

LA TELEVISIONE IN ITALIA

Funzione pedagogica

- 1939: ripetitori Eiar su Monte Mario
- **Quadro sociale dell'Italia nel dopoguerra:**
 - bassissimo livello di alfabetizzazione
 - voto alle donne appena ottenuto
 - scarsa diffusione dei quotidiani

Successo della tv

- facilità dell'ascolto
- relativo impegno mentale e culturale per seguire e recepire un messaggio fatto di immagini e suoni nei confronti della lettura

- **Situazione in Italia negli anni cinquanta:** entità politicamente unita ma socialmente frammentata:
 - Paese profondamente diverso tra nord e sud per usi, abitudini, perfino per lingua
 - assenza di comunicazione reciproca che non fosse il servizio militare e l'immigrazione verso il nord

Ruolo della televisione

- affermazione della lingua italiana
- presa di coscienza di un'unità non più imposta né virtuale ma reale
- programmi educativi: "Non è mai troppo tardi" tra il 1960 e il 1968 consentì a 1.500.000 italiani la licenza elementare
- strumento di coesione familiare e amicale nelle case e nei locali pubblici

- **Aspetti negativi**

- progressiva perdita di identità e tradizioni locali

- Rai: prima industria culturale italiana che accompagna serenamente l'evoluzione sociale del Paese
- 3.1.1954: nasce la Rai. Un solo canale. Rai 2 dal 1961. Rai 3 dal 1979
- Tv, 600, frigorifero e lavatrice sogno italiano
- L'amico degli animali e costruzione di una coscienza ecologica e animalista nel nostro Paese
- Varietà casto e sorvegliato dalla censura
- Tribune politiche noiose ma rigorosamente corrette
- 1957: introduzione della pubblicità (Carosello) al fianco del canone

Da Telebiella al colore

- 1952: concessione ventennale della gestione in monopolio della produzione radio-televisiva
- 1972: scade la concessione
- 1974: TeleBiella vede riconosciuto dalla Corte Costituzionale il diritto a trasmettere in ambito locale e via cavo: proliferano i network privati
- 1972 (26.8): prima trasmissione a colori (Monaco) e sospensione di cinque anni (solo monoscopio)
- 1977: il via alle trasmissioni a colori (opposizione miope del Pci)
- Assenza di leggi di riforma in base alle progressive potenzialità del mezzo

La questione televisiva

- 1979-1980: Pin (Rizzoli), Italia 1 (Rusconi), Retequattro (Mondadori), Canale 5 (Berlusconi, acquistando i ripetitori da Galliani, cambiando il nome di Telemilano 58)
- 1984: Lo scandalo della P2 travolge Rizzoli, Rusconi e Mondadori vendono le proprie reti a Berlusconi che in seguito acquista La Cinque e Telecapodistria (poi Telepiù dal 1990))
- 1984: La magistratura oscura i tre network: la legge impedisce la ripetizione dei segnali in contemporanea: decreto Craxi (L. 10/85) in cambio dell'occupazione politica delle tre reti Rai
- 1990: Riforma Mammì costata le dimissioni di ben cinque ministri decreta la fine del monopolio Rai ponendo però limiti al numero di frequenze e proprietà di quotidiani per un medesimo concessionario (tre): Berlusconi rinuncia formalmente a Telepiù, cede il Giornale al fratello Paolo e la Mondadori (ora presieduta dalla figlia Marina)

- 1997: Riforma Maccanico: fissa a undici le frequenze terrestri e pone limiti alla raccolta dei proventi, ma fissa due anni di transizione divenuti poi sei. Rete 4 dovrebbe andare sul satellite, Rai 3 rinunciare ai proventi pubblicitari. Resta indebitamente esclusa Europa 7
- 31.12.2003: il governo Berlusconi salva Rete 4 (L. 43/2004) in attesa del passaggio al digitale (concluso nel 2011!) mentre l'Italia accumula negli anni onerose sanzioni europee
- 2004: Riforma Gasparri: introduzione del SIC (Sistema Integrato della Comunicazione) bocciato tre anni più tardi, con ulteriori sanzioni, dalla Commissione Europea perché difforme dal quadro normativo comunitario

