

<http://dx.doi.org/10.18778/8142-733-3.20>

Francesca Rizzuto

Università degli Studi di Palermo

LE POPULISME DANS LE NOUVEL ESPACE PUBLIC MÉDIATISÉ
LA RELATION ENTRE POLITIQUE ET JOURNALISME:
L'ANOMALIE ITALIENNE

**Populism in the New Mediated Public Space.
Interaction between Politics and Journalism: the Italian
Peculiar Case**

Abstract

The paper will focus on the transformation of Italian political journalism and on the development of television market model in the last two decades, which brought about the success of the entertainment frame in political news. However, from the traditional advocacy journalism, Italian infotainment developed in a very peculiar direction, connected to this economic and cultural context. From the half of the 19th century, the Italian journalism was an instrument of political participation: reporters were members of a party, defended a political perspective or, which is even more dangerous, remained parallel to power. Newspapers have been used as microphones of politics, to offer visibility to leaders, without giving voice to readers. Only in the 90s the emergence of commercial television, the success of its language and formats, as well as the private TV news, made a radical change possible (Castronovo & Tranfaglia, 1994; Murialdi, 2006; Rizzuto, 2009). We can assert that an Anglo-Saxon news model, based on the watchdog ideal of neutrality and control of politicians, affirmed in a peculiar mix with the commercial perspective. For the first time in Italy, the market became important in news but with traditional elements still existing: according to Schudson (2003), in the market model, news is a product and must be sold to an audience. Nowadays Italian political journalism presents some peculiarities deriving from its parallelism to politics as well as the recent success of infotainment and the new central role of social media which are changing the traditional communication flow from leaders to voters. In two decades traditional mediation role of journalists almost disappeared: Movimento 5 Stelle is the most evident example of a new way of communicating without any form of informative mediation, which encourages populist forms of building political reality. A light use of news,

focused on emotions and conflict to avoid complexity, is now more important than the traditional moral and cultural duty to be an informed citizen.

Keywords: Italy, political journalism, populism, changes, democracy

Résumé

Cet article traite de la transformation du journalisme politique italien et du développement du modèle de marché au cours des deux dernières décennies, ce qui a imposé la logique du spectacle dans les nouvelles politiques. Malgré cela, à partir du journalisme traditionnel, l'*infotainment* italien s'est développé dans une direction particulière liée à ce contexte économique et culturel. À partir de la moitié du XIX^e siècle, l'information a constitué, en Italie, un instrument de participation politique : les journalistes étaient membres d'un parti et défendaient une perspective politique, ou, ce qui est encore plus dangereux, s'alignaient sur le pouvoir. Les journaux ont souvent été utilisés comme des microphones pour offrir de la visibilité aux leaders politiques, sans donner la parole aux lecteurs. Pendant les années 90, l'émergence de la télévision commerciale, le succès de son langage a rendu possible un changement radical. On peut affirmer qu'un modèle d'information anglo-saxon, fondé sur l'idéal de neutralité et de contrôle des hommes politiques, s'est alors affirmé, combiné avec une perspective commerciale. Pour la première fois en Italie, les journaux sont devenus un marché important, avec des éléments traditionnels : Schudson a souligné que dans le modèle de marché, la nouvelle est « un produit » qui doit être vendu au public. Aujourd'hui, le journalisme politique italien présente certaines particularités qui découlent de son alignement traditionnel sur les partis, du récent succès du journalisme-spectacle et du nouveau rôle, central, des médias sociaux, qui modifient le flux de communication traditionnel leaders-électeurs. *Movimento 5 Stelle* est l'exemple le plus frappant d'une nouvelle façon de communiquer sans aucune forme de médiation informative, ce qui encourage les formes populistes de construction de la réalité politique. Une signification légère, *soft*, donnée aux informations, fondée sur les émotions et les conflits pour éviter la complexité est plus importante que le devoir moral et culturel traditionnel incombant à tout citoyen de se tenir informé.

