

13.08.2010 - 12:00 Uhr

La perdita di qualità dei media si ripercuote sulla democrazia / Annuario 2010 "Qualità dei media - Schweiz Suisse Svizzera"

Berna (ots) -

I media svizzeri si trovano al centro di un fondamentale processo di trasformazione: lo spostamento della fruizione dei media verso una cultura gratuita online e offline, congiuntamente alla situazione finanziaria gravemente peggiorata, alimenta un'erosione della qualità nella grande tradizione giornalistica svizzera. Una trasformazione che si ripercuote sulla qualità dei confronti democratici. Ciò viene dimostrato dal primo annuario "Qualità dei media - Schweiz Suisse Svizzera", presentato al pubblico a Berna il 13 agosto 2010.

La prima pubblicazione dell'annuario "Qualità dei media - Schweiz Suisse Svizzera" della fög - Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft/Università di Zurigo arriva a una conclusione complessiva deludente:

in Svizzera, paese di lunga tradizione giornalistica, si assiste a una perdita di terreno dei giornali in abbonamento, centrali per l'editoria, dal punto di vista di tiratura, fruizione e utili e a un calo progressivo delle loro risorse finanziarie. Nel frattempo la cultura della gratuità, con i media online e i giornali per i pendolari, distrugge la consapevolezza dei costi del giornalismo professionale da parte dei consumatori. Ciò mina la qualità dei mezzi d'informazione, favorisce il processo di concentrazione, indebolisce il prestigio della professione e aumenta l'insoddisfazione dei giornalisti. Inoltre a causa del divario di qualità fra i media a pagamento, in calo progressivo, e i media gratuiti, in crescita, vi sono diversi settori di interesse per i relativi gruppi di pubblico. Questi sviluppi debilitano il più importante dei servizi pubblici nella democrazia: infatti la qualità dei confronti democratici dipende dai servizi di comunicazione dei media.

Avanzata dei mezzi di informazione di scarsa qualità

L'offerta editoriale di mezzi di informazione gratuiti di scarsa qualità, sia online che offline, è aumentata notevolmente in Svizzera, mentre la stampa a pagamento si trova in una profonda crisi finanziaria. La fruizione di giornali e media online gratuiti continuerà ad aumentare in confronto alla stampa in abbonamento e a radio e televisioni pubbliche, poiché soprattutto i gruppi di giovane età, fra i 15 e i 34 anni, si sono socializzati in una cultura della gratuità nella quale l'attualità del momento e i fatti di cronaca personali hanno un peso esageratamente alto. Ciò vale in generale anche per i siti di news online, che vivono della reputazione della testata giornalistica o dell'emittente da cui prendono il nome, ma non dispongono di risorse sufficienti per soddisfare requisiti di qualità giornalistica.

Iniziativa popolare contro i minareti: forma invece di contenuto

Che la perdita di qualità dei media in Svizzera abbia conseguenze negative per la qualità dei discorsi democratici è stato dimostrato

fra l'altro chiaramente dallo studio di approfondimento sull'iniziativa contro i minareti. Colpisce la rappresentanza impari fra i partiti che appoggiano il divieto (tre quarti della risonanza mediatica) e quella dei partiti che lo rifiutano (un solo quarto). In questo modo nella copertura mediatica si rovesciano del tutto i rapporti di maggioranza nel parlamento. Le azioni di pubbliche relazioni come i manifesti anti minareti o il gioco dei minareti ottengono un'alta attenzione dei media. Corrispondentemente la discussione è fortemente caratterizzata da una concentrazione su questioni di forma (stile, violazione di tabù), invece che di contenuto.

Crescente orientamento alle questioni interne a danno della copertura mediatica su quelle estere

Proprio nell'era della globalizzazione e nel momento della crisi economica globale diminuisce l'osservazione internazionale a vantaggio di una maggiore attenzione a notizie nazionali e soprattutto regionali. L'orientamento alle questioni interne dei media svizzeri a danno della copertura mediatica su questioni internazionali è aumentata notevolmente nel tempo. I programmi radiotelevisivi pubblici, soprattutto quelli radiofonici, e i giornali in abbonamento interregionali generalmente contribuiscono ancora a una copertura mediatica rilevante sull'estero. Fra l'altro anche qui l'intensa osservazione dalle tre regioni linguistiche sugli avvenimenti mondiali, tipica della tradizione editoriale svizzera, si è notevolmente ridotta.

I nuovi media - giornali gratuiti e siti di news - ma anche le radio private e molti giornali in abbonamento, riducono il mondo a notizie di agenzie. I gruppi di utenti che fruiscono di tali mezzi d'informazione prendono conoscenza di un mondo al di fuori della Svizzera che consiste di una serie di crisi, guerre, catastrofi e scandali. Nell'orientamento regionale della radiotelevisione privata e anche nella stampa in abbonamento regionale si constata inoltre un orientamento giornalistico che assegna un significato esagerato ai fatti di cronaca personali e allo sport.

