

Gruppo di studio e
di informazione
per la Svizzera Italiana

**QUADERNI
COSCIENZA
SVIZZERA**

MASS MEDIA E FEDERALISMO 1.

20

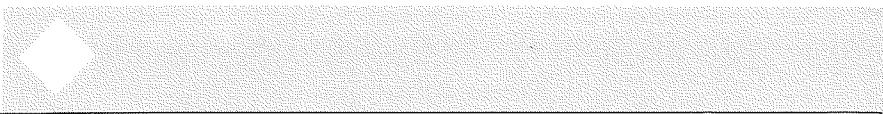
luglio 1997



MASS MEDIA E FEDERALISMO 1.

Indice

| | |
|--|----|
| Un contesto e una manifestazione | 4 |
| Questione di ponti | 6 |
| Servizio pubblico come diritto | 9 |
| Informazione e integrazione | 16 |
| I confini della TSI | 18 |
| Coesione, federalismo | 20 |
| À propos de l'étude sur le clivage linguistique en Suisse | 25 |
| Die Rolle der schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft | 33 |
| La TV di domani | 41 |
| Télévision: ne détruisons pas le service public | 47 |
| “L'idée suisse” | 52 |
| Il modello SSR | 54 |



- 1991 *Settecento anni della Confederazione*
1992 *Votazione popolare sull'adesione della Svizzera allo SEE*
1998 *Centocinquant'anni della Costituzione svizzera.*
2000 *Passaggio di millennio*
2001 *Esposizione nazionale.*

UN CONTESTO...

Viviamo un'epoca chiave, marcata dal cambiamento e dalla comunicazione. Quelle che ancora nel 1991 apparivano come rassicuranti prerogative per la popolazione svizzera, fondate su un solido benessere, rischiano di trasformarsi in preoccupanti incertezze.

La Svizzera pluriculturale e multilingue rimette attualmente in discussione i suoi modelli vincenti: *il federalismo e la democrazia diretta* dal punto di vista politico, *il miracolo svizzero* dal punto di vista economico e *la coesione sociale* dal punto di vista della convivenza umana. Persino le certezze della sua storia cominciano a vacillare nella memoria collettiva.


Una delle questioni più pressanti del nostro tempo è il pericolo della deriva delle varie regioni nazionali e la perdita del comune denominatore che le lega alla Confederazione. Se il federalismo può essere considerato un indubbio successo sul piano politico, esso ha invece prodotto piuttosto l'incomunicabilità culturale fra le etnie. Concepito essenzialmente per preservare i particolarismi, esso si è attrezzato con strumenti orientati verso la pura difesa delle identità.

D'altra parte nuove aggregazioni regionali mutano la conformazione strettamente federalista del territorio. Compaiono nuovi poli gravitazionali che travalicano gli stessi confini nazionali. Così allora come l'economia globalizzante tende a elevarsi al di sopra delle nostre teste, al di sopra delle nazioni, persino al di sopra delle leggi, anche la comunicazione e i mass media tendono a uniformarsi, e fors'anche ad appiattirsi, al disopra del tessuto sociale che attraversano

...E UNA MANIFESTAZIONE

Coscienza Svizzera e il Sindacato Svizzero dei mass media (SSM) intendono promuovere una manifestazione pubblica sull'importante ruolo che i mass media possono assumere nel delicato momento che sta attraversando il nostro paese.

I dibattiti che si terranno in occasione dei grandi appunta-



menti nazionali (celebrazioni per il 1998, Expo 2001) e l'affacciarsi di nuove offerte mediatiche, esigono già sin d'ora un'accurata riflessione di avvicinamento.

D'altra parte "L'idea Svizzera" promossa dai vertici della SSR prende marcatamente questa direzione. Siamo convinti che la funzione commerciale della radiotelevisione nazionale, nonché la questione puramente finanziaria e gestionale dell'azienda non debbano risultare incompatibili con la funzione di servizio pubblico dell'ente e con il mandato politico. E' il momento insomma più che mai di riflettere sulla radiotelevisione che vogliamo.

Con questo primo quaderno dedicato a Mass media e federalismo la nostra associazione intende portare alla conoscenza del vasto pubblico i termini di un dibattito in corso. Iniziamo con alcuni contributi, in massima parte già apparsi su altre pubblicazioni, che dovrebbero servire da stimolo e da preparazione in vista della manifestazione del 21 e 22 novembre prossimi. Seguirà un secondo quaderno con altre riflessioni più specifiche, appositamente redatte per quell'appuntamento. Gli atti delle due giornate saranno poi pubblicati in un volume più compiuto.

Fabrizio Fazioli
presidente di "Coscienza Svizzera"



Questione di ponti

"Punts-Ponti-Ponts-Brücken": con questa denominazione il Forum helveticum, fondazione nazionale per la cultura, sta elaborando un programma di sensibilizzazione e di interventi sul problema dei rapporti tra le diverse regioni linguistiche. Dopo la votazione sullo See del 6 dicembre 1992 uno dei problemi più assillanti per il nostro paese è diventato il pericolo della deriva delle varie regioni e la perdita del comune denominatore che le lega alla Confederazione. La questione concerne la Ssr non solo per statuto ma anche per le pressioni su di essa esercitate allo scopo di finalizzare prioritariamente i suoi mezzi a contrastare tale processo. Il programma del Forum helveticum chiama appunto in causa l'ente radiotelevisivo nazionale a svolgere un ruolo più puntuale in questa direzione. La Ssr evidentemente non può sottrarsi a questa responsabilità. Armin Walpen, il nuovo direttore generale, l'ha immediatamente compreso, facendone il primo obiettivo della sua politica. Si tratta quindi di agire, badando tuttavia a non cadere nel pericolo dell'attivismo dimostrativo.

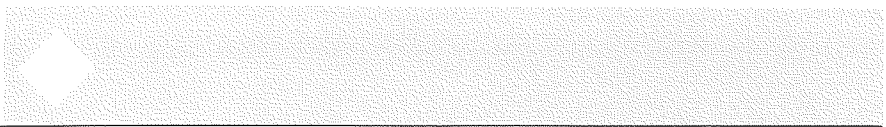
Gli interventi in questo ambito non possono infatti prescindere dall'esame della natura del nostro Stato come si è formato nel tempo, con tendenze sia centrifughe sia centripete sempre esistite. Non mi risulta che un esame profondo delle conseguenze culturali del federalismo sia stato condotto.

La storia ha mostrato che il federalismo è stato un vantaggio a livello politico, come regolata convivenza tra le etnie, al punto da inorgoglierci per un modello che di fronte ai guasti perpetrati in altri Stati multietnici da altri sistemi, non ha confronti. Culturalmente cosa ne ha conseguito la Confederazione? Non certo intensificazione di scambi, incontri sintesi fecondanti di esperienze diverse, bensì la separatezza. In verità è il sistema federale stesso che ha prodotto l'incomunicabilità tra le etnie. Concepito essenzialmente per preservare i particolarismi, esso si è attrezzato con strumenti a ben vedere tutti orientati verso la difesa delle identità, nel fornire garanzie al più piccolo di non essere schiacciato dal più grande. Esso ha insegnato ad essere guardinghi, a vedere il diverso come una minaccia. Esso ha indotto il culto delle radici, che tendenzialmente porta al conservatorismo culturale, alla valorizzazione della tradizione in ciò che essa ha di protettivo più che in ciò che ha di propulsivo. Esso tende a favorire il provincialismo, la prudenza dei benpensanti, la vista corta, il pragmatismo localistico. Intendiamoci: in sé tutti questi caratteri non sono da giudicare necessariamente negativi.

Nella misura in cui sono lo stadio di partenza di un processo in grado di aprire altri fronti è importante riconoscere il valore del consolidato patrimonio di base (localistico, regionalistico, ecc.). Nella misura in cui viene a prevalere l'atteggiamento affermativo del già dato e a mancare la spinta a cercare la sintesi con le esperienze contigue a uno stadio superiore, ciò ci porrà sempre in una situazione di evoluzione frenata.

In altre parole il nostro federalismo, profilato come un sistema di organizzazione delle separatezze, a livello culturale non ha prodotto quell'esito che spesso invidiamo all'esperienza asburgica, alla capacità di fondare una cultura mitteleuropea come crogiolo di creatività, slanci, tensioni e visioni maturati nella realtà multi-etnica dell'impero che per secoli fece capo a Vienna. Nulla di tutto questo in una Svizzera che, anziché far convergere le energie al proprio centro, in ambito artistico e culturale ha viceversa spinto verso le rispettive madrepatrie culturali o, allo stadio di disagio più acuto, a fuggire in realtà remote. Il sistema federale ha ottenuto risultati unificanti solo in ambito politico, amministrativo, organizzativo, in un processo di "globalizzazione" a livello nazionale che sta entrando in crisi in quanto in procinto di essere vanificato dalla globalizzazione mondiale. Quanto alla capacità di visione (che è invece un problema culturale), che già non si è riusciti a resuscitare in occasione del 700esimo della Confederazione e che si sta cercando di rivitalizzare per gli appuntamenti del 1998 e del 2001, sarà certamente impossibile disporre di qualcosa di equivalente al "fondante" ma ormai tramontato mito alpino, peraltro sorto nel secolo scorso non nelle campagne bensì negli ambienti industriali delle città, promosso non tanto sulla scia dell'idea settecentesca di natura ritrovata, quanto come mezzo per ridurre la percezione dei contrasti tra zone urbane e zone rurali. Ancora una volta un valore culturale come sovrastruttura al servizio dell'economia!

Quale prospettiva ricavare da ciò? Certamente non la possibilità di mirare a ideali unitari, che sarebbe un'illusione. Si tratta viceversa di riconoscere più di quanto non si sia fatto i gradi di separatezza delle diverse culture: riconoscerli per capirle e per capirci. Soprattutto si tratta di individuare le ragioni che ancora giustificano e rendono necessaria la convivenza. È vero, il regionalismo come sta attualmente orientandosi rischia di minare l'esistenza stessa della Confederazione. Ma senza il federalismo, confrontato con dinamiche più grandi di esso, il regionalismo verrebbe annullato con i suoi vantaggi. La Svizzera come



matrimonio di interessi? Non è forse la storia a dirci che la solidità della Confederazione, più che dalla spinta dell'utopia, viene da questo? Su questo dovranno poggiare i "ponti" tra le regioni, quindi informazione, confronto, discussione e scambi di esperienze: è l'evidenza che potrà avere soprattutto il ruolo dei media ai quali tocca, come fattore di coscienza nazionale depurato dai simboli e dalla retorica patriottica, il ruolo che nell'800 e nella prima metà del nostro secolo fu della scuola.

Carlo Piccardi

capo rete 2 RSI

"La Regione" del 24.1.97

Servizio pubblico come diritto

Ho avuto modo di lavorare per una ricerca sulla povertà in Svizzera. Ho scoperto due cose apparentemente banali ma che possono servire come spunto significativo.

Prima cosa. In una situazione di pignoramento il televisore non è un utensile qualsiasi ma è ritenuto un bene primario, essenziale.

Seconda cosa. Nell'allestimento di un paniere ideale dove vanno posti i beni necessari per definire il minimo di esistenza, il televisore può esservi incluso con una ponderazione importante. Se ci chiediamo quali possono essere i motivi che stanno alla base di questi comportamenti, troveremo probabilmente il "diritto all'informazione".

Si tratta però di un diritto che assume una connotazione "svizzera": il cittadino deve disporre di uno strumento di informazione ritenuto indispensabile in caso di allarme, di catastrofe, di mobilitazione generale. Il televisore è quindi un utensile della protezione civile.

Oserei quindi concludere che in Svizzera, forse più che altrove, a causa di una cultura storica di "difesa" o di "stato d'allerta" continui, c'è per la radio o per il televisore un concetto intrinseco, pressoché connaturale, "ante litteram", di servizio pubblico.

Si può sorridere o si può anche dubitare di questa interpretazione. Ma se ci pensiamo bene, in questo concetto di "difesa" si possono trovare le radici di molte cose: di alcuni articoli della legge federale sulla radiotelevisione (basterebbe tener conto di quante volte nell'articolo 3 ritorna la parola "paese", "popolazione", "svizzero" o come la radiotelevisione assuma il compito di garante o di partner privilegiato della creazione nazionale), della struttura e degli obblighi del servizio pubblico, del suo modo di finanziamento, ecc.

Radio e Televisione (ma, nella pratica, si potrebbe dire soprattutto la Televisione) sono un'attività ad alta intensità d'intervento pubblico.

Non avremmo mai ritenuto "normale" il fatto che la stampa, i giornali, possano essere direttamente controllati dal Consiglio federale, come capita per la Radiotelevisione. Se il fatto è accettato come "normale" è perché si ritiene che la Radiotelevisione ha un'universalità e una efficacia mediatica tali da poter influenzare più degli altri mezzi di comunicazione il comportamento della vita collettiva.

Ci sono quindi in questo comportamento, codificato, un principio e un valore di servizio pubblico antecedenti al concetto comune, usuale, di servizio pubblico. Bisogna tenerne conto perché è pure una premessa fondamentale.

Le radici non sono ancora l'albero. I motivi e i contenuti di

una SSR-servizio pubblico devono quindi avere qualcosa di più specifico e di più giustificabile.

Non ho nessuna intenzione di impegnarmi in un discorso genetico-giuridico sulla SSR.

Quindi sostengo subito (è la mia tesi) che, per una contrapposizione esistenziale e sempre creativa a ciò che sta capitando o, diciamo, alle tendenze che si manifestano, la SSR-servizio pubblico non può essere semplicemente un pretesto o un alibi per sopravvivere o per difendersi, ma essa è una condizione "sine qua non" per vivere e arricchire un'identità.

Cercherò di spiegarmi e di dare qualche dimostrazione.

Dicevo poco prima che la Radiotelevisione è un'attività ad alta intensità d'intervento pubblico. Bisogna chiarire, perché ci sono grossi rischi.

