

Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius
Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
Ludwig-Maximilians-Universität München
Oettingenstr. 67

D-80538 Monaco

brosius@ifkw.lmu.de

Breve rapporto sulla qualità scientifica dello studio “Servizio privato. Un’analisi dell’offerta della radiotelevisione privata” (autori Prof. Dr. Christian P. Hoffmann e Stephanie Grubenmann, S. Gallo)

L’Ufficio federale delle comunicazioni UFCOM mi ha incaricato di valutare «se e in che misura lo studio corrisponde ai criteri scientifici attualmente applicabili ai lavori empirici nel campo delle scienze della comunicazione e dei media». L’analisi verte in particolare sui seguenti punti:

- valutazione della metodologia;
- valutazione della presentazione dei risultati;
- valutazione delle interpretazioni;
- valutazione globale sotto l’aspetto scientifico.

Nel contesto del dibattito sul servizio pubblico, della revisione della LRTV e delle future riattribuzioni delle concessioni televisive, lo studio valuta (a titolo complementare) le prestazioni dei fornitori privati di radiodiffusione in Svizzera. Si articola su due assi: un’analisi quantitativa dei contenuti di sette emittenti televisive e di sette emittenti radiofoniche durante una settimana solare, e un sondaggio qualitativo presso nove attori con competenze decisionali nel settore della radiodiffusione privata. La presentazione dei risultati dell’analisi quantitativa conta 39 pagine (12-50), quella dei risultati delle interviste con gli esperti 17 pagine (51-67). L’allegato fornisce un elenco di tutte le emittenti radiotelevisive svizzere e il libro codice dell’analisi quantitativa.

Valutazione della metodologia

La campionatura dello studio quantitativo è criticabile per i seguenti motivi.

- La scelta delle sette emittenti di programmi radiofonici e televisivi è avvenuta in funzione della portata (possibilmente elevata), della regione (tre regioni), evitando doppioni di gruppi di emittenti e secondo la concessione (con/senza) e la partecipazione al canone (sì/no). Inoltre, è stata considerata un’emittente televisiva estera. Secondo gli autori, lo scopo era quello di ottenere uno «spettro» di attori che contribuiscono alla radiodiffusione privata (pag. 5). Già solo questo aspetto non è di per sé un buon criterio di selezione ma una scelta arbitraria. Secondo gli standard attuali, un buon campione deve fornire un’immagine il più possibile rappresentativa della popolazione statistica. Nel caso presente, questo criterio non è soddisfatto. Le soluzioni possibili sarebbero state: a) un campionamento casuale delle emittenti, b) un campionamento quotato in base alla ripartizione delle caratteristiche della popolazione statistica o c) un campionamento stratificato secondo le combinazioni di caratteristiche essenziali. Per ragioni di costo, le due prime soluzioni non entrano probabilmente in linea di conto poiché esigono l’esame di un numero di emittenti nettamente più elevato. La terza soluzione sarebbe stata più logica, si pensi alla combinazione tra la portata (elevata/ridotta), la regione (CH-D, CH-FR, CH-IT) e o lo statuto (con concessione /

senza concessione). Una combinazione completa avrebbe richiesto l'analisi di 12 emittenti, ma avrebbe almeno permesso di trarre delle conclusioni riguardo all'influenza di queste caratteristiche (portata, regione, concessione) sulla composizione e sulla qualità dei programmi. Non è assolutamente possibile trarre conclusioni generali in base allo «spettro» delle emittenti.

