

Comunicato stampa

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Università di Zurigo

Zurigo, 23 ottobre 2017

Risultati principali 2017: Annuario «Qualità dei media – Schweiz Suisse Svizzera»

«Piattaformizzazione» e varietà apparente nella comunità virtuale

Anche in Svizzera, il consumo di notizie si svolge in maniera crescente attraverso canali digitali. Invece che ai produttori effettivi, l'informazione viene attribuita in misura crescente alle piattaforme degli intermediari della tecnologia come Facebook e Google. Questa «piattaformizzazione» espone il giornalismo d'informazione professionale a forti pressioni sotto il profilo sia qualitativo che finanziario. Al contempo, l'idea di una comunità virtuale senza confini che genera una nuova varietà di mezzi d'informazione rilevanti si rivela illusoria. Sebbene, oltre ai siti di news che dominano il mercato, esistano numerose pubblicazioni su Web con ambizioni informative, la loro cerchia di utenti è tuttavia ristretta – inoltre, di gran lunga non tutti questi operatori si orientano a standard giornalistici di qualità.

Il mercato svizzero delle notizie digitali è altamente concentrato. Nella Svizzera tedesca, le tre case editrici mediatiche Tamedia AG, Ringier AG e SRG SSR controllano già oggi il 71% del mercato dei lettori on-line. Nella Svizzera francese e in quella italiana, i tre «leader» dispongono di una quota di mercato pari addirittura all'88%. Solo pochi fornitori di notizie possono permettersi di creare e mantenere una piattaforma d'informazione digitale, con il potenziale per raggiungere un pubblico di massa. Sono questi i risultati a cui il fög – *Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft* dell'Università di Zurigo giunge nell'ottava edizione del suo Annuario «Qualità dei media».

I media alternativi beneficiano dei giganti della tecnologia

La spesso invocata nuova varietà nella rete si rivela solo apparente. Nell'ombra dei siti di news che dominano il mercato è nata una serie di nuove offerte digitali con ambizioni informative ma il loro raggio di diffusione resta limitato e solo pochi operatori possiedono un profilo orientato alla qualità. Ne sono esempi infosperber.ch, tsri.ch o zentralplus.ch. Nuovi media alternativi quali uncut-news.ch, alles-schallundrauch.blogspot.ch o legitim.ch si rivolgono, invece, direttamente contro un ipotetico «mainstream» nella società e nei media – e rispettano solo in parte le regole di un giornalismo di qualità. In Svizzera, l'utilizzo di questi siti Web è ancora limitato. In parte, questi media alternativi raggiungono, tuttavia, quanto meno raggi di diffusione pari a quelli delle summenzionate offerte d'informazione con aspirazioni di qualità. In singoli casi, attraverso il ricorso a piattaforme quali Youtube e Facebook, i media alternativi riescono inoltre a far sentire la propria voce ad ampio raggio grazie a singoli contributi. In tal senso, il contributo con il maggior raggio di diffusione sulla pagina Facebook di legitim.ch ha suscitato oltre 4 000 reazioni da parte degli utenti – un valore che i mezzi d'informazione svizzeri hanno raggiunto solo in casi rari. L'offerta di uncut-news.ch punta su Youtube e vanta, con un totale di 33 milioni di visualizzazioni, una frequentazione altrettanto assidua come quella del canale Youtube orientato alla informazione più utilizzato di SRF (37 milioni di visualizzazioni).

La «piattaformizzazione» mette sotto pressione il giornalismo d'informazione professionale

Anche in Svizzera, il consumo di notizie ha luogo in maniera sempre più marcata attraverso canali digitali. Già oggi, i siti di news o i social media costituiscono la fonte di informazione principale per il 41% degli svizzeri. Quanto più giovane è il pubblico, tanto maggiore è l'importanza assunta da piatta-

forme quali Facebook o Google. Nel consumo di notizie, già il 40% dei giovani di età compresa tra i 18 e i 24 anni punta principalmente alle piattaforme dei social media o ai motori di ricerca, rinunciando alla via d'accesso diretta tramite il sito di news. Così, gli utenti ricollegano le notizie fruite sempre più alle piattaforme degli intermediari della tecnologia invece che agli effettivi produttori dei contenuti. Questa dinamica causa, da un lato, un indebolimento dei marchi mediatici affermati; dall'altro lato, buona parte degli introiti pubblicitari fluisce nelle casse degli intermediari globali della tecnologia e indebolisce, così, ulteriormente la già precaria base di finanziamento dei mezzi d'informazione svizzeri.

