



International broadcasting, la guerra nell'etere. Voice of America e BBC World Service

Simona Tobia

► **To cite this version:**

Simona Tobia. International broadcasting, la guerra nell'etere. Voice of America e BBC World Service. Problemi dell'informazione, Società Editrice il Mulino, 2008. hal-02552580

HAL Id: hal-02552580

<https://hal-univ-pau.archives-ouvertes.fr/hal-02552580>

Submitted on 23 Apr 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

International Broadcasting: la guerra nell'etere

Voice of America e Bbc World Service

di *Simona Tobia*

«The news may be good or bad, but we shall tell you the truth».¹ Così nella prima trasmissione di Voice of America, nel lontano 24 febbraio 1942, l'annunciatore William Harlan Hale chiarì lo scopo della nuova emittente: raccontare la verità a tutti coloro che non avevano accesso a mezzi d'informazione liberi. L'America, che solo occasionalmente aveva tradito il suo isolazionismo, fu l'ultima a dotarsi di un servizio radiofonico internazionale e lo fece solo dopo l'attacco di Pearl Harbor. L'esperienza degli altri paesi aveva mostrato che la propaganda radiofonica poteva rivelarsi uno strumento molto utile, infatti Germania, Italia, Unione Sovietica e addirittura il Vaticano avevano iniziato a trasmettere programmi diretti all'estero già all'inizio degli anni Trenta. Dieci anni prima di Voa, il 19 dicembre 1932, la Bbc mandò in onda la prima trasmissione di quello che allora si chiamava Empire Service e, riconoscendo l'importanza della radio nella vita sociale e politica della comunità, l'allora direttore J.C.W. Reith dichiarò: «The Service as a whole is dedicated to the best interests of mankind».²

¹ Robert William Pirsein, *The Voice of America. An History of the International Broadcasting Activities of the United States Government 1940-1962*, New York, Arno Press, 1979, p. 58.

² Gerald Mansell, *Let the Truth be Told. 50 Years of BBC External Broadcasting*, London, Weidenfeld and Nicolson, 1982.

Si può senz'altro affermare che alla base del grande sviluppo di ciò che oggi viene chiamato *international broadcasting*, o radiofonia internazionale, vi furono due grandi conflitti che sconvolsero il mondo: la seconda guerra mondiale e poi la guerra fredda. La radio era infatti spesso l'unico mezzo di comunicazione con cui si poteva tentare di parlare alle popolazioni che vivevano oltre le linee nemiche, oppure oltre la cortina di ferro. E fu proprio alla fine della guerra fredda che molte ore di trasmissione in lingua straniera furono tagliate, sia da Voa che dalla Bbc.

Un'efficace definizione di *international broadcasting* è quella di Monroe E. Price: «International broadcasting is the elegant term for a complex combination of State-sponsored news, information, and entertainment directed at a population outside the sponsoring State's boundaries. It is the use of electronic media by one society to shape the opinion of the people and leaders of another. [...] The Voice of America, Deutsche Welle and the Bbc World Service are the best-known exemplars».³ Nonostante spesso si dibatta sul fatto che la Cnn, o Al Jazeera siano strumenti di propaganda e non mezzi di libera informazione, non fanno parte dell'*international broadcasting* perché non sono ufficialmente sponsorizzate né finanziate dallo stato. È soltanto da pochi anni, comunque, che si è tentato di dare una definizione a questo tema, soprattutto con il rinnovato interesse dei governi occidentali per i mezzi di comunicazione internazionali avvenuto dopo l'11 settembre 2001. Durante la guerra fredda era sembrato naturale investire parte del denaro pubblico in questo tipo di programmi, ma negli anni Novanta non lo era più di certo. L'attentato alle torri gemelle però cambiò ogni prospettiva.

Gli uffici di Voa a New York City si trovavano al trentesimo piano di un palazzo federale a solo otto isolati dal World Trade Center, in Federal Plaza. L'11 settembre, subito dopo il crollo delle Twin Towers, il palazzo dovette essere evacuato, mentre l'intero Finan-

*Che cos'è
l'International
Broadcasting*

³ Monroe E. Price, *Public Diplomacy and Transformation of International Broadcasting*, in «Comparative Media Law Journal», 1, gennaio-giugno 2003, pp. 72-73.

cial District fu completamente chiuso, e tutto lo staff di Voa New York venne trasferito negli uffici presso il palazzo delle Nazioni Unite, lungo l'East River.

Quando il terzo aereo si schiantò al Pentagono, tutti gli aeroporti furono chiusi e le strutture federali evacuate, fatta eccezione per il quartier generale di Voa a Washington, dove le attività fervevano. I programmi in lingua araba e farsi furono subito ampliati notevolmente, e la settimana seguente vennero rafforzate anche le trasmissioni nelle lingue dari e pashto parlate in Afghanistan, e urdu, parlata in Pakistan. Mentre Voa Tv e Worldnet Tv trasmettevano a reti unificate, gli stessi programmi si potevano vedere anche dal sito internet, il quale l'11 settembre vide triplicare i suoi contatti, passando da 320 mila a poco più di un milione in quel giorno. Il sito di Voa in lingua araba, che solitamente riceveva tra i 50 e gli 80 contatti al giorno, nella settimana successiva all'attentato vide raddoppiare questi numeri.⁴

Negli anni Novanta in molti si erano chiesti perché Voa fosse ancora necessaria dato che la guerra fredda era finita. L'11 settembre fornì una chiara risposta.

Mentre il 7 ottobre iniziavano i bombardamenti in Afghanistan, al Congresso americano si parlava seriamente di dare nuova vita a un servizio radiofonico in quelle zone, già esistito dieci anni prima e finanziato dal governo: Radio Free Afghanistan. Il Congresso destinò 19,2 milioni di dollari, parte dei fondi del Dipartimento della Difesa, per cominciare a ripristinare il servizio. Inizialmente posta nel network di Radio Free Europe/Radio Liberty (Rfe/RI), Radio Free Afghanistan venne inaugurata il 30 gennaio 2002 e più tardi fu incorporata nei dipartimenti dari e pashto di Voa, che trasmettono in quella regione.

Quasi contemporaneamente, all'inizio del 2002, il Congresso stanziò 34,6 milioni di dollari⁵ per la costituzione di una nuova emittente radiofonica che trasmettesse soltanto in arabo e diretta a tutto il Medio Oriente: Middle East Radio Network, o più

⁴ Alan L. Heil Jr., *Voice of America. A History*, New York, Columbia University Press, 2003, p. 409.

⁵ Alan L. Heil Jr., *Voice of America. A History*, cit., p. 419.

semplicemente Mern. La nuova rete entrò in funzione il 23 marzo 2002, rimpiazzando il vecchio servizio in arabo di Voa, che ormai era ascoltato soltanto dall'1 o 2% della popolazione adulta, e terminò i suoi programmi il 20 aprile del 2002. La nuova radio venne lanciata con il nome di Radio Sawa, che in arabo significa «insieme». I contenuti sono appositamente studiati per la regione e rivolti soprattutto alle fasce più giovani della popolazione, affiancando programmi musicali alle notizie. Secondo i rapporti del Broadcasting Board of Governors, l'ente che gestisce le emittenti finanziate dal governo americano, nel 2003 Radio Sawa è diventata la più ascoltata in Iraq⁶ e ha iniziato a proporre trasmissioni più incentrate sulle notizie e sui programmi di attualità, soprattutto sulla ricostruzione del paese e sui fatti politici e sociali. Il formato combina dunque l'informazione a un misto di musica occidentale e araba, ed è studiato per attirare un pubblico di giovani sotto i trent'anni, per lo più delle fasce sociali medio alte: la generazione dei futuri leader.

