

Qualità della copertura mediatica dei musulmani in Svizzera

Patrik Ettinger

Studio realizzato su mandato della Commissione federale contro il razzismo CFR
Berna 2018



Qualità della copertura mediatica dei musulmani in Svizzera

Patrik Ettinger

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft, Università di Zurigo

Studio realizzato su mandato della Commissione federale contro il razzismo (CFR)
con il sostegno della Fondazione Mercator Svizzera

Berna 2018

Impressum

Qualità della copertura mediatica dei musulmani in Svizzera

Patrik Ettinger, fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft, Università di Zurigo
Berna, settembre 2018

Edito

Commissione federale contro il razzismo CFR, Inselgasse 1, CH – 3003 Bern.
Tel. 058 464 12 93. ekr-cfr@gs-edi.admin.ch. www.ekr.admin.ch

Traduzioni

Francese: Service linguistique français SG-DFI
Italiano: Servizio linguistico italiano SG-DFI

Concezione grafica

Monica Kummer Color Communications

Scarica

www.ekr.admin.ch

Riproduzione autorizzata con menzione della fonte; copia alla CFR

Indice

	L'essenziale in breve	6
1	Oggetto e struttura	8
2	Metodo e campione dell'analisi	10
3	Dinamica della copertura mediatica	11
4	Qualità della copertura mediatica	12
4.1	Contesto tematico	12
4.2	Tonalità della copertura mediatica	14
4.3	Generalizzazioni	16
4.4	Diversificazione degli attori e delle argomentazioni	18
4.5	Enfatizzazione degli aspetti emotivi	23
4.5	Integrazione di informazioni di approfondimento	24
	Conclusioni	28
	Bibliografia	30

L'essenziale in breve

- **Il presente studio analizza** la qualità della copertura mediatica dei musulmani in Svizzera di 18 testate sulla base di un campione rappresentativo di articoli.
- **La qualità è misurata** in base al grado di diversificazione (diversificazione degli aspetti tematici, degli attori e delle argomentazioni e rinuncia a generalizzazioni) e alla razionalità (stile oggettivo e integrazione di informazioni di approfondimento) della copertura mediatica.
- **L'intensità della copertura mediatica** è condizionata da attentati terroristici perpetrati in altri Paesi europei: generalmente dopo un attentato il numero degli articoli sui musulmani in Svizzera aumenta di più del doppio. Gli attori politici possono inoltre innescare un'intensificazione della copertura mediatica con campagne promosse in vista di votazioni popolari.
- **Il grado di diversificazione dei contesti** in cui si riferisce sui musulmani in Svizzera è relativamente elevato. Dal 2015 si assiste tuttavia a una crescente focalizzazione sui temi «radicalizzazione» e «terrorismo» (nel 2017 il 54 % degli articoli era dedicato a questi due argomenti). I temi «integrazione riuscita» (2 %) e «vita quotidiana» (2 %) incentrati sulla realtà sociale della maggioranza dei musulmani in Svizzera occupano per contro uno spazio marginale nella copertura mediatica.
- **La quota di articoli con una tonalità che genera distanza nei confronti dei musulmani** è cresciuta più o meno costantemente tra il 2009 e il 2017, passando dal 22 al 69 %. Questo aumento è dovuto in parte allo spostamento dell'attenzione su temi quali la «radicalizzazione», il «terrorismo» e l'«integrazione a rischio». Confrontando le varie testate emergono tuttavia evidenti differenze che sono riconducibili a strategie redazionali diverse e rivelano i margini di manovra nel trattare questi temi: l'84 % degli articoli della *Weltwoche* ha un tenore che genera distanza; nei giornali popolari *SonntagsBlick* e *Blick* questa quota è rispettivamente del 63 e del 59 e nei quotidiani in abbonamento *NZZ* e *Le Temps* del 31 %.
- **Una copertura mediatica che genera distanza è problematica quando ricorre anche a generalizzazioni.** Questo connubio è riscontrabile nell'8 % degli articoli; anche in questo caso la *Weltwoche* (48 %) e i giornali popolari *Sonntags- Blick* (24 %) e *Blick* (11 %) presentano valori superiori alla media.
- **Il grado di diversificazione degli attori e delle argomentazioni** è analizzato sulla base di tre esempi (eventi mediatizzati): «divieto di dissimulazione del viso in Ticino», «stretta di mano negata a Therwil» e «moschea An'Nur». In genere vi è una ripartizione relativamente equa delle diverse categorie di attori. Oltre ai media (27,5 % delle argomentazioni censite), hanno infatti ampie opportunità di esprimersi gli attori musulmani (24,0 %) i rappresentanti di organi esecutivi (12,1 %) e gli esponenti di organi legislativi e di partiti (14,9 %). È inoltre dato spazio alle argomentazioni degli attori della società civile (9,0 %) e degli esperti (9,5 %).

- **Il grado di diversificazione** più elevato è registrato nella copertura mediatica della votazione sul divieto di dissimulazione del viso in Ticino. Nel caso della stretta di mano negata a Therwil la copertura era impostata sul confronto tra i due allievi e il Consiglio centrale islamico della Svizzera (CCIS) che li ha sostenuti (33 %) e i rappresentanti dell'organo esecutivo (22 %). Le argomentazioni delle due parti si sono cristallizzate già molto presto. Negli articoli, soprattutto descrittivi, sulla moschea An'Nur prevale l'interpretazione della moschea come luogo di radicalizzazione (35 %). Per combattere la radicalizzazione sono richieste soprattutto misure di sicurezza più incisive (17 %). Le argomentazioni sono avanzate soprattutto dai media stessi (41%), che spesso si riferiscono ad altri media.
- **Nella copertura mediatica dei musulmani in Svizzera, i diretti interessati, ossia gli attori musulmani, fungono prevalentemente da oggetto.** Nel 55 % dei contributi giornalistici si scrive su di loro, senza però dare loro la parola e in un altro 25 % dei casi viene data loro la parola soltanto marginalmente.
- **Sovente quando è data la parola ai musulmani lo scopo è quello di alimentare il confronto.** Godono di un'alta risonanza soltanto pochi esponenti della moschea An'Nur e del CCIS e Saïda Keller-Messahli, nota per le sue posizioni critiche nei confronti delle associazioni nazionali svizzere dei musulmani. Ai rappresentanti di queste associazioni è invece data raramente la parola.

«Prima ero uno jugoslavo per via del mio cognome, adesso sono un musulmano per via del mio nome.»¹

1 Oggetto e struttura

Negli ultimi anni, la minoranza musulmana in Svizzera è stata oggetto di una crescente attenzione da parte dell'opinione pubblica. Il modo in cui è percepita dipende in ampia misura dalla comunicazione pubblica. Attori del mondo politico, esperti, rappresentanti delle chiese e/o delle ONG e delle varie organizzazioni musulmane – per citarne alcuni – dibattono sì su come dovrebbe essere percepita questa minoranza e su soluzioni adeguate a eventuali problemi, ma per ottenere un'ampia risonanza e raggiungere la popolazione nell'era dei social media hanno bisogno di un altro attore centrale: i mass media. Nelle società democratiche sono loro a rendere di dominio pubblico i fatti e i dibattiti e a dettare l'agenda della comunicazione pubblica. I mass media tradizionali seguono logiche specifiche, in parte dettate dalla coscienza giornalistica della propria funzione di divulgare aspetti rilevanti (funzione di forum) e di osservare criticamente l'operato degli attori (funzione critica e di controllo) per contribuire così all'integrazione delle società democratiche (funzione integrativa). Queste logiche si fondano in parte sull'idea che i contenuti giornalistici siano beni culturali o cosiddetti beni meritori. I contenuti giornalistici sono però anche beni commerciali: la loro produzione deve essere finanziata e generare un profitto grazie alle vendite e alle entrate pubblicitarie. Di conseguenza, in un sistema commerciale di questo tipo le logiche sono anche focalizzate sul raggiungimento di un bacino d'utenza possibilmente ampio. Questo obiettivo può essere raggiunto con strategie quali la personalizzazione, l'enfatizzazione degli aspetti emotivi e la stilizzazione dei conflitti. Il rapporto antinomico tra bene culturale e bene commerciale si è ulteriormente accentuato con la crisi dei media tradizionali (su carta) in seguito al calo delle entrate pubblicitarie e del numero di abbonati e alla crescente pressione all'attualità indotta dalla digitalizzazione.

Poiché la percezione che la società ha dei musulmani dipende in ampia misura dai mass media tradizionali e poiché questi sono confrontati con grandi sfide a causa dei cambiamenti in atto nel settore, la questione della qualità della copertura mediatica dei musulmani ha una doppia valenza. Per colmare le lacune nella ricerca e disporre di primi indicatori per misurare la qualità, la Commissione federale contro il razzismo ha commissionato all'istituto di ricerca fög (Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft) dell'Università di Zurigo il presente studio cofinanziato dalla Fondazione Mercator Svizzera. A entrambe le organizzazioni va un ringraziamento per il loro sostegno.

Prima di analizzare la qualità della copertura mediatica è necessario definire chiaramente i criteri scelti per misurarla. Nel formulare i requisiti posti alla copertura mediatica, il presente studio s'ispira alle norme di derivazione illuministica che

¹ Commissione federale della migrazione CFM (2010): Vita musulmana in Svizzera, pag. 4.

reggono la comunicazione pubblica (Habermas 1981). Queste norme influenzano la nostra concezione dei contenuti mediatici come beni culturali (Haller 2010, Arnold 2016) e non si sono soltanto affermate nel discorso scientifico sulla qualità dei media (cfr. Föj 2011), ma sono anche parte della percezione del proprio ruolo dei giornali e si ritrovano per esempio nelle dichiarazioni e direttive del Consiglio della stampa².

Su questa base si possono formulare sei requisiti concreti posti alla copertura mediatica dei musulmani e delle minoranze in generale (cfr. Ettinger 2013):

1. evitare l'unilateralizzazione del contesto tematico e delle prospettive;
2. tenere adeguatamente conto del grado di diversificazione degli attori implicati e delle loro opinioni e permettere agli esponenti della minoranza di esporre attivamente il proprio punto di vista;
3. illustrare con spirito critico i problemi di convivenza tra la società maggioritaria e la minoranza evitando generalizzazioni e semplificazioni;
4. motivare le critiche mosse al comportamento degli attori della maggioranza e della minoranza e le richieste che ne derivano;
5. perseguire uno stile oggettivo;
6. fornire informazioni di approfondimento per una migliore comprensione delle azioni e dei comportamenti.

