

## L'inciviltà politica “nell’occhio” del giornalista: percezioni, attori responsabili e pratiche d’uso

Rossella Rega, Maria Giorgia Corolini, Università degli Studi di Siena

**Political incivility “in the eye” of the journalist: perceptions, responsible actors and usage practices.** *Political incivility in public debate is an increasingly important and studied phenomenon, yet the role of media professionals in its spread is understudied. This research explores Italian journalists’ perceptions, their use of incivility and their views on who drives its spread. Semi-structured interviews with 32 journalists reveal that their view of political incivility aligns with existing literature and they see it as strategically used by politicians and media to capture attention. Uncivil discourse, involving rudeness, delegitimization, and attacks on democratic values, is seen as a tool to attract public interest and profit. The study highlights five main approaches to political incivility: interpretive framing, amplification, contextualization, fueling, and avoidance. These practices are transversal, yet they represent two contrasting journalism models: one side fuels incivility, especially among partisan journalists, while the other provides context, typical of non-partisan journalists.*

**Keywords:** political incivility, news values, news production, journalists, Italy.

### *1. Introduzione*

Che l’inciviltà sia divenuta una risorsa usata dai politici per ottenere visibilità pubblica è subito evidente non appena ci si imbatte in una trasmissione di approfondimento televisivo, in un articolo di attualità o, più semplicemente, scorrendo gli account dei vari leader. Nella cronaca politica sono moltissimi gli esempi delle sue varie declinazioni, dal ricorso alle volgarità (il V-Day di Beppe Grillo) all’uso di name-calling (“psiconano” o “pinocchio”), passando per le forme di discriminazione razziale (es. Salvini contro i migranti), fino alle recenti e fortunate parabole mediatiche di personaggi controversi come il generale Roberto Vannacci<sup>1</sup> o il sindaco di Terni Stefano Bandecchi<sup>2</sup>. Pochi dubbi, dunque, sul fatto che i politici utilizzino l’inciviltà nelle sue diverse forme per accrescere la propria notorietà, rafforzare l’identificazione e il legame con gli elettori (Bentivegna e Rega 2022a). Ma, spostando l’attenzione su un altro attore centrale dello scenario, anche i giornalisti sembrano avere intuito le potenzialità del fenomeno. La condanna che la Corte di Cassazione ha inflitto a Vittorio Feltri e Pietro Senaldi (giugno 2024)

---

<sup>1</sup> Divenuto celebre per aver pubblicato il libro *Il mondo al contrario*, dai contenuti razzisti e discriminatori, Vannacci ha ottenuto 500mila preferenze alle Elezioni Europee del 2024.

<sup>2</sup> Stefano Bandecchi si è fatto notare per le frequenti aggressioni verbali e minacce, le idee controverse e le continue provocazioni.

per aver usato l'epiteto diffamatorio "patata bollente" in riferimento all'ex sindaco di Roma Virginia Raggi, sembra confermare questa tendenza. Tuttavia, questo tipo di sanzioni rappresenta più un'eccezione che la regola, visto che l'uso di epiteti offensivi è ormai stabile nel linguaggio giornalistico italiano.

A distanza di oltre dieci anni da quando Berry e Sobieraj (2014) hanno gettato luce sulla proliferazione del "discorso oltraggioso" nei canali mediali Usa, l'inciviltà politica è diventata una risorsa strategica anche per i giornalisti italiani, guadagnandosi spazi di attenzione da parte di molti studi (Bentivegna e Stanziano 2024; Rega, Bruno e Battisti 2023, Rega, De Blasio e Valente 2021). Meno esplorata appare, tuttavia, la percezione del fenomeno degli stessi professionisti dell'informazione.

Con l'intento di colmare questa lacuna, la nostra ricerca offre il punto di vista diretto dei giornalisti italiani sull'inciviltà politica, esaminandone le loro percezioni e pratiche d'uso.

## *2. Il discorso giornalistico incivile, caratteristiche ed effetti*

La ricerca sull'inciviltà politica è recentemente cresciuta a livello internazionale, diventando un campo di indagine centrale anche in paesi oltre il perimetro Usa (Walter 2021). Nonostante la diversità di definizioni, approcci e metodi di analisi del fenomeno, è stato evidenziato un nucleo concettuale comune, ovvero la "mancanza di rispetto" sia verso i propri interlocutori politici o il pubblico, sia verso la democrazia stessa (Stryker, Conway, Bauldry e Kaul 2024). Più nello specifico, questa mancanza di rispetto può manifestarsi secondo tre dimensioni, nei confronti degli altri, dei valori democratici e delle istituzioni democratiche (Bentivegna e Rega 2024). Insultare gli avversari (disrespect for the others), delegittimarne la partecipazione al confronto democratico attraverso la diffusione intenzionale di falsità e stereotipi discriminatori (razziali, etnici, religiosi, etc.) (disrespect for democratic values) o mettere in atto comportamenti irrispettosi delle istituzioni, per esempio delegittimandole o denigrandone i simboli (disrespect for democratic institutions), sono diventate pratiche comuni a molti leader e candidati nell'intento di ampliare la propria visibilità pubblica e galvanizzare gli elettori. Ma se l'uso strategico dell'inciviltà da parte dei politici è

un fenomeno noto, meno approfondito è il ruolo premiale che essa svolge per i media.

Se in Italia questo secondo aspetto ha iniziato a essere studiato in tempi relativamente recenti (Bentivegna e Rega 2022a), l'adozione sistematica da parte dei media di forme di inciviltà indirizzate ad ampliare l'audience, catturare e intrattenere i pubblici, è emerso con chiarezza in uno dei primi lavori sul tema, *The Outrage Industry: Political Opinion Media and the New Incivility* di Berry e Sobieraj (2014). Documentando la crescita di un nuovo genere informativo, gli autori definiscono il *discorso oltraggioso/incivile* un insieme di tecniche provocatorie e polemiche utilizzate dai media per suscitare emozioni di rabbia e indignazione nel pubblico. Dall'uso di toni aggressivi all'iperbole, dagli stereotipi offensivi agli insulti e alle forme di delegittimazione degli avversari, il testo mostra come l'ascesa di questo genere sia guidata principalmente da incentivi economici, poiché l'indignazione attira l'attenzione e accresce gli investimenti pubblicitari.

