

**Dipartimento di Scienze Politiche**

**Cattedra: Storia della Comunicazione**

**“Informare, Intrattenere, Educare”?  
Storia ed evoluzione del servizio pubblico inglese**

**RELATORE**

Prof. Francesco Chiarenza

**CANDIDATO**

Caterina Mirra

Matr. 065922

**Anno Accademico 2012/2013**

# *Indice*

<i>Introduzione</i>	3
<i>Parte Prima: Il servizio pubblico nel Regno Unito</i>	7
1.1 I fondamenti del servizio pubblico radiotelevisivo e il suo sviluppo in Europa	7
1.2 John Reith e il concetto di “servizio pubblico”	11
1.3 La BBC: dalla nascita al secondo dopoguerra	15
1.4 Le televisioni indipendenti a fini commerciali	20
<i>Parte Seconda: Il cambiamento del servizio pubblico inglese nell’era digitale</i>	28
2.1 La nascita della televisione multicanale: BSkyB e Rupert Murdoch	29
2.2 La televisione digitale	30
<i>Dal White Paper al Communication Act</i>	35
2.3 La riorganizzazione della BBC	38
<i>La revisione della Royal Charter</i>	39
<i>Il Libro Verde</i>	41
<i>Conclusioni</i>	47
<i>Bibliografia</i>	52
<i>Ringraziamenti</i>	53

# *Introduzione*

*"La BBC costituisce l'origine e la colonna portante del servizio pubblico radiotelevisivo nel Regno Unito, è una parte fondamentale della nostra cultura e della nostra sfera pubblica e gioca un ruolo importante nell'assicurare un corretto funzionamento delle nostre istituzioni democratiche".<sup>1</sup>*

Il servizio pubblico britannico, fin dalla sua origine (1922), è stato caratterizzato da principi che, negli anni, hanno poi dato vita ad un vero e proprio modello che rappresenta tutt'oggi un'istituzione fondamentale per la nazione.

L'idea di servizio pubblico di radiodiffusione emerse con la figura di John Reith (conosciuto in seguito come Lord Reith) che, agli inizi degli anni Venti, lanciò le prime trasmissioni radiofoniche dell'allora società commerciale *British Broadcasting Company* (BBC), fondata da ditte costruttrici di apparecchi di trasmissione. Nel 1927, in seguito alle raccomandazioni delle prime Commissioni speciali d'inchiesta (Sykes nel 1923 e Crawford nel 1926), la BBC divenne una società a capitale pubblico chiamata *British Broadcasting Corporation*, finanziata dal canone dei cittadini ed indipendente dallo Stato. Reith riuscì ad imprimere una programmazione con il compito di *"informare, educare e divertire...evitando qualsiasi contenuto che sia o possa risultare offensivo"*. I tre capisaldi del servizio pubblico descritti da Reith, sono accompagnati da principi atti a garantire un'indipendenza da eventuali influenze dello Stato ed una piena autonomia da interessi privati o commerciali. Il modello di servizio pubblico ha dovuto affrontare numerosi cambiamenti nel corso degli anni. In questo ultimo decennio, il rapido sviluppo delle tecnologie e

---

<sup>1</sup> Department for Culture Media and Sport, *Review of the BBC Royal Charter*. Section One: *The role of the BBC*, 2005.

di conseguenza, l'insediamento di nuovi sistemi di trasmissione ha condizionato tutto il settore arrecando una fase di declino. L'obiettivo di questo lavoro sta nell'analizzare, attraverso un percorso storico, i principali mutamenti del servizio e come questi hanno generato la ridefinizione del modello stesso. Inoltre, ciò che si intende esaminare è come il sistema di servizio pubblico ha reagito a queste nuove realtà, quale ruolo può svolgere oggi e se il modello fondato sui tre principi di Reith è ancora realizzabile nell'attuale società.

Fin dal corso di studio in storia della comunicazione ho avuto grande interesse per la cultura inglese e per il loro modello radiotelevisivo, date anche le grandi differenze con il nostro sistema e con quello americano. Inoltre, avendo avuto la possibilità di visitare la sede principale londinese della BBC, ripercorrendo la sua storia, ho potuto toccare con mano quanto il popolo britannico considera importante il servizio e quanta fiducia ne ripone. Ho deciso, quindi, di approfondire l'argomento concentrandomi sull'evoluzione del concetto e del modello di servizio pubblico nel Regno Unito, mettendo in luce anche le numerose conclusioni a cui giunge il Governo a seguito dei Rapporti stilati dalle Commissioni speciali d'inchiesta. In queste pagine, nonostante l'immagine della BBC sia strettamente associata al sistema di servizio pubblico, analizzerò anche la storia delle emittenti finanziate da introiti pubblicitari (*ITV, Channel 4 e Five*) e l'avvento della televisione multicanale e digitale che hanno generato l'esigenza di una ristrutturazione della *British Broadcasting Corporation*.

La mia analisi inizia con l'illustrare il servizio pubblico nel Regno Unito. Nel paragrafo iniziale prenderò in esame i fondamenti generali del servizio pubblico e come si è evoluto in Europa, analizzando in particolare il modello ad organizzazione federale tedesco, il sistema promosso in Italia ed il servizio centralizzato francese. Nella seconda sezione esaminerò il concetto di servizio pubblico secondo John Reith,

primo Direttore Generale della BBC e promotore di questo servizio nel Regno Unito. Nel terzo paragrafo approfondirò la BBC dalla sua nascita fino al secondo dopoguerra, analizzando l'evoluzione del servizio, la gestione dell'azienda, i lavori delle prime Commissioni speciali d'inchiesta, da Sykes (1923) a Hankey (1943) ed i principi istituiti dalle prime *Royal Charter*.<sup>2</sup> Il primo capitolo terminerà con un paragrafo dedicato interamente alle emittenti finanziate da entrate commerciali: l'*Independent Television* (ITV) nel 1955, *Channel 4* nel 1982 e *Channel 5* (oggi: *Five*) nel 1997, delineandone gli scopi, l'attività, la gestione e la regolamentazione alla luce dei lavori delle Commissioni.

Nella seconda parte metterò in evidenza l'evoluzione del sistema radiotelevisivo e l'avvento delle nuove tecnologie che hanno portato ad una ridefinizione del concetto di servizio pubblico. La mia analisi riguarderà in primis, l'avvento della televisione multicanale nel Regno Unito, con la nascita di BSkyB (dalla fusione di *Sky* e *British Satellite Broadcasting*) di proprietà della *News Corporation* di Rupert Murdoch. Nel secondo paragrafo, invece, esaminerò l'avvento della televisione digitale ed il rapido cambiamento che affronta il settore radiotelevisivo, prendendo in esame i testi che hanno arrecato importanti modifiche nell'assetto legislativo del servizio pubblico: il *Broadcasting Act* del 1996, il *White Paper* del 2000 ed il *Communication Act* del 2003. Infine, nell'ultimo paragrafo fornirò un'attenta analisi alla riorganizzazione della BBC in risposta ai grandi mutamenti degli ultimi due decenni. Illustrerò le proposte del Governo redatte nel *Green Paper* (il Libro Verde) per la stesura della nona *Royal Charter* che ha fornito i principali lineamenti per la BBC nel Ventunesimo secolo. Infine, concluderò la mia analisi descrivendo la BBC Nations e la BBC Regions, ed in breve, i due nuovi servizi

---

<sup>2</sup> “Il mandato costituzionale della BBC è stabilito da uno statuto noto come *Royal Charter* accompagnato da un *Agreement* che riconosce l'indipendenza della sua linea editoriale e stabilisce in dettaglio i suoi doveri di servizio pubblico”. cit. in Matthew Hibberd, *Il grande viaggio della BBC. Storia del servizio pubblico britannico dagli anni Venti all'era digitale.*, 2005.

digitali della BBC (BBCi e IMP), simboli dell'apertura dell'azienda verso le nuove tecnologie.

# *Parte Prima*

## *Il servizio pubblico nel Regno Unito*

### **1.1 I fondamenti del servizio pubblico radiotelevisivo e il suo sviluppo in Europa**

Per "servizio pubblico di radiodiffusione" si intende *l'insieme di organizzazioni di radiodiffusione nazionale, istituite da governi o parlamenti di un paese, per trasmettere programmi radiofonici o televisivi di servizio pubblico.*<sup>3</sup> In diversi contesti, come ad esempio nel caso britannico, il servizio pubblico riguarda anche le diverse emittenti statali o private che vengono istituite con particolari obblighi di servizio pubblico e che sono regolate e controllate da organi indipendenti.

Come accennato nell'introduzione, l'idea di servizio pubblico di radiodiffusione nasce nel 1922 con John Reith, il primo Direttore Generale della *British Broadcasting Company*, che sottolinea l'importanza di determinati principi fondamentali che contribuiscono al corretto funzionamento del servizio. E' necessario sostenere ed incoraggiare, secondo Reith, tutti quei comuni valori, politici e sociali, ritenuti principi fondamentali di una società democratica, considerando i destinatari del servizio come un'entità politica collettiva.

Il concetto di "pubblico" è strettamente legato al principio di cittadinanza. Un principio che, oltre alla salvaguardia di diritti civili e politici, sostiene sia l'idea dell'identità individuale che

---

<sup>3</sup> Matthew Hibberd, *Il grande viaggio della BBC. Storia del servizio pubblico britannico degli anni Venti all'era digitale*, Roma, 2005, p. 7.

dell'appartenenza collettiva del singolo cittadino ad una forma di *sensus communis*. È considerato, secondo Hibberd, “*un fattore essenziale nel processo di formazione di un ordine democratico, che stimola la partecipazione attiva del pubblico inteso proprio come insieme di cittadini in senso politico*”.<sup>4</sup>

Nella seconda metà del Novecento, i media radiodiffusivi ed il loro ruolo di mediazione culturale e sociale hanno dato vita ad un insieme di valori ed idee che hanno favorito la nascita di un importante comparto imprenditoriale. La sua evoluzione si è affermata soprattutto nel dopoguerra con il consolidarsi del principio di cittadinanza e dei diritti democratici. Alla base del principio stesso di cittadinanza, vi sono, secondo l'antropologo inglese Ernest Gellner, due condizioni essenziali: la cultura e l'organizzazione sociale. Per cultura si intende “*lo stile di vita, la condivisione di simboli e codificazione di credenze attraverso un linguaggio comune*”. La seconda condizione invece, l'organizzazione sociale, si riferisce “*all'associazione tra individui entro categorie sociali stratificate*”.<sup>5</sup> Questi due importanti elementi, accompagnati dall'idea di organizzazione politica, permettono al servizio pubblico di radiodiffusione di creare le giuste condizioni per un corretto esercizio della sua funzione, con lo scopo di influenzare le opinioni e gli atteggiamenti del pubblico e nel valorizzare i valori e le credenze già indotte nella società.

La graduale crescita del servizio in Europa è strettamente legata allo sviluppo storico di ogni Paese ed al contesto in cui è andato affermandosi. Lord Reith aveva sviluppato per primo l'idea di servizio pubblico di radiodiffusione tra gli anni Venti e Trenta. Inoltre, l'esigenza di una nuova Europa fondata sulla democrazia, fece sì che la radio e la televisione avessero un ampio consenso. L'obiettivo primario fu indirizzare i due mezzi di comunicazione a favore dell'interesse generale e non al profitto di privati.

---

<sup>4</sup> Ivi, p. 8.

<sup>5</sup> Ernest Gellner, *Nationalism*, 1997, cit. in M. Hibberd, *Il grande viaggio della BBC*. p.14

Al termine della seconda guerra mondiale, gran parte dell'Europa era in rovina, soprattutto dal punto di vista economico ma, a cavallo degli anni Cinquanta e Sessanta, il continente riuscì a beneficiare di una serie di fattori che contribuirono ad una ripresa economica. Grazie al Piano Marshall, che sostenne la ricostruzione delle infrastrutture economiche e sociali, mettendo a disposizione circa 13 miliardi di dollari, la crescita fu rapida e le nazioni furono in grado di perseguire gli obiettivi stabiliti alla fine del conflitto. Uno dei principali intenti riguardò il mantenimento della pace attraverso una riapertura delle relazioni tra Stato e società civile. Necessaria per la stabilità e la crescita di codesto rapporto, fu l'introduzione, nel Regno Unito, di istituzioni autonome e pubbliche, indipendenti dallo Stato e dal mercato e che contribuissero alla *diffusione di pratiche attive di cittadinanza*.<sup>6</sup> Tra queste istituzioni, si affermò la radiodiffusione.

