



Un modello per l'informazione culturale
nella Svizzera plurilingue

Autore: Beat Mazenauer

Mandato dall'associazione « ch-intercultur »

Messaggio centrale

I media tradizionali sono sotto forte pressione, di conseguenza sui giornali la copertura degli eventi culturali diminuisce a vista d'occhio. Il progetto multilingue "cultura-online" vuole rispondere a questa situazione creando sul web un'offerta di contributi attendibili e di approfondimento sull'arte e la cultura.

La cultura è un elemento centrale della nostra società: ne tiene conto la promozione culturale. Se però vogliamo che la cultura sia presa sul serio, occorre anche una riflessione approfondita e la sua messa in discussione. Ed è proprio per questo che è così importante scrivere dell'arte e della cultura.

cultura-online è pensato come progetto che collabora con partner già esistenti. In questo modo vuole ampliare il raggio di portata dei singoli contributi culturali. Il servizio di base di cultura-online è liberamente accessibile a tutti gli utenti.



Il punto di partenza

La stampa è in crisi, il suo modello imprenditoriale sta cadendo a pezzi. Da un lato, diminuiscono le entrate pubblicitarie e dall'altro cala il numero degli abbonati. Il risultato sono le fusioni che portano a testate centrali con redazioni regionali che si concentrano sugli eventi locali. Questo si ripercuote anche sulle pagine culturali che si scompongono finendo nelle pagine riservate alla vita e alla società. Gli articoli critici sulla cultura, nella misura in cui non obbediscono agli incentivi delle visualizzazioni caricate di rabbia ed emozione, finiscono per essere abbandonati.

Sul web, d'altra parte, nascono nuovi formati dinamici, che spesso però rimangono di «nicchia» e di conseguenza invisibili.

Con il progetto cultura-online l'associazione ch-intercultur (ex Feuilletondienst SFD) tenta di sviluppare sulla stampa svizzera un'offerta di approfondimento culturale che si indirizzi agli utenti in modo più mirato, seguendo criteri relativi agli utenti e agli eventi. Allo stesso tempo, cultura-online vuole dare maggiore visibilità ai contributi di nicchia.

cultura-online, una risposta

Grazie al progetto cultura-online nasce un nuovo servizio web che offre un'ampia gamma di articoli di approfondimento e di attualità culturale, tra cui critiche, ricerche e reportage. cultura-online si rivolge a un pubblico interessato alla cultura, ma che non sempre riesce a trovare il tempo necessario per approfondire l'argomento, anche perché non è facile orientarsi nella variegata offerta disponibile.

Il progetto pone l'accento sull'approfondimento scritto, ma dà importanza anche all'ampliamento creativo delle offerte, ad esempio con la produzione di podcast e video.

cultura-online è un'agenzia che offre approfondimenti culturali di alta qualità, un mezzo critico che segue il variegato panorama culturale svizzero.

cultura-online è concepito come mezzo d'informazione liberamente accessibile agli utenti, dove gli eventi e i prodotti vengono illustrati da voci riflessive, critiche e informative che ne illuminano anche i retroscena. Si mira a un modello cooperativo, con una redazione centrale, che collabora con partner che conoscono le realtà locali, regionali e specifiche dei singoli ambiti. La redazione plurilingue produce dei contributi che, sul canale culturale, saranno arricchiti da articoli dei vari partner. I partner, a loro volta, possono condividere i contributi della redazione centrale aggiungendoli alla loro offerta.

Libera da timori e pregiudizi, cultura-online tiene conto di tutti gli ambiti e fa luce sulle questioni politico-culturali. Il principio di cultura-online è quello di parlare anche delle produzioni e degli eventi raramente menzionati dal giornalismo culturale ordinario. Si concentra sulla Svizzera, senza però ignorare i paesi circostanti. Particolare attenzione è riservata alla qualità e alla profondità analitica da una parte, e a un intenso scambio tra le varie regioni linguistiche dall'altra.

attraverso i nuovi media cultura-online rianima la vecchia idea dell'agenzia culturale ... e aiuta gli utenti a farsi una visione d'insieme sulla vita culturale.