- Il campione utilizzato, che si riferisce a un'unica settimana solare (pag. 4) non è ottimale poiché favorisce le distorsioni dovute ad eventi puntuali o ad altri fattori. Altre analisi di contenuto (ad es. quella dell'IFEM, menzionata nello studio) si basano su periodi ben più lunghi, ad es. quattro settimane singole ripartite durante l'anno, onde evitare queste distorsioni puntuali. Se il budget disponibile è limitato, si potrebbe optare per un campionamento meno sensibile alle distorsioni puntuali, come ad esempio una settimana artificiale o una scelta casuale di giorni su un periodo più lungo.
- A ciò si aggiunge il fatto che la settimana campione era vicina alle votazioni federali, era quindi impossibile poter escludere distorsioni nell'offerta.
- L'esclusione di elementi speciali (ad es. reportage di TeleZürì sulla Streetparade) è opportuna poiché questi ultimi possono influenzare fortemente i risultati. Tuttavia, se si parte dall'idea che elementi speciali sono presenti anche in altre settimane, si trascurano elementi essenziali dei programmi.
- Complessivamente, la scelta di una settimana solare durante il periodo pre-elettorale non è comprensibile. Le informazioni di questo periodo non sono paragonabili a quelle ottenute in una fase «normale». Anziché identificare le trasmissioni speciali, sarebbe stato più opportuno scegliere un altro periodo d'analisi. Per evitare che i risultati dell'analisi di contenuto siano sottoposti a variazione (ad es. a causa di eventi straordinari), la scelta verte abitualmente su settimane artificiali.

La campionatura dello studio qualitativo non è comprensibile, infatti viene soltanto menzionato che sono state intervistate nove persone del settore dei media privati (pag. 9), senza precisare a quale popolazione statistica appartengono queste persone e in base a quale criterio sono state scelte. Questo procedimento non corrisponde allo standard di campionatura applicato nell'ambito della qualità.

Riguardo al materiale analizzato:

- L'esame del materiale identificato nel libro codice in base ai dati delle emittenti radiotelevisive va giustificato. Probabilmente le variazioni tra i contenuti annunciati e quelli diffusi sono minime. Generalmente, in studi analoghi, le variazioni raggiungono al massimo il 5 per cento. Tuttavia, occorre verificare questa supposizione confrontando dei campioni e valutando l'ampiezza degli scarti, soprattutto quando, come nel presente caso, si tratta di media la cui diffusione non è completamente programmata. Inoltre, sarebbe stato necessario verificare la validità dei dati delle emittenti tramite controlli a campione, accertandosi ad esempio che i contenuti dichiarati informativi dalle emittenti lo fossero realmente.
- L'analisi si limita a materiale proveniente dalle emittenti radiotelevisive private. Tuttavia, in vari punti viene effettuato un confronto implicito o esplicito con il programma della SSR. È spesso implicito, in base a dichiarazioni degli operatori radiotelevisivi privati o tramite rinvii generali al «Monitoraggio continuo dei programmi in Svizzera» da parte dell'Università di Friburgo. Un raffronto diretto avrebbe richiesto imperativamente un esame delle emittenti della SSR sullo stesso periodo e in base allo stesso libro codice. In questo caso, data l'esiguità dei campioni rispetto alla portata delle conclusioni tratte sul piano della politica dei media, sarebbe stato necessario effettuare calcoli statistici comparativi. Questo è tanto più deplorabile in quanto le tabelle descrittive dell'analisi quantitativa non permettono alcuna interpretazione precisa.

- Per quanto riguarda le interviste della parte qualitativa effettuate in base alle linee guida, manca la guida stessa che avrebbe consentito di valutare la qualità dei sondaggi. Questa lacuna ostacola la comprensione dell'interpretazione in questo settore. Mancano anche le trascrizioni delle interviste effettuate in base alle linee guida, eventualmente anonimizzate se gli intervistati non vogliono che si pubblichi il loro nome. Per il lettore non è possibile capire se le citazioni scelte riflettono il tenore di base dell'intervista, se sono fuori contesto o se la scelta dei passaggi testuali riporta un'immagine distorta.

Valutazione della presentazione dei risultati (parte quantitativa)

La presentazione dei risultati è molto descrittiva, si limita generalmente ad elencare la frequenza e all'enumerazione delle trasmissioni diffuse. Non vi è alcuna analisi statistica, ad esempio per giustificare le differenze tra le emittenti.

Le tabelle non offrono la possibilità di comparare direttamente le offerte private con i programmi della SSR. Neppure il testo effettua un confronto sistematico e le tabelle lo rendono ancora più complicato (cfr. tabelle 15 e 16, pag. 46).