In un momento di crisi economica per le testate giornalistiche, questa tendenza sembra diventare dominante anche fuori dal contesto Usa. La capacità per le redazioni di attrarre e mantenere il pubblico è diventata decisiva e se tradizionalmente la "stickiness" (Stroud 2017) si è giocata sull'enfatizzazione del conflitto, news-value considerato centrale (Semetko e Valkenburg 2000), oggi è la copertura degli episodi di inciviltà a catturare audience e lettori. Per quanto possa sembrare desolante, la ricerca mostra che, rispetto all'informazione civile, sono proprio le notizie caratterizzate da inciviltà e violenza a eccitare e conquistare i pubblici (Mutz 2015, pag. 27-29).

La ricetta per allestire uno "spettacolo dell'inciviltà" è semplice, a basso costo e garantisce picchi di audience e click, non solo quando vi è un gradimento da parte dei pubblici, ma anche qualora si fruisca un contenuto incivile per criticarlo o stigmatizzarlo. Per non parlare di chi continua a seguire lo spettacolo in tv per sapere come "andrà a finire". È il "paradosso dell'inciviltà" (Mutz e Reeves 2005), ovvero la sua capacità di indurre simultaneamente attrazione e repulsione.

Inutile evidenziare che difficilmente questo tipo di contenuti e, più in generale, il *discorso giornalistico incivile*, possa accrescere il livello di comprensione della politica, più realisticamente induce delle risposte viscerali suscitando un ventaglio

di emozioni negative. Soprattutto nel caso delle testate giornalistiche di parte, che si trovano nella “lunga coda” dell’editoria, per le quali l’uso strategico di retoriche incivili diventa essenziale per alimentare un meccanismo di identificazione da parte di specifiche nicchie di lettori, magari ristrette ma attive specialmente online. I partisan media, oltre a elaborare un racconto di parte della politica ed enfatizzare la contrapposizione tra il soggetto politico a cui sono vicini e quelli da cui si distanziano (Arceneaux e Johnson 2013), utilizzano strumentalmente l’inciviltà per creare dinamiche di in-group vs out-group offrendo ai lettori chiavi di lettura ipersemplicate che alimentano la polarizzazione affettiva.

In Italia, l’affermazione del giornalismo schierato ha trovato un terreno particolarmente fertile, vista la presenza storica dei giornali di partito, ai quali le testate partisan (soprattutto quelle vicine a forze politiche populiste e di destra) sono andate via via sostituendosi. A questo si aggiunge il parallelismo politico che connota il modello cosiddetto mediterraneo (Hallin e Mancini 2009), dove la cultura giornalistica è da sempre legata al potere politico; in tal senso le testate, scarsamente indipendenti, tendono ad allinearsi a posizioni politiche, partiti o ideologie che ne influenzano indirettamente il coverage.

In proposito va ricordato che sono i quotidiani partisan a ricorrere sistematicamente all’uso di contenuti incivili, come è emerso durante le campagne elettorali per le Politiche del 2018 e del 2022 (Bentivegna e Stanziano 2024).

### *3. Disegno della ricerca*

Tra marzo e luglio 2024 abbiamo intervistato 32 giornalisti italiani che si occupano di politica, differenziati per genere, età, ruolo, collocazione (carta, web, tv) e orientamento (non partisan/partisan) della testata in cui lavorano (v. Tab. 1). Per la partisanship delle testate ci siamo rifatte a Giglietto, Righetti, Marino e Rossi (2019).

Tre sono gli interrogativi che hanno guidato la ricerca:

RQ1. In che modo i giornalisti concepiscono/percepiscono l’inciviltà politica?

RQ2. Quali attori e contesti percepiscono come responsabili nel contribuire al suo aumento?

RQ3. In che modo coprono vicende ed episodi caratterizzati da inciviltà politica?

Per rispondere a questi interrogativi, abbiamo svolto delle interviste individuali<sup>3</sup> semi-strutturate, realizzate a partire da alcuni inneschi tematici generali riguardanti la percezione dell'inciviltà e gli attori coinvolti nella sua diffusione. Inoltre, per sollecitare un racconto personale dell'esperienza dei soggetti, abbiamo sottoposto loro alcuni pezzi giornalistici caratterizzati dalla presenza di forme di inciviltà politica, chiedendogli di commentarli.

---

<sup>3</sup> Le interviste sono state condotte e registrate tramite Google Meet e sono state anonimizzate al momento della decodifica. Gli estratti delle interviste che appaiono nelle pagine seguenti saranno identificati da una lettera attribuita a ciascun intervistato.

Tabella 1. Elenco giornalisti						
Codice	Genere	Età	Ruolo	Tipo Testata	Orientamento testata	Data intervista
A	F	50+	Caporedattore centrale	Carta	Non Partisan	11/03/2024
B	M	35-50	Vicedirettore	Web	Non Partisan	15/03/2024
C	M	35-50	Cronista	Web	Non Partisan	20/03/2024
D	M	<35	Content creator	Web	Non Partisan	21/03/2024
E	M	<35	Redattore	Carta	Non Partisan	26/03/2024
F	M	35-50	Redattore	Carta	Non Partisan	27/03/2024
G	M	35-50	Redattore	Carta	Non Partisan	29/03/2024
H	M	50+	Redattore	Carta	Partisan	04/04/2024
I	F	50+	Redattore	Carta	Non Partisan	04/04/2024
J	F	<35	Vice caporedattore	Web	Non Partisan	05/04/2024
K	M	50+	Conduttore	Tv	Non Partisan	08/04/2024
L	F	35-50	Caposervizio	Web	Non Partisan	10/04/2024
M	F	50+	Caposervizio	Carta	Non Partisan	10/04/2024
N	M	35-50	Caporedattore centrale	Carta	Partisan	15/04/2024
O	M	35-50	Inviato	Carta	Non Partisan	16/04/2024
P	M	35-50	Conduttore	Tv	Non Partisan	16/04/2024
Q	M	50+	Conduttore	Tv	Non Partisan	17/04/2024
R	M	35-50	Caporedattore Centrale	Web	Partisan	18/04/2024
S	F	50+	Redattore	Carta	Partisan	22/04/2024
T	F	50+	Cronista	Carta	Partisan	23/04/2024
U	M	35-50	Cronista	Carta	Non Partisan	25/04/2024
V	F	35-50	Conduttore	Tv	Non Partisan	02/05/2024
W	M	35-50	Cronista	Carta	Non Partisan	11/05/2024
X	M	35-50	Direttore	Web	Non Partisan	13/05/2024
Y	M	50+	Redattore	Carta	Partisan	16/05/2024
Z	F	35-50	Vice caporedattore	Carta	Partisan	18/05/2024
AA	F	50+	Cronista	Carta	Partisan	30/05/2024
BB	F	50+	Redattore	Tv	Non Partisan	12/06/2024
CC	M	50+	Direttore	Web	Partisan	14/06/2024
DD	F	50+	Vicedirettore	Carta	Non Partisan	15/06/2024
EE	M	35-50	Vicedirettore	Carta	Partisan	02/07/2024
FF	M	35-50	Vicedirettore	Carta	Partisan	03/07/2024

