

Comunicato stampa

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Università di Zurigo

Zurigo, 14 ottobre 2019

Risultati principali 2019: Annuario Qualità dei media – Schweiz Suisse Svizzera

I mezzi svizzeri d'informazione subiscono la pressione delle piattaforme internet globali

Il comportamento degli svizzeri nei confronti dell'uso dei media è sempre più influenzato da piattaforme come Facebook, YouTube ecc. Su queste piattaforme tuttavia, la maggior parte della gente è principalmente interessata alla comunicazione con amici o all'intrattenimento e meno alle notizie. È anche per questo motivo che la quota di «deprivati delle notizie» negli scorsi dieci anni è aumentata di 15 punti percentuali. Attualmente, il 36 per cento della popolazione svizzera non consuma praticamente notizie. Benché sempre meno utilizzati, i media svizzeri d'informazione vengono tuttavia classificati come molto più affidabili rispetto ai social media. Questo è quanto dimostra l'«Annuario Qualità dei media», pubblicato quest'anno per la decima volta.

Nel suo comportamento di utilizzo, il pubblico svizzero dei media dà meno importanza ai mezzi d'informazione. Nel frattempo, i «deprivati delle notizie» rappresentano il gruppo di utenti principale e la loro quota è passata dal 21 per cento (2009) al 36 per cento (2019). Queste persone praticamente non consumano notizie e se si informano, allora lo fanno soltanto occasionalmente sui social media. Per quanto riguarda l'uso dei social media, come motivo di utilizzo principale la maggior parte delle persone indica l'intrattenimento e la comunicazione con gli amici. Le notizie rivestono un ruolo subordinato. Nonostante il loro utilizzo sia in diminuzione, i media svizzeri continuano a essere considerati fonti informative affidabili. Circa la metà delle svizzere e degli svizzeri si fida dei mezzi d'informazione (47%), mentre la fiducia nei confronti delle notizie pubblicate sui social media (17%) è decisamente inferiore. Complessivamente, attraverso varie analisi come quella sulla «piattaformizzazione» (l'ascesa delle grandi piattaforme internet), l'edizione in occasione del decimo anniversario dell'Annuario mostra i cambiamenti del sistema svizzero dei media e del pubblico.

Persone private e addetti alle relazioni pubbliche politiche: attori che determinano le priorità tematiche sui social media

Un'analisi di tutti gli utenti svizzeri di Twitter mostra in maniera esemplare il cambiamento del pubblico digitale. Giornalisti o organizzazioni operanti nel settore dei media ricevono attraverso i tweet decisamente meno attenzione rispetto alle persone private o ai politici. La gerarchia degli attori più influenti che determinano le tematiche viene capovolta rispetto al classico pubblico dei mass media. I cosiddetti media alternativi, alcuni dei quali diffondono teorie di complotto o notizie disinformanti, nella sfera svizzera Twitter invece non rivestono praticamente alcuna importanza. All'interno del pubblico digitale svizzero il problema non è quindi costituito tanto dalle false informazioni mirate, quanto dalle relazioni pubbliche politiche.

Crescente privatizzazione del pubblico digitale

In Svizzera, l'importanza dei servizi di messaggistica come *WhatsApp* o *Facebook* è fortemente aumentata. *WhatsApp* è oggi la social app maggiormente in voga e in Svizzera viene utilizzata regolarmente da due terzi della popolazione (74%). Servizi *Messenger* di questo tipo favoriscono la privatizzazione del dibattito sociale, aumentando così il rischio che la diffusione di contenuti problematici passi inosservata.

Qualità dei media: professionalità elevata, importanza, varietà e lavoro di contestualizzazione in calo

La crescente importanza delle piattaforme internet globali toglie risorse al giornalismo d'informazione svizzero. Questo sovertimento della digitalizzazione si ripercuote sulla qualità: la qualità della copertura mediatica dei 66 mezzi d'informazione esaminati diminuisce in modo misurabile, ma soltanto leggermente e non in tutte le dimensioni qualitative. Nel mondo svizzero dei media l'orientamento a standard giornalistici professionali rimane elevato. Diminuisce invece l'importanza, detto in altre parole aumenta l'uso di notizie leggere. Si registrano perdite anche per quanto riguarda il lavoro di contestualizzazione. Un drastico calo si registra a livello di informazioni di fondo. Tra il 2015 e il 2018, le maggiori perdite dal punto di vista qualitativo si osservano infatti nella varietà dei contributi giornalistici.

