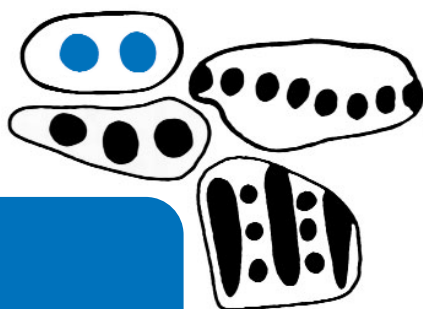

Vanni Codeluppi

DIZIONARIO DEI MEDIA

CON TESTI DI MARIA ANGELA POLESANA E TITO VAGNI

COMUNICAZIONE E SOCIETÀ



FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



COMUNICAZIONE E SOCIETÀ

Collana diretta
da Vanni Codeluppi



La collana “Comunicazione e società” intende aiutare i lettori a comprendere perché la comunicazione rivesta un ruolo così centrale all’interno delle società di oggi. Mette pertanto sotto osservazione le molteplici forme assunte dalla comunicazione; e cerca di farlo con uno stile immediato e adatto ai tempi accelerati della contemporaneità. Tentando però, nel contempo, di non rinunciare alla necessaria qualità interpretativa, né ad uno sguardo critico, nella consapevolezza che tale sguardo costituisca la premessa di ogni possibile miglioramento sociale.



Tutte le proposte di pubblicazione provenienti da autori italiani vengono sottoposte alla procedura del referaggio (*peer review*), fondata su una valutazione che viene espressa da parte di due referee anonimi, selezionati fra docenti universitari e/o esperti dell'argomento.

Comitato scientifico

Arthur Asa Berger (San Francisco State University),
Mike Featherstone (Goldsmiths, University of London),
Patrice Flichy (Université Paris-Est Marne-la-Vallée),
Mark Gottdiener (University at Buffalo),
Gilles Lipovetsky (Université de Grenoble),
Geert Lovink (Universiteit Van Amsterdam),
Lev Manovich (The Graduate Center, City University of New York),
George Ritzer (University of Maryland),
Dan Schiller (University of Illinois).

Vanni Codeluppi

DIZIONARIO DEI MEDIA

CON TESTI DI MARIA ANGELA POLESANA E TITO VAGNI

COMUNICAZIONE E SOCIETÀ



FrancoAngeli

Progetto grafico della copertina: Elena Pellegrini

*In copertina un'elaborazione grafica dei ciottoli di Mas d'Azil in Francia, risalenti al Mesolitico.
Dipinti con motivi cruciformi, a cerchi, a bande anche serpentiformi o con serie di punti;
questi segni pittografici vengono interpretati in vario modo e sono ritenuti uno dei primi esempi
di comunicazione simbolica.*

Copyright © 2020 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Introduzione pag. 7

Parte I – Gli strumenti

Libro	»	11
Giornale	»	15
Fotografia	»	19
Telefono	»	23
Cinema	»	27
Radio	»	31
Televisione	»	35
Internet	»	39
Social media	»	43
Piattaforme	»	47

Parte II – Il funzionamento

Medium	»	53
Ambiente	»	57
Schermo	»	61

Software	pag.	65
Audience	»	69
Serialità	»	73
Propaganda	»	79
Pubblicità	»	83
Divismo	»	87
Fan	»	91

Parte III – I concetti

Opinione pubblica	»	97
Cultura di massa	»	101
Kitsch	»	105
Immagine	»	109
Icona	»	113
Mito	»	117
Immaginario	»	121
Menzogna mediatica	»	125
Reality Tv	»	129
Corpi	»	133
Riferimenti bibliografici	»	137
Ringraziamenti	»	143

