

## **Dichiarazione pubblica: Perché noi professoresse e professori ci impegniamo a favore di un servizio pubblico forte e respingiamo l'iniziativa «200 franchi bastano!»**

1. *Una democrazia diretta liberale necessita di media plurali e indipendenti. Il servizio pubblico dei media contribuisce in misura essenziale a garantire alla popolazione svizzera un'offerta editoriale di alta qualità, plurale e affidabile.*
2. *L'iniziativa «200 franchi bastano!» rappresenta una minaccia per il servizio pubblico dei media in tutte le lingue nazionali e darebbe adito a massicci tagli a livello dell'offerta editoriale. I media privati non possono compensare questa perdita. L'iniziativa indebolirebbe quindi l'intero sistema mediatico svizzero.*
3. *Ecco perché noi professoresse e professori siamo a favore di un servizio pubblico dei media forte e diciamo «No» all'iniziativa «200 franchi bastano!».*

**La ricerca dimostra che un servizio pubblico dei media forte costituisce uno dei presupposti per il funzionamento della democrazia. Nei Paesi in cui il servizio pubblico dei media gode di un solido finanziamento,**

- **le conoscenze politiche sono maggiori,**
- **vengono trattati temi che non generano profitti e**
- **l'alta qualità delle prestazioni del servizio pubblico dei media ha una ricaduta positiva anche sull'offerta dei media privati.**

**Un dimezzamento del budget e drastiche limitazioni dell'offerta online avrebbero conseguenze fatali per i servizi editoriali della SSR in tutte le regioni linguistiche. In un Paese piccolo in cui si parlano più lingue, come la Svizzera, i media privati non sarebbero in grado di colmare la lacuna che ne deriverebbe. Per questo motivo, noi professoresse e professori respingiamo con decisione l'iniziativa «200 franchi bastano!».**

### **La democrazia necessita di un servizio pubblico dei media forte**

Media indipendenti, al pari di una scienza indipendente, sono essenziali per le democrazie liberali.<sup>1</sup> Entrambi danno vita a conoscenze verificabili, consentono giudizi informati e sono quindi imprescindibili per una democrazia funzionante. Inoltre, la presenza di media indipendenti fornisce un contributo fondamentale alla scienza; essi infatti non si limitano a diffondere i risultati della ricerca, ma affiancano in modo critico le università nell'insegnamento e nella ricerca, aspetto essenziale ai fini della fiducia nella scienza. Il servizio pubblico dei media è una delle fonti principali attraverso cui la popolazione svizzera entra in contatto con la scienza e la ricerca.<sup>2</sup>

Come ricercatrici e ricercatori quindi non possiamo tacere quando il servizio pubblico dei media, elemento centrale di un sistema mediatico libero e importante infrastruttura della democrazia diretta, subisce pressioni politiche. I nostri argomenti principali:

---

<sup>1</sup> Jackson, 2025

<sup>2</sup> Wissenschaftsbarometer Schweiz, 2025

## **Il servizio pubblico dei media esercita una funzione integrativa**

I risultati della ricerca internazionale dimostrano che una democrazia funzionante si accompagna con sistemi mediatici pubblici forti e indipendenti.<sup>3</sup> Le persone sono meglio informate.<sup>4</sup> Le offerte del servizio pubblico raggiungono gruppi di popolazione che i media privati, più orientati al mercato, hanno difficoltà a servire altrettanto bene. Il servizio pubblico svolge pertanto una funzione integrativa, ad esempio per i gruppi svantaggiati e le minoranze linguistiche.<sup>5</sup>

## **Un orientamento non commerciale favorisce una diversa comunicazione**

I media del servizio pubblico effettuano reportage di qualità mediamente più elevata, sono meno inclini al sensazionalismo, offrono più notizie internazionali e politiche oltre a contenuti più diversificati.<sup>6</sup> Ciò è possibile anche in virtù del loro orientamento non commerciale. Il servizio pubblico è vincolato innanzitutto al mandato pubblico e quindi alle cittadine e ai cittadini, non a finanziatori privati o a interessi commerciali. Questa relativa indipendenza permette di assumere le decisioni a livello giornalistico facendosi guidare da rilevanza e qualità anziché da indici di ascolto, numero di clic o logica di mercato.