In ogni paese democratico per la Radiotelevisione (sempre con un'accentuazione per la Televisione) si trovano due obiettivi politici generali:

1. il primo è appunto l'offerta di un servizio pubblico con un carattere piuttosto formativo, un concetto che ha numerose differenti spiegazioni. Esso consiste essenzialmente nell'informazione pubblica e nell'educazione, cioè nel promovimento di programmi che trasmettono delle notizie che contribuiscono alla formazione culturale a tutti i livelli della popolazione e che ne stimolano l'attività creativa. Lo scopo ha quasi sempre delle connotazioni nazionali: la formazione è orientata a generare il consenso attorno ad alcuni valori nazionali.

Un'altra dimensione del servizio pubblico consiste anche nella tutela dei valori regionali, locali, delle minoranze.

L'articolo 3 della legge federale sulla Radiotelevisione contiene tutto questo.

2. Il secondo obiettivo politico consiste nell'offerta di un'ampia fonte di notizie, di uno spazio aperto al dibattito pubblico. In altri termini, il secondo obiettivo è il promovimento e la difesa del pluralismo informativo.

Rileviamo subito che il pluralismo informativo significa democrazia e concorrenza. Si devono quindi aggiungere due osservazioni a mio modo di vedere assai importanti per la nostra analisi:

a) il numero di emittenti, di reti o di "networks" (è la stessa cosa per i titoli di giornali) non è una condizione sufficiente per il pluralismo (non bisogna confondere pluralità con pluralismo) più emittenti potrebbero essere controllate

da uno stesso soggetto o da una stessa concezione ideologica; rimane vero che l'attivazione di numerose emittenti può offrire la possibilità di differenti fonti d'informazione e di un confronto più vasto; b) da noi il pluralismo è soprattutto interpretato come il risultato della concorrenza politica tra i partiti che nella proporzione del 90 per cento sono dei partiti di governo.

Qui si può rilevare un grave pericolo per la Radiotelevisione pubblica: poiché i partiti sono quelli che formano (senza via di scampo) le strutture dirigenti della Radiotelevisione e sono lo strumento di creazione e di distribuzione della rendita monopolistica che emana dal potere politico e la radiotelevisione è spesso ritenuta uno strumento di consenso funzionale ai partiti di governo, essa può contribuire a rafforzare la posizione della rendita politica, ciò che torna di danno al pluralismo politico e socio-economico o anche alla critica creativa. Se si dice che il "servizio pubblico" è piuttosto grigio e in perdita di creatività (creatività che presuppone il massimo di libertà e la condanna implicita dell'autocastrazione), una delle cause principali sta proprio in questo pericolo.

Non ritengo tuttavia che il rimedio a questo pericolo potranno essere una o più radiotelevisioni private: sia perché tra i privati è ancora più forte il grado di dipendenza politica-economica o la tentazione di mettersi al servizio di qualcuno (esemplare è il caso italiano), sia perché è minore l'obbligo (rispettivamente il diritto) di "presenza pubblica" (non è istituzionalizzato come nel servizio pubblico) e deve comunque obbedire ad altri criteri che saranno sempre criteri di mercato (es.: la politica deve essere solo spettacolo, altrimenti non rende).

Queste osservazioni con maggiore o minore intensità, sono valide in generale per ogni paese e creano le premesse per il servizio pubblico; nel caso della Svizzera - come sostengo nella mia tesi - ci sono però delle particolarità che fanno del servizio pubblico l'unica alternativa praticabile se la Radiotelevisione deve raggiungere gli obiettivi definiti dalla legge.

L'alternativa a una Radiotelevisione-servizio pubblico dovrebbe essere una Radiotelevisione privatizzata. Anche se il contesto giuridico (con obiettivi, delimitazioni, obblighi, ecc.) dovesse rimanere la legge federale attuale, per la Radiotelevisione privatizzata diventerebbe inevitabilmente preminente un'altra legge, la legge del mercato e del profitto. Qui ci sarebbe quindi la differenza sostanziale, specifica.



Oggi crediamo a pochi valori ma crediamo quasi senza discussione (persino sulla sinistra) al valore e alla logica del mercato.

La logica del mercato e l'economicismo sempre più accentuato incitano alla ricerca della massima efficacia (la migliore utilizzazione dei mezzi disponibili), della produttività più elevata possibile (il migliore rapporto tra investimento e rendimento), delle economie di scala (la diminuzione del costo unitario attraverso l'estensione dell'unità di produzione).

Queste esigenze portano alla concentrazione, all'uniformizzazione, alla transnazionalizzazione (europeizzazione, mondializzazione; a tal punto che alcuni ormai sostengono che la televisione del futuro potrà essere solamente internazionale).

Queste forti tendenze hanno tutte come conseguenza quella di accrescere la divergenza tra le strutture politico-costituzionali (e la SSR ne è una) e quelle del settore economico-produttivo nella misura in cui queste ultime richiedono grandi spazi, una organizzazione soprannazionale e l'eliminazione implicita delle differenze che sono altrettanti ostacoli.

In questo clima, che è reale, che è la realtà che viviamo quotidianamente, sono il privato, la privatizzazione, la deregolamentazione, la libertà senza obblighi, che appaiono vincenti. È invece il servizio pubblico che appare sempre come l'istituzionalizzazione dello spreco da opporre alla razionalità e alla sanzione del mercato.

La stessa SSR non può sottrarsi a questo clima e, di fatto, sta soffrendone: politicamente e finanziariamente, all'interno e all'esterno.

Politicamente e all'esterno perché si è meno disposti ad accettarla o a giustificarla come servizio pubblico nelle sue esigenze di viabilità e di funzionalità, pur mantenendosi molto critici nei confronti della sua offerta che - spesso per gli obblighi stessi derivanti dal servizio pubblico - è controproduttiva.

Politicamente e all'interno perché, sotto la pressione economica e la globalizzazione, essendo la torta da distribuire difficilmente estensibile, rimane forte la tentazione di adottare dei criteri ibridi, contraddittori; il criterio del più forte (in pubblico potenziale e in territorio economico) e quindi di chi è più vicino a una soluzione di mercato, rimettendo in discussione l'applicazione o il modo di applicazione di alcuni principi fondamentali, come il fede-

ralismo, il plurilinguismo o, più concretamente, l'egualianza di accesso per tutti alla Radiotelevisione.

Finanziariamente, perché il mercato diventa sempre più determinante, sia per il rapporto audience-pubblicità, sia per le economie di scala che diventano un imperativo categorico (e possono tradursi solo in eliminazione e concentrazione).

Ma soprattutto perché l'opzione regionalista che il federalismo, il plurilinguismo, le diverse matrici culturali impongono, diventa un non-senso economico (e per alcuni anche politico). L'opzione regionalista disunisce lo spazio del mercato, fraziona gli investimenti creando doppioni (uno spreco agli occhi degli economisti ma anche dei politici), impedisce le economie di scala moltiplicando le unità di produzione (invece di fondere in una sola le tre catene nazionali o di creare una catena unica importante, con dei "derivati" per le informazioni regionali o locali), si fonda sulla diversità, la molteplicità, i particolarismi, provocando in tal modo dei costi supplementari e impedendosi la conquista di mercati più vasti e di vendere e ottenere redditi dalle proprie produzioni.


L'analisi precedente, legata alla realtà delle cose, ci permette di trarre subito alcune conclusioni:

- se, nel caso della SSR, dovesse prevalere una posizione puramente economicista o politico-economicista, finiremmo inevitabilmente in una uniformizzazione, a detrimento della diversità che forma l'elemento costitutivo della Svizzera; sopprimere la diversità significherebbe sopprimere la Svizzera e non certo creare una maggiore coesione nazionale;

- mantenere la diversità per dovere storico e costituzionale vuol dire operare una scelta regionalista che non può essere che politica e che supera la pura logica economica; una scelta del genere ha ovviamente un prezzo che si deve pagare e una finalità pubblica ben precisa che si traduce in un servizio pubblico così come per l'educazione, la salute, ecc.) di cui occorre garantire il funzionamento e il finanziamento;

- la diversità rimane comunque un valore, l'unico che si possa opporre come antidoto alla globalizzazione, all'uniformità, alla omogeneizzazione delle culture, alla cucina internazionale, alla banalizzazione, dove conducono diritto la logica economica e la legge di mercato;

- poiché la diversità che è importante salvare è la forma stessa dell'identità (termine ne convengo, un poco abusato ma che è fondamentale), il servizio pubblico di Radiotelevisione diventa uno degli strumenti fondamentali dell'identità.



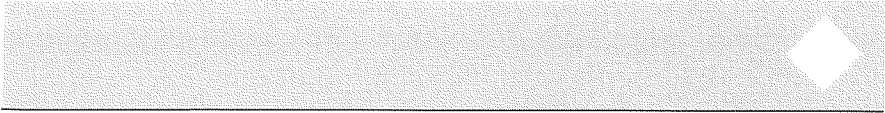
Capita che quando si parla di identità ci si preoccupi particolarmente di qualcosa di essenziale, che si sta perdendo o di ciò che è estraneo al nostro modo di vivere. Prevale quindi un concetto d'identità piuttosto difensivo e circoscritto e non un concetto creativo, dinamico, aperto.

Ora, l'identità può essere un fatto di territorio (nazione, regione geografica), di politica (organizzazione politica) o di lingua (appartenenza linguistica) ma è innanzitutto la capacità di essere in relazione con il proprio ambiente mobilitando le risorse del passato e quelle del presente per poter abbordare orizzonti sempre più incerti; è una presenza culturale che ingloba tutti gli altri fatti, ancorati in una storia tendente a salvaguardare i propri valori; è una presenza dinamica e progettuale, nel senso ch'essa è costantemente in rapporto dialettico con se stessa e comparativo con tutte le altre differenze culturali. Il tema sarà sempre più di attualità perché (come ha scritto Dominique Wolton su "Le Monde" affrontando appunto il tema della televisione pubblica) più si vuol fare l'Europa, più bisognerà preservare le sue identità perché sono una condizione della comunicazione.

Giungo quindi ad una deduzione radicale. La SSR come servizio pubblico (quindi al di là della pura logica del mercato economico, con il primato dell'offerta sulla domanda e non necessariamente il contrario) e come conseguente opzione regionalista è un diritto, un diritto che fa parte del diritto di cittadinanza (d'altronde c'è pure la controparte del canone, che è una forma d'imposta), un diritto che non può essere confutato e neppure sminuito nell'una o nell'altra delle sue componenti senza far crollare le strutture stesse che ci reggono nella misura in cui una componente (una comunità) etno-linguistica si vedrebbe ingiustamente limitata se non addirittura privata di un modo d'espressione e di comunicazione fondamentale nella nostra epoca.

Per tutti questi motivi ritengo pure - considerando le particolarità svizzere e la ristrettezza del mercato - che solo una struttura di servizio pubblico, generalista, come la SSR, può rendere concreto questo diritto.

A mio modo di vedere sarebbe anche un non-senso politico ed economico (o, perlomeno, una soluzione impraticabile politicamente e economicamente per i motivi che ho già indicato) creare di fatto una struttura a due velocità: l'una di servizio pubblico, limitata all'informazione e ad alcuni programmi nazionali e regionali "obbligati" e l'altra



privata-mercato per i programmi con garanzia di successo. Si accentuerebbe una dicotomia perversa che il servizio pubblico, non senza scivolate, riesce ancora a frenare.

Quindi, non credo che il problema debba essere quello di chiedersi se il servizio pubblico sia un pretesto o un alibi per la sopravvivenza della SSR. Credo che il vero problema è di rivalutare l'economia pubblica della SSR nel momento in cui ci sono coloro che vogliono sottoporla unicamente al mercato. La SSR deve però rendersi conto, con maggiore immaginazione e creatività che il suo sistema di valori e di interessi specifici, che giustificano la sua esistenza, sarà sempre più interessato dal processo di globalizzazione (che trova nella televisione il suo vettore principale) e che la guerra delle risorse si sposterà su una direttrice internazionale, punto obbligato per una buona parte dei progetti. Sarà questa quadratura del cerchio che dovrà risolvere con una sola certezza: che il servizio pubblico è e rimane un diritto.

Silvano Toppi

giornalista

intervento al

Congresso nazionale SSM

(Sindacato svizzero mass media)

Le spinte nel mondo dei media a fornire prodotti e servizi orientati verso segmenti precisi di pubblico sono ormai piuttosto consolidate ed hanno due ragioni essenziali. La prima è di carattere economico e configura un rovesciamento della forma di rapporto che storicamente ha guidato i media generalisti ad accesso universale (per esempio, le televisioni pubbliche): dal momento che le risorse tradizionali (canone e pubblicità) non presentano margini apprezzabili di espansione, diventa necessario introdurre il principio che chi vuole consumare spettacolo, informazione, intrattenimento o servizi informativi, paga e che può consumare se - ed in proporzione di ciò che - è disponibile a pagare. In questo senso, nel mondo della comunicazione e della conoscenza diffusa dai media, entra la logica della domanda e dell'offerta, un servizio personalizzato secondo le esigenze (e le risorse economiche): il cosiddetto video on demand sancisce appunto questo tipo di transizione verso il predominio di una logica di mercato in un settore precedentemente connotato anche da altri criteri di sostanza. La seconda spinta essenziale che sostiene questa direzione è di carattere tecnologico e consiste nel fatto che è divenuto possibile passare da una struttura comunicativa di carattere generalista (uno/molti) ad una "à la carte" (si ordina, si vede e si paga solo ciò che si vuole). È chiaro che molti altri cambiamenti di ordine generale (nella segmentazione dei pubblici, nei gusti, negli stili di vita, nei ritmi temporali delle persone, ecc.) hanno accompagnato e favorito, per certi aspetti causato, tali trasformazioni nel mondo dei media ed è chiaro anche che lo stesso fenomeno compare pure in altri settori della vita sociale.