Mots-clés : Italie, journalisme politique, populisme, transformations, démocratie

Introduction

Cet article traite de la relation entre le journalisme et la démocratie et de sa configuration actuelle en Italie, sujet qui exerce une séduction intellectuelle forte, non seulement dans le milieu universitaire, mais aussi dans les domaines de la politique et de l'information, en raison

de son incidence sur la vie sociale, culturelle et économique. S'agissant du débat sur le sort de la démocratie, la question quant au rôle futur du journalisme en Italie rejoint les réflexions sur la transformation de la société : la nouvelle interconnexion planétaire et la focalisation médiatique ont transformé le rapport entre le pouvoir et les citoyens. Aujourd'hui, coexistent utopies positives et négatives, avec, d'une part, l'espoir d'une démocratie directe sans précédent, proche du miracle démocratique de la *polis* grecque, mais aussi d'autre part la crainte d'une possible réalisation du *Big Brother*, c'est-à-dire d'une société de la surveillance totale. Réfléchir sur les modes d'interaction entre les médias et la politique signifie donc aussi définir qualitativement le système d'information présent au sein d'une démocratie : on peut le considérer comme une industrie qui vend des marchandises ou un bien public de citoyenneté (McQuail, 1994 ; Gans, 2003). Notre analyse repose d'abord sur le choix d'abandonner les schémas d'interprétation traditionnels, qui se révèlent inadéquats pour comprendre les changements les plus récents de la relation entre le journalisme et la politique en Italie. On examinera ici l'interdépendance croissante entre les acteurs politiques et le système informatif, et la responsabilité éventuelle du journalisme dans la généralisation d'une attitude anti-politique teintée de méfiance. Cette attitude peut être dangereuse pour la démocratie représentative : d'après de nombreux analystes elle est à l'origine du succès éclatant de nombreuses dérives populistes en Europe. Dans les pages à venir, nous nous concentrerons sur les implications théoriques du problème, en replaçant dans leur contexte historique certains traits particuliers du journalisme italien. En fait, cette force politique peut être considérée comme un exemple des contradictions systémiques du journalisme politique italien et de l'impact des nouvelles technologies de la communication sur l'interaction politique – citoyens. Aujourd'hui, en Italie, le gouvernement est dirigé par deux acteurs politiques (Lega et M5S) qui ont fait du style de communication populiste leur trait distinctif, bouleversant les équilibres politiques et médiatiques du pays (Diamanti & Lazar, 2018). La communication politique postmoderne présente en Italie des caractéristiques particulières, imputables aux spécificités de ce contexte, qui a toujours été caractérisé par un fort *parallélisme politique*, historiquement matérialisé par l'appui des leaders par la presse (Rizzuto, 2009). Le court-circuit de la communication qui a empêché les citoyens de participer au débat journalistique sur des questions politiques n'est plus d'actualité. Les médias sociaux ont redéfini la sphère publique, ses acteurs et ses frontières : la fragmentation des régimes communicatifs a provoqué

la transition de la *sphère* publique – *stratifiée* décrite par Habermas et caractérisée par une argumentation rationnelle, accessible par la médiation d'une classe intellectuelle à travers les conversations quotidiennes, à une *sphère publique élargie* (Sorrentino, 2008). Un nouvel espace discursif est apparu où, parallèlement à la non-neutralité de la reconstruction journalistique (Edelman, 1988 ; Altheide, 1991), s'opère un changement radical du rôle des citoyens, qui ne sont plus des destinataires passifs des messages politiques, mais sont eux-mêmes producteurs et interprètes (Grossi, 2004). Un processus constant sans précédent de dialogue bidirectionnel s'est ainsi affirmé dans un espace « virtuel », c'est-à-dire sans lieu physique, où les médias ne sont pas seulement des moyens neutres de transmission des messages mais aussi la plate-forme de négociation des intérêts entre acteurs en quête de visibilité et aspirant au consensus. La dynamique traditionnelle d'information en Italie a été fondée sur les partis de masse et sur une *conception pédagogique* de la communication: malgré cela, pendant les dernières années le contexte italien a connu une phase de restructuration radicale, dans laquelle la désintermédiation entre les flux d'opinions est devenue centrale. Le *Movimento 5 Stelle*, avec son utilisation innovante des médias sociaux, a changé l'équilibre antérieur de la communication, en passant d'un mouvement de « protestation au système » à force majoritaire de gouvernement. Le succès de M5S, actif surtout dans l'espace virtuel, impose une redéfinition du rôle social du journalisme mais aussi une réflexion critique sur la présence d'Internet pour déterminer s'il s'agit vraiment d'un instrument de participation active ou simplement d'un *aquarium*, qui donne l'illusion de la liberté et de la participation (Ippolita, 2012) et encourage le développement de formes de populisme parce qu'il n'informe pas, mais *confirme* et *forme* (Ziccardi, 2016).