## **Il servizio pubblico innalza il livello del generale panorama mediatico**

Questa qualità giornalistica non resta confinata al servizio pubblico, ma diventa punto di riferimento per tutti i media e innalza il livello del panorama generale. Vari studi dimostrano che un servizio pubblico forte definisce gli standard in base ai quali si misurano anche i media privati.<sup>7</sup>

## **Il servizio pubblico dei media tratta anche tematiche trascurate**

La SSR è una delle poche aziende mediatiche in Svizzera a trattare con continuità anche tematiche trascurate, come la cultura e la scienza. Dispone ancora di redazioni scientifiche ben strutturate.<sup>8</sup> Le notizie della SSR presentano la percentuale più alta di redazionali scientifici non scaturiti da dispacci di agenzia.<sup>9</sup> Inoltre la percentuale di reportage scientifici contestualizzati, che richiedono molte risorse, è maggiore rispetto ai mezzi di informazione privati. La SRF ha già operato dei tagli a livello del giornalismo scientifico; se venisse accolta l'iniziativa «200 franchi bastano!» si rischierebbero ulteriori riduzioni.

## **Il servizio pubblico dei media consente un facile accesso a informazioni di alta qualità**

Un servizio pubblico forte rende la società più resiliente rispetto alla disinformazione. Gli utenti del servizio pubblico dei media hanno accesso a informazioni di alta qualità e sono messi in condizione di verificare le potenziali false affermazioni.<sup>10</sup> In momenti di crisi, come quello della pandemia, quando la disinformazione è molto diffusa, le trasmissioni informative della SSR sono le più utilizzate.<sup>11</sup> Si aggiunga poi che anche in Svizzera è in crescita la news avoidance, un fenomeno che si associa anche a un calo delle conoscenze e a una più scarsa partecipazione politica.<sup>12</sup> Le notizie ad alta diffusione del servizio pubblico aiutano a contrastare questa tendenza.

---

<sup>3</sup> Neff & Pickard, 2024

<sup>4</sup> Castro et al., 2022

<sup>5</sup> Curran et al., 2009

<sup>6</sup> Aalberg & Curran, 2012; Cushion, 2022; fög, 2025; Humprecht & Esser, 2018

<sup>7</sup> Aalberg & Cushion, 2016; Van der Wurff, 2005

<sup>8</sup> Swiss Academies of Arts and Sciences, 2021; redazione Editio, 2025

<sup>9</sup> Vogler & Schäfer, 2020

<sup>10</sup> Humprecht et al., 2020

<sup>11</sup> Fretwurst & Bonfadelli, 2020

<sup>12</sup> fög, 2025

## **Conclusione: il servizio pubblico dei media è irrinunciabile per la democrazia**

Un servizio pubblico forte rappresenta così una base irrinunciabile per la democrazia diretta. Aumenta la conoscenza, definisce i criteri di qualità per l'intero sistema mediatico e rafforza la resilienza dell'opinione pubblica rispetto alla disinformazione.

## **Un dimezzamento del budget avrebbe conseguenze drastiche per i servizi editoriali**

Queste prestazioni fondamentali del servizio pubblico dei media non sarebbero più fornite nella stessa misura nel caso in cui l'iniziativa venisse accolta. Ne deriverebbero gravi tagli all'offerta editoriale, con lacune che i media privati non possono compensare. Questo ha chiare motivazioni economiche.

## **In Svizzera non si possono rifinanziare produzioni di alta qualità attraverso il mercato**

La fornitura di servizi mediatici è molto costosa per un Paese piccolo. Soprattutto la produzione in proprio di contenuti di qualità comporta costi elevati e non si può rifinanziare sul mercato della pubblicità.<sup>13</sup> Questo problema è ancora più evidente in Stati piccoli confinanti con Stati grandi in cui si parla la stessa lingua. Le emittenti televisive estere rappresentano una forte concorrenza per i media svizzeri sul mercato sia del pubblico che della pubblicità.<sup>14</sup> Per questa ragione, le emittenti private della Svizzera tedesca puntano su contenuti economici, ad esempio acquistando spettacoli di intrattenimento e reality show.