Ciò su cui vorrei attirare l'attenzione (prendendo spunto da alcuni recenti avvenimenti come ad esempio l'asta del calcio televisivo in Italia) è però un aspetto che di solito non attira molta attenzione. Il fatto, cioè, che un sistema di comunicazione di cui tutti possono fruire, indipendentemente dalle risorse economiche, è un potente elemento di integrazione sociale e di identità collettiva. È un bene pubblico che svolge funzioni sociali non commisurabili sulla base della dinamica di mercato. Di fronte alla tendenza verso la privatizzazione dell'informazione, è lecito porsi qualche interrogativo ed avanzare qualche preoccupazione: fino ad oggi la spinta riguarda soprattutto lo sport, qualche evento di spettacolo, alcuni settori di informazione specialistica, ma esiste la possibilità che prima o poi essa coinvolga anche l'informazione, la dieta quotidiana di conoscenze per poter essere cittadini consapevoli ed infor-

mati e poter quindi partecipare alla cosa pubblica. Quando ciò avverrà, si sarà prodotto un guasto nella forma del legame sociale, in uno dei requisiti delle democrazie di massa, nella forza della legatura sociale che dà a ciascuno un senso di appartenenza (debole e critico fin che si vuole, ma necessario) ad una comunità. Non è la stessa cosa essere parte di una società ed essere parte di un gruppo di interesse o di un segmento di mercato. I media tradizionali contribuivano a creare il primo tipo di appartenenza; l'evoluzione dei media attuali vi sostituisce il secondo tipo di legame.

L'ipertrofia dell'informazione segmentata sulle nicchie di mercato non produce cittadini più informati e partecipi: produce un'accentuazione delle logiche settoriali che difendono più vigorosamente interessi legittimi ma parziali.

Il video on demand o la televisione tematica a pagamento non sono necessariamente una forma più evoluta di sistema comunicativo, dal punto di vista sociale. Lo sono, probabilmente, dal punto di vista della logica d'impresa, ma questo è un altro discorso ed in esso non si può esaurire ogni tipo di rilevanza sociale che i media (vecchi e nuovi) rivestono. Ecco perché, in una prospettiva complessiva, la televisione pubblica ed i media generalisti dovrebbero avere ancora lunga e necessaria vita.

Mauro Wolf

docente di scienze della comunicazione,
direttore dei corsi di giornalismo in Ticino.
(† 1996)

"La Regione" del 15.3.96

"Carosello" e "il Regionale", "Lascia o raddoppia" e "Reporter", "La Tv dei ragazzi" e "il Gatto Arturo", "Canzonissima" e "Riuniti per Natale": la memoria televisiva dei telespettatori della Svizzera italiana è una memoria di frontiera, costruita fin dalle sue origini sulla convivenza, sul confronto con la televisione altrui. Prima fu la Rai, poi le consorelle della Svizzera tedesca e francese, poi le commerciali e infine l'esplosione di canali portati dal cavo.

La nascita e lo sviluppo della Televisione della Svizzera italiana furono una di quelle scommesse azzardate, che solo la caparbia solidarietà confederale sarebbe stata capace di produrre. Quando si prospettò l'istituzione di un servizio svizzero in lingua italiana, i primi apparecchi che progressivamente andavano conquistando il loro posto nelle case e nei ritrovi pubblici ticinesi diffondevano ormai regolarmente da alcuni anni le trasmissioni della Radiotelevisione italiana. In verità, alla fine degli anni '50, le prime migliaia di teleutenti della Svizzera italiana erano sicuramente più interessate al miglioramento della ricezione dei segnali della Rai che alla creazione di una televisione "nostrana". Una simile prospettiva sollevò anzi non pochi dubbi sull'effettiva disponibilità di spunti sufficienti per una programmazione autonoma.

Eppure, malgrado l'esiguità dei finanziamenti a disposizione della SSR (già da dividere fra programma francese e tedesco) e sfidando persino lo scetticismo di gran parte del medesimo pubblico ticinese, l'ossequio ai diritti delle minoranze linguistiche produsse le condizioni per la nascita e lo sviluppo successivo della Televisione della Svizzera italiana: una specie di miniatura aziendale, un bonsai televisivo alla perpetua ricerca di un equilibrio delle dimensioni e degli spazi.

Nata guardando la Rai, il cui consumo era ormai consolidato nella Svizzera italiana, la TSI non ha di fatto mai beneficiato di una vera situazione di monopolio, vivendo fin dalle sue origini una realtà di concorrenza transfrontaliera con il "colosso" televisivo della nazione di riferimento linguistico-culturale.

Una situazione di concorrenza che, apparentemente frustrante, è riuscita a produrre una *differenza* (ben delineata da Claudia Sassi e Silvano Toppi nel libro "TSI o del programmare la differenza") e quindi un'*identità produttiva* tale non solo da giustificare una sopravvivenza artificiale voluta dall'ingegneria federale, ma anche capace di generare uno sviluppo che ha condotto la TSI ad affermarsi

quale industria culturale primaria nella Svizzera italiana e in determinati periodi persino oltre i confini politici e linguistici che la contraddistinguono.

Ricordiamo infatti che la TSI, in *concorrenza* con la Rai soprattutto sul fronte della qualità dell'informazione, andò guadagnando (prima dell'avvento delle televisioni commerciali che oscurarono la popolare "tv svizzera") i favori del pubblico italiano, "invadendo" con il suo segnale un bacino d'utenza che rasentò i 10 milioni.

Contemporaneamente, la TSI divenne anche la televisione degli italofoeni d'oltre Gottardo e svolse, in *collaborazione* con la Rai per la produzione della rubrica "Un'ora per voi", una decisiva funzione di integrazione per l'immigrazione italiana in Svizzera.

È quindi dalla singolare situazione geopolitica e culturale di frontiera e dall'organizzazione decentrata del modello federale, ma anche dall'originario e continuo rapporto di confronto e collaborazione su più fronti (con gli enti televisivi dell'area di appartenenza linguistica da un lato, con le consorelle della Svizzera tedesca e francese dall'altro) che si è sviluppata quella duttilità propria della TSI, costretta a fare di necessità virtù affrontando anticipatamente le sfide della concorrenza, della globalizzazione, del localismo, delle dimensioni del servizio pubblico, nonché dei rapporti con gli altri media, vecchi e nuovi, temi divenuti centrali e vitali negli odierni dibattiti sulla riorganizzazione degli spazi medialti.

La solidarietà confederale, con una generosa ripartizione dei finanziamenti a favore delle minoranze linguistiche e di quella italofoena in particolare, ha permesso lo sviluppo di una (radio)televisione nazionale a diffusione regionale in una situazione di doppio confine (politico e linguistico), che costituisce uno straordinario laboratorio mediale. La (Radio)televisione della Svizzera italiana si presta quindi quale privilegiato campo di indagine per dare una cornice storica all'esame dei problemi emergenti soprattutto a livello europeo (Televisioni senza frontiere, Europa delle regioni, organismi e progetti di collaborazione e di coproduzione) nel dibattito sugli spazi e di conseguenza sui confini del servizio pubblico radiotelevisivo.

Matilde Fontana
giornalista

Il secondo insuccesso di S4, coinciso con l'allontanamento del suo direttore Dario Robbiani, aveva sollevato in tutto il Paese discussioni e interventi: persino al massimo livello politico e cioè nel parlamento federale con richieste di spiegazioni. Si temeva, a ragione, anche secondo il nostro parere, nell'accentuazione della regionalizzazione della Tv nelle aree linguistiche maggioritarie ai danni del suo ruolo istituzionale di coesione nazionale.

Questo timore è stato confermato dal progetto Idea Svizzera lanciato dalla direzione della SSR.

Basandosi sulle stesse motivazioni addotte al momento dell'istituzione di S4 e cioè il sostegno alla coesione nazionale, l'integrazione tra le diverse comunità linguistiche e culturali, il progetto Idea Svizzera dice di non voler limitare o confinare questi scopi a una sola rete, nel caso concreto a S4, ma di estenderli alle tre reti nazionali, la Drs, la Tv romanda e la Tv della Svizzera italiana.

In altre parole questa Idea di integrazione si baserebbe "sulla tolleranza reciproca e rispettosa per aprirsi all'altro e accettarsi vicendevolmente". Parole sante, non certo nuove, poiché contenute da sempre nelle direttive delle reti nazionali e che noi abbiamo sempre sostenuto e richiesto. Ora si sottolinea la necessità della convivenza dei gruppi linguistici e culturali diversi che dovrebbero rispecchiarsi non solo nei programmi ma anche nella stessa struttura dell'azienda e nella perequazione finanziaria.

Anche nel campo del riparto finanziario si tratta di argomenti noti e ripetuti, ma che vengono alla superficie quando fa comodo usarli per altri fini.

Ci si perdoni quindi la nostra prudenza di giudizio di fronte a una Idea Svizzera che poteva essere interpretata quale argomento di pressione per la decisione che il Consiglio federale, su richiesta della Ssr, avrebbe dovuto prendere nei giorni immediatamente successivi al lancio dell'obiettivo "coesione". Di quale richiesta si trattava? Della richiesta di modificare la concessione della quarta rete Tv in seconda rete svizzero-tedesca con scopi premialmente commerciali.

La decisione positiva del Consiglio federale è puntualmente arrivata. Ne prendiamo atto focalizzando la nostra attenzione sui programmi previsti da Idea Svizzera. Programmi che ci piacciono, ma che esigeranno la massima attenzione (leggasi controllo) non solo da parte dei critici radio-televisivi, ma soprattutto dei politici.

Ben vengano i "ritratti" di statue e monumenti svizzeri.

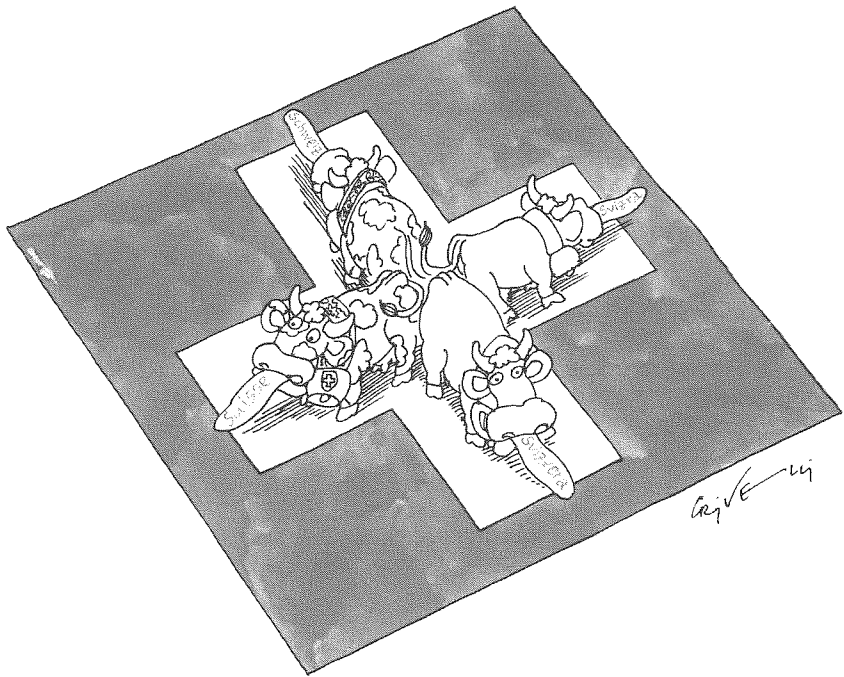
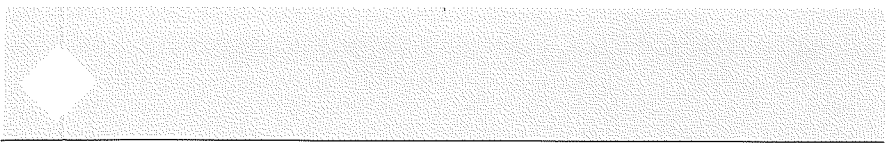


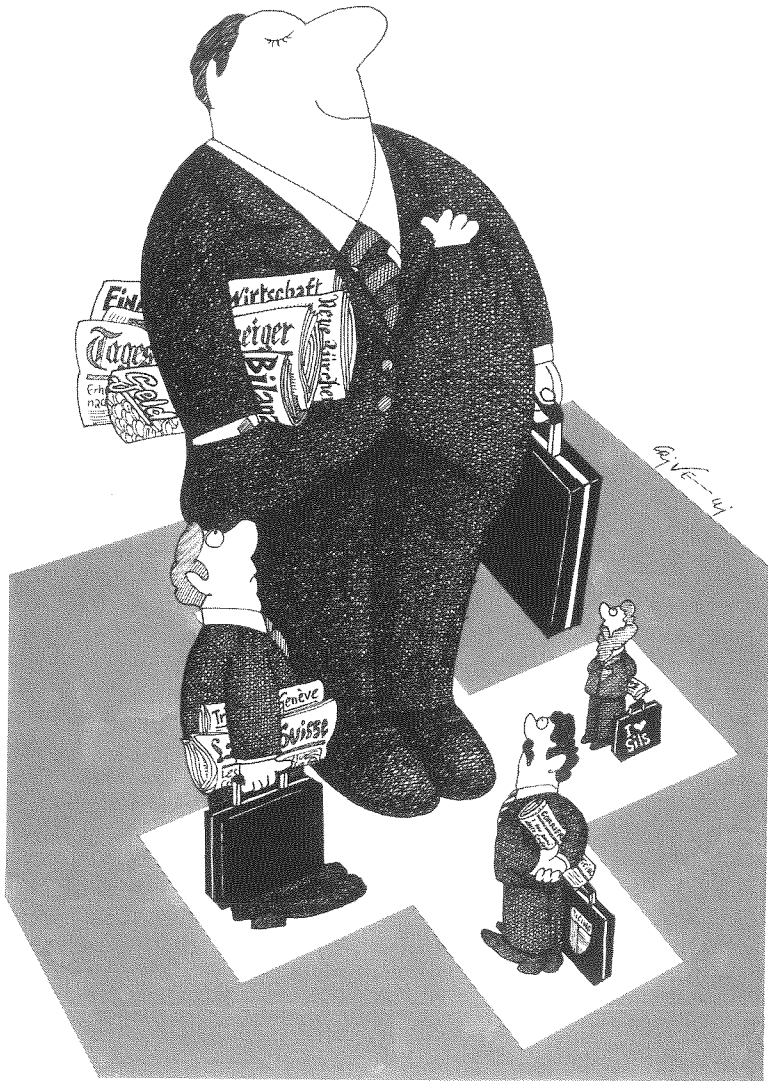
Pur che non si tralascino gli artisti emigranti... (In quale cassetto giace il progetto Mosé Bertoni?). L'idea di "far parlare" i monumenti non è di certo nuovissima: la si ritrova, in chiave umoristica, nel recente libro di Carlo Steiger: "Switzerland quo vadis"?