L'applicazione è stata ottimizzata per smartphone e tablet. In questo modo il canale culturale combina il giornalismo basato sul testo scritto con il giornalismo moderno e vivace del web, che non mira soltanto ad aumentare le visualizzazioni. Il formato piuttosto classico sarà completato dai social media, da forme sperimentali, video, podcast ed eventi in diretta – sviluppati e testati in un «laboratorio» creato appositamente. In questo

ambito intendiamo dare spazio alla ricerca con l'obiettivo di promuovere lo sviluppo formale della critica culturale.

Concetto culturale

La cultura gode di grande pregio. In senso lato, caratterizza la nostra società e la tiene unita. In un senso più ristretto, assume la funzione dell'istanza critica. Se vogliamo che la cultura funga da mezzo critico, essa deve poter applicare l'approccio riflessivo anche su sé stessa.

cultura-online custodisce il capitale creatosi con la critica culturale del passato e sviluppa dei mezzi per rinnovare la critica culturale e prepararla al futuro.

La critica culturale è la risposta alla produzione artistica, offre un'opinione sull'operato e lo classifica. Prendere sul serio la cultura e l'arte significa considerarla allo stesso tempo con un occhio indulgente e uno critico. Nella critica si tratta di mantenere un concetto culturale aperto che non si concentri unicamente sulle arti classiche ma che coinvolga anche manifestazioni della cultura popolare come rock, pop, graphic novel e videogiochi. In particolare cultura-online vuole diffondere informazioni sulle produzioni e sugli eventi poco menzionati dal giornalismo culturale ordinario. A tale scopo è fondamentale la prospettiva che, da un punto di vista culturale, posa lo sguardo sulle condizioni e le vicende sociali e politiche. Questa apertura corrisponde anche all'ampio ventaglio di forme e formati. cultura-online vuole infatti dare spazio a testi esaustivi ma anche a contributi audio e visivi con le loro particolari condizioni mediatiche.

Accesso libero

cultura-online è concepito come mezzo d'informazione liberamente accessibile a tutti, dove gli eventi e i prodotti vengono illustrati da voci riflessive, critiche e informative che ne illuminano anche i retroscena. Ciò significa che cultura-online nell'offerta di base rinuncia ad abbonamenti e registrazioni. È invece a pagamento l'accesso premium che permette di far uso dell'archivio. Contribuiscono al finanziamento le offerte speciali e un'associazione di donatori.

cultura-online si concentra su un pubblico interessato alla cultura ma che non sempre riesce a trovare il tempo necessario da dedicarle. Inoltre cultura-online si indirizza dichiaratamente a chi produce cultura e alle istituzioni culturali, il cui lavoro viene sempre meno giudicato con commenti critici e pertinenti.

cultura-online vuole rimanere indipendente e critica, per questo motivo rinuncia al principio della pubblicità. La pubblicità può eventualmente essere ammessa se si tratta di pubblicizzare produzioni culturali. Gli statuti ne determineranno le condizioni garantendone la trasparenza.

Si presta particolare attenzione anche alla questione del diritto d'autore, il cui rispetto è assolutamente prioritario.

Multilinguismo

La Svizzera è un paese multilingue e ha quattro lingue nazionali: tedesco, francese, italiano e romancio. Una cultura svizzera che si basa su valori e compiti comuni può solo essere multilingue. In quest'ottica cultura-online presta particolare attenzione alla comprensione reciproca, allo scambio tra le quattro lingue e culture nazionali. Abili giornaliste e giornalisti culturali propongono informazioni in merito a produzioni ed eventi culturali di tutte le regioni linguistiche, traduttrici e traduttori traducono gli articoli creando ponti tra le lingue nel rispetto delle varie sensibilità e particolarità locali.

cultura-online riserva particolare cura e attenzione al multilinguismo e alla partecipazione culturale interlinguistica.

È di fondamentale importanza che cultura-online sia presente e venga accettata in tutte le regioni culturali. Questo deve mostrarsi sia a livello redazionale che dei partner – e naturalmente nei contributi stessi. Per questo motivo i rappresentanti delle quattro culture linguistiche devono collaborare intensamente già durante la fase progettuale.

