

INDICE

INTRODUZIONE.....	p.3
PRIMO CAPITOLO.....	p.6
1. <u>Premessa</u>	p.6
2. <u>La governance europea e le sue debolezze</u>	p.9
3. <u>La dimensione culturale del progetto europeo</u>	p.15
4. <u>Verso quale cittadinanza europea?</u>	p.22
5. <u>La sfera pubblica europea: un approdo</u>	p.27
SECONDO CAPITOLO.....	p.39
1. <u>L'importanza della comunicazione</u>	p.39
2. <u>I media e l'integrazione europea</u>	p.42
2.1. Media e democrazia.....	p.42
2.2. Media e identità.....	p.45
3. <u>Tendenze nel riportare l'Europa</u>	p.53
3.1. Il giornalismo.....	p.53
3.2. Ostacoli.....	p.56
3.3. Influenza degli interessi nazionali.....	p.62
3.4. L'Europa nell'agenda delle notizie.....	p.64
TERZO CAPITOLO.....	p.70
1. <u>Premessa</u>	p.70
2. <u>Il servizio pubblico radiotelevisivo</u>	p.73
3. <u>La Rai, l'identità europea e la cultura dell'apertura e del dialogo</u>	p.78
4. <u>Le rubriche della TGR: il decentramento attuato</u>	p.86

5. <u>TGR Europa</u>	p.93
6. <u>TGR RegionEuropa</u>	p.102
7. <u>I due volti dell'Europa</u>	p.110
CONCLUSIONI	p.112
Bibliografia	p.116
Articoli in riviste periodiche	p.121
Siti internet	p.123

INTRODUZIONE

"Le forme sociali e le relazioni che una tecnologia rende possibili sono esse stesse immaginate e anticipate dalla tecnologia. La tecnica è vettoriale e non puramente neutrale nel processo storico. Una costruzione, la sua precisa architettura, anticipa e immagina le relazioni sociali che permette e desidera (...) Le relazioni sociali di classe, status e potere richiedono sia una struttura concettualmente determinata di persone sia una tecnologia per metterla in pratica (...) Descrivere la comunicazione non è semplicemente descrivere una costellazione di idee messe in un santuario; è anche descrivere una costellazione di pratiche che (...) determinano quelle idee in un insieme di forme tecniche e sociali."

(Carey J.W.)

La forma e il funzionamento della democrazia sono oggi strettamente connessi con l'evoluzione dei sistemi sociali di comunicazione. Parlare di mass media vuol dire parlare di cultura collettiva, di democrazia politica, di conoscenza della società. È questo il motivo per il quale nello studio della realtà europea si è scelto di affiancare ai concetti teorici di cittadinanza, identità e sfera pubblica la realtà empirica, considerando il modo in cui i media possono fornire uno spazio per la realizzazione di suddetti concetti. Arrivati a questo punto nel processo di integrazione dell'Unione europea, infatti, risulta indispensabile una "rappresentazione" dello scenario europeo che renda più comprensibili i processi che hanno portato ad affiancarsi tra loro diverse culture, diverse economie, diverse società. Partendo dall'assunto che "non c'è

principio identitario senza supporto simbolico”¹, si è scelto di concentrarsi sui media perché hanno la capacità di raggiungere un vasto pubblico mettendo in contatto attori che non sono necessariamente nello stesso posto fisicamente, amplificano e condensano il discorso pubblico e possono contribuire a diffondere quella condivisione di un senso d’appartenenza, di una comune identità e capacità di riconoscersi in un soggetto istituzionale, in un forte e saldo insieme di valori che superino le differenze (pur valorizzandone le caratteristiche), che appare ancora molto flebile. La televisione, in particolare, tende a svolgere un ruolo cruciale tra gli altri mezzi di comunicazione di massa e le tradizionali agenzie di socializzazione (come il sistema scolastico) grazie alla sua capacità di “entrare nelle case” veicolando i messaggi che concernono la quotidianità dei cittadini e grazie al suo impatto emotivo che può enfatizzare i messaggi legati all’appartenenza identitaria alla costruzione europea (superando il livello meramente informativo).

Analizzando, dunque, i problemi che allo stato di fatto rendono difficile comunicare l’idea di Unione europea, ci si è poi concentrati sulla *Rai* e sul ruolo che può (e deve, se consideriamo la sua funzione di servizio pubblico radiotelevisivo) svolgere nello stimolare la società italiana aprendo un dialogo sui temi chiave della costruzione europea. Si è riscontrata da subito, nelle due rubriche della *TGR* prese in analisi, un’assoluta novità e peculiarità rispetto al panorama televisivo italiano (non solo pubblico, ma anche privato, nel quale manca del tutto un approfondimento specifico sulle questioni europee) per quanto riguarda sia la tipologia dei temi sia la modalità di

¹ Rolando S., “Valori, identità, interessi. Perché e come comunicare l’Europa”, in *Rivista italiana di comunicazione pubblica*, 18/2003, p.91

trattazione, che sono, poi, le motivazioni alla base della scelta di queste rubriche come oggetto di studio. La possibilità di visitare le due redazioni (a Milano e a Roma) e parlare con i responsabili e i giornalisti, è stata determinante nell'inquadrare la linea editoriale e quindi gli obiettivi della loro comunicazione sull'Europa.