Dal febbraio 2004 il Mern si è trasformato in Middle East Broadcasting Network, indicato con l'acronimo Mbn, il quale gestisce Radio Sawa e Alhurra Television, l'emittente satellitare che ha iniziato a trasmettere il 14 febbraio 2004. Alhurra in arabo significa «la libera», infatti i contenuti dei suoi talk show e dei programmi di approfondimento su fatti di attualità ruotano soprattutto intorno a temi quali la libertà, la democrazia e i diritti civili. A questi si affiancano programmi di intrattenimento e informativi su questioni che vanno dalla salute, alla tecnologia, alla moda. Nell'aprile del 2004 è stato lanciato un secondo canale studiato specificatamente per l'Iraq, Alhurra Iraq appunto, che si concentra sugli sviluppi della situazione politica e sui temi più di attualità in quel paese. Secondo gli studi del Broadcasting Board of Governors, Radio Sawa e Alhurra Tv raggiungono un'audience di circa 35 milioni di adulti e il 73% degli ascoltatori ritiene le due emittenti la più equilibrata fonte di informazioni nella regione.⁷ Sembra dunque

⁶ Broadcasting Board of Governors, Annual Report 2003, p. 14.

⁷ Broadcasting Board of Governors, Annual Report 2005, p. 18.

che si stia raggiungendo l'obiettivo, ma analizzando i dati si nota che non si sta puntando su una grande espansione della rete del Mbn: nel 2004 Alhurra Tv aveva uno staff di 167 persone e un budget di 80,5 milioni di dollari per quell'anno fiscale, oltre ai 30 impiegati e gli 8,2 milioni di budget di Radio Sawa.⁸ Per il 2006 il dato parziale non è disponibile, ma si può notare comunque un lieve incremento nello staff, ma un discreto taglio ai fondi: il Mbn che comprende sia la radio che la tv, impiega 260 persone e ha un budget di 79,5 milioni di dollari.⁹

Esiste inoltre un progetto esterno al Mbn diretto al Medio Oriente: si tratta di Radio Farda (che si può tradurre come «radio domani»), un'emittente gestita contestualmente da Voa e da Rfe/RL, che ha iniziato le sue trasmissioni in Iran il 19 dicembre del 2002. Nata con lo scopo di completare il servizio persiano di Voa, Radio Farda trasmette notiziari affiancati da programmi di musica sia locale che occidentale.¹⁰ Di conseguenza è importante notare come tutte le emittenti dirette al Medio Oriente si rivolgano soprattutto alla fascia più giovane della popolazione, quella che va dai 15 ai 39 anni, cosa che non accade nel caso delle trasmissioni dirette ai paesi asiatici, più concentrate sugli approfondimenti dei fatti interni ai singoli paesi.¹¹

Il Medio Oriente e il mondo islamico sono considerati il *target* più importante anche da Bbc World Service. Dal 2005 è infatti in atto una ristrutturazione radicale del servizio britannico, che ha deciso di chiudere nello stesso anno le trasmissioni radiofoniche in 10 delle 43 lingue originarie, principalmente scelte tra quelle dirette ai paesi dell'est europeo. Si trattava di un retaggio della guerra fredda del quale Voa si era liberata da tempo per combattere un nuovo conflitto, quello contro il terrorismo. Lo scopo dei tagli era infatti quello di poter destinare fondi e risorse al-

⁸ Broadcasting Board of Governors, Annual Report 2004, pp. 13-15.

⁹ Broadcasting Board of Governors, Annual Report 2006, p. 20. Gli Annual Reports vengono pubblicati nei primi mesi dell'anno successivo, pertanto non sono al momento disponibili dati sul 2007.

¹⁰ Broadcasting Board of Governors, Annual Report 2005, p. 26.

¹¹ Cfr. Broadcasting Board of Governors, Annual Reports 1997-2005.

l'apertura di un servizio televisivo in arabo di cui il lancio è previsto per la fine del 2007, anche se non è ancora disponibile una data precisa.¹² Si tratta della ristrutturazione più ampia nella storia dell'emittente internazionale, per la quale sono stati stanziati 30 milioni di sterline, e che indica il lancio del canale in lingua araba tra le più importanti priorità per il biennio 2006-2008. Inizialmente le trasmissioni saranno di 12 ore al giorno e saranno disponibili gratuitamente via satellite e via cavo. I contenuti si concentreranno, oltre che sulle notizie e sui programmi di approfondimento e analisi della realtà internazionale, anche su temi di cultura generale, con magazine e documentari. Si tratta di una scelta obbligata se si considera che i giovani compongono il 65% della popolazione di quelle zone.¹³ Ma non basta: alla fine del 2006 è stato annunciato anche il lancio di un secondo canale in lingua straniera, il farsi (persiano) per l'Iran, che dovrebbe avvenire nel 2008 e sarà complementare alla radio che già trasmette nella stessa lingua. Si inizierà con 8 ore al giorno, dalle 17.00 all'una di notte, cioè le ore in cui si registra la maggior audience televisiva in Iran.¹⁴ La tendenza a concentrarsi sulle aree più calde del pianeta, e a sferrare un severo attacco mediatico al terrorismo, è dunque chiara anche nel caso di Bbc, che per la prima volta ha deciso di affiancare la televisione in lingua straniera a Bbc World e Bbc Prime, i due canali internazionali in inglese, che non fanno parte del World Service.

L'ingresso di Voa nel mondo della televisione è avvenuto invece nel 1994, con un programma in lingua cinese dal titolo «China Forum TV», e trasmesso via satellite in Cina.

Un canale televisivo controllato dall'Usia¹⁵ esisteva in realtà già dai primi anni Ottanta. Si trattava di Worldnet Television, voluta e ideata dall'allora direttore dell'Usia Charles Z. Wick, una rete soggetta allo stretto controllo dei funzionari dell'agenzia, i quali

¹² Bbc World Service Annual Review 2005/2006, International Governor's Introduction.

¹³ Bbc World Service Annual Review 2005/2006, Priorities for 2006-2008.

¹⁴ World Service Press Releases, *Bbc World Service to launch Farsi Tr for Iran*, 10 ottobre 2006.

¹⁵ United States Information Agency.

premevano perché il suo compito primario fosse quello di descrivere le politiche statunitensi. All'inizio degli anni Novanta si era registrata l'esigenza di Voa di diventare anche una rete televisiva, dal momento che nei paesi in cui operava si trovava a competere con mezzi di informazione sempre più spesso orientati al video. La fusione con Worldnet Tv sembrava quasi un passo obbligato, ma fu meno semplice del previsto. Lo staff di Voa, da un lato, era abituato a lavorare seguendo le regole della *Voa Charter*, che andavano nella direzione di un giornalismo indipendente e libero da influenze esterne¹⁶, mentre quello di Worldnet era orientato al sostegno della politica estera americana e soprattutto a seguire gli obiettivi diplomatici specificati nei «Country plans» dell'Usia. Nell'estate del 1990 il suo direttore Bruce Gelb e quello di Voa Richard W. Carlson concordarono l'ingresso di Worldnet Tv nel «Bureau of Broadcasting» dell'agenzia, incorporando di fatto la televisione nella rete di Voa. Tra la fine del 1993 e l'inizio del 1994 le due emittenti iniziarono a collaborare alla produzione dei programmi televisivi diretti alla Cina. Negli anni successivi le trasmissioni in cinese furono ampliate e a queste se ne aggiunsero altre dirette a Bosnia e Serbia e, in un secondo momento altre ancora nelle lingue farsi, araba, spagnola e russa. Nell'ottobre del 1996, appena prima delle elezioni presidenziali, fu costruito il primo vero e proprio studio televisivo nella sede di Independence Avenue di Voa, che oggi funziona a pieno ritmo ed è dedicato a John Chancellor, direttore dell'emittente dall'agosto