Ben vengano le lezioni di italiano che però non ci pare giusto equiparare a quelle di "Schwyzerdütsch". È o non è l'italiano lingua nazionale e ufficiale secondo la costituzione?... Per carità di Patria non intendiamo, in questa sede, insistere ancora sulla prepotente invadenza del dialetto svizzero tedesco. A proposito della "soap-opera", che verrà doppiata in francese e italiano ma concepita e scritta in svizzero-tedesco, ci chiediamo quale sarà lo spirito che la informerà. Ci auguriamo quindi che la realizzazione di Idea Svizzera sappia mantenere i buoni propositi iniziali, quelli cioè di invertire la tendenza disgregatrice fra le regioni e le lingue svizzere e di ricostruire la coesione e la comprensione confederale.

Naturalmente, pur apprezzando le buone intenzioni, dobbiamo constatare che il baricentro televisivo si rafforza su Berna a danno del federalismo.

Alma Bacciarini
già consigliera nazionale





À PROPOS DE L'ÉTUDE SUR LE CLIVAGE LINGUISTIQUE EN SUISSE

Introduction

Dans cette contribution, j'aimerais présenter quelques réflexions tirées de notre étude sur le clivage linguistique en Suisse (Kriesi et al. 1996). Selon les termes du mandat qui nous a été confié par la Chancellerie fédérale, l'Office fédéral de la culture et l'Office fédéral de la statistique, cette recherche avait pour but de discuter le concept de clivage linguistique, de mesurer l'importance du problème, aujourd'hui et par rapport au passé, d'évaluer comment il est perçu au sein de la population, et d'avancer quelques mesures susceptibles d'y remédier. La partie empirique de cette recherche se base essentiellement sur l'analyse des résultats par cantons des votations fédérales de la période 1872–1994 et de diverses enquêtes d'opinion.¹ Après un rappel des principaux résultats de cette étude, j'aimerais mettre l'accent sur la discussion de quelques aspects politico-institutionnels du clivage. Il s'agit d'aspects importants, qui n'ont pas fait l'objet d'un atelier spécifique lors du séminaire.

Le clivage linguistique: clarification conceptuelle

Il est important de savoir de quoi l'on parle lorsque l'on évoque le «clivage linguistique». Selon la définition que nous avons empruntée à Bartolini et Mair (1990: 212s.), un clivage existe si (et seulement si) trois composantes sont présentes simultanément dans la société:

- une composante *structurelle*, qui se réfère aux éléments empiriques du clivage (dans le cas qui nous intéresse, la différence de langue);
- une composante *normative*, qui renvoie à l'ensemble des valeurs et représentations symboliques qui modèlent l'identité et les attitudes des acteurs sociaux impliqués par l'existence du clivage (ici, la «conscience» d'appartenir à une certaine communauté linguistique);
- une composante *organisationnelle*, qui concerne l'ensemble des acteurs, organisations et institutions – ainsi que des interactions qui en découlent – qui font que le clivage se manifeste politiquement et socialement.

¹ Il s'agit des enquêtes-VOX des votations fédérales de la période 1981-1994, de diverses enquêtes UNIVOX, ainsi que d'un sondage inédit consacré à la question des relations entre communautés linguistiques, réalisé en complément du sondage-VOX des votations fédérales du 4 décembre 1994.

Selon cette définition, les conflits politiques ont toujours leurs racines dans des différences structurelles et culturelles qui mettent certains groupes en opposition. Cependant, une opposition «culturelle» ou une différenciation «structurelle» ne conduit pas nécessairement à un clivage politique; un clivage peut être structurellement et normativement observable, mais susciter une mobilisation politique très limitée. Une ligne de conflit culturelle ou structurelle se transforme en clivage politique seulement si elle est «politisée», c'est-à-dire «organisée» par des acteurs politiques ou par des institutions. En bref, un clivage politique se développe initialement sur la base d'une stratification sociale ou culturelle, condition à l'émergence d'une identité de groupe. Il devient un clivage politique lorsqu'il est l'objet d'une mobilisation politique.

L'intérêt de cette définition est qu'elle permet de développer une approche dynamique du clivage linguistique, dans le sens qu'elle permet de rendre compte des fluctuations dans l'intensité du clivage. Nous avons identifié des éléments structurels, normatifs et organisationnels qui *renforcent*, respectivement qui *atténuent*, le clivage linguistique. Les mécanismes de renforcement contribuent à rendre le clivage *manifeste*; sous l'effet des mécanismes d'atténuation, le clivage reste *latent*. Je reviendrai sur ces mécanismes dans la discussion des résultats empiriques.

Des résultats nuancés

Sur le plan empirique, notre étude a débouché sur des conclusions nuancées. D'un côté, toute une série d'indicateurs donnent à penser que le clivage linguistique n'est pas un problème majeur en Suisse. Mais d'un autre côté, il existe aussi de bonnes raisons de s'inquiéter et de penser que le clivage va se renforcer ces prochaines années.

Du côté des signes plutôt rassurants, nous avons constaté que le problème posé par les relations entre régions linguistiques est secondaire aux yeux des Suisses et des Suissesses, par rapport aux grands problèmes de l'heure comme le chômage, la drogue ou le financement de l'AVS.² De plus, il existe toujours un large consensus en Suisse autour des valeurs politiques de base, un grand attachement au pays, ainsi qu'un sentiment de proximité somme toute assez élevé vis-à-vis des concitoyens des au-

2 Seulement 1% des personnes interrogées dans le cadre de notre sondage ont considéré que les *relations entre régions linguistiques* constituent le problème le plus important. Il faut toutefois noter que certains des problèmes présentés aux interviewés, aux côtés des *relations entre régions linguistiques*, comptent parmi les plus cruciaux de l'heure en Suisse, affectent directement un grand nombre de personnes dans leur vie quotidienne, et font l'objet d'une médiatisation et d'une politisation constante. À l'inverse, le clivage linguistique ne se manifeste que ponctuellement et est volontiers relativisé par les élites. Dans cette perspective, le clivage linguistique serait d'autant moins saillant aux yeux de l'opinion publique qu'il est peu présent sur la scène politique et médiatique.

tres régions linguistiques. Enfin, l'analyse de l'ensemble des votations fédérales montre que le clivage linguistique a globalement tendance à diminuer, en termes relatifs:³ le pourcentage de minorisation des trois régions linguistiques diminue, et les différences de vote entre les minorités latines et la Suisse alémanique vont en décroissant. Il existe donc, sous cet angle, une intégration de plus en plus grande entre les régions linguistiques.

Du côté des signaux plus inquiétants, nous avons constaté que si elle n'est pas prioritaire, la question des relations entre les régions linguistiques est néanmoins perçue comme problématique aux yeux des minorités romande et italophone. Invités à se prononcer sur l'existence – ou non – d'un «fossé» entre les régions linguistiques, une large majorité des Romands et des Tessinois interrogés dans notre sondage perçoivent un tel fossé; à l'inverse, une large majorité d'Alémaniques considèrent qu'un tel fossé n'existe pas. De même, si les Romands et, dans une moindre mesure, les Tessinois, considèrent que ce fossé est grave et soutiennent l'adoption de mesures susceptibles de le réduire, les Alémaniques – en particulier les catégories âgées et/ou habitant en milieu rural – nient la gravité du fossé et sont nettement plus réticents vis-à-vis des éventuelles mesures correctives. Notons que la perception du fossé est plus aiguë au sein des jeunes générations.

Deuxièmement, nous avons observé une insensible détérioration du sentiment de proximité entre communautés linguistiques, en particulier entre la Suisse romande, d'un côté, et la Suisse alémanique et italienne, de l'autre. A nouveau, ce phénomène est plus marqué chez les jeunes. Ceci met en évidence un renforcement normatif du clivage linguistique, perceptible depuis la fin de la période «d'union sacrée» (Seconde guerre mondiale et guerre froide), durant laquelle les Suisses étaient soudés dans la défense contre un «ennemi commun».

3 Nous nous sommes servis de deux indicateurs – complémentaires – pour mesurer la présence d'un clivage lors d'une votation populaire. La première mesure exprime le nombre de fois qu'un canton appartenant à l'une des régions linguistiques a été mis en minorité en votation populaire, c'est-à-dire lorsqu'il a accepté (respectivement refusé) un projet refusé (respectivement accepté) au niveau national. Une telle minorisation peut se produire avec un très faible écart, par exemple 49.9% contre 50.1%; cette mesure ne fait donc pas de différence entre un taux d'acceptation de 50.1% et un autre de 98%. La seconde formule repose précisément sur l'analyse des différences des taux d'acceptation entre les régions linguistiques. Pour un objet donné, le taux d'acceptation de chaque région linguistique (% de «oui») est calculé puis comparé avec celui des deux autres, de manière à obtenir la différence (en terme absolu). Revers de la médaille, cette mesure ne se préoccupe pas de savoir si un objet a été accepté ou refusé, un écart de 5% à cheval sur le seuil fatidique des 50% n'étant pas comptabilisé différemment que le même écart autour de la barre des 20 ou des 90%. De plus, nous avons considéré ces deux mesures en termes absolus, d'une part, et en termes relatifs, c'est-à-dire rapporté au nombre de votations ayant eu lieu dans la période de référence (cinq ans), d'autre part.

Troisièmement, l'analyse des votations fédérales à laquelle je faisais allusion il y a un instant est en fin de compte assez ambiguë: si on assiste globalement à une homogénéisation du vote, en termes relatifs, il existe bel et bien une forte augmentation du nombre absolu de minorisations du Tessin et des cantons romands. Conjugué à la médiatisation accrue des résultats de certaines votations populaires marquées par des différences sensibles entre les votes des cantons romands, alémaniques et du Tessin, ce résultat contribue à renforcer la perception relative à l'existence du clivage.

Enfin, l'analyse de l'ensemble des enquêtes-VOX a confirmé la relative importance du facteur linguistique dans la formation du comportement de vote lors des consultations populaires des quinze dernières années, par rapport à d'autres caractéristiques socio-démographiques et politiques des personnes interrogées:⁴ seule la confiance dans le gouvernement et la sympathie pour le Parti socialiste sont des facteurs explicatifs du vote aussi importants que le facteur linguistique; en revanche, le niveau de formation, la confession, la classe sociale, le lieu d'habitation (ville-campagne), l'âge, le sexe ou encore l'auto-positionnement sur l'axe gauche-droite sont des facteurs de moindre importance.

Quelques réflexions

Selon la formule bien connue, «les Suisses s'entendent bien parce qu'ils ne se comprennent pas». Notre analyse a montré que cette «ignorance mutuelle» est alimentée par la faible maîtrise des langues nationales⁵ et par ce que nous avons appelé la «segmentation de l'espace public», c'est-à-dire la très faible utilisation des médias (TV, radio, presse) des autres régions linguistiques. Cette segmentation est renforcée, d'une part, par l'homogénéisation des messages diffusés au sein de chacune des régions linguistiques, consécutive à l'expansion des médias électroniques et à la concentration de la presse et, d'autre part, par l'attraction pour les médias des pays voisins parlant la même langue. Ces phénomènes accentuent à leur tour la «clôture des relations sociales» entre les communautés linguistiques et érigent des barrières aux échanges et à la mobilité des individus. Sur le plan politique, il sont susceptibles de donner lieu à des délibérations et à des comportements de vote distincts d'une région linguistique à l'autre voire, à plus long terme, de favoriser l'affirmation d'une conscience de groupe spécifique.

Faute de dialogue et d'échanges, on a coutume de dire que c'est l'attachement commun aux institutions politiques qui a traditionnellement uni les Suisses. Sur le plan organisationnel, le fait qu'aucun parti politique

4 Ce facteur a exercé une influence significative sur la décision de vote pour 52 votations sur les 103 étudiées.

5 D'après notre sondage, seulement un Romand sur cinq s'exprime couramment en allemand, et à peine un Alémanique sur trois parle couramment le français.

n'ait cherché à «mobiliser» ce clivage et à défendre l'une ou l'autre communauté linguistique a certainement contribué à sa «pacification».⁶ Sur le plan institutionnel, le fédéralisme et les divers mécanismes qui en dépendent ont longtemps assuré le succès du modèle helvétique «d'unité dans la diversité» ou de «gestion de la différence», en permettant aux minorités de s'auto-organiser et de se développer de façon autonome. Autrement dit, le fédéralisme a servi de mécanisme institutionnel d'atténuation du clivage. Pensons notamment à la contribution du principe de subsidiarité, du système bicaméral, ou encore du fédéralisme d'exécution. Il n'est donc pas surprenant que les Commissions de la compréhension des Chambres (1993) misent à nouveau sur cette institution pour remédier au problème des relations entre régions linguistiques. Cette idée nous paraît en bonne partie dépassée. A l'ère de la globalisation, l'ignorance mutuelle, l'attachement aux institutions et les bonnes vieilles recettes fédéralistes ne suffisent plus. Dans certains cas limités, le fédéralisme sera peut-être à même d'offrir des solutions sur mesure. Cependant, face aux défis posés par la globalisation, permettre à chacun de régler ses affaires à sa manière ne suffit plus. Une telle stratégie pourrait même s'avérer contre-productive. Elle ne ferait que perpétuer et entretenir les différences, alors que la résolution des problèmes qui se posent aujourd'hui passe nécessairement par le dialogue, la coopération et la découverte, en commun, d'un nouveau consensus de base. René Knuesel (1994: 343), qui a consacré sa thèse à l'étude des relations entre les régions linguistiques, arrive au même constat: «Vivre les uns à côté des autres ne suffit plus. Dans ces circonstances, durer nécessite la confrontation et la promotion de la complémentarité.»

Le problème est qu'un tel projet se heurte lui-même très vite à la réalité du clivage linguistique. Tout d'abord, la tendance – assez répandue en Suisse alémanique – à minimiser le problème posé par le clivage linguistique laisse peu de place pour un débat de fond. Ensuite, même si un tel débat avait lieu, il risquerait fort de mettre à nu les différences qui existent entre Romands, Alémaniques et Tessinois sur des enjeux aussi importants que l'intégration européenne de la Suisse ou la réforme des institutions.