La crisi della televisione

- Da mezzo pedagogico (servizio pubblico) la tv cambia principi e contenuti per l'imporsi della tv commerciale: **tv del benessere**
- Rai sempre più lotizzata
- Maggiore disponibilità ai consumi fa aumentare la richiesta di spazi pubblicitari
- Stessa Rai Tre da rete culturale a rete aggressiva
- Dall'America i serial
- Reality show per offrire sensazioni più forti
- Trash tv spettacolarizzando al massimo la produzione
- Condizionata dalla trasformazione del costume, condiziona la società imponendo miti e simboli ed esempi sociali negativi
- La tv commerciale perde in Italia il valore educativo delle origini

,

- Bill Gates: tra trent'anni non avremo più televisione, mentre continueremo a leggere giornali (esigenza tattile)
- La concorrenza alla Tv viene sul piccolo schermo da internet per l'infinita molteplicità di soluzioni destinata a sopraffare le limitate potenzialità produttive e distributive della Tv
- **Le tappe della crisi valoriale**
 - 11 ottobre 1983: Drive in (Antonio Ricci): ragazze fast food
 - 16 dicembre 1987: Colpo grosso(Umberto Smaila): generosità
 - 1991: Non è la Rai (Gianni Boncompagni): adolescenti

- **Motivi del successo**

- tra crisi energetica e terrorismo, l'esigenza di intrattenimento leggero
- desiderio di liberazione (fermenti nati con la grande rivoluzione morale del '68: divorzio aborto, liberazione della donna e annullamento della cappa clericale sugli stili di vita quotidiana)
- schizzano in alto audience e fatturato pubblicitario

Conseguenze negative

- spirale rapida verso il basso per qualità dei programmi tra chi offre il peggio della realtà virtuale (GF, fattorie, isole, etc.)
- la tv perde audience perché perde qualità, copia sè stessa, promuove miti e simboli falsi, privi di aderenza con la realtà

- **Incapacità di rinnovarsi**

- ingessata su schemi e modelli che non tiene conto dei giganteschi passi in avanti fatti dalla comunicazione
- perde il polso dell'evoluzione sociale
- non offre più spazi di cultura
- viene scavalcata sul piano dell'informazione dall'immediatezza di internet
- perde - come già i giornali - il pubblico più giovane affascinato da tecnologie forme informative e spettacolari nuove, diverse e intriganti che possono dominare e da cui non vengono dominati

I NEW MEDIA INTERNET E L'INTERATTIVITA'

L'origine di Internet

- 4.10.1957: lancio del primo Sputnik
- 12.4.1961: Gagarin nello spazio
- 1962: Licklider (Mit) idea serie di computer interconnessi
- 1965: realizzazione (Roberts e Merrill) mettendo in contatto il Mit e la California
- 1969: nascita del sistema con la rete Arpanet (Ucla, Ucsb, Stanford Research Institute e Utah University)
- 1972: viene introdotta la posta elettronica (Tomlison)
- 1.1.1983: sdoppiamento della rete: militare (Milnet) e civile (universitaria: Internet)
- 1985: assegnazione del primo dominio (symbolics.com)
- 6.8.1991: Tim Berners-Lee (Cern di Ginevra) colloca in rete il primo sito (fo.cern.ch) con un browser (World Wide Web: www) che rende possibile la creazione di ipertesti, la loro conservazione e la navigazione
- Lo stesso Berners-Lee aveva avuto l'idea di un linguaggio comune (Hyper Text Transfer Protocol: http) per comunicare su internet: la rete
- Nel 1994, 623 siti al mondo, nel 2011 cento milioni di siti e oltre due miliardi di utenti