¹⁶ Broadcasting Board of Governors, Annual Report 2003, p. 5. La *VOA Charter* (Public Law 94-350) è il codice deontologico di VOA. Dapprima semplice direttiva, diventò una legge alla firma del presidente Gerald R. Ford il 12 luglio 1976, appoggiata dal senatore repubblicano Charles H. Percy (Illinois) e dal deputato democratico Bella S. Abzug (New York). Di seguito l'elenco dei principi secondo cui VOA opera, come citati nel testo di legge: «1. VOA will serve as a consistently reliable and authoritative source of news. VOA news will be accurate objective and comprehensive. 2. VOA will represent America, not any single segment of American society, and will therefore present a balanced and comprehensive projection of significant American thought and institutions. 3. VOA will present the policies of the United States clearly and effectively, and will also present responsible discussions and opinions on these policies». Per un più completo resoconto degli avvenimenti che condussero alla trasformazione della *Charter* in legge si veda Alan L. Heil Jr., *Voices of America. A History*, cit., pp. 174-177.

1965 al giugno 1967.¹⁷ Worldnet Tv è stata definitivamente conglobata nella rete multimediale di Voa il 16 maggio del 2004, diventando di fatto Voa Television.

Anche fra Londra e Washington è dunque in corso un conflitto, combattuto però con le armi mediatiche di Voa e Bbc World Service, le emittenti internazionali dei due paesi. Non è che un'altra battaglia della lotta al terrorismo e del conflitto nell'etere fra Stati Uniti e Gran Bretagna, che dalla seconda guerra mondiale si contendono i cuori e le menti di milioni di ascoltatori nelle aree più calde del pianeta. Bbc World Service ha sempre privilegiato la radio come mezzo d'informazione, con trasmissioni in 33 lingue dirette soprattutto a Medio Oriente, Africa, Asia e America latina. Almeno fino al lancio dei canali in arabo e farsi, le sue televisioni in inglese non entrano in concorrenza diretta con l'informazione locale, come fa invece Voa. Vero e proprio impero mediatico fatto di radio, televisioni e di un sito web che conta 3 milioni di visitatori al mese, Voice dal suo quartier generale a Washington, trasmette in 45 lingue verso le stesse «aree calde» che interessano la Bbc. Vi lavora uno staff di ben 1.173 impiegati,¹⁸ che da Washington seguono tutti i maggiori accadimenti 24 ore su 24, coadiuvati da circa 40 corrispondenti e da un centinaio di reporter freelance dislocati nei centri nevralgici della politica internazionale. Con modalità diverse, sia la rete americana che quella britannica sono gestite dai rispettivi governi, con la missione di garantire il diritto d'informazione nei paesi dove i media non sono liberi né democratici. A pagare tutto ciò sono i contribuenti, con finanziamenti per l'anno in corso rispettivamente di 680 milioni di dollari¹⁹ e 240 milioni di sterline (475 milioni di dollari).²⁰ Il lancio del canale della Bbc in arabo sembra quasi l'ultima battaglia di una guerra che va avanti da 60 anni, ma

*Il conflitto
mediatico
tra Londra
e Washington*

¹⁷ Alan L. Heil Jr., *Voice of America. A History*, cit., pp. 342-347.

¹⁸ Broadcasting Board of Governors, Annual Report 2006, p. 6.

¹⁹ Broadcasting Board of Governors, Fiscal Year 2008 Budget Request.

²⁰ Bbc World Service Annual Review 2006/2007, A year in brief.

sembra ne valga la pena, dato che Voice conta 150 milioni di ascoltatori l'anno,²¹ e non è mai riuscita a superare la Bbc, che nel 2006 ha raggiunto un'audience di 183 milioni di persone, 20 milioni più dell'anno precedente.²²

Se la ristrutturazione di Bbc World Service è iniziata solo due anni fa, il processo destinato a trasformare Voa in un network internazionale e multimediale ha avuto origine negli anni Novanta e si è completato anche con la costruzione del sito internet www.voanews.com, lanciato il 1° novembre del 2000, in tempo per la controversa elezione presidenziale di George W. Bush. Nel periodo successivo alla sua inaugurazione, il sito registrò circa 3 milioni di visitatori al mese, con un tempo di permanenza medio sulle proprie pagine di 13 minuti, dato che indica un interesse piuttosto elevato per i contenuti.²³

Le trasmissioni radiofoniche vengono oggi prodotte in 45 lingue diverse e sono diffuse in tutto il mondo, con 1.370,4 ore di programmi settimanali, mentre quelle televisive coprono 23 lingue, con circa 50 ore di trasmissione settimanali.²⁴

Nella tabella (a fianco) sono indicate le 45 lingue in cui Voa trasmette oggi, suddivise per area geografica così come riportato sull'ultimo rapporto annuale pubblicato dal Broadcasting Board of Governors.²⁵ Le trasmissioni televisive vengono però prodotte soltanto per 25 delle lingue elencate.²⁶ Voa non è l'unica emittente del governo statunitense a trasmettere in molte di queste lingue; in America Latina infatti essa si sovrappone a Tv e Radio Martí, indirizzata a Cuba, in quasi tutto l'Estremo Oriente trasmette anche Radio Free Asia (Rfa), eccezion fatta per la lingua Thai, mentre nelle aree dell'Asia centrale, dell'ex Unione Sovietica e dell'est europeo si sovrappone a Rfe/Rl.

²¹ Broadcasting Board of Governors, Annual Report 2006, p. 1.

²² Bbc World Service Annual Review 2006/2007, A year in brief.

²³ Alan L. Heil Jr., *Voice of America. A History*, cit., pp. 347-348.

²⁴ Broadcasting Board of Governors, Annual Report 2006, p. 6.

²⁵ Broadcasting Board of Governors, Annual Report 2006.

²⁶ Albanese, armeno, azero, bangla, bosniaco, cantonese, croato, dari, inglese, francese, greco, hindi, indonesiano, macedone, mandarino, pashto, persiano (farsi), russo, serbo, spagnolo, tibetano, turco, ucraino, urdu e uzbeko.

LE 45 LINGUE DI VOICE OF AMERICA							
MONDO	AMERICA LATINA	AFRICA	CENTRO ED EST EUROPA	MEDIO ORIENTE E NORD AFRICA	EURASIA	ASIA SUD	ASIA EST
Inglese	Creolo	Afan Oromo ²⁷	Albanese	Curdo	Armeno	Bengali (bengalese) ²⁸	Birmano ²⁹
Special English	Spagnolo	Amarico ³⁰	Bosniaco	Turco	Azero	Dari ³¹	Cantonese
		Inglese	Croato		Georgiano	Hindi ³²	Indonesiano
		Francese	Greco		Russo	Pashto ³³	Khmer ³⁴
		Hausa ³⁵	Macedone		Ucraino	Persiano ³⁶	Coreano
		Kin-yarwanda ³⁷	Serbo		Uzbeco	Urdu ³⁸	Laotiano
		Kirundi ³⁹					Mandarino
		Ndebele ⁴⁰					Thai
		Portoghese					Tibetano
		Shona ⁴¹					Vietnamita
		Swali ⁴²					
		Tigrigna ⁴³					
		Somalo					

²⁷ Lingua parlata in Kenya e in Etiopia.