I primi tre requisiti possono essere riassunti sotto il concetto di diversificazione. Nella copertura mediatica si deve cercare in particolare di rendere l'eterogeneità delle condizioni di vita e delle forme espressive dei musulmani e della loro religione e fornire un'interpretazione adeguata della complessità dei possibili problemi. Gli altri tre requisiti mirano alla razionalità del discorso. Si tratta per esempio di discutere pubblicamente di possibili problemi e di cercare soluzioni che trovino un ampio consenso. I punti 3 e 4 rendono esplicito che questo modo di procedere considera la critica a comportamenti e azioni degli attori musulmani come pure a comportamenti e azioni degli attori della società maggioritaria nei confronti dei musulmani una funzione della copertura mediatica. L'unica condizione posta alla copertura mediatica critica è che risponda ai criteri qualitativi.

Il presente rapporto è strutturato come segue: dopo una breve descrizione del campione analizzato e del metodo (cap. 2) è illustrata la dinamica della copertura mediatica dei musulmani in Svizzera (cap. 3). La parte centrale è dedicata alla validazione della qualità della copertura mediatica dei musulmani in Svizzera sulla base del grado di diversificazione dei contesti tematici (cap. 4.1) e della tonalità (cap. 4.2) abbinata al grado di generalizzazione. Nelle generalizzazioni risiede infatti il rischio che una critica legittima si trasformi in discriminazione (cap. 4.3). In seguito è illustrato il grado di diversificazione degli attori e delle argomentazioni in base a tre eventi centrali («stretta di mano negata», «divieto di dissimulazione del viso» e «moschea An'Nur»). Quali ulteriori indicatori della qualità sono analizzati

2 Cfr. Consiglio svizzero della stampa: Direttive relative alla «Dichiarazione dei doveri e dei diritti del giornalista», p. es. Direttiva 8.2 – Non-discriminazione: «La menzione dell'appartenenza etnica o nazionale, dell'origine, della religione, dell'orientamento sessuale, oppure del colore della pelle, può avere un effetto discriminatorio, soprattutto quando generalizza giudizi di valore negativi e di conseguenza rafforza determinati pregiudizi contro le minoranze. Il giornalista sarà perciò attento al rischio di discriminazione contenuto nella notizia e ne misura la proporzionalità» (evidenziazione PE).

l'oggettività dello stile della copertura mediatica, ossia la rinuncia a un linguaggio che fa leva sulle emozioni (cap. 4.5) e l'integrazione di informazioni di approfondimento (cap. 4.6). In una breve conclusione (cap. 5) sono riassunte le principali considerazioni emerse dall'analisi.

2 Metodo e campione dell'analisi

I risultati del presente studio si basano sull'analisi dei contenuti di un campione rappresentativo di contributi redazionali pubblicati su media di riferimento svizzeri che danno grande risalto ai musulmani in Svizzera o per lo meno dedicano loro ampio spazio. L'analisi copre il periodo dal 2009 alla metà del 2017.

Per disporre di un campione rappresentativo del panorama mediatico svizzero, sono stati scelti giornali di riferimento, ossia testate con una tiratura elevata e ritenute particolarmente rilevanti dai cittadini, dai politici e da altri giornalisti. Sono inoltre stati presi in considerazione diversi tipi di media su carta: giornali in abbonamento, giornali popolari e giornali gratuiti, giornali domenicali e settimanali. In questo modo è possibile cogliere anche le dinamiche evolutive del mondo mediatico. Nel rispetto del plurilinguismo svizzero, sono stati scelti media delle tre grandi regioni linguistiche del nostro Paese. Il campione è costituito dai quotidiani in abbonamento *Neue Zürcher Zeitung*, *Tages-Anzeiger*, *Berner Zeitung*, *Basler Zeitung*, *Le Temps*, *24heures* e *Corriere del Ticino*, dai giornali popolari *Blick* e *Le Matin*, dai giornali gratuiti *20Minuten*, *20minutes*, *20minuti* e *Blick am Abend* e dai giornali domenicali o settimanali *SonntagsZeitung*, *SonntagsBlick*, *Weltwoche*, *Le Matin Dimanche* e *Il Caffè*³.

Mediante una ricerca di parole chiave nel testo integrale sono stati rilevati tutti gli articoli pubblicati dedicati ai musulmani o alla loro religione. Questi articoli costituiscono l'insieme di base della copertura mediatica. Da questo insieme è stato estratto un campione rappresentativo di 1488 articoli in cui il tema centrale sono i musulmani in Svizzera. Tutti questi contributi giornalistici sono stati sottoposti a un'analisi categoriale del contenuto. Effettuata sull'intero testo, questa analisi consente di estrapolare il periodo considerato, lo stile, la contestualizzazione, il grado di generalizzazione, il contesto tematico e la tonalità della copertura mediatica degli attori musulmani oggetto dell'articolo (empatia, distanza).

Sulla base di questa rilevazione sistematica degli articoli sui musulmani in Svizzera sono stati scelti tre eventi che hanno suscitato un grande interesse mediatico: il divieto di dissimulazione del viso in Ticino (145 articoli), la stretta di mano negata da due allievi di Therwil (BL) alla maestra (64) e gli eventi legati alla moschea di An'Nur di Winterthur (241). Sono stati rilevati e analizzati sul piano del contenuto tutti i contributi redazionali pubblicati nelle versioni su carta e sui siti Internet delle testate considerate. Oltre alle categorie menzionate, sono state rilevate anche le argomentazioni centrali riferite all'oggetto trattato. È stato inoltre definito a quale categoria appartengono gli attori (rappresentanti di organi esecutivi o legislativi, della società civile, dei media ecc.) che si sono espressi su un argomento. Per i politici è stata inoltre determinata l'appartenenza partitica. Infine è stato rilevato in che misura è stata data la parola ai musulmani stessi in questi contributi.

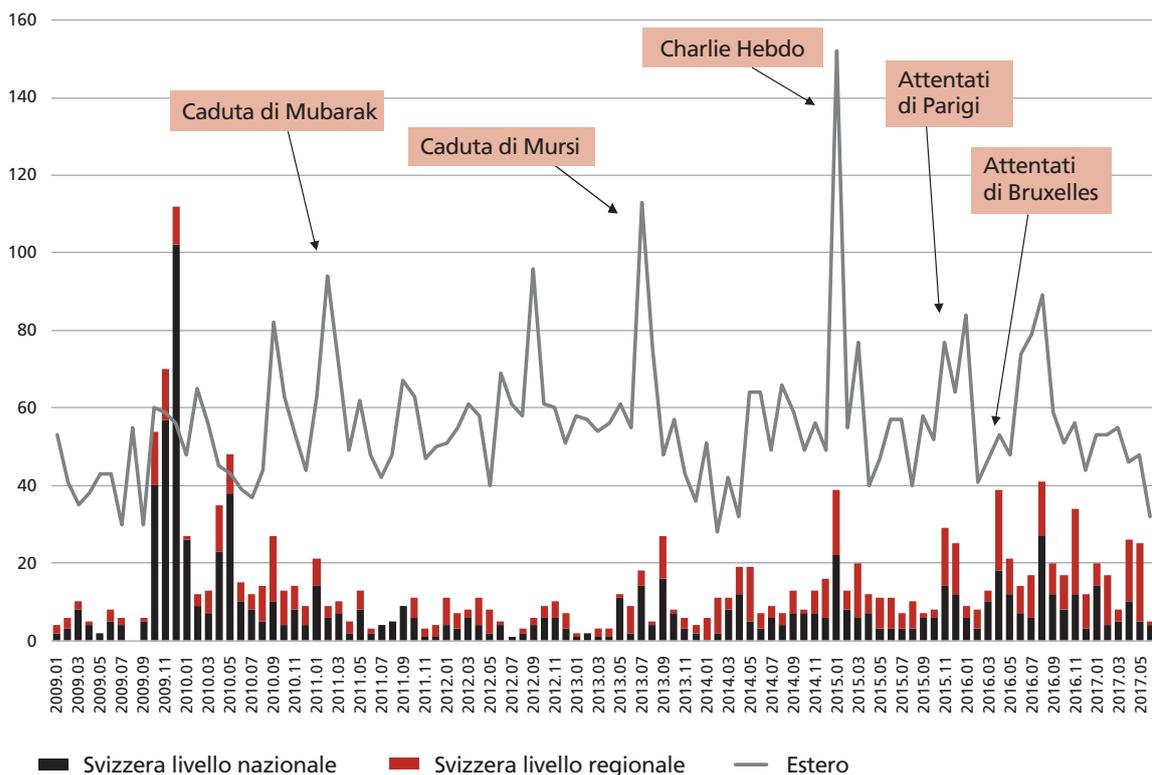
3 Il Caffè è distribuito gratuitamente, ma dato il suo ritmo di pubblicazione è stato inserito tra i domenicali. Un problema di sovrapposizione è dato anche nel caso di *Le Matin Dimanche*, inserito tra i domenicali visto il suo ritmo di pubblicazione. Questa decisione è dettata anche dalla considerazione che per alcuni aspetti qualitativi *Le Matin Dimanche* si differenzia chiaramente dai giornali popolari (cfr. fög 2013). Dato questo problema di sovrapposizione, il gruppo dei domenicali e settimanali è più eterogeneo rispetto agli altri gruppi. Nell'interpretazione dei risultati si dovrà tener conto di questo aspetto.

3 Dinamica della copertura mediatica

In quattro casi su cinque i contributi dei media su carta scelti concernono musulmani all'estero. Il dato combacia con quello di altri studi condotti in Gran Bretagna (Pool 2011) e nei Paesi Bassi (D'Haenens / Bink 2007), dai quali emerge che i resoconti giornalistici sono dominati da eventi internazionali che influenzano anche la copertura mediatica dei musulmani sul piano nazionale.

Sullo sfondo degli avvenimenti internazionali, anche i musulmani svizzeri sono diventati una componente fissa della copertura mediatica (v. grafico 1). Questa evoluzione è da ricondurre principalmente a due fattori: l'intensa copertura mediatica dei fatti di sangue che hanno interessato i Paesi limitrofi e le campagne politiche condotte dai fautori e dagli oppositori di iniziative popolari.

Grafico 1: Intensità della copertura mediatica dei musulmani



Il grafico illustra l'intensità mensile della copertura mediatica e la sua evoluzione nel periodo dal gennaio del 2009 al giugno del 2017. Le colonne blu indicano il numero di contributi del campione analizzato riferiti ai musulmani in Svizzera: le colonne blu scuro rappresentano gli articoli con un riferimento nazionale e quelle blu chiaro gli articoli con un riferimento regionale o locale. La linea grigia indica il numero di servizi giornalistici sui musulmani all'estero. N = 7186 articoli (7186 estero; 1488 Svizzera nazionale/regionale).