Fornire informazioni e garantire un ampio spazio a dibattiti pubblici, queste erano le finalità condivise da ogni nazione per la crescita del servizio pubblico. Nonostante ciò, ogni paese che faceva parte dell'Europa occidentale, sviluppò secondo propri ideali e regole politiche, economiche e sociali, i propri modelli di servizio pubblico. Diverso il discorso, invece, per gli Stati Uniti e i paesi oltreoceano, che complessivamente tendevano a propagandare il modello di *way of life* americano.

In Germania, Hugh Greene fu la persona che, durante il dopoguerra, influenzò maggiormente la politica tedesca in ambito di radiodiffusione con l'obiettivo di ostacolare tentativi futuri di forme centralizzate di potere. Attorno ai principi del controllo sociale, libertà dello stato, finanziamento pubblico e dell'organizzazione federale, si è costruita l'identità del servizio che "*ha identificato la sua funzione con la necessità di fare da collettore all'interno di una società complessa ed eterogenea come quella tedesca*".<sup>7</sup> Alla base del servizio pubblico

---

M. Hibberd, *op. cit.* p. 38

<sup>7</sup> G. Bettetini, C. Giaccardi (a cura di), *Televisione culturale e servizio pubblico. Gli anni '90 in Francia, Germania, Gran Bretagna, Italia*, 1997, p. 96.

tedesco, quindi, vi è un'organizzazione federale delle reti ed una struttura dei palinsesti che riflette a pieno il carattere molteplice della società civile tedesca e risponde all'esigenza di dar voce a tutte le realtà culturali del paese. Inoltre, sono gli stessi Stati federali (sedici) e non lo Stato centrale ad avere la responsabilità normativa sulla televisione.

In Italia, fu importante la figura di Arturo Carlo Jemolo, primo Presidente della RAI nell'immediato dopoguerra, che riprese la definizione reithiana di servizio pubblico di radiodiffusione. Il sistema promosso in Italia in quel periodo, fu unitario e centralizzato, con l'intento di favorire una maggior coesione politica e sociale all'interno della nazione. A questo fine, riprese il modello centralistico dell'EIAR fascista, indirizzandolo alla crescita democratica e alla protezione della cultura cattolica.

Durante la Quarta Repubblica (1945-1958), la Francia mantenne il monopolio statale senza tuttavia attuare una politica a favore della radiodiffusione. Il servizio pubblico si sviluppò precisamente nel 1949 con la nascita della Radio Télévision Française (RTF), caratterizzata da un controllo centralizzato del Governo. La RTF, trasmettendo principalmente programmi in diretta, ufficializzò gli scopi del servizio pubblico, quali: offrire informazione, educazione, intrattenimento e cultura. Negli anni successivi, fino all'avvento della Quinta Repubblica ed al ritorno di De Gaulle, il pubblico non rispose bene alle trasmissioni televisive; nel 1958, infatti, il numero degli spettatori non superava ancora il milione. Negli anni '60 e '70, a seguito della nascita della seconda rete (1964) ed una ristrutturazione dei palinsesti che portò ad un aumento del volume di ore trasmesse del 60%, si puntò a promuovere la fidelizzazione negli spettatori che portò risultati positivi.<sup>8</sup>

In Inghilterra, come vedremo nei paragrafi successivi, il modello della BBC venne poi accompagnato, nel 1955, dall'ascesa del canale

---

<sup>8</sup> Ivi, pp. 18-20

regionale ITV che, ricordando il sistema federale delle reti tedesche, ne costituì una *sorta di contrappeso commerciale e territoriale*.

Infine, tra i Paesi in Europa occidentale non menzionati, esistevano sia monopoli di servizio pubblico come ad esempio in Austria, Paesi Bassi ed Irlanda, sia servizi pubblici radiotelevisivi multilingue specifici per ogni comunità linguistica presente in uno stesso territorio, come nel caso del Belgio e della Svizzera.

*"I servizi pubblici radiotelevisivi poterono evitare la concorrenza commerciale per un lungo periodo anche a causa della limitata disponibilità delle frequenze hertziane, ma i monopoli trovavano una loro legittimazione proprio perchè erano ritenuti responsabili di fronte alle rappresentanze democratiche, e non ai poteri incontrollabili dello stato o del mercato"*<sup>9</sup> questa definizione, ripresa da M. Hibberd, ci aiuta nell'introdurre il seguente paragrafo che riguarda il monopolio del servizio pubblico inglese introdotto dal suo fondatore John Reith.

## **1.2 John Reith e il concetto di "servizio pubblico"**

Prima dell'avvento di radio e televisione, la vita pubblica era limitata a spazi dove le persone potevano trascorrere del tempo in compagnia, incontrarsi per rilassarsi ma anche informarsi e migliorare la propria condizione frequentando luoghi come biblioteche e scuole. In alternativa, partecipavano ad eventi pubblici che però, spesso, erano riferiti solo ad una stretta cerchia di pubblico dotato di preferenze specifiche e che poteva permettersi il pagamento di un biglietto d'ingresso.

L'arrivo della radiodiffusione determina una sorta di nuova forma di spazio pubblico aperto a tutti.

Il concetto di "servizio pubblico di radiodiffusione" è correlato strettamente al primo Direttore Generale della BBC, John Reith. Tra il 1922 e il 1938, Reith elaborò le sue idee e teorie in due scritti

---

<sup>9</sup> M. Hibberd, *op. cit.* p. 42.

fondamentali. Nel suo primo scritto, *Broadcast Over Britain* (1924), definisce la principale missione dei servizi pubblici di radiodiffusione, mentre in un suo scritto successivo (*Into the Wind*, 1949) riprende il tema del servizio pubblico sotto un'altra prospettiva a seguito della sua esperienza all'interno della BBC. Principalmente, sono due gli aspetti rilevanti che emergono dalla teoria reithiana.

Il primo punto fondamentale del pensiero di John Reith era la sua ferma convinzione che la radiodiffusione di servizio pubblico dovesse essere *un'organizzazione di proprietà pubblica ma politicamente indipendente dallo Stato*. Reith sostenne così la sua contrarietà all'intervento statale: " *La BBC dovrebbe essere un servizio pubblico non solo nella pratica, ma anche nei suoi principi costitutivi, e di certo non dovrebbe funzionare come un dipartimento di Stato*"<sup>10</sup>. Inoltre, sottolinea uno e più presupposti fondamentali del pensiero liberale, vale a dire: la diffidenza nel potere dello Stato e la dottrina del *watchdog function* che individua nei mezzi di comunicazione *quel quarto potere investito della funzione di "cane da guardia"*.<sup>11</sup>

Il secondo caposaldo del pensiero reithiano, sta nel fatto che il servizio pubblico dovrebbe porsi l'obiettivo di garantire un "illuminismo culturale"<sup>12</sup> cioè educare e divertire, *"offrendo quanto di meglio esiste in ogni campo del sapere umano, dell'impegno e del progresso, ed evitando qualsiasi contenuto che sia o possa risultare offensivo"*.<sup>13</sup>

Numerose sono state le contestazioni a quest'ultima dichiarazione di Lord Reith, che è stata interpretata come una citazione ostile ad una cultura di massa. Lo stesso Reith venne accusato di "dare al pubblico non ciò che voleva ma ciò che la BBC riteneva il pubblico dovesse avere", riflettendo in ciò un vero e proprio atteggiamento paternalista nei confronti del pubblico che considerava "infantile". Resta il fatto

---

<sup>10</sup> John Reith, *"Into the Wind"*, 1949 cit. in M. Hibberd, *op. cit.* p. 24.

<sup>11</sup> James Curran, *"Rethinking the Media as a Public Sphere"* cit. in M. Hibberd, *op. cit.* p. 25.

<sup>12</sup> M. Hibberd, *op.cit.* p. 27.

<sup>13</sup> John Reith, *"Into the Wind"* cit. in M. Hibberd, *op. cit.* p. 27.

che la BBC sotto il suo stretto controllo divenne un vero e proprio modello culturale per la nazione.

Tuttavia, il modello reithiano di radiodiffusione portò in Inghilterra una politica a sostegno di quei valori culturali ritenuti fondamentali e necessari per una progressiva crescita ed un corretto funzionamento del sistema democratico. Inoltre, nonostante i numerosi mutamenti a livello sociale ed economico, accompagnati da quelli tecnologici degli ultimi anni, che hanno decretato il superamento di alcune idee ed aspetti importanti della dottrina reithiana, i due aspetti descritti in precedenza, sono ancora considerati come la base del servizio pubblico inglese.

Il concetto di servizio pubblico reithiano comprende anche un altro valore fondamentale: l'uguaglianza. *"Prima o poi la radiodiffusione giungerà veramente ovunque, e verrà riconosciuta per quella che è. [...] Non ci sarà famiglia, anche la meno privilegiata, in cui mancherà l'opportunità di assistere alla nascita di nuovi interessi o forme di svago".*<sup>14</sup> Questa convinzione e, allo stesso tempo, attenzione per il pubblico da parte di John Reith fece del servizio di radiodiffusione un vero e proprio servizio universale. Con un sistema di finanziamento garantito per la costruzione di più impianti di trasmissione anche nelle zone rurali e isolate, la BBC riuscì a finalizzare i suoi obiettivi e la sua principale missione: offrire un servizio rivolto a tutti. Promuovendo, quindi, questo servizio, non c'è ragione nell'affermare che Reith abbia cercato di non rivolgersi ad un pubblico di massa e di concentrarsi su una programmazione "elitaria" implicita nella programmazione di qualità.

Riprendendo ciò che ho affermato nel paragrafo precedente, il concetto di servizio pubblico è strettamente associato a quello di cittadinanza. La sua attività consisteva quindi nell'erogazione di un servizio concepito per l'intera società, favorendo anche una programmazione per le minoranze linguistiche con tipologie di programmi su diversi

---

<sup>14</sup> John Reith, *"Into the Wind"* cit. in M. Hibberd, *op. cit.* p. 29.

temi, ma non perdendo lo scopo di far accrescere la consapevolezza politica e culturale dei cittadini che sviluppano così un *sensu comune di appartenenza*. Tuttavia, le scelte editoriali dei programmi, affidate a responsabili dei servizi pubblici, dovevano essere finalizzate principalmente a *informare, educare e divertire*. Sulla base, quindi, di questo assetto ritenuto fondamentale nella teoria reithiana, il servizio radiotelevisivo nel Regno Unito ha fornito e fornisce ancora oggi, un servizio ad accesso universale, diversificato e completo. Per ciò che riguarda l'offerta informativa, ad esempio, prima della diffusione di massa della televisione, la radio rappresentava uno dei principali mezzi di comunicazione politica. Il pubblico riusciva ad essere aggiornato soprattutto grazie alle trasmissioni dedicate alla politica, in particolare durante il periodo elettorale. I programmi dovevano rispettare però, una serie di regole atte a consentire le opinioni e i diversi punti di vista dei rappresentanti.

Per quanto riguarda la funzione educativa, le emittenti realizzavano un'offerta consistente di programmi didattici (scolastici e universitari) destinati ai ragazzi ed un'offerta di programmi culturali, quindi una funzione educativa in maniera indiretta, che consisteva nella visione di documentari su diversi temi, oppure la messa in onda di spettacoli teatrali o l'adattamento di celebri opere letterarie. Allo stesso tempo, la programmazione poteva riferirsi a pubblici più specifici in determinate fasce orarie.

Nel servizio pubblico è compresa anche un'offerta dedicata all'intrattenimento, secondo la teoria reithiana. La sua forza risiedeva principalmente nell'attirare una grande cerchia di pubblico che aveva, poi, la possibilità di confrontarsi su determinati programmi. Le proposte di maggior successo riguardavano le trasmissioni di puro svago come talk show, soap opera, quiz, e sceneggiati. Anche quest'offerta evasiva a sua volta, era raccordata a finalità educative, difatti la scelta dei programmi non era casuale.

John Reith è quindi stato l'uomo che ha contribuito in maniera determinante a delineare lo sviluppo del servizio pubblico nel Regno Unito. Oltre a marcare l'importanza di mantenere un'autonomia da pressioni di natura politica, sostenne fermamente, nei suoi scritti, che il ruolo del servizio pubblico dovesse rispondere ai tre capisaldi della sua teoria.

### **1.3 La BBC: dalla nascita al secondo dopoguerra**

Quando iniziarono le prime trasmissioni radiofoniche, furono numerose le questioni da affrontare: in primis, il futuro del monopolio della BBC e il suo sistema di finanziamento. Il Governo britannico decise quindi, di formare una Commissione speciale di inchiesta, nel 1923, incaricata dal Parlamento per affrontare questa ed altre questioni come, ad esempio, definire le finalità generali della radiodiffusione. Il punto fondamentale che dovette, però, affrontare la Commissione, presieduta dal membro parlamentare Sir Frederick Sykes, riguardò la necessità di trovare un sistema di finanziamento stabile per le trasmissioni radiofoniche.