Preservare e rinnovare

La critica culturale, come la intendiamo oggi proviene dalla sensibilità per i testi e le immagini pre-digitali del XX secolo. Per far sì che vi abbiano accesso le nuove generazioni è necessario un ulteriore passo evolutivo. A tale scopo sono strumenti importanti il mentorato e l'educazione. Ma sarebbe azzardato pensare che, per rimanere al passo coi tempi (digitali), la critica culturale stessa non debba per forza cambiare. Proprio sotto il segno della crisi attuale diventa più evidente che la critica culturale deve riorientarsi e andare incontro alle nuove generazioni. È quindi necessario ripensare costantemente i formati e anche i contenuti.

Per questo motivo il progetto cultura-online allestisce una traccia, un «laboratorio» che funge da spazio di riflessione, ma anche di gioco e di sperimentazione aperto a piccoli gruppi. Gli stimoli e i risultati che ne derivano andranno a fecondare il lavoro redazionale, a medio termine aiuteranno a creare una rete culturale che renderà visibili giovani iniziative e blog; e per cultura-online aprirà una prospettiva a lungo termine. Nel quadro del laboratorio possono essere sperimentate anche nuove modalità creative relative all'impiego dei social media, che ne eludano la dipendenza.

Rischi e opportunità

Opportunità

- **Focus CH.** Sembra essere un momento favorevole per un'iniziativa come cultura-online. A livello nazionale i media sono sotto pressione e i media internazionali non hanno particolare interesse per le questioni svizzere. Molte piccole iniziative sono interessate ad avere una maggiore visibilità.
- **Multilinguismo.** Il multilinguismo offre la possibilità alle culture svizzere di aprirsi oltre i confini linguistici rendendo visibili le proprie qualità specifiche.
- **Il valore della critica culturale.** Grazie all'insieme della produzione della critica culturale e delle varie raccolte, il marchio «cultura-online», che garantisce la qualità della critica culturale, ha l'opportunità di affermarsi.
- **Ampio concetto culturale.** Intendere la cultura in senso lato collega singoli ambiti che spesso hanno pochi punti di contatto. Facilitando l'accesso ai fenomeni marginali e di nicchia, cultura-online promuove la diversità culturale.
- **Luogo di riflessione e di sperimentazione.** Grazie al «laboratorio» il giornalismo culturale si immerge in una nuova dinamica e varietà.
- **Orientamento.** L'immensa offerta di manifestazioni culturali sembra dichiarare la necessità di uno «strumento», che aiuti i consumatori culturali ad orientarsi, e ai produttori di mantenere la propria visibilità.
- **Significato della cultura.** La cultura diventa riconoscibile e sperimentabile come fattore elementare della vita sociale.
- **Educazione.** cultura-online contribuisce alla promozione delle nuove leve del giornalismo culturale.
- **Memoria culturale.** L'archivio di cultura-online funge anche da memoria culturale.

Rischi e sfide

- **Comprensione.** La comprensione tra le lingue e tra le regioni linguistiche fallisce. Le differenze culturali non riescono ad essere superate nonostante gli sforzi.

- **Output.** Il progetto è concepito su scala troppo piccola per rispondere al (troppo) grande numero di aspettative; cultura-online non è in grado di creare la quantità di contributi necessaria per destare l'interesse degli utenti.
- **Concorrenza.** cultura-online non riesce ad affermarsi accanto alla concorrenza di google, facebook e altri strumenti ancora sconosciuti, poiché questi ultimi rispecchiano meglio le abitudini degli utenti.
- **Finanziamento.** Il progetto e / o la gestione di cultura-online non trovano i finanziamenti necessari, né attraverso promotori né attraverso le entrate del progetto stesso.
- **Knowhow.** I posti della redazione centrale non vengono occupati nella maniera ottimale, di conseguenza al progetto vengono a mancare slancio, struttura, gestione, efficienza e qualità.
- **Promozione.** La campagna di promozione non raggiunge un sostegno abbastanza ampio, dispone di troppi pochi mezzi o non è abbastanza originale e, di conseguenza, non è possibile pubblicizzare cultura-online come applicazione per una cerchia di utenti sufficientemente ampia.
- **Elitismo culturale.** L'ampliamento del concetto culturale o una carente valutazione interna della qualità portano alla perdita della qualità e di conseguenza non possono più essere rispettati i requisiti definiti. O, sotto un altro punto di vista: cultura-online tende all'elitismo culturale e di conseguenza perde un'ampia parte del sostegno sociale e culturale.
- **Globish.** C'è il rischio che nella collaborazione giornalistica e nello scambio culturale svizzero si stabilisca l'inglese a scapito della comprensione multilingue.