Bibliografia

AA.VV., (1998), *Media and democracy*, Council of Europe Publishing

Anderson B. (1996), *Le comunità immaginate*, Manifestolibri, Roma

Balibar E. (2004), *Noi cittadini d'Europa? Le frontiere, lo Stato, il popolo*, manifestolibri, Roma

Barbalet J. M. (1992), *La cittadinanza. Diritti, conflitto e disuguaglianza sociale*, Petrini Editore, Torino

Baumann G. (1999), *L'enigma multiculturale*, il Mulino, Bologna

Benhabib S. (2005), *La rivendicazione dell'identità culturale*, il Mulino, Bologna

Bionda M. L., Bourlot A., Cobianchi V., Villa M. (1998), *Lo spettacolo della politica*, collana "RAI VQPT", RAI ERI

Bonacchi G., a cura di, (2001), *Una Costituzione senza Stato. Ricerca della Fondazione Lelio e Lisli Basso – Issoco*, il Mulino, Bologna

Casetti F. (1995), *L'ospite fisso*, San Paolo, Cinisello Balsamo

Casetti F., di Chio F. (2001), *Analisi della televisione*, RCS Libri, Milano

Cheli E. (1994), *La realtà mediata*, FrancoAngeli, Milano

Cotta M., Isernia P., Verzichelli L. (2005), a cura di, *L'Europa in Italia*, il Mulino, Bologna

Dahlgren P. (1995), *Television and the public sphere. Citizenship, Democracy and the media*, Sage, London

De Vita R., Berti F., Nasi L., a cura di, (2004), *Identità multiculturale e multireligiosa*, FrancoAngeli, Milano

de Vreese C. (2003), *Communicating Europe*, Fundesco Report

di Chio F., Parenti G. P. (2003), *Manuale del telespettatore*, RCS Libri, Milano

Gellner E. (1985), *Nazioni e nazionalismo*, Editori Riuniti, Roma

Gili G., Natale A. L. (1995), *Immagini di realtà. L'informazione d'attualità nella televisione pubblica e privata (1988-1994)*, FrancoAngeli, Milano

Grasso A. (1996), *Enciclopedia della televisione*, Garzanti, Milano

Grossi G. (1996), *L'Europa degli italiani. L'Italia degli europei. Un mese di giornali e di televisioni*, Rai Vqpt, RAIERI, Roma

Habermas J. (1988), *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Laterza, Bari

Kevin D., European Institute for the media, (2003), *Europe in the media. A comparison of reporting, representation, and rhetoric in national media system in Europe*, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, London

Lippmann W. (1922), *L'opinione pubblica*, 1999, trad it., Donzelli editore, Roma

Lippolis V. (1994), *La cittadinanza europea*, il Mulino, Bologna

Losito G. (1994), *Il potere dei media*, La Nuova Italia Scientifica, Roma

Mammarella G., Cacace P. (1999), *Le sfide dell'Europa. Attualità e prospettive dell'integrazione*, Laterza, Bari

Mancini P. (1996), *Manuale di comunicazione pubblica*, Laterza, Bari

Marini R., a cura di, (2001), *L'Europa dell'euro e della guerra. La campagna elettorale europea 1999 in Italia e in sette Paesi dell'Unione*, collana "Rai VQPT", RAI ERI, Roma

Marini R., a cura di, (2003), *Comunicare l'Europa*, Morlacchi ed., Perugia

Mazzoleni G. (1998), *La comunicazione politica*, il Mulino, Bologna

McQuail D. (1995), *I media in democrazia. Comunicazioni di massa e interesse pubblico*, il Mulino, Bologna

Menduni E. (1996), *La più amata dagli italiani*, il Mulino, Bologna

Menduni E. (2002), *Televisione e società italiana*, RCS Libri, Milano

Meyrowitz J.(1996), *Oltre il senso del luogo*, Baskerville, Bologna

Monteleone F. (1992), *Storia della radio e della televisione in Italia*, Marsilio ed., Venezia

Morcellini M. (1992), *Passaggio al futuro*, FrancoAngeli, Milano

Napolitano G. (2003), *Europa politica. Il difficile approdo di un lungo percorso*, Donzelli editore, Roma

Nooteboom C. (1994), *Come si diventa europei?: 1988-1993*, Linea d'ombra, Milano

Nugent N. (2001), *Governo e politiche dell'Unione europea*, il Mulino, Bologna

Orsello G. P. (1994), *Ordinamento comunitario e Unione europea*, Giuffr  Editore, Milano