Le conclusioni di Sykes marcarono fortemente l'idea di servizio pubblico di John Reith, che partecipò alla Commissione in qualità di rappresentante della BBC. Inoltre, Sykes sottolineò l'importanza di mantenere la posizione di monopolio della BBC, aggiunse che la licenza di radiodiffusione fosse prolungata fino al 1926 e chiese un aumento del canone in favore della BBC per ampliare la rete di trasmissione e per produrre nuovi programmi. La Commissione infine, raccomandava che *"il controllo di un simile strumento di potenziale influenza dell'opinione pubblica e della vita privata della nazione, debba rimanere nelle mani dello Stato, così come riteniamo che alla gestione del servizio nazionale di radiodiffusione non debba essere consentito di divenire un monopolio commerciale scevro da vincoli"*.<sup>15</sup>

Il Governo, però, tardò la transizione della BBC dalla gestione di

---

<sup>15</sup> M. Hibberd, *op. cit.* pp. 61-62

privati al controllo pubblico fino alla scadenza della licenza alla fine del 1926.

La gestione, il controllo e il finanziamento del servizio furono i principali temi trattati dalla Commissione seguente (Commissione Crawford, 1926) che indicò inoltre, una serie di modifiche in ambito legislativo per un corretto sviluppo del servizio. La Commissione si trovò a prendere in esame numerose questioni riguardo la gestione della *British Broadcasting Company*. Da un lato, si considerò che un'azienda finalizzata al profitto non sarebbe stata in grado di offrire un servizio pubblico ma dall'altro versante, attribuire allo Stato il potere di controllare direttamente questo servizio, non avrebbe giovato a quelle che erano le finalità principali della BBC, prima fra tutti l'indipendenza dall'ingerenza governativa.

La raccomandazione stilata dalla Commissione, a seguito di un'attenta analisi, fu che il servizio pubblico di radiodiffusione venisse gestito da un ente pubblico istituito da una *Royal Charter*, uno statuto che indicasse i principi, gli obiettivi e le finalità dell'ente. Una società che quindi agisse nell'interesse generale del pubblico e che fornisse un servizio radiofonico atto ad informare, educare ed intrattenere, mantenendo un approccio imparziale nei confronti dei diversi schieramenti politici. La Commissione, inoltre propose al Governo altre questioni. In primo luogo, dichiarò che la BBC avrebbe dovuto beneficiare del monopolio sulla radiodiffusione e di conseguenza, avere a disposizione dal Ministro delle Poste, la licenza per il controllo sulle trasmissioni dei messaggi con una durata di dieci anni. In secondo luogo, venne istituito all'interno della società, un organo di garanzia chiamato *Board of Governors*, composto da cinque commissari, nominati e scelti dal Governo e in carica per cinque anni. Infine, venne proposto al Governo, un nuovo nome per l'ente: da *British Broadcastin Company* a *British Broadcasting Commission*. Il Governo approvò tutte le raccomandazioni della Commissione eccetto

quest'ultima: il nome dell'ente divenne *British Broadcasting Corporation*.

Il lavoro di quest'ultima Commissione segnò una tappa importante per la BBC e per gli ideali di John Reith che furono sempre più riconosciuti come fondamentali.

La *British Broadcasting Company*, divenuta nel 1927 *British Broadcasting Corporation*, rimase di proprietà privata fino al 1926. L'organizzazione, prima della sua nazionalizzazione nel 1926, era costituita, come ci ricorda Hibberd, "*da un consorzio di costruttori di apparecchi radiofonici il cui scopo era quello di trasmettere programmi per incentivare il pubblico all'acquisto degli apparecchi stessi ma non di fare profitti attraverso i programmi trasmessi*"<sup>16</sup>. I primi finanziamenti arrivavano da una percentuale applicata ad ogni apparecchio radiofonico venduto dalle società che prendevano parte al consorzio e da un canone per abbonarsi al servizio. Lo scopo della radiodiffusione doveva essere quello di fornire informazioni, portando *la cultura alle masse* e cercando di intrattenere il pubblico.

Quando negli anni seguenti divenne una *Corporation* pubblica, la BBC rafforzò ulteriormente la propria immagine. Nel 1932, John Reith, l'allora Direttore Generale, in occasione delle festività natalizie, riuscì a convincere Re Giorgio V a tenere, per la prima volta, un discorso rivolto alla nazione. Questo appuntamento, offrì una grande opportunità a tutti i cittadini di ascoltare la voce del proprio sovrano per la prima volta. Inoltre, ha segnato un momento fondamentale della storia del servizio pubblico poichè ha consolidato i rapporti tra la BBC, la monarchia ed i cittadini inglesi. I primi anni di attività videro, quindi, la BBC proporsi come *garante dell'interesse nazionale e specchio dei valori familiari tradizionali*.

Fin dalla nascita, il servizio pubblico di radiodiffusione, nel Regno Unito, è stato influenzato fortemente dalla pubblicazione di Rapporti di settore redatti da specifiche Commissioni speciali d'inchiesta che,

---

<sup>16</sup> M. Hibberd, *op. cit.* p. 59.

hanno inciso sulla successiva regolamentazione della radio e della televisione consentendo un adeguamento ai cambiamenti sociali dell'assetto legislativo che si erano verificati in quegli anni.

A seguito dei primi dieci anni, la BBC si trovò ad affrontare diversi sistemi di emissione dei segnali per avviare le prime trasmissioni televisive. Il problema fu affrontato dalla Commissione Selsdon nel 1935 (William Mitchell-Thomson nominato Lord Selsdon, era un politico conservatore) che scelse la tecnologia sviluppata della EMI Marconi. Sotto questo sistema, il 2 novembre 1936, la BBC avviò la sua prima trasmissione televisiva.

Con le prime messe in onda, arrivarono anche le prime difficoltà. Una su tutte: il finanziamento televisivo. La Commissione, escludendo da subito l'idea di ricorrere alla pubblicità, riuscì a trovare una discreta soluzione arrivando ad un compromesso, vale a dire una ripartizione dei costi di sviluppo della tecnologia tra il Ministero del Tesoro e la stessa BBC. Cioè, entrambi avrebbero reinvestito parte delle loro risorse allo sviluppo del nuovo mezzo di comunicazione.

Nel 1936, con la Commissione presieduta da Lord Ullswater, venne rinnovata la *Royal Charter* per altri dieci anni. Nello statuto venne rinnovato il numero dei commissari del *Board of Governors*, che passò da cinque a sette, mentre nelle raccomandazioni proposte al Governo, riguardo lo sviluppo della rete televisiva, venne confermato il divieto di far uso della pubblicità, ma venne proposta qualche forma di sponsorizzazione all'interno dei programmi televisivi.

Con l'inizio della seconda guerra mondiale, le trasmissioni televisive nel Regno Unito si interruppero ma, nonostante ciò, la BBC fu l'unica emittente al mondo tra il 1936 ed il 1939, a trasmettere regolarmente un servizio televisivo che veniva irradiato solamente dal trasmettitore di Londra con un'utenza di circa 20.000 abbonati nel 1939.<sup>17</sup>

Nel 1939, le trasmissioni televisive furono sospese e ripresero solo nel 1947. Negli anni di guerra, infatti, fu fondamentale l'utilizzo della

---

<sup>17</sup> M. Hibberd. *op. cit.* pp. 67-68

radio che divenne inoltre, il principale strumento di propaganda. Il servizio offerto della BBC durante la guerra fu apprezzato da tutto il Paese. L'organizzazione inglese cercò di contribuire a mantenere la compattezza politica e sociale dei suoi cittadini cercando di informarli il più possibile, in modo che *"la gente ne sapesse di più di quanto ci si poteva aspettare"*.<sup>18</sup> Inoltre, l'introduzione di nuovi programmi che, permisero la partecipazione diretta del pubblico e che riuscirono a mettere anche in contatto i soldati con le proprie famiglie, fecero della BBC nel periodo di guerra *"un grande disinfettante"*.<sup>19</sup>

Nel 1943, il Primo ministro Winston Churchill chiese di attuare un progetto per ripristinare il servizio televisivo nel Regno Unito e istituì quindi, una Commissione presieduta da Lord Hankey. L'obiettivo da perseguire era: *"il ripristino e lo sviluppo del servizio televisivo tenendo in considerazione la messa a punto di un progetto che consenta di coprire i maggiori centri urbani [...]; i provvedimenti da prendere nel settore della ricerca e dello sviluppo; le linee di evoluzione per fornitori e produttori"*.<sup>20</sup> Inoltre, il Rapporto Hankey del 1944, fu importante per la messa a punto riguardo l'estensione del servizio al di fuori di Londra che determinò, in seguito, una maggior domanda degli apparati di ricezione. Il Governo accolse tutte le raccomandazioni di quest'ultima commissione e si preparò a ripristinare, il prima possibile, il servizio, aumentando di una sterlina il canone televisivo rispetto a quello radiofonico.

Ripreso il servizio nel dopoguerra, le prime trasmissioni televisive ricalcavano a pieno l'assetto radiofonico privilegiando una programmazione culturale e pedagogica. Negli anni seguenti, lo sviluppo tecnologico del settore e la ripresa sotto il punto di vista economico, a seguito della guerra, portò il Governo a considerare l'introduzione della televisione commerciale nel sistema radiotelevisivo britannico, che vedremo nel dettaglio nel prossimo

---

<sup>18</sup> M. Hibberd, *op. cit.* p. 68.

<sup>19</sup> Jean Seaton, *"Broadcasting and the Blitz"* cit. in M. Hibberd, *op. cit.* p. 68.

<sup>20</sup> M. Hibberd, *op. cit.*, pp. 69-70.

paragrafo. I primi progetti per l'avvio della televisione commerciale furono presentati nel 1953, anno in cui, metà della popolazione britannica (23 milioni di spettatori) assistette tramite la TV all'incoronazione della Regina Elisabetta II, momento storico e di grande rilevanza per la nazione e per la storia della televisione.

#### **1.4 Le televisioni indipendenti a fini commerciali**

Le prime iniziative per lo sviluppo della televisione commerciale in Gran Bretagna avvennero nel 1952. Le reazioni tra chi sosteneva il monopolio della BBC e chi invece era favorevole alle proposte del Governo, furono numerose. Tra le più dure ci fu quella di John Reith (diventato intanto Lord Reith) che paragonò l'introduzione della televisione commerciale "*al vaiolo, alla peste bubbonica e alla famigerata morte nera* (l'epidemia di peste che colpì la Gran Bretagna nel 1348)".<sup>21</sup>

Nel 1954, il Parlamento approvò la legge per l'introduzione della televisione commerciale nel Regno Unito, che venne nominata *Television Act*. Essa confermò l'organizzazione di un nuovo sistema di radiotelevisione commerciale che inizialmente era stato concepito in risposta all'accentramento del servizio nella capitale della nazione. Si assistette quindi, alla nascita di un nuovo apparato chiamato *Independent Television* (ITV) strutturato in un sistema "federale" che prevedeva l'introduzione di diverse imprese televisive regionali finanziate dalla pubblicità.

ITV, che iniziò a trasmettere nell'area di Londra il 22 settembre 1955, prevedeva l'obbligo di emettere una programmazione diversificata, destinata soprattutto a pubblici specifici e la messa in onda di un notiziario nazionale (ITN, *Independent Television News*). Si stabilì inoltre che l'emittente dovesse essere finanziata solo ed esclusivamente

---

<sup>21</sup> M. Hibberd, *op. cit.* p. 72.

dalla vendita di spazi pubblicitari per non cadere in competizione con la BBC che contava del canone di abbonamento.

La televisione commerciale segnò definitivamente la fine della fase del monopolio voluto e ideato da John Reith. Tuttavia, questo tipo di servizio fu sottoposto ad un insieme di norme finalizzate a garantire un vero e proprio servizio pubblico. *"ITV venne creata a immagine e somiglianza della BBC"*, sottolinea John Seaton. Precisamente, tutte le società regionali che facevano parte della società ITV, vennero costrette a vincolarsi al contratto di licenza che sottolineava la principale missione che un servizio pubblico debba perseguire: informare, educare e divertire. Difatti, il Governo nominò un consiglio, addetto alla regolamentazione del servizio, che venne inizialmente chiamato *Independent Television Authority (ITA)*, che, più tardi, cambiò il nome in *Independent Broadcasting Authority (IBA)*.

