



Comunicato stampa

Zurigo, 25 ottobre 2021

In tempi di disinformazione cresce l'importanza del giornalismo

Soprattutto in tempo di crisi, un sistema mediatico professionale e di qualità contribuisce a fare chiarezza su cifre e fatti e a combattere la diffusione della disinformazione. Pure la situazione economica in cui versa il giornalismo si è ulteriormente peggiorata. Per la prima volta si registra un calo degli introiti pubblicitari online. In Svizzera le misure a sostegno dei media godono di un consenso relativamente ampio. È quanto emerge nell'Annuario «Qualità dei media 2021» del fög, l'istituto di ricerca di opinione pubblica e società dell'Università di Zurigo.

La disinformazione preoccupa la popolazione

Con la pandemia del coronavirus, la disinformazione, ossia la diffusione intenzionale di notizie false, ha assunto maggiore risonanza nel dibattito in Svizzera. È quanto emerge da un sondaggio rappresentativo condotto in Svizzera dal fög (Istituto di ricerca di opinione pubblica e società) alla fine del 2020. Quasi la metà degli intervistati (49%) ritiene che la disinformazione rappresenti un problema «grave» o «molto grave», soprattutto a fronte di crisi che coinvolgono l'intera società. Poco meno di un quarto dichiara di imbattersi «spesso» o «molto spesso» in notizie false. Secondo i partecipanti allo studio, le fonti principali di disinformazione sono rappresentate da social media (62%), mezzi d'informazione alternativi (39%), portali video (36%) e app di messaggistica (28%). I mezzi d'informazione giornalistica professionali quali i siti web di notizie (20%) o la televisione (13%) vengono indicati più raramente come fonte di disinformazione. Al contrario, la popolazione si avvale delle informazioni fornite dalle testate giornalistiche (61%) nonché dalla Confederazione e dalle autorità (68%) per verificare i contenuti delle fake news.

Migliora la contestualizzazione da parte dei media

Anche durante la seconda ondata della pandemia i media hanno rivolto grande attenzione al coronavirus, seppur in misura minore rispetto alla prima ondata (si veda lo [studio 2020](#)) nonostante il numero di casi in crescita. Inoltre, si è registrato anche un calo dei riferimenti espliciti al coronavirus come minaccia (6%) rispetto alla prima ondata (16%). «L'accusa spesso mossa ai media di creare il panico non trova dunque riscontro nei dati empirici», afferma Mark Eisenegger, esperto di media nonché direttore del fög. La quota di contributi mediatici molto positivi nei confronti delle autorità pubbliche si mantiene a livelli bassi (0,3%), smentendo l'accusa di un giornalismo vicino al potere e privo di senso critico. La contestualizzazione di cifre e statistiche da parte dei media segna un miglioramento rispetto alla prima ondata (21% contro il 12% nel 2020).

Scarsa varietà di figure esperte

Anche durante la seconda ondata della pandemia si è osservato che la varietà di esperte ed esperti risulta piuttosto scarsa. Benché la pandemia condizioni praticamente tutti gli ambiti sociali, continuano a essere dominanti le voci di medici, virologi ed epidemiologi. Pur avendo acquisito più visibilità in confronto alla prima ondata (il 21% contro il 12%), le scienziate sono ancora ampiamente sottorappresentate rispetto ai colleghi uomini.



La minore presenza femminile nei media non si evidenzia solo nella copertura mediatica in tema di coronavirus, come emerge da uno [studio](#) del fög sulla rappresentanza delle donne nei media svizzeri. A confermare la scarsa pluralità è anche lo studio condotto nel quadro della campagna per la votazione popolare sul divieto di dissimulazione del viso del 7 marzo 2021. La minoranza musulmana oggetto della votazione popolare ha poca visibilità su Twitter (13%) e sui media (11%). Anziché coinvolgere le dirette interessate, più spesso ci si è limitati a una discussione generica sulle persone di fede musulmana.

Migliora la qualità dei giornali per i pendolari e delle testate popolari online

Nel complesso, la qualità dei media si mantiene stabile, pur evidenziando cambiamenti a livello di singole dimensioni. Aumenta l'attenzione dei mezzi d'informazione nei confronti della politica (37%, +5 punti percentuali rispetto all'anno precedente), mentre diminuisce la copertura delle soft news come lo sport (10%, -1,5 punti percentuali) e della categoria human interest (30%, -1,3 punti percentuali). Per la prima volta da sei anni a questa parte, la capacità di contestualizzazione attraverso articoli di approfondimento non subisce alcun calo. I tipi di media come la radiodiffusione pubblica e le testate in abbonamento sul web si riconfermano i mezzi d'informazione di maggiore qualità. Gli eventi attuali e la maggiore copertura di temi politici hanno però prodotto un miglioramento della qualità dei giornali per i pendolari e delle testate popolari online. La concentrazione di contenuti, ossia la condivisione di articoli identici su più mezzi d'informazione, ha registrato un ulteriore incremento nella Svizzera tedesca. Nel 2020 questa tendenza ha interessato quasi tutti gli ambiti tematici, ma in particolare la copertura di quelli culturali.

Ampio consenso al sostegno dei media rispetto al panorama internazionale

La pandemia del coronavirus ha comportato un ulteriore peggioramento della situazione economica del sistema mediatico. Per la prima volta dal 2014 si registra un calo degli introiti pubblicitari online. Il timido aumento della disponibilità a pagare per le notizie online (17%, +4 punti percentuali) non basta per finanziare a lungo termine il giornalismo. L'idea di un sostegno più attivo ai media non viene respinta in modo categorico: il 37% degli intervistati ritiene infatti che lo Stato debba finanziare i media privati in caso di difficoltà, mentre un altro 37% è contrario e il 26% si dichiara indeciso al riguardo. In Svizzera la sovvenzione diretta dei media gode di un consenso sorprendentemente elevato rispetto al panorama internazionale.

Un giornalismo di qualità ha bisogno di risorse

I risultati dell'Annuario evidenziano che la pandemia ha accresciuto l'importanza dei mezzi d'informazione professionali. I media rappresentano una fonte di orientamento, forniscono alla popolazione informazioni affidabili e permettono di verificare e smentire le notizie false. Un giornalismo di qualità a servizio della democrazia ha bisogno di risorse. «Si delinea con sempre più chiarezza quanto il sostegno diretto dei media sia imprescindibile per finanziare un giornalismo di qualità», sostiene Eisenegger con convinzione. Tali sovvenzioni sosterebbero in particolare anche operatori mediatici minori e start-up, che forniscono un importante contributo alla pluralità delle opinioni e all'informazione della popolazione.

L'Annuario 2021, così come i risultati principali e gli approfondimenti, sono disponibili su www.foeg.uzh.ch sotto forma di documenti PDF.



Contatto:

Prof. Dott. Mark Eisenegger
Direttore del Forschungszentrum Öffentlichkeit
und Gesellschaft (fög)
Università di Zurigo
Tel.: +41 (0)44 635 21 23
E-mail: mark.eisenegger@foeg.uzh.ch

Ufficio stampa
Università di Zurigo
Tel.: +41 44 634 44 67
E-mail: mediarelations@kommunikation.uzh.ch