FONDAZIONE BRUNO KESSLER
MAGAZINE

Media e società: il ruolo della televisione

8 Settembre 2017

La storica Christina von Hodenberg ha raccontato in FBK come la tv abbia cambiato i ritmi e le abitudini delle famiglie dal dopoguerra a oggi

Lo scorso 31 agosto l'**Istituto Storico Italo Germanico** di FBK ha ospitato un seminario di **Christina von Hodenberg**, docente di storia europea alla Queen Mary University di Londra ed esperta di storia del giornalismo e dei mass media. Il seminario, intitolato "Scrivere la storia nazionale e transnazionale dei mass media dopo il 1945", ha avviato idealmente le attività del nuovo piano strategico 2017-2019 dell'istituto, guidato da qualche mese da **Christoph Cornelissen**.

L'intervento di von Hodenberg è stato incentrato soprattutto sul concetto di **"mediatizzazione"**, ossia il progressivo aumento dell'impatto dei media (in particolare la **televisione**) sulle abitudini e i costumi della società moderna. Un percorso iniziato fin dagli anni '50, nel periodo definito come quello della "scelta limitata", quando cioè esistevano pochissimi canali televisivi e tutti guardavano gli stessi programmi: il linguaggio della televisione era quindi unico, e chiunque volesse usare il mezzo televisivo per influenzare le opinioni del pubblico e raccogliere consensi, come i **politici**, doveva necessariamente adattarsi a quel linguaggio.

Lo scenario è cambiato molto rapidamente negli ultimi anni. «Ci sono stati dei momenti di svolta importanti relativamente al modo in cui i media possono influenzare le scelte e le opinioni, come ad esempio, in Italia, il caso di Berlusconi», ha sottolineato la professoressa. «Poi con l'avvento di **Internet**, alla fine degli anni '90, il ruolo egemone della televisione è stato superato».

Oggi i media a disposizione sono molti di più, ma secondo von Hodenberg non si escludono affatto a vicenda. «Le persone tendono a usare **contemporaneamente** più mezzi di comunicazione, dedicando ai media complessivamente più tempo che in passato».

Un altro punto importante toccato durante il seminario è quello relativo al carattere **transnazionale** dei mass media. «Per loro natura i media forniscono informazioni e contenuti che possono non limitarsi ai confini nazionali. Soprattutto il settore dell'intrattenimento televisivo, che include anche la trasmissione di film, è sempre stato un mercato privo di frontiere. E non mancano esempi di vere e proprie trasmissioni televisive transnazionali, come ad esempio l'**Eurovision Song Contest**».

LINK

https://magazine.fbk.eu/it/news/media-e-societa-il-ruolo-della-televisione/

TAG

- #FBK-ISIG
- #internet
- #Multimedia
- #studistorici
- #televisione

AUTORI

- Matteo Serra