## **Un eventuale taglio nei comparti costosi non può essere compensato dai privati**

Alla SSR, gran parte del budget confluisce in informazione, cultura, società, formazione, nonché in film e serie autoprodotti. Le trasmissioni acquistate incidono solo per il 12% del budget, i diritti sportivi addirittura solo per il 3%.<sup>15</sup> Una rinuncia a discipline sportive e produzioni hollywoodiane popolari non basta assolutamente a compensare il dimezzamento del budget. Un'eventuale adozione dell'iniziativa avrebbe come conseguenza la necessità di massicci interventi di risparmio in generi dai costi elevati, come l'informazione, la cultura, la formazione, le fiction e i documentari autoprodotti. Le emittenti private non possono subentrare in questo caso, poiché si tratta di un mercato di piccole dimensioni, nel quale non si guadagna.

## **A forte rischio la copertura delle regioni linguistiche**

Questo effetto è ulteriormente potenziato in un Paese come la Svizzera, in cui, dato il plurilinguismo, non esiste un mercato mediatico nazionale. I contenuti audio e video devono essere prodotti in più lingue nazionali per mercati regionali di piccolissime dimensioni.<sup>16</sup> È proprio a causa del plurilinguismo che il canone è necessariamente più alto che in altri Paesi. Se la Svizzera tedesca dovesse finanziare solo la SRF, il canone ammonterebbe già ora a 200 franchi. Un'offerta in quattro lingue è possibile unicamente perché la Svizzera tedesca si dimostra solidale nei confronti delle altre parti del Paese. Il 73% del canone Serafe è versato dalla Svizzera tedesca, ma la SRF ne riceve solo il 43%.<sup>17</sup> Se l'iniziativa venisse accolta, la SSR disporrebbe di un budget pari a circa 750 milioni di franchi, una cifra nettamente inferiore a quella dei nostri vicini.<sup>18</sup> Non potrebbe quindi permettersi un vasto servizio pubblico dei media in tutte le lingue nazionali.

---

<sup>13</sup> Berg, 2011; Bonfadelli & Meier, 1994; Picard, 2011; Puppis, 2023

<sup>14</sup> Mediapulse, 2025; Fondazione Statistica Svizzera della Pubblicità, 2025

<sup>15</sup> SRG SSR, 2025

<sup>16</sup> Bonfadelli & Meier, 1994; Puppis, 2023; Saurwein et al., 2019

<sup>17</sup> Künzler, 2013; SRG SSR, 2025

<sup>18</sup> Schweizer & Puppis, 2018

## **L'uso dei media si orienterebbe verso le offerte gratuite**

Se l'iniziativa venisse accolta, la SSR non potrebbe più finanziare le sue offerte online con il canone Serafe. Il servizio pubblico dei media perderebbe di penetrazione e praticamente non avrebbe più la capacità di contrastare i problemi della disinformazione o della news avoidance. Numerosi studi condotti in Svizzera e in altri Paesi europei attestano che un indebolimento del servizio pubblico indurrebbe gli utenti a rivolgersi maggiormente alle offerte gratuite e ai social media e non genererebbe più abbonamenti a servizi a pagamento.<sup>19</sup> Invece, la democrazia diretta è affidata a cittadine e cittadini ben informati.

## **Ne uscirebbe indebolito il sistema mediatico nel suo complesso**

Con un budget dimezzato e un'offerta online drasticamente ridotta, la SSR non avrebbe più mezzi sufficienti per mantenere il servizio pubblico dei media, sebbene le sue prestazioni rivestano un'importanza fondamentale per la democrazia nella Svizzera multilingue e non possano essere compensate dai media privati. Perciò, invitiamo a respingere questa iniziativa. Ne uscirebbe indebolito il sistema mediatico nel suo complesso. Alla SSR verrebbero sottratti fondi di cui non potrebbe disporre per elaborare contenuti editoriali complessi in una forma qualitativamente elevata, indipendente e critica. I media privati non riuscirebbero a colmare questa lacuna.

## **Occorre un serio dibattito sul futuro del servizio pubblico**

È necessario un dibattito aperto su come dovrà essere strutturato in futuro il mandato per un'opinione pubblica digitalizzata. Da un lato aumenta l'uso dei media online e il servizio pubblico deve adeguarsi a questa nuova situazione. Dall'altro il confronto democratico è sempre più dominato dalle piattaforme online americane e cinesi e dall'IA. Il servizio pubblico dei media potrebbe evolvere verso un'infrastruttura che offra un'alternativa per il dialogo in linea con il diritto e i valori svizzeri. Solo quando sarà chiarito il futuro del servizio pubblico, si potrà stabilirne il finanziamento.