En effet, si l'analyse, par thèmes, des votes qui ont donné lieu aux écarts les plus importants entre la Suisse romande et la Suisse alémanique a montré que les relations entre les cantons et la Confédération ont historiquement été propices à l'affirmation du clivage linguistique, les relations avec l'extérieur (politique extérieure et, plus généralement, les questions ayant trait à l'ouverture vers l'étranger) sont désormais devenues la principale pierre d'achoppement entre les communautés linguistiques. Dans le passé, c'est la minorité romande qui s'est opposée, au

⁶ La Lega dei Ticinesi, parti populiste qui entend explicitement défendre les intérêts de la minorité tessinoise, constitue l'exception récente à cette règle.

nom d'un fédéralisme souvent «défensif», à la centralisation des compétences au niveau de la Confédération. Aujourd'hui, c'est la majorité alémanique qui s'oppose à l'ouverture sur le monde, au nom de la «préservation de la différence». De ce point de vue, notre enquête a confirmé que la frontière culturelle qui sépare la Suisse alémanique de l'Allemagne est plus marquée que celle qui sépare la Suisse romande de la France. Et si l'usage de plus en plus répandu du dialecte permet à la Suisse alémanique de se démarquer de l'Allemagne, il rend néanmoins encore plus difficile le dialogue confédéral. Notre sondage a d'ailleurs montré que les Romands et les Tessinois plébiscitent la proposition consistant à promouvoir l'utilisation du bon allemand à la place du dialecte en Suisse alémanique à l'école et à la Télévision, tandis que les Alémaniques s'y opposent, en particulier les jeunes.

Les divergences de vue sont également très marquées en ce qui concerne l'idée d'un grand débat sur l'avenir de la Suisse et la réforme des institutions: à en croire notre sondage, deux tiers des latins sont plus ou moins acquis à cette idée, tandis que près de la moitié des Alémaniques s'y oppose farouchement. Les résultats de notre enquête sont donc annonciateurs d'un affrontement marqué entre les régions linguistiques sur cette importante question de la réforme des institutions, qui est à l'ordre du jour en Suisse (Conseil fédéral 1995). La propension réformiste des Romands (et des Tessinois) risque de se heurter à la volonté d'une majorité d'Alémaniques de maintenir le statu quo et de défendre les institutions qui ont assuré le «succès» de la Suisse. Qui plus est, notre analyse a montré que l'opposition majoritaire en Suisse alémanique à propos de l'intégration européenne va de pair avec le refus de la modernisation de l'Etat et des institutions: plus on est opposé à l'adhésion à l'Union européenne, et plus on est aussi opposé à la réforme des institutions. N'en déplaise au Conseil fédéral, il semble donc illusoire de prétendre dissocier le débat sur la révision de la Constitution de celui sur l'avenir européen de la Suisse.

Finalement, il faut noter que le clivage linguistique n'est pas seulement la traduction de différences culturelles, mais aussi structurelles. Je pense par exemple aux problèmes posés (à nouveau) par le fédéralisme pour ce qui est de la politique d'éducation ou aux conséquences négatives – réelles ou symboliques – du processus de concentration de l'économie. Au moment où les problèmes économiques s'ajoutent aux problèmes culturels, les tensions entre les communautés linguistiques pourraient devenir de plus en plus vives. Le récent psychodrame à propos de Swissair constitue un premier avertissement à cet égard. A ce jour, la diversité de la Suisse romande et, plus encore, de la Suisse alémanique, a empêché l'affirmation d'une véritable «identité linguistique». Dans un contexte de morosité économique et de précarité de l'emploi, des événements comme celui-ci, amplifiés par les médias et – fait plus inhabituel – par certains ténors de la politique, sont de nature à favoriser l'affirmation d'une identité romande (négative au sens où elle est essentiellement réactive), et à accentuer le sentiment de frustration vis-à-vis de la majorité alémanique.

Si le clivage linguistique n'a peut-être pas, aujourd'hui, la gravité qu'on lui prête parfois, il pourrait bien devenir, demain, un enjeu parmi les plus sensibles de la politique suisse, surtout si un parti ou autre groupement politique se décidait à défendre les intérêts de l'une ou l'autre région linguistique.

Références bibliographiques

- Bartolini, Stefano and Peter Mair (1990). Identity, Competition, and Electoral Availability. Cambridge: Cambridge University Press.
- Conseil fédéral (1995). Réforme de la Constitution fédérale. Exposé des motifs du projet de Constitution. Berne.
- Commissions de la compréhension du Conseil national et du Conseil des Etats. Berne: Rapport du 22 octobre 1993.
- Knuesel, René (1994). Plurilinguisme et enjeux politiques. Les minorités ethnolinguistiques autochtones à territoire: l'exemple du cas helvétique. Lausanne: Payot.
- Kriesi, Hanspeter, Boris Wernli, Pascal Sciarini et Matteo Gianni (1996). Le clivage linguistique: problèmes de compréhension entre les communautés linguistiques en Suisse. Rapport pour la Chancellerie fédérale, l'Office fédéral de la statistique et l'Office fédéral de la culture. Berne: Office fédéral de la statistique.

Pascal Sciarini

estratto da Forum Helveticum

PONTI

Comprensione e scambi

fra comunità linguistiche in Svizzera

1997

DIE ROLLE DER SCHWEIZERISCHEN RADIO- UND FERNSEHGESELLSCHAFT

Die Verständigungs-Aufgabe der SRG ist in der Konzession der SRG vom 18. November 1992 wie folgt festgehalten:

Art. 3: «Die SRG erfüllt ihren Auftrag durch die Gesamtheit ihrer Radio- und Fernsehprogramme, in allen Amtssprachen mit gleichwertigen Programmen. In ihren Programmen fördert sie das gegenseitige Verständnis und den Austausch zwischen den Landesteilen, Sprachgemeinschaften und Kulturen (...).»

Dieser Auftrag wird durch die 3 sprachregionalen Fernsehprogramme, den 4. landesweiten Kanal, die 3 sprachregionalen Radioprogramme, das - eigenständige - Radioprogramm für die Rätoromanen und schliesslich auch durch das mehrsprachige Schweizer Radio International wahrgenommen.

Dies ist nur möglich dank der in der SRG gelebten nationalen Solidarität, fliessen doch beträchtliche Gebühren- und Werbeeinnahmen aus der Deutschschweiz in die anderen Landesteile.

| | d | f | i | r |
|--------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| Bevölkerung nach Sprachgruppen | 65% | 18,4% | 9,8% | 0,8% |
| Verteilung der Mittel | 42,1% | 33% | 23,7% | 1,2 % |

Im neuen Leitbild der SRG wird diesem Auftrag wie folgt Rechnung getragen:

3.1 *Die SRG bietet in Radio und Fernsehen für das ganze Land gleichwertige Vollprogramme* in deutscher, französischer und italienischer Sprache sowie ein Radioprogramm und Fernsehsendungen in rätoromanischer Sprache. Dieses Grundangebot wird ergänzt durch Programme für ein internationales Publikum im In- und Ausland und durch zielgruppenspezifische Komplementärprogramme. Mit ihren Angeboten will die SRG bei den jeweiligen Zielgruppen Marktführer sein.

1.6 *Dem besonderen Charakter des Unternehmens entspricht die grundlegende Struktur der SRG:* ihre Unternehmenseinheiten sind in den einzelnen Sprachregionen der Schweiz und damit im gesellschaftlichen Umfeld und in den Märkten ihrer Programme verankert. Die Gesamtorganisation sorgt mit nationalen Führungsorganen für die Koordination und den solidarischen Ausgleich der Interessen...

Und weiter

1.3 *Die SRG ist bewusst schweizerisch*: Aufgabe und Struktur entsprechen den besonderen Gegebenheiten des Landes. Mit ihren Angeboten leistet sie einen wesentlichen kommunikativen Beitrag zur Entfaltung der verschiedenen Kulturen und Gemeinschaften im Inland, zur Entwicklung ihrer gegenseitigen Beziehungen sowie zur Präsenz einer weltoffenen Schweiz im Ausland.

Soweit die Grundlagen zu unserem Thema.

Doch wie sieht nun die Realität aus - was tragen Radio und Fernsehen konkret zur Verständigung zwischen den Sprachkulturen bei?

Die Antwort darauf möchte ich in vier Feststellungen gliedern.

Feststellung 1 – Radio und Fernsehen müssen sich im Markt behaupten

Die SRG ist ohne Zweifel ein landesweites kulturelles Medienunternehmen mit einem spezifischen Auftrag. Die SRG ist aber auch ein Unternehmen, das sich in einem zunehmend liberalisierten, deregulierten Umfeld bewegt und sich flexibel und rasch auf neue Entwicklungen einstellen muss. Denn: Gebühren sind nur dann zu legitimieren, wenn wir unsere Publika erreichen und auch behalten.

Mit anderen Worten: mit Auftrags Erfüllung allein kann die SRG nicht überleben; ebenso wichtig ist es, dass wir uns den verschiedenen Märkten trotz zunehmender Konkurrenz stellen. Die SRG braucht Erfolg beim Publikum.

Oder anders ausgedrückt: Die SRG versucht mit einem möglichst umfassenden Angebot in allen Sprachregionen den unterschiedlichen und teilweise sogar widersprüchlichen Erwartungen ihrer Publika gerecht zu werden. Sie kann sich deshalb nicht ausschliesslich nach den Prioritäten der politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Eliten des Landes richten. In einem liberalisierten Medienumfeld haben Medien mit Volkshochschulcharakter keine Ueberlebenschance mehr. Ich sage dies bewusst pointiert, denn gerade im Bereich der Tagungsthematik gibt es immer wieder Forderungen, die von einem modernen Service public nicht mehr erfüllt werden können.

Feststellung 2 – Streitpunkt Dialekt

Ein Beispiel: die Frage des Dialektgebrauchs in der deutschen Schweiz. In der SRG-Konzession wird gefordert:

«In wichtigen, über die Sprach- und Landesgrenzen hinaus interessierenden Informationssendungen ist in der Regel die Hochsprache zu verwenden; dies gilt insbesondere für alle sprachregionalen Nachrichtensendungen.» (Art 3, Abs.6).

Dieser Forderung wird heute nachgelebt. Dennoch wird - u.a. auch im Bericht der Verständigungskommissionen des National- und Ständerates vom 22.10.1993 - kritisiert, dass Informationssendungen wie die «Freitagsrunde», Diskussionen wie der «Zyschtigsclub», Interviews im «10 vor 10», nach wie vor in Mundart gesendet werden. Als Argument wird von den Kritikern angeführt, dass die Informationssendungen des Fernsehens DRS «allen in der Schweiz wohnhaften, der deutschen Sprache mächtigen Menschen zugänglich sein müssen».

Als Gegenargument möchte ich zu bedenken geben, was langjährige Untersuchungen und Erfahrungen gezeigt haben: die Nutzung dieser Sendungen durch Tessiner, Romands und Romanen ist äusserst gering. Zudem hat die Sprachkompetenz der Deutschschweizer in den letzten Jahrzehnten im Bereich der Hochsprache abgenommen und spontane, offene Diskussionen wie sie in der «Arena» stattfinden, sind kaum mehr in der Hochsprache denkbar. Immerhin gibt es Sendungen wie etwa der «Literaturclub», der konsequent in der Hochsprache gestaltet wird.

Seit dem epochalen Datum des 6. Dezember 1992 wurden grosse Anstrengungen unternommen, Sendungen des Fernsehens DRS - etwa die «Arena», den «Zyschtigsclub» - auf dem 2.Ton-Kanal simultan ins Französisch zu übersetzen. Parallel dazu wurden und werden auch Sendungen der Télévision Suisse Romande ins Deutsche übersetzt («Table ouverte» u.a.). Untersuchungen zeigen allerdings: die Angebote werden wenig genutzt.

Die Gründe mögen sicherlich in der mangelhaften Sprachkompetenz liegen, was die Sprachen der anderen Sprachregionen betrifft, sie können teilweise auch in der Übersetzungstechnik liegen. Dies wird auch in der Studie über den Sprachengegensatz vom 17. März 1995 bestätigt:

«...Überdies hat sich gezeigt, dass sich die Öffentlichkeit als genau den Grenzen zwischen den Sprachregionen entsprechend segmentiert: sowohl die Analyse der Presseverteilung wie diejenige der Verbreitung der audiovisuellen Medien (Fernsehen und Radio) haben ergeben, dass die Schweizerinnen und Schweizer die Medien der anderen Sprachregionen nicht benutzen. Statt sich der Medien der anderen Regionen unseres Landes zu bedienen, wendet sich die Bevölkerung aller Sprachregionen den Medien des jeweils gleichsprachigen Nachbarlandes zu.» (Seite 8).

Feststellung 3 – Ein breites Angebot von Information über die anderen Kulturen

Ausgehend von der oben erwähnten Analyse lässt sich die heutige Programmpolitik der SRG ableiten:

Grundsätzlich wird über die anderen Regionen und Kulturen in der jeweiligen Sprache der Zuhörer und Zuschauer berichtet.

Die SRG hat seit 1992 ihre diesbezüglichen Anstrengungen verstärkt.

a) Das inländische Korrespondenten-Netz wurde ausgebaut. Beispielsweise gibt es seit kurzem ein Radiostudio von Radio Suisse Romande in Zürich.

b) Der Austausch von inländischen Fernsehreportagen zwischen den Regionen war noch nie so intensiv wie heute: täglich werden 16 Berichte in andere Regionen geliefert (pro Jahr über 4000 Themen).

c) Auch werden vermehrt Sendungen adaptiert oder koproduziert. Beispiele: die alljährliche 1. Augustsendung, die Reportage «Chiasso, tout le monde descend» (TSR/TSI), VIVA...vous avez dit Romandie?» (TSR/TSI), die Reihe «Ciao» - eine Koproduktion von TSI, TSR und Schweiz 4, in dem die Städte Lausanne, Basel, Locarno, Neuchâtel, Zürich, Lugano, Freiburg, Solothurn und Chur porträtiert werden. Neuerdings tauschen die Kulturmagazine Viva (TSR) und Rebus (TSI) Beiträge aus, um die Sicht der anderen Region zu thematisieren.

