# Storia dei media (con modulo di Sistemi dei media internazionali)

## Prof. Massimo Scaglioni; Prof. Stefano Guerini Rocco

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Il corso ha l’obiettivo di fornire agli studenti i principali strumenti introduttivi allo studio dei mezzi di comunicazione di massa, sia in una prospettiva storica sia attraverso i principali approcci teorici che caratterizzano i *Media Studies*. A una parte generale dedicata alla storia – sia italiana che internazionale – e alle relative teorie dei media, segue un approfondimento sui processi di digitalizzazione dell’industria dei media e sulle evoluzioni dei mercati globali in diversi contesti nazionali (in particolare in Europa e negli Stati Uniti). Il corso è corredato da parte monografica tesa a illustrare temi e problemi relativi alle dinamiche di sviluppo del sistema dei media in Italia e dell’industria culturale nazionale, con particolare attenzione all’evoluzione storica del mezzo televisivo (dalle origini all’età della convergenza) e al concetto di “public service broadcasting” (servizio pubblico).

Al termine dell’insegnamento, lo studente sarà in grado di conoscere i concetti di fondo relativi allo studio storico dei sistemi mediali, e in particolare all’analisi del mezzo televisivo, in una prospettiva tanto nazionale quanto internazionale. Sarà inoltre in grado di sviluppare in modo autonomo un lavoro di analisi critica di un prodotto mediale, e di esporlo in classe attraverso la forma della presentazione, del saggio breve o del “video-saggio”.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il corso è articolato in quattro moduli.

1. *Elementi introduttivi ai Media Studies e allo studio storico dei mezzi di comunicazione*

– Per una definizione di medium: le dimensioni dei media.

– Il concetto di “sistema dei media”.

– I media in una prospettiva storica: storia istituzionale, storia tecnologica, storia sociale, storia culturale.

– L’industria culturale.

2. *Storia e teorie dei media*

– I teorici dei media: profeti, empirici, critici.

– Questioni di storia e storiografia dei media.

– La storia internazionale dei media, dalla stampa al web.

– Le invenzioni dell’Ottocento e le origini della comunicazione di massa.

– La stampa e la “rivoluzione tipografica”.

– Dalla radiotelegrafia alla radio di broadcasting.

– La nascita del cinema e lo sviluppo dell’industria cinematografica.

– L’avvento di Internet e dei media digitali.

– La digitalizzazione dei media analogici.

– L’età della convergenza.

3. *Sistema dei media internazionali*

– Mercati globali e sistemi nazionali.

– Casi di studio: i media negli Usa e nelle principali nazioni europee.

– Traduzione, adattamento, “italianizzazione”.

4. *Questioni di storia dei media e di storia della televisione in Italia: prospettive storiche ed evoluzione contemporanea nel quadro della convergenza mediale* (corso monografico)

– Questioni e specificità della storia dei media in Italia.

– Prospettive di studio della storia dei media in Italia.

– Nascita e sviluppo dell’industria culturale nazionale.

– Dinamiche di sviluppo del sistema dei media nazionale.

– Strategie evolutive dell’industria editoriale italiana.

– Storia, sviluppo e generi della radio in Italia.

– L’evoluzione della cinematografia in Italia, tra autorialità e industria.

– Il sistema informativo italiano.

– I media e la società dei consumi in Italia.

– La televisione in Italia: il quadro storico, dalle origini all’età della convergenza.

– La televisione in Europa e il concetto di *public service broadcasting*.

– La storia della televisione attraverso il quadro dei generi.

– I modelli televisivi e le loro specificità.

– Televisione e convergenza dei media: verso la multiTV

– L’evoluzione dei consumi della televisione in Italia.

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

Appunti del corso.

Materiale messo a disposizione attraverso la pagina web del docente e la piattaforma Blackboard.

Le specifiche parti della seguente bibliografia che costituiscono materia del corso verranno indicate a lezione, sulla pagina web del docente e attraverso la piattaforma Blackboard.

Per i punti 1, 2 e 3

L. Gorman-D. McLean, *Media e società nel mondo contemporaneo,* Il Mulino, Bologna, 2011 (**Integrale**; sono solo da leggere i capitoli IV, V, VI, IX, XI).

[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/gorman-lyn-mclean-david/media-e-societa-nel-mondo-contemporaneo-9788815232519-212150.html)

G. Balbi-P. Magaudda, *Storia dei media digitali. Rivoluzioni e continuità*, Editori Laterza, Roma-Bari, 2014 (**Da preparare** i seguenti capitoli: Prefazione, Introduzione, I, V, Conclusione; sono solo da leggere i capitoli II, III, IV).

[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/balbi-gabriele-magaudda-paolo/storia-dei-media-digitali-rivoluzioni-e-continuita-9788858116272-218799.html)

Per il punto 4

C. Bernardi-E. Mosconi (a cura di), *Storia della comunicazione e dello spettacolo in Italia. Volume I (1900-1944)*, Vita e Pensiero, Milano, 2018 (**Da preparare** i seguenti saggi: C. Bernardi, “Rivoluzioni…”: G. Gozzini, “L’informazione…”; M. Stefanelli, “L’editoria illustrata…”; R. De Berti, “Il rotocalco…”; F. Colombo, “L’editoria italiana…”; M. Stefanelli, “La nascita del fumetto popolare”; R. De Berti, “L’impresa cinematografica…”; P. Villa, “Il divismo”; M. F. Piredda, “L’arma più forte…”; F. Di Chio, “Il cinema americano in Italia…”; P. Abbiezzi, “Eiar Eiar alalà…”; G. Valenti, “I generi della radio…”; S. Facci, “La canzone…”; E. Mosconi, “Dalla folla al pubblico”).