## **Fonti utilizzate**

- Aalberg, T., & Curran, J. (Eds.). (2012). *How Media Inform Democracy: A Comparative Approach*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203803448>
- Aalberg, T., & Cushion, S. (2016). Public Service Broadcasting, Hard News, and Citizens' Knowledge of Current Affairs. *Oxford Research Encyclopedia of Politics*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.38>
- Berg, C. E. (2011). Sizing up Size on TV Markets. Why David would Lose to Goliath. In G. F. Lowe & C. S. Nissen (Eds.), *Small Among Giants. Television Broadcasting in Smaller Countries* (pp. 57–89). Nordicom. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1534749/FULLTEXT01.pdf>
- Bonfadelli, H., & Meier, W. A. (1994). Kleinstaatliche Strukturprobleme einer europäischen Medienlandschaft. Das Beispiel Schweiz. In O. Jarren (Ed.), *Medienwandel – Gesellschaftswandel? 10 Jahre dualer Rundfunk in Deutschland. Eine Bilanz* (pp. 69–90). Vistas.
- Castro, L., Strömbäck, J., Esser, F., Van Aelst, P., de Vreese, C., Aalberg, T., Cardenal, A. S., Corbu, N., Hopmann, D. N., Koc-Michalska, K., Matthes, J., Schemer, C., Sheafer, T., Splendore, S., Stanyer, J., Stępińska, A., Štětka, V., & Theocharis, Y. (2022). Navigating High-Choice European Political Information Environments: A Comparative Analysis of News User Profiles and Political Knowledge. *The International Journal of Press/Politics*, 27(4), 827–859. <https://doi.org/10.1177/19401612211012572>

---

<sup>19</sup> Fletcher & Nielsen, 2017; Puppis et al., 2025; Sehl et al., 2020; Udris et al., 2024