#### 4. Risultati e discussione

##### 4.1. Come viene percepita l'inciviltà politica?

Partendo dall'idea che l'inciviltà è nell'occhio di chi guarda (Herbst 2010), è interessante che dall'occhio dei nostri intervistati siano emerse quattro principali aree semantiche (Tab. 2) – più due di minore entità – alle quali ricondurre il

concetto. Oltre a confermarne la sua natura multidimensionale, le risposte evidenziano una forte congruenza con le definizioni emerse in letteratura che riconducono l'inciviltà alla mancanza di rispetto (per gli altri e per i sistemi democratici) (Bentivegna e Rega 2024; Bormann, Tranow, Vowe e Ziegele 2022; Muddiman 2017; Stryker, Conway, e Danielson 2016; Stryker, Conway, Bauldry e Kaul 2024).

Focalizzando l'attenzione su quelle più citate, al primo posto vi è la delegittimazione dell'avversario e, subito dopo, la mancanza di rispetto per i cittadini. In entrambi i casi si tratta di risposte presenti trasversalmente tra gli intervistati a prescindere da diversità di genere, età o testata. Il discorso cambia in riferimento alla terza dimensione – l'uso di menzogne e distorsioni (che rientra nel *disrespect for democratic values*) – che emerge quasi esclusivamente tra i giornalisti di testate non partisan. Quelli di testate partisan, invece, non percepiscono il ricorso alle forme di mistificazione della realtà come forma di inciviltà, forse in virtù del fatto che i media partisan tendono più degli altri a farne uso nel coverage della politica (Arceneaux e Johnson 2013). Ciò potrebbe aver influito sulla sensibilità dei giornalisti, normalizzando l'uso di forme di distorsione informativa nelle loro pratiche quotidiane. La quarta area semantica dell'inciviltà (che afferisce alla dimensione del *disrespect for democratic institutions*) appare a sua volta presente in maniera trasversale nei racconti dei giornalisti a prescindere dal posizionamento politico della testata per cui lavorano.

Tabella 2. Aree semantiche della definizione dell'inciviltà (dalla più alla meno citata)	
Delegittimazione e/o criminalizzazione dell'avversario	<i>È la completa delegittimazione dell'avversario, con toni spesso violenti. (G)</i>  <i>[È quando, ndr] al mio avversario non riconosco una legittimità, non entro neanche nello specifico dei contenuti, ma mi limito a dire "è il cattivo". (N)</i>
Mancanza di rispetto per i cittadini	<i>È [...] il pensare, esclusivamente alle prossime elezioni e non all'idea di paese, o alle prossime generazioni. (CC)</i>  <i>È la non considerazione dei bisogni primari dei cittadini. (P)</i>
Uso di menzogne, falsità e distorsioni	<i>La politica gioca sempre sulla propaganda e la propaganda ha sempre una dose di mistificazione della realtà. Quindi l'inciviltà è anche il sostanziale distacco dalla realtà dei fatti. (E)</i>  <i>Di base è la menzogna. (F)</i>
Mancanza di rispetto per le istituzioni	<i>È anche la mancanza di rispetto, più che dei luoghi della politica, delle istituzioni della politica. (S)</i>  <i>È il calpestare i diritti costituzionali, calpestare il senso delle istituzioni. (H)</i>

A queste dimensioni si aggiungono poi una definizione minoritaria dell'inciviltà politica come "uso strumentale delle vicende giudiziarie" (solo due intervistati) e la dimensione della "maleducazione" (disrespect for others). Il fatto che quest'ultima sia stata rilevata solo da tre giornalisti conferma l'idea che le *bad manners* si stiano progressivamente normalizzando nel dibattito pubblico italiano, specie in seguito al rafforzamento di partiti populistici e antisistema che hanno fatto del turpiloquio la propria cifra comunicativa.

#### 4.2. Quali responsabilità dietro alla diffusione dell'inciviltà?

Le interviste mostrano che quasi tutti i giornalisti attribuiscono la responsabilità principale della propagazione del discorso incivile al rapporto di prossimità tra politica e giornalismo, facendo riferimento alla degenerazione della classe politica (dei linguaggi e della qualità delle classi dirigenti).



La politica è diventata più incivile [...], la classe dirigente si è molto abbassata di livello, i personaggi che c'erano - anche solo - dieci anni fa non ci sono più e questo, effettivamente, nel dibattito si sente. (T)

Altrettanto condivisa (27 intervistati) è la consapevolezza del ruolo cruciale che essi stessi svolgono nella propagazione del fenomeno, spiegato anch'esso come conseguenza del parallelismo politico che connota il sistema giornalistico italiano.