Scenari

« con »

Cultura-online offre un'opportunità unica per resistere alla crisi del giornalismo culturale con un nuovo strumento veloce e significativo. Chiunque utilizzi uno smartphone, un tablet o un computer ha la possibilità di farsi un'idea esaustiva della ricca vita culturale in Svizzera e di ampliare le proprie conoscenze in merito. Ne profittano anche i produttori e gli organizzatori di eventi che in questo modo raggiungono una maggiore visibilità e ottengono un riscontro critico del lavoro svolto. Partendo dal presupposto che goda di una larga approvazione, la critica culturale ha inoltre una centrale funzione sociale.

« senza »

Senza cultura-online il mercato fa la sua parte. Vi è il rischio che i giganti dei media, tra cui google, facebook e amazon integrino tra le loro offerte anche la «critica», con l'intenzione di utilizzarla a scopi pubblicitari e di promozione della vendita pilotata dagli algoritmi – a scapito di una critica indipendente e senza interessi economici. Se nessuno si occupa più dell'indipendenza della critica, questa rischia di sparire nelle nicchie, di essere invisibile e di avere solo una minima importanza sociale; rischia di essere recepita solo dalla cerchia di follower personali dei singoli critici.

Struttura del progetto

cultura-online all'inizio sarà concepito e strutturato come progetto pilota e sarà testato sull'arco di tre anni. Questo avviene in tre progetti parziali e paralleli.

— Progetto parziale A: elemento principale di cultura-online è il giornalismo culturale con una **redazione centrale** che redige regolarmente critiche e approfondimenti.

- Progetto parziale B: contemporaneamente viene creato un **organo responsabile**, in grado di garantire la futura gestione di cultura-online.
- Progetto parziale C: parallelamente, come terzo progetto parziale, nasce il «**laboratorio**», in cui si sperimentano e promuovono esplicitamente formati e iniziative «giovani».

I tre progetti parziali vengono gestiti da un comitato direttivo designato dall'associazione «ch-intercultur». Il comitato direttivo è composto anche da specialisti esterni e partner importanti. Tale comitato ha il compito di garantire il funzionamento di cultura-online e di vigilare sulle sue attività. Il comitato nomina i direttori dei progetti parziali, sceglie i membri della redazione e si occupa di strutturare il progetto e di offrire buone condizioni di lavoro.

Alla fine di questo processo, previsto per il 2024, i tre progetti parziali saranno riuniti in un ampio forum per la cultura e la critica culturale, che ne collega tutti i livelli, le tradizioni, le culture giovanili, i formati classici e quelli sperimentali.

Redazione

cultura-online è gestita da una redazione centrale che garantisce un flusso continuo di contributi culturali. Tale redazione alla fine della fase pilota comprenderà una percentuale lavorativa del 200%, distribuita su 2, 3 o 4 collaboratori. Essi dispongono della necessaria esperienza redazionale e sono in grado di ricoprire i compiti nelle tre maggiori lingue nazionali. La redazione ha una sede nella Svizzera tedesca e una nella Svizzera romanda. La squadra redazionale viene rafforzata da stagiste e stagisti in formazione, ma anche da una rete di liberi professionisti che possono fungere anche da «antenne». Sono parte di questa rete anche traduttrici e traduttori diplomati. La redazione è responsabile del programma e della pianificazione di cultura-online, inoltre dispone di una squadra ben assortita di liberi

professionisti, svolge lavori redazionali e di organizzazione ed è regolarmente in contatto con i partner di cooperazione con cui vengono condivisi i contributi. Il sistema redazionale si contraddistingue per una vivace cultura del riscontro.