1. Journalisme et pouvoir en Italie

La métaphore centrale autour de laquelle s'articule généralement l'analyse du journalisme est celle des médias comme *miroir de la réalité*, non seulement dans le sens où leur représentation est un simple reflet des événements, éventuellement déformé par des facteurs liés à la structure organisationnelle, mais aussi un reflet de la culture, de l'équilibre politique et social d'un pays (Lorusso & Violi, 2008). Le journalisme fait partie intégrante des contextes nationaux : son évolution est liée à des conceptions socialement partagées sur la société et l'intérêt public,

et donc, à la transformation d'un pays tout entier, parce que, comme l'a suggéré Thompson « la communication médiatisée est toujours un phénomène contextualisé » (Thompson, 1995 : 22), mais il est cependant facile d'ignorer l'ensemble complexe des conditions sociales, qui sont à l'origine de la production et de la circulation des messages. Le thème central de cet article est la relation entre le journalisme et la politique en Italie : la perspective d'analyse choisie est le fait que le succès de nouvelles technologies a complètement reconfiguré les espaces physiques et sociaux, modifié les *routines* de production et jusqu'à la profession elle-même, remettant en question la définition même du journalisme parce que la fonction traditionnelle de *médiation* informative exercée par les journalistes semble désormais accessoire, de sorte que le journalisme est devenu une activité hybride (Splendore, 2017). La tradition occidentale a reconnu des fonctions publiques au journalisme, qui vont au-delà des objectifs commerciaux : l'information est l'expression concrète du droit à la liberté d'expression en opposition au pouvoir absolu, laquelle est incluse dans toutes les constitutions modernes (Gans, 2003 ; Prignano, 2007). Le journalisme correspond à la pratique de la production et de la diffusion d'informations en prise sur l'actualité, d'intérêt public et d'intérêt général, ce qui rend le processus démocratique pleinement possible : il se compose d'un ensemble d'institutions qui publient régulièrement des informations et des commentaires sur les affaires contemporaines, parlent à un public dispersé et anonyme, qui participe à l'élaboration de choix collectifs. Toutes les analyses les plus récentes sur l'évolution de la démocratie représentative (de la *télé démocratie* à la *république électronique*, à la *vidéocratie*), reposent précisément sur l'interprétation du nouveau rôle que les médias assurent dans la formation et l'orientation des dynamiques d'opinion dans l'espace public médiatisé. Sur la base de ces considérations, une reconstruction de l'évolution du journalisme politique en Italie, identifiant les racines et les connexions avec les principaux facteurs politiques et culturels qui l'ont déterminée, devrait permettre de mieux appréhender la tendance plus récente du *newscoverage* de la politique et des nouvelles formes de communication. La désintermédiation a donné une impulsion au processus de redéfinition du paysage politique italien dans son entier, avec de nouveaux sujets qui parlent directement au peuple et qui revendiquent une innovation substantielle et révolutionnaire dans les formes de la politique. En Italie s'était développée au sein des médias fortement politisés une proximité anormale entre journalistes et leaders politiques, ce qui a provoqué une *sclérose* du circuit d'information de la

politique et l'exclusion des citoyens comme destinataires actifs. En même temps, l'expansion fragile du marché des médias commerciaux a renforcé la dépendance économique de l'État, des partis, de l'Église et des entrepreneurs privés, portant atteinte à l'autonomie des médias (Forgacs, 2000 ; Murialdi, 2006 ; Bergamini, 2006). En Italie, a ainsi prévalu le modèle de *collatéralisme*, caractérisé par une concordance substantielle entre les intérêts et les objectifs des deux acteurs : la dynamique traditionnelle de l'information s'est centrée sur les partis organisés de masse et a mis en évidence, à partir de l'après-guerre, une *conception formative de la communication politique*, conçue pour créer et maintenir le consentement électoral. Il s'agit d'une information indirecte qui exprime une position collaborative et qui a été utilisée par les acteurs politiques comme mégaphone ou comme arme dans des batailles idéologiques, faisant ainsi l'objet d'une instrumentalisation substantielle. Cette politisation du journalisme a donné aux professionnels de l'information une position de premier plan, reconnue dans la dynamique publique, et des fonctions politiques qui ont influencé le financement, la couverture thématique et l'organisation du travail. La tendance du journalisme politique à épouser les intérêts d'une élite a été heureusement résumée par Enzo Forcella dans une déclaration qui est restée célèbre :