Esempio: nel gennaio del 2015, il mese dell'attentato alla redazione di Charlie Hebdo, nel campione ci sono 152 articoli sui musulmani all'estero (in maggioranza sull'attentato stesso) e 39 sui musulmani in Svizzera. Rispetto al mese precedente (dicembre 2014), in cui sono stati pubblicati 16 articoli sui musulmani in Svizzera, questo numero è più che raddoppiato.

L'impatto di queste campagne è emerso chiaramente nell'ultima fase prima della votazione sull'iniziativa contro i minareti e nei mesi successiva alla sua approvazione: mai come allora il tema «Musulmani in Svizzera» è stato al centro dell'attenzione.

L'importanza degli strumenti della democrazia diretta nella tematizzazione e nella problematizzazione dei musulmani in Svizzera risulta evidente anche nel caso dell'iniziativa popolare contro la dissimulazione del viso su cui si è votato in Ticino nel 2013. Attori politici, quali il Comitato di Egerkingen, contribuiscono a mantenere l'argomento sull'agenda dei media con il lancio nel 2016 e il deposito nel 2017 dell'iniziativa politica «Sì al divieto di dissimulare il proprio viso».

L'influsso dell'intensa copertura mediatica degli attentati islamici perpetrati all'estero sulla copertura mediatica dei musulmani in Svizzera risulta evidente nel caso dell'attentato alla redazione di Charlie Hebdo e degli atti terroristici di Parigi e Bruxelles. Dopo fatti di cronaca di questo genere, che fungono da eventi chiave, nel mese successivo s'intensifica anche la copertura mediatica dei musulmani in Svizzera. Generalmente il numero degli articoli aumenta di più del doppio e questo anche quando i fatti avvenuti all'estero hanno un legame molto debole con la Svizzera. Negli anni 2015 e 2016 la copertura mediatica si è intensificata, senza però raggiungere il livello del 2009. Le tensioni interne ai Paesi arabi o al mondo musulmano, quali le proteste e la caduta del regime in Egitto nel 2011 e nel 2013, pure ampiamente mediatizzate, non hanno ripercussioni sulla copertura mediatica dei musulmani in Svizzera.

4 Qualità della copertura mediatica

Come illustrato in precedenza, la qualità della copertura mediatica dei musulmani in Svizzera è misurata in base al grado di soddisfazione dei seguenti requisiti: evitare l'unilateralizzazione del contesto tematico e delle prospettive in cui si riferisce sui musulmani, tenere adeguatamente conto del grado di diversificazione degli attori implicati e delle loro opinioni, illustrare con spirito critico i problemi di convivenza tra la società maggioritaria e la minoranza evitando le generalizzazioni e motivando le critiche, perseguire uno stile oggettivo e fornire informazioni di approfondimento. Qui di seguito è esaminato in dettaglio in che misura i servizi giornalistici analizzati soddisfino i requisiti citati e quali tipi di media si distinguono particolarmente al riguardo.

4.1. Contesto tematico

I contesti tematici cui sono associati i musulmani negli articoli dei media nazionali ne influenzano in misura determinante la percezione da parte della popolazione.

Per quanto riguarda il primo requisito di qualità menzionato, ossia il non riferire sui musulmani sempre in relazione agli stessi temi, dall'analisi empirica emerge che in genere i media si occupano di vari aspetti della sfaccettata realtà sociale delle minoranze musulmane in Svizzera (cfr. tabella 1). Tra i temi affrontati figurano ad esempio la discriminazione della minoranza musulmana (9 % degli articoli), la

struttura e l'operato delle organizzazioni musulmane (7 %) e l'integrazione della minoranza musulmana in Svizzera, distinta sul piano analitico in «integrazione riuscita» (2 %) e «integrazione a rischio» (7 %). A causa della tendenza a enfatizzare gli aspetti conflittuali, scandalistici o negativi delle notizie, dell'importanza assunta dagli attacchi terroristici come eventi chiave e dalle campagne degli attori politici, sono tuttavia due gli ambiti tematici dominanti: l'atteggiamento nei confronti di simboli interpretati come religiosi nello spazio pubblico, ad esempio i minareti o i diversi tipi di velo («visibilità»), e la radicalizzazione di attori musulmani in Svizzera con il conseguente rischio di terrorismo. Sull'insieme del periodo preso in considerazione, negli articoli analizzati sui musulmani in Svizzera prevalgono infatti i temi «visibilità» (25 %) e «radicalizzazione» (21 %), quest'ultimo spesso correlato al tema «terrorismo» (7 %). La vita quotidiana dei musulmani in Svizzera trova invece pochissimo spazio (2 %), anche e soprattutto perché non fa notizia.

Tabella 1

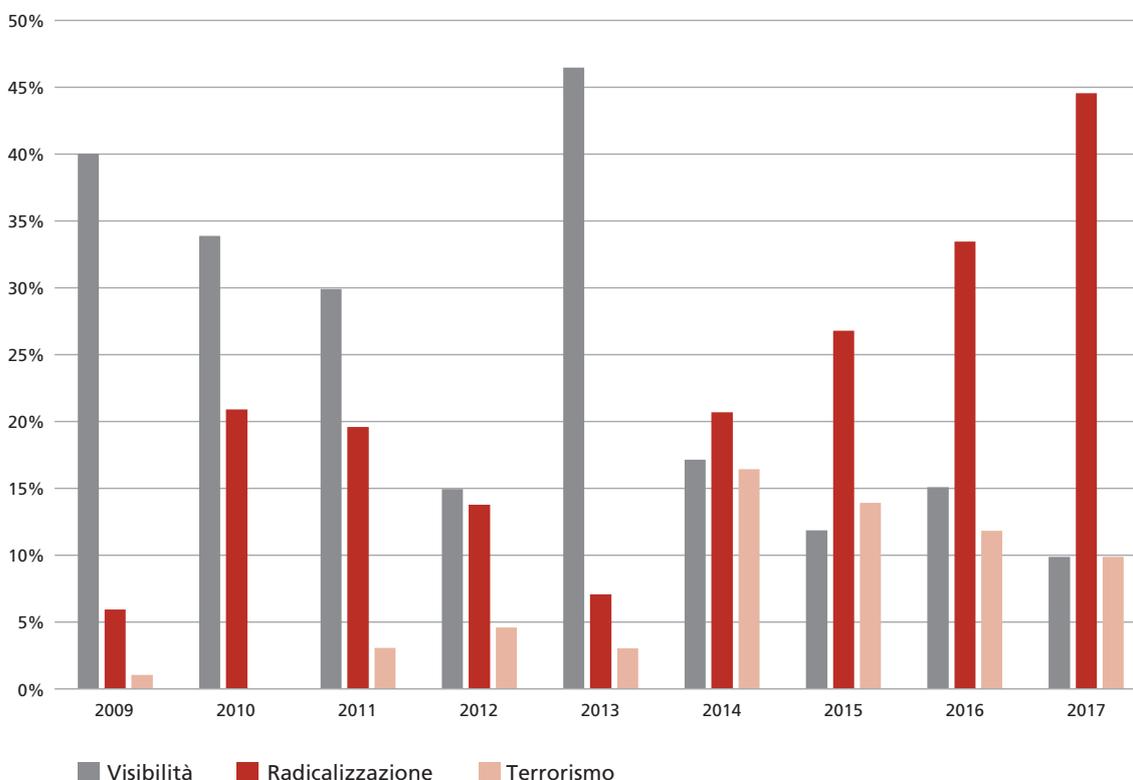
Contesto tematico della copertura mediatica dei musulmani in Svizzera

Contesto tematico	Quota
Visibilità (minareti, velo)	25 %
Radicalizzazione	21 %
Discriminazione di musulmani	9 %
Pratiche religiose	7 %
Integrazione a rischio/impossibile	7 %
Auto-organizzazione dei musulmani (organizzazioni musulmane)	7 %
Diritti (democratici) fondamentali	7 %
Terrorismo	7 %
Altri temi	6 %
Integrazione riuscita	2 %
Vita quotidiana dei musulmani	2 %

Osservando la diversificazione tematica in un'ottica diacronica, in singoli anni e, tendenzialmente, dal 2014 in poi si riscontra una focalizzazione molto più forte su determinati aspetti, che comporta anche il pericolo di sviluppare una visione unilaterale sulla presenza musulmana in Svizzera (cfr. grafico 2). Sulla scia dell'iniziativa contro i minareti, nel 2009 il tema dei simboli religiosi nello spazio pubblico, strettamente legato all'agenda politica (iniziative, interventi parlamentari ecc.), occupa il 40 % della copertura mediatica, e nel 2013, contestualmente alla votazione nel Canton Ticino sul divieto di dissimulazione del viso nei luoghi pubblici, addirittura il 46 %.

A seguito degli attentati terroristici in Europa, dal 2015 il problema della radicalizzazione di parte della minoranza musulmana, già in precedenza ampiamente dibattuto, diventa l'argomento dominante. Se a ciò si aggiunge la questione strettamente correlata della minaccia terroristica, si constata un aumento dei contesti tematici «radicalizzazione» e «terrorismo» dal 37 % nel 2014 al 54 % nel 2017. Nel primo semestre del 2017 quindi più di un servizio giornalistico su due sui musulmani in Svizzera era dedicato a questi temi.

Grafico 2: Evoluzione nel tempo di alcuni contesti tematici



Il grafico mostra la quota annua, dal gennaio del 2009 al giugno del 2017, e l'evoluzione dei tre contesti tematici «visibilità», «radicalizzazione» e «terrorismo». N = 1488 articoli.