Perrucci A., Richeri G. (2003), *Il mercato televisivo italiano nel contesto europeo*, il Mulino, Bologna

Price V. (2004), *L'opinione pubblica*, il Mulino, Bologna

Privitera W. (2001), *Sfera pubblica e democratizzazione*, Laterza, Bari

Rath Claus-Dieter, Davis H.H., Garçon F., Bettetini G.,Grasso A., a cura di, (1990) *Le televisioni in Europa*, vol. I, Edizioni della Fondazione G. Agnelli, Torino

Robins K., Torchi A. (1993), *Geografia dei media*, Baskerville, Bologna

Rusconi G. E. (1993), *Se cessiamo di essere una nazione*, il Mulino, Bologna

Sartori G. (1997), *Homo videns: televisione e post-pensiero*, Laterza, Bari

Scharpf F.W. (1999), *Governare l'Europa. Legittimità democratica ed efficacia delle politiche nell'Unione Europea*, il Mulino, Bologna

Schmitter P.C. (2000), *Come democratizzare l'Unione Europea e perché*, il Mulino, Bologna

Simon-Belli C. (2002), *Teorie delle relazioni internazionali*, Guerra ed., Perugia

Thompson B.J. (1998), *Mezzi di comunicazione e modernità*, il Mulino, Bologna

Unione Europea (1998), *L'era digitale: la politica audiovisiva europea*, Relazione del Gruppo di alto livello sulla politica audiovisiva presieduta dal Commissario Marcelino Oreja, Bruxelles

Zaccaria R., a cura di, (1984), *Rai la televisione che cambia*, SEI, Torino

Wolf M. (1992), *Gli effetti sociali dei media*, Bompiani, Milano

Articoli in riviste periodiche

Cazzola G., “Europa larga, Europa che cambia”, in *il Mulino – Rivista bimestrale di cultura e di politica*, n. 4/2004

De Marte R., “Communicating Europe. L’iniziativa irlandese per la comunicazione sull’Europa”, in *Rivista italiana di comunicazione pubblica*, n. 19/2004

Forcella M. G., “Strategie della comunicazione comunitaria e opinione pubblica europea”, in *Rivista italiana di comunicazione pubblica*, n. 19/2004

Manzella A., “Gli equilibri istituzionali dell’Unione”, in *il Mulino – Rivista bimestrale di cultura e di politica*, n. 4/2004

Nobre Correira J.- M., “L’Europa alla ricerca dei media europei”, in *Problemi dell’informazione*, 3/1995

Nobre-Correia J.-M., “A ciascuno i suoi media”, in *Problemi dell’informazione*, n.4/2004

Papini A., “Comunicare la politica nella sua trasformazione”, in *Rivista italiana di comunicazione pubblica*, n.19/2004

Peter J., de Vreese C. H., “In search of Europe. A cross-national comparative study of the European Union in national television news”, in *The Harvard Journal of PRESS/POLITICS*, n. 4/2004

Rolando S., “Valori, identità, interessi. Perché e come comunicare l’Europa”, in *Rivista italiana di comunicazione pubblica*, 18/2003

Sassatelli M., “Imagined Europe. The shaping of a European cultural identity through EU cultural policy”, in *European Journal of Social Theory*, n.4/2002

Shore C., “Whither European Citizenship?”, in *European Journal of Social Theory*, n.1/2004

Somalvico B., “Il servizio pubblico radiotelevisivo in Italia e in Europa”, in *Rivista italiana di comunicazione pubblica*, n. 20/2004

Trenz H. J., “Media coverage on European governance. Exploring the European public sphere in national quality newspapers”, in *European Journal of Communication*, Sage Publications, n. 3/2004

Trenz H.-J., Eder K., “The democratizing dynamics of a European public sphere: toward a theory of democratic functionalism”, in *European Journal of Social Theory*, n.1/2004

Van de Steeg M., “Rethinking the conditions for a public sphere in the European Union”, in *European Journal of Social Theory*, n.4/2002

Wheeler M., “Supranational regulation. Television and the European Union”, in *European Journal of Communication*, n.3/2004

Siti Internet

<http://europa.eu.int>

<http://www.agcom.it>

<http://www.brusselsreporter.org>

<http://www.cafebabel.com>

<http://www.caffeeuropa.it>

<http://www.circon-regional.org>

<http://www.ebu.ch>

<http://www.ejc.nl>

<http://www.eurodesk.it>

<http://www.euronews.ch>

<http://www.fpc.org.uk>

<http://www.infocivica.it>

<http://www.italianieuropei.it>

<http://www.mostra.com>

<http://www.primaonline.it>

<http://www.quadranteuropa.it>

http://www.radio.rai.it/radio3/terzo_anello/tubo/

<http://www.rai.it>

<http://www.yoroppashinmon.it>