La politica, per inseguire i voti, tende ad azzerare la profondità dei contenuti. I media fanno megafono e contribuiscono a loro volta a questa piattatura. (EE)

C'è una vicinanza eccessiva tra media e politica, quindi bisogna considerare che i giornali sono attori protagonisti della contesa politica. [...] È proprio una specificità del giornalismo italiano, che ha una fortissima dipendenza dalla politica e la politica ha una forte dipendenza dal giornalismo. Le responsabilità dei giornalisti, comunque, sono sempre un centimetro dopo. (U)

I racconti evidenziano poi un elemento critico nell'ingresso delle piattaforme digitali, che hanno permesso ai soggetti politici di bypassare i media e rivolgersi direttamente ai cittadini (Broersma e Eldridge II 2019), sfruttando la notiziabilità del discorso incivile.

Il politico non cerca più il giornalista per fare la sua comunicazione, ma offre, attraverso i social, una dichiarazione che poi il giornalista utilizza. (U)

Approfondendo lo sguardo, emerge come i giornalisti si sentano in qualche modo intrappolati in un meccanismo in cui la loro autonomia è sempre più limitata e accettino, di conseguenza, la degenerazione della politica senza riuscire a opporre alcuna resistenza.

È che noi [giornalisti, ndr] ci siamo seduti. Questa è, per certi versi, la grande colpa. Abbiamo accettato la semplificazione del messaggio, abbiamo accettato che il racconto potesse essere soddisfatto dal tweet di turno del politico di turno, dal post Facebook o dalla diretta sui social. (P)

Le riflessioni offerte mostrano in filigrana come il ruolo dei giornalisti sia profondamente condizionato dal contesto e dai fattori sociali entro i quali operano,

che spesso finiscono per rappresentare un limite alle ambizioni professionali. Si legge, in altre parole, il divario che viene a crearsi tra gli “orientamenti normativi e cognitivi di ruolo” da un lato, ovvero ciò che i giornalisti pensano che dovrebbero fare secondo le aspettative sociali e professionali (*normative roles*) e gli obiettivi che vogliono raggiungere attraverso il loro lavoro (*cognitive roles*), e le “performance di ruolo” (praticate o narrate) dall’altro, ovvero quello che effettivamente fanno o raccontano di fare (Hanitzsch e Vos 2017).

Il terzo attore tirato in ballo, oltre a politici e stampa, sono i cittadini, sia nella veste di elettori, perché premiano politici di basso profilo, sia nella veste di lettori, perché condizionano le scelte editoriali delle testate giornalistiche, spingendole verso la pubblicazione di contenuti incivili. Va notato che sono soprattutto gli intervistati di testate partisan di destra a evidenziare l’esigenza di assecondare i gusti e le richieste dei lettori, ricorrendo a retoriche caustiche in linea con le aspettative dei pubblici.

L’elettorato si sta involvendo [...] e questo comporta un involgarimento del grado generale della politica e, di conseguenza, anche della comunicazione legata alla politica. (H)

Noi non abbiamo solo il dovere di dire la verità, ma anche di pagarci gli stipendi. Io, per poter pagare le mie inchieste ho bisogno di soldi. E dato che ai cittadini interessa tutto questo [video di politici che si insultano, ndr], io queste cose le pubblico e non me ne vergogno. (CC)

Se a questo aggiungiamo l’ingresso di nuove professionalità legate all’online, esperti Seo, social media manager, web analytics manager, si comprende come i processi di produzione giornalistica siano sempre più basati su analisi predittive rese possibili dallo studio delle metriche che permettono di dare al pubblico “ciò che vuole”.

Tutte le testate sono affiancate dal cosiddetto team SEO [...] che di lavoro ti dice “Ah, sta facendo tanti click questa cosa su Fanpage, sul Corriere, dobbiamo farla anche noi, così entriamo nel flusso del traffico”. (G)

C'è però il meccanismo della viralità – per colpa della quale i giornali perdono un po' la funzione del fare ragionamenti su una notizia – che ha a che fare con le logiche delle piattaforme: la gerarchia la dà l'algoritmo. (B)

Tuttavia, l'engagement legato al contenuto incivile non indica necessariamente un suo apprezzamento; spesso gli utenti interagiscono con l'inciviltà perché mossi da un moto di sdegno o dall'esigenza di stigmatizzare il comportamento inappropriato di un politico. Il punto centrale della questione è che i giornalisti interpretano i click come un gradimento dell'inciviltà che tuttavia non può essere dato per scontato.

Non meno importanti sono, poi, le motivazioni che chiamano in causa il contesto mediale e, più in generale, il sistema economico. Le prassi giornalistiche sono strettamente legate al contesto materiale dei processi di produzione, perciò qualsiasi ragionamento sul contributo dei giornalisti alla proliferazione del discorso incivile non può prescindere dai condizionamenti esercitati dalla pressione alle vendite, dal marketing e dalla precarizzazione delle condizioni di lavoro:

C'è un problema di accesso alla professione di gente che è veramente sottopagata, e più la gente è sottopagata e più la qualità è bassa. Qual è la soluzione più facile per alzare l'audience? È quella di spararla un po' grossa, che è anche una cosa poco costosa perché richiede poca elaborazione, no? (Y)

La proliferazione dell'inciviltà politica è dunque attribuita anche alla crisi del settore che spinge il giornalismo a cercare soluzioni facili per monetizzare i contenuti. Quasi un terzo degli intervistati fa riferimento alla sostenibilità economica dei giornali per spiegare la necessità di dare maggiore risalto alle dichiarazioni incivili dei politici.

Qui c'è un contenuto razzista di un politico, ma dal punto di vista della produzione di contenuti, il denaro non è razzista, è denaro. Il click non è razzista, è un click. Se al giornale serve fare X milioni di visualizzazioni al mese per avere più pubblicità. (C)

La differenza di età sembra giocare in proposito un ruolo importante: nessun intervistato sopra i 50 anni fa riferimento al problema della sostenibilità economica come determinante per la pubblicazione di contenuto incivile: l'età potrebbe

impattare sulla consapevolezza dei meccanismi di advertising che vincolano le testate giornalistiche alle logiche delle piattaforme.

#### 4.3. *Pratiche d'uso dell'inciviltà politica*

Dalle interviste è stato possibile individuare cinque modalità d'uso dell'inciviltà politica che vanno, dalla più alla meno citata, dal *fornire un frame interpretativo*, al *rilanciare*, *contestualizzare*, *alimentare* e, infine, *evitare*.