Der 4. TV-Kanal hat hier seit Anbeginn viele Sendungen in andere Landessprachen übersetzt und ausgestrahlt. Im Bereich der SITCOMS werden seit kurzem neue Wege beschritten: Die DRS-Reihe «Fasch a Familie» und die Serie «Die Direktorin» wurden ins Französische übertragen; der Erfolg beim Publikum war allerdings sehr unterschiedlich. Die welsche Redaktion «Découvertes» arbeitet neuerdings eng mit TSI und SF DRS zusammen (manifestations nationales); Koproduktionen zwischen TSR und DRS sind für die Sendung «Magellan» im Gange (SOS Terre, Eden).

d) Neuerdings werden - trotz eher fragwürdiger Erfahrungen - wieder vermehrt mehrsprachige Sendungen realisiert: Schweiz 4 sendet seit über 1 Jahr den 3-sprachigen «Place Fédérale», das CH-Magazin, Best of des émissions des trois régions. Zudem werden auch Sendungen von Presse-TV (NZZ Format u.a.) ins Französische übertragen.

Ab Herbst dieses Jahres wird die Télévision Suisse Romande versuchsweise eine «Arena»-Sendung ausstrahlen, in der sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in den drei Sprachen Deutsch, Französisch und Italienisch äussern können. In den Informationssendungen soll zudem das Schwergewicht von den Problemen der Romandie auf die ganze Schweiz

verlagert werden. Zu erwähnen sind die beiden Grossreportagen von TSR «A la recherche du Röstigraben» (Temps Présent) und «Die Neinsager, les Suisses qui disent non», ein kritischer Report von TSR über die Urner. Auch SF DRS hat eine Reihe neuer Versuche unternommen - u.a. wurde die welsche Moderatorin Béatrice Barton während mehreren Wochen in der Rundschau eingesetzt - ein erfolgreicher Versuch, wie sich zeigte.

d) Seit 1995 gibt es die «Atelier de Montreux»: dort treffen sich die Fernsehproduzenten zu einem mehrtägigen Seminar, um sich die Sendungen ihrer Kollegen anzuschauen und neue Projekte zu entwickeln.

e) Im Radio findet eine enge Zusammenarbeit v.a. im Bereich der Festivals (Gstaad, Davos, Luzern, Montreux, Ascona, Locarno etc.) statt.

Neuerdings werden vermehrt radiophone Ausflüge in andere Sprachregionen unternommen - erst kürzlich fand eine Woche von RSR in Zürich, 1 Monat in Basel - statt.

f) Von besonderer Bedeutung ist die seit kurzem realisierte, im Radio- und Fernsehgesetz vorgeschriebene Verbreitung je eines deutsch-, französisch- und italienischsprachigen Radioprogrammes in der ganzen Schweiz. Endlich - nach jahrelangem Bemühen - ist es möglich geworden, dass jeder Schweizer, wo immer er auch ist, neben dem eigenen Fernsehprogramm auch ein Radioprogramm in seiner Muttersprache empfangen kann. Lediglich das rätoromanische Radioprogramm ist nur punktuell (über Kabel) auch ausserhalb der romanischen Stammlande zu empfangen. Als Ersatz sendet hingegen das Fernsehen DRS täglich um 18 Uhr 50 die Aktualitätensendung «Telesguard».

g) Nicht zu vergessen ist der bedeutende Beitrag der SRG im Rahmen des «pacte de l'audiovisuel» - der gesetzlich vorgeschriebenen Unterstützung des helvetischen Filmschaffens: über 6 Millionen Franken investiert die SRG in diesen Bereich - und dies gezielt national, d.h. alle 4 Sprachkulturen kommen in den Genuss dieser Unterstützung.

h) So seltsam es in Ihren Ohren auch klingen mag - die interregionale Zusammenarbeit und die damit verbundene Verständnisförderung findet auch in Bereichen statt, wo man dies gar nicht vermuten würde: etwa in unserem CNS, unserer Coordination nationale des services: über 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus allen Sprachregionen arbeiten dort um die Uhr, um den nationalen und internationalen Programmaustausch, aber auch die technische und operationelle Kooperation sicherzustellen, eine Tätigkeit, die die SRG allein 50 Mio Sfr. pro Jahr kostet. Ähnliches lässt sich von unseren Grossoperationen im Bereich Sport sagen: in dieser Programmsparte findet eine kontinuierliche und enge Zusammenarbeit von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aller Regionen statt.

i) Abschliessen möchte ich diese Aufzählung mit dem Hinweis auf eine nationale Fernsehreihe über bedeutende Persönlichkeiten unseres Landes, die für 1998, das Jubiläumsjahr unseres Bundesstaates, vorbereitet wird.

Soweit ein bei weitem nicht vollständiger Überblick über konkrete Aktivitäten.

Feststellung 4 – Neue Wege

Ohne Übertreibung dürfen wir feststellen: kaum je zuvor hat die SRG soviel unternommen, um ihren Beitrag zur Verständnisfrage zu leisten - und dies trotz der zunehmenden Marktorientierung der Medien.

«Punts - Ponti - Ponts - Brücken». Die SRG ist sich ihrer besonderen Verpflichtung in dieser Frage bewusst. Und wir wissen auch, dass man noch vieles tun könnte, tun sollte. Beispielsweise möchten wir die Rotation von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zwischen den Sprachregionen fördern - denn programmlich lässt sich das Verständnis zwischen unseren Kulturen nur dann fördern, wenn unsere Programm-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter auch den sprachlichen und kulturellen Zugang zu den anderen Kulturen finden. Und dies geht letztlich nur über das Sich-Gegenseitig-Kennenlernen, über das Erlernen der Sprache und über die Erfahrung der anderen kulturellen Realitäten.

Gestatten Sie, dass ich den Tour d'horizon mit einer etwas kritischen Bemerkung beschliesse: In der Diskussion über die Tagungsthematik sollten wir uns lösen von ideologischen, überladenen, abstrakten Deklarationen, rhetorischen Höhenflügen und viel zu ambitionösen, die Medien überfordernden Ansprüchen. Die SRG kann die Grenzen der elektronischen Medien nicht überspringen und die wirtschaftlichen Realitäten nicht ignorieren. Und vor allem: Radio- und Fernsehprogramme können nicht politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Probleme lösen, sie können - im besten Fall - die Suche nach Lösungen unterstützen.

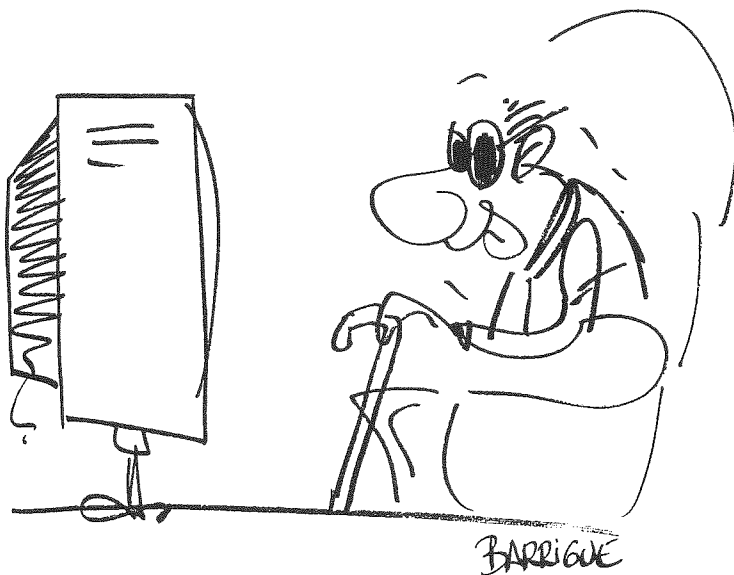
Roy Oppenheim

estratto da Forum Helveticum

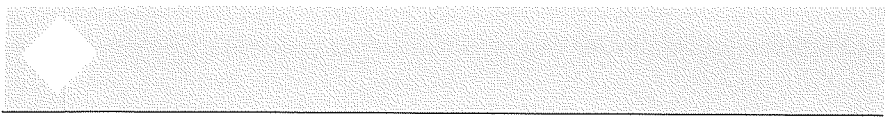
PONTI

Comprensione e scambi
fra comunità linguistiche in Svizzera
1997

ENFIN UN ROMAND QUI REGARDE
LA TV ALLEMANIQUE!

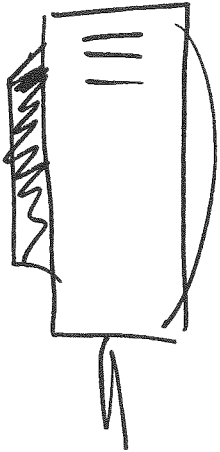


© by FORUM HELVETICUM



LA TÉLÉVISION MET LES SUISSES
D'ACCORD!

C'EST NUL!



BARRIGUE

© by FORUM HELVETICUM

“In Europa nascerà presto un unico mercato dei mezzi di comunicazione che spingerà il vecchio continente verso l'unificazione”. Da Murdoch a Berlusconi, i protagonisti del nuovo orizzonte televisivo europeo.

L'Europa è sull'orlo di una rivoluzione tecnologica. Nasceranno centinaia di nuovi canali televisivi a pagamento. Nascerà un unico mercato dei mezzi di comunicazione che spingerà il vecchio continente verso l'unificazione molto prima di quanto non sarà in grado di fare il progetto di una moneta unica.

Ma la rivoluzione televisiva europea -sia in termini commerciali che puramente politici- comporterà un gioco duro quanto quello che stanno giocando gli stessi governi. La spartizione del multimiliardario mercato televisivo europeo è appena cominciata, con un accordo firmato all'inizio di marzo 1996 tra la Bertelsmann tedesca, il francese Canal Plus e BskyB, la televisione satellitare britannica di Rupert Murdoch.

“Il fatto è che, a causa della sua importanza economica, politica e culturale, quello televisivo è un settore che i politici non lasceranno mai completamente al mercato”, spiega Raymond Kuhn, un esperto di mass media europei dell'Università di Londra.

I legami tra i politici e i maggiori editori televisivi europei sono già stretti, come dimostra l'amicizia tra Leo Kirch e il cancelliere Helmut Kohl in Germania, o l'influenza politica esercitata in Gran Bretagna da Rupert Murdoch, il cui impegno ha smesso gradualmente di sostenere il Partito conservatore dell'ex primo ministro Margaret Thatcher per appoggiare il leader del Partito laburista, Tony Blair.

In Francia Canal Plus ha visto crescere e prosperare il suo monopolio negli anni Ottanta, sotto la guida di André Rousslet, un ex collaboratore del presidente François Mitterrand. E in Italia il proprietario del 50 per cento del mercato televisivo nazionale - Silvio Berlusconi - è già ben introdotto nel mondo della politica. Anzi, l'ex presidente del Consiglio e leader di partito, è spesso costretto a respingere l'accusa di essere un conflitto di interessi ambulante o di essere entrato in politica per proteggere i suoi interessi nel settore delle comunicazioni.

Kuhn sottolinea che, anche se prevede che ci saranno molti conflitti politici da qui al 2000, compresa la resistenza all'invasione dei programmi statunitensi, la tendenza verso l'introduzione di un maggior numero di pay-tv e di tv via satellite dovrebbe portare gli europei ad avvicinarsi.

“L'impatto di un mercato dei media europeo integrato influirà sul comportamento della gente quanto la moneta unica”, sostiene Kuhn, “perché dopo il mangiare e il dormi-

re, guardare la televisione è l'attività alla quale la gente dedica la maggior parte del suo tempo".

Da New York James Harman, esperto di mass media e presidente della banca di investimenti Werheim'Schroeder, aggiunge che "la nuova televisione potrebbe anche unificare l'Europa come non è mai stato possibile fare prima".

Secondo tutti gli esperti, probabilmente le società televisive europee uniranno le loro forze per risparmiare sui costi della tecnologia necessaria per realizzare i programmi e farli arrivare in tutte le case. L'Europa sarà sempre più unita. Le lingue saranno diverse da un paese all'altro, ma i programmi stanno diventando così simili che i produttori ormai li doppiano o usano lo stesso formato in diversi paesi adattandolo semplicemente alle varie esigenze culturali e linguistiche.

Alla fine gli europei si potrebbero ritrovare uniti dal comune entusiasmo per i due pezzi forti delle pay-tv: i film di Hollywood e gli eventi sportivi.

Kuhn e altri osservatori ritengono che l'integrazione europea verrà accelerata dalla diffusione delle nuove offerte della televisione digitale a pagamento, e da importanti monopoli regionali come BSkyB, Bertelsmann e Canal Plus.

Queste tre società multimiliardarie si sono unite al gruppo francese Havas per lanciare una televisione a pagamento via satellite che preparerà il terreno per una grande espansione dell'industria televisiva.

Attualmente, gli oltre 15 milioni di abbonati alle televisioni a pagamento europee producono circa cinque miliardi di dollari di profitti l'anno; ma questo prima dell'avvento della televisione digitale, che moltiplica il numero di canali disponibili. Il nuovo consorzio spenderà centinaia di milioni di dollari per sviluppare la tecnologia degli apparecchi per decodificare il segnale del satellite, e per produrre dei programmi che andranno a riempire i palinsesti di centinaia di nuovi canali. L'alleanza tra Murdoch, Bertelsmann e Canal Plus, che comincerà a operare in Germania -il più grande e il più ricco dei mercati dei media e dell'intrattenimento europei- ha colto di sorpresa i concorrenti come la Compagnie Luxembourgeoise pour la Télédiffusion (Clt) o il gruppo tedesco di Leo Kirch.

Quando gli è stato chiesto se la sua società stava valutando la possibilità di associarsi con la Clt, Gottfried Zmeck, un dirigente del gruppo Kirch di Monaco, ha dichiarato: "Vedremo, non dico che sia impossibile".

Zmeck ha ricordato che il gruppo Kirch è già alleato con Berlusconi, in Italia, per la realizzazione dei canali via satellite a pagamento di Telepiù.

Quando, entro un anno o due, nasceranno decine di canali a pagamento, in tutta Europa si scateneranno conflitti politici, economici e culturali.

Un gruppo di società di produzione televisiva francesi hanno attaccato l'alleanza che è appena nata definendola un "cartello". E quando l'accordo tra Bertelsmann, Murdoch e Canal Plus è stato reso noto, il commissario per il controllo della concorrenza dell'Unione europea, Karel Van Miert, ha dichiarato che lo avrebbe esaminato accuratamente. Ma Pierre Lescure, presidente di Canal Plus, sostiene che l'alleanza, introducendo centinaia di canali, permetterà ai produttori indipendenti di creare molti nuovi programmi.