In pochi anni di attività, ITV si impose sul mercato televisivo con ottime percentuali di ascolto. Oltre alla competizione iniziale con la BBC, ITV conquistò il suo pubblico sulla base di programmi di intrattenimento e la messa in onda di notiziari a stampo americano. Questo suscitò non poche reazioni da parte della BBC che procedette ad un rapido aggiornamento delle sue programmazioni. D'altro canto, col passare del tempo, si arrivò ad un assestamento della convivenza tra i due canali, facendo emergere così la fase nominata *"comfortable duopoly"* ("duopolio rassicurante").

Per la prima volta, quindi, nel servizio pubblico di radiodiffusione vennero inseriti canali finanziati dalla pubblicità che ne ampliarono il sistema e di conseguenza, il concetto di servizio pubblico divenne non del tutto chiaro. Tra le cause principali dell'avvento di questo sistema, bisogna considerare il boom economico degli anni Cinquanta che permise l'acquisto di televisori e allo stesso tempo mise in discussione quell'insieme di valori su cui si fondava la teoria reithiana. Si procedette quindi, ad istituire una nuova Commissione presieduta da

Sir Henry Pilkington che ebbe il compito di esaminare la struttura e l'organizzazione del servizio televisivo inglese.

A seguito del Rapporto Pilkington (1962) venne a crearsi una sorta di bufera politica. La Commissione rivolse accuse e critiche contro la televisione commerciale che secondo il loro punto di vista, avrebbe avuto un impatto negativo sulla programmazione televisiva e avrebbe causato di conseguenza, una mancanza di coesione tra il pubblico. Inoltre, l'avvento della pubblicità sullo schermo fu considerato come un incitamento al consumismo. Tuttavia, il Rapporto Pilkington fece sì che il Governo assegnasse il terzo canale televisivo britannico alla BBC anziché ad un emittente commerciale.

Nel 1964 venne quindi rilasciata alla BBC, la concessione di un secondo canale che prese il nome di: BBC2. La programmazione offerta dalla nuova rete si differenziava totalmente dal canale principale. La missione da perseguire per la BBC2, che non doveva cadere in contrasto con i principi di John Reith, venne definita dal suo responsabile Sir David Attenborough che decise per la messa in onda di programmi culturali di alta qualità. Con particolare attenzione ai settori dell'arte e della musica, trasmettendo anche opere liriche, balletti, e musica classica, pian piano, il nuovo canale si guadagnò una grande reputazione, senza mai cadere in una competizione interna con la rete principale.

Tra gli anni Sessanta e Settanta, invece, il Governo, le emittenti e gli organi di regolamentazione spostarono la propria attenzione sul comparto radiofonico per l'introduzione di stazioni radiofoniche locali, con l'obiettivo di favorire e rappresentare anche gli interessi delle minoranze etniche. La BBC, sulla base delle sue programmazioni regionali, nel 1967, riorganizza le sue stazioni nazionali e introduce così le sue prime radio locali sul territorio. Con l'introduzione di stazioni locali, la partecipazione dei cittadini alle attività radiofoniche fu incrementata e di conseguenza nel 1973 nacquero le prime stazioni commerciali. In ambito televisivo, parallelamente, la BBC introdusse

un "Dipartimento per i programmi delle comunità locali", dal nome *Community Programmes Unit*.

Queste due semplici iniziative furono di grande rilevanza nel corso degli anni Settanta ed Ottanta, soprattutto per quanto riguarda l'introduzione del quarto canale televisivo che doveva mirare ad una *"programmazione dai formati innovativi ed originali per rispondere alle richieste e ai gusti di settori specializzati e minoritari di pubblico"*.<sup>22</sup> La decisione di istituire un quarto canale dal nome *Channel 4*, fu portata avanti dalla Commissione Annan del 1977 (voluta da un Governo laburista) e realizzata, nel 1979, dal Governo conservatore di Margaret Thatcher.

*Channel 4* divenne di proprietà statale ma finanziato da privati attraverso una quota della raccolta pubblicitaria di ITV. Le prime trasmissioni ebbero inizio nel novembre 1982. Il nuovo canale riuscì a realizzare una programmazione innovativa e differente rispetto alle altre due emittenti e non essendo un'emittente nazionale o che offrisse una programmazione regionale, il suo scopo fu quello di incoraggiare *"programmi per le minoranze realizzati in appalto esterno, grazie all'attività di numerosi produttori indipendenti"*.<sup>23</sup> Per i primi dieci anni, ITV, con proprie risorse finanziò ed ebbe il potere di controllare e vendere fasce pubblicitarie al nuovo canale, facendo sì che *Channel 4* avesse un reddito garantito.

Con l'introduzione di *Channel 4* e della sua vasta alternativa di programmi nel sistema radiotelevisivo, il concetto di servizio pubblico si ampliò ulteriormente. Cosicché la *Broadcasting Research Unit* riassunse in otto principi fondamentali l'idea di servizio pubblico: *"la copertura dell'intero territorio; l'universalità dell'offerta; l'esigenza di fasce di programmazione specifiche per le minoranze; il riconoscimento del ruolo della radiotelevisione nella formazione dell'identità nazionale; l'autonomia da gruppi di pressione e dal Governo; il principio dell'universalità del canone; la competizione*

---

<sup>22</sup> M. Hibberd, *op. cit.*, p. 79.

<sup>23</sup> Ivi, pp.80-82.

*sulla qualità della programmazione e non sui risultati di ascolto*".<sup>24</sup>

Questi principi furono poi rimessi in discussione negli anni seguenti a causa dei numerosi cambiamenti e sviluppi nell'industria televisiva. I primi radicali cambiamenti avvennero tre anni prima, quando, a seguito della nomina a Primo Ministro di Margaret Thatcher, si iniziò ad esaminare la televisione via cavo che avrebbe modificato radicalmente i principi di cui fa parte il servizio pubblico britannico.

Di conseguenza, anche se l'ultima Commissione in questione (Commissione Hunt, 1982) difese il ruolo del servizio pubblico e consigliò di non istituire la televisione via cavo, essa in pochi anni riuscì a sviluppare una programmazione che non sarebbe sfuggita agli occhi del pubblico, tanto da spingerlo a pagare una quota per assistere alla programmazione. Si passò quindi ad un modello molto simile a quello americano, basato quasi totalmente sulla pubblicità e con programmi di puro intrattenimento. Il Governo Thatcher, nel corso degli anni Ottanta, diede così inizio ad una totale revisione del servizio pubblico di radiodiffusione e incaricò una Commissione presieduta da Alan Peacock, un economista scozzese, per realizzare tale scopo. Tra le prime proposte della Commissione ci fu l'analisi di un nuovo sistema di finanziamento per la BBC che avrebbe dovuto inserire spazi pubblicitari all'interno dei suoi canali. La proposta fu respinta con fermezza a causa del rischio di far emergere una programmazione "massificata" sulle reti della BBC. Inoltre, nel Rapporto Peacock del 1986, emerse che il sistema radiotelevisivo britannico dovrebbe mirare ad un *modello di mercato basato sulla sovranità del consumatore*<sup>25</sup> e quindi di soddisfare a pieno gli interessi del pubblico, il quale, ha la possibilità di scegliere ed acquistare i servizi che gli sono stati offerti dal più ampio numero di fonti possibili. Nonostante il principio della sovranità del consumatore non fosse realizzabile, in questi anni, la Commissione Peacock ebbe, in seguito, il merito, rispetto alle precedenti Commissioni, di essersi posto obiettivi di lungo termine,

---

<sup>24</sup> M. Hibberd, *op. cit.*, p. 82.

<sup>25</sup> Alan Peacock, "Report of the Committee on Financing the BBC" cit. in M. Hibberd, *op. cit.* p. 84.

soprattutto nelle raccomandazioni in cui sottolinea " il valore della possibilità di scelta del consumatore e della televisione a pagamento, dato che avrebbe segnato l'area di maggior crescita per il mercato radiotelevisivo nel Regno Unito negli anni Novanta".<sup>26</sup> Di conseguenza, il suo Rapporto, che doveva mirare a prendere in esame le questioni relative alla BBC, ebbe maggior influenza sulla politica britannica riguardo il tema delle televisioni commerciali.

Il Governo Thatcher, nel 1988, sulla base del Rapporto Peacock, diffuse un progetto di legge dal nome *Competition, Choice and Quality* (Competizione, Scelta e Qualità). All'interno del White Paper venne soprattutto delineata la riorganizzazione dell'emittente ITV. Sulla base degli elementi proposti dal Rapporto Peacock, venne sostituito l'organo di regolamentazione IBA in uno nuovo dal nome *Independent Television Commission* (ITC). Inoltre, le licenze regionali del circuito ITV dovevano essere messe all'asta così da garantire ai migliori offerenti l'assegnazione finale con la pretesa del Governo di offrire al pubblico una "soglia minima di qualità".

La legge del *Broadcasting Act* fu approvata nel 1990 ed oltre a prevedere queste due disposizioni riguardo ITV, autorizzò il quarto canale (*Channel 4*) a vendere i propri spazi pubblicitari. Questa decisione suscitò numerose critiche e paure riguardo l'aumento di programmi di stampo americano basati principalmente sul sensazionalismo. Tuttavia, negli anni Novanta, la popolarità di *Channel 4* crebbe in modo costante tanto da far pensare all'eventualità di una sua privatizzazione.

Il progetto di legge del 1988, inoltre, includeva l'introduzione di un quinto canale che avrebbe richiesto la risintonizzazione dei canali televisivi o l'installazione di una nuova antenna. Sotto il segno della politica thatcheriana, il nuovo canale "avrebbe fornito maggiore scelta per il consumatore e competizione per le risorse pubblicitarie".<sup>27</sup> Nel 1995, prese avvio l'asta per l'assegnazione della licenza per la nuova

---

<sup>26</sup> M. Hibberd, *op. cit.* pp. 84-85.

<sup>27</sup> Flavia Barca, *Indies. Le società di produzione televisiva in Gran Bretagna*, Roma, 1998, p. 23.

rete che fu vinta da un consorzio composto dal gruppo Pearson (editore del Financial Times), dal gruppo MAI (United News and Media) e dal colosso CLT (Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion).<sup>28</sup>

Il nuovo canale dal nome *Channel 5*, a seguito delle sue prime trasmissioni nel 1997, dovette far fronte alla grande concorrenza dei canali preesistenti e dei nuovi servizi (via cavo e satellite) sempre più in crescita. Di conseguenza, l'interesse del pubblico nei confronti del quinto canale fu scarso. La programmazione, d'altro canto, fu limitata alla sola richiesta di un servizio specifico di informazione che doveva essere fornito da una specifica testata ossia *l'Independent Television News* (ITN). Il palinsesto venne definito "a fasce e strisce" e conteneva uno stesso tipo di programma, allo stesso orario, durante tutta la settimana. Lo stile dei programmi d'informazione, riservava un'attenzione particolare per l'intrattenimento, con colori luminosi, conduttori giovani e che avrebbe dovuto dare un senso di costante allegria.

Nel *White Paper* del 1990, la struttura della BBC rimase totalmente inalterata anche se l'ente britannico si rese conto della grande diffusione della televisione commerciale e riservò, quindi, una quota del suo tempo a società di produzione indipendenti.<sup>29</sup> Tuttavia, nel 1992, venne redatto un *Green Paper* che riassumeva i principi del nuovo orientamento della BBC ed apriva, inoltre il dibattito sul futuro rinnovo della *Royal Charter* del 1997. Il testo, oltre a confermare la legittimità del canone, la qualità della programmazione e l'autonomia e la trasparenza della struttura della BBC, portò due importanti novità. Per prima cosa, la BBC doveva puntare ad espandersi a livello globale e con l'introduzione, negli anni seguenti, di *BBC Worldwide*, questo avvenne con successo. In secondo luogo, venne adottato un nuovo sistema di mercato detto *Producer Choice* (la scelta del produttore) che "permetteva ai responsabili della produzione della BBC di

---

<sup>28</sup> M. Hibberd, *op. cit.* p. 87.

<sup>29</sup> M. Hibberd, *op. cit.* p. 88.