Come è facilmente intuibile, tali modalità non si escludono a vicenda. Per esempio, dinanzi alla dichiarazione incivile di un politico gli intervistati possono rilanciare la dichiarazione nel sito, sfruttando la *newsworthiness* dell'inciviltà per accrescere il traffico e, contemporaneamente, offrire una chiave di lettura che metta i cittadini nelle condizioni di farsi un'idea del livello della classe dirigente.

Il fatto che queste modalità d'uso dell'inciviltà siano legate anche ai diversi obiettivi che si danno i singoli giornalisti - e le testate più in generale, ricorda quanto già evidenziato da Hanitzsch e Vos (2017) sui ruoli giornalistici e sul fatto che il singolo giornalista possa trovarsi ad interpretare più ruoli contemporaneamente<sup>4</sup>. Iniziando dalla pratica più citata, ben 23 intervistati spiegano che nel riportare le manifestazioni di inciviltà politica *forniscono un frame interpretativo* già dal titolo della notizia, offrendo al lettore una chiave di lettura che va oltre la mera reportistica dell'accaduto. Insita in questa pratica è l'idea di un giornalismo come un processo di framing che non si limita a selezionare le notizie, ma costruisce una "cornice interpretativa" attraverso cui il pubblico vedrà e comprenderà quell'evento (Entman 1993); nel nostro caso, che permetterà al pubblico di inquadrare l'inciviltà come tale.

Quando una frase è razzista si dice che è una frase razzista, quando è una frase omofoba si dice che è una frase omofoba, [...] il nostro modo di porre la questione

---

<sup>4</sup> Come spiegato dagli autori, "i giornalisti conferiscono significato al loro lavoro attraverso una costruzione discorsiva" in cui i ruoli giornalistici funzionano come vere e proprie scorciatoie attraverso le quali navigare la complessità e le incertezze professionali e stabilire i parametri "di ciò che è desiderabile in un determinato contesto". Per questo non sono mai cristallizzati e sono continuamente "soggetti a (ri)creazione discorsiva, (re)interpretazione, appropriazione e contestazione" (Hanitzsch e Vos 2017, p. 129).

è prendere posizione rispetto alla questione. Dar conto di quello che i politici dicono senza filtri interpretativi rischia di essere un errore tragico. (X)

Il punto è: se uno riporta questo tipo di dichiarazioni oltraggiose, è importante dare già dal titolo una chiave di lettura, un'opinione nel merito. (D)

La seconda modalità d'uso dell'inciviltà consiste nel *rilanciare* un contenuto incivile (ad esempio, riportando un video violento o pubblicando alla lettera un virgolettato controverso) ed è testimoniata da 22 intervistati. Anche in questo caso l'inciviltà non è prodotta direttamente dai media, ma i giornalisti, anche laddove spiegano di rilanciarla per assolvere alla funzione informativa che gli compete, contribuiscono indirettamente ad amplificarla.

Molti dei giornalisti che *rilanciano* si mostrano consapevoli degli aspetti problematici di questa pratica e del rischio di inquinare il dibattito pubblico. Si coglie, tuttavia, una divisione tra coloro che si prestano e partecipano attivamente a questo gioco perverso e coloro che ammettono con rassegnazione di non potersi sottrarre. Del resto, ci dicono, il valore di notiziabilità del discorso incivile è indubbio tanto per stampa e tv quanto per i media digitali ancorati alle logiche algoritmiche. Insomma, l'inciviltà "fa click", richiama l'attenzione, aumenta le vendite e l'engagement.

[In riferimento a un video razzista, ndr] Nessuno ti costringe a pubblicarlo, sono scelte, che però premiano la ricerca dei click. Questo è il grande problema. (G)

Se vado a una Commissione in Comune dove si parla di un sacco di cose belle e importanti per la città, e a un certo punto c'è il battibecco, stai pur certa che il giorno dopo il battibecco è [...] il titolo dell'articolo. (A)

Arriviamo poi ai giornalisti che *contestualizzano* (16) ovvero che offrono al lettore diversi elementi informativi e di background mediante i quali contestualizzare il messaggio incivile. Nettamente prevalente tra gli intervistati di testate non partisan, l'attività di *contestualizzare* riguarda i giornalisti che, invece di rilanciare un virgolettato incivile così com'è, lo inseriscono in un contesto e offrono degli elementi di scenario utili alla comprensione dei fatti. Possiamo associare questa pratica al *giving background information* di Benson e Hallin (2007), ovvero all'offerta di un insieme di informazioni di contesto (storico,

geografico, culturale) utili a spiegare le questioni politiche in modo più ampio. *Contestualizzando*, il giornalista adempie a quella che ritiene essere la sua funzione primaria, di riportare i fatti per come sono evitando di esprimere il proprio giudizio all'interno di un pezzo di cronaca.

Non mi sentirei mai titolata nel dare il mio giudizio negativo o positivo; il mio lavoro è farti sapere e farti capire, e magari raccontarti anche dei retroscena, su come nasce una decisione, se hanno litigato, su come ci si è arrivati, su quali sono le dinamiche. (M)

Offrire al lettore un contesto dovrebbe essere il minimo del nostro lavoro. Capisco che la spettacolarizzazione riguarda anche noi, la ricerca del click, però è chiaro che è il minimo, perché altrimenti questa professione muore. (W)

Una quarta modalità di approcciarsi al discorso incivile, che riguarda specialmente i giornalisti di testate partisan, è quella di *alimentarlo* in maniera diretta. Quasi un terzo degli intervistati (9 giornalisti su 32, e 6 intervistati su 8 di testate partisan di destra) non solo garantisce spazio mediatico a contenuti incivili di attori terzi, ma contribuisce alla loro produzione e circolazione, adottando stereotipi offensivi e delegittimanti (“Patata bollente”, “Gretina”, “Campo Laido”), toni allarmistici e modalità d’informazione ingannevoli. Si coglie dietro alle parole degli intervistati delle testate partisan (specialmente di destra) una tendenza già evidenziata da Bartholomé e colleghi (2015) in riferimento ai giornalisti olandesi, descritti come “attivi” nel modellare il conflitto per come appare nelle notizie, *esagerandolo* all'interno dei loro articoli. Similmente i nostri giornalisti che si attivano nell’amplificare le vicende politiche caratterizzate da inciviltà, costruire narrazioni offensive contro il nemico di turno, alimentare dinamiche in-group vs out-group, rafforzando così il senso di appartenenza alla community.

