

## Indice

<b>0. Introduzione</b>	<b>13</b>
<b>1. La televisione in Italia</b>	<b>21</b>
1.1 La TV come mezzo di comunicazione più diffuso e utilizzato in Italia	21
1.2 La televisione prevale sulla stampa	24
1.3 <i>Homo videns</i> : l'importanza dell'immagine	30
1.4 Telespettatori e 'internauti'	33
<b>2. Brevi cenni sulla televisione pubblica delle origini</b>	<b>39</b>
2.1 Nascita della <i>Rai</i> e preludio all'unificazione linguistica del Paese	39
2.2 Ruolo pedagogico-educativo della televisione di Stato	42
2.3 Censura in <i>Rai</i> a salvaguardia della morale. Ingerenze delle autorità ecclesiastiche in TV	45
2.4 Televisione come intrattenimento comunitario	50
2.5 Ruolo informativo: telegiornali e tribune politiche	52
<b>3. La TV commerciale di Silvio Berlusconi e la 'neotelevisione'</b>	<b>61</b>
3.1 La nascita delle emittenti private decreta la fine del monopolio <i>Rai</i>	61
3.2 Dalla 'paleotelevisione' alla 'neotelevisione'	73
3.3 Programmi in onda sulla TV commerciale	77
3.4 Trasformazione della comunicazione politica: <i>spots</i> elettorali e <i>talk shows</i>	87
3.5 <i>Auditel</i> e omologazione (al ribasso) dei palinsesti televisivi	93
3.6 La figura della donna in TV dagli anni Ottanta a oggi	95
3.7 Ottundimento del telespettatore abbacinato dal mondo fittizio creato dai <i>networks</i> berlusconiani. Involuzione etico-culturale	100
3.8 Strategia visivo-persuasiva nella comunicazione politica del Cavaliere: <i>spots</i> , inni e biografie 'auto-sponsorizzate'	109
3.9 Commistione tra mondo politico e televisivo: i protagonisti della TV al governo del Paese	121

<b>4. Lo strapotere mediatico di un imprenditore trasforma radicalmente la politica italiana (1994–2011)</b>	<b>131</b>
4.1 Ritratto di Silvio Berlusconi prima del suo ingresso in politica	131
4.2 Il discorso della ‘discesa in campo’: analisi di un messaggio televisivo dirompente	143
4.3 Una campagna elettorale giocata interamente sul piccolo schermo	161
4.4 La propaganda politica delle icone delle reti berlusconiane	170
4.5 L’epurazione sistematica dei giornalisti ‘non allineati’: dalla rottura con Montanelli all’‘Editto Bulgaro’	181
4.6 La TV di Stato al servizio del Cavaliere: calcolata disinformazione e manipolazione delle notizie. I telegiornali come voce del Governo	188
4.7 Attacco frontale di Silvio Berlusconi agli organi di stampa	203
4.8 Limitazione della libertà di stampa e conflitto di interessi. Esiste un regime mediatico in Italia?	207
<b>5. L’attuale politica italiana tra spettacolarizzazione e personalizzazione</b>	<b>217</b>
5.1 Il ‘gentese’ rimpiazza il vecchio ‘politichese’	217
5.2 La politica subordinata alle leggi televisive: il trionfo della videocrazia	230
5.3 Il grado zero della politica che da <i>pop</i> diventa <i>trash</i>	260
<b>6. L’uscita di scena di un grande commediante della politica</b>	<b>275</b>
<b>7. Conclusioni</b>	<b>287</b>
<b>8. Cronologia degli avvenimenti politici di maggior rilevanza verificatisi nel corso del ventennio berlusconiano</b>	<b>307</b>

<b>9. Bibliografia</b>	<b>311</b>
9.1 Testi di riferimento	311
9.2 Saggi in miscellanee e riviste	316
9.3 Articoli su quotidiani e riviste	318
9.4 Fonti da Internet	322
9.5 Filmografia	326
<b>10. Indice delle illustrazioni</b>	<b>329</b>
<b>11. Zusammenfassung</b>	<b>333</b>
<b>12. Riassunto</b>	<b>367</b>