La difesa delle culture nazionali

"Siamo all'inizio di una nuova era, quella della televisione digitale a pagamento", ha spiegato Lescure, "e spero che la concorrenza finisca per andare a vantaggio dei consumatori". Lescure ha ammesso che i cambiamenti non saranno facili, soprattutto nel suo paese, dove la difesa della cultura nazionale è vista come un obiettivo strategico. "A volte sono preoccupato per l'industria francese", ha detto Lescure. "Dobbiamo renderci conto che non siamo più nel Diciassettesimo secolo e cambiare mentalità".

Quasi tutti i dirigenti delle società interessate concordano nel ritenere che un aspetto del problema, che probabilmente non verrà superato in tempi brevi, è la resistenza agli spettacoli televisivi americani e ai film di Hollywood. La stessa resistenza che ha portato la Francia a insistere perché venissero decise delle quote di programmi locali e introdotti altri strumenti di controllo che i critici hanno definito pure e semplici misure protezionistiche.

Si dice che il presidente francese Jacques Chirac fosse così preoccupato per le voci messe in giro qualche mese fa secondo le quali Murdoch stava trattando con la Clt, che ha fatto subito sapere chiaramente quello che ne pensava alle autorità lussemburghesi con una serie di messaggi riservati. Un collaboratore di Chirac, che ha detto di essere a conoscenza di queste voci, ha rifiutato di fare commenti.

In Germania Michael Dornemann, il dirigente della Bertelsmann che ha guidato le trattative con Murdoch e Canal Plus, è stato più esplicito. Dornemann ha detto di rifiutare decisamente le quote.

"L'errore più grave sarebbe quello di entrare in conflitto con gli americani", sostiene Dornemann. "La cosa migliore sarebbe trovare un accordo e formare un'alleanza. I loro prodotti sono ottimi. Tutti adorano i film e la musica americani. Io credo che i giovani che amano vedere i film americani e ascoltare la musica americana dovrebbero poterlo fare. Penso che in Europa non dovremmo agitarci troppo per questo".

I benefici per i consumatori

La rivoluzione della pay-tv che sta per trasformare il panorama televisivo europeo produrrà un cambiamento epocale per i grandi imperi dei mezzi di comunicazione che si vedranno costretti a investire miliardi di dollari in tecnologie e programmi per conquistare i telespettatori.

Prima o poi i consumatori europei dovrebbero trarne un beneficio, dato che i costi scenderanno e i fornitori di servizi - quelli che trasmettono programmi televisivi gratuiti via etere o trasmissioni digitali a pagamento - saranno costretti a farsi concorrenza tra loro offrendo una maggior varietà di film, sport e altri spettacoli.

Mentre le televisioni a pagamento, che hanno già successo in mercati chiave come la Germania, la Gran Bretagna, la Francia e l'Italia, trarranno grandi profitti dall'espansione di questo mercato da cinque miliardi di dollari l'anno, in una serie di interviste alcuni dirigenti e analisti del settore hanno riconosciuto che sarà difficile evitare una lotta all'ultimo sangue, alla fine della quale qualcuno dovrà pur perdere.

Tutto questo è molto insolito per l'Europa, le cui industrie normalmente vivono in un mondo tranquillo di compartecipazioni, che in qualche caso diventano anche cartelli. Diversi dirigenti dell'industria televisiva europea hanno dichiarato che le loro società si stanno preparando alla battaglia, soprattutto alla luce della nuova alleanza formata questo mese tra la BSKyB di Rupert Murdoch, la Bertelsmann tedesca e il francese Canal Plus.

“Assomiglia un po' a un gioco politico ad alto livello, perché si tratta di società molto potenti che decidono di mettersi insieme”, ha dichiarato Mark Beilby, un analista del settore dei media presso la Deutsche Morgan Grenfell di Londra. Un altro importante dirigente ha affermato che la competizione sarà così dura che nei prossimi due anni non tutte le grandi società riusciranno a rimanere sul mercato.

“A mio parere”, ha dichiarato Pierre Lescure, “dopo 12 o 18 mesi di guerra sul fronte della nuova televisione, in Francia, Germania e nel resto d'Europa ogni concorrente avrà bisogno di un checkup. E non tutti godranno di buona salute”.

A causa degli enormi investimenti che la televisione a pagamento digitale comporta, i vincitori saranno quei gruppi che si alleano per realizzare un'offerta di programmi in grado di conquistare almeno un milione di abbonati: è infatti a partire da questa cifra che i profitti cominciano a essere interessanti. Ma ci saranno anche dei perdenti, società che avranno investito a vuoto centinaia di milioni di dollari per le innovazioni tecnologiche o per i programmi.

Perché tutto vada bene sarà necessario avere un potente

sistema di distribuzione, associato alla tecnologia necessaria per inviare facilmente i programmi a pagamento dai satelliti alle case, e questo include anche antenne paraboliche non troppo costose, con un diametro non superiore ai cinquanta centimetri, e un decodificatore che possa stare sul televisore. Ma sarà altrettanto importante avere i giusti “contenuti” o “prodotti”, come vengono chiamati i programmi nel gergo dell’industria.

Canal Plus lancerà 24 canali a pagamento, e nel corso dell’anno un servizio simile partirà anche in Germania. Il target più attraente della nuova alleanza europea sono i 30 milioni di case tedesche. Finora ci sono stati solo 1,1 milioni di abbonamenti a Premiere, un canale a pagamento di Bertelsmann, Canal Plus e Leo Kirch.

Il gruppo Kirch è già in concorrenza con Bertelsmann e Canal Plus per la realizzazione del miglior decodificatore. La sua è una proposta troppo costosa, soprattutto perché i soldi verranno dai programmi piuttosto che dalla tecnologia dei decodificatori, che in ogni caso, tra quattro o cinque anni, saranno preinstallati nella maggior parte dei televisori. Si calcola che i due concorrenti abbiano già speso nel complesso più di un miliardo di dollari solo per le tecnologie.

Murdoch e i suoi soci vorrebbero acquistare subito una quota di Premiere per usarla come piattaforma di lancio per quello che chiamano un bouquet di diverse decine di nuovi canali digitali a pagamento. Ma finora Kirch, che ha il diritto di veto sull’entrata di Murdoch, si è mostrato riluttante a dire quello che intende fare.

I partner della nuova società Bertelsmann-BSkyB-Canal Plus ammettono di non aver ancora stabilito tutti i dettagli dell’accordo. Sembra che si stiano ancora studiando e che stiano cercando di stabilire la struttura che la società dovrà avere nei prossimi anni.

“Il problema principale”, ha dichiarato Beilby, “è che ci sarà spazio solo per un protagonista per ogni territorio principale, e penso che i contendenti prima o poi si adatteranno alla logica della selezione naturale”.

I dirigenti delle società in concorrenza confermano questo aspetto darwiniano della rivoluzione televisiva.

Michael Dornemann, il dirigente della Bertelsmann che si occupa del progetto pay-tv, ha ammesso che l’accordo con Canal Plus e Murdoch è stato “in parte una mossa difensiva”. Ma prevede che il mercato tedesco diventerà molto competitivo nei prossimi mesi.

“Questa è una guerra e ritengo che alla fine Kirch preferirà allearsi con noi per combatterla”, ha affermato Dornemann. Ha anche criticato il progetto della Kirch di realizzare un decodificatore separato definendolo “inutile e costoso”.



A Monaco Gottfried Zmeck, che collabora da tempo con Kirch, ha dichiarato che il suo gruppo è convinto che il loro decodificatore è di qualità superiore. Ha aggiunto anche che “qualcuno dovrà diventare il leader del settore e qualcun altro avrà invece un ruolo di secondo piano”.

“Non siamo in lotta con Canal Plus, né con Bertelsmann, né con nessun altro. Quello che vogliamo è introdurre nel mercato il miglior sistema operativo. Se questo significa entrare in conflitto con qualcuno, pazienza”, ha aggiunto Zmeck.

Il dirigente del gruppo Kirch ha poi sostenuto che Canal Plus si è lasciato coinvolgere nell'alleanza con Bertelsmann e BSkyB solo per scoraggiare eventuali concorrenti dall'entrare nel mercato francese.

“Vogliono spaventare qualcuno”, ha detto Zmeck.

Chi si augura la battaglia

A Parigi il presidente di Canal Plus, Lescure, ha dichiarato che l'idea della battaglia lo attrae molto. “Spero che Leo Kirch ci faccia guerra perché così l'alleanza tra noi e la Bertelsmann si rafforzerà”, ha spiegato, aggiungendo che in un prossimo futuro un numero sempre maggiore di gruppi europei si accorgerà che “è assolutamente necessario unire le forze”.

Il motivo per cui il mondo della televisione dovrà affrontare tutto questo è che ognuno dei suoi principali attori ha i suoi punti di forza e le sue debolezze.

Murdoch è forte dal punto di vista dei programmi, grazie alla sua Twentieth Century Fox. Ma muore dalla voglia di entrare nel mercato europeo, e i suoi collaboratori dicono che l'anno scorso si è infuriato quando Silvio Berlusconi ha mandato all'aria la trattativa per vendere il suo impero televisivo tirandosi indietro all'ultimo minuto. Bertelsmann ha una grande capacità distributiva in Germania, ma sembra che sia a corto di contenuti.

Canal Plus ha sia i contenuti che la distribuzione, in Francia, ma sta cercando di espandersi in altri paesi d'Europa, perché il mercato interno si sta avvicinando al punto di saturazione.

Leo Kirch ha un ottimo magazzino di film e ha già stretto un'alleanza con Berlusconi per Telepiù, ma se continua a tener fuori Murdoch da Premiere rischia di rimanere isolato.

Clf, il gruppo lussemburghese che a dicembre ha cercato di stipulare un accordo con Murdoch, adesso è rimasto tagliato fuori dalla sua alleanza con Canal Plus e Bertelsmann. Gli analisti del settore ritengono che Clf potrebbe ora cercare di allearsi con il gruppo Kirch o con società americane come la Time Warner o la Disney.

Alan Friedman

giornalista, International Herald Tribune

Télévision: ne détruisons pas le service public

Le système mixte public-privé a donné naissance aux contradictions que nous connaissons tous. On réclame de nouvelles règles. Mais le moment que nous traversons n'est sans doute pas le meilleur pour prendre des décisions radicales

Si nous sommes disposés à faire des sacrifices sur les retraites ou l'école, pourquoi devrions-nous sauver le service public de la télévision qui n'est pas indispensable et, de plus, sujet à de continuelles critiques sur son contenu et ses choix culturels?


Depuis longtemps, et de plusieurs côtés, on demande son allègement, sa privatisation ou du moins sa réduction à sa stricte fonction de service public, tout en réclamant l'élimination des recettes publicitaires et une redéfinition de son rôle dans un sens plus rigoureusement éducatif et culturel. Mais une objection de fond devrait réduire ces hypothèses à néant: aujourd'hui, la télévision ne pèse pas financièrement sur l'Etat!

Les comptes de la télévision publique ont été redressés et ne représentent plus un poids économique pour la collectivité. C'est justement sur ce point que se concentrent les critiques. Le redressement a été effectué en faisant appel aux ressources publicitaires et donc, indirectement, à l'audience, aux programmes légers et de divertissement. Pourquoi l'Etat devrait-il continuer à s'engager dans une entreprise où le souci du gain l'emporte sur celui de la culture?

N'est-ce pas là une façon de méconnaître radicalement la fonction de service public de la télévision? Sans nous en rendre compte, nous avons fini par interioriser la conception du service public télévisé américain. Aux Etats-Unis, le service public télévisé ressemble beaucoup à l'organisation sanitaire: service minoritaire, réservé à un petit nombre. Par rapport aux grands réseaux privés, il joue un rôle marginal. Ce pays n'a jamais connu le monopole public de la télévision.

Le concept de service public télévisuel est né dans les pays européens selon une conception totalement opposée et avec de bien plus grandes ambitions. Jusqu'à la naissance de la télévision commerciale, l'Europe n'a connu qu'une télévision publique en situation de monopole. Ce qui signifiait: totalité de l'audience, public énorme et non fractionné, programmation pour tous et non pour de petites élites culturelles.

La télévision européenne, contrairement au modèle américain, est née avec des intentions pédagogiques, pour diffu-



ser son message auprès du plus vaste public possible. C'est pourquoi, bien avant l'introduction massive des ressources publicitaires, elle a représenté une mosaïque composite d'émissions de variétés, d'éducation, de culture et de divertissements. La télévision généraliste existait déjà à l'époque, avec toutes les facettes que nous lui connaissons aujourd'hui.

Aujourd'hui, la valeur d'un spectacle sur le marché est essentiellement fonction du nombre de spectateurs qu'il peut garantir. La télévision publique ne devrait-elle pas dans ce cas abandonner le terrain en faveur de la télévision commerciale? Non, parce que la télévision commerciale n'a par définition d'autre but que de gagner de l'argent, tandis que pour la télévision publique conquérir le public ou des ressources économiques signifie ouvrir de nouvelles voies à l'information et à la culture.

La télévision commerciale utilise son audience pour augmenter ses recettes publicitaires. La télévision publique utilise ses ressources publicitaires pour financer des programmes éducatifs et son audience pour en promouvoir la diffusion auprès d'un public que, sinon, il serait impossible d'atteindre. Veut-on vraiment enfermer la culture dans un ghetto, en élevant le niveau des programmes de la télévision, mais en les réservant de la sorte à une minorité? Pour réaliser un service public, il ne suffit pas d'être à la disposition du plus grand nombre si, en réalité, on prend le risque de n'être accessible qu'au plus petit.

La télévision européenne a une histoire particulière, que l'on peut plus ou moins approuver. Sans doute des erreurs ont-elles été commises. Le système mixte public-privé a donné naissance aux contradictions que nous connaissons tous. On réclame par conséquent de nouvelles règles, plus ou moins drastiques, pour discipliner la télévision publique. Mais le moment que nous traversons n'est sans doute pas le meilleur pour prendre des décisions radicales.