*rivolgersi a strutture di produzione esterne all'azienda se queste potevano garantire un contenimento dei costi".<sup>30</sup> La conseguenza dell'adozione di questo sistema fu a dir poco critica. L'attività produttiva, negli anni seguenti, divenne sempre più macchinosa e oltre alla perdita di personale (5.000 posti circa) e la chiusura di una serie di dipartimenti, l'apparato burocratico non riuscì a ridursi come previsto. Negli anni seguenti, Greg Dyke, successore di John Birt alla carica di nuovo Direttore Generale, proseguì nell'insediare riforme alla struttura dell'azienda sotto l'impronta del suo predecessore, ma rimosse molte delle misure e degli scopi previsti dal sistema del *Producer Choice*.*

In conclusione, dal secondo dopoguerra e dalla ripresa economica e sociale nel Regno Unito, il servizio pubblico è stato capace di consolidare i valori democratici e l'idea di cittadinanza. I due mezzi, radio e televisione, contribuirono ad informare, educare ed intrattenere tutta la nazione. Con l'arrivo inevitabile delle TV private e la moltiplicazione dei mezzi di informazione, questa funzione del servizio pubblico venne sempre meno e negli anni Ottanta e Novanta vi fu una vera e propria riorganizzazione del servizio. Inoltre, con lo sviluppo in ambito tecnologico e l'insediamento e la distribuzione di nuovi canali si inserirono, nel settore, nuovi investitori e gruppi privati, rispondendo anche alle esigenze del pubblico che richiedeva programmi maggiormente innovativi. Di conseguenza, negli anni Novanta, il Governo britannico ridisegnò i principi del servizio pubblico radiotelevisivo e con la nascita della televisione digitale, come vedremo nel prossimo capitolo, si arrivò ad una sorta di "rivoluzione" nel settore.

---

<sup>30</sup> Ivi, p. 89

# *Parte Seconda*

## *Il cambiamento del servizio pubblico inglese nell'era digitale*

Nel corso degli ultimi due decenni, il servizio pubblico britannico si è evoluto rapidamente grazie, sia a pressioni esterne di natura politica ed economica, che hanno permesso l'insediamento di nuove tecnologie innovative nel settore, sia all'apertura da parte delle stesse emittenti di puntare su un audience più specifica ed eterogenea, sviluppando nuovi servizi in grado di attrarre un'utenza domestica ma anche quella residente all'estero. Un approccio più pragmatico che ideologico è stato quello del Governo britannico, in particolare nel valutare le necessità future del servizio radiotelevisivo e nel conformare il servizio pubblico ai grandi cambiamenti tecnologici del nuovo secolo.

## **2.1 La nascita della televisione multicanale: BSkyB e Rupert Murdoch**

Nel corso degli anni Ottanta, Margaret Thatcher, alla guida del Governo, non accettò la raccomandazione di Peacock riguardo l'assegnazione delle licenze per la trasmissione di servizi satellitari con una gara d'appalto. Tuttavia, nel 1981, vengono concesse le prime autorizzazioni per la sperimentazione dei canali televisivi via cavo a pagamento.

Nel 1986, l'*Independent Broadcasting Authority* (IBA) rilascia la prima autorizzazione al consorzio privato britannico *British Satellite Broadcasting* (BSB) con l'intento di trasmettere programmi irradiati da un satellite a diffusione diretta.

Mentre la BSB si avvia nella messa in onda delle prime trasmissioni via satellite, Rupert Murdoch, l'imprenditore australiano di passaporto americano, con la propria società *News Corporation*, fa il suo ingresso nel settore televisivo inglese.

Nel 1989, incomincia, in Gran Bretagna, l'attività dei quattro canali satellitari "*Sky Television*" di Murdoch che, grazie alla semplicità del suo apparato di ricezione e ad un insistente campagna pubblicitaria, ebbero rapidamente un enorme successo. La BSB, invece, avviò le sue prime trasmissioni solo un anno dopo a causa di una serie di problemi al suo vettore.

Agli inizi degli anni Novanta, i numerosi problemi di ricezione della BSB proseguirono e dato, inoltre, un riscontro non del tutto positivo da parte del pubblico nei confronti dei programmi, la società decise di fondersi con *Sky Television*, dando vita ad una nuova società controllata da News Corporation: la *British Sky Broadcasting* (BSkyB).

Con una vasta scelta di programmi e con una forte strategia commerciale, Rupert Murdoch e la BSkyB riuscirono a far crescere ed espandere il servizio satellitare britannico. Uno dei primi passi dell'imprenditore fu quello di diffondere nuovi canali tematici rivolti

specialmente ad un pubblico eterogeneo e più specifico. I numerosi canali, regolati da licenze appartenenti a diversi editori, danno vita, nel 1992, al servizio denominato *Sky Multichannel*.<sup>31</sup>

Il nuovo *bouquet* multicanale, comprendeva complessivamente una ventina di canali trasmessi in analogico, un numero decisamente importante per un singolo operatore. Tutto ciò fu possibile grazie alle licenze non particolarmente vincolanti per i programmi satellitari e via cavo (a differenza delle emittenti terrestri) che permisero così a Murdoch di diffondere nuovi canali tematici e dar vita ad un vero e proprio servizio multicanale.

Il piccolo impero creato da Murdoch si impose rapidamente nel panorama radiotelevisivo britannico e gradualmente, la News Corporation riuscì a giudicarsi numerosi diritti esclusivi per trasmissioni in diretta (in particolare gli eventi sportivi). Nel 1996, inoltre, trasmise il primo grande evento in pay-per-view che riguardava un incontro di pugilato di Myke Tyson che combatteva per conquistare il titolo mondiale.<sup>32</sup>

Il grande successo dell'offerta televisiva multicanale a pagamento, danneggiò sul piano finanziario, oltre che ITV, soprattutto la BBC. La società, data la sua dipendenza dal solo canone, perse l'esclusiva su determinati programmi, in particolare quelli sportivi che attiravano la maggior parte della popolazione, che si aggiudicò la BSkyB di Murdoch, portando la sua emittente ad un elevato numero gli abbonati in pochi anni.

## **2.2 La televisione digitale**

Nel 1998, nel Regno Unito, fa il suo ingresso la televisione digitale. La sua diffusione si riferisce a tutti i mezzi di trasmissione (via etere, via cavo e via satellite), dando la possibilità di trasmettere centinaia di

---

<sup>31</sup> M. Hibberd, *op. cit.*, p. 96.

<sup>32</sup> Ivi, p. 97.

programmi, in maniera simultanea, su diverse frequenze. *L'impiego delle tecnologie digitali finalizzato alla generale crescita economica*, afferma Hibberd, *rappresenta uno degli elementi centrali alla base delle azioni di governo nei Paesi più avanzati.*<sup>33</sup> Uno degli obiettivi principali da parte del Governo britannico fu quello di sostenere questo settore per raggiungere una maggior crescita economica. Numerosi sono, infatti, i vantaggi che ha portato. Tra questi: la crescita esponenziale dei programmi e la qualità dei suoni e delle immagini con cui vengono messi in onda.

Con il *Broadcasting Act* del 1996, il Governo presieduto da John Major, enfatizzò il passaggio alla digitalizzazione delle reti terrestri con l'obiettivo di porre il Regno Unito all'avanguardia a livello mondiale.<sup>34</sup> L'atto del 1996, affida alla ITC il compito di assegnare le licenze. Sei, erano quelle previste per la gestione di multiplex digitali terrestri e le prime tre furono assegnate nel giugno del 1997 al consorzio *British Digital Broadcasting* (BDB), di cui facevano parte i gruppi Carlton Communications e Granada Group (stessi azionisti di ITV), che dimostrarono una grande capacità nel promuovere il loro progetto. Difatti, la BDB, riuscì ad offrire un servizio di 13 canali fissi più tre *premium* tra cui Sky Movies e Sky Sport.<sup>35</sup>

I rimanenti tre multiplex furono poi affidati a BBC, ITV, Channel 4 e a S4C in Galles, in modo da offrire un servizio sia in chiaro che a pagamento.<sup>36</sup>

La prima trasmissione in digitale nel Regno Unito, fu trasmessa nell'ottobre del 1998 da *Sky Digital*, la piattaforma a pagamento di BSkyB che sostituì *Sky Multichannel*. Nel mese seguente, invece, la BDB lancia la nuova piattaforma *On Digital* che nel 2001 diventerà poi *ITV Digital*. Tuttavia, nonostante il grande successo delle piattaforme digitali, i servizi via cavo cominciarono invece a

---

<sup>33</sup> M. Hibberd, *op. cit.*, p. 98.

<sup>34</sup> Ivi, p. 99.

<sup>35</sup> F. Barca, *op. cit.* p.29.

<sup>36</sup> M. Hibberd, *op. cit.*, p. 100.

distribuire programmi solo nel corso del 1999, dopo aver ammortizzato le grandi spese per la posa dei cavi.<sup>37</sup>

Nel periodo tra il 1998 e il 2003, il settore radiotelevisivo nel Regno Unito è cresciuto in maniera esponenziale ma è stato altrettanto pesante il calo che hanno subito le emittenti tradizionali. La crescita della televisione multicanale e la vasta offerta di programmi che ha portato nella nazione, ha prodotto, oltre che un'impennata del settore stesso, anche una frammentazione, senza precedenti, del pubblico che beneficia del servizio. La BBC non tardò nel reagire e nel 1998, con il suo Direttore Generale Sir John Birt, iniziò a puntare sullo sviluppo di alcuni servizi digitali, disponendo di un multiplex che permise la diffusione di ben sei nuovi canali televisivi. La BBC, oltre i due canali tradizionali, puntò su un servizio che forniva informazioni 24 ore su 24 (BBC News 24), su un canale dedicato alla cronaca parlamentare (BBC Parliament), su un altro con programmi giovanili (BBC Choice) ed infine su un servizio teletext interattivo (BBCi).<sup>38</sup> Inoltre, tra il 2001 e il 2002 per accrescere il servizio, nascono due nuovi canali: BBC3, rivolto ad un pubblico giovanile, e BBC4, per gli amanti di arte e cultura.

Tuttavia, anche il servizio radiofonico si è sviluppato in tecnologia digitale e nel 1995 la BBC è stata la prima emittente ad utilizzare la tecnologia Digital Audio Broadcasting (DAB), *operando la trasmissione congiunta in simulcast, sia in tecnica analogica sia in tecnica numerica delle sue cinque stazioni nazionali.*<sup>39</sup> Oltre ad aver dato vita ad altre cinque stazioni radiofoniche, la BBC ha avviato un sito Internet che si è affermato come *risorsa online più popolare del paese.*

Nello stesso tempo, gli azionisti di ITV, Carlton e Granada, non del tutto fiduciosi del successo di *On Digital*, hanno puntato ad ampliare l'offerta ad accesso libero attraverso l'emittente ITV, dando vita a

---

<sup>37</sup> F. Barca, *op.cit.* p.29.

<sup>38</sup> M. Hibberd, *op. cit.*, p. 101.

<sup>39</sup> Ivi, p. 102.

ITV2, ITV3 e altri canali in chiaro e a pagamento. *Channel 4*, invece, ha puntato alla creazione di un canale di intrattenimento (E4) ed uno dedicato alla sola messa in onda di film (Film Four).

Nel 2002, in un momento dove si affermò il successo e crebbe l'entusiasmo per la crescita della televisione digitale, il Governo laburista di Blair dovette affrontare il crollo finanziario della piattaforma *ITV Digital* che, in primavera, avrebbe smesso di fornire servizi a pagamento. Posta sotto un'amministrazione controllata e con debiti sopra un miliardo di sterline, la società cercò un acquirente ma nessuno si propose.<sup>40</sup> Nello stesso periodo, anche l'industria via cavo non passò un buon momento dati i problemi dovuti a spese troppo costose per la ristrutturazione del servizio. L'unica società che beneficiò di queste situazioni non del tutto positive del mercato radiotelevisivo, fu la BSkyB che, con i suoi servizi, incrementò la quota di mercato della sua piattaforma.<sup>41</sup>

Le numerose difficoltà del 2002, portarono alcuni osservatori a riflettere se fosse giusto oppure no avviare il passaggio verso il "tutto digitale" nel Regno Unito, entro il 2010. La maggior parte degli esperti, tra cui Barry Cox, consulente del Governo Blair, sostenevano che l'abbandono del servizio digitale terrestre, non avrebbe portato alcun beneficio al servizio televisivo in sé ma, al contrario lo avrebbe danneggiato. Cox, in particolare, sottolineò che *“rinunciare al digitale terrestre relegando BBC, ITV e Channel 4 sulle piattaforme via cavo e satellite, avrebbe comportato a breve termine il crollo della tradizionale offerta radiotelevisiva di servizio pubblico nel suo complesso”*.<sup>42</sup> Cox, inoltre, riprendendo la legge del 1996, propone una soluzione, quella di costruire una nuova infrastruttura per la trasmissione di programmi in digitale e consentire così alle altre piattaforme (via cavo e satellite) di crescere senza restrizioni particolari. Inoltre, secondo il consulente del Governo laburista, un

---

<sup>40</sup> M. Hibberd, *op. cit.*, p. 103.

<sup>41</sup> Ivi, p. 105.

<sup>42</sup> Barry Cox, *“Don't Panic”*, *The Guardian* 2002, cit. in M. Hibberd, *op. cit.* p.105.

altro obiettivo da perseguire era quello di sviluppare un servizio digitale in chiaro dove la BBC avrebbe potuto rilanciare l'immagine stessa di servizio pubblico.