Un journaliste politique dans notre pays, peut compter sur environ 1500 lecteurs : ministres et sous-secrétaires (tous), parlementaires (en partie), chefs de partis, syndicalistes, hauts prélats et certains industriels qui souhaitent être informés. Le reste ne compte pas, même si le journal vend 300 000 exemplaires. Tout d'abord, il n'est pas établi que les lecteurs ordinaires lisent les premières pages des journaux et leur influence est minime. L'ensemble du système est organisé sur la relation entre le journaliste et ce groupe de lecteurs privilégiés (Forcella, 1959 : 451).

À cette absence criante d'autonomie médiatique correspond la définition de *demi-journaliste*, utilisée pour désigner un groupe professionnel trop lié au pouvoir : les journaux italiens ont été utilisés par des éditeurs peu scrupuleux pour influencer certaines politiques et défendre leurs intérêts économiques, avec un impact négatif sur la modernisation du système de production et sur la liberté du débat public. Le fait que les médias soient passés de la fonction auxiliaire qu'ils assuraient dans les années 50 et 60 à celle actuelle de protagonistes de la scène politique a donné lieu à de multiples formes de communication politique spectaculaires, compatibles

également avec le processus plus général de laïcisation de la politique, perçue non comme une mission ou une vision du monde mais plutôt comme une lutte entre des opinions différentes sur les choses. Depuis 1994, le succès d'un nouveau genre appelé *TV-politique* (Morcellini, 1995) confirme cette tendance à adopter la logique du « spectacle de la réalité », dans une forme particulière d'*infotainment* qui privilégie le conflit, les transgressions, les caractéristiques personnelles : à la focalisation traditionnelle de l'information sur la politique, et la proximité du journalisme avec le pouvoir, génériquement étiquetée sous le nom de *parallélisme politique*, s'ajoute désormais une logique commerciale, qui vend le leader Berlusconi et sa vie privée aux électeurs (Ruggiero, 2014). L'adoption de la logique du spectacle dans les nouvelles politiques a poussé les professionnels de l'information à s'opposer au système politique : ils sont devenus les protagonistes de la scène, et héritent en conséquence du rôle de *gatekeeper*, lequel consiste à sélectionner et à présenter les informations sur la base de leur valeur politique et de l'utilisation qui peut en être faite sur le terrain de l'information d'un point de vue spectaculaire (Novelli, 2016). Les particularités de l'interaction entre les médias et le monde politique dans ce modèle informatif ont produit un journalisme qui est toujours politisé mais actuellement dominé par deux orientations fondamentales et contradictoires : la tension vers l'idéal du journalisme *watchdog*, et les besoins d'informations liés au marché, qui favorisent une représentation théâtralisée et spectaculaire de la réalité pour attirer le public de la télévision (Castronovo & Tranfaglia, 1994 ; Rizzuto, 2012). Pour Habermas aussi, le journalisme moderne a une double origine : les gazettes littéraires et les feuilles d'informations commerciales qui circulaient en Europe depuis le XVI^e siècle, surtout dans des villes comme Anvers ou Venise, plus exposées aux contacts avec des pays étrangers et au commerce. Dans l'analyse de Habermas sur la naissance de la sphère publique bourgeoise, les journaux sont le noyau autour duquel s'est opérée la transition menant des discussions littéraires ou de simples informations commerciales à une fonction de contrôle sur la monarchie absolue et sur le Parlement, fonction qui constituera la tâche spécifique de l'information dans le modèle libéral de démocratie. L'argumentation et la discussion concernant les affaires publiques, pour la première fois, sortent du Palais du pouvoir et ont lieu dans les cafés fréquentés par les classes émergentes avec le développement du mercantilisme (Habermas, 1962 ; Calouhn, 1992).