²⁸ Utilizzato in Bangladesh e in India, con circa 270 milioni di parlanti è una delle lingue più diffuse al mondo.

²⁹ Il birmano, lingua ufficiale di Myanmar (ex Birmania), è diffuso anche in Thailandia, Bangladesh, Malesia e Laos.

³⁰ Lingua ufficiale in Etiopia, l'amarico è parlato anche in Egitto e Israele.

³¹ Dari è il nome della variante della lingua persiana (farsi) parlata in Afghanistan, dove è l'idioma ufficiale.

³² Lingua ufficiale in India, l'hindi conta 480 milioni di parlanti nativi.

³³ Lingua ufficiale in Afghanistan insieme al Dari, è utilizzata dalla popolazione Pashtun ed è diffusa anche nelle province occidentali del Pakistan e nell'India settentrionale.

³⁴ Lingua ufficiale in Cambogia, il khmer è diffuso anche in Vietnam, Thailandia e Cina.

³⁵ Lingua ufficiale nel nord della Nigeria e nazionale nel Niger, è parlata anche in Benin, Burkina Faso, Camerun, Ghana e Togo e conta 24 milioni di parlanti.

³⁶ Per lingua persiana s'intende generalmente la lingua farsi parlata soprattutto in Iran.

³⁷ Lingua principale del Ruanda.

³⁸ L'urdu è lingua nazionale in Pakistan e in India.

³⁹ Parlato principalmente in Burundi, il kirundi è diffuso anche in Tanzania, Congo e Uganda.

⁴⁰ Idioma parlato dall'etnia Matabele dello Zimbabwe.

⁴¹ Principalmente utilizzato in Zimbabwe e Mozambico, lo shona è diffuso anche in Zambia e Botswana.

⁴² Diffuso nell'Africa orientale, lo swali è parlato da circa 50 milioni di persone.

⁴³ Parlato in Eritrea, ha anche status di lingua ufficiale nella regione Tigray in Etiopia.

Dai dati diffusi dalla stessa Voa risulta che il numero totale dei suoi ascoltatori sia di circa 155 milioni di persone a settimana, considerando coloro che vi accedono da internet, dalla televisione o, come accade nelle aree più remote, soltanto dalla radio.⁴⁴

Il budget approvato dal Congresso per l'anno fiscale 2008 è di 166 milioni di dollari, che comprendono sia i fondi destinati alla radio che quelli per la rete televisiva. Dopo i fatti dell'11 settembre 2001 e il successivo inasprimento della situazione internazionale, il budget destinato dal Congresso all'emittente è aumentato in maniera considerevole, passando da 107 milioni di dollari nel 2000,⁴⁵ a 112,7 milioni nel 2001⁴⁶ e saltando a 147,6 milioni nel 2002,⁴⁷ fino a raggiungere il tetto di 166,6 milioni nell'anno fiscale 2006.⁴⁸

Voa e gli altri network internazionali del governo Usa hanno raggiunto l'indipendenza, dopo mezzo secolo di lotte, tre mesi prima del nuovo millennio attraverso il Broadcasting Board of Governors (Bbg), che oggi è l'ente responsabile di tutte le reti televisive e radiofoniche internazionali non militari, sia di quelle federali come Voa e le emittenti dell'Office of Cuba Broadcasting (Radio e Tv Martì), sia delle reti private non-profit che sono finanziate dal governo statunitense appunto attraverso il Bbg, quali Rfe/RI, Rfa e il Mbn mediorientale.⁴⁹

All'inizio degli anni Novanta furono molte le voci che si sollevarono contro quello che ritenevano essere uno spreco di denaro pubblico dal momento che la guerra fredda era finita. Nel 1993 qualcuno nello staff del neoletto Bill Clinton arrivò a proporre la chiusura di Rfe/RI, causando un'ondata di polemiche a livello internazionale. Gli eventi dei mesi successivi avrebbero segnato il futuro di tutte le emittenti che trasmettevano all'estero: il 30 aprile 1994 Clinton siglò lo United States International Broad-

⁴⁴ Broadcasting Board of Governors, Annual Report 2006, p. 1.

⁴⁵ Broadcasting Board of Governors, Annual Report 2000, p. 7.

⁴⁶ Broadcasting Board of Governors, Annual Report 2001, p. 4.

⁴⁷ Broadcasting Board of Governors, Annual Report 2002, p. 4.

⁴⁸ Broadcasting Board of Governors, Annual Report 2006, p. 6.

⁴⁹ Ivi, p. 1.

casting Act (Public Law 103-236),⁵⁰ con il quale si decretava la nascita del Broadcasting Board of Governors, che avrebbe tenuto la sua prima riunione organizzativa il 6 settembre 1995. La legge poneva il nuovo ente nella sfera di competenze dell'Usia, con la funzione di supervisionare Voa, l'Office of Cuba Broadcasting, Worldnet Tv e Rfe/RI. Nasceva altresì l'International Broadcasting Bureau (Ibb), anche questo dipendente dal Bbg, al quale era affidata la responsabilità delle questioni tecniche, ingegneristiche e logistiche per le stesse emittenti.

Lo stesso International Broadcasting Act decretava anche la nascita di Rfa, ponendo anche questa all'interno del Bbg. La questione sulla necessità di emittenti internazionali dopo la fine della guerra fredda era già stata sollevata dall'amministrazione di George H.W. Bush, che tra il 1991 e il 1992 aveva creato una task force presidenziale sullo «U.S. Government International Broadcasting» e una commissione sul «Broadcasting to the People's Republic of China», la quale si occupò anche delle trasmissioni in coreano, birmano, khmer, vietnamita, tibetano e laotiano, ossia dirette ai paesi dell'est ancora governati da regimi comunisti o militari. Il risultato dei lavori di queste commissioni determinò la necessità della creazione di un'altra emittente specifica per quelle zone, nonostante fossero già coperte da Voa, e da tutto questo scaturì Rfa.⁵¹ Si tratta di un'organizzazione non-profit che oggi trasmette quotidianamente in nove lingue asiatiche,⁵² per un totale di 252 ore settimanali. I suoi programmi si concentrano soprattutto su notiziari e approfondimenti su temi che hanno una rilevanza specifica per i paesi ai quali l'emittente si rivolge. Nel corso degli anni il budget di Rfa non ha subito grosse variazioni, ma ha seguito un lento quanto costante incremento e nel 2006 ha raggiunto i 30,4 milioni di dollari.⁵³

⁵⁰ Alan L. Heil Jr., *Voice of America. A History*, cit., pp. 353-354.

⁵¹ Alan L. Heil Jr., *Voice of America. A History*, cit., pp. 351-352.

⁵² Mandarino, cantonese, uyghur (lingua parlata nella contea di Xinjiang, in Cina) tre dialetti tibetani, birmano, vietnamita, coreano, laotiano e khmer.

⁵³ Si vedano gli Annual Report pubblicati dal Broadcasting Board of Governors dal 1997 al 2006, nelle apposite sezioni dedicate a RFA.