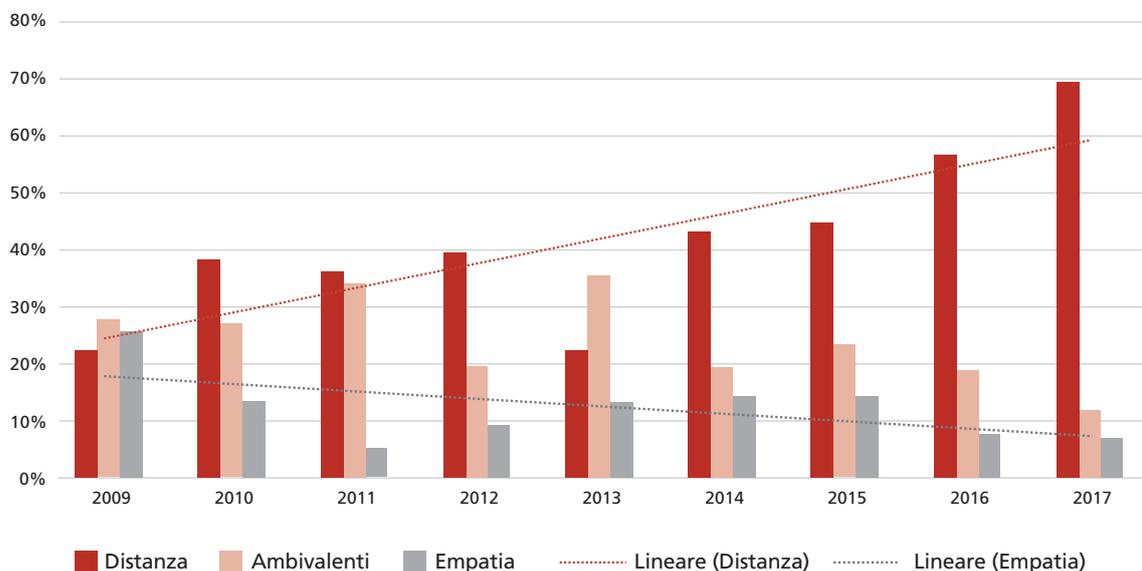
Esempio: nel 2016 il 34% degli articoli esaminati sui musulmani in Svizzera è ascrivibile al tema «radicalizzazione», che assume un peso dominante in quell'anno.

4.2 Tonalità della copertura mediatica

L'indicatore «tonalità» esprime l'empatia o la distanza generata nei confronti degli attori musulmani al centro dell'articolo oppure un certo equilibrio tra questi due poli (= ambivalenza). La distanza non implica di per sé una carenza qualitativa della copertura mediatica: può infatti anche scaturire dal fatto che i media, adempiendo al loro ruolo di controllo e di voce critica, riferiscano su eventi e sviluppi preoccupanti, quali l'incitamento all'odio e alla violenza da parte di singoli imam. Per quanto riguarda i requisiti di qualità illustrati in precedenza, appaiono invece problematici l'adozione di una prospettiva unilaterale negli articoli che suscitano distanza e la combinazione tra quest'ultima e la tendenza alla generalizzazione (cfr. più avanti).

Tra il 2009 e il 2017, la quota degli articoli con una tonalità che genera distanza nei confronti dei musulmani in Svizzera è cresciuta più o meno costantemente dal 22 al 69% (cfr. grafico 3): ciò significa che nei resoconti giornalistici sono considerati in misura crescente come un problema. Analizzando questa evoluzione, riconducibile in parte alla focalizzazione sui temi «radicalizzazione» e «terrorismo», emergono grandi differenze tra le regioni linguistiche e le testate. Nella Svizzera italiana e francese, la quota di articoli che suscitano distanza (rispettivamente

Grafico 3: Evoluzione nel tempo della copertura mediatica che genera empatia o distanza



Il grafico mostra la quota annua degli articoli suscitanti distanza o empatia o ambivalenti sul totale esaminato e la relativa evoluzione dal gennaio del 2009 al giugno del 2017. Il fatto che la somma sia inferiore al 100% è dovuto alla circostanza che non tutti gli articoli del campione considerato esprimono giudizi sugli attori musulmani tematizzati. N = 1488 articoli.

Esempio: nel 2017 il 69% degli articoli sui musulmani in Svizzera considerati si contraddistinguono per una tonalità che genera distanza..

del 28% e del 31%) non è soltanto nettamente inferiore a quella della Svizzera tedesca (46%), ma la sua crescita è più tardiva e meno pronunciata. Anche il paragone diretto tra le edizioni di *20minuti* delle tre regioni linguistiche conferma questo dato.⁴

Paragonando le diverse testate, emerge che, oltre alla *Weltwoche* (84% di articoli che generano distanza), sono soprattutto i servizi dei giornali popolari e dei domenicali come il *Blick* (59%) e il *SonntagsBlick* (63%), ma anche la *Sonntags-Zeitung*, (61%) ad avere una tonalità che genera distanza con una frequenza superiore alla media. Per la *NZZ* e *Le Temps*, questa quota (31%) risulta invece nettamente inferiore alla media. La differenza è dovuta da un lato alla tendenza a enfatizzare gli aspetti negativi e scandalistici, più accentuata nella stampa sensazionalistica, dall'altro, all'orientamento politico-ideologico delle testate (nel caso della *Weltwoche*). A questo proposito va tuttavia sottolineato che sulla *Basler Zeitung*, di orientamento affine alla *Weltwoche*, non si riscontra una percentuale di articoli suscitanti distanza superiore alla media.

La tonalità della copertura mediatica dei musulmani in Svizzera è strettamente correlata al contesto tematico (cfr. tabella 2). I contributi riguardanti la «radicalizzazione» e il «terrorismo» sono caratterizzati da una tonalità che genera distanza nell'81% dei casi. In relazione a questi ambiti, gli articoli non sono quasi mai neutrali e scevri da giudizi (rispettivamente 2% e 7% dei casi): unitamente alla quota relativamente bassa della tonalità ambivalente, questo indica un posizionamento netto delle testate su questi argomenti. Anche sul tema dell'integrazione i

⁴ In *20Minuten* il 56% degli articoli genera distanza, in *20minutes* il 18% e in *20minuti* il 32%.

media si schierano perlopiù in modo netto, malgrado le ambivalenze siano un po' maggiori. Nel contesto tematico «auto-organizzazione dei musulmani», la tonalità che genera distanza è soprattutto riconducibile alle critiche crescenti nei confronti del Consiglio centrale islamico della Svizzera (CCIS).

Tabella 2

Tabella 2: Tonalità della copertura mediatica dei musulmani in Svizzera in base al contesto tematico

Contesto tematico	Distanza	Ambivalenza	Empatia	Nessuna
Radicalizzazione	81 %	14 %	3 %	2 %
Terrorismo	81 %	10 %	2 %	7 %
Integrazione a rischio/impossibile	66 %	23 %	6 %	6 %
<i>Totale</i>	<i>40 %</i>	<i>24 %</i>	<i>14 %</i>	<i>22 %</i>
Auto-organizzazione dei musulmani (organizzazioni musulmane)	33 %	24 %	15 %	28 %
Altri temi	33 %	32 %	9 %	26 %
Diritti (democratici) fondamentali	25 %	31 %	18 %	27 %
Pratiche religiose	21 %	28 %	28 %	22 %
Visibilità (minareti, velo)	20 %	31 %	11 %	38 %
Vita quotidiana dei musulmani	7 %	36 %	39 %	18 %
Discriminazione dei musulmani	5 %	23 %	32 %	41 %
Integrazione riuscita	0 %	31 %	66 %	3 %

Gli articoli che suscitano empatia sono più numerosi soprattutto nei contesti tematici strettamente correlati alla realtà sociale specifica dei musulmani in Svizzera, ad esempio «pratiche religiose» (28 % di articoli che generano empatia) e «vita quotidiana dei musulmani» (39 %). Un caso particolare è costituito dalla copertura mediatica del tema «visibilità», intensa soprattutto in occasione di votazioni popolari. Come attestato da diversi studi (Marquis et al. 2011; Marcinkowski/Donk 2012; Kriesi 2012), in Svizzera i giornalisti informano in modo professionale sulle votazioni in servizi perlopiù di alta qualità. I dati qui esposti ne sono una conferma: gli articoli sul tema «visibilità» non soltanto rinunciano in buona parte a giudizi sugli attori musulmani (38 %), ma si caratterizzano anche per una quota elevata di valutazioni ambivalenti (31 %) e per un rapporto più equilibrato tra tonalità che genera distanza e tonalità che genera empatia.

4.3 Generalizzazioni

L'aumento della tonalità che genera distanza nella copertura mediatica dei musulmani in Svizzera è problematico soprattutto quando si combina con il ricorso a generalizzazioni. Le generalizzazioni, infatti, disconoscono l'eterogeneità della minoranza musulmana in Svizzera, che presentano invece come un gruppo omogeneo. In questo modo, la responsabilità per il comportamento di singoli viene fatta ricadere su tutti i musulmani in Svizzera. In base alla direttiva 8.2 del Consiglio svizzero della stampa, la generalizzazione di giudizi di valore negativi lede anche il codice deontologico dei giornalisti (cfr. nota a piè di pagina 2). Un'informazione che generalizza le accuse che suscitano distanza estendendole a tutti i musulmani fomenta per giunta le chiavi di lettura populiste (di destra), che riducono la realtà a

una contrapposizione tra un popolo omogeneo e buono e gruppi «estranei» altrettanto omogenei cui vengono attribuite caratteristiche negative («classe politica», minoranze).

Per rilevare questa tendenza problematica, in seguito è illustrato in che misura le testate esaminate ricorrono a generalizzazioni, per poi analizzare in un secondo momento se queste ultime vanno di pari passo con una tonalità che genera distanza o empatia.

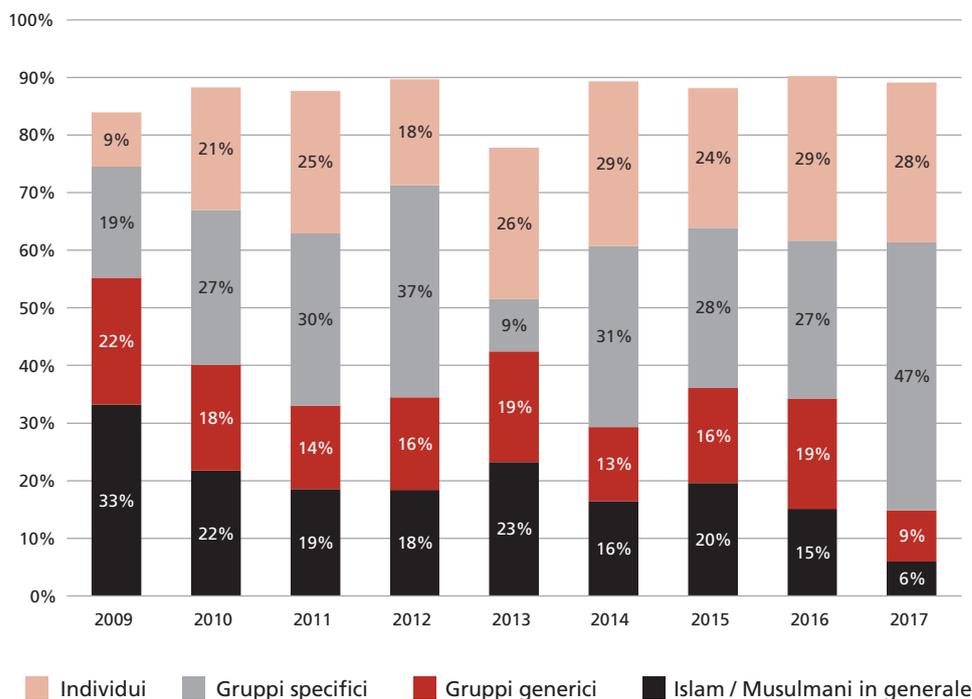
Per il periodo 2004-2009, uno studio precedente (Ettinger/Imhof 2011) ha evidenziato un aumento del ricorso a generalizzazioni nella copertura mediatica dei musulmani in Svizzera. Questa tendenza non trova conferma negli anni dal 2009 in poi (cfr. grafico 4): se nel 2009 il 33 % degli articoli conteneva ancora affermazioni fortemente generalizzanti sui musulmani, già nel 2010 questa quota scende al 22 %, assestandosi in seguito attorno a una media del 21 %. Nello stesso periodo, cresce invece la quota dei contributi che si occupano di singole persone o di organizzazioni musulmane specifiche e non operano quindi generalizzazioni.