A questo proposito, nel maggio 2002, fu importante l'intervento del Direttore Generale della BBC, Greg Dyke, che sosteneva l'idea di espandere il servizio digitale in chiaro per soddisfare le esigenze di tutti quei consumatori che desideravano più programmi e canali ma, che non accettavano l'idea di pagare. Afferma quindi: "*Quelli che sono disposti a pagare si rivolgano a BSkyB o ai cavo operatori. Se invece vogliono più contenuti in chiaro, la soluzione sarà la televisione digitale terrestre [...] Pensiamo che la televisione digitale terrestre debba diventare una piattaforma in chiaro. Riteniamo che offrire agli spettatori dieci o quindici nuovi canali a un prezzo una tantum di neppure cento sterline per l'acquisto di un convertitore digitale, sia una proposta appetibile per i consumatori.*"<sup>43</sup>

Nel 2002, l'*Independent Television Commission* assegnò i tre multiplex di ITV Digital disponibili ad un consorzio guidato dalla BBC, accompagnato da BSkyB e dalla società americana *Crown Castle*. Le tre frequenze diedero vita ad un servizio dal nome *Freeview* che prese il via nell'ottobre del 2002. La nuova offerta proposta dalla BBC era totalmente gratuita ed oltre all'immediato successo di *Freeview*, la BBC decise di emigrare su un satellite a copertura nazionale che le permise di offrire un servizio gratuito anche in quelle aree non coperte dalle reti digitali e non beneficiate appunto dal nuovo servizio. In risposta a ciò, nel 2004 anche la BSkyB diede inizio ad un servizio satellitare *free-to-view*.

La tecnologia digitale iniziò quindi, ad occupare una posizione significativa nel settore. La nuova autorità di regolamentazione *Office of Communication* (OFCOM), istituita nel 2004 e che sostituì l'*Independent Television Commission*, sosteneva infatti, che il 63% delle famiglie britanniche che possedeva un televisore riceveva servizi

---

<sup>43</sup> Lisa O'Carroll, "Dyke Outlines Digital Vision", *The Guardian*, 2002, cit. in M. Hibberd, *op. cit.* p.105.

in digitale e che il 47,2 % del totale della famiglie era abbonato al servizio a pagamento *Sky Digital*. Grazie alla tecnologia digitale, anche la BBC riuscì a rafforzarsi. *Freeview* contribuì al suo rilancio e nel 2005, OFCOM riporta che gli utenti collegati al suo servizio erano il 32,9 % delle famiglie inglesi.<sup>44</sup>

Nonostante questa rapida crescita e le numerose critiche a causa delle spese eccessive effettuate per il nuovo settore, la BBC *ha sempre difeso a spada tratta la sua strategia in questo settore, segnalandone i potenziali benefici a lungo termine sia per i telespettatori, sia per il servizio pubblico di radiotelevisione nel suo complesso.*<sup>45</sup>

### ***Dal White Paper al Communication Act***

Dal punto di vista legislativo, nel 2000 venne pubblicato un nuovo White Paper dal *Department for Culture Media and Sport* riguardo la possibile convergenza tra le reti di radiodiffusione e le reti di telecomunicazioni. Cosa più importante, però, il Governo stabilì un incremento del canone ordinario della BBC per finanziare lo sviluppo dei nuovi servizi in digitale, mettendo da parte la proposta della Commissione Davies che suggerì un canone aggiuntivo. Il Governo sottolineò, inoltre, la centralità del servizio pubblico nel processo di transizione ai servizi digitali.

In particolare, Tony Blair affermò a questo proposito: " *Il servizio pubblico radiotelevisivo continuerà a ricoprire un ruolo di primo piano anche nel futuro scenario digitale, forse anche maggiore di quello attuale. [...] Il Governo è convinto che continueremo ad affidarci al servizio pubblico per una ragione molto semplice: perchè è un modello che funziona. Interi settori della radiodiffusione sono stati trasformati - in meglio- dalla rivoluzione del multicanale, in particolare l'informazione e la programmazione sportiva e cinematografica. La televisione via cavo e via satellite ha dato una salutare scossa a un'industria a volte adagiata sui propri successi e*

---

<sup>44</sup> M. Hibberd, *op. cit.*, p. 108.

<sup>45</sup> Ivi, p. 109.

*carente di spirito di concorrenza. [...] Nonostante tutto, la radiotelevisione di servizio pubblico costituisce ancora oggi la nostra migliore risorsa per realizzare quei programmi di produzione nazionale e di contenuto originale così richiesti dal pubblico. [...] Questi stessi programmi forniscono inoltre molto materiale ai canali digitali, attraverso repliche che ne accrescono la popolarità. Non a caso, il successo del Regno Unito nell'esportare programmi e il prestigio raccolto con i premi internazionali collocano il nostro Paese in una condizione di visibilità sicuramente superiore alle sue effettive dimensioni. Questo successo non è casuale, e si fonda sulle qualità economiche, culturali e di democrazia che caratterizzano il nostro sistema radiotelevisivo".*<sup>46</sup>

Nel White Paper del 2000, inoltre, il Governo mira ad integrare gli strumenti normativi della radiodiffusione e delle telecomunicazioni. Questo processo fu sollecitato dal rapido sviluppo tecnologico che vide la convergenza delle reti e di conseguenza, di un nuovo processo di regolamentazione. Tutto ciò portò all'emanazione del *Communication Act* il 17 Luglio 2003, un atto legislativo che controlla i settori della comunicazione e dei media. L'atto effettua cambiamenti significativi nella struttura normativa e attesta di perseguire il giusto bilancio tra proteggere gli interessi dei cittadini e consumatori e mantenere le spese dell'industria al minimo. Inoltre, l'obiettivo primario da raggiungere fu quello di puntare ad assicurare l'accesso ad una scelta di servizi di alta qualità. I punti chiave discussi nel *Communication Act*, furono:

- Il trasferimento delle funzioni ad un unico organo normativo, l'*Office of Communication* (OFCOM), rimpiazzando le esistenti cinque agenzie (the Independent Television Commission, Radio Authority, Office of Telecommunications, Broadcasting Standards Commission e Radio-communications Agency);

---

<sup>46</sup> Department for Culture, Media and Sport, "*A New Future for Communications*" cit. in *Communications White Paper* 2000, London 2000, pp. 46-57.

- L'atto concede maggior libertà alle industrie di comunicazione e ai proprietari dei servizi, rimuovendo la maggior parte dei regolamenti che caratterizzano il British Broadcasting. Per questo motivo, le compagnie private richiesero di espandersi nei mercati stranieri.

Le conseguenze di queste scelte furono:

- La fusione delle proprietà televisive e radiofoniche;
- L'acquisto del minor emittente commerciale terrestre *Five*, da parte di grandi gruppi giornalistici;
- Proprietari non europei dei servizi di radiodiffusione britannici.<sup>47</sup>

L'Act, inoltre, assicura dei "*universal minimum standards*"<sup>48</sup>, i quali, dovranno essere controllati dall'organo OFCOM, responsabile per la formulazione e per l'attuazione di norme applicabili a tutti i servizi. Questi "standard minimi universali" di contenuti normativi, possono essere negativi, ad esempio il divieto di mandare in onda programmi offensivi, dannosi e che possano invadere la privacy altrui, oppure positivi, come quote per produrre nuovi servizi o la richiesta per tutte le emittenti di fornire programmi sottotitolati. Questi standard sono applicabili anche e soprattutto, ai servizi pubblici di radiodiffusione (BBC One, BBC Two, ITV1, Channel 4 e Five) che hanno la finalità di una programmazione originale, accurata e imparziale (per quanto riguarda le notizie) e riflettono oltre che le situazioni nazionali, anche la produzione regionale. Inoltre, questi contenuti normativi sono applicabili con maggior rigore ai servizi digitali in free-to-view rispetto ai servizi via cavo e satellitari.

Infine, con il *Communication Act* furono inoltre importanti altri due punti. In primo luogo, concedere per la prima volta ad imprese straniere di rilevare emittenti britanniche. Mentre, in secondo luogo, a livello regionale, la nuova ITV, nominata *ITV Plc*, vista la fusione delle attività dei gruppi Carlton Communication e Granada Group,

---

<sup>47</sup> Petros Iosifidis, *Public Television in the Digital Era. Technological challenges and new strategies for Europe*, 2007, p.86.

<sup>48</sup> Ivi, pp. 86-87.

aveva lo scopo di estendere il servizio dei propri telegiornali regionali in tutta la nazione.

### **2.3 La riorganizzazione della BBC.**

Nei primi anni del nuovo secolo, la BBC, anche se priva di una struttura federale a base regionale come l'emittente ITV, manifestò l'interesse di una riallocazione delle risorse a favore del decentramento delle sue attività produttive. Mise, quindi, in atto una serie di riforme con lo scopo di incrementare la produzione regionale, dato che l'80 per cento delle sue risorse provenivano dalle regioni ma venivano spesso destinate a produzioni realizzate nella capitale.<sup>49</sup> Le emittenti regionali, secondo il produttore Ray Fitzwalter, membro della Royal Television Society, svolgono tre funzioni: in primo luogo *assicurare l'informazione su quanto accade in ambito regionale o sulle ripercussioni locali di eventi nazionali o internazionali*, inoltre *rappresentare in maniera esaustiva le tendenze politiche, socio-economiche e culturali presenti nell'area raggiunta dall'emittente*, ed infine *promuovere la diffusione della lingua e della cultura regionale oltre il proprio territorio, nelle altre regioni, in Europa e nel mondo.*<sup>50</sup> Nel Communication Act del 2003, venne inoltre inserita una misura che obbligava le emittenti televisive regionali indipendenti di produrre (almeno il 70 per cento del budget di produzione) al di fuori di Londra, una quota fissa della loro programmazione.

La produzione e diffusione di programmi regionali è monitorata dalla *Divisione BBC Nations and Regions* e conta circa una cinquantina di centri di produzione.<sup>51</sup> Sono due i settori in cui si struttura l'attività radiotelevisiva in ambito regionale:

- BBC Nations, di cui fanno parte Scozia, Galles e Irlanda del Nord che con l'Inghilterra formano il Regno Unito;

---

<sup>49</sup> M. Hibberd, *op. cit.*, p. 117.

<sup>50</sup> Ivi, p. 121.

<sup>51</sup> M. Hibberd, *op. cit.*, p. 118.

- BBC English Regions, costituita dalle undici comunità territoriali cui fanno capo le regioni d'Inghilterra, insieme all'Asian Network ed altre trentasei aree locali.<sup>52</sup>

In seguito a queste riforme, nel 2004, c'è stato un forte incremento da parte della BBC che ha prodotto 6.181 ore di programmi televisivi in ambito regionale (Scozia, Galles, Irlanda del Nord e nelle regioni in Inghilterra) rispetto al 1999 quando erano 5.111.<sup>53</sup>

A questo proposito, nel 2004, il Direttore Generale della BBC Mark Thompson dichiarò: *"La BBC rafforzerà il proprio impegno nei confronti delle nazioni, delle regioni e delle comunità locali del Regno Unito, in una congiuntura che vede in pericolo l'estensione e la varietà della programmazione locale offerta dalle emittenti commerciali regionali. Allo stesso tempo, la BBC polarizzerà l'attenzione su quegli avvenimenti e momenti condivisi che possono tenere unito il Paese attorno a legami e valori fondamentali. [...] La BBC accrescerà il proprio coinvolgimento in questo processo attraverso un ampio progetto di investimenti a sostegno delle nazioni"*.<sup>54</sup> La domanda di programmi regionali da parte dei cittadini crebbe e in risposta a ciò, l'OFCOM rafforzò la programmazione regionale soprattutto quella a carattere informativo.

### ***La revisione della Royal Charter.***

Nel 2003, con il successo di *Freeview* e lo sviluppo in nuovi ambiti, ad esempio i servizi web, la BBC continuò a rafforzarsi e si avviò il processo di revisione per il rinnovo della *Royal Charter*, previsto per la fine del 2006.

Il Segretario Tessa Jowell avviò la revisione del documento e tra il 2003 e il 2005 vennero resi noti i primi sei Rapporti che analizzavano precisi aspetti dell'attività della BBC e affrontavano la

---

<sup>52</sup> Ibidem.

<sup>53</sup> Ibidem.