Quando fai una campagna politica ci sta che un giornale di area esageri il conflitto. (H)

È una strategia diretta dell’essere irriverenti, di parlare alla pancia dei nostri lettori. (Z)

La politica è un racconto anche triviale se funzionale ad attrarre lettori, rafforzare il senso di comunità, sottolineare un'appartenenza, rafforzare in maniera icastica un giudizio. (EE)

Tra le altre modalità usate per *alimentare* vi è poi quella di proporre letture ipersemplicate e *di parte* dei fatti, spingendosi talvolta fino alla distorsione informativa. Ciò è emerso, per esempio, in riferimento ad articoli che presentano la UE come un'istituzione oscura, oppressiva per il cittadino e persino pericolosa. Nel tentativo di allarmare i cittadini e, contestualmente, confermarne preconcetti e paure pregresse, la spiegazione delle politiche green della UE lascia il posto alla diffusione di falsità quali "L'Europa ci comunicherà per posta quando dobbiamo buttare la macchina. Anche se vogliamo tenerla" (Libero) e "L'ultima follia di Bruxelles contro le auto: vanno rottamate anche quelle riparabili" (Il Giornale). Nella spiegazione offerta da un giornalista de Il Giornale emerge:

Noi esaminiamo la normativa per far suonare un campanello d'allarme sul rischio a cui può portare [di favorire la rottamazione di auto riparabili, ndr]. Non ci limitiamo a dire 'è uscita questa legge', ma puntiamo l'attenzione sui risvolti controproducenti ai quali può portare nel lungo termine e che oggi non sono visibili. (Y)

Si assiste in questo caso a una trasformazione dell'obiettivo informativo in direzione di qualcosa che somiglia alla "prediction as news" di cui parla Trexler (2024), ovvero un giornalismo più orientato a speculare sulle questioni mediante congetture e previsioni allarmistiche, che non a informare i cittadini sui fatti della politica.

Infine, solo 7 dei giornalisti intervistati *evitano* di dare spazio all'inciviltà, scegliendo di non offrire copertura mediatica a un fatto o a una dichiarazione così connotati.

La mia scelta fu di non riprenderlo [questo video, ndr]. Perché analizzai la cosa e dissi "questo è un cretino che si vuole fare pubblicità, ciao". Decisi di ignorarlo, [il che non significa, ndr] censurarlo. (FF)

Si può anche dire, no, io questo articolo non lo faccio, non lo firmo. Guardarsi serenamente allo specchio e cercare di lavorare nel miglior modo possibile si tratta solo di rispetto per se stessi, alla fine. (S)

È interessante che la pratica dell'*evitare* sia stata testimoniata solo da un intervistato su 8 tra quelli del web, confermando come per i giornalisti dell'online sia sempre più difficile decidere autonomamente i contenuti da pubblicare sottraendosi alle pressioni delle logiche algoritmiche e dell'advertising. Oltre a essere poco testimoniata, tale pratica è descritta più come un desideratum che come qualcosa di agito concretamente. Dalle testimonianze emerge un divario tra ciò che il singolo effettivamente fa (*practiced roles*) e ciò che vorrebbe fare, ovvero il ruolo cognitivo che secondo Hanitzsch (2023) deriva dall'interiorizzazione dei ruoli normativi e cattura le aspirazioni e ambizioni individuali dei giornalisti.

Non avrei dato questa notizia perché mi sembra una pagliacciata fatta per attirare l'attenzione, che fa colore, fa click. Io non la riterrei una notizia, però lo è. Ci sono tutti quelli che scrivono "bufera social" e allora tu, siccome c'è una bufera social, la rilanci. È una spirale in cui nessuno vuole rimanere indietro. C'è un meccanismo di emulazione. (M)

##### *5. Conclusioni e implicazioni*

Lo studio della percezione che hanno i giornalisti dell'inciviltà politica contribuisce a fare luce su diversi aspetti del giornalismo contemporaneo e apre nuovi spunti di riflessione ai quali è necessario prestare attenzione. Uno dei risultati più interessanti emersi dall'analisi è la consapevolezza trasversale da parte dei giornalisti di quanto la diffusione del discorso incivile sia il risultato della complessa interazione tra il parallelismo politico che caratterizza il sistema italiano, le pressioni commerciali e le trasformazioni tecnologiche. I giornalisti riconoscono una responsabilità importante tanto della classe politica – evidenziandone la decadenza e il degrado – quanto della propria categoria professionale, sempre più focalizzata sulla necessità di non restare indietro. A questi due principali attori percepiti come responsabili dell'aumento dell'inciviltà politica, seguono i cittadini e il sistema economico-mediale. Ma è soprattutto a causa del forte intreccio tra sistema politico e sistema mediale, che gli intervistati si percepiscono come "intrappolati" all'interno di un meccanismo che li costringe a farsi megafono delle dichiarazioni dei politici e limitati nella loro autonomia professionale. A questo si aggiungono l'orientamento al business degli editori e le logiche produttive dei



media, che i giornalisti si dicono obbligati ad assecondare. Questi elementi li costringerebbero a mediare tra ideali/norme professionali e pressioni commerciali, tra funzione sociale del giornalismo e necessità di sostenibilità economica. Nonostante l'attribuzione di un valore-notizia agli avvenimenti che rientrano nel perimetro dell'inciviltà appaia largamente condivisa, gli intervistati sembrano in molti casi portati a forme di autoassoluzione argomentate proprio sulla base delle caratteristiche dell'attuale mercato editoriale e dalla necessità di garantire sostenibilità economica alle testate per cui lavorano. In molti ammettono, infatti, di non potersi esimere dal riportare un certo tipo di contenuti (talvolta violenti e/o denigratori nei confronti di specifici soggetti/gruppi), pur rendendosi conto che possano innescare un meccanismo emulativo nei pubblici, contribuendo a polarizzare il dibattito pubblico e a mettere in discussione l'autorevolezza della professione giornalistica. E questo indipendentemente dal fatto se questa pressione esterna sia dovuta alla necessità di inseguire i politici, le aspettative del pubblico, le esigenze di mercato o l'insieme di tutti questi elementi contemporaneamente.

Ciò detto, l'elemento più innovativo della ricerca riguarda l'identificazione di cinque principali modalità d'uso dell'inciviltà, ovvero, fornire un frame interpretativo, rilanciare il contenuto incivile, contestualizzarlo, alimentarlo in modo diretto e, da ultimo, evitarlo. Premesso che si tratta di modalità non mutualmente esclusive e che riflettono la complessità del ruolo giornalistico contemporaneo, è emersa una divisione tra chi problematizza la responsabilità degli stessi media nella propagazione dell'inciviltà e chi legittima il discorso incivile in ragione della sua capacità di attrarre l'attenzione dei pubblici e rendere più accattivante (e remunerativo) il racconto della politica. In tal senso, l'appartenenza a testate partisan o non partisan influenza significativamente la scelta dell'approccio all'inciviltà. Se la pratica di *contestualizzare*, che tenta di offrire ai pubblici tutti gli elementi di contesto per riconoscere (e stigmatizzare) il discorso incivile, prevale tra i giornalisti di testate non partisan, l'*alimentare* si distingue come modalità caratterizzante di quelli di testate partisan (specialmente quelle di destra). Dai racconti di questi ultimi si è colto con chiarezza come l'uso di toni sarcastici e irriverenti contro chi la pensa diversamente, la produzione di letture ipersemplicate e distorte della realtà, l'esaltazione del conflitto e della polemica,

siano tutti considerati come strumenti utili ad avvicinare i lettori alla politica, offrendo loro interpretazioni e letture coerenti con aspettative e giudizi preesistenti. In altre parole, prevale in questo caso una consapevolezza della propria partecipazione attiva alla costruzione del discorso incivile, spiegata anche in ragione dell'obiettivo di fidelizzare i pubblici e rafforzarne il senso di appartenenza alla community. Nel caso dei colleghi di testate meno schierate, l'inciviltà politica è pur sempre utilizzata – fornendo frame, rilanciandola o contestualizzandola – ma si pone più forte il conflitto tra i ruoli praticati (*practiced roles*) e quelli cognitivi (*cognitive roles*) (Hanitzsch e Vos 2017), ovvero tra ciò che i giornalisti effettivamente fanno e ciò che vorrebbero fare. Molti intervistati esprimono un senso di malessere in riferimento al fatto che, spesso, le pratiche di lavoro non coincidono con valori e ambizioni professionali. Pur affermando di voler evitare di dare spazio al discorso incivile, sono molti coloro che si rendono conto di non essere liberi di scegliere. Questo divario, unito alla consapevolezza che i click generati dall'inciviltà non ne rappresentino necessariamente un apprezzamento, suggerisce la necessità di ripensare le metriche con cui si misura il successo dei contenuti giornalistici. Proprio a questo proposito, anche la variabile dell'età gioca un ruolo importante, con i giornalisti over 50 che appaiono meno consapevoli riguardo all'impatto delle logiche algoritmiche sui processi di produzione delle notizie e sulla diffusione del discorso incivile. Al contrario, la variabile del genere non ha evidenziato differenze significative, confermando il fatto che, contrariamente rispetto a quanto emerso negli Usa (Kenski, Coe, Rains 2020; Stryker, Conway, e Danielson 2016), in Italia l'essere donna non accresce la sensibilità nella percezione dell'inciviltà (d'altro caso, risultati simili sono emersi anche da studi sulla percezione dell'inciviltà politica da parte dei cittadini (Bentivegna e Rega 2022b; Bentivegna e Rega 2024).

Un altro elemento di interesse riguarda la sostanziale congruenza tra le definizioni del concetto venute a galla dalle interviste e quelle emerse in letteratura. A fronte di una percezione comune dell'inciviltà politica come un concetto multidimensionale che vede “la mancanza di rispetto” al suo centro – sia verso i propri interlocutori politici o il pubblico, sia verso la democrazia stessa – si colgono delle diversità tra i giornalisti in relazione alla testata per cui lavorano. In

particolare, per quelli (la maggioranza) di testate partisan di destra l'uso di distorsioni informative e di forme di mistificazione della realtà non viene percepito come un indicatore di inciviltà e tantomeno come un'attività problematica per la professione. Non solo ammettono di veicolare informazioni distorte ma ne difendono persino le ragioni, come è emerso anche nell'analisi delle cinque principali modalità d'uso dell'inciviltà (paragrafo 4.3, p. 14-16).

Infine, è interessante notare come i risultati della nostra ricerca ricordino in parte quanto evidenziato da uno studio su come i giornalisti americani percepiscono il discorso politico incivile (Meltzer 2015). Sebbene le due ricerche divergano per contesto, metodologia e approcci usati, in entrambi i casi i giornalisti esprimono una forte preoccupazione per l'inciviltà nel dibattito pubblico e ne riconoscono le molteplici cause, dalla trasformazione tecnologica ai cambiamenti del sistema dei media. Tuttavia, mentre nel contesto Usa sembra prevalere una visione del giornalismo incivile come naturale evoluzione verso il giornalismo di opinione che – in tutte le sue forme variegata – sta ormai surclassando il racconto basato sui fatti, quelli italiani enfatizzano maggiormente il ruolo del parallelismo politico e del modello economico-produttivo come fattori determinanti della diffusione dell'inciviltà. In Italia, inoltre, emerge più nettamente la visione ambivalente che hanno del fenomeno i professionisti dell'informazione, tale per cui l'inciviltà viene interpretata sia come una minaccia alla credibilità professionale sia come una potenziale risorsa per attrarre audience e generare engagement.

In breve, questo studio mostra come l'inciviltà politica sia diventata parte integrante delle pratiche giornalistiche contemporanee. Questa tendenza solleva interrogativi importanti sul ruolo del giornalismo nella società democratica e sulla sua capacità di resistere alle pressioni economiche mantenendo standard professionali elevati. Lavori di ricerca futuri saranno necessari non solo per approfondire l'impatto di queste pratiche sulla qualità del dibattito pubblico, ma anche per esplorare possibili strategie per conciliare sostenibilità economica e responsabilità democratica del giornalismo.

## Riferimenti bibliografici

- Arceneaux, K.; Johnson, M., 2013, *Changing minds or changing channels? partisan news in an age of choice*. The University of Chicago Press, Chicago.
- Bartholomé, G.; Lecheler, S.; De Vreese, C., 2015, “Manufacturing Conflict? How Journalists Intervene in the Conflict Frame Building Process”, in “The International Journal of Press/Politics”, 20 (4): 438–457.
- Benson, R.; C. Hallin, D. C., 2007, “How States, Markets and Globalization Shape the News: The French and US National Press, 1965-97”, in “European Journal of Communication”, 22 (1): 27–48.
- Bentivegna, S.; Rega R., 2022a, *La politica dell'inciviltà*, Laterza, Bari.
- Bentivegna, S.; Rega, R., 2022b, “Searching for the Dimensions of Today’s Political Incivility”, in “Social Media + Society”, 8 (3).
- Bentivegna, S.; Rega R., 2024, “What Are the Predictors of Political Incivility Perceptions?”, in “European Journal of Communication”, 39 (4), 375-394.
- Bentivegna, S.; Stanziano, A., 2024. “L’inciviltà nel coverage giornalistico delle campagne elettorali tra criteri di notiziabilità e forme di partisanship”, in “Problemi dell’informazione”, fasc. 2, 111–34.
- Berry, J. M.; Sobieraj, S., 2014, *The Outrage Industry: Political Opinion Media and the New Incivility*. Oxford University Press, Oxford.
- Bormann, M.; Tranow, U.; Vowe, G.; Ziegele, M., 2022, “Incivility as a Violation of Communication Norms—A Typology Based on Normative Expectations toward Political Communication”, in “Communication Theory” 32 (3): 332–362.
- Broersma, M.; Eldridge, S. A. II, 2019, “Journalism and Social Media: Redistribution of Power?” in “Media and Communication” 7 (1): 193–197.
- Entman, R. M., 1993, “Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm”, in “Journal of Communication” 43 (4): 51–58.
- Giglietto, F.; Righetti N.; Marino G.; Rossi L., 2019, “Multi-Party Media Partisanship Attention Score. Estimating Partisan Attention of News Media Sources Using Twitter Data in the Lead-up to 2018 Italian Election”, in “Comunicazione politica”, fasc. 1, 85–108.
- Hallin, D. C.; Mancini, P., 2004, *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*, Cambridge Univ. Press, Cambridge.
- Hanitzsch, T., 2023, “Das journalistische Feld”, in “Handbuch Journalismustheorien”, a cura di Martin Löffelholz e Liane Rothenberger, 1–14, Springer Fachmedien Wiesbaden, Wiesbaden.
- Hanitzsch, T.; Vos T. P., 2017, “Journalistic Roles and the Struggle Over Institutional Identity: The Discursive Constitution of Journalism: Journalistic Roles and Institutional Identity”, in “Communication Theory”, 27 (2): 115–135.

- Herbst, S., 2010, *Rude Democracy: Civility and Incivility in American Politics*, Temple University Press.
- Kenski, K.; Coe, K.; Rains, S.A., 2020, "Perceptions of Uncivil Discourse Online: An Examination of Types and Predictors", in "Communication Research", 47 (6): 795-814.
- Mellado, C., 2021, *Beyond Journalistic Norms: Role Performance and News in Comparative Perspective*, Routledge, New York.
- Meltzer, K., 2015, "Journalistic Concern about Uncivil Political Talk in Digital News Media: Responsibility, Credibility, and Academic Influence", in "The International Journal of Press/Politics", 20 (1): 85–107.
- Muddiman, A., 2017, "Personal and Public Levels of Political Incivility", in "International Journal of Communication", 11 (0): 21.
- Mutz, D. C.; Reeves B., 2005, "The New Videomalaise: Effects of Televised Incivility on Political Trust", in "American Political Science Review", 99 (1): 1–15.
- Mutz, D. C., 2015, *In-Your-Face Politics: The Consequences of Uncivil Media*, Princeton University Press, Princeton Oxford.
- Patterson, T. E., 1993. *Out of Order*, Knopf, New York.
- Rega, R.; Bruno, M.; Battisti, F., 2023, "L'uso giornalistico dell'inciviltà nel contesto di una sfera pubblica polarizzata. Il caso di Silvia Aisha Romano", in "Comunicazione politica", fasc. 3, 443–466.
- Rega, R.; De Blasio E.; Valente M., 2021, "Il giornalismo italiano alla prova delle piattaforme. La copertura della regolarizzazione dei lavoratori immigrati tra polarizzazione e inciviltà", in "Comunicazione politica", fasc. 3, 385–412.
- Semetko, H.; Valkenburg P., 2000. "Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News", in "Journal of Communication", 50 (2): 93–109.
- Stroud, N. J., 2017, "Attention as a Valuable Resource" in "Political Communication", 34 (3): 479–489.
- Stryker, R.; Conway B. A.; Bauldry S.; Kaul, V., 2024, "Emotional Markers of Disrespect: A Fourth Dimension of Perceived Political Incivility?", in "Communication Research", 51 (5): 496–524.
- Stryker, R.; Conway B. A.; Danielson J. T., 2016. "What Is Political Incivility?", in "Communication Monographs", 83 (4): 535–556.
- Trexler, A., 2024, "The Unequal Challenge of Learning from Under-Informative News", in OSF Preprints, <https://osf.io/s7nv4>.
- Walter, A. S., (ed.), 2021, *Political Incivility in the Parliamentary, Electoral and Media Arena: Crossing Boundaries*. 1<sup>a</sup> ed. Routledge.