Questo risultato si deve soprattutto al fatto che i temi «radicalizzazione» e «terrorismo» vengono sollevati in relazione a poche persone e organizzazioni specifiche, menzionando di regola che si tratta di una (piccola) minoranza in seno alla comunità musulmana in Svizzera. In questi due contesti tematici, il grado di generalizzazione (rispettivamente del 9 % e del 13 %) è nettamente inferiore alla media; risulta tuttavia più elevato negli anni in cui si svolgono votazioni che riguardano la minoranza musulmana.

Le generalizzazioni sono presenti in misura superiore negli articoli sui temi «pratiche religiose» (35 %), «discriminazione» (33 %) e «integrazione impossibile» (30 %). La quota elevata di affermazioni generalizzanti nel contesto di votazioni popolari è riconducibile alle campagne condotte dagli attori politici. Il notevole ricorso alla generalizzazione nel contesto tematico «pratiche religiose» si deve alla circostanza che anche alcuni attori musulmani desiderosi di imporre il proprio punto di vista parlano genericamente di «islam», ignorando le molteplici sfaccettature del mondo musulmano.

Nell'8 % degli articoli sono presenti sia generalizzazioni sia affermazioni che suscitano distanza nei confronti dei musulmani. Questa combinazione problematica si riscontra particolarmente spesso negli anni 2009-2010 nell'ambito del confronto sull'iniziativa contro i minareti, e nel 2014-2015 contestualmente al dibattito sulla radicalizzazione e il terrorismo. In generale si constata tuttavia una leggera diminuzione, quantunque statisticamente non significativa. Il ricorso ad affermazioni generalizzanti e che suscitano distanza è particolarmente frequente negli articoli sui temi «integrazione a rischio» (21 %), «terrorismo» (10 %) e «radicalizzazione» (8 %). Guardando alle differenze tra le diverse testate, salta all'occhio soprattutto il dato della *Weltwoche* (48 %); l'incidenza di articoli generalizzanti che suscitano distanza è superiore alla media anche nel caso dei giornali popolari *SonntagsBlick* (24 %) e *Blick* (11 %).

Grafico 4: Evoluzione nel tempo del grado di generalizzazione



Il grafico mostra l'evoluzione delle quote annue degli articoli generalizzanti per tutte le testate esaminate tra il gennaio del 2009 e il giugno del 2017. La parte arancione delle colonne indica la percentuale degli articoli che fanno riferimento all'«islam» o ai «musulmani» in generale, quella gialla gli articoli con un basso grado di generalizzazione focalizzati su gruppi generici, ad esempio i «musulmani in Svizzera». La sezione in blu rappresenta invece gli articoli esenti da generalizzazioni riguardanti gruppi o individui ben precisi (p. es. il CCIS). Laddove queste distinzioni non erano chiare si è rinunciato all'attribuzione a una delle suddette categorie. Per questo motivo, la somma delle diverse quote all'interno di ogni singola colonna è inferiore al 100%. N = 1844 articoli.

Esempio: nel 2014 il 16% degli articoli ricorre a generalizzazioni, il 13% è riferito a un gruppo generico, il 31% a un gruppo musulmano specifico e circoscrivibile e il 29% a persone ben precise. Nell'11% dei casi la classificazione è incerta, per cui non è stata operata alcuna attribuzione.

4.4 Diversificazione degli attori e delle argomentazioni

Finora ci si è occupati della diversificazione in riferimento ai contesti tematici e al fatto di evitare generalizzazioni. Vi è però anche un ulteriore aspetto, ossia la diversificazione delle argomentazioni e degli attori che le avanzano. L'auspicio a questo proposito è duplice: da un lato la diversificazione delle argomentazioni dovrebbe costituire il fondamento⁵ per un dibattito razionale orientato alla comprensione reciproca, dall'altro, un elevato numero di attori dovrebbe aumentare le possibilità che prendano la parola anche soggetti che, non avendo un ruolo ufficiale o uno statuto particolare, non beneficiano di un accesso privilegiato al circuito massmediatico. Questo vale in particolare per i rappresentanti delle minoranze.

⁵ La diversificazione delle argomentazioni non garantisce di per sé un dibattito razionale, che, per essere tale, necessita di un confronto rispettoso delle diverse posizioni, in modo tale da far emergere «la libera costruzione dell'argomento migliore», per dirla con le parole di Jürgen Habermas. Per l'esame di questo aspetto, che eccede di gran lunga le possibilità del presente studio, occorreranno ulteriori indagini.

Per rilevare il grado di diversificazione degli attori e delle argomentazioni, sono stati esaminati tutti gli articoli relativi a tre eventi chiave (cfr. cap. 2), ossia l'iniziativa sul divieto di dissimulazione del viso nel Canton Ticino, il rifiuto di due allievi di Therwil di stringere la mano alla loro docente e le vicende legate alla moschea An'Nur di Winterthur. Grazie alla focalizzazione su questi tre eventi è stato possibile censire le argomentazioni relative a un unico tema centrale. La presa in conside-

razione di tutti gli articoli ha inoltre consentito di cogliere la dinamica del dibattito e tutte le principali argomentazioni addotte.

Considerando i tre eventi nel loro complesso (cfr. tabella 3), si constata la presenza di una gamma relativamente ampia di categorie di attori⁶. Se è vero che il 27,5 % delle affermazioni censite sono ascrivibili ai media stessi, che quindi non fungono soltanto da cassa di risonanza, ma interpretano anche gli accadimenti facendo riferimento ai loro stessi articoli, essi comunque non dominano il dibattito mediatico. Oltre ai media, hanno infatti ampie opportunità di esprimersi gli attori musulmani (24,0 %), i rappresentanti di organi esecutivi (12,1 %) e gli esponenti di organi legislativi e di partiti (14,9 %). È inoltre dato spazio alle argomentazioni degli attori della società civile (9,0 %) e degli esperti (9,5 %).

Presi invece singolarmente, i tre eventi mostrano significative differenze e una tendenza a dare spazio a un ventaglio ristretto di attori (cfr. tabelle 3–6).

Tabella 3

**Risonanza delle categorie di attori
(tutti e tre gli eventi)**

Categoria di attori	Quota
Media	27,5 %
Musulmani	24,0 %
Organi legislativi /partiti	14,9 %
Organi esecutivi	12,1 %
Esperti / ambienti scientifici	9,5 %
Attori della società civile	9,0 %
Organi giudiziari	1,9 %
Altri	1,0 %

Tabella 4

**Risonanza delle categorie di attori
(divieto di dissimulazione del viso in
Ticino)**

Categoria di attori	Quota
Organi legislativi /partiti	23,0 %
Attori della società civile	18,7 %
Musulmani	17,5 %
Organi esecutivi	15,5 %
Media	11,1 %
Esperti / ambienti scientifici	8,7 %
Altri	3,2 %
Organi giudiziari	2,4 %

Tabella 5

**Risonanza delle categorie di attori
(stretta di mano negata a Therwil)**

Categoria di attori	Quota
Musulmani	33,3 %
Organi esecutivi	22,5 %
Media	16,7 %
Attori della società civile	13,3 %
Organi legislativi /partiti	11,7 %
Esperti / ambienti scientifici	2,5 %
Organi giudiziari	–
Altri	–

Tabella 6

**Risonanza delle categorie di attori
(moschea An’Nur)**

Categoria di attori	Quota
Media	41,2 %
Musulmani	25,4 %
Esperti / ambienti scientifici	12,1 %
Organi legislativi /partiti	10,8 %
Organi esecutivi	6,8 %
Organi giudiziari	2,3 %
Attori della società civile	1,5 %
Altri	–

6 L'attribuzione alle diverse categorie di attori riflette quella compiuta dalle diverse testate. Saïda Keller-Messahli ad esempio in alcuni casi è citata in veste di musulmana (liberale), e in altri in qualità di esperta.

Negli articoli sulla moschea An’Nur di Winterthur sono preponderanti le dichiarazioni dei giornalisti (41,2 %). Questo è dovuto tra l’altro alla circostanza che sono state inchieste giornalistiche a svelare il caso e che in seguito l’informazione è stata fortemente autoreferenziale, cioè ha fatto riferimento a contributi di altri media. Anche gli attori musulmani hanno ottenuto una risonanza superiore alla media, in particolare i rappresentanti dell’associazione promotrice della moschea; sovente si è data voce anche a Saïda Keller-Messahli, che interpreta i fatti di Winterthur come espressione di una radicalizzazione ampiamente diffusa nelle moschee, e a Muris Begovic, segretario dell’Associazione delle organizzazioni islamiche di Zurigo (VIOZ). Relativamente spesso vengono anche menzionati i pareri di esperti (12,1 %) sulla radicalizzazione e sui relativi pericoli. Un ulteriore 10,8 % delle dichiarazioni è ascrivibile a rappresentanti di partiti: a tale proposito va però sottolineato che si tratta in realtà di poche persone, citate più volte (p. es. l’ex esponente del PS Blerim Bunjaku).