<sup>54</sup> British Broadcasting Corporation, *Building Public Value*, London 2004, p. 128.

riorganizzazione del servizio pubblico in Gran Bretagna. Le questioni su cui il Governo discusse, riguardarono in particolare: il modello di organizzazione interna da applicare alla BBC per cercare di intraprendere la strada verso l'era digitale e la questione del canone per discutere se eliminarlo, sostituirlo con forme di abbonamento volontario oppure di lasciarlo del tutto invariato.<sup>55</sup>

Nel 2005 venne quindi istituita una Commissione con a capo Lord Burns, allora Presidente della Abbey Bank, che venne incaricato di valutare l'attività della BBC ed un suo possibile cambiamento nel suo sistema di *Governance*<sup>56</sup> in vista della revisione della Royal Charter. Lord Burns propose, in primo luogo, di sostituire il *Board of Governors* con un nuovo organo chiamato *Public Service Broadcasting Commission* (Commissione per il Servizio Pubblico Radiotelevisivo) che, indipendentemente dalla BBC e dall'OFCOM, avrebbe dovuto svolgere le medesime mansioni che fino a quel momento erano state gestite dai *Governors*. Inoltre, avrebbe svolto un ruolo di consulente per il Governo riguardo la situazione finanziaria dell'azienda, proponendo anche una novità, sarebbe a dire, quella di destinare una quota del canone ad altre emittenti per una maggior produzione di contenuti di servizio pubblico. Le parole di Burns descrivono in maniera dettagliata le principali finalità della nuova Commissione: " *Si propone dunque di istituire una nuova Public Service Broadcasting Commission (PSBC) autonoma dal Governo, che supervisioni la gestione del finanziamento pubblico destinato alla radiotelevisione e fornisca al Governo un parere in merito all'ammontare del canone [...] La Commissione assumerebbe al contempo il ruolo di garante svolto finora dai Governors e [...] garantirebbe inoltre il perseguimento degli obiettivi di servizio pubblico stabiliti nella Royal Charter*".<sup>57</sup>

---

<sup>55</sup> M. Hibberd, *op. cit.*, p. 123.

<sup>56</sup> Ivi, pp. 125-126.

<sup>57</sup> Ivi, p. 126.

Per quanto riguarda invece la questione del canone, nel 2005, il nuovo organo OFCOM, ha stilato un Rapporto sulla BBC in cui ha analizzato la situazione dell'azienda radiotelevisiva e ha stimato una spesa annuale per la programmazione di servizio pubblico, compresa tra i 300 e i 400 milioni di sterline. Inoltre, il Rapporto dell'OFCOM si scontra con l'idea della diffusione di canali digitali nella BBC che *"dovrebbe rimanere la pietra angolare del servizio pubblico, forte, indipendente e finanziata dal canone"*.<sup>58</sup> Il tema centrale affrontato dall'OFCOM fu però quello del futuro assetto dell'azienda e della proposta di istituire un *Public Service Publisher* (Editore di Servizio Pubblico). Una nuova figura incaricata di distribuire programmi di servizio pubblico, originali e di alta qualità attraverso reti a larga banda, reti televisive digitali e altre piattaforme.

Le reazioni delle emittenti di servizio pubblico ed in particolare quelle della BBC, non furono positive. La BBC ribadì di essere ostile a qualsiasi *forma di frammentazione del canone in una miriade di soggetti, a prescindere dalla loro natura di broadcaster pubblici o semplici editori/fornitori di contenuti per il servizio pubblico*.<sup>59</sup>

Nel Rapporto vengono menzionate infine, alcune raccomandazioni riguardo le altre emittenti di servizio pubblico. Secondo l'OFCOM, l'ITV dovrebbe continuare a trasmettere i programmi in chiaro e perseguire i suoi scopi tradizionali. Channel 4, invece, dovrebbe restare di proprietà pubblica ma essere finanziato da entrate commerciali per continuare a distribuire una programmazione innovativa, mentre Five dovrebbe mirare alle case di produzione indipendenti inglesi.

### ***Il Libro Verde.***

Nel marzo 2005, il Governo Blair, in questo contesto, pubblicò un testo chiamato *Green Paper* (Libro Verde) in cui vengono menzionate

---

<sup>58</sup> M. Hibberd, *op. cit.*, p. 127.

<sup>59</sup> Ivi, p. 128.

le prime proposte per il rinnovo della *Royal Charter* della BBC che sarebbe avvenuto due anni più tardi.

Il Governo sottolinea specialmente il carattere istituzionale della BBC che, oltre ad essere *fornitrice* del servizio pubblico, è da considerare come una vera e propria *istituzione* con l'obiettivo di garantire anche per il futuro la realizzazione delle missioni di servizio pubblico.

Il documento propone principalmente il rinnovo della *Royal Charter* per un periodo di dieci anni in cui la BBC si avvarrà del canone. Inoltre, venne proposto di istituire un nuovo organo dal nome *BBC Trust*, con il compito di controllare la gestione delle risorse provenienti dal canone ed il rispetto del mandato di servizio pubblico e delle missioni da perseguire.<sup>60</sup>

A questo proposito, il Governo dichiarò la necessità per la BBC di ridefinire con maggior chiarezza la missione di servizio pubblico: "*Dal primo mandato attribuito alla BBC negli anni Venti, la classica missione reithiana - informare educare e divertire - è rimasta sostanzialmente immutata [...] Questa missione di servizio ha consentito alla BBC la libertà di espandersi e di sviluppare le proprie attività [...] Tuttavia, pur essendo ancora oggi necessaria, questa formulazione non è più sufficiente [...] Il ruolo della BBC dovrebbe essere stabilito con un'unità di misura più ampia, e cioè in base alla sua capacità di contribuire attivamente alla vita pubblica [...] Per mantenere un suo specifico ruolo, la BBC deve disporre di una serie di obiettivi definiti in modo più rigoroso, che possano essere pienamente compresi dall'azienda, ma anche dalle altre emittenti e dal pubblico*".<sup>61</sup> Nel Libro Verde, appunto, vengono descritti questi nuovi obiettivi (sei principi) da affiancare a quelli reithiani. La BBC deve:

- *Favorire lo sviluppo del principio di cittadinanza e della società civile;*
- *Promuovere l'educazione e l'apprendimento;*
- *Stimolare la creatività e l'eccellenza in campo culturale;*

---

<sup>60</sup> M. Hibberd, *op. cit.*, p. 132.

<sup>61</sup> Department for Culture, Media and Sport, 2005. *Review of the BBC's Royal Charter*. pp. 22-23.

- *Rappresentare in modo adeguato le specifiche identità territoriali e culturali;*
- *Garantire al pubblico britannico, attraverso l'informazione, una maggior consapevolezza del contesto internazionale e delle sue ricadute sul piano interno;*
- *Assumere un ruolo di guida nel governo della transizione verso il "tutto digitale" fino allo spegnimento definitivo dei segnali televisivi in tecnologia analogica.*<sup>62</sup>

Il Libro Verde sottolinea inoltre come la BBC dovrebbe perseguire obiettivi che siano in grado di produrre benefici per la società nel suo insieme e che non dovrebbe quindi porsi la sola finalità di realizzare una buona programmazione. Dovrebbe fornire informazioni alla più ampia fascia possibile ed utilizzando tutti i canali che ha a disposizione (radio, TV, Internet). Il Libro Verde, di conseguenza, respinge la proposta di Lord Burns di dar vita ad un Public Service Broadcasting Commission e rifiuta anche la proposta dell'OFCOM di creare un Public Service Publisher.

Per quanto riguarda le proposte governative, a seguito delle numerose critiche al *Board of Governors* criticato per il suo duplice ruolo di indirizzo e di controllo, venne proposto di dar vita a due nuovi organi per la sua sostituzione:

- la *BBC Trust* che avrebbe, prima di tutto, supervisionato l'attività dell'azienda, sarebbe stata indipendente dalla gestione della BBC e responsabile per impostare gli obiettivi e le priorità dell'azienda; inoltre avrebbe controllato l'*Executive Board*, nominando il suo Presidente e approvando le nomine dei membri non esecutivi e del DG;
- L'*Executive Board* (Consiglio Direttivo) con il compito di gestire le operazioni amministrative dell'azienda ed essere responsabile nella distribuzione dei servizi della BBC secondo la struttura impostata dalla Trust.

---

<sup>62</sup> M. Hibberd, *op. cit.*, pp. 132-133.

Nel Marzo 2005 la BBC accettò la proposta del Governo di creare i due organi e dichiarò che questa separazione avrebbe dovuto incentivare la fiducia del pubblico e mantenere allo stesso tempo l'indipendenza dell'azienda. L'anno seguente (Marzo 2006) il White Paper del Governo confermò che la BBC sarà supervisionata da un nuovo organo che sarà separato dalla sua gestione/direzione e lavorerà attivamente per assicurare gli interessi del pubblico. I membri della BBC Trust avranno ognuno un compito ben preciso che sarà oggetto di valutazione ma perseguiranno l'obbligo comune di rappresentare ogni cittadino abbonato al servizio. Un passo importante, che consente all'azienda di continuare ad autoregolarsi senza sottoporsi al controllo di organi esterni come l'OFCOM.

Le reazioni alla pubblicazione del Libro Verde sono state diverse ma, i sostenitori del servizio pubblico e della BBC hanno espresso un parere positivo nei confronti del lavoro del Governo Blair. Tra questi quello di Gavyn Davies che da economista aggiunse: *"Il prossimo passo da compiere, assolutamente essenziale, è garantire alla BBC un sistema di finanziamento che le consenta di soddisfare in modo adeguato la sua missione. Ritengo che l'aumento del canone per i prossimi dieci anni debba adeguarsi al tasso di inflazione, con un ulteriore incremento del 0,5 per cento per coprire i costi della transizione al digitale"*.<sup>63</sup>

Opinione del tutto opposta è quella di David Elstein, ex Presidente dell'Associazione delle Imprese Radiofoniche Commerciali, che criticò il sistema finanziario e l'assetto interno della BBC. Riguardo al Libro Verde, dichiara: *"Il Libro Verde ha affossato tutte le questioni identificate con chiarezza dalla Commissione Burns, assumendo manifestamente una posizione di basso profilo. L'istituzione della BBC Trust non conduce nella giusta direzione. Se infatti un organo di controllo vigila sull'attività di un unico soggetto, non riesce ad avere una visione d'insieme, e diventa per forza di cose uno strumento*

---

<sup>63</sup> "The Future of the BBC. The verdict", The Guardian in M. Hibberd *op. cit.* pp.133-134.

*autoreferenziale" mentre, riguardo la questione del canone, sostiene: "E' già più elevato del necessario e semmai dovrebbe diminuire. Quello che nessuno ha ancora capito è che la BBC finanzia contenuti effettivamente di servizio pubblico ma anche programmi commerciali che possono essere facilmente finanziati in altre forme, incluso l'abbonamento ad un servizio televisivo a pagamento".<sup>64</sup>*

Nel 2005, la BBC ha inoltre avviato una serie di riforme interne che comportarono tagli di circa tremila seicento posti di lavoro. Una politica voluta dall'allora Direttore Generale Mark Thompson per dimostrare che l'azienda è in grado di sviluppare un piano di contenimento della spesa in modo autonomo e per ripararsi da eventuali critiche e accuse di inefficienza e di spreco di denaro dei contribuenti.<sup>65</sup>

Con il nuovo Royal Charter che sarà in vigore fino al 31 Dicembre 2016, gli scopi da perseguire per la BBC dovrebbero essere sempre quelli di informare, educare e divertire i cittadini britannici. A questo proposito, la BBC si è anche incaricata di fornire una gamma di nuovi servizi per le piattaforme digitali che l'audience ha apprezzato molto. Ad esempio, la BBC One ha puntato nell'offrire una programmazione di qualità che ricopre tutti i generi e attira un vasto pubblico con il fine di coprire eventi nazionali e offrire news tutto il giorno, ma anche dibattiti, eventi sportivi, commedie e drammi. BBC Two, invece, combina programmi più seri (arte) con servizi di intrattenimento (commedie ed eventi musicali) per attirare un maggior pubblico contribuendo e riflettendosi con la vita culturale britannica.

L'approvazione della nuova *Royal Charter*, ha quindi portato sicuramente una conferma riguardo le finalità che l'azienda deve raggiungere per altri dieci anni. D'altro canto, ha rilevato un grande cambiamento della struttura con la creazione dei due nuovi organi, oggi fondamentali nell'azienda, e con investimenti nei nuovi media. Oltre al sito Internet che, dal 1994, offre informazioni di qualsiasi

---

<sup>64</sup> Ivi, pp. 134.

<sup>65</sup> M. Hibberd, *op. cit.*, p. 136.

genere, dalle news allo sport, dalla musica al lifestyle, sono nati due nuovi servizi: *BBCi* e *iMP*. Il primo, è una porta per i telespettatori dei servizi digitali per accedere a maggior informazioni, immagini, filmati premendo semplicemente il tasto rosso del proprio telecomando. Mentre, *iMP* è un applicazione che permette ai telespettatori inglesi di mettersi al corrente dei programmi televisivi e radiofonici che hanno perso dopo la loro messa in onda, utilizzando un programma di download legale per scaricarli sul proprio personal computer.

