

Publici, consumi, identità. Storia sociale della TV in Italia

3 Luglio 2017

Attraverso diari, lettere, rotocalchi e memorie orali, la ricostruzione storica del pubblico televisivo attraverso i mutamenti della società degli anni '50 e '60

L'avvento della televisione in Italia e i primi venti anni di trasmissioni della RAI, allora concessionaria unica, hanno rispecchiato e al tempo stesso forgiato l'Italia.

Il 3 gennaio 1954 iniziano le trasmissioni televisive e da questo momento l'esperienza televisiva in Italia sarà dirompente per quanto riguarda velocità di sviluppo, audience e impatto sociale.

La RAI ha beneficiato di un assetto normativo e finanziario ad-hoc che mentre favoriva il repentino sviluppo (grazie al boom degli abbonamenti) permetteva alla classe politica dominante, insieme alla Chiesa Cattolica, di averne facile e completo controllo.

Giovedì 29 giugno 2017 lo storico dell'informazione Damiano Garofalo (Università di Padova e di Roma), su invito dell'ISIG, ha tenuto in FBK il seminario "Publici, consumi, identità. Per una storia sociale della televisione in Italia" che si inserisce all'interno di un ciclo di incontri pensati per favorire un confronto e uno scambio scientifico tra chi si occupa di storia contemporanea.

Utilizzando come caso di studio la storia sociale e culturale della televisione italiana delle origini (1954-1969), il seminario ha avuto per oggetto l'analisi del consumo di televisione tra le classi popolari nell'Italia degli anni cinquanta e sessanta. Partendo dalle origini, utilizzando una serie di fonti esemplificative quali diari, lettere, rotocalchi e memorie orali, è stata tracciata una storia del pubblico televisivo attraverso i mutamenti della società degli anni del "grande boom", ribaltando la consueta prospettiva gerarchica degli studi sulla televisione italiana, costantemente concentrati, da una prospettiva eminentemente politica, sull'emittente più che sui riceventi.

Questa Storia della tv nella fase della cosiddetta missione pedagogica della Rai coincide col periodo delle grandi trasformazioni politico-economiche per il Paese (negli stessi anni si va costruendo la democrazia nella giovane Repubblica). La televisione, come ogni medium di massa, impone così nuove abitudini di ascolto e modifica il ruolo degli altri mezzi di comunicazione fino a guadagnare una posizione dominante.

Nei brevi video raccolti in [playlist](#) la discussione con gli storici ISIG su alcuni aspetti di maggiore interesse.

“Buona visione!”

LINK

<https://magazine.fbk.eu/it/news/pubblici-consumi-identita-storia-sociale-della-tv-in-italia/>

TAG

- #studistorici

VIDEO COLLEGATI

- <https://www.youtube.com/playlist?list=PLY3KsH4gpiNr0OsvFPkhTOReej32nhKxb>

MEDIA COLLEGATI

- Political audiences. A reception history of early italian television: <http://mimesisinternational.com/political-audiences-a-reception-history-of-early-italian-television/>
- RAI STORIA - 3 gennaio 1954: <http://www.raistoria.rai.it/articoli/3-gennaio-1954/23938/default.aspx>
- ISIG - La mediatizzazione della Storia: <http://isig.fbk.eu/it/progetti/mediatizzazione-e-medialita-della-storia-dalleta-moderna-oggi>

AUTORI

- Giancarlo Sciascia