

# Capire i media

## DODICESIMA LEZIONE

prof. Peppino Ortoleva

[peppino.ortoleva@gmail.com](mailto:peppino.ortoleva@gmail.com)

# Capire i media

Come si può comprendere il funzionamento del *sistema* dei media nelle sue varie fasi storiche, il gioco di relazioni che si stabilisce tra le diverse forme di comunicazione?

Si potrebbero tracciare diversi schemi, tutti utili.

Facciamo qualche esempio

# Capire i media

possiamo distinguere sulla base dei sensi, tra mezzi basati

**sulla vista**

**sull'udito**

**sull'audio-visivo**

**misti**

pittura

parola parlata

cinema sonoro

danza

scrittura

musica

televisione

scultura

stampa

fonografia/disco

videoregistrazione

PC

fotografia

radio

cinema muto

audioregistrazione

e così via

notiamo nel corso degli ultimi secoli il crescente intreccio  
prima di mezzi sonori e visivi poi con altri sensi

# Capire i media

Ma possiamo tracciare anche altri schemi, per esempio quello più classico di tutti:

**Mezzi di comunicazione di massa** includono tutte le forme di comunicazione dirette a una platea vasta e potenzialmente indefinita di lettori/ascoltatori/spettatori  
stampa (libri, giornali, dischi)  
spettacoli di massa (cinema, sport)  
*broadcasting* (radio, televisione)  
eccetera  
**sono protetti dalla libertà di espressione (art. 21 Costituzione)**

**Mezzi di comunicazione personali** includono tutte le forme di comunicazione che si svolgono tra singoli interlocutori (posta, telegrafo, telefono, fax e più di recente comunicazione mobile  
posta elettronica  
eccetera  
**sono protetti dal diritto alla riservatezza o *privacy* (art. 15 Costituzione)**



# Capire i media

L'opