

UNIMMIGRATA

Stampa e Università: un'analisi delle relazioni tra tematiche universitarie e "attenzione giornalistica"

Tesi discussa presso Università La Sapienza di Roma

LA RAPPRESENTAZIONE MEDIALE DELL'UNIVERSITÀ NELLA STAMPA: UN'INTRODUZIONE

"É più facile spezzare un atomo che un pregiudizio"
(Albert Einstein)

L'interesse per la ricerca ha da sempre contraddistinto il Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma. Il presente lavoro di tesi vuole inserirsi in questo filone, valutando e analizzando la comunicazione universitaria, la sua storia e il suo contesto, ponendo particolare attenzione al fenomeno ricorrente della stereotipizzazione in merito all'argomento "Università" nella rappresentazione mediale, focalizzandosi sulla stampa quotidiana.

Nel primo capitolo viene resa una panoramica generale del contesto in cui si inserisce la rappresentazione giornalistica dei fenomeni presi in esame, con una sintetica descrizione dell'evoluzione del giornalismo e della sua funzione sociale; del rilievo che hanno le *bad news* in Italia, quasi a voler sottolineare che la notizia di per sé deve essere negativa e, per poter essere definita tale, è soggetta a stereotipizzazione. In particolar modo, le ricerche condotte negli ultimi anni di riformismo universitario evidenziano come il giornalismo adotti questa tendenza quando parla di Università e di immigrazione, due fenomeni che, seppur apparentemente distanti tra di loro, trovano un'estrema connessione nella rappresentazione mediale che ne viene fatta.

Il richiamo allo stereotipo, come documentato da diverse ricerche, tra cui "FuoriLuogo. L'immigrazione e i media italiani", la ricerca-intervento promossa e realizzata dal Dipartimento di Sociologia e Comunicazione dell'Università "La Sapienza" nell'anno 2004, è molto ricorrente nella stampa quando si parla del fenomeno immigrazione.

Nel secondo capitolo, attraverso un excursus delle più importanti ricerche condotte dal Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, sulla comunicazione universitaria, la rappresentazione giornalistica del riformismo universitario e l'impatto dei cambiamenti sugli stakeholders del sistema, viene ricreato un background volto alla rilevazione degli items e dei trend più ricorrenti.

Nel terzo capitolo vengono presentati i risultati della ricerca empirica condotta all'interno di questo lavoro di tesi, nei mesi di giugno e ottobre 2011, considerati "caldi" sul fronte universitario: il primo rappresenta il momento in cui si introduce l'offerta formativa per il venturo anno accademico; il secondo è il momento di reale avvio dei corsi universitari. Le testate analizzate sono "Il Corriere della Sera", "La Repubblica", "La Stampa", "Il Messaggero", "Il Sole24Ore" e "Avvenire". La scelta è ricaduta su tali testate con l'obiettivo di analizzare la diversa copertura dell'argomento in base all'orientamento editoriale e, dunque, tenere conto di come due quotidiani nazionali, due a valenza regionale e due particolari (l'uno è un quotidiano economico, l'altro un quotidiano religioso) si comportino "comunicando l'Università" nelle loro pagine. La ricerca è condotta attraverso una scheda di rilevazione, stilata in base alle precedenti ricerche e agli obiettivi

posti: la riconducibilità della stereotipizzazione dell'Università nella stampa italiana. Il metodo utilizzato è quanti-qualitativo, con l'analisi del numero di articoli e con l'analisi della titolazione. Nel quarto capitolo, a completare il quadro, un'analisi di tipo qualitativo delle interviste a testimoni privilegiati, effettuate dal gruppo di lavoro della Sapienza, con la direzione scientifica del prof. Mario Morcellini, e con il contributo dell'ex Ateneo Federato delle Scienze Umane, Arti e Ambiente della Sapienza Università di Roma, in merito alla domanda:

“Come viene vista l'Università dai giornali/informazione, dai cittadini/opinione pubblica, dalle imprese, dalla politica? E perché?”.

L'obiettivo è quello di individuare punti di vista e approfondimenti privilegiati da parte di attori coinvolti nel sistema, rispetto ad una serie di temi caldi emersi nella ricerca.

In conclusione, il lavoro di ricerca condotto da questa tesi ha confermato come ancora una volta i trend emersi in passato continuano ad essere ricorrenti e che, dunque, il metodo di rappresentare l'Università nella stampa non si è differenziato in maniera adeguata rispetto agli anni passati. Si produce così un nuovo allarme per una “mala-comunicazione” affetta da stereotipizzazione, allo stesso modo di altri argomenti “caldi” come la criminalità o l'immigrazione stessa.

CONCLUSIONE

*“Un'opinione pubblica bene informata
è la nostra corte suprema.
Perché a essa ci si può sempre appellare
contro le pubbliche ingiustizie, la corruzione,
l'indifferenza popolare o gli errori del governo;
una stampa onesta è lo strumento efficace di un simile appello.”
(Joseph Pulitzer)*

Se la ricerca in alcuni momenti lascia apparire che qualcosa stia cambiando, che la rappresentazione dell'università nella stampa stia prendendo colore, uscendo a piccoli passi da quel mondo in bianco e nero in cui si è abituati a vederla, dalle interviste ai testimoni privilegiati è possibile notare come ancora oggi, sia da parte di chi l'Università la fa, sia da parte di chi l'Università la racconta, alcuni stereotipi e pregiudizi sembrano essere dei capisaldi a cui aggrapparsi in qualsiasi momento, in qualsiasi situazioni. Esattamente come avviene anche per l'immigrazione con le questioni che essa comporta e che in qualche modo ormai riguardano tutti.

Mentre quello della stereotipizzazione dell'Università è un argomento di studi più recente, quello dell'immigrazione ha un background nell'ambito della ricerca scientifica ben più ampio, sia dal punto di vista internazionale che da quello nostrano. Una ricerca fondamentale che ha saputo cogliere in toto questi aspetti, è “FuoriLuogo. L'immigrazione e i media italiani”¹, condotta dal Dipartimento di Sociologia e Comunicazione della Sapienza- Università di Roma². In questa ricerca, sono state prese in considerazione le tematiche relative alla figura dei migranti, soprattutto in funzione del periodo storico in cui ci troviamo a vivere, in cui la globalizzazione e la costante presenza dei mezzi di comunicazione hanno avuto in ruolo fondamentale per far emergere

¹ M. Binotto, V. Martino (a cura di), “FuoriLuogo. L'immigrazione e i media italiani”, Pellegrini/Rai-ERI, 2004 , Cosenza-Roma 2004

² Progetto comunitario Etnequal Social Communication, in collaborazione con Amnesty International-Sezione Italiana, Caritas Diocesana di Roma, FNSI, Galgano International e RAI.

determinati aspetti che fino ad ora erano rimasti sconosciuti o quanto meno isolati nel grande pubblico. All'improvviso invece, tutti i mezzi di comunicazione sembrano essere interessati a questo aspetto, vogliono fare vedere come sta cambiando la società italiana e chi vi sta crescendo al suo interno, ma parallelamente vogliono tenere conto anche di quella che è l'opinione pubblica e cosa ne pensa chi quotidianamente si imbatte con le immagini della realtà migratoria tra le pagine di un quotidiano o tra i servizi di un telegiornale.

All'improvviso ci troviamo nel bel mezzo di una nuova tematica ad ampia rilevanza sociale, dove esistono schieramenti, orientamenti, punti di vista diversi e contrasti accesi, anche tra coloro che dovrebbero essere preparati in tale ambito, come i ministri e i politici, spesso fautori e protagonisti di accese bagarre culturali.

Esattamente come succede con l'Università. Chi dovrebbe conoscerla in maniera impeccabile, non è ben sicuro di tante e troppe cose, a dimostrazione di ciò le discussioni politiche in merito all'introduzione del famigerato 3+2 o, un'altra dimostrazione, come emerso in più di una delle ricerche precedentemente presentate, il fatto che spesso siano i docenti stessi a parlare di Università in termini negativi. Pare che per entrambe le tematiche, Università e immigrazione, il problema di fondo è la difficile conoscenza dell'argomento e la relativa diffusione ad altre persone, ad un pubblico, ad un'utenza che si aspetterebbe, nella società dell'informazione, di avere una conoscenza completa dei fenomeni a 360.

Invece, proprio per tale ragione, questi sono due degli argomenti, che risultano essere maggiormente soggetti a semplificazione e ad esposizione di luoghi comuni e stereotipi, soprattutto in merito al fatto che spesso i tempi delle redazioni sono davvero ridotti e, dunque, per una questione di "praticità" e convenienza, l'utilizzo di clichè, formule ricorrenti facilmente riconoscibili dal pubblico, viene preferito divenendo prioritario nelle routine redazionali.

Il problema dunque diviene anche un problema etico e deontologico, in cui la presa di coscienza di chi lavora nel settore dell'informazione non risulta essere adeguata alla portata delle tematiche toccate e un cambiamento di fondo da questo punto di vista sempre essere necessario, così come lo dovrebbe essere la comprensione della responsabilità sociale di cui si è portatori. Nell'informazione risulta esserci ancora una zona oscura, in cui il pubblico non riesce a conoscere effettivamente la realtà che lo circonda e gli ambienti in cui vive e che risulta quindi essere complessivamente disinformato a causa della mancanza di una corretta circolazione delle notizie, delle quali sicuramente vorrebbe saperne di più per sentirsi parte integrante della cambiamento verso la modernità in atto. Proprio per questo motivo, bisognerebbe cambiare le carte in tavola: è tramite la comunicazione e il mondo dei mass media che si viene a conoscenza di ciò che è lontano, di ciò che non si sa, è in questo modo che si possono varcare i confini e dare uno sguardo oltre, ma l'informazione deve essere fatta bene, priva di pregiudizi, stereotipi e condizionamenti. Solo in questo modo può essere una potente alleata degli uomini nella costruzione di una società su misura per essi. Invece, sin dal momento in cui l'immigrazione e l'Università sono entrate a far parte dell'agenda pubblica, i mezzi di comunicazione sono diventati il luogo prediletto per incontri e dibattiti istituzionali che, se miravano a dare un'immagine positiva, dimostrandosi interessati al fenomeno in atto, ciò che riescono a fare è nella maggior parte dei casi, alimentare le diatribe e gli animi infervorati sia nei confronti di chi vede l'Università in maniera "cattiva" e sia nei confronti di chi non ha buona opinione degli immigrati. Dunque ancora una volta ricompare il parallelismo tra i due argomenti.

L'informazione si è arricchita di una caratteristica molto importante, cioè l'importanza dell'espressività e dello scambio sociale, a prescindere del formato con cui viene trasmessa, divenendo veicolo di determinati valori che hanno portato a modificare anche il modo di stesso di fare ricerca. Infatti, se prima si guardava semplicemente agli aspetti critici e alle carenze delle offerte formative, oggi diviene fondamentale riflettere sulle scale valoriali e sulla qualità di ciò che viene trasmesso, per comprendere se assume in maniera opportuna la funzione che oggi è chiamata

a ricoprire, offrendole, al tempo stesso, anche degli spunti per migliorarsi, aiutandola a comprendere la sua funzione sociale e l'importanza del suo ruolo nella società attuale.³

Dunque immigrazione e Università accomunate dallo stesso destino, inghiottite dallo stesso cono d'ombra e, a questo punto, appare chiaro, che se si vuole davvero sconfiggere il pregiudizio, bisogna lavorare sulla comunicazione come azione positiva, che guardi su scala globale e che tenga sempre presente il suo obiettivo: rendere merito a ciò che lo merita, con una rappresentazione mediale il più affine possibile alla realtà.

Dott.ssa Alessandra Palermo
alessandra.palermo@hotmail.it

³M. Morcellini, "Fuori luogo. L'immigrazione e i media italiani", <http://www.comuniclab.it/23547/fuori-luogo-l-immigrazione-e-i-media-italiani>, del 14 gennaio 2005