- Curran, J., Iyengar, S., Brink Lund, A., & Salovaara-Moring, I. (2009). Media System, Public Knowledge and Democracy: A Comparative Study. *European Journal of Communication*, 24(1), 5–26. <https://doi.org/10.1177/0267323108098943>
- Cushion, S. (2022). Are public service media distinctive from the market? Interpreting the political information environments of BBC and commercial news in the United Kingdom. *European Journal of Communication*, 37(1), 3–20. <https://doi.org/10.1177/026732312111012149>
- Edito Redaktion (2025). SRF, RTS, NZZ – und dann lange nichts mehr. Wie halten es die grossen Medienhäuser in der Schweiz mit Wissenschaftsjournalismus? *Edito*, 2025(3), 14–15. [https://edito.ch/magazin/printausgaben/#flipbook-df\\_13479/15/](https://edito.ch/magazin/printausgaben/#flipbook-df_13479/15/)
- Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2017). Paying for Online News. *Digital Journalism*, 5(9), 1173–1191. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1246373>
- fög (2025). *Jahrbuch Qualität der Medien 2025*. Schwabe. <https://doi.org/10.24894/978-3-7965-5366-0>
- Fretwurst, B., & Bonfadelli, H. (2020). *Publikumsbefragung elektronische Medien 2020*. [https://www.bakom.admin.ch/dam/de/sd-web/Cipxw5tyTUyF/publikumsbefragung\\_2020.pdf](https://www.bakom.admin.ch/dam/de/sd-web/Cipxw5tyTUyF/publikumsbefragung_2020.pdf)
- Humprecht, E., & Esser, F. (2018). Diversity in Online News. *Journalism Studies*, 19(12), 1825–1847. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1308229>
- Humprecht, E., Esser, F., & Van Aelst, P. (2020). Resilience to Online Disinformation: A Framework for Cross-National Comparative Research. *The International Journal of Press/Politics*, 25(3), 493–516. <https://doi.org/10.1177/1940161219900126>
- Jackson, V. C. (2025). Journalism and Academia: Knowledge Institutions Buttressing Constitutional Democracy. In R. Andersen Jones & S. R. West (Eds.), *The Future of Press Freedom: Democracy, Law, and the News in Changing Times* (pp. 325–345). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781009515511.026>
- Künzler, M. (2013). *Mediensystem Schweiz*. UVK.
- Mediapulse. (2025). *Rapporto annuale 2024*. <https://www.mediapulse.ch/it/dati/dati-annuali>
- Neff, T., & Pickard, V. (2024). Funding Democracy: Public Media and Democratic Health in 33 Countries. *The International Journal of Press/Politics*, 29(3), 601–627. <https://doi.org/10.1177/19401612211060255>
- Picard, R. G. (2011). Broadcast Economics, Challenges of Scale, and Country Size. In G. F. Lowe & C. S. Nissen (Eds.), *Small Among Giants. Television Broadcasting in Smaller Countries* (pp. 43–56). Nordicom. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1534749/FULLTEXT01.pdf>
- Puppis, M. (2023). *Medienpolitik. Grundlagen für Wissenschaft und Praxis* (3<sup>rd</sup> ed.). UVK. <https://doi.org/10.36198/9783838543789>
- Puppis, M., Blassnig, S., Erbrich, L., Zabel, C., & Lobigs, F. (2025). Auswirkungen einer potenziellen Abschaltung des Online-Nachrichtenangebots SRF News. Warum dies keine Lösung für die Medienkrise in der Schweiz darstellt. *Media Perspektiven*, 2025(14), 1–28. [https://www.media-perspektiven.de/fileadmin/user\\_upload/media-perspektiven/pdf/2025/MP\\_14\\_2025\\_Auswirkungen\\_einer\\_potenziellen\\_Abschaltung\\_des\\_Online-Nachrichtenangebots\\_SRF\\_News.pdf](https://www.media-perspektiven.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2025/MP_14_2025_Auswirkungen_einer_potenziellen_Abschaltung_des_Online-Nachrichtenangebots_SRF_News.pdf)
- Saurwein, F., Eberwein, T., & Karmasin, M. (2019). Public Service Media in Europe: Exploring the Relationship between Funding and Audience Performance. *Javnost – The Public*, 26(3), 291–308. <https://doi.org/10.1080/13183222.2019.1602812>
- Schweizer, C., & Puppis, M. (2018). Public Service Media in the ‘Network’ Era. A Comparison of Remits, Funding, and Debate in 17 Countries. In G. F. Lowe, H. Van den Bulck, & K. Donders (Eds.), *Public Service Media in the Networked Society. RIPE@2017* (pp. 109–124). Nordicom. <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:norden:org:diva-11770>
- Sehl, A., Fletcher, R., & Picard, R. G. (2020). Crowding out: Is there evidence that public service media harm markets? A cross-national comparative analysis of commercial television and online news providers. *European Journal of Communication*, 35(4), 389–409. <https://doi.org/10.1177/0267323120903688>
- SRG SSR. (2025). *Geschäftsbericht 2024*. <https://gb.srgssr.ch/fileadmin/dam/pdf/Download-Center/SRGSSR-GB2024-de.pdf>
- Stiftung Werbestatistik Schweiz. (2025). *Werbeaufwand Schweiz 2025*. <https://werbestatistik.ch/de/publikation/werbestatistik-2025/>

- Swiss Academies of Arts and Sciences. (2021). Science in the Swiss public: The state of science communication and public engagement with science in Switzerland. *Swiss Academies Reports*, 16(8). <https://doi.org/10.5281/zenodo.4974311>
- Udris, L., Fürst, S., & Eisenegger, M. (2024). Verdrängung privater Informationsmedien durch Nachrichtenangebote öffentlicher Medien? Nutzung und Zahlungsbereitschaft in der Schweiz. In fög (Ed.), *Jahrbuch Qualität der Medien 2024* (pp. 33–48). Schwabe. <https://doi.org/10.24894/978-3-7965-5200-7>
- Van der Wurff, R. (2005). Competition, Concentration and Diversity in European Television Markets. *Journal of Cultural Economics*, 29(4), 249–275. <https://doi.org/10.1007/s10824-005-0490-y>
- Vogler, D., & Schäfer, M. S. (2020). Bedeutung und Qualität der Wissenschaftsberichterstattung in Schweizer Medien. In fög (Ed.), *Jahrbuch Qualität der Medien 2020* (pp. 77–87). Schwabe. <https://doi.org/10.5167/uzh-197581>
- Wissenschaftsbarometer Schweiz (2025). *Tabellenband*. [https://wissenschaftsbarometer.ch/wp-content/uploads/2025/09/WiB\\_2025\\_Tabellenband\\_25-09-07\\_website\\_de.pdf](https://wissenschaftsbarometer.ch/wp-content/uploads/2025/09/WiB_2025_Tabellenband_25-09-07_website_de.pdf)