La provenienza del profilo delle emittenti e dei programmi (pag. 19 segg. e pag. 47 segg.) nonché il loro significato per l'interpretazione dei risultati non sono chiari. Non sembra trattarsi dei risultati condensati provenienti dalla propria analisi, ma piuttosto di spiegazioni relative a un dato momento, teoriche ed eventualmente fondate sulle informazioni delle emittenti. Gli elenchi dei diversi formati e delle trasmissioni danno un'impressione di varietà, ma la percentuale di dette trasmissioni rispetto al programma complessivo presenta eventualmente un altro quadro.

Rileviamo inoltre le rappresentazioni senza commento del palinsesto delle emittenti private alla figura 16. La constatazione secondo cui le sette radio esaminate dedicano il 90 per cento del loro tempo d'antenna / delle loro trasmissioni al giornalismo radiofonico, avrebbe perlomeno dovuto essere interpretata o presentata nella giusta prospettiva, tanto più che apparentemente alcune emittenti diffondono oltre 500 trasmissioni al giorno. Non è chiaro quale sia stata l'unità sui cui si basano le trasmissioni, soprattutto perché nelle precedenti tabelle il numero delle trasmissioni d'intrattenimento e sportive talvolta è inferiore a dieci.

Valutazione della presentazione dei risultati (parte qualitativa)

La parte qualitativa non verte più sui contenuti e sulla struttura dei programmi delle emittenti private ma esamina l'evoluzione economica della radiodiffusione privata dal punto di vista dei suoi ideatori. Non posso condividere la qualificazione delle analisi in quanto «dinamiche» perché permettono un esame dell'evoluzione a breve, medio e lungo termine. Metodologicamente, ci si aspetterebbe un'analisi longitudinale, mentre in questo caso si tratta dell'opinione o delle aspettative degli ideatori di programmi rilevata a un dato momento, è quindi una modalità d'osservazione statica. Essenzialmente i punti di vista sono presentati nell'ottica della concorrenza tra i programmi: l'espansione o la preponderanza della SSR ostacolano, per dirlo brevemente, le opportunità di sviluppo delle emittenti radiofoniche private. L'espansione e la preponderanza sono inoltre inutili, poiché la radiodiffusione privata, soprattutto nel settore dell'intrattenimento, ma non solo, deve o può proporre offerte equivalenti dal punto di vista qualitativo. La scelta delle citazioni sembra plausibile, ma a causa dell'assenza di trascrizione, non è possibile valutare se sono tipiche, ampiamente diffuse o se sono unanimi.

Valutazione delle interpretazioni

Le conclusioni dell'analisi quantitativa (pag. 32 segg. per la televisione) non sono sempre confermate dai dati. Un'affermazione come «soprattutto combinate, le emittenti titolari di una concessione e quelle senza offrono un programma televisivo diversificato» (pag. 32) è una mera affermazione che non è scientificamente provata. Innanzitutto, manca qualsiasi definizione di varietà, come quella data ad esempio da Schatz und Schulz (1992). Sarebbe stato utile differenziare soprattutto la diversità interna e quella esterna. Inoltre, manca almeno un qualsivoglia criterio che stabilisca un valore limite per la diversità: a partire da quando si parla di diversità? Solitamente, in un tale caso, si compara la struttura dei programmi per mezzo di misure entropiche (cfr. Rossmann, Brandl & Brosius, 2003). Neppure l'identificazione di sovrapposizioni sulla base di singole trasmissioni (pag. 32 e 33) costituisce in sé una prova che un programma sia doppiamente presente. Né le sette trasmissioni di cucina diffuse sulle emittenti private¹, né le tre proposte dalla SSR, consentono di giustificare una «proporzione eccessiva» o una «proporzione insufficiente» di trasmissioni in questo settore. Anche in questo caso manca un criterio, soprattutto riguardo alla qualità delle trasmissioni e alla concorrenza effettiva, ad esempio, non viene data alcuna informazione sui sotto-mercati regionali. Occorrerebbe un indice delle sovrapposizioni che permetterebbe di valutare le possibili conseguenze a livello di politica dei media. Addirittura in base a un tale indice, l'argomentazione dovrebbe essere in parte rimessa in questione. Ad esempio, le trasmissioni prodotte dalla SSR nell'ambito «culinario» non sono considerate giustificate poiché ostacolano il profilamento dei privati (pag. 32). Questo argomento può essere ritenuto valido solo a condizione che, nel campo dell'intrattenimento, la SSR debba produrre e diffondere unicamente formati che non riscontrano interesse presso le emittenti private (ad es. a causa dell'impossibilità di rifinanziarli tramite la pubblicità).