Status dei media di riferimento – soltanto pochi media vengono citati spesso

In base alle citazioni, soltanto pochi media raggiungono in Svizzera lo status di mezzo informativo di riferimento. La maggior parte dei riferimenti riguardano la *SRF* e il *Blick*, seguiti da altri grandi media cartacei e online dell'area di Zurigo. Le grandi testate in abbonamento zurighesi vengono citate spesso soprattutto per i loro contributi politici ed economici, mentre la *SRF*, oltre che per la politica, viene citata anche per contributi in ambiti culturali. La testata popolare *Blick* ottiene il maggior numero di citazioni per i suoi contenuti sportivi e, insieme a *20 minuti*, anche in ambito sociologico. I media della Svizzera romanda e della Svizzera italiana vengono citati relativamente di rado.

Coesione mediale – la cronaca sportiva del *Blick* è la più importante e supera le frontiere linguistiche

Un'ulteriore analisi dell'Annuario a livello di contenuto mostra che la frequenza di citazione delle altre località e regioni linguistiche da parte dei media svizzeri varia considerevolmente. I media della Svizzera tedesca parlano principalmente della propria regione linguistica (81%) e meno delle altre due parti del Paese (19%), mentre i media della Svizzera romanda riferiscono delle altre regioni linguistiche un po' più frequentemente (37%). I media della Svizzera italiana sono quelli che riferiscono maggiormente sulle altre parti del Paese (51%). Il *Blick* riferisce sulle altre regioni linguistiche in particolare in ambito sportivo. Anche le notizie di agenzia assumono una funzione importante per la coesione linguistico-regionale. I media popolari come il *SonntagsBlick* e il portale della *SRG SSR* riferiscono in modo superiore alla media sulle altre regioni linguistiche.

A favore di una politica dei media più coraggiosa

I risultati esposti nell'Annuario confermano la pressione che le piattaforme internet globali esercitano sul giornalismo d'informazione svizzero, pregiudicando le prestazioni fornite dai mezzi d'informazione a favore della società democratica. Le autrici e gli autori chiedono pertanto una politica più coraggiosa nei confronti dei media, comprendente una maggiore promozione diretta e indiretta degli stessi e un'intensificazione delle cooperazioni a favore della creazione di un'infrastruttura digitale comune per il giornalismo d'informazione.

Informazioni sui metodi

Analisi dei contenuti

La valutazione della qualità della copertura mediatica si basa su un campione casuale del 2018. Complessivamente sono stati esaminati 23'961 contributi delle 64 offerte informative di maggiore diffusione della Svizzera tedesca, della Svizzera romanda e della Svizzera italiana. L'analisi della qualità poggia sulle seguenti dimensioni: importanza, varietà, lavoro di contestualizzazione e professionalità. Le citazioni dei media sono state analizzate all'interno dei campioni casuali degli anni 2018 e 2017. Su un totale di 39'237 contributi delle 48 testate cartacee e online di maggiore diffusione, in 2141 contributi è stato citato almeno un mezzo d'informazione svizzero.

La tematica relativa alle località svizzere è stata analizzata all'interno dei campioni casuali degli anni 2016, 2017 e 2018. Complessivamente sono stati analizzati 48'257 contributi delle 47 testate cartacee e online di maggiore diffusione, nei quali è stato citato almeno uno dei 189 Comuni svizzeri selezionati.

La diffusione di *tweet* nella sfera svizzera di *Twitter* si basa su un rilevamento di tutti gli utenti svizzeri di *Twitter*. Nel periodo tra aprile 2019 e giugno 2019, circa 16,6 milioni di *tweet* dei 302'954 utenti sono stati rilevati e analizzati attraverso procedure automatizzate e manuali.

Sondaggi d'opinione

In primo luogo, quest'anno sono stati presi nuovamente in considerazione i dati del «Reuters Digital News Report». Il rapporto globale contiene dati di sondaggio rappresentativi sul comportamento nell'utilizzo delle notizie digitali (oltre 74 000 interviste) della popolazione di 38 Paesi, compresa la Svizzera. «fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Università di Zurigo» è l'organizzazione partner svizzera di questo ampio studio condotto dal Reuters Institute for the Study of Journalism presso l'University of Oxford. Sono stati intervistati ben 2000 utenti Internet della Svizzera tedesca e della Svizzera francese. Sulla base di panel on-line sono stati estratti a sorte campioni casuali rappresentativi degli utenti Internet a partire dai 18 anni d'età.

In secondo luogo, nelle analisi sono confluiti i dati di sondaggio provenienti da uno studio rappresentativo sull'utilizzo dei media condotto annualmente dal *fög* in collaborazione con GfK Switzerland. Nell'ambito di questo studio, dal 2009 vengono svolte, all'inizio di ogni anno, ben 3400 interviste on-line (vedi capitolo «Metodologia» e capitolo II).