Introduzione

I media occupano un ruolo particolarmente importante all'interno delle società contemporanee. Tendono a impegnare il tempo di vita delle persone, influenzandone le opinioni e il modo di pensare. E, soprattutto, forniscono un fondamentale contributo al funzionamento del processo di creazione di valore del sistema economico. Pertanto, come le società in cui operano, presentano una natura complessa e in rapidissimo cambiamento. I testi scientifici su di essi non mancano, ma riteniamo che un dizionario possa avere oggi una funzione utile, in quanto scarseggiano degli strumenti di sintesi. Sono necessari cioè dei volumi che possano costituire una mappa per orientarsi in una realtà articolata e in veloce cambiamento come il mondo contemporaneo dei media. È l'obiettivo che ci si è posti con questo volume. Sono state individuate perciò trenta voci su altrettanti temi chiave relativi al mondo dei media, le quali sono state suddivise in tre differenti aree concettuali: gli strumenti, il funzionamento, i concetti. Nel primo caso, si è cercato di definire le caratteristiche dei principali strumenti di comunicazione che si sono storicamente sviluppati, dedicando una maggiore attenzione all'attuale mondo dei media digitali. Nel secondo caso, invece, si è tentato di individuare alcuni concetti che, meglio di altri, sono in grado di chiarire come operano i media. Nel terzo caso, infine, abbiamo individuato altri concetti che, a nostro parere, sembrano essere in grado di esplicitare la prospettiva che abbiamo scelto di adottare per analizzare i me-

dia. Perché, naturalmente, i media possono essere affrontati da molteplici punti di vista. In questo caso è stata assunta una prospettiva che può essere definita “mediologica”. Una prospettiva, cioè, che colloca i media al centro dell’attenzione e riconosce a essi quel ruolo estremamente importante che svolgono nella società. Nel contempo, però, cerca anche di considerare i media come uno dei diversi attori sociali che operano all’interno della società. Tenta dunque di evitare di attribuire loro una posizione eccessivamente significativa.

A ben vedere, questo volume, nonostante il titolo, non è un vero e proprio dizionario, perché non cerca di fissare stabilmente il significato delle voci in esso contenute. Come si è detto, intende piuttosto presentarsi come una mappa concettuale utile per orientarsi nel mondo odierno dei media. Di conseguenza, tenta di semplificare quello di cui si occupa. Inoltre, non aspira a una elevata stabilità nel tempo, dato che la materia da esso trattata è soggetta a intensi processi di cambiamento. Semmai, si propone di dare conto proprio degli effetti prodotti nel corso del tempo da tali processi.

Questo testo possiede una struttura dizionariale e ciò può consentire al lettore di costruire un proprio percorso di lettura, di selezionare cioè le voci che sono più affini ai suoi interessi. Dato comunque che si tratta di uno strumento di sintesi, il numero complessivo delle pagine è contenuto e ciò può consentire di leggerlo agevolmente nella sua interezza. Anche perché al suo interno i riferimenti bibliografici sono stati ridotti al minimo. La bibliografia finale contiene comunque l’indicazione di altri testi che potrebbero essere utilmente consultati da parte di chi abbia la volontà di conoscere più approfonditamente le principali questioni affrontate.

Avvertenza

Le voci di questo *Dizionario* seguono un criterio concettuale e non alfabetico. Trattandosi di un numero contenuto di voci, gli Autori si augurano che il lettore possa ugualmente ben orientarsi.

Parte I

Gli strumenti

Libro

di *Maria Angela Polesana*

L'avvento della stampa a caratteri mobili, nel 1450, ad opera dell'orafo tedesco Johannes Gutenberg, segnava una svolta nella civiltà occidentale, una vera rivoluzione che si accompagnava a un'altra importante transizione, ossia quella dal Medioevo all'età industriale e al capitalismo. Nel Medioevo i libri erano manoscritti, prodotti dai cosiddetti amanuensi (o copisti) che riproducevano a mano i testi con grande perizia calligrafica: si trattava di un lavoro lungo il cui esito erano opere uniche, irripetibili.