Nella parte qualitativa, la presentazione delle opinioni delle emittenti private è sicuramente appropriata e riflette probabilmente fedelmente l'ambiente che regna tra di esse. Rimane tuttavia la questione se si possa o si debba trarne le interpretazioni presentate soprattutto nell'Executive Summary. A tal riguardo, nel presente conflitto sarebbe stato opportuno dare la parola anche ai rappresentanti della parte avversa o perlomeno sentire il parere di osservatori indipendenti nazionali o internazionali. Al capitolo 4 non viene pertanto presentata un'analisi fondata in materia di scienze sociali.

Apprezzamento globale dal punto di vista scientifico

Per l'apprezzamento globale, va rilevato che il non rispetto delle norme scientifiche, o il mancato raggiungimento degli standard scientifici e le lacune dell'analisi possono influenzare in misura variabile la pertinenza di uno studio. In questo caso occorre valutare separatamente le due parti dell'analisi.

1. Parte qualitativa dello studio

Questo studio corrisponde solo molto limitatamente alle norme scientifiche. La scelta del campione non è comprensibile: sono selezionate nove persone ma non si sa perché, né secondo quali criteri. La guida utilizzata non è documentata, le interviste non sono disponibili in forma trascritta. Da un punto di vista metodologico, questo studio non soddisfa pertanto le norme descritte in tutti i manuali di ricerca sociologica qualitativa. Possono esserci situazioni in cui gli standard di qualità attualmente validi non devono essere applicati (accesso difficile al terreno,

¹ Apparentemente, due delle sette trasmissioni culinarie dei fornitori privati non sono neppure state diffuse nel periodo d'analisi 2015.

popolazione statistica sconosciuta, temi delicati, ecc.). Nel caso presente, ciò non risulta. Nell'insieme, non è possibile generalizzare e trarre delle conclusioni in base alle nove persone interrogate. Anche se si potessero sfruttare queste interviste, rimarrebbe una seria obiezione: solo i membri delle organizzazioni private di radiodiffusione sono interrogati sugli ostacoli allo sviluppo delle televisioni private. Questi elementi non bastano per trarre conclusioni valide sullo stato e sull'evoluzione del sistema dei media in Svizzera. E non si possono di certo prevedere le ripercussioni sulla politica dei media, come viene fatto più volte nell'Executive Summary. Sarebbe stato necessario dare la parola ad esperti esterni o perlomeno dare lo stesso spazio anche alla controparte proveniente dall'ambiente della SSR. Lo studio si limita alla descrizione delle posizioni e delle opinioni delle emittenti private di radiodiffusione. Un fatto discutibile soprattutto perché una gran parte delle conclusioni formulate nell'Executive Summary si basa sulla parte qualitativa dello studio.

2. Parte quantitativa dello studio

La qualità di questo studio deve essere valutata in modo più differenziato. Studi di questo tipo esistono in varie forme e generalmente sono confrontati agli stessi problemi. Si pensi alla necessità di confermare le affermazioni valide tramite una grande quantità di campioni che coprono tutto il sistema. I mezzi finanziari necessari a tale scopo sono spesso sottovalutati. La scelta, in questo caso, di un campione relativamente piccolo che comprende solo sette radio e sette televisioni scelte in modo aleatorio ed esaminate sull'arco di una settimana solare limita fortemente la validità dei risultati. Questo tipo di studio acquista un valore solo a condizione di poter essere ripetuto sul lungo periodo, con gli stessi strumenti. I lavori dell'IFEM, di GÖFAK, di GFK e gli studi friburghesi offrono un buon esempio. Rispetto a quelli appena citati, il presente studio giunge a conclusioni meno solide. Questo è dovuto anche al metodo di rilevamento dei dati e all'interpretazione dei dati descrittivi.