Crisi finanziaria: fallimento della funzione sismografica

Prima della crisi dei mercati finanziari la funzione sismografica di tempestiva allerta non è stata espletata dalla copertura mediatica in ambito economico. La crisi è stata riconosciuta molto tardi, vale a dire dalla seconda metà del 2007. Solo allora è cominciata un'intensa inflazione della tematizzazione della crisi, seguita però, dopo i primi risultati trimestrali positivi nel settore finanziario, da una deflazione ancora più rapida della copertura mediatica, nonostante la mancanza di una risoluzione dei problemi di base. Ciò avviene non da ultimo a causa del passaggio, in corso dagli anni '90, da una copertura mediatica in campo economico interessata ad argomenti sociali generali e di politica economica a una concentrazione su singole aziende, le loro prestazioni e i loro dirigenti. Il giornalismo economico si è tarato sui risultati trimestrali e ha perso di vista sviluppi più ampi.

Impianto di analisi: offerta editoriale e validazione di qualità dei contenuti

Questa analisi della qualità dei media si sviluppa su due livelli. Da un lato viene considerata l'offerta editoriale, vale a dire la fruizione, la copertura, gli utili e i rapporti di proprietà dei mezzi d'informazione in Svizzera. Nel 2009 si trattava di 137 fra giornali, emittenti e media online. In seguito vengono sottoposti a

una validazione di qualità del contenuto i più significativi di questi fra tutti i generi di media (stampa, radio, televisione, online). Il campione parziale analizzato era costituito dai 46 più importanti mezzi di comunicazione giornalistici, radiotelevisivi e online nelle tre grandi regioni linguistiche della Svizzera.

Annuario 2010: Qualità dei media - Schweiz Suisse Svizzera

A cosa serve questo annuario? Lo scopo dell'annuario è il rafforzamento della consapevolezza della qualità per i mezzi di informazione. 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 il presente annuario è stata la convinzione che la qualità della democrazia dipende dalla qualità della comunicazione pubblica dei media. L'annuario vuole fornire un contributo affinché la qualità dei media sia un argomento importante della comunicazione pubblica.

Chi è responsabile di questo annuario? L'annuario viene elaborato e pubblicato dalla fög - Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft/Università di Zurigo (www.foeg.uzh.ch). Hanno partecipato alla stesura dell'annuario i seguenti autori (in ordine alfabetico): Seyhan Bayraktar, Pascal Bürgis, Urs Christen, Mark Eisenegger, Patrik Ettinger, Kurt Imhof, Esther Kamber, Jens Lucht, Jörg Schneider, Mario Schranz, Linards Udris.

L'annuario viene promosso dalla fondazione Stiftung Öffentlichkeit und Gesellschaft (www.oeffentlichkeit.ch), il cui Consiglio di fondazione è composto da: Christine Egerszegi-Obrist, Gabriele M. Paltzer-Lang, Kurt Imhof, Yves Kugelmann, Oswald Sigg, Roger de Weck (fino a giugno 2010).

Chi finanzia e supporta il presente annuario? Il finanziamento dell'annuario viene assicurato dalla fondazione di pubblica utilità Stiftung Öffentlichkeit und Gesellschaft (www.oeffentlichkeit.ch). La fondazione ringrazia per i finanziamenti per il progetto in particolare i seguenti donatori (in ordine alfabetico): Allreal Holding SA, Anne Frank Fonds, Banca Cantonale di Zurigo, Credit Suisse Foundation, La Posta Svizzera, Mobiliare Svizzera Società d'assicurazioni SA, Paul Schiller Stiftung, Prof. Otto Beisheim Stiftung, Stiftung für Gesellschaft, Kultur und Presse, Schweiz, Stiftung Qualitätsjournalismus Ostschweiz, Swiss Re, Vontobel-Stiftung, e diversi donatori singoli.

Dove viene pubblicato il presente annuario? L'annuario viene pubblicato presso il Schwabe Verlag (ISBN 978-3-7965-2688-6). I risultati si possono inoltre vedere su Internet (www.qualitaet-der-medien.ch). Su questa piattaforma la fög pubblica regolarmente analisi complementari.

Contatto:

fög - Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft/Università di Zurigo
Andreasstrasse 15
CH-8050 Zurigo
Tel.: +41/44/635'21'11
Fax: +41/44/635'21'01
E-Mail: jahrbuch@foeg.uzh.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100009036/100608453> abgerufen werden.