Il Rinascimento del XVI secolo segnava invece una sorta di spartiacque tra duemila anni di cultura alfabetica e manoscritta, da un lato, e i nuovi meccanismi della ripetibilità e della quantificazione introdotti dalla stampa, dall'altro. A tal proposito, lo studioso canadese Marshall McLuhan nel volume *La Galassia Gutenberg: nascita dell'uomo tipografico* (1976), in cui già a partire dal titolo esalta il ruolo del medium nella storia umana, scrive: «così come la stampa fu il primo esempio di produzione di massa, essa fu anche la prima merce uniforme e ripetibile» (p. 113). Con Gutenberg la trasmissione scritta della cultura diventava potenzialmente accessibile a tutti. Se infatti è vero, come nota Sartori (2006), che la Bibbia stampata da quest'ultimo, tra il 1452 e il 1455, aveva una tiratura di "sole" (oggi questa quantità fa sorridere) 200 copie è anche vero che quelle copie erano ristampabili: il che segnava un vero salto tecnologico.

La produzione in serie dei libri prevedeva alti costi di impianto dei macchinari che potevano però essere ammortizzati dal numero elevato di copie realizzabili. La stampa di libri (che riceveva una accelerazione nel XIX secolo con la nascita della macchina da stampa a vapore) era un'attività industriale, richiedeva un'organizzazione specifica, che di fatto trasformava il libro da oggetto sacro in oggetto di consumo: pubblicare diventava un'attività economica regolata dal mercato. La diffusione della stampa a caratteri mobili aveva però riflessi non solo da un punto di vista economico, ma soprattutto sulle forme di conoscenza, sulla cultura. La diffusione del libro favoriva infatti la generalizzazione della conoscenza, in particolare, dal 1530 circa in poi, quando la lingua volgare subentrava al latino democratizzando la lettura e quindi la conoscenza. I libri stampati in lingua volgare fungevano da collante, avevano una funzione unificatrice, poiché stimolavano gli individui a immaginarsi come un'unica comunità, come parte di una nazione.

Oltre al nazionalismo essi accentuavano l'individualismo, dal momento che consentivano una lettura intima e personale. A tal proposito ricordiamo l'italiano Aldo Manuzio, fondatore di una celebre tipografia a Venezia e molto più che stampatore. Con Manuzio nasceva infatti la figura dell'editore e a lui si deve la pubblicazione delle cosiddette aldine, ossia di piccoli libri che si potevano portare ovunque e quindi leggere ovunque.

Non ultimo il libro stampato decretava la "nascita" dell'autore o forse dovremmo dire il riconoscimento della sua esistenza. Prima dell'avvento della stampa la paternità letteraria individuale era sconosciuta, l'autore era marginale poiché, al di là delle opere di carattere religioso, gli amanuensi copiavano testi in cui l'autore non era "rilevante", quali: almanacchi, tabelle di misure e di conversione a uso dei commercianti, ecc. Non esisteva dunque ancora l'autore che pubblica un testo ex novo e che appone il proprio nome in copertina. E con l'autore nasceva anche il diritto di proprietà intellettuale, quindi copiare un libro o commentarlo, così come facevano abitualmente gli amanuensi, diventava un reato: in particolare, in Inghilterra, nel 1709, nasceva la prima legge sul copyright.

Il libro, uscito dall'ambiente elitario dei monasteri medievali e delle biblioteche, apriva le sue pagine al mondo tutto, senza distinzioni di classe, grazie anche alla sua economicità, e sempre di più ospitava nelle sue pagine contenuti tanto della cultura alta quanto di quella popolare, appartenenti a vari generi, tra cui il romanzo, e non più solo religiosi. Il libro si poneva al servizio della scienza, favoriva la persistenza del sapere, la sua eredità (ovvero la costruzione di un archivio della conoscenza), lo sviluppo dell'*homo sapiens* di cui alimentava la capacità di astrazione, di riflessione e di introspezione.