Internet e il postgiornalismo

- Internet cambia il modo di fare informazione
- Nasce il **citizen journalism** **usergeneratedjournalism**, cioè l'informazione generata dal basso, dagli utenti di internet, già utenti passivi di giornali, radio, tv
- Il mezzo è internet, la rete di distribuzione è il web, il messaggio è la notizia che viene selezionata e confezionata e pubblicata direttamente dal singolo individuo, con i suoi limiti o i suoi pregi culturali, sociali, geopolitici, che si trova improvvisamente davanti un target immenso, potenzialmente globale

- Destabilizzazione per il “potere”. Come avvenne 600 anni prima con Gutenberg
- I mezzi tradizionali sono inevitabilmente soggetti di selezione dell’informazione, volta a costruire consenso
- Internet supera questa barriera togliendo ai leader d’opinione l’arma più potente di convincimento delle masse da sempre detenuta
- Il controllo di Internet è assai difficile: le leggi si infrangono sul concetto di “libertà” insito nella Rete

Pericolosità di Internet e la sua libertà

- Libertà non può essere arbitrio
- L'utilizzazione della Rete senza freni morali e sociali (e non politici, o religiosi) e senza il rispetto dei più elementari diritti/doveri rappresenta il limite e la pericolosità del nuovo mezzo
- Tuttavia la stessa ONU riconosce la libertà di opinione e di espressione attraverso Internet
- **Digital divide**: gap esistente tra diversi Paesi, e all'interno di uno stesso Paese, sull'effettivo accesso alle tecnologie digitali e all'informazione prodotta in questo modo, per motivi strutturali ma anche per limiti culturali e socioeconomici o per motivi di repressione politica

- **Gli effetti sociali**

- proliferazione dei **social network** e loro pericolosità
- sostituzione (in particolare tra i più giovani) del **prime time** con il **my time** (sì tv, ma sul web)
- nascita della **Net Generation** (Nativi Digitali)

- **Doppia analisi**

- Nicholas Carr: alla riflessione si sostituisce il pragmatismo, considerando il web come la fonte (*"Is Google making us stoopid?"*)
- Don Tapscott: la rete non ha limitato i momenti di socialità, li ha invece rafforzati essendo la tecnologia della condivisione e dei rapporti istituibili in ogni parte del mondo. Qualità dei "net boys": condivisione, tolleranza, reattività, insofferenza delle gerarchie, innovazione, nuova coscienza politica entrando in relazione con i problemi del mondo

I MASS MEDIA

La comunicazione di massa

- La comunicazione di massa si distingue per la qualità del mezzo
- Si realizza attraverso i mass media (complesso dei mezzi e degli strumenti attraverso i quali si comunica alla massa (audience differenziata e attiva nella selezione, nell'esposizione e nell'interpretazione delle informazioni")
- Attenzione della Chiesa già nel '700, prime analisi approfondite dagli anni '20 del '900.
- Strumenti formidabili di pressione e di condizionamento dell'opinione pubblica: da un lato una massa enorme di individui (contesto), dall'altro disponibilità di mezzi in grado di condizionare attraverso l'uso mirato (testo)
- Con la tv fitta rete a copertura dell'intero pianeta. Con Internet globalizzazione della comunicazione con un unico linguaggio accessibile e interpretabile da tutti.

- **Rivoluzione dei mass media**
 - Hanno avuto il potere di modificare (rivoluzionare) usi, costumi e abitudini delle masse: il ruolo deflagrante della Tv
 - Successo per la passività della ricezione
 - Linguaggio comune, ma progressiva scomparsa delle identità socio-culturali particolari

- **Dittatura dei mezzi di comunicazione di massa**
 - La Tv propone un rapporto tra mezzo e massa interessante, entrando in ogni casa e soggettivizzando il rapporto, falsamente diretto, con la realtà virtuale che esprime
 - Internet è destinato ad intercettare questa tendenza, a modificarla globalizzandola, offrendo uno spettro molto più ampio di proposte e di scelte individuali e di costruzione personale dell'informazione navigando selettivamente tra i siti