La creazione del Bbg fu certo un importante passo verso l'indipendenza, ma tra il 1994 e il 1996 la preoccupazione principale del Congresso era volta al risparmio e l'intero apparato di emittenti internazionali si vide ridurre il budget da 487 a 350 milioni di dollari, il che comportò anche un'importante riduzione delle risorse umane.⁵⁴ Fu l'amministrazione Clinton a sottolineare per prima la necessità di una riorganizzazione dell'intero sistema delle agenzie che si occupavano di affari esteri. Dall'aprile del 1997 si iniziò a pensare a un piano di riorganizzazione incentrato soprattutto sul trasferimento delle competenze dell'Usia e della Arms Control and Disarmament Agency (Acda) all'interno del Dipartimento di Stato, ma questo progetto non specificava nulla circa il futuro dei network internazionali. I lavori proseguirono piuttosto lentamente e si arrivò all'elaborazione di una legge solo dopo oltre un anno.⁵⁵ Alla fine del 1998 il presidente Bill Clinton siglò il Foreign Affairs Reform and Restructuring Act (Public Law 105-277),⁵⁶ il quale ridistribuiva alcune competenze in fatto di affari esteri. L'Usia fu abolita e di conseguenza le sue funzioni e il suo personale furono trasferiti al Dipartimento di Stato,⁵⁷ con decorrenza dall'1 ottobre 1999, fatta eccezione per tutto ciò che riguardava le trasmissioni radiofoniche e televisive internazionali. La stessa legge dava infatti al Broadcasting Board of Governors piena indipendenza dal Dipartimento di Stato, affidandogli la responsabilità di tutti i network internazionali presenti e futuri finanziati con il denaro pubblico, dall'1 ottobre 1999, e trasferendo sotto le sue competenze fondi, strutture e personale che erano stati dell'Usia:

SEC. 326. TRANSFER OF BROADCASTING RELATED FUNDS,
PROPERTY, AND PERSONNEL.

⁵⁴ Ivi, p. 359.

⁵⁵ Cfr. Ivi, cap. 17 «The Struggle to Get It Straight. Independence at the New Millennium». Il capitolo contiene un resoconto dettagliato degli eventi che portarono al raggiungimento dell'indipendenza del BBC alla fine del 1999.

⁵⁶ Foreign Affairs Reform and Restructuring Act, 105th Congress, 2nd Session, Title III United States Information Agency, Chapter 3 International Broadcasting.

⁵⁷ Per quanto riguarda l'ACDA il Foreign Affairs Reform and Restructuring Act non ne decretò l'abolizione, ma la subordinò al Dipartimento di Stato.

(a) Transfer and Allocation of Property and Appropriations.-

(1) In General.- The assets, liabilities (including contingent liabilities arising from suits continued with a substitution or addition of parties under section 327 (d)), contracts, property, records, and unexpended balance of appropriations, authorizations, allocations, and other funds employed, held, used, arising from, available to, or to be made available in connection with the functions and offices of USIA transferred to the Broadcasting Board of Governors by this chapter shall be transferred to the Broadcasting Board of Governors for appropriate allocation.

(2) Additional transfers.- In addition to the transfers made under paragraph (1), there shall be transferred to the Chairman of the Broadcasting Board of Governors the assets, contracts, property, records, and unexpended balance of appropriations, authorizations, allocations, and other funds, as determined by the Secretary, in concurrence with the Broadcasting Board of Governors, to support the functions transferred by this chapter.

(b) Transfer of Personnel.- Notwithstanding any other provision of law-

(1) Except as provided in subsection (c), all personnel and positions of USIA employed or maintained to carry about the functions transferred by this chapter to the Broadcasting Board of Governors shall be transferred to the Broadcasting Board of Governors at the same grade or class and the same rate of basic pay or basic salary rate and with the same tenure held immediately preceding transfer; and

(2) the personnel and positions of USIA, as determined by the Secretary of State, with the concurrence of the Broadcasting Board of Governors and the Director of USIA, to support the functions transferred by this chapter shall be transferred to the Broadcasting Board of Governors, including the International Broadcasting Bureau, at the same grade or class and the same rate of basic pay or basic salary rate and with the same tenure held immediately preceding transfer.

(c) Transfer and allocation of Property, Appropriations, and Personnel Associated With Worldnet.- USIA personnel responsible for carrying out interactive dialogs with foreign media and other similar overseas public diplomacy programs using the Worldnet Television broadcasting system, and funds associated with such personnel, shall be transferred to the Department of State in accordance with the provisions of title VI of this division.⁵⁸

La promozione del diritto alla libertà di opinione e di espressione e il diritto di tutti i popoli di accedere liberamente all'informazione rimanevano dunque un interesse primario degli Stati Uniti, sancito anche nel testo di legge:

SEC. 321. CONGRESSIONAL FINDINGS AND DECLARATION OF PURPOSE

Congress finds that:

- (1) it is the policy of the United States to promote the right of freedom of opinion and expression, including the freedom 'to seek, receive and impart information and ideas through any media and regardless of frontiers', in accordance with Article 19 of the Universal Declaration of Human Rights;
- (2) open communication of information and ideas among the peoples of the world contributes to international peace and stability, and the promotion of such communication is in the interest of the United States;
- (3) it is in the interest of the United States to support broadcasting to other nations consistent with the requirements of this chapter and the United States International Broadcasting Act of 1994; and
- (4) international broadcasting is, and should remain, an essential instrument of United States foreign policy.

SEC. 322. CONTINUED EXISTENCE OF BROADCASTING BOARD OF GOVERNORS

⁵⁸ Foreign Affairs Reform and Restructuring Act, *cit.*, Sec. 326

Section 304 (a) of the United States International Broadcasting Act of 1994 (22 U.S.C. 6203 (a)) is amended to read as follows:

“(a) Continued existence within executive branch. -

“(1) In General. – The Broadcasting Board of Governors shall continue to exist within the executive branch of Government as an entity described in section 104 of title 5, United States Code.”⁵⁹

La stessa legge sancisce anche l'indipendenza professionale degli operatori dei network dal Dipartimento di Stato, come ad allargare la Voa Charter a tutte le emittenti controllate dal Bbg:

(d) Professional Independence of Broadcasters. – The Secretary of State and the Board, in carrying out their functions, shall respect the professional independence and integrity of the International Broadcasting Bureau, its broadcasting services, and the grantees of the Board.”⁶⁰

Il Congresso ha riconosciuto dunque che la credibilità del Bbg e dei network internazionali che da esso dipendono fosse un requisito cruciale per la loro efficacia e che l'indipendenza dal Dipartimento di Stato contribuisse ad accrescerne la credibilità. Lo scopo fondamentale del Bbg rimane però quello di sostenere la politica estera statunitense e ciò limita di fatto la sua indipendenza:

We promote freedom and democracy, not through all possible means, but by disseminating factual and balanced news and information. We enable our audiences to make informed choices on the vital issues that affect their lives, thrusting that their choices will in the end be favorable to our own.⁶¹

⁵⁹ Ivi, Sec. 321-322.

⁶⁰ Ivi, Sec. 323.

⁶¹ Broadcasting Board of Governors, *Marrying the Mission to the Market*, Strategic Plan 2002-2007, p. 14.

Gli altri network internazionali

I due grossi network internazionali, oltre a Voa e Mbn, gestiti dal Bbg sono i già citati Rfe/RI e l'Office of Cuba Broadcasting. Il primo, che ha una storia lunga e piuttosto articolata,⁶² è nato nel 1949 con il nome di Free Europe Inc., ed era una società non-profit che trasmetteva nei paesi europei oltre la cortina di ferro. Due anni più tardi nacque anche The Radio Liberty Committee Inc., diretta in special modo ai paesi che facevano parte dell'Unione Sovietica. Finanziate entrambe dal Congresso americano attraverso la Central Intelligence Agency (Cia), oltre che da privati, le due società si sono unite nel 1975 in Rfe/RI. Oggi si tratta di una società privata non-profit che lavora con i finanziamenti del Bbg e continua a trasmettere in 28 lingue nei paesi dell'est europeo, in Russia, nella regione caucasica, in Asia centrale, in Medio Oriente e nella parte sudoccidentale dell'Asia. Nel 2006 il suo budget era di 75,3 milioni di dollari per 1.027,6 ore di trasmissione settimanali.⁶³

L'Office of Cuba Broadcasting ha invece iniziato a supervisionare le due emittenti rivolte all'isola comunista soltanto nel 1990. Contrariamente a Rfe/RI, non si tratta di un retaggio della guerra fredda, perché Radio Martì iniziò le sue trasmissioni il 20 maggio del 1985, mentre Tv Martì il 27 marzo 1990. Oggi hanno un totale di 330 ore di programmazione settimanali e dispongono di un budget di 36,9 milioni di dollari, rimasto pressoché invariato dalla metà degli anni Novanta.⁶⁴

Il Bbg gestisce dunque tutte le trasmissioni rivolte ai paesi considerati antagonisti, e per farlo dispone di un budget di 248 milioni di dollari, che serve sia per il Bbg che per l'Ibb⁶⁵ e va ad aggiungersi a quello delle singole emittenti. Il suo scopo, si legge in tutti i rapporti annuali che lo United States International Broadcasting Act del 1994 lo obbliga a pubblicare, è quello di

⁶² Per la storia di RFE/RI si veda Arch Puddington, *Broadcasting Freedom: the Cold War Triumph of Radio Free Europe and Radio Liberty*, Lexington, The University Press of Kentucky, 2000.

⁶³ Broadcasting Board of Governors, Annual Report 2006, p. 10.

⁶⁴ Ivi, p. 18.

⁶⁵ Ivi, p. 22.

promuovere la libertà e la democrazia trasmettendo notizie accurate. Ma occorre considerare anche che è soggetto al controllo sia del Congresso che del Dipartimento di Stato, oltre al fatto che è il risultato di un processo svoltosi in piena guerra fredda e che continua ancora a svolgersi con le stesse tecniche. Sono gli obiettivi a cambiare, a partire da quell'11 settembre 2001 che ha trasformato l'Islam nel bersaglio numero uno della propaganda del Bbg:

In its broad support of U.S. foreign policy, the Broadcasting Board of Governors articulates three major priorities as we enter the 2002-2007 time frame of this strategic plan:

- to provide accurate and objective news and information to priority areas in support of the war against terrorism;
- to provide clear and accurate information to regions of the world where freedom of information is suppressed or denied, or to areas that lack freedom and democracy;
- to serve humanitarian efforts by assisting nations in crisis, or which are suffering epidemics and illiteracy.⁶⁶

Dopo i fatti dell'11 settembre 2001 il Bbg è stato costretto ad adattare le proprie priorità agli interessi di sicurezza nazionale e alla necessità di contribuire alla guerra contro il terrorismo. Le decisioni sulle revisioni dei servizi linguistici e sul loro mantenimento, sulla cancellazione o sull'aggiunta di altre lingue, vengono prese ogni anno previa consultazione con il Segretario di Stato, ma l'attacco a New York City ha comportato una revisione molto più profonda, dalla quale è scaturito un piano strategico per il quinquennio 2002-2007,⁶⁷ dal quale emerge chiaramente che l'obiettivo principale per il futuro riguarda il mondo islamico:

We base our priorities on U.S. strategic interests; political, economic, and press freedom; political instability; human

⁶⁶ Broadcasting Board of Governors, *Marrying the Mission to the Market*, cit., p. 18.

⁶⁷ *Ibidem*.

development concerns such as education and health; and population size. We weigh these criteria and then assign them a score using a host of public and private indices. In ascertaining U.S. strategic interests, we consult fully with the Department of State.

Securing our nation's interests against terrorism has now become the top U.S. foreign policy priority. President George W. Bush has repeatedly stressed that this is not a short-term objective but one that will take years to achieve. Therefore, in our 2001-2002 review of all broadcast languages, the Board shifted the priorities for U.S. international broadcasting towards Islamic nations. This shift reinforces a long-term realignment of U.S. international broadcasting language priorities to match changing geopolitical realities.⁶⁸

Da questa dichiarazione d'intenti emerge anche un evidente contrasto con le costanti affermazioni d'indipendenza dell'informazione proposta dalla rete del Bbg dagli interessi politici, fatte in tutti i rapporti annuali e nello stesso piano strategico per il 2002-2007: si dice chiaramente che le priorità sono basate sugli interessi strategici degli Stati Uniti e che le decisioni vengono prese dopo la consultazione con il Dipartimento di Stato e con il suo Segretario. Tutto ciò sembra andare nella direzione opposta a quella dell'indipendenza, una direzione che si tende a chiamare «public diplomacy», ma che potrebbe essere definita più semplicemente con il termine, meno apprezzato, di «propaganda».

Il Bbg è diventato un'agenzia indipendente allo scopo di preservare l'integrità giornalistica e la credibilità di fronte al pubblico.

On the other hand, the BBC is dependent on other agencies of government for assistance in furthering our mission. We need broad support for our budget and programs; we require diplomatic support to help stop the jamming of our

⁶⁸ Ibidem.

broadcasts and to help establish and maintain transmission resources around the world; and we require cooperation to secure our personnel and assets overseas. Given the tension that can develop between the BBG and other agencies because of its unique responsibility to protect its journalism, we must work to establish a more clear and flexible relationship within the government structure.⁶⁹

Ne deriva che la formale indipendenza dell'agenzia può essere vista anche come uno stratagemma per aumentare la credibilità della propria informazione di fronte al pubblico, piuttosto che l'integrità giornalistica, data la sua effettiva dipendenza dal governo e da altre agenzie sia per questioni decisionali che di sostegno e di budget. Dal momento che il Bbg è un'agenzia finanziata e sostenuta dal governo, la sua credibilità di fronte al pubblico è automaticamente sospetta. «Credibility is the key to success in broadcasting, and it is our greatest asset»:⁷⁰ da questo concetto consegue la campagna sull'integrità giornalistica e sulla libertà di informazione che pervade le notizie e i documenti prodotti dal Bbg.

Il fatto che l'indipendenza dal governo sia soltanto formale è del resto espresso esplicitamente nello stesso piano operativo preparato dal Bbg per il periodo 2002-2007:

The BBG is both independent and dependent within the U.S. government. Congress made us an independent agency in order to preserve our journalistic integrity and credibility with audiences. Yet we serve U.S. foreign policy interests and require support from other agencies to further our mission – gaining, say, the support of the U.S. government to end Chinese jamming. We need to work together within an overall relationship of mutual respect and trust.

Key to getting the support we need from other Federal agencies is effective intra-governmental communications.

⁶⁹ Ivi, p. 26.

⁷⁰ Ivi, p. 41.

While the BBG may have many recognized spokespersons, to be effective there must be a coordinated message. The BBG will provide the coordination while enlisting the full participation of broadcasting service management. In addition, the Board should ensure that the BBG is a participant in key policy circles so that we can obtain the necessary support for our broadcasting initiatives.⁷¹

Come negli anni Cinquanta, l'obiettivo deve essere quello di raggiungere un pubblico che sia il più ampio possibile, al quale comunicare messaggi di sostegno all'interesse nazionale americano e che nelle varie aree *target* non arriverebbero tramite i mezzi di informazione locali, perché inefficienti o perché controllati dai vari governi.

Posto di fronte alla scelta se rivolgersi a un pubblico elitario, il quale passi poi a sua volta a educare le masse all'interno del suo paese, oppure se puntare direttamente a un'audience di massa, il Bbg ha optato per la seconda possibilità:

Fist, we believe it is in keeping with the nature of public diplomacy that we aim for broader audiences. Public diplomacy is a mass phenomenon. As direct government-to-people communication, it supplements traditional face-to-face exchanges between diplomats and the governing and intellectual classes.⁷²

Come si può notare, la «public diplomacy» viene chiaramente definita come un modo di comunicazione diretta tra il governo e la popolazione, diventando pertanto una versione moderna della definizione di propaganda.

I mezzi di comunicazione del Bbg, radio, televisione e internet, sono tradizionalmente definiti come «mass media», diretti a audience molto ampie, quindi la scelta di optare per questo tipo di pubblico è piuttosto ovvia.

⁷¹ Ivi, p. 45.

⁷² Ivi, p. 20.

Il secondo fatto che il Bbg ha dovuto considerare nell'elaborazione di una strategia operativa è che nelle aree considerate prioritarie la popolazione tende a essere prevalentemente giovane, e questo lo ha spinto a formulare i suoi programmi in modo tale da rivolgersi a un pubblico giovane. Inoltre il suo scopo è di attrarre gli ascoltatori molto presto per rientrare nelle loro abitudini, nella convinzione che se la gente non sceglie i suoi network in gioventù, difficilmente lo farà più avanti nell'età. Sarebbe importante che i futuri leader conoscessero i servizi del Bbg e li usassero regolarmente, ma essendo quanto meno complicato stabilire chi questi saranno, ecco che diventa importante mirare a un pubblico tanto ampio quanto giovane. Questo naturalmente comporta conseguenze significative quanto al formato e al contenuto dei programmi, ma non può essere una formula universale per tutti i servizi del Bbg, dal momento che in altri paesi invece la popolazione invecchia progressivamente mentre i tassi di natalità scendono, come accade in Russia.⁷³

Quanto agli obiettivi pratici del Bbg per raggiungere un pubblico sempre più vasto, il primo è sicuramente di natura tecnica e consiste nella rimozione delle ragioni per cui il pubblico può non scegliere i suoi network, la più immediata delle quali è la difficoltà di sintonizzazione. Innanzitutto occorre decidere se trasmettere su onde medie o corte a seconda della scelta del pubblico nelle varie aree, e poi occorre cercare di trasmettere 24 ore su 24, per essere costantemente presenti quando l'ascoltatore si vuol sintonizzare.

Un altro importante scopo da raggiungere entro il 2007 è di far diventare ogni network il più possibile locale, perché la popolazione non lo senta lontano. Lo si fa concentrandosi sulle notizie locali e con programmi di approfondimento sui problemi delle singole aree, ma anche utilizzando personale locale, soprattutto speaker radiofonici e presentatori televisivi che parlino i vari dialetti. Dove possibile si cerca altresì di stabilire una presenza fisica, con uffici regionali o di corrispondenza, che servano anche come punti di

⁷³ Cfr. Broadcasting Board of Governors, *Marrying the Mission to the Market*, cit., pp. 20-21.

reclutamento per collaboratori esperti in ogni lingua.

Quanto ai contenuti, si è scelto di puntare soprattutto sul «format». Quando la radio nacque, era caratterizzata soprattutto da trasmissioni programmate a orari specifici, ma in seguito si è sviluppata in un «format medium», in cui ogni stazione mira a un determinato segmento della società, con un tipo di programmazione definita su cui l'audience possa contare 24 ore su 24. Determinando la «target audience» cui rivolgersi, è possibile costruire vari format tra i diversi modelli disponibili, che sono notiziari, selezioni di musica occidentale o locale scelta in accordo con il tipo di pubblico, programmi di intrattenimento, e tipo di presentazione, che può avere un tono più serio o più leggero. L'equilibrio fra queste varie componenti viene determinato in base alla «target audience», nel modo descritto di seguito:

Success, for any radio station anywhere in the world, depends on the station becoming an integral part of the lives of its audience. This is what must ultimately happen for U.S. international broadcasting to succeed. This will establish the trust and loyalty that will pave the way for our news and information mission.

Where appropriate, we must make strategic use of music and entertainment as vital programming tools. We have to be realistic. The target audiences for Radio Sawa are young adults aged 15-30. This group, for the most part, listens not for news, but entertainment. We have to attract them with the programming they want to hear and expose them to the news and information we want them to hear. This means strategically using music and entertainment. Since music will be a vital programming tool, it must be absolutely current. A major competitive advantage of Radio Sawa is access to specialized music researchers who use state-of-the art music research to stay up to the minute on changing audience preferences.⁷⁴

⁷⁴ Ivi, p. 40.

Per quanto riguarda i progetti futuri, una volta ottenute l'autorizzazione del Congresso e l'approvazione dell'Amministrazione, il Bbg è pronto a lanciare nuovi modelli radiofonici e televisivi in una moltitudine di lingue islamiche per far sentire e vedere il messaggio dell'America a una popolazione sempre più diffusa. Parte di questo progetto è già stata realizzata con la creazione di Radio Farda, l'emittente che nel dicembre 2002 ha iniziato a trasmettere nella variante farsi della lingua persiana, in Iran. Un secondo progetto, ancora in fase di sviluppo, è mirato a raggiungere le popolazioni musulmane in Asia, soprattutto in Indonesia e Malesia.⁷⁵

È piuttosto chiaro, dunque, che in futuro il bersaglio principale delle azioni del Bbg continuerà a essere il mondo islamico. Nel frattempo però si registra un calo della presenza dell'informazione americana sia in Russia che in Cina. I dati di ascolto settimanale di Voa e di Rfe/RI in Russia sono scesi in maniera drammatica dal 21% del 1993 al 4% del 2001 e la popolazione sta progressivamente invecchiando. Quindi occorre svolgere puntuali e approfondite ricerche sul tipo di format migliore per raggiungere sia i giovani delle fasce sociali più alte che gli ascoltatori di mezza età, ed elaborare una programmazione adeguata.

L'altra grossa sfida è quella della diffusione in Cina, dove il governo disturba con interferenze sia la radio che la televisione, e blocca l'accesso al sito internet. Di conseguenza in quel paese si riesce a raggiungere soltanto 1% della popolazione.⁷⁶

Gli avvenimenti del settembre 2001 hanno convinto il Bbg che l'America stia perdendo la battaglia per vincere i cuori e le menti degli altri popoli. La risposta che è stata studiata consiste nel dare nuova vita al racconto della storia dell'America, fornendo messaggi incentrati su quegli aspetti degli Stati Uniti che più interessano il pubblico in ciascun paese. Naturalmente le ricerche sulle preferenze dell'audience assumono un ruolo fonamen-

*La centralità
del mondo
islamico*

⁷⁵ Cfr. Broadcasting Board of Governors, *Marrying the Mission to the Market*, cit., p. 35.

⁷⁶ Cfr. Ivi, pp. 35-36.

tale per proporre programmi che attraggano il pubblico e che dovranno contenere approfondimenti sui problemi che la popolazione nei vari paesi-bersaglio deve affrontare e come questi vengano affrontati negli Stati Uniti: «Perhaps more than any other element of our programs, explaining America to the world takes extraordinary skill».⁷⁷

À la guerre comme à la guerre dunque, ma sono gli inglesi a risultare vincenti in questo conflitto mediatico, anche se non è soltanto una questione di ascolti. Bbc World Service ha un numero maggiore di ripetitori nel mondo, ha iniziato le trasmissioni da più tempo, festeggia nel 2007 il suo 75° anniversario, e si rivolge anche a paesi tradizionalmente legati al Regno Unito per aver fatto parte dell'impero britannico. Per queste ragioni è percepita come la fonte di informazioni migliore in termini di credibilità e attendibilità, soprattutto appunto dall'audience delle ex aree coloniali.

Su questo punto sono molto chiari i dati pubblicati dal Bbc Monitoring Service nell'ultimo rapporto annuale: nel 2006-2007 gli ascoltatori settimanali del Bbc World Service sono stati 183 milioni, di cui 83 nel Medio Oriente e in Africa, 82,2 in Asia e nell'area del Pacifico, e 17,9 in Europa e nelle Americhe.⁷⁸

AWARENESS			
Percentage of adult population who are aware of Bbc World Service/main international radio competitor			
Country	Main international radio competitor	Bbc World Service	Competitor
Nigeria	Voa	64,9	48,8
Kenya	Voa	81,7	37,4
Pakistan	Voa	38,9	8,6
Bangladesh	Voa	69,1	48,5
India	Voa	12,6	2,0
Indonesia	Voa	16,8	4,8
Russia	Radio Liberty	29,5	27,5
Romania	Radio Free Europe	26,5	37,5

⁷⁷ Ivi, p. 43.

⁷⁸ Bbc World Service Annual Review 2006/2007, *Measuring our performance*.

REACH			
Percentage of adult population who listen to Bbc World Service/main international radio competitor weekly			
Country	Main international radio competitor	Bbc World Service	Competitor
Nigeria	Voa	32,5	19,2
Kenya	Voa	32,8	9,2
Pakistan	Voa	10,2	2,8
Bangladesh	Voa	17,8	7,3
India	Voa	2,7	0,3
Indonesia	Voa	3,4	1,2
Russia	Radio Liberty	0,7	1,2
Romania	Radio Free Europe	3,9	2,0

Nelle tabelle si veda la comparazione dei dati relativi al 2006-2007 riguardanti Bbc e Voa per quanto riguarda la conoscenza del servizio e la sua credibilità:⁷⁹

I piani per il futuro del Bbc World Service si propongono di andare nella stessa direzione, quella delle scelte «difficili» perché spesso prevedono tagli al personale, come nel caso delle 10 lingue abolite nel 2005, ma più mirate. In particolare si va verso quello che viene definito *tri-media approach*, che combina radio, televisione e internet, secondo l'esempio dettato da Voa, anche se per Bbc «Radio will remain the best way of reaching big audiences in much of Africa and rural Asia for many years to come. However, in developed markets more people will now look to television for news. Moreover, where people have access to broadband internet and mobile devices, text and video services will play a proportionately bigger role».⁸⁰

Per quanto riguarda il messaggio, anche Bbc come Voa mira alla verità che deve portare democrazia e libertà in quelle zone del mondo dove mancano:

⁷⁹ Entrambe le tabelle sono pubblicate su Bbc World Service Annual Review 2005/2006, *Measuring our performance*.

⁸⁰ Bbc World Service Annual Review 2006/2007, *Director's overview*.

Our aims: to be the world's best-known, most creative and most-respected voice in international news, thereby bringing benefit to the UK, the Bbc and to audiences around the world.

To provide the most trusted, relevant and highest-quality international news in the world and an indispensable service of independent analysis and explanation, with an international perspective that promotes greater understanding of complex issues.

To connect and engage audiences by facilitating an informed and intelligent dialogue – a Global Conversation – which transcends international borders and cultural divides, and to give audiences opportunities to create, publish and share their own views and stories.

And by so doing, to enable people to make sense of their increasingly complex world and, thus empowered, leave more fulfilling lives.⁸¹

Bbc World Service è dunque la divisione internazionale dell'emittente britannica, ed è finanziata con un fondo amministrato dal Foreign and Commonwealth Office del governo per trasmettere notizie internazionali a un'audience globale. Il governo non ha alcun diritto formale di intervenire sui contenuti, esattamente come nel caso di Voa, e ciò è stabilito dalla Bbc Charter. Però le lingue e le regioni in cui il World Service trasmette sono decise insieme al Foreign and Commonwealth Office.

È però quanto meno lecito domandarsi, in entrambi i casi, fino a che punto quella che viene definita *public diplomacy*, o diplomazia pubblica, cioè la comunicazione al pubblico delle politiche governative, influisca sull'*international broadcasting*. Durante la seconda guerra mondiale e la guerra fredda Voa si era basata sull'erronea assunzione che il pubblico fosse assembrato intorno alle radio per ascoltare un messaggio che avrebbe trovato credibile e che avrebbe determinato quindi l'efficacia dello sforzo radiofoni-

⁸¹ Bbc World Service Annual Review 2005/2006, *Our aims*.

co, ottenendo per esempio un atteggiamento più favorevole verso gli Stati Uniti. Ciò che invece fu subito chiaro alla Bbc è che occorre identificare ciò che il pubblico vuole, che nel caso della radiofonia internazionale sono contenuti che mancano nei media domestici e che possono quindi essere ricercati su emittenti straniere, con una preferenza per quelle che hanno l'offerta migliore. Il punto di partenza non deve quindi necessariamente essere il messaggio che il governo (americano o inglese nel nostro caso) vuole convogliare, ma si può comunque decidere di convogliare un messaggio dando al pubblico ciò che cerca. Ecco perché tali governi ritengono opportuno finanziare l'*international broadcasting*. Come afferma la Voa Charter: «The long range interests of the United States are served by communicating directly with the peoples of the world», ma la Bbc sembra aver sfruttato questi concetti con molto anticipo se fin dai tempi della guerra fredda ha avuto gli ascolti più alti, il maggior prestigio e la maggior attendibilità di qualunque altro *broadcaster* internazionale, nonostante abbia sempre investito molto meno denaro di Voa. In conclusione si può quindi affermare che nel Regno Unito sembra esservi meno confusione tra il ruolo del *broadcasting* internazionale e quello della *public diplomacy*.

Riferimenti Bibliografici

Bbc World Service Annual Review 2005/2006

Broadcasting Board of Governors, Annual Report (dal 2000 al 2006)

Broadcasting Board of Governors, *Marrying the Mission to the Market*, Strategic Plan 2002-2007

Foreign Affairs Reform and Restructuring Act, 105th Congress, 2nd Session, Title III United States Information Agency, Chapter 3 International Broadcasting

Heil, A.L. (2003), *Voice of America. A History*, New York, Columbia University Press

Ingrassia Fitzgerald, M. (1987), *The Voice of America*, New York, Dodd, Mead and Company

- Mansell, G. (1982), *Let the Truth be Told. 50 Years of BBC External Broadcasting*, London, Weidenfeld and Nicolson
- Pirsein, R.W. (1979), *The Voice of America. An History of the International Broadcasting Activities of the United States Government 1940-1962*, New York, Arno Press
- Price, M.E., *Public Diplomacy and Transformation of International Broadcasting*, in «Comparative Media Law Journal», 1, gennaio-giugno 2003
- Sambrook, R. (2007), *Global Voice. Britain's Future in International Broadcasting*, London, Premium Publishing