3. Riassunto

Da un punto di vista scientifico, tre elementi critici contribuiscono essenzialmente a limitare il valore dello studio e a mettere in questione le conclusioni degli autori. Innanzitutto, l'analisi del contenuto verte unicamente sul programma dei fornitori privati scelti. In secondo luogo, le conclusioni sono tratte in gran parte dai risultati dello studio qualitativo. Si constata inoltre che sono stati intervistati solo i quadri dirigenti dei fornitori privati. Infine, i concetti centrali non sono stati né definiti, né resi operativi.

Oltre alle lacune metodologiche già indicate, si constata un'assenza flagrante di fondamenti teorici. Concetti quali «diversità», «sovrapposizione», «analisi dinamica» non sono stati né definiti né resi operativi. Pertanto a partire dai dati raccolti non è possibile trarre conclusioni come quelle di cui all'Executive Summary. Ad esempio, nello studio, la quantità del programma diffuso viene equiparata alla pluralità, e la presenza di contenuti identici viene erroneamente vista come una sovrapposizione.

Un confronto, tra la SSR e il settore privato, a cui si allude in diversi punti non è possibile sul piano metodologico poiché non viene utilizzato nessun insieme comune di dati e non sono modellizzate le situazioni di concorrenza a livello di regione, lingua e possibilità di ricezione. Inoltre, la provenienza dei dati non è sempre precisata, si pensi al profilo delle emittenti o alle dichiarazioni sull'«opinione dei consumatori svizzeri».

Infine, molte conclusioni si basano sulla premessa implicita secondo cui i fornitori privati in Svizzera trarrebbero direttamente e immediatamente beneficio da una limitazione della SSR nel

campo dell'intrattenimento fiction e non fiction. A mio avviso, questa premessa è tuttavia valida solo a breve termine. La fruizione dei media da parte dei giovani si differenzia già, perlomeno in Germania, da quella di coloro che sono cresciuti prima dell'avvento dei servizi online (cfr. Klingler, Feierabend & Turecek, 2015). A lungo termine, i fornitori privati in Svizzera devono tener testa anche alla concorrenza di offerte come quelle di Netflix, Amazon Video o Youtube. Questa situazione concerne anche la SSR.

4. Prospettiva

Per valutare la qualità di uno studio, bisogna anche tener conto delle conclusioni che devono essere tratte da esso e quale sarebbe l'impatto di eventuali decisioni su una società. In questo contesto trovo la qualità del presente studio insufficiente. Nell'Executive Summary, gli autori chiedono già un'«analisi comparativa approfondita dei programmi delle emittenti di radiodiffusione private e pubbliche che abbracci l'insieme delle offerte private». Su questo punto non si può che essere d'accordo. Concetti centrali come la «qualità» e la «diversità» devono essere definiti e resi operativi in base a categorie corrispondenti nel libro codice. Inoltre, sia per la scelta dell'emittente (ad es. persona da intervistare) che per la definizione dell'arco di tempo dell'analisi, occorre assicurarsi che la scelta corrisponda agli standard scientifici di qualità. Anche la presentazione dei risultati va esposta in modo che siano comprensibili a livello intersoggettivo, ad esempio allegando allo studio la guida e le trascrizioni delle interviste.

Letteratura

- Klingler, Walter, Feierabend, Sabine & Turecek, Irina (2015, 04). Medien im Alltag junger Menschen. Befunde verschiedener Studien zur Mediennutzung Zwölf- bis 29-Jähriger. *Media Perspektiven*, o. Jg., 199-209.
- Rossmann, Constanze, Brandl, Annette & Brosius, Hans-Bernd (2003). Der Vielfalt eine zweite Chance? Eine Analyse der Angebotsstruktur öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehsender in den Jahren 1995, 1998 und 2001. *Publizistik*, 48, 427-453.
- Schatz, Heribert & Schulz, Winfried (1992, 11). Qualität von Fernsehprogrammen: Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem. *Media Perspektiven*, o. Jg., 690-712.