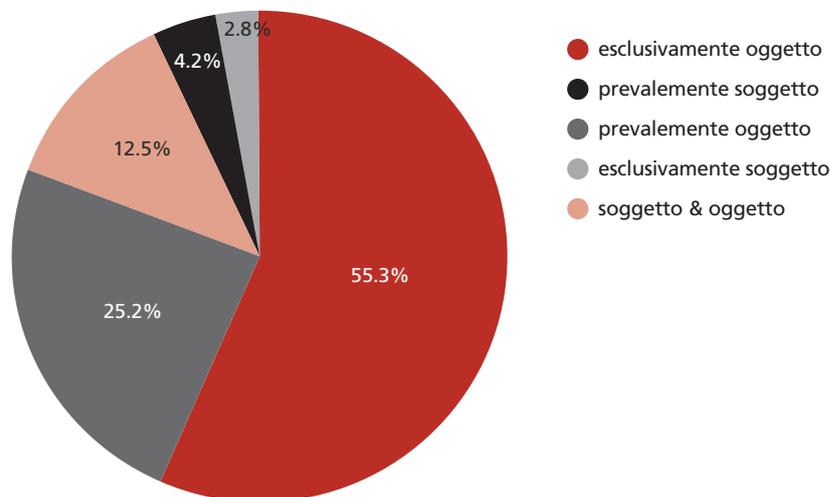
Gli articoli sulla votazione sul divieto di dissimulazione del viso nel Canton Ticino e, dopo la sua approvazione alle urne, sulla sua attuazione, presentano le classiche caratteristiche della copertura mediatica delle votazioni, anche per quanto riguarda il grado di diversificazione degli attori. A prevalere sono le voci dei partiti (23 %) e dei comitati di voto (classificati nella categoria «attori della società civile»); ai rappresentanti degli organi esecutivi (15,5 %) viene dato spazio soprattutto nella copertura mediatica dell’attuazione dell’iniziativa. Seguono poi gli attori musulmani, a cui è ascrivibile il 17,5 % delle dichiarazioni, e, con un’incidenza inferiore, soprattutto dopo la votazione, i media stessi (in totale 11,1 %).

Anche il caso dei due adolescenti di Therwil che, adducendo motivi religiosi, si sono rifiutati di stringere la mano alla propria docente, ha trovato spazio sui media grazie alle inchieste giornalistiche seguite a una prima menzione della vicenda durante la trasmissione televisiva *Arena*. Il fatto risponde peraltro a numerose logiche mediatiche, quali la tendenza a enfatizzare gli aspetti scandalistici ed emotivi. Ciononostante, i media assumono un ruolo subordinato (16,7 %), dato che a dominare la copertura mediatica è la contrapposizione tra i due adolescenti e le persone e organizzazioni (CCIS) che li sostengono (33,3 %) e i rappresentanti dell’organo esecutivo, che non dovrebbero ammettere eccezioni. A dare risonanza alla voce dell’organo esecutivo (22,5 %) ha contribuito anche l’affermazione della consigliera federale Simonetta Sommaruga, ripetutamente citata, secondo cui la stretta di mano fa parte della cultura svizzera e non può essere negata a una docente. Le dichiarazioni di esperti (2,5 %) per contestualizzare l’accaduto sono molto rare.

Oltre alla risonanza delle diverse categorie di attori, è stata misurata anche la risonanza degli attori musulmani in base al loro essere soggetto od oggetto della copertura mediatica, vale a dire se a questi ultimi viene data direttamente la parola o se sono terzi a rilasciare dichiarazioni su di loro (cfr. grafico 5).

Dall’analisi emerge che i musulmani sono soprattutto oggetto dei servizi giornalistici (esclusivamente nel 55 % dei casi, prevalentemente in un ulteriore 25 % dei casi). Nei tre eventi esaminati, solo nel 7 % degli articoli i musulmani sono esclusivamente o prevalentemente soggetto, cioè possono esporre attivamente la loro interpretazione della vicenda.

Grafico 5: Musulmani come soggetto od oggetto della copertura mediatica



Il grafico mostra la quota degli articoli in cui i musulmani sono solo oggetto, vale a dire che vengono riportate esclusivamente dichiarazioni di altri attori su di loro (55,3%), rispetto a quelli in cui sono solo musulmani a esprimersi (2,8%). Sono inoltre stati definiti tre stadi intermedi (prevalentemente oggetto, prevalentemente soggetto, rapporto equilibrato tra soggetto e oggetto). N = 450 articoli.

Esempio: nel 12,5% degli articoli il rapporto tra dichiarazioni dei musulmani e dichiarazioni sui musulmani è equilibrato (soggetto e oggetto).

Per quanto concerne la diversificazione, l'essere soggetto od oggetto e le categorie di attori costituiscono tuttavia soltanto degli indicatori sommarî, in quanto non mostrano quali sono gli attori di queste categorie che trovano spazio nei media. Per questo motivo, le presenti considerazioni sulla diversificazione degli attori si concluderanno con alcune osservazioni al riguardo risultanti da un'interpretazione ermeneutico-qualitativa degli articoli. Poiché esula dal presente studio, questa interpretazione verrà qui illustrata solo a titolo esemplificativo limitatamente agli attori musulmani. Da un'analisi di questo tipo emerge che nel caso della «stretta di mano negata a Therwil» e nella vicenda «moschea An'Nur» è stata data la parola soprattutto ad attori musulmani che difendono posizioni estreme. Ha ottenuto una vasta risonanza un ristretto numero di esponenti dell'associazione culturale promotrice della moschea An'Nur e del CCIS, questi ultimi grazie anche a violazioni di tabù abilmente inscenate e funzionali alle logiche mediatiche. Soprattutto nella vicenda della «moschea An'Nur», è stato dato risalto anche alle posizioni di Saïda Keller-Messahli, affermatasi come voce fortemente critica nei confronti delle associazioni mantello dei musulmani in Svizzera. Solo piuttosto raramente è stato invece dato spazio ai rappresentanti di queste associazioni, e perlopiù in situazioni in cui non potevano che essere sulla difensiva, ad esempio nel caso di Muris Begovic, che, in veste di segretario della VIOZ, ha dovuto spiegare perché la sua organizzazione avesse tardato a escludere l'associazione culturale promotrice della moschea An'Nur.

Alla richiesta di diversificazione è correlato l'auspicio che, grazie alla diversità degli interessi e delle esperienze degli attori, la copertura mediatica riporti una molteplicità di posizioni e argomentazioni. Per questo motivo, per ogni articolo sono state individuate al massimo tre argomentazioni centrali, riunendo in un unico gruppo argomentativo quelle simili. Qui di seguito queste argomentazioni verranno dapprima illustrate separatamente in relazione a ognuno dei tre eventi e poi riassunte in un breve quadro d'insieme.

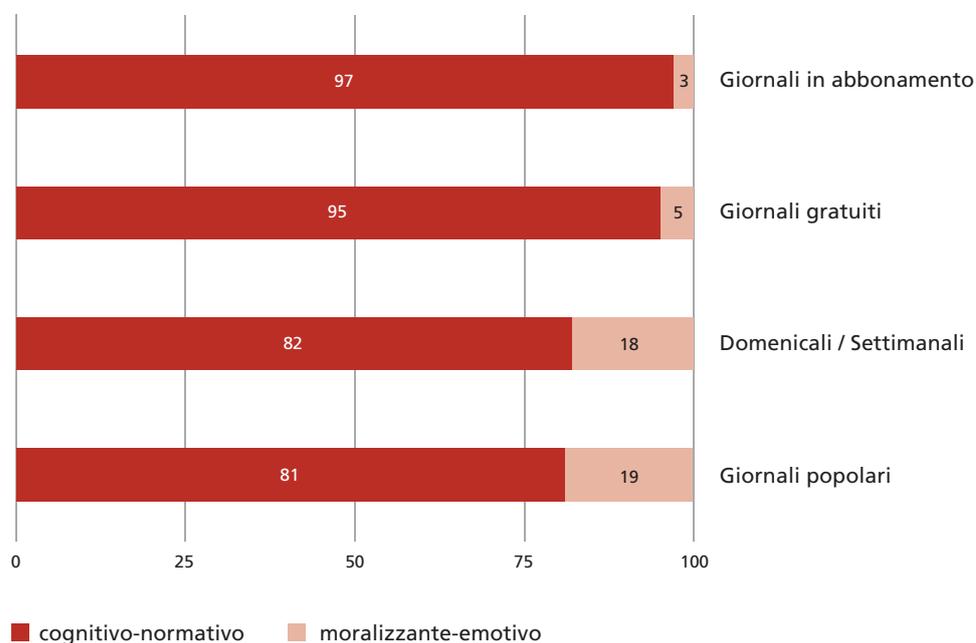
Nel caso del «divieto di dissimulazione del viso in Ticino», le consuete dinamiche della copertura mediatica delle votazioni assicurano un grado di diversificazione relativamente elevato delle argomentazioni. Quelle che sconsigliano un tale divieto hanno una risonanza leggermente maggiore di quelle che lo giustificano. Tra le ragioni contrarie addotte figurano in primo luogo la lesione dei diritti fondamentali (27 % delle argomentazioni censite su questo evento), l'inutilità di una simile norma (15 %) e i danni che arrecherebbe all'economia (7 %). La possibilità di lanciare un segnale contro l'islamismo è per contro la motivazione principale citata a favore dell'iniziativa (16 %), seguita dalle esigenze di sicurezza (12 %) e dalla lotta per i diritti delle donne (7 %). Dopo l'approvazione dell'iniziativa, la tesi che il divieto debba essere applicato in maniera severa per ragioni di uguaglianza giuridica ha ottenuto un'eco crescente (8 %).

Nel caso della «stretta di mano negata a Therwil», l'orientamento delle argomentazioni centrali è univoco: quattro su cinque criticano infatti il rifiuto della stretta di mano ritenendolo una discriminazione contro le donne (17 %) e un segnale di mancata integrazione (14 %) e di radicalizzazione degli adolescenti (9 %). Al riguardo viene presa a riferimento la dichiarazione della consigliera federale Simonetta Sommaruga secondo cui la stretta di mano fa parte della cultura svizzera (20 %). Gli allievi e i rappresentanti del CCIS reputano invece legittimo negare la stretta di mano (13 %), una tesi ripresa da terzi solo in un commento sulla *Basler Zeitung*.

Nella copertura mediatica dei fatti della moschea An'Nur di Winterthur si registra il minor grado di discorsività intesa come confronto di argomentazioni. Negli articoli, tendenzialmente più descrittivi che argomentativi, domina l'interpretazione avanzata dai media stessi della moschea come luogo di radicalizzazione (35 %), una posizione ulteriormente rafforzata dalla tesi di Saïda Keller-Messahli secondo cui gli eventi della moschea An'Nur costituiscono soltanto la punta dell'iceberg (5 %). L'obiezione dei rappresentanti dell'associazione culturale di fare tutto il possibile contro la radicalizzazione (9 %) e, soprattutto in una fase più avanzata della vicenda, di essere vittima della situazione con il passare del tempo è considerata sempre meno plausibile. Di conseguenza l'argomentazione si focalizza sui provvedimenti contro la radicalizzazione che le associazioni musulmane (5 %) e le istituzioni statali (6 %) dovrebbero adottare e sul rafforzamento delle misure di sicurezza (6 %). Trova invece poco spazio la richiesta di misure a favore dell'integrazione, quali una migliore formazione degli imam o un riconoscimento statale delle comunità musulmane (4 %).