Il team redazionale è arricchito da persone, prevalentemente a tempo parziale, responsabili per la grafica, il supporto web nonché la promozione della comunicazione social. Fin dall'inizio bisogna calcolare una percentuale lavorativa del 500%, a cui si aggiungeranno mezzi per contributi e traduzioni di liberi professionisti.

Organo responsabile

In vista della gestione di cultura-online nel corso della fase pilota viene costituita un'associazione responsabile, che ha lo scopo di vigilare sulla gestione operativa di cultura-online, sulla sua sicurezza finanziaria nonché sulla protezione dell'indipendenza redazionale. L'associazione responsabile è composta da persone che rappresentano partner, finanziatori e associazioni artistiche.

Il progetto cultura-online è lanciato dall'associazione «ch-intercultur». L'associazione responsabile può quindi contare sul sostegno e sull'esperienza di ch-intercultur..

Laboratorio

L'educazione e la ricerca potrebbero avvenire all'interno di un laboratorio di sviluppo che sorgerebbe dalla collaborazione con l'accademia d'arte zurighese Zürcher Hochschule der Künste ZHdK (pubblicistica culturale) e dell'Académie du journalisme et des médias AJM di Neuchâtel. I due istituti, infatti, si contraddistinguono per la loro apertura e creatività

nella formazione in ambito di pubblicistica culturale. L'obiettivo di tale laboratorio sarà quello di creare, a partire dal 2024 insieme agli altri due progetti parziali, una rete culturale aperta, in cui diventano visibili giovani iniziative, blog o piattaforme che partecipano allo scambio e alla critica culturale.

Tappe

Gennaio – ottobre 2021	Fase di sensibilizzazione al progetto.
Ottobre 2021	Inizio del progetto pilota cultura-online: avvio delle strutture e della tecnica.
Primavera 2022	Inizio della redazione – due anni di prova.
2024	Avvio dell'attività regolare di cultura-online.

Finanziamenti

La cultura è un bene protetto, ma spesso è la prima ad essere sacrificata in tempi economicamente difficili. Per contrastare questa dipendenza, cultura-online punta su un finanziamento da parte di fonti pubbliche, semi pubbliche e private che ritengono che la cultura sia una componente importante della vita pubblica e democratica e che, di conseguenza, vada sostenuta finanziariamente. L'aspetto economico sarà chiarito in maniera approfondita nel quadro della valutazione di tutte le possibilità, tenendo presente che solo una base finanziaria sicura consentirà al progetto di avere la possibilità di agire a lungo termine. Intendiamo finanziare il progetto anche con le quote d'iscrizione a una nuova associazione, ancora da fondare, e con donazioni (private).

Perché agli occhi dei finanziatori cultura-online sarebbe un investimento redditizio?

L'impegno finanziario è da vedere nell'ottica di una promozione culturale sostenibile che non pensa soltanto alle arti e agli operatori artistici, ma anche al fatto che questi necessitano di un pubblico critico. cultura-online in un certo senso giustifica la promozione culturale osservando e apprezzando i risultati e gli effetti del suo operato.

Con cultura-online, ch-intercultur lancia il tentativo di creare un'alternativa che vada a completare l'informazione culturale sulla stampa svizzera piuttosto incentrata sulle persone e sugli eventi. Per rianimare e dare un futuro alla discussione sull'arte e sulla cultura serve un'iniziativa coraggiosa.



Gennaio 2021 / Beat Mazenauer

Il progetto cultura-online è stato commissionato dall'associazione "ch-intercultur" (www.ch-intercultur.ch), l'ex Schweizer Feuilletondienst SFD. Per decenni questa agenzia ha rifornito i giornali della Svizzera tedesca con critiche e articoli di approfondimento sulla vita culturale in Svizzera.

Ringraziamenti

ch-intercultur ringrazia cordialmente tutti coloro che hanno reso possibile l'elaborazione del progetto attraverso contributi finanziari: i Cantoni Argovia, Berna, Grigioni, Nidvaldo, Uri, Sciaffusa, Svitto, Zugo e Zurigo; e la Fondazione Christoph Merian di Basilea.