L'avvento di Internet, negli anni Novanta, la sua affermazione progressiva e la sua pervasività nelle nostre vite, attraverso una molteplicità di device (che parlano soprattutto tramite immagini e testi molto brevi), utilizzabili anche in situazioni di mobilità, la digitalizzazione della conoscenza, la diffusione degli e-book (e dei reader) hanno indubbiamente colpito il mondo dell'editoria, tuttavia il libro mantiene una sua insostituibile specificità, nel senso che nella sua forma cartacea sviluppa un rapporto tattile e affettivo con il suo lettore per cui, come sosteneva Umberto Eco alcuni anni fa: «i libri da leggere non potranno essere sostituiti da alcun aggeggio elettronico. Son fatti per essere presi in mano, anche a letto, anche in barca, anche là dove non ci sono spine elettriche, anche dove e quando qualsiasi batteria si è scaricata, possono essere sottolineati, sopportano orecchie e segnalibri, possono essere lasciati cadere per terra o abbandonati aperti sul petto o sulle ginocchia quando ci prende il sonno, stanno in tasca, si sciupano, assumono una fisionomia individuale a seconda dell'intensità e regolarità delle nostre letture...» (Eco, 2000, p. 155).

Giornale

di *Maria Angela Polesana*

L'invenzione della stampa a caratteri mobili di Gutenberg automatizzava e rendeva più economica la produzione di testi scritti raggiungendo il suo apice con il giornale, che veniva stampato ogni giorno. A cavallo tra il Settecento e l'Ottocento, una maggiore velocità in termini di produzione (l'avvento della linotype, nel 1884, che fondeva i caratteri nel piombo liquido, riduceva ulteriormente il tempo necessario per la composizione di un testo che passava dai 1400 della composizione a mano ai 6000 caratteri l'ora), che significava una stampa prodotta a cadenza temporale più ristretta, unitamente alla nascita di circuiti di distribuzione più efficienti, consentiva la diffusione del giornale, che poteva contare su un pubblico sempre più ampio, che veniva così coinvolto nella discussione di temi di attualità.

L'accelerazione della produzione di informazione si sposava con l'accelerazione della vita dell'uomo a seguito della rivoluzione industriale e dei conseguenti processi di inurbamento. L'individuo necessitava di un capitale informativo più articolato e indiretto, perché si trovava a gestire un numero sempre maggiore di situazioni sociali. Carlo Sorrentino, in *Cosa fa notizia. Leggere il giornale, capire il giornalismo* (2007), nota come il giornale funga da «mappa geografica per orientare l'individuo, come bussola in grado di fornire le coordinate giuste per l'azione» (p. 26). Ciò avviene sotto il segno della *condivisione*, nel senso che gli individui di un determinato contesto vengono forniti delle medesime informazioni e ciò accresce in loro il

senso di appartenenza a una medesima comunità, all'interno della quale il capitale di informazioni può essere speso nelle relazioni. E, in termini più ampi, stimola il senso di appartenenza a un'unica nazione.

Il giornale si caratterizza per operare una selezione degli argomenti, dovendo rispondere a un formato spazio-temporale che gli impone una sintesi inevitabile, in base alla loro rilevanza. Il che implica che le notizie selezionate debbano essere state ritenute rilevanti in relazione alle caratteristiche del destinatario, del contesto di diffusione, dello scenario socio-culturale del paese, del particolare momento storico. A differenza del libro il giornale è vincolato a una temporalità più breve ed è sempre un'opera di più voci, ossia i giornalisti che costituiscono la redazione. La regolarità nella pubblicazione dei quotidiani segna l'instaurarsi di un particolare legame, tra giornalista e lettore, costituito dall'appuntamento a intervalli prefissati.

La storia del giornale è inestricabilmente legata alle innovazioni tecnologiche che ne definiscono la fisionomia nel corso del tempo. Il torchio a vapore, la possibilità di produrre serialmente le immagini fotografiche e il telegrafo Morse, che consentiva di ridurre drasticamente i tempi tra la ricezione di un accadimento e la sua traduzione in notizia, contribuivano alla trasformazione dell'editoria periodica in industria di massa. Il primo quotidiano di massa a basso costo (la cosiddetta *penny press*) è stato *The New York Sun* di Benjamin Day che usciva nel 1833. Il che produceva un effetto positivo, ossia una democratizzazione del mercato, poiché le notizie diventavano accessibili a tutti, benché si promuovessero contenuti che vedevano una prevalenza di notizie di cronaca a carattere sensazionalistico in linea con la dimensione commerciale della stampa in USA (Borelli, 2003). Parallelamente, in Francia, Emile de Gerardin lanciava, nel 1936, *La Presse*. In entrambi i casi, il basso costo era consentito dai progressi raggiunti dalle tecniche di stampa e dalla massiccia presenza di inserzioni pubblicitarie a pagamento.