Anche per via dei casi che attirano una grande attenzione mediatica e degli attori che ottengono risonanza con le loro posizioni, nel complesso prevalgono le argomentazioni, sostenute da quasi tutti gli schieramenti politici e i gruppi di attori,

Grafico 6: Stile della copertura mediatica per tipo di giornale



Il grafico mostra la quota degli articoli con uno stile cognitivo-normativo o moralizzante-emotivo, disaggregata per i quattro tipi di giornale. N = 1488 articoli.

Esempio: il 19% degli articoli dei giornali popolari adottano uno stile moralizzante-emotivo.

che deplorano la scarsa disponibilità a integrarsi e le tendenze alla radicalizzazione della minoranza musulmana e chiedono una presa di distanza più netta oltre che più sorveglianza e sanzioni.

4.5 Enfaticizzazione degli aspetti emotivi

L'esigenza che la copertura mediatica delle minoranze adotti uno stile obiettivo e non cavalchi gli aspetti emotivi a prima vista può dirsi in larga misura soddisfatta, dato che nel complesso gli articoli sui musulmani in Svizzera si caratterizzano per un basso grado di enfaticizzazione (7%). Vi sono però grosse differenze tra le diverse testate e i diversi tipi di media (cfr. grafico 6).

Con una quota del 19%, sono soprattutto i giornali popolari, ossia il *Blick* (20%) e *Le Matin* (18%), a calcare sugli aspetti emotivi nella copertura mediatica dei musulmani.

Una tendenza superiore alla media si riscontra anche per il *SonntagsBlick* (34%) e la *Weltwoche* (24%); nella categoria «domenicali/settimanali» si trovano però anche esempi di segno opposto, come *Le Matin Dimanche*, i cui articoli tendono all'enfaticizzazione emotiva solo nel 2% dei casi. La categoria «domenicali/settimanali» si dimostra quindi la più eterogena per quanto riguarda lo stile.

A distinguersi per l'oggettività dello stile sono soprattutto i giornali in abbonamento, che quasi sempre adottano uno stile cognitivo-normativo nei loro contributi sui musulmani in Svizzera, tant'è che la loro quota di articoli «emotivi» è nettamente

inferiore alla media (3 %). Anche nelle tre edizioni linguistiche del giornale gratuito *20minuti* la prevalenza dei toni oggettivi è nettissima, il che è dovuto tra l'altro al fatto che la loro cronaca si basa fortemente sulle notizie di agenzia. Un'eccezione all'interno di questa categoria di giornali è costituita dal *Blick am Abend* dell'editore Ringier, che adotta un approccio più sensazionalistico rispetto alle altre testate: in un articolo su quattro sui musulmani in Svizzera enfatizza infatti gli aspetti emotivi. La quota degli articoli di questo genere differisce non soltanto in base al tipo di giornale, ma anche secondo il contesto tematico. La tendenza a enfatizzare gli aspetti emotivi è superiore alla media nel contesto tematico «integrazione a rischio» (13 %), e appena superiore negli ambiti «diritti fondamentali» (10 %) e «visibilità» (8 %). Nei contributi sulla «vita quotidiana dei musulmani», in cui porre l'accento su questi aspetti potrebbe anche aiutare a suscitare empatia, non si trovano invece esempi di questo tipo.

Per quanto riguarda la combinazione tra enfaticizzazione degli aspetti emotivi e generalizzazione, la situazione appare ambigua. Cavalcano l'emotività in misura leggermente superiore alla media gli articoli su persone ben precise (10 %): si tratta in particolare di contributi che parlano ad esempio di «predicatori d'odio» in toni scandalistici ed emozionali. Un'accentuazione di questi aspetti superiore alla media si riscontra anche negli articoli che fanno genericamente riferimento ai «musulmani» (12 %).

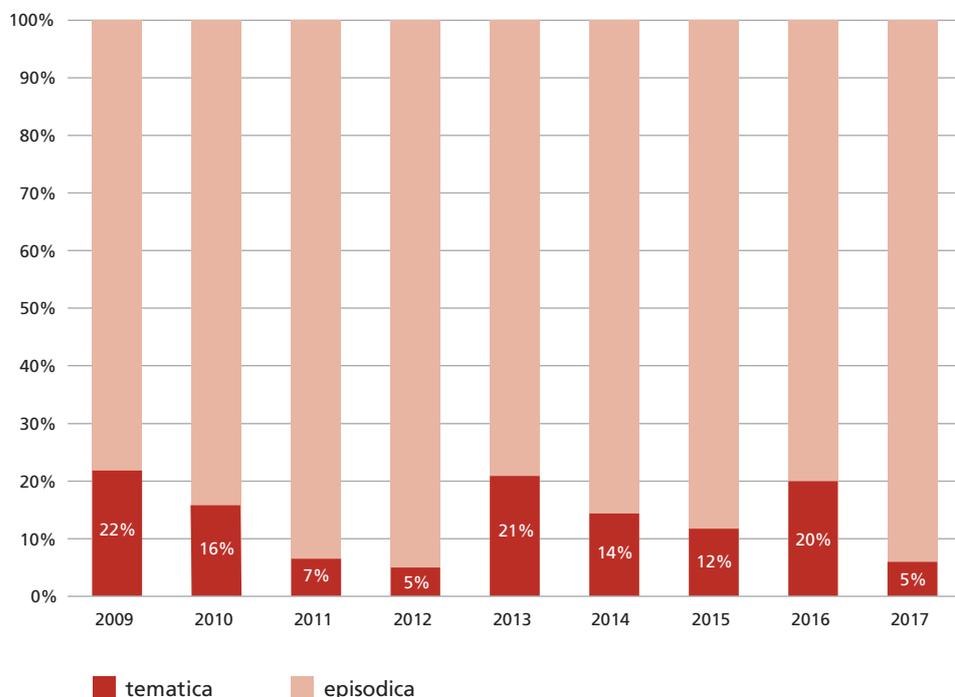
4.6 Integrazione di informazioni di approfondimento

Una copertura mediatica di elevata qualità non solo rifugge dagli approcci unilaterali, ma fornisce anche informazioni che consentono ai lettori di contestualizzare i fatti.

Per determinare la quota dei contributi che integrano informazioni di approfondimento ci si è avvalsi della distinzione fondamentale tra framing episodico e framing tematico introdotta dal politologo statunitense Shanto Iyengar (1991). Nel framing episodico il quadro di riferimento è costituito dagli eventi contingenti, che nel framing tematico vengono invece inseriti in un orizzonte più ampio. La copertura mediatica dei musulmani in Svizzera si caratterizza in massima parte per un framing episodico (84 %); una contestualizzazione con approfondimenti e un'analisi dei rapporti di causa-effetto nel senso di un framing tematico si riscontra nel 16 % dei contributi.

Come nella questione dell'enfatizzazione degli aspetti emotivi, si possono notare ad ogni modo differenze significative tra i diversi tipi di giornale. I giornali gratuiti, che attingono soprattutto alle notizie di agenzia, pubblicano prevalentemente articoli brevi e presentano quindi una quota di contenuti di approfondimento molto bassa (3 %); anche quella delle testate sensazionalistiche è nettamente inferiore alla media (10 %). Tra i quotidiani, solo i giornali in abbonamento danno maggiore spazio agli approfondimenti (18 %). Ancora diversa è la situazione dei domenicali e dei settimanali, la cui cadenza di pubblicazione consente in generale di concentrarsi maggiormente sul contesto: nel loro caso, l'incidenza dei contributi sui musulmani in Svizzera con un framing tematico è pari al 27 %.

Grafico 7: Evoluzione nel tempo della quota della copertura mediatica episodica o tematica dei musulmani in Svizzera



Il grafico mostra le quote degli articoli tematici (parte blu delle colonne) ed episodici (parte gialla delle colonne) disaggregate per anno per l'insieme delle testate esaminate. Per il 2017 sono stati considerati solamente i contributi pubblicati nella prima metà dell'anno. N = 1488 articoli.

Esempio: nel 2013, anno della votazione sul divieto di dissimulazione del viso nel Canton Ticino, il 21% dei contributi esaminati presenta un framing tematico, vale a dire fornisce informazioni di approfondimento ed esamina rapporti di causa-effetto.

Lo spazio dato all'approfondimento varia anche tra le edizioni on-line e le edizioni cartacee delle medesime testate⁷. Mentre il 15 % degli articoli pubblicati su carta presenta un framing tematico, nel caso dei siti Internet la stessa quota è molto più bassa (6 %). Questo è dovuto al fatto che il giornalismo on-line è costretto in misura molto maggiore a rincorrere l'attualità, e dall'altro, perlomeno nei primi anni del periodo preso in esame, alla strategia delle case editrici di pubblicare le inchieste giornalistiche di approfondimento esclusivamente nelle edizioni cartacee.

Disaggregando i contributi che integrano informazioni di approfondimento in base alla tonalità (distanza vs. empatia), emerge che gli articoli che generano distanza presentano un framing tematico inferiore alla media (13 %), mentre quelli che suscitano empatia assumono un carattere contestualizzante in misura nettamente superiore alla media (29 %). Alla luce dell'auspicio che le critiche alle minoranze debbano essere motivate, questo risultato appare preoccupante.

L'attenzione data alla contestualizzazione non incide però di per sé sulla diversificazione delle argomentazioni all'interno di una testata, come emerge in maniera evidente dal confronto tra il settimanale *Weltwoche* e il giornale in abbonamento *Le Temps*, che danno entrambi molto spazio all'approfondimento. Se la *Weltwoche*

⁷ Sono state prese in considerazione esclusivamente le testate che dispongono sia di un'edizione on-line sia di un'edizione cartacea (p. es. *nzz.ch* e *Neue Zürcher Zeitung*, *blick.ch* e *Blick*).

vanta una quota di articoli di contestualizzazione del 40 %, il 38 % è però monocausale, vale a dire tutte le informazioni sul contesto sono funzionali alla conferma di un'argomentazione o di una tesi. Nel caso di *Le Temps* invece la metà del 32 % dei contributi di approfondimento è policausale, cioè propone un confronto tra argomentazioni discordanti e riconduce i problemi a diverse cause.

Gli articoli con un framing tematico possono anche essere interpretati come contributo giornalistico a un processo di apprendimento sociale. Proprio perché nel corso del tempo è fortemente cresciuta l'attenzione su singoli esponenti della minoranza musulmana in Svizzera e poiché sussiste il pericolo di generalizzazioni, in un'ottica normativa sarebbe auspicabile un'analisi più minuziosa delle cause e degli effetti e di conseguenza un maggior numero di articoli di approfondimento.