[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/bernardi-mosconi/storia-della-comunicazione-e-dello-spettacolo-in-italia-vol1-9788834335192-549755.html)

F. Colombo-R. Eugeni (a cura di), *Storia della comunicazione e dello spettacolo in Italia.* *Volume II (dal 1945 al 1978)*, Vita e Pensiero, Milano, 2015 (**Da preparare** i seguenti saggi: F. Colombo, “L’industria culturale in Italia nella prima…”; G. Gozzini, “La lunga anomalia…”; M. Scaglioni, “Il tg nella storia…”; M. Stefanelli, “Il fumetto tra cultura alta…”; P. Abbiezzi, “Dalle radio liberate...”; A. Grasso, C. Penati, “Una storia bifronte”; M. Scaglioni, “La storia in gioco…”; G. Lanotte, “La canzone tricolore...”; V. Codeluppi, “Dal nazionale all’internazionale...”).

[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/autori-vari/storia-della-comunicazione-e-dello-spettacolo-in-italia-vol-2-9788834330135-230781.html)

A. Grasso (a cura di), *Storia della comunicazione e dello spettacolo in Italia. I media alla sfida della convergenza. Volume III (1979-2012)*, Vita e Pensiero, Milano, 2017 (**Da preparare** i seguenti saggi: L. Barra, “I percorsi della convergenza…”; C. Penati, “LA TV italiana alla prova della modernità”; A. Fiacco, “Global TV: l’invasione dei format”; L. Barra, “Una televisione da ridere…”; P. Carelli, “Resistenze e trasformazioni dello sport in TV”; S. Carlo, “Dal beat al byte. L’evoluzione della radio”; M. Tarantino, S. Tosoni, “Il videogioco in Italia”).

[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/autori-vari/storia-della-comunicazione-e-dello-spettacolo-in-italia-vol-3-9788834332269-250089.html)

M. Scaglioni, *Il servizio pubblico televisivo. Morte o rinascita della RAI?,* Vita e Pensiero, Milano, 2016 (**Integrale**).

[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/massimo-scaglioni/il-servizio-pubblico-televisivo-morte-o-rinascita-della-rai-9788834331507-243130.html)

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso si svolge attraverso lezioni frontali, che prevedono anche l’analisi di materiale mediale e la sua discussione. La partecipazione alle lezioni è pertanto fortemente consigliata.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Durante il corso gli studenti che partecipano alle lezioni saranno chiamati a produrre due diversi lavori di analisi su prodotti mediali, da preparare, discutere e presentare nel semestre, nella forma di un video-saggio (o una presentazione power point) da realizzare in gruppo e di un paper da realizzare individualmente. Al termine del corso (negli appelli di gennaio/febbraio) è previsto un esame scritto rivolto particolarmente agli studenti che abbiano già prodotto e consegnato sia il video-saggio (o la presentazione) di gruppo che il paper individuale. L’esame scritto consiste in una prova con quindici domande a risposta multipla, selezionate in maniera casuale all’interno di ampi pool di domande di egual peso e difficoltà, valutate ciascuna con punteggio da 0 (in caso di risposta errata o mancata risposta) a 2 (in caso di risposta corretta). Mediante la prova scritta lo studente dovrà dimostrare di conoscere le teorie e i concetti chiave appresi nel corso, sapersi orientare tra i temi e le questioni affrontati.

 La valutazione complessiva degli studenti terrà conto anche degli eventuali risultati dei lavori di analisi realizzati durante il corso, corretti e discussi in classe. In particolare, la valutazione finale terrà conto per il 50% del voto ottenuto nell’esame scritto, per il 30% del voto ottenuto nella presentazione del paper individuale e per il 20% del voto ottenuto nella presentazione del video-saggio (o presentazione) di gruppo.

Gli studenti che non hanno presentato i due lavori di analisi richiesti durante le lezioni o che non hanno potuto sostenere l’esame scritto, possono presentarsi agli esami orali in tutti gli appelli. L’esame orale valuterà attraverso domande aperte le competenze apprese attraverso le lezioni e la bibliografia indicata, l’impiego della terminologia specifica, la capacità di individuare nessi concettuali e questioni aperte.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

L’insegnamento non necessita di prerequisiti relativi ai contenuti. Si presuppone interesse per l’analisi storica dei mezzi di comunicazione di massa e della comunicazione mediata.

Nel caso in cui la situazione sanitaria relativa alla pandemia di Covid-19 non dovesse consentire la didattica in presenza, sarà garantita l’erogazione a distanza dell’insegnamento con modalità prevalentmente sincrone che verranno comunicate in tempo utile agli studenti.

*Orario e luogo di ricevimento*

Il Prof. Massimo Scaglioni riceve gli studenti il martedì dalle ore 9,30 attraverso la piattaforma Microsoft Teams. Ci si può prenotare per il ricevimento il lunedì precendente inviando una mail al docente. Eventuali variazioni saranno indicate nella bacheca on-line del docente. Il docente è sempre raggiungibile alla mail *massimo.scaglioni@unicatt.it.*

Il Prof. Stefano Guerini Rocco riceve gli studenti su appuntamento presso il Dipartimento di Scienze della comunicazione (Via S. Agnese 2) o attraverso la piattaforma Microsoft Teams. Ci si può prenotare per il ricevimento inviando una mail al docente. Eventuali variazioni saranno indicate nella bacheca on-line del docente. Il docente è raggiungibile alla mail *stefano.guerinirocco@unicatt.it.*

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)