Aumenta la qualità dei siti di news giornalistici professionali

La qualità di cronaca dei mezzi d'informazione professionali svizzeri rimane comparativamente elevata e tende addirittura ad aumentare. Dal 2014 a oggi, i siti di news della stampa in abbonamento ma anche della stampa per i pendolari sono riusciti a incrementare continuamente i propri valori di qualità. Con 6,3 punti di scoring su un totale di 10, nel 2016 i siti di news della stampa in abbonamento hanno fornito, in media, una qualità solo marginalmente inferiore rispetto ai loro omologhi stampati con 6,6 punti di scoring. Le offerte per i pendolari realizzano on-line (5,0) scoring qualitativi nettamente superiori che off-line (4,7 punti di scoring).

Facebook deprime la qualità

Nell'analisi qualitativa rientrano ora anche le pagine Facebook degli operatori mediatici ad ampio raggio di diffusione. Di regola, il livello qualitativo di un marchio mediatico non può essere mantenuto su Facebook. Soltanto nel caso di NZZ, la qualità dell'offerta è superiore su Facebook rispetto al sito di news (+0,4 punti di scoring). Gli altri 13 fornitori di notizie analizzati creano su Facebook un'offerta, in genere, qualitativamente inferiore rispetto a quella del sito di news corrispondente. Facebook è un mezzo d'informazione emozionale. Qui, le soft news e l'infotainment sono, pertanto, decisamente sovrarappresentati. Piattaforme come Facebook favoriscono quindi contributi di bassa qualità.

Impianto d'analisi, metodologia adottata e ulteriori informazioni

Le analisi dell'Annuario e negli studi d'approfondimento sulla qualità dei media si basano sui seguenti dati:

Analisi dei contenuti:

La valutazione della qualità di cronaca si fonda su un campione casuale risalente al 2016. Sono stati considerati complessivamente 28 214 contributi delle 79 offerte d'informazione con il maggior raggio di diffusione della Svizzera tedesca, francese e italiana. A titolo innovativo sono state considerate anche le pagine Facebook delle offerte d'informazione con un ampio raggio di diffusione. A guidare l'analisi qualitativa sono le dimensioni «rilevanza», «varietà», «servizio di contestualizzazione» e «professionalità».

Sondaggi tra il pubblico:

Il *fög* è l'organizzazione partner svizzera dello studio internazionale «Reuters Digital News Report». Questo rapporto, pubblicato annualmente, comprende i dati di un sondaggio relativo al comportamento di consumo mediatico da parte del pubblico di 36 Paesi (oltre 70 000 interviste). Nella Svizzera tedesca e nella Svizzera francese sono stati intervistati utenti di Internet che hanno compiuto il 18° anno d'età.

Indicatori nel settore mediatico:

Per poter analizzare i cambiamenti intercorsi nell'utilizzo, nel finanziamento e nell'assetto proprietario dei mezzi d'informazione vengono utilizzati dati secondari. Le fonti sono rappresentate da WEMF, Net-Matrix, Mediapulse, Media Focus, Stiftung Webestatistik Schweiz, Netvizz e Similarweb.

Ulteriori informazioni relative alla metodologia adottata, alla concezione della qualità, allo scoring qualitativo e al finanziamento dell'Annuario sono disponibili su www.foeg.uzh.ch/de/jahrbuch.

Contatto

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Università di Zurigo
Andreasstrasse 15
CH-8050 Zurigo
Tel. +41 (0)44 635 21 11
E-mail kontakt@foeg.uzh.ch

Annuario 2017 «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 contribuire al miglioramento della loro stessa qualità. Esso 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 della comunicazione pubblica trasmessa dai 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 del 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 nove collaboratori scientifici e sette 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, Fabio Lo Verso, Dick Marty, Oswald Sigg e Peter Studer.

La Fondazione deve i fondi per il progetto in particolare ai seguenti donatori: Adolf und Mary Mil-Stiftung, AZ Medien AG, Ufficio federale delle comunicazioni (UFCOM), La Posta Svizzera SA, Fondazione per il Corriere del Ticino, Associazione Interpharma, Paul Schiller Stiftung, NZZ-Mediengruppe, Mobiliare Svizzera Società d'assicurazioni SA, Ringier AG, Somedia AG, 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.

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

L'Annuario è disponibile in forma stampata (ISBN 978-3-7965-3695-3) e come e-book (ISBN 978-3-7965-3712-2) presso la casa editrice Schwabe (www.schwabeverlag.ch) e viene pubblicato, ogni anno, in autunno. Gli studi d'approfondimento sono pubblicati sotto forma di e-paper separati e sono liberamente accessibili su www.foeg.uzh.ch. Ogni anno vengono pubblicati due-tre di tali studi.

Sul sito del fög (www.foeg.uzh.ch/de/jahrbuch) sono disponibili ulteriori informazioni.