Il grafico 7 mostra l'evoluzione dell'incidenza dei contributi con un framing tematico tra il 2009 e il 2017. Come appare evidente già a prima vista, non vi è una tendenza lineare o, in altri termini, non si riscontra una crescita degli articoli di approfondimento nel corso degli anni. Dai dati emerge però chiaramente un'altra correlazione: è nel contesto delle votazioni popolari del 2009 e 2013 che viene dato il maggior spazio all'informazione di fondo. La lunga tradizione della copertura mediatica delle votazioni popolari ha visto l'affermazione di pratiche giornalistiche che garantiscono contributi di qualità perlopiù elevata. Alla luce di questa premessa, è plausibile che anche le votazioni sulle iniziative contro i minareti e per l'introduzione di un divieto di dissimulazione del viso nel Canton Ticino siano state prese come spunto per pubblicare un maggior numero di articoli di approfondimento sui musulmani in Svizzera e inquadrare gli oggetti in votazione in un contesto più ampio. Anche nel 2016 gli approfondimenti occupano uno spazio superiore alla media: questo è dovuto alla discussione di fondo sul divieto di dissimulazione del viso nel Canton Ticino, che riprende slancio dopo la decisione del Comitato di Egerkingen di lanciare un'analogia iniziativa a livello federale, e a una serie di contributi che contestualizzano i temi della «radicalizzazione» e del «terrorismo», divenuti predominanti a partire dal 2015, e forniscono informazioni di fondo per una loro migliore comprensione. Questi dati potrebbero essere letti come un segno del già citato contributo giornalistico all'apprendimento sociale; considerata la netta inversione di tendenza registrata nel 2017 non è però chiaro se si tratti di un fenomeno duraturo.

I contesti tematici in cui viene dato maggiore spazio all'approfondimento sono quelli relativi a questioni di fondo come i «diritti fondamentali» (26 % di articoli tematici), la «discriminazione» (20 %) e l'«integrazione» (23 %). Anche i contributi che approfondiscono questi temi sono di tenore piuttosto critico nei confronti dei musulmani in Svizzera, come emerge anche dal fatto che gli articoli con una prospettiva ottimista sull'integrazione sono superati di gran lunga da quelli che riflettono una visione pessimista. Ciononostante negli articoli con un framing tematico la tonalità della copertura mediatica dei musulmani è nettamente più equilibrata rispetto ai contributi con un framing episodico (cfr. tabella 7).

Tabella 7:

Tonalità dei contributi con un framing episodico o tematico

Tonalità	Framing episodico	Framing tematico
Distanza	42 %	34 %
Ambivalenza	23 %	29 %
Empatia	12 %	25 %
Nessuna	23 %	12 %

Una copertura mediatica maggiormente attenta alle sfumature e agli approfondimenti favorisce quindi anche una percezione più equilibrata della minoranza musulmana in Svizzera.

5 Conclusioni

In Svizzera, il giornalismo tradizionale sta attraversando un momento difficile. Il forte calo delle entrate pubblicitarie e degli abbonati ne erodono la base economica e con la digitalizzazione non si è inasprita soltanto la corsa all'attualità, ma con l'avvento di nuovi media è messo in discussione anche il ruolo di *gate keeper* dei giornalisti. Con la crisi dei media (su carta) tradizionali si è ulteriormente inasprito il rapporto da sempre conflittuale tra le due nature dei media: quella di bene culturale che deve rispondere a requisiti normativi e quella di bene commerciale che deve soprattutto catturare l'attenzione dei lettori.

In questo contesto, la qualità della copertura mediatica è di primaria importanza. Il presente studio analizza la qualità della copertura mediatica dei musulmani residenti in Svizzera. Come mediano le testate considerate e le loro versioni on-line il discorso sociale e politico sulle possibilità dei musulmani di vivere la loro religione in Svizzera, cioè come parte della società svizzera? Che aspetti sottolineano? In che misura l'attuale copertura mediatica soddisfa i requisiti della diversificazione e della razionalità, norme di derivazione illuministica che reggono o dovrebbero reggere ancor oggi l'attività giornalistica, per esempio sotto forma delle direttive del Consiglio della stampa?

Per rispondere a queste domande è stato analizzato il grado di differenziazione dei temi, degli attori e delle argomentazioni come pure l'oggettività dello stile e la contestualizzazione con informazioni di approfondimento della copertura mediatica delle edizioni su carta (e dei relativi siti Internet) di 18 testate.

Sarebbe presuntuoso trarre considerazioni definitive sulla qualità della copertura mediatica in base ai dati del presente studio. I dati raccolti non sono sufficientemente dettagliati. Alcuni aspetti concernenti il grado di differenziazione degli attori e delle argomentazioni, ma in parte anche lo spazio dato ad attori e argomentazioni nel senso di una qualità deliberativa, hanno potuto essere messi a fuoco soltanto sommariamente.

I dati permettono però di tracciare un primo quadro della situazione che ci consente di giungere a una prima valutazione e di identificare alcuni aspetti problematici. Va comunque detto che le affermazioni non valgono nella stessa misura per tutte le testate analizzate. Non esistono i media, come non esistono i musulmani.

Tre sono gli aspetti problematici da sottolineare:

1. Appare problematica la forte concentrazione, a partire dal 2015, sui temi «radicalizzazione» e «terrorismo». Per quanto importante sia la funzione dei media di rendere attenti a nuovi sviluppi proponendoli in una prospettiva critica, nel nostro caso sembra che alcuni giornali restringano la propria focalizzazione in base ad una sorta di economia dell'attenzione. Questa ambivalenza è riscontrabile per esempio nella copertura mediatica della moschea An'Nur di Winterthur. Grazie a ricerche giornalistiche di alcuni media sono stati resi di dominio pubblico sviluppi problematici in questa moschea; in seguito però la copertura si è si

diffusa, ma è rimasta superficiale, perché molte testate si sono citate a vicenda invece di approfondire il quadro con ulteriori ricerche o di mettere a confronto le vicende di Winterthur con aspetti di diverso segno della vita musulmana in Svizzera.

2. Problematico è il forte aumento degli articoli che suscitano distanza. Naturalmente è necessario citare e criticare aspetti problematici – questo rientra nelle aspettative normative poste ai giornalisti. Questi ultimi devono tuttavia anche chiedersi se una copertura mediatica che metta in risalto soprattutto o quasi esclusivamente gli aspetti negativi e che generi distanza nei confronti dei musulmani in Svizzera sia adeguata all'eterogeneità delle loro realtà sociali.
3. Chiaramente problematica è una copertura mediatica che suscita distanza se opera con generalizzazioni, ossia se categorizzazioni negative vengono riferite indistintamente a tutti i musulmani in Svizzera. Questa forma di copertura è – anche secondo le regole etico-professionali degli stessi giornalisti – da considerarsi discriminante. Rappresentando nel complesso l'8 % degli articoli; non è molto diffusa, ma in alcune delle testate esaminate raggiunge valori preoccupanti.

Bibliografia

- Arnold, Klaus (2016): Qualität des Journalismus. In: Löffelholz, Martin / Rothenberger, L. (ed.), Handbuch Journalismustheorien, VS-Verlag Wiesbaden, pagg. 551–563.
- Bucher, H.-J. / Altmeyden, K.-. (ed.) (2003): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- D’Haenens, Leen / Bink, Susan (2007): Islam in the Dutch press: With special attention to the Algemeen Dagblad. In: Media, Culture and Society, 29 (135), pagg. 135–149.
- Ettinger, Patrik (2013): Qualität der Berichterstattung über Roma in Leitmedien der Schweiz / Qualità dei resoconti sui Rom nei media di riferimento svizzeri. La versione integrale in tedesco e la sintesi in italiano sono consultabili in Internet: www.ekr.admin.ch/documentazione/i556/1120.html
- Ettinger, Patrik / Imhof, Kurt (2011): Ethnisierung des Politischen und Problematisierung religiöser Differenz. Consultabile in Internet: www.nfp58.ch/files/downloads/NFP58_Schlussbericht_Ettinger_Imhof.pdf
- Ettinger, Patrik / Imhof, Kurt (2013): Qualität der Medienberichterstattung zur Minarett-Initiative. In: Scholten, Heike / Kamps, Klaus (ed.): Abstimmungskampagnen. Politikvermittlung in der Referendumsdemokratie, Wiesbaden: Springer VS, pagg. 357–369.
- fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft (ed.) (2010): Jahrbuch 2010 «Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera». Basilea: Schwabe Verlag.
- fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft (ed.) (2011): Jahrbuch 2011 «Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera». Basilea: Schwabe Verlag.
- Habermas, Jürgen (1981): Theorie des kommunikativen Handelns. Vol. 1: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung; Vol. 2: Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft, Suhrkamp: Francoforte s.M.
- Haller, Michael (2010): Ethik und Qualität. In: Schicha, Christian / Brosda, Carsten (ed.): Handbuch Medienethik, VS-Verlag Wiesbaden, pagg. 348–360.
- <https://presserat.ch/journalistenkodex/richtlinien/>
- Imhof, K. (2010): Die Qualität der Medien in der Demokratie. In: fög (ed.): Jahrbuch 2010 «Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera», pagg. 11–20.
- Karmasin, M. (ed.) (2002): Medien und Ethik. Stoccarda: Philipp Reclam.
- Kriesi, Hanspeter (2012): Conclusion. In: Hanspeter Kriesi (ed.): Political Communication in Direct Democratic Campaigns. Enlightening or Manipulating? Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Marcinkowski, Frank / Donk, André (2012): The Deliberative Quality of Referendum Coverage in Direct Democracy: Findings from a Longitudinal Analysis of Swiss Media. In: Javnost/The Public 19 (4), pagg. 93–110.
- Marquis, Lionel / Schaub, Hans-Peter / Gerber, Marlène (2011): The Fairness of Media Coverage in Question: An Analysis of Referendum Campaigns on Welfare State Issues in Switzerland. In: Swiss Political Science Review 17 (2), pagg. 128–163.
- Pool, Elisabeth (2011): Change and Continuity in the Representation of British Muslims Before and After 9/11: The UK Context. In: Global Media Journal - Canadian Edition, volume 4, numero 2, pagg. 49–62.
- Udris, Linards / Imhof, Kurt / Ettinger, Patrik (2011): Problematisierung des Fremden in der direkten Demokratie. In: fög (ed.): Jahrbuch 2011 «Qualität der Medien: Schweiz – Suisse – Svizzera», Basilea: Schwabe, pagg. 377–407.
- Weischenberg, S./Loosen, W./Beuthner, M.(ed.) (2006): Medien-Qualitäten. Öffentliche Kommunikation zwischen ökonomischem Kalkül und Sozialverantwortung. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft, vol. 33. Costanza: UVK Verlagsgesellschaft.