Ma per catturare l'attenzione di un pubblico distratto, quale l'abitante della metropoli, tutti i media avevano bisogno di

coinvolgerlo da un punto di vista emozionale. Ecco, allora, che anche la stampa sempre più affiancava alla sua capacità di trasmettere informazioni quella di produrre emozioni pubblicando, ad esempio, le prime strisce a fumetti oppure i romanzi d'appendice dei grandi scrittori dell'epoca, il cui successo era stato indotto anche dalla stampa stessa.

Ed è ancora un'innovazione tecnologica, che segna profondamente gli anni Duemila, ossia Internet, e la progressiva digitalizzazione delle informazioni, a incidere sulla vita del giornale. I nuovi scenari dell'informazione testimoniano una sofferenza sempre più evidente dei quotidiani cartacei che si vedono erodere progressivamente ampie fette di pubblico, soprattutto i giovani. Il giornale perde infatti di forza rispetto alla moltiplicazione delle fonti cui il pubblico può attingere per informarsi. Gli individui non fanno più ricorso, o comunque non solo, al giornale cartaceo, alla Tv o alla radio per aggiornarsi sugli eventi o approfondire un argomento, ma si rivolgono alla rete. Le notizie si diffondono attraverso una molteplicità di canali che non solo consentono una rapida e immediata fruizione, ma anche la partecipazione degli individui che diventano sia fruitori sia produttori di notizie: nasce il cosiddetto *citizen journalism*.

Accanto a quotidiani cartacei che creano una propria versione online, costituita da articoli più tradizionali e notizie aggiornate in tempo reale, o quasi, e coniugate anche con il linguaggio audiovisivo, numerosi sono i siti Web di informazione che non hanno la forma delle testate giornalistiche e quindi vengono percepiti come maggiormente liberi da condizionamenti e censure. Tali siti attingono ai video amatoriali e alle riprese in diretta con cui cittadini di tutto il mondo documentano quello che sta succedendo sotto i loro occhi e che, a volte, sono le uniche fonti disponibili in scenari di guerra o durante le catastrofi naturali. Il rovescio della medaglia è che, in un contesto di informazioni non più mediate professionalmente, ma condivise e partecipate, prosperano le *fake news*.

Fotografia

di Vanni Codeluppi

La nascita della fotografia viene convenzionalmente fatta risalire al 7 gennaio 1839, quando François Arago ha annunciato l'invenzione della dagherrotipia all'Accademia delle Scienze di Francia. Secondo Vilém Flusser (1987), l'arrivo dell'immagine fotografica ha costituito un'innovazione radicale all'interno della cultura occidentale. Un'innovazione che può addirittura essere paragonata a quella che è stata determinata in precedenza dalla comparsa della scrittura. La fissazione del linguaggio verbale ha spinto infatti gli individui a riflettere su quello che dicevano e li ha aiutati di conseguenza a prendere coscienza di sé. Pertanto, è stato principalmente grazie a tale innovazione che le civiltà umane hanno potuto maturare e sviluppare una propria autocoscienza.

La fotografia dunque ha determinato uno *choc* culturale che può essere avvicinato a quello che era stato creato in precedenza dalla comparsa del linguaggio scritto. Si è presentata nel 1839 nella forma di un procedimento fotografico ancora rudimentale come il dagherrotipo, ma già quattro anni prima William Henry Fox Talbot aveva creato il primo negativo, grazie al quale è stato possibile stampare in seguito l'immagine su carta. La fotografia ha assunto così la capacità di riprodursi nella quantità desiderata a partire da un'unica matrice di base. È diventata cioè un oggetto che, esattamente come i beni industriali, poteva essere prodotto in serie per grandi masse di persone.