



Comunicato stampa

Zurigo, 14 luglio 2022

La copertura mediatica della guerra in Ucraina è di buona qualità

Durante i conflitti, i media svolgono un'importante funzione di veicolazione delle informazioni. Finora la qualità della comunicazione sulla guerra in Ucraina è stata relativamente alta, come mostra uno studio dell'Università di Zurigo. I media svizzeri hanno offerto resoconti sfaccettati della guerra, fornito informazioni di contesto e utilizzato con prudenza le immagini. Tuttavia, hanno trascurato alcune regioni indirettamente coinvolte e sono dipendenti da fonti esterne.

Da quando, a febbraio 2022, l'Ucraina è stata invasa dalle truppe russe, il conflitto domina i titoli e ha preso il posto della pandemia di coronavirus come argomento più seguito. Nei primi giorni dopo l'invasione, fino al 45 per cento di tutte le notizie diffuse dai mezzi di informazione era collegato alla guerra in Ucraina. Con il tempo l'attenzione è calata, assestandosi sul 20 per cento dell'intera copertura mediatica nel maggio 2022, con un valore pur sempre molto elevato. Questi sono i risultati di uno studio del fög - Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (Centro di ricerca sul pubblico e la società) presso l'Università di Zurigo, che ha esaminato tramite analisi contenutistiche automatizzate e manuali il rilievo dato dai media alla guerra in Ucraina tra gennaio e maggio 2022. Sono stati analizzati 13 media online della Svizzera tedesca e romanda.

«I grandi scontri bellici creano un crescente bisogno di informazioni e orientamento, in cui i media svolgono un ruolo importante. Tuttavia, operano in condizioni sfavorevoli, ad esempio per la maggiore difficoltà di accedere alle informazioni o per l'azione della censura», spiega Linards Udris, responsabile dello studio e vice ricercatore capo del fög. A suo parere, in tale contesto la questione della qualità della copertura mediatica è di particolare interesse.

Grande varietà di argomenti con punti ciechi

Nei propri resoconti sulla guerra in Ucraina i media svizzeri si sono concentrati su aspetti diversi. Sui media scandalistici e per pendolari la parte più consistente è stata rappresentata da notizie d'attualità sull'andamento del conflitto (39%), con una percentuale notevolmente più alta rispetto ai siti web dei media ad abbonamento o del servizio radiotelevisivo pubblico (25% ciascuno). I media ad abbonamento (41%) e il servizio radiotelevisivo pubblico (42%) si sono invece focalizzati maggiormente sulle conseguenze politiche, economiche e sociali della guerra rispetto ai media scandalistici e per pendolari (25%). Un'analisi automatizzata della varietà geografica della copertura mediatica della guerra ha inoltre mostrato una forte concentrazione dell'attenzione su Ucraina (20%), Russia (13%) e altri paesi, soprattutto occidentali. Altre regioni del sud del mondo, coinvolte indirettamente e minacciate dalla fame, sono state trascurate.

Opera di contestualizzazione superiore alla media

È stata esaminata anche la misura in cui i media hanno fornito informazioni di contesto sulla guerra in Ucraina. Emerge che, nel complesso, i media online analizzati presentavano un'elevata percentuale di contributi contestualizzanti (25%), nettamente superiore rispetto a quella di gennaio 2021 (14%)



relativa alla copertura mediatica totale di qualsiasi argomento. I media ad abbonamento (41%) hanno contribuito in maniera particolarmente consistente alla contestualizzazione, con un'opera in tal senso che ha superato di 17 punti percentuali quella della copertura mediatica complessiva. Ma anche i media scandalistici e per pendolari hanno fornito più contesto sulla guerra in Ucraina (11% rispetto al 7% della copertura mediatica complessiva).

Uso prudente delle immagini

Le immagini svolgono una funzione centrale nella rappresentazione mediatica della guerra. Nel flusso informativo esaminato erano quasi assenti rappresentazioni problematiche di morti e feriti, proposte solo nel 4 per cento dei casi e sempre con l'anonimizzazione delle vittime, ovvero con i volti non visibili o pixelati e i corpi coperti o anch'essi resi indistinguibili. «Nel complesso, l'uso di immagini di feriti e morti è risultato corretto dal punto di vista dell'etica mediatica», afferma Udris.

Elevata dipendenza da fonti esterne

Tutte le tipologie di media sono risultate in parte molto dipendenti da agenzie di stampa o fonti esterne. Il 62 per cento della copertura mediatica estera dei media scandalistici e per pendolari si è basato su notizie d'agenzia (media ad abbonamento: 10%, servizio radiotelevisivo pubblico: 32%). Di norma questi media non dispongono di una rete di corrispondenti propria, a differenza dei media ad abbonamento e del servizio radiotelevisivo pubblico, i cui contributi provenivano rispettivamente per il 32 e il 18 per cento da corrispondenti esteri. Oltre alle agenzie di stampa, anche i media giornalistici (21%) e i social media (16%), primo tra tutti Twitter, hanno costituito fonti esterne centrali per i contributi. Per tutte le tipologie di media sono state poi importanti le fonti statali e militari, riprese dal 31 per cento dei contributi. «Proprio la dipendenza da queste fonti esterne implica il rischio di un'adozione acritica della narrativa delle parti belligeranti», sottolinea Udris.

Contatto:

Dr. Linards Udris
Vice ricercatore capo
Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög)
Università di Zurigo
Tel. +41 44 635 21 17
E-mail: linards.udris@foeg.uzh.ch

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