Indicatori del settore dei media

Le analisi relative al grado di diffusione e di concentrazione dei mezzi d'informazione rispettivamente del mercato dei media si basano sulle tirature rispettivamente sui valori del raggio di diffusione delle organizzazioni di ricerca mediatica WEMF, NET-Metrix e Mediapulse. I dati inerenti al finanziamento dei media provengono dalla Fondazione Statistica svizzera della pubblicità e da Stiftung Werbestistik Schweiz.

Contatto

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich

Andreasstrasse 15

CH-8050 Zürich

Tel. +41 (0)44 635 21 11

e-mail kontakt@foeg.uzh.ch

Annuario Qualità dei media – Schweiz Suisse Svizzera

Dalla sua prima pubblicazione nel 2010, lo scopo dell'Annuario è quello di approfondire il dibattito sulla qualità dei mezzi d'informazione e di promuovere la consapevolezza per le prestazioni del giornalismo d'informazione nella società. L'Annuario rappresenta una fonte per gli operatori dei media, per gli attori della politica e dell'economia, per gli scienziati e per tutte le persone interessate allo sviluppo dei media e dei loro contenuti. Lo stimolo per la compilazione dell'Annuario è la convinzione che la qualità della democrazia dipenda dalla qualità dei media. Grazie all'Annuario, il pubblico dispone di un metro di misura per decidere a quale giornalismo vuole esporsi, mentre i professionisti dei media dispongono di un metro di misura per riflettere sul giornalismo che intendono produrre e per il quale sono disposti a chiamarsi responsabili. La politica, infine, ottiene informazioni relative all'evoluzione nel settore dei media e alle risorse a disposizione del giornalismo d'informazione in Svizzera.

Chi sono i Responsabili dell'Annuario?

L'Annuario è elaborato e pubblicato dal «fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Università di Zurigo» (www.foeg.uzh.ch). Alla ricerca prendono parte otto collaboratori scientifici e tre collaboratori studenteschi che garantiscono la qualità delle analisi.

Chi finanzia e sostiene l'Annuario?

Il finanziamento dell'Annuario è garantito dalla Fondazione di interesse collettivo *Kurt Imhof Stiftung für Medienqualität* (www.kurt-imhof-stiftung.ch) e dall'Università di Zurigo. Il Consiglio di Fondazione è composto da: Christine Egerszegi-Obrist, Mark Eisenegger, Barbara Käch, Yves Kugelmann, Oswald Sigg e Peter Studer.

La Fondazione deve i fondi per il progetto ai seguenti donatori: Adolf und Mary Mil-Stiftung, CH Media, Ufficio federale delle comunicazioni (UFCOM), La Posta Svizzera SA, doku-zug.ch, Fondazione per il Corriere del Ticino, Gottfried und Ursula Schäppi-Jecklin Stiftung, NZZ-Mediengruppe, Paul Schiller Stiftung, Mobiliare Svizzera Società d'assicurazioni SA, Ringier AG, Somedia AG, SRG SSR, Associazione Media con Futuro, Zürcher Kantonalbank e a diversi donatori individuali.

Eventuali contributi a favore della Fondazione *Kurt Imhof Stiftung für Medienqualität* possono essere versati sul seguente conto bancario: ZKB Zürich-Oerlikon – Numero di conto: 1100-1997.531 – Conto postale Banca: 80-151-4, IBAN: CH28 0070 0110 0019 9753 1, Numero di clearing bancario 700, SWIFT: ZKBKCHZZ80A

Contatto: fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Università di Zurigo, Andreasstrasse 15, CH-8050 Zurigo, telefono: +41 44 635 21 11, e-mail: kontakt@foeg.uzh.ch

Dove è possibile ottenere l'Annuario e gli studi d'approfondimento?

L'Annuario è disponibile in forma stampata (ISBN 978-3- 7965-4089-9) presso la casa editrice Schwabe (www.schwabeverlag.ch) e viene pubblicato, ogni anno, in autunno. Inoltre, è disponibile un PDF dell'Annuario «Qualità dei media» scaricabile gratuitamente su www.qualitaet-der-medien.ch. Gli studi d'approfondimento «Studien Qualität der Medien» (SQM) – che vengono pubblicati parallelamente all'Annuario e che trattano gli aspetti focali inerenti alla qualità dei media – vengono pubblicati sotto forma di documenti PDF distinti, disponibili anch'essi gratuitamente sul sito www.qualitaet-der-medien.ch.