Les projets de réaménagement du système télévisuel prévoient souvent des restrictions de caractère économique ou technique: par exemple, la télévision publique ne pourra accéder à la «télévision à péage», ou bien: il faudra supprimer son accès aux ressources publicitaires. Ces restrictions, inspirées de motivations de nature idéologique et morale, risquent à court terme de détruire le service public.

L'avenir d'un groupe audiovisuel dépend aujourd'hui de sa capacité d'investir le domaine des nouvelles technologies. Ce qui implique la possibilité de disposer d'importantes ressources financières. Je comprends que dans la

conjoncture un service public moins envahissant, plus souple et plus modeste, limité à des tâches d'ordre essentiellement culturel, puisse paraître plus adapté. Mais au bout de quelques années, dépassé par les nouvelles technologies, il quitterait définitivement nos écrans.

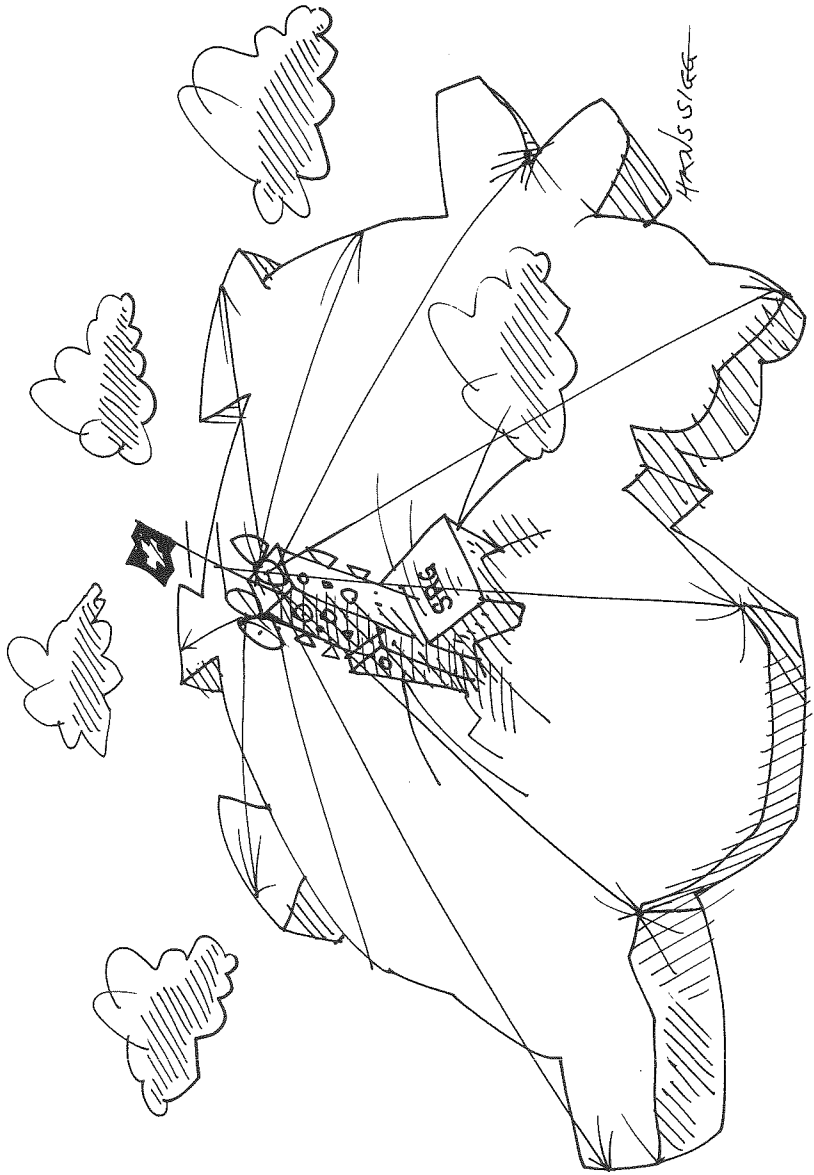
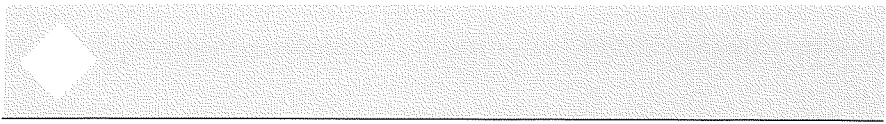
Souvenons-nous du passage de la télévision en noir et blanc à la couleur. Si l'on avait décidé à l'époque que, pour préserver sa mission de service, la télévision publique devait se cantonner à utiliser les anciennes technologies, nous ne disposerions plus aujourd'hui d'un service public digne de ce nom, mais d'un pathétique résidu du passé.

Nous ignorons ce que sera l'avenir de la télévision. Toutefois nous pouvons dès maintenant réfléchir au présent et au futur proche. Dès aujourd'hui, la grille de la télévision publique doit être pensée en fonction de l'arrivée des chaînes thématiques. Avec l'introduction du numérique, les chaînes thématiques se multiplieront, reversant sur le marché un grand nombre de programmes. Mais cette avalanche risque de nous prendre au dépourvu. Nous sommes sur le point d'être envahis par la multiplication de l'offre. C'est justement pourquoi nous avons besoin de définir une orientation. Il est nécessaire d'encourager le public à ne pas choisir seulement les chaînes sportives ou de divertissement, mais également celles qui proposent de la culture et de l'information. Or, actuellement, seule la télévision généraliste peut jouer ce rôle.

La télévision européenne est née et s'est développée sous la forme du service public. Que le processus ait été positif ou négatif, il est de toute façon trop tard pour penser transformer radicalement le système. Si l'on procède aujourd'hui au démantèlement du service public de la télévision dans les différents Etats européens, cela peut aboutir, du moins dans les domaines de la communication, de l'information et de la production de fictions, à la transformation de l'Europe en une colonie des grands groupes internationaux privés, tout comme notre cinéma a depuis longtemps été colonisé par Hollywood.

Carlo Freccero

conseiller pour l'harmonisation des programmes
de France Télévision.







“L'idée suisse”


Il servizio pubblico, come noto, è il fulcro delle nostre attività. Uno dei pilastri che giustificano la nostra ragion d'essere è appunto il nostro ruolo nella costruzione della coesione nazionale. Una funzione sancita per legge che inoltre legittima le tasse di ricezione. La conseguenza logica di questo dovere giuridico e di quello che considero un onore, è il progetto «SRG SSR idée suisse». Certamente non è questo che salverà, quand'anche fosse necessario, l'idea federalista, ma si tratta del nostro contributo, ragion per cui pregherei di non riporre tante e troppe aspettative nella SSR.

Che cosa significa integrazione, coesione, per la SSR? Non ne daremo una definizione chiara e precisa, bensì alcune approssimazioni. Per noi integrazione non significa assimilazione, il famoso melting-pot: vorremmo invece evidenziare le differenze e la mescolanza delle differenze, che in fin dei conti compongono tutto quanto c'è di bello e di meno bello in questo paese. Soltanto la conoscenza e il confronto con l'altro fanno sbocciare la tolleranza e il rispetto.

La funzione d'integrazione non è l'ultima scoperta della SSR. Rimando alle strutture dell'azienda, fortemente improntate alle strutture federaliste. Rimando alla chiave di perequazione finanziaria che vige all'interno della SSR, impregnata di profonda comprensione e grande stima delle minoranze. Rimando infine ai programmi, i nostri prodotti, nei quali la Svizzera è già oggi una delle note dominanti.

Ma la SSR può e soprattutto vuol fare qualcosa di più. Oltre a quanto già esiste tenteremo la strada della novità, della creatività, della sorpresa. Penso al nostro primo grande sceneggiato tv, con cui confidiamo di coinvolgere quel pubblico solitamente insensibile al tema della Svizzera. Penso ai nuovi progetti già varati - e sottolineo già - che non saranno confinati in un'unica rete o medium, ma distribuiti in tutti i comparti della programmazione e, soprattutto, in una prospettiva di continuità per gli anni a venire. È previsto di elaborare sistematicamente nuovi progetti, in parte finanziati dagli introiti pubblicitari aggiuntivi che la quarta rete - nella sua nuova concezione - genererà nella Svizzera tedesca e romancia.

Il progetto «SRG SSR idée suisse» contiene anche una componente istituzionale. Il nuovo Comitato direttivo comprende i direttori delle sette unità aziendali riuniti sotto la mia presidenza: voglio cioè che i signori Marco Blaser, Andreas Blum, Guillaume Chenevière, Ulrich Kündig, Gérald Sapey, Peter Schellenberg e Chasper



Stupan si sentano maggiormente responsabili di tutta l'azienda, della SSR nel suo insieme. Non solo: ognuno di questi direttori si trasferirà temporaneamente in un'altra unità aziendale come assistente del direttore regionale; quanto ai miei diretti collaboratori presso la Direzione generale dovranno trascorrere ogni anno una settimana nelle regioni. Altri provvedimenti sono allo studio. So benissimo che si potrebbe fare molto meglio e magari in altri modi. Ma con questa mentalità, non rara alla SSR, temo che non succederebbe proprio nulla, tranne che riempire cassette zeppi di «buone idee».

Armin Walpen
direttore generale SSR

Il modello SSR

La Svizzera rappresenta idealmente il luogo in cui convivono minoranze e maggioranze, lingue e culture diverse. Si tratta cioè di vivere in un piccolo paese la democrazia, il federalismo, affinità e differenze. La SSR intende consolidare il proprio impegno per «l'idea svizzera», ponendo così le premesse mediali per rafforzare la coesione tra le comunità linguistiche e le culture del paese. Recentemente è stata tracciata una sintesi dei progetti esistenti e futuri in termini di coesione nazionale, sia sotto il profilo della programmazione che dell'organizzazione. Il risultato è un resoconto intitolato «SRG SSR idée suisse».

La cultura delle differenze

Il rapporto «SRG SSR idée suisse - il contributo della SSR alla coesione tra le comunità linguistiche e le culture del paese» ribadisce che in Svizzera, nella Willensnation, il concetto di integrazione non fa rima con assimilazione, non significa appiattimento delle molteplici diversità linguistiche e culturali. La SSR, nel solco di quella cultura delle differenze di cui parla Adolf Muschg, interpreta invece l'integrazione come tolleranza reciproca e rispettosa, per aprirsi all'altro e accettarsi vicendevolmente.

Da sempre la SSR si impegna a rispettare questa aspirazione nei suoi programmi. Nel farlo attribuisce grande importanza all'informazione riguardante le altre regioni, data nella lingua del pubblico: in tal senso i dialetti della Svizzera tedesca sono espressione importante dell'identità svizzero-tedesca.

La SSR rispecchia la convivenza di gruppi linguistici e culturali diversi, impegnandosi a porre le premesse per il loro sviluppo. D'altro canto non è giusto demandare la funzione d'integrazione a un'unica rete radiofonica o televisiva: è invece l'intera gamma dei programmi radiotelevisivi della SSR che deve adempiere a questa missione ambiziosa.

La SSR pone le basi della coesione

La posizione della SSR quanto alla coesione tra le regioni linguistiche è la seguente:

- la SSR fa «radio et télévision de proximité»;
- i programmi della SSR sono una piattaforma per il dibattito politico inteso come fondamento della democrazia;
- la chiave di perequazione finanziaria rende possibile un adeguato servizio di programmi radiotelevisivi in tutte le regioni;

- la SSR espleta il suo mandato d'integrazione non solo tra le regioni, ma anche al loro interno;
- la SSR agisce sulla base di un'etica editoriale che riunisce valori quali il rispetto della dignità umana, la tolleranza, l'oggettività, la veridicità e la professionalità.

Bilancio delle attività coesive

Le attività coesive giocano su più terreni: spaziano dall'impronta federalista che caratterizza la struttura aziendale, ai programmi generalisti in radio e televisione proposti in italiano, tedesco e francese o ancora alle trasmissioni radio-tv in romancio, dalla fitta rete di corrispondenti (in Svizzera e all'estero) alla chiave di perequazione finanziaria, dagli aspetti tecnici della distribuzione al gradimento del pubblico per i programmi a carattere integrativo e per le traduzioni simultanee.

Il rapporto contiene in appendice una vasta selezione di programmi a carattere coesivo.

I nuovi progetti radio e tv di «SSR idée suisse»

«SRG SSR idée suisse» si impenna su una serie di progetti radio tv da produrre prossimamente e trasmettere su tutte le reti della SSR.

In radio si segnala l'iniziativa «Radio Helvetia» della Schweizer Radio DRS, uno studio radiofonico itinerante per celebrare il 150° dello Stato federale. Sono inoltre in cantiere «Chacun pour tous» della Radio Suisse Romande, il «Giro dei Cantoni a due velocità», programma di informazione a cura della RSI sui parlamenti cantonali e una «rassegna stampa» radiofonica e nazionale, rivolta ad incentivare lo scambio d'attualità tra le culture svizzere.

Il più ambizioso dei progetti televisivi è uno sceneggiato svizzero, realizzato dalla SF DRS e incentrato sulla coabitazione di personaggi provenienti da regioni diverse. Tra gli altri spiccano «Zurich region» della TSR, «Arena» trilingue, «La memoria degli eroi», serie firmata dalla TSI sulle storie e gli avvenimenti che si celano dietro statue e monumenti, nonché sei film che la SSR produrrà contestualmente al 1998, anniversario dello Stato federale. Sono inoltre previste lezioni di «schwyzerdütsch» e di italiano, uno spazio sulla gastronomia elvetica nonché un programma volto a riavvicinare svizzero-romandi e svizzero-tedeschi all'insegna dell'umorismo.



La coesione all'interno dell'azienda SSR

«SRG SSR idée suisse» contiene infine vari provvedimenti sul piano istituzionale. In futuro la SSR sarà guidata da un Comitato direttivo, comprendente i direttori delle sette unità aziendali sotto la presidenza del direttore generale. Inoltre, per sensibilizzare maggiormente i direttori alla dimensione nazionale della SSR, ognuno di essi verrà occupato temporaneamente in veste di assistente del direttore di un'altra regione. Infine verrà intensificata la mobilità interregionale del personale e la formazione linguistica, così come verranno potenziate le attività di traduzione e adattamento

Oswald Sigg
direzione generale SSR