La BBC ha investito molto nell'area della tecnologia della televisione digitale, lanciando un impressionante gamma di servizi con l'obiettivo di transitare alla programmazione digitale nel modo più semplice possibile.<sup>66</sup> Non è infatti mancato il supporto del pubblico nei confronti dell'azienda anche in questi anni di grandi cambiamenti. La fedeltà che la maggior parte dei cittadini inglesi ha dimostrato è a dir poco "spietata" tanto che la BBC è vista come un vero e proprio tesoro nazionale: "*imparziale e intelligente, seria ma non solenne, popolare ma non populista*".<sup>67</sup>

---

<sup>66</sup> P. Iosifidis, *op. cit.* pp. 94-95.

<sup>67</sup> Ivi, pp. 103-104.

# Conclusioni

Nel corso di queste pagine abbiamo principalmente delineato un excursus storico del servizio pubblico di radiodiffusione nel Regno Unito. Partendo dai suoi fondamenti e dai suoi primi passi, abbiamo dimostrato come il servizio pubblico è stato fortemente condizionato dai mutamenti economici, politici, culturali e sociali nel corso degli anni.

Nel Regno Unito, questo modello si è sviluppato con maggior rapidità rispetto agli altri paesi europei. Tutto ciò grazie a quei valori di base radicati nella società. In primis, come abbiamo descritto nel primo paragrafo, *la cultura e l'organizzazione sociale* sono due condizioni che hanno permesso al servizio pubblico di esercitare correttamente la sua funzione e di svilupparsi all'interno di quella società.<sup>68</sup> In secondo luogo, più nello specifico, nel Regno Unito, fin dalla nascita della stampa, la forte indipendenza dell'informazione dallo Stato, ha fatto sì che questo modello si sia inserito e sviluppato con facilità.

Il sistema radiotelevisivo inglese, come abbiamo visto, fonda i suoi presupposti nella concezione reithiana di servizio pubblico che è ancora oggi profondamente radicata nel modello stesso. Con l'avvento delle nuove tecnologie e l'insediamento dei servizi via cavo e digitali, negli ultimi due decenni, il settore ha subito una sorta di rivoluzione che ha determinato la ridefinizione del modello. La nuova missione, in particolare per la BBC, fu, come abbiamo visto nel secondo capitolo, quella sostanzialmente di produrre benefici per la società, garantendo una maggior informazione nel contesto internazionale e un flessibile adattamento ai cambiamenti tecnologici, puntando sulla nascita di nuovi servizi per le piattaforme digitali. Inoltre, con l'intento di rafforzare l'azienda come *modello di riferimento per le trasmissioni digitali*, la BBC ha realizzato servizi innovativi e di alta qualità

---

<sup>68</sup> Cfr. *Primo Capitolo: I fondamenti del servizio pubblico radiotelevisivo e il suo sviluppo in Europa*, pp. 5-7

rendendo il rapporto con il pubblico più interattivo e contribuendo nella diffusione della tecnologia digitale.<sup>69</sup>

Lo scopo di questo lavoro, sulla base di un'analisi storica del servizio pubblico e nello specifico della *British Broadcasting Corporation*, è stato quello di cercare di delineare delle considerazioni finali riguardo a come questi ultimi cambiamenti nel settore radiotelevisivo hanno particolarmente influenzato il nuovo modello di servizio pubblico. Inoltre, nel corso di queste pagine, è stato importante osservare come il Governo abbia risposto ai tanti cambiamenti della società nel corso degli anni e quali sono stati i numerosi approcci adottati e le ultime proposte per un adattamento più rapido ad un nuovo sistema radiotelevisivo.

Il concetto di servizio pubblico nel Regno Unito è mutato radicalmente con il passare degli anni. In primo luogo, i cambiamenti socio-economici e l'importante crescita dell'industria delle telecomunicazioni hanno portato oltre che ad un'iniziale crescita del consumo di beni, anche ad una frattura digitale (*digital divide*) tra chi può usufruire e chi non ha accesso ai nuovi servizi innovativi. Nel Regno Unito, il servizio pubblico radiotelevisivo si è evoluto adattandosi in particolar modo ai cambiamenti sociali ed economici che dal lancio di ITV nel 1955, fino ad arrivare alla messa in onda in digitale nel 1998, hanno modificato il concetto stesso, espandendolo al di là della teoria elaborata da John Reith.<sup>70</sup>

In quest'ultimo decennio quindi, i compiti del servizio pubblico sono cresciuti e con loro è cambiato anche il suo ruolo. La diversità culturale, l'importanza della dimensione democratica e il principio di cittadinanza, come descritto nel primo capitolo, non perdono la loro importanza, poichè resta fondamentale per i cittadini riconoscersi in un quadro comune di valori che garantisca un'effettiva comunicazione. Ed è appunto su questi capisaldi che si fondano le istituzioni sociali e

---

<sup>69</sup> Matthew Hibberd, 2006. *op. cit.*, p. 142

<sup>70</sup> Matthew Hibberd, 2006. *op. cit.*, p. 145

culturali fondamentali di un paese, di cui fa anche parte il servizio pubblico radiotelevisivo.

A questo proposito Hibberd sottolinea l'importanza del modello per la società ma anche come, in questi ultimi anni, il suo ruolo si sia indebolito: *"Spetta ancora a loro il compito di educare i cittadini e rappresentare le diversità e le minoranze, stimolando al contempo lo sviluppo dei valori democratici. Ma quali che siano le considerazioni sul suo valore complessivo e sulla sua attività, il servizio pubblico radiotelevisivo rimane in una condizione critica, nel Regno Unito come nel resto d'Europa"*.<sup>71</sup> In questi ultimi due decenni, infatti, la situazione è mutata radicalmente tanto che le emittenti di servizio pubblico sono tutt'oggi in perdita di ascolti rispetto ai settori privati che, oltre ad essere sempre in vantaggio nelle gare per l'acquisizione dei diritti, posseggono soprattutto una maggior disponibilità di spesa. Il costante calo degli ascolti di questi ultimi anni, infatti, potrà difficilmente essere arrestato in un futuro. Nel 2003, ad esempio, i canali terrestri raccoglievano complessivamente il 76% degli ascolti quando solo qualche anno prima, precedentemente all'espansione dell'offerta multicanale, le stesse emittenti avevano il 9 % degli ascolti in più.<sup>72</sup> Inoltre, la BBC e ITV che sono considerati tuttora i canali più popolari nel Regno Unito, hanno avuto un calo, dal 2007 al 2011, di circa il 2% la prima emittente, e più del 4% la seconda.<sup>73</sup>

Nel corso di queste pagine e nel descrivere i numerosi elementi che hanno influenzato il cambiamento del servizio pubblico, c'è da chiedersi, se questo sia oggi un modello ancora realizzabile. L'avvento delle nuove tecnologie e la diffusione di enti privati nel settore, come affermato in precedenza, ci portano alla conclusione che questo sistema non ha più la stessa influenza che aveva in passato. Inoltre, anche se il suo ruolo nel Regno Unito rimane fondamentale e radicato

---

<sup>71</sup> Matthew Hibberd, 2006. *op. cit.*, p. 147

<sup>72</sup> *Ibidem.*

<sup>73</sup> European Audiovisual Observatory, Council of Europe, 2013. *The Yearbook 2012: television, cinema, video and on-demand audiovisual services in 38 European States (18<sup>th</sup> edition)*, Vol. 1.

ormai nella società, è un modello che oggi è difficilmente realizzabile soprattutto nei paesi maggiormente sviluppati dove la popolazione predilige la scelta di un servizio multicanale a pagamento. Discorso leggermente diverso per i paesi in via di sviluppo che, non avendo grandi disponibilità economiche, per ricevere informazioni si affidano, oltre che alla rapidità di Internet, in particolare, alle emittenti di servizio pubblico.

Con lo stabilirsi quindi di un sistema formato principalmente da privati possiamo giungere alla conclusione che vi è stato un vero e proprio crollo del modello di servizio pubblico che, però, in tutti questi anni non ha fatto mai mancare la qualità nel fornire informazione. La BBC, in risposta a questa decadenza, si è impegnata al massimo per avviarsi verso una convergenza nei confronti del digitale, ed è riuscita pian piano a porsi all'avanguardia nello sfruttamento delle nuove tecnologie (ad esempio: Internet) rispetto agli altri paesi europei. In questi ultimi tre anni, l'azienda ha lavorato per conquistarsi un proprio posto nel pianeta digitale ma non perdendo mai di vista le sue funzioni politiche e sociali, le sue prerogative istituzionali di servizio pubblico.

In conclusione, il servizio pubblico nel Regno Unito, anche se tuttora è in forte declino, continua ad essere ancora oggi un'istituzione centrale per il paese, il *principale motore dell'innovazione nel Regno Unito*<sup>74</sup> e solo in pochi negano il suo ruolo importante nell'incoraggiare la comunicazione all'interno della società. E' un servizio che ha contribuito in modo sostanziale alla formazione della società britannica accompagnandola in importanti fasi della sua crescita sia sociale che economica e contribuendo al benessere generale offrendo una programmazione accessibile a tutti e di alta qualità. In un futuro, occorre appunto che il servizio pubblico riesca ad essere sempre più creativo, innovativo e dinamico non

---

<sup>74</sup> Matthew Hibberd, 2006. *op. cit.*, p. 152

dimenticando di tenere conto dei mutamenti della società. Non è più sufficiente "*Informare, Intrattenere, Educare*", occorre qualcosa di diverso.

# *Bibliografia*

Barca, Flavia. *Indies: Le società di produzione televisiva in Gran Bretagna*. Roma: Rai / Eri, 1998.

Bettetini, Gianfranco; Giaccardi, Chiara (a cura di). *Televisione culturale e servizio pubblico: Gli anni '90 in Francia, Germania, Gran Bretagna, Italia*. Roma: Rai / Eri, 1997.

British Broadcasting Corporation. *Building Public Value*. London, 2004.

D'Arma Alessandro. "Global media, business and politics: A comparative analysis of News Corporation's strategy in Italy and the UK" in *The International Communication Gazette*. Sage, 2011.

Department for Culture, Media and Sport. *Review of the BBC Royal Charter. A strong BBC, independent of government*. London, 2005.

Department for Culture, Media and Sport. "A New Future for Communications" in *Communications White Paper 2000*. London, 2000.

European Audiovisual Observatory, Council of Europe. *The yearbook 2012: television, cinema, video and on-demand audiovisual services in 38 European States (18th Edition); Vol. 1*. Council of Europe, 2013.

Gorman, Lyn; McLean, David. *Media and society into the 21st Century. A Historical Introduction*. Oxford Wiley-Blackwell, 2009.

Hibberd, Matthew. *Il grande viaggio della BBC. Storia del servizio pubblico britannico dagli anni Venti all'era digitale*. Roma: Rai/ Eri, 2005.

Iosifidis, Petros. *Public Television in the Digital Era: Technological Challenges and New Strategies for Europe*. Palgrave Macmillan, 2007.

Mazzone, Giacomo ( a cura di). *Il futuro del servizio pubblico: il nuovo Royal Charter della BBC 2007-2016*. Roma: Crown Copyright, 2006.

Raboy, Marc. *Public Broadcasting for the 21st Century*. University of Luton Press, 1996.

## *Ringraziamenti*

Desidero innanzitutto ringraziare il Professor Francesco Chiarenza, relatore di questa tesi, per i preziosi insegnamenti, la grande disponibilità dimostratemi e per l'aiuto fornito durante la stesura.

Un sentito ringraziamento ai miei genitori per avermi spronato a dare sempre il massimo. Grazie per il costante sostegno morale ed economico che mi ha permesso di raggiungere questo importante traguardo.

Desidero inoltre ringraziare la Biblioteca della Rai per il numeroso materiale fornitemi e la London School of Journalism per avermi dato l'occasione di visitare gli studi della BBC.

Inoltre, vorrei esprimere la mia sincera gratitudine a tutti i miei compagni di studi, in particolare alle amiche Giulia, Roberta, Francesca e Paola per i numerosi consigli, il sostegno reciproco ed il costante supporto durante questi tre anni di corso trascorsi insieme.

Rivolgo i miei ultimi ringraziamenti a Mariachiara, Niccolò, Francesca e Giulia per avermi incoraggiato, anche a distanza, durante la stesura di questa tesi e specialmente a Gian Marco, per aver sempre creduto in me e per essermi stato vicino in ogni momento durante questo mio percorso universitario.