2. Modèles de journalisme et démocratie

Schudson (2003) a identifié trois modèles de journalisme sur la scène internationale, auxquels se réfère la littérature scientifique: 1) le modèle du marché ; 2) le modèle *advocacy* ; 3) le modèle *trustee*. L'hypothèse centrale du premier modèle est que les journalistes doivent fournir au public tout ce qu'il veut : le lecteur-spectateur est un consommateur, l'arbitre final du *produit-nouvelles*, de sorte que la tâche du journaliste est de toujours satisfaire le *client-public* dans l'intérêt des sponsors. Il est évident que ce modèle de journalisme est le plus éloigné de l'idéal de la presse américaine qui se situe, sur le plan théorique, en nette contradiction avec le rôle traditionnel de protagoniste du débat démocratique. Dans le modèle *advocacy*, les journalistes sont les agents de la transmission et de la diffusion des positions d'un parti politique spécifique et tendent à le promouvoir d'un point de vue particulier : cette catégorie comprend les journaux publiés par des communautés ou des groupes ethniques et la presse de parti (McQuail, 1994). Dans la tradition italienne, ce modèle de journalisme partisan a été le plus important mais présente des caractéristiques atypiques : les journaux de parti ont historiquement publié des articles en dehors de toute logique de marché, parce qu'ils étaient engagés exclusivement dans la tâche délicate consistant à construire ou à renforcer des positions idéologiques précises, ce pour quoi ils sont souvent et surtout devenus des instruments d'affirmation identitaire. Le modèle *trustee*, enfin, est celui qui se rapproche le plus de la mythologie du journalisme anglo-saxon, selon laquelle le système d'information doit fournir au public les informations nécessaires à une participation consciente et complète à la vie politique du pays. Dans ce modèle les journalistes sont les dépositaires de la confiance du public : ils doivent contrôler le pouvoir, chercher la vérité et fournir toutes les informations nécessaires au bon exercice des droits démocratiques. Depuis la fin du XX siècle, ce modèle *fiduciaire* est définitivement devenu, avec son principe d'*objectivité*, la base universellement reconnue par les codes de la profession : réaffirmant la séparation entre faits et opinions, le journalisme américain est le paradigme en vigueur dans les systèmes informatifs occidentaux (Hallin-Mancini, 2004). Dans l'histoire du journalisme italien, le modèle dominant a été l'*advocacy*, même si, récemment, un processus d'hybridation avec les caractéristiques du modèle de marché a eu lieu : depuis 1990, à cause de la structuration du système d'information sur le modèle d'un ensemble d'entreprises mises en concurrence, s'est constitué un modèle

de journalisme caractérisé par le mélange des registres linguistiques de la tradition partisane avec la logique du spectacle (Morcellini, 2011). Le journalisme politique italien contemporain est confronté à deux défis importants, destinés à influencer sa configuration actuelle: d'une part, l'impact des nouvelles technologies sur des marchés culturels de plus en plus fragmentés ; de l'autre, les conséquences d'événements politiques internationaux traumatiques, comme l'attaque des Twin Towers, qui ont remis en cause l'équilibre politique et imposé aux journalistes de redéfinir les canons de *newsworthiness* des événements. Le trait le plus important de la révolution planétaire provoquée par Internet est, en réalité, la généralisation d'une consommation continue, personnalisée et multimédia, rendue possible par le caractère omniprésent de la *nouvelle* : l'utilisateur contemporain est toujours exposé à l'information, grâce aux médias sociaux, mais il peut aussi produire des nouvelles et les rendre publiques. Par conséquent, le rôle du lecteur-spectateur a profondément changé et nous pouvons construire un programme d'informations personnalisé, à la recherche de thèmes, de faits ou de personnes à l'échelle planétaire à partir d'un menu presque illimité (Costa, 2010). La mort du journalisme traditionnel, annoncée par certains observateurs, semble être évitée par le simple fait que la présence d'un *journaliste-ordonnateur-crédible* dans la mer d'informations où nous vivons est absolument nécessaire. En Italie, l'impact des technologies interactives sur les méthodes de production et sur la définition de la profession a été fort et il a influencé les récents changements politiques : en fait, les derniers résultats électoraux fluctuants ont créé des bouleversements politiques radicaux, provoquant la disparition des partis historiques et formant une faible majorité de gouvernement. Le panorama actuel montre, après l'éclipse des partis traditionnels, qu'ils ont transmis une idéologie et une identité et la prédominance du vote d'appartenance, la naissance de nouveaux sujets politiques dans lesquels la dimension personnelle revêt une importance centrale. Dal Lago définit les nouveaux partis *béquilles* du leader politique, qui exploitent l'euroscpticisme et le mécontentement et utilisent les nouvelles formes d'interaction directe avec les citoyens, avec une complète désintermédiation du circuit communicatif (Dal Lago, 2013). Il s'agit d'une révolution non seulement politique, mais aussi culturelle, qui affecte profondément la manière dont les Italiens perçoivent la politique et leur rôle dans la dynamique démocratique. L'utilisation des nouvelles technologies permet, en fait, l'intervention directe des leaders et des citoyens dans le débat sur les sujets les plus importants et montre

la création de formes de démocratie électronique où les journalistes sont de plus en plus décrits comme des « obstacles », ou des complices de complots contre le savoir partagé par les citoyens. Malgré cela, l'expérience de la M5S consiste en une démocratie de base *présumée* avec une gestion autoritaire : une politique élaborée par les dirigeants qui donnent un code de conduite aux candidats (sur leur participation à des programmes d'information) et activent des procédures d'expulsion sans appel. Au sein du Mouvement, du moins jusqu'à la victoire électorale de mars 2018, le site de Beppe Grillo était l'organe politique suprême, les membres n'avaient pas besoin d'avoir des « relations » avec les médias, considérés comme des outils du « vieux pouvoir » et la Casaleggio srl (une entreprise privée) était le lieu décisionnel de la définition des programmes et des thèmes. Aujourd'hui, le M5S est une force centrale du gouvernement et son leader, Luigi Di Maio, choisi selon des procédures « numériques » de démocratie virtuelle, utilise les médias, anciens et nouveaux, participe au talk-shows, donne des interviews et parle directement à *son peuple*.

Conclusion

D'après Lazar, la dynamique politique italienne « est devenue élémentaire : il y a des ennemis, les bons contre les mauvais » (Diamanti & Lazar, 2018). En Italie la relation entre le monde politique et les journalistes est très conflictuelle : le système d'information est constamment discrédité, accusé par les nouveaux leaders d'empêcher le changement, de soutenir les pouvoirs forts et non démocratiques dans un processus qui a pour effet de dégrader toujours davantage son rôle social. En conclusion, il est difficile de parler de la fin de la sphère publique en Italie et de la suprématie de la sphère économique : la prédominance des structures privées, la centralité de la logique d'entreprise, la célébration des formes populistes opposées aux freins inhérents à la démocratie représentative, basés sur la logique compromissaire et la médiation, dessinent un contexte changeant. L'Italie a été appelée la *terre promise du populisme* : depuis Berlusconi de nombreux leaders ont adopté un style populiste, se vantant d'être en dehors du système et mettant en avant des histoires de réussite personnelle. L'offre populiste suscite et répond à la fois à une aspiration à un changement radical, basée sur la méfiance à l'égard des institutions et des partis, l'eurosepticisme, l'angoisse provoquée par la crise économique et la peur du terrorisme. Identifier les raisons du manque d'harmonie entre journalistes et citoyens, redonner du sens à l'information et redéfinir

les termes de sa fonction sociale, mettre en évidence un éventuel lien de causalité entre l'attitude critique de la presse et le détachement des citoyens à l'égard des institutions, réaffirme l'utilité du journalisme en vertu de son rôle d'interprétation dans la marée d'informations. Seule l'existence d'une opinion publique informée qualifie une *démocratie et la rend possible* dans l'avenir : dans cette perspective, un moyen possible de surmonter la crise peut être la réalisation de nouveaux produits journalistiques pluralistes, capables de saisir les besoins du public et d'en parler, et de promouvoir la restauration d'une communication réelle et non seulement virtuelle entre les citoyens et les leaders. Le journal, dans l'écosystème de communication d'Internet et des *fake news*, peut et doit avoir une forte capacité d'agrégation et produire des nouvelles vérifiables et complètes pour restaurer la confiance entre les différents acteurs sociaux.

Bibliografia

- Altheide, D. (1991). *Media Worlds in the Post-journalism Era*. New York: Longman.
- Bergamini, O. (2006). *La democrazia della stampa. Storia del giornalismo*. Roma: Laterza.
- Calouhn, C. (ed.) (1992). *Habermas and the public sphere*. Cambridge: The MIT Press.
- Castronovo, V. & Tranfaglia, N. (eds.) (1994). *La stampa italiana nell'era della tv*. Roma: Laterza.
- Costa P. (2010). *La notizia smarrita. Modelli di giornalismo in trasformazione e cultura digitale*. Torino: Giappichelli.
- Dal Lago, A. (2013). *Clic! Grillo, Casaleggio e la demagogia elettronica*. Napoli: Cronopio.
- Dal Lago, A. (2017). *Populismo digitale. La crisi, la rete e la nuova destra*. Milano: Raffaello Cortina.
- Diamanti, I. & Lazar, M. (2018). *Popolocrazia. La metamorfosi delle nostre democrazie*. Roma: Laterza.
- Edelman, M. (1988). *Constructing the political spectacle*. Chicago: University of Chicago Press.
- Forcella, E. (1959). Millecinquecento lettori. *Tempo Presente*, n. 6.
- Forgacs, D. (2000). *Italian Culture in the Industrial Era. Cultural Industries, Politics and the Public (1880–2000)*. Manchester-New York: Manchester University Press.
- Gans, H. (2003). *Democracy and the News*. New York: Oxford University Press.
- Grossi, G. (2004). *L'opinione pubblica*. Roma: Laterza.
- Habermas, J. (1962). *Strukturandel der Öffentlichkeit*. Neuwied: Hermann Luchterhanh

- Hallin, D. & Mancini, P. (2004). *Modelli di giornalismo*. Roma: Laterza.
- Ippolita (2012). *Nell'acquario di Facebook. La resistibile ascesa dell'anarcocapitalismo*. Milano: Ledizioni.
- Lorusso, A. M. & Violi, P. (2008). *Semiotica del testo giornalistico*. Roma: Laterza.
- Mazzoleni, G. (1998). *La comunicazione politica*. Bologna: Il Mulino.
- McQuail, D. (1994). *Mass Communication Theory*. London: Sage.
- Morcellini, M. (1995). *Elezioni di tv. Televisione e pubblico nella campagna elettorale del 1994*. Genova: Costa e Nolan.
- Morcellini, M. (ed.) (2011). *Neogiornalismo. Tra crisi e rete, come cambia il sistema dell'informazione*. Milano: Mondadori.
- Murialdi, P. (2006). *Storia del giornalismo italiano. Dalle gazzette a Internet*. Bologna: Il Mulino.
- Novelli, E. (2016). *La democrazia del talk show. Storia di un genere che ha cambiato la televisione, la politica, l'Italia*. Milano: Carocci.
- Prignano, M. (2007). *Il giornalismo politico*. Soveria Mannelli: Rubbettino.
- Rizzuto, F. (2009). *Giornalismo e democrazia. L'informazione politica in Italia*. Palermo: Palumbo.
- Rizzuto, F. (2012). *Lo spettacolo delle notizie. Itinerari di sociologia del giornalismo*. Roma: Aracne.
- Ruggiero, C. (2014). *Le sorti della videocrazia. Tv e politica nell'Italia del Mediaevo*. Milano: Mondadori.
- Schudson, M. (2003). *The Sociology of News*. New York: Norton & Company.
- Sorrentino, C. (2008). *La società densa*. Firenze: Le Lettere.
- Splendore, S. (2017). *Il giornalismo ibrido. Come cambia la cultura giornalistica in Italia*. Roma: Carocci.
- Thompson, J. B. (1995). *The Media and Modernity: a Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity Press.
- Ziccardi, G. (2016). *L'odio on line. Violenza verbale ed ossessioni in rete*. Milano: Raffaello Cortina.