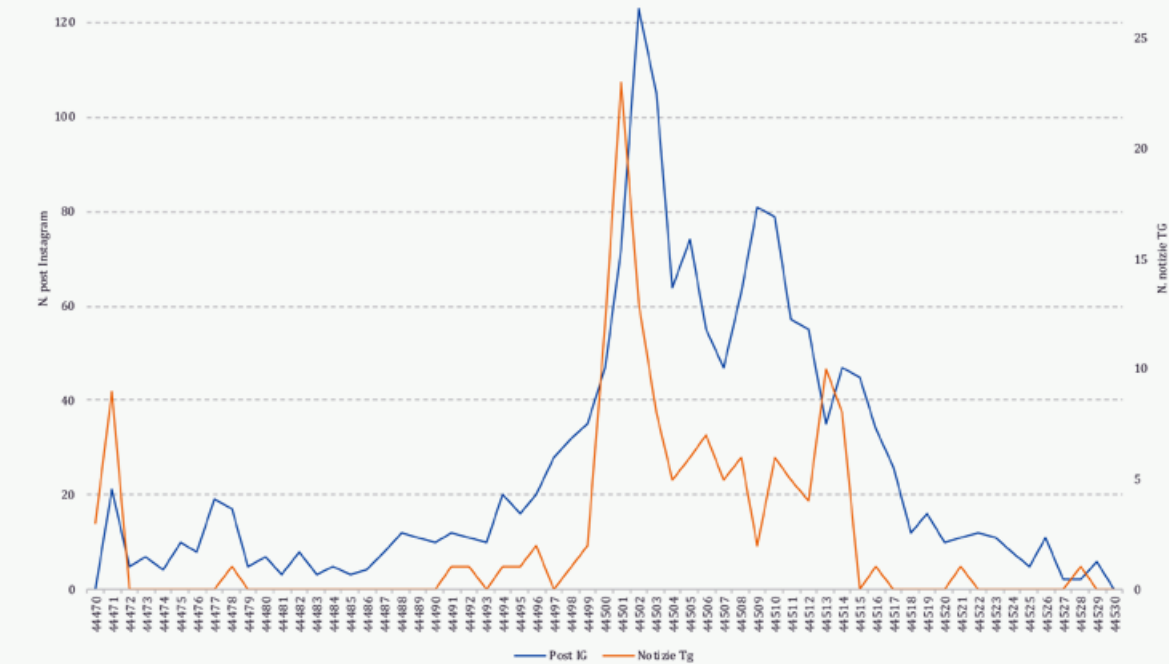


Grafico 16. La visibilità di COP26 nei telegiornali di prima serata (Rai, Mediaset e La7) e nelle pagine pubbliche di Instagram (ottobre-novembre 2021) **BASE: 145 SERVIZI DEI TG E 1.569 POST INSTAGRAM**

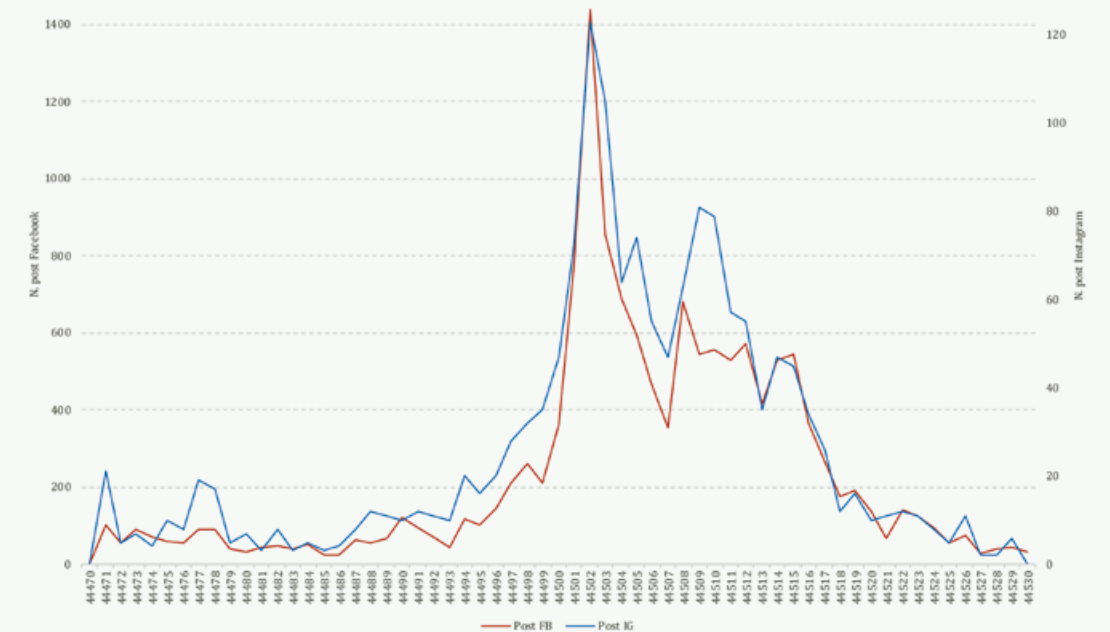


Grafico 17. La visibilità di COP26 nelle pagine pubbliche di Facebook e Instagram (ottobre-novembre 2021) **[BASE: 14.220 POST FACEBOOK E 1.569 POST INSTAGRAM]**

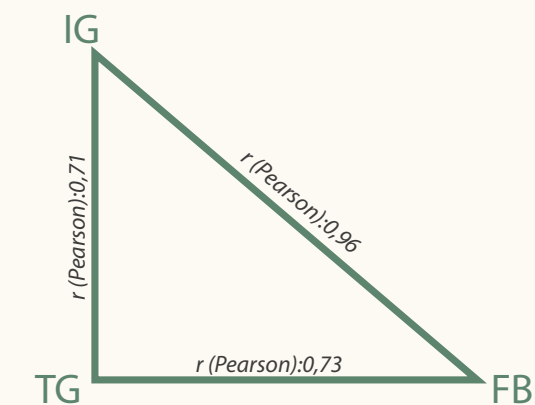
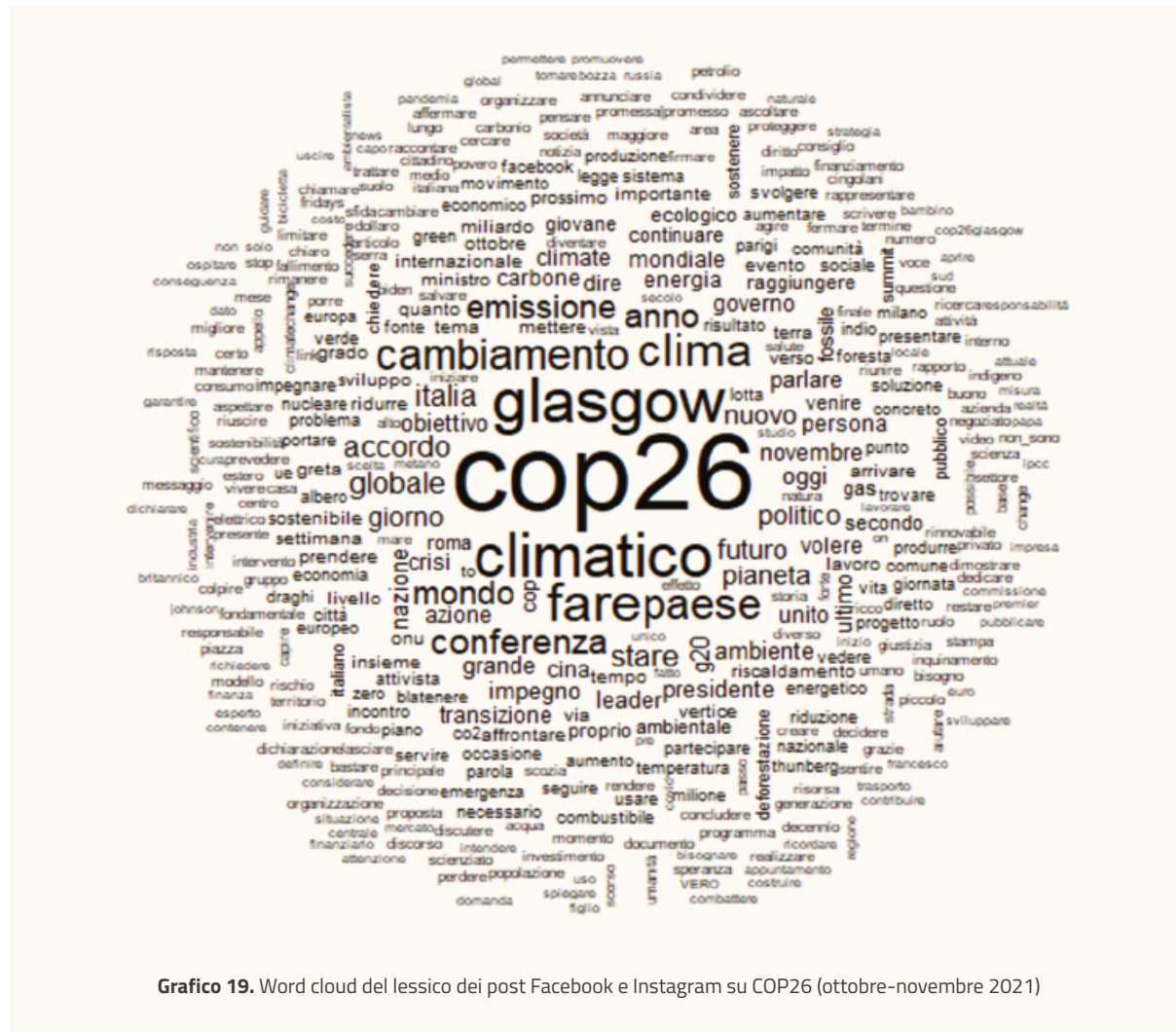


Grafico 18. Correlazione tra le agende su COP26 dei telegiornali del prime time (Rai, Mediaset e La7), delle pagine pubbliche di Facebook e di Instagram, r di Pearson (gennaio-dicembre 2021) sulle serie di notizie per medium

In ultimo, sono stati esplorati i contesti tematici e lessicali della copertura della COP26 sui social network. L'intento di questa analisi risiede sempre nel confronto tra le agende dei media tradizionali e quelle dei social network (I_{10}), tuttavia l'aspetto esplorato in questo caso si sposta dal ciclo di attenzione in senso stretto ai contenuti trattati. Ci si domanda, cioè, quali siano gli aspetti della Conferenza sul clima maggiormente presenti nel dibattito spontaneo apparso su FB e IG rispetto ai media tradizionali. Al fine di testare questo aspet-

to dell'ipotesi I10 è stata effettuata un'analisi lessicale sul corpus complessivo di post FB e IG pubblicati nei mesi selezionati di ottobre e novembre 2021. Nel complesso, sono stati trattati con un software di analisi testuale 15.789 post (14.220 di FB e 1.569 di IG).³ In aggiunta alla visualizzazione dei termini più frequenti apparsi nei testi, l'analisi ha generato tre classi semantiche stabili, *cluster* di lemmi che rappresentano le principali sfere concettuali del discorso pubblico sulla COP26 nei due social analizzati.

3. L'analisi delle corrispondenze multiple applicate a dati testuali è stata effettuata con il software Iramuteq.



Le tre classi semantiche, raffigurate nei grafici che seguono, sono state così denominate:

1. Negoziati sul clima
2. Rischi climatici
3. Attivismo climatico

Il primo *cluster*, relativo ai **negoziati sul clima**, raccoglie circa un quarto dei lemmi dell'intero corpus, e si posiziona nel quadrante in alto a sinistra del piano fattoriale (grafico 21). È questa una sfera semantica che evoca le trattative tra gli Stati alla COP26 di Glasgow per il raggiungimento di accordi sugli obiettivi posti all'inizio della Conferenza sul clima. Vi sono qui termini che rimandano esplicitamente al lessico adoperato nei quattro obiettivi principali di COP26, in particolare: il contenimento delle emissioni, accelerando l'eliminazione del carbone e riducendo la deforestazione, la mobilitazione di finanziamenti per il clima, in particolare dai

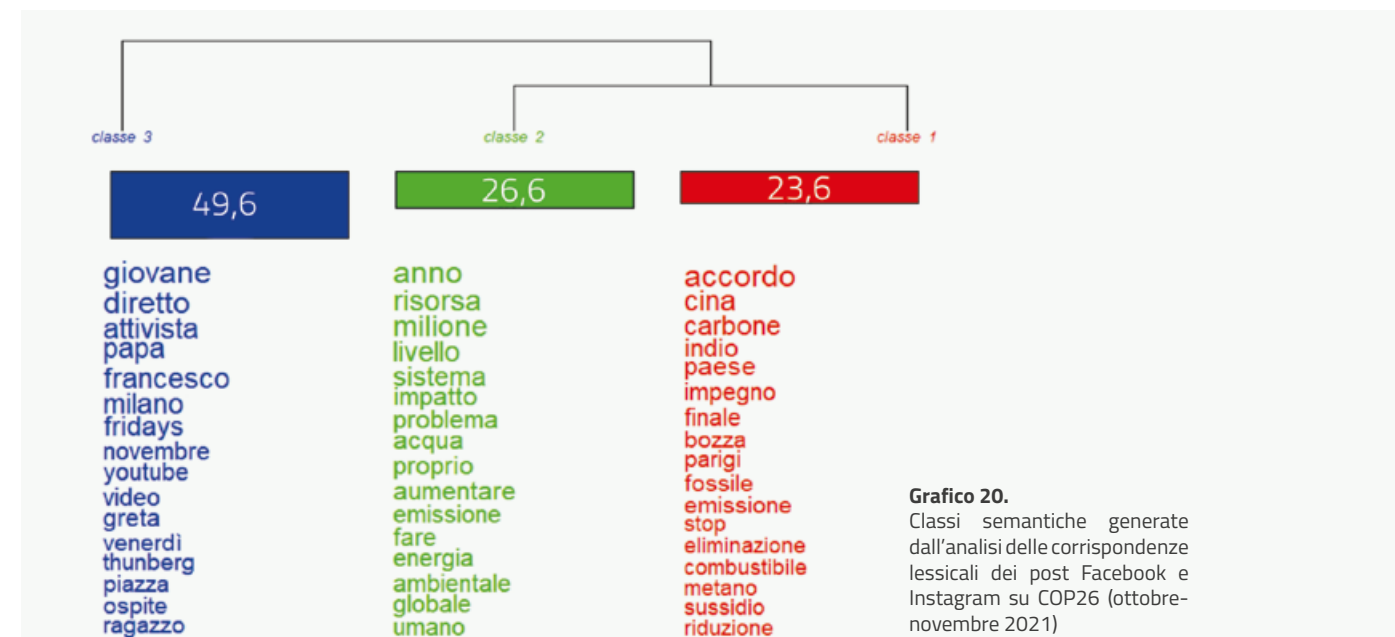
paesi più sviluppati, e la finalizzazione dell'Accordo di Parigi. Tra i primi lemmi caratteristici di questo cluster, quelli cioè che compaiono in questa classe con una frequenza relativa superiore a quella registrata in altre classi, si trovano infatti termini simbolici ed evocativi delle tematiche affrontate, quali per esempio: *accordo, Cina, carbone, paese, impegno, bozza, Parigi, fossile, emissione, combustibile, metano*.

Il secondo *cluster*, denominato **rischi climatici** e posizionato in basso a sinistra nel piano fattoriale, raccoglie anch'esso circa un quarto del corpus e contiene un lessico caratteristico delle problematiche ambientali e i rischi causati dai cambiamenti climatici. Anche in questo caso, i lemmi caratteristici riprendono molte delle questioni presenti tra gli obiettivi principali della COP26, per esempio: i pericoli derivanti dall'aumento delle temperature, gli investimenti in energie rinnovabili, il passaggio a veicoli elettrici, la protezione di comunità e ha-

bitat naturali, il ripristino di ecosistemi, impegno a costruire difese, infrastrutture e agricoltura sostenibile. A differenza del primo cluster, questa classe accoglie maggiormente elementi che evocano l'analisi dei problemi e l'allarme per i rischi connessi ai cambiamenti climatici e in misura minore istanze relative ai rapporti tra le parti nella Conferenza per trovare soluzioni e accordi condivisi. Nel lessico di questa area semantica vi sono per esempio lemmi evocativi quali: *risorsa, livello, sistema, impatto, problema, acqua, energia, ambientale, globale*.

Il terzo e ultimo cluster, denominato **attivismo climatico**, si situa prevalentemente nel quadrante in

alto a destra del piano fattoriale. Questo nucleo semantico è il più corposo, raccogliendo quasi la metà del corpus testuale di analisi, e contiene un lessico caratteristico dei movimenti e attivisti per il clima. I protagonisti di questo cluster sono i giovani attivisti e le manifestazioni organizzate per esercitare una pressione sui leader che partecipano alla COP26. Il lessico si compone di termini che richiamano i luoghi e i protagonisti delle proteste: *giovane, attivista, Milano, Fridays for Future, venerdì, piazza, Greta Thunberg*. Tra gli interpreti più frequentemente nominati di questa classe compare Papa Francesco, presumibilmente per il sostegno espresso alle cause dei giovani attivisti.



Per interpretare la mappa fattoriale (grafico 21) emersa dall'analisi delle corrispondenze lessicali, l'asse orizzontale del piano è stato nominato **Politica-Società**, poiché sul lato sinistro si dispiegano i lemmi delle prime due classi semantiche relativi alle problematiche affrontate alla Conferenza sul clima e alle mediazioni politiche per trovare un accordo (*policies e political issues*), mentre sul lato destro del piano si addensano parole che evocano l'attivismo della società civile, principalmente rappresentato dalle proteste giovanili. Spostandosi da sinistra a destra del piano, il lessico perde le caratteristiche specifiche del dibattito interno alla COP26 e si connota di associazioni semantiche legate alle richieste

ampie e pressanti della società civile. L'asse verticale è stato denominato **Analisi-Sintesi**, poiché sul quadrante inferiore del piano si concentra un lessico che evoca i rischi e le problematiche complesse legate al cambiamento climatico, mentre sul quadrante superiore si dispiegano lemmi aderenti alla necessità di trovare una sintesi all'interno delle trattative aperte nella COP26. Spostandosi dalla parte inferiore a quella superiore del piano, dunque, il linguaggio perde l'ampiezza di analisi relativa alle potenziali conseguenze dei cambiamenti climatici e assume la specificità delle mediazioni politiche per finalizzare un accordo possibile.

SINTESI

Classe 1: Negoziati sul clima

Classe 3: Attivismo climatico

Classe 2: Rischi climatici

POLITICA

SOCIETÀ

ANALISI

facteur 1 - 61.22 %

facteur 2 - 38.78 %

Grafico 21. Mappa fattoriale del lessico dei post Facebook e Instagram su COP26 (ottobre-novembre 2021)

A sostegno di questo risultato, vi è anche una maggiore varietà di questioni legate al clima affrontate nei social network. **Il tema delle migrazioni forzate causate dai cambiamenti climatici**, per esempio, appare poco ripreso dalla cronaca dei notiziari sulla COP26, mentre è assai visibile sui social network. Dall'analisi lessicale emerge una frequenza elevata del termine *migrante* (137 occorrenze) nei post FB e IG. Anche l'analisi degli interni lessicali del termine *migrante* evidenziano l'interconnessione tra i fenomeni globali legati al clima e quelli legati ai movimenti di persone (grafico 22).

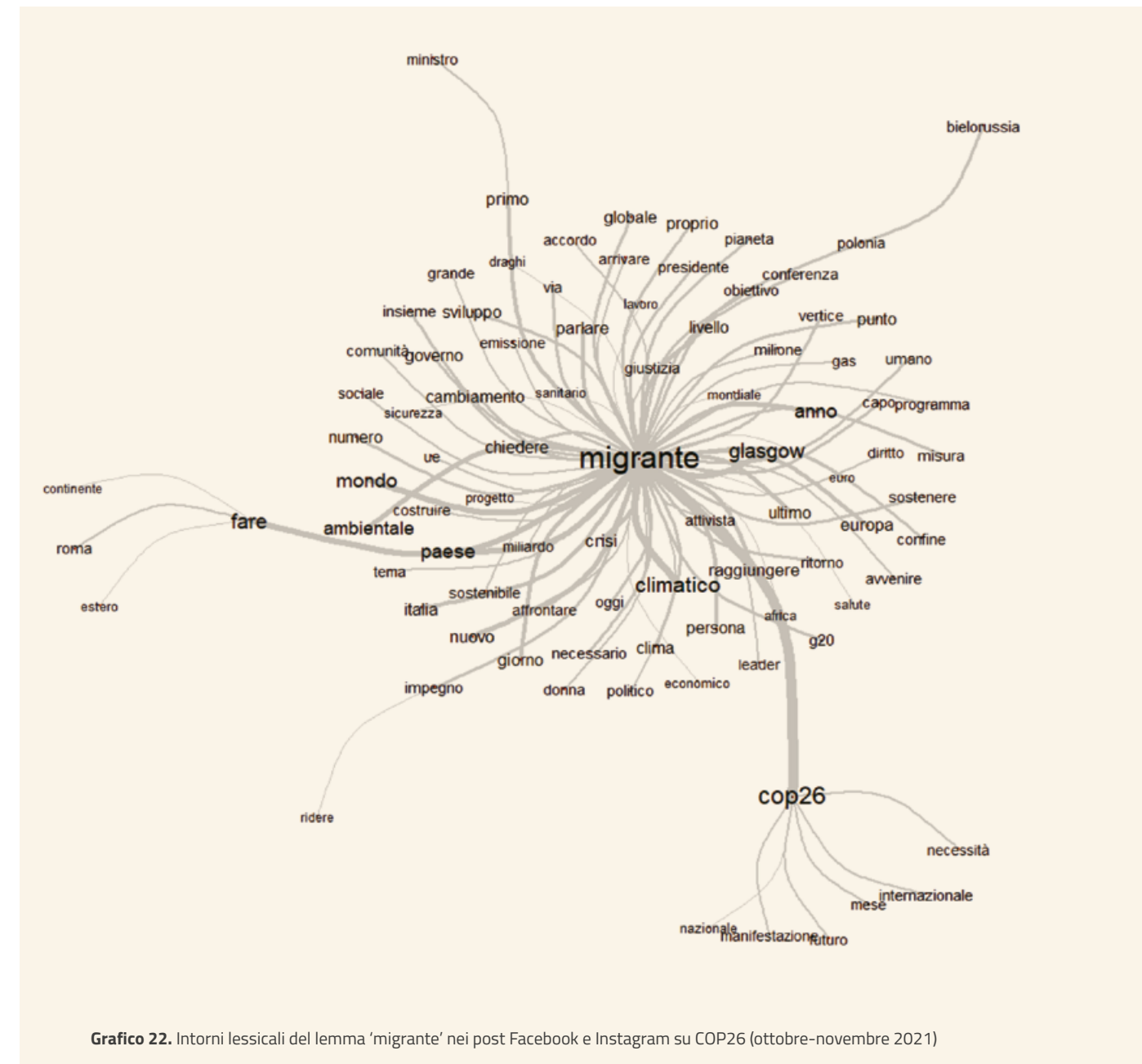


Grafico 22. Interni lessicali del lemma 'migrante' nei post Facebook e Instagram su COP26 (ottobre-novembre 2021)

ALLEGATI: I PRIMI 10 PAESI PER AREA GEOGRAFICA DI APPARTENENZA NEI TELEGIORNALI DEL PRIME TIME

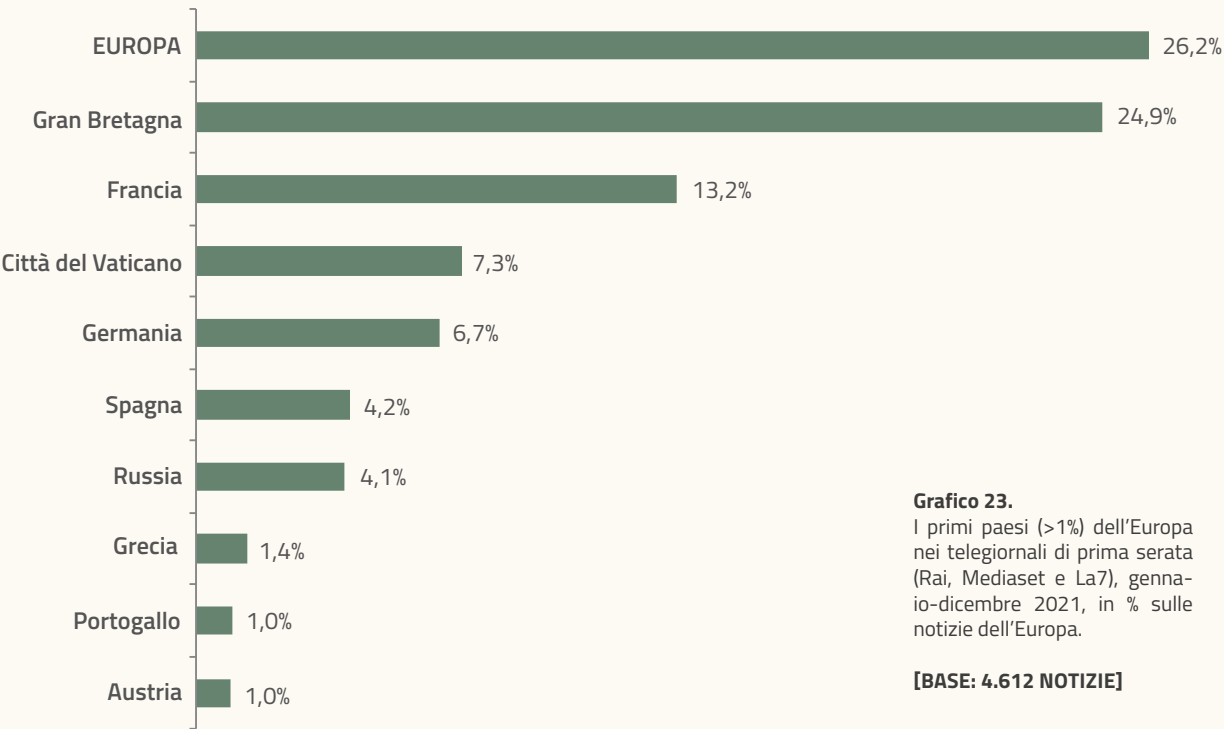


Grafico 23.
I primi paesi (>1%) dell'Europa nei telegiornali di prima serata (Rai, Mediaset e La7), gennaio-dicembre 2021, in % sulle notizie dell'Europa.

[BASE: 4.612 NOTIZIE]

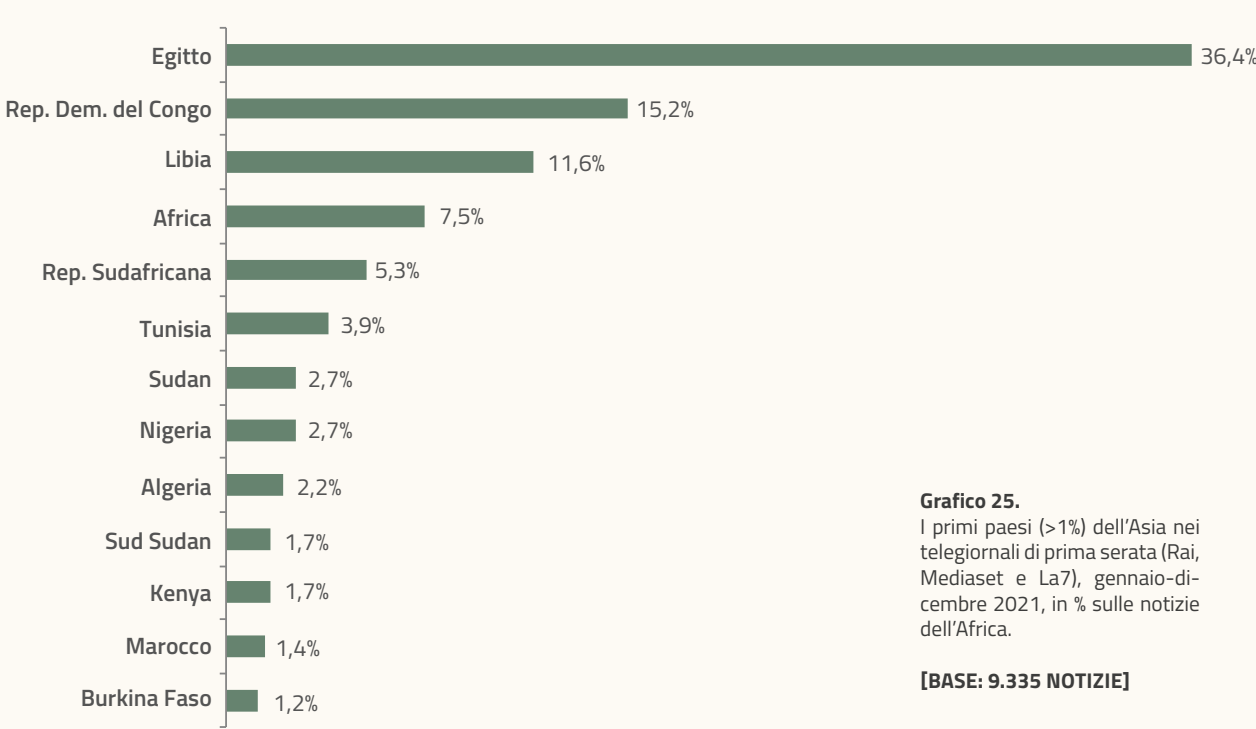


Grafico 25.
I primi paesi (>1%) dell'Asia nei telegiornali di prima serata (Rai, Mediaset e La7), gennaio-dicembre 2021, in % sulle notizie dell'Africa.

[BASE: 9.335 NOTIZIE]

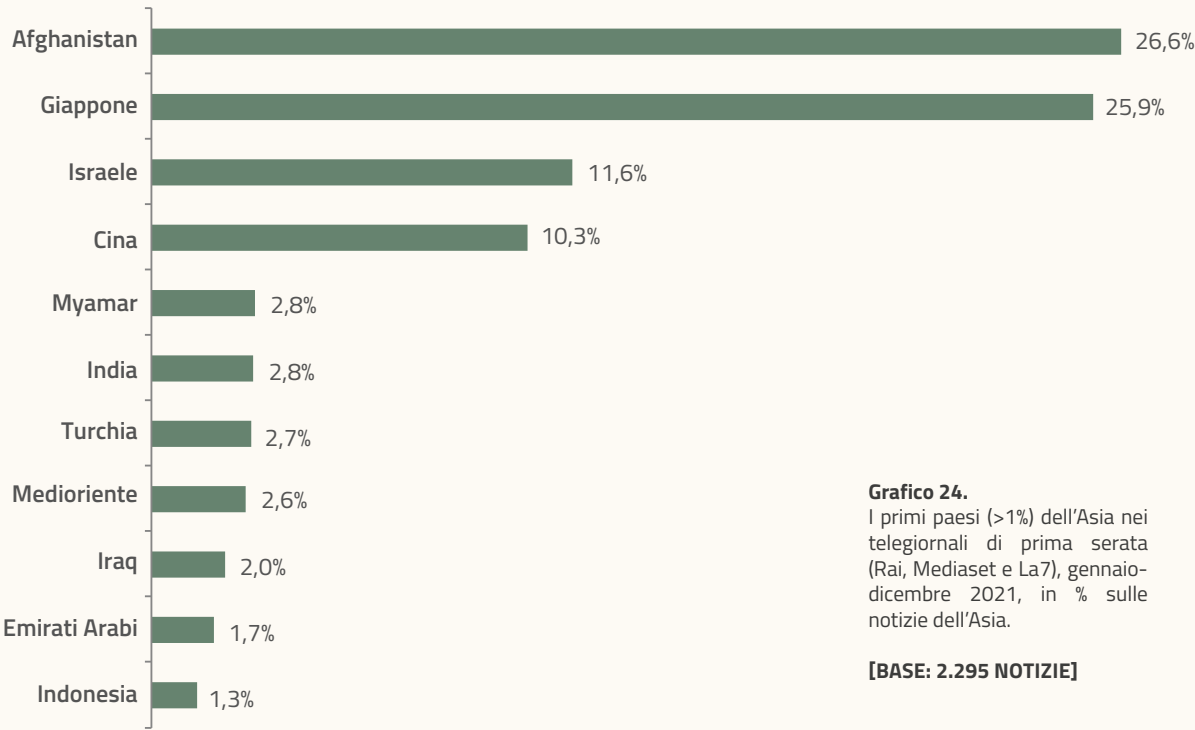


Grafico 24.
I primi paesi (>1%) dell'Asia nei telegiornali di prima serata (Rai, Mediaset e La7), gennaio-dicembre 2021, in % sulle notizie dell'Asia.

[BASE: 2.295 NOTIZIE]

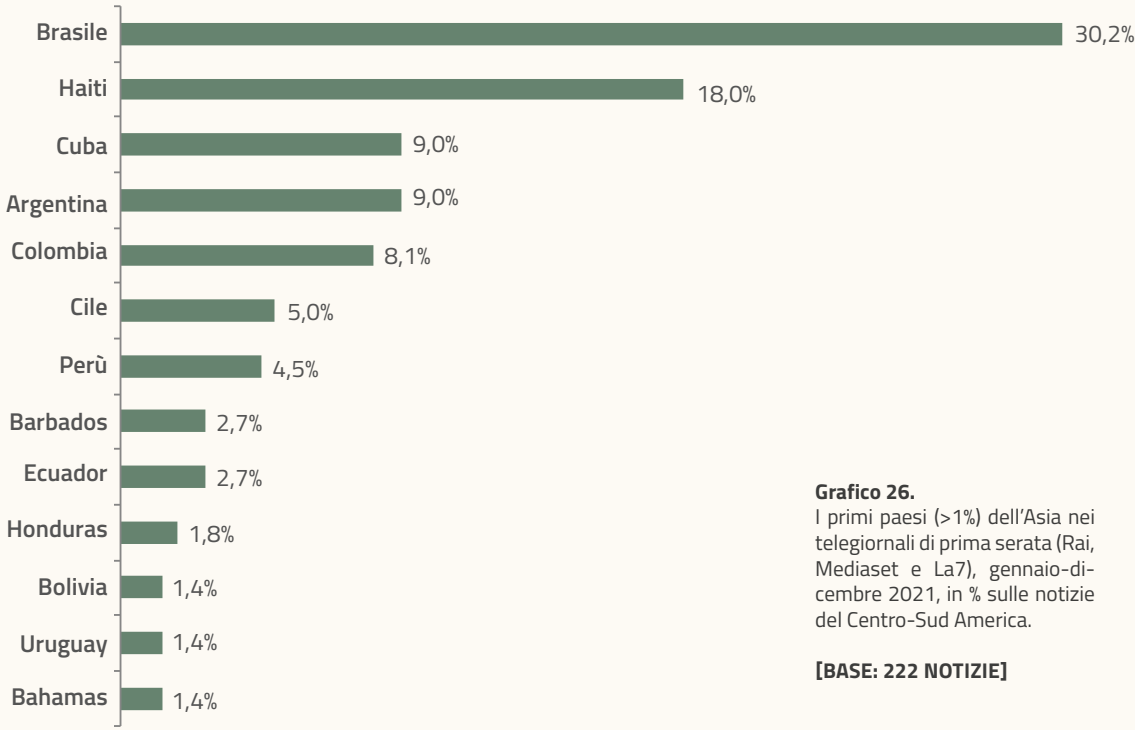


Grafico 26.
I primi paesi (>1%) dell'Asia nei telegiornali di prima serata (Rai, Mediaset e La7), gennaio-dicembre 2021, in % sulle notizie del Centro-Sud America.

[BASE: 222 NOTIZIE]



I PROMOTORI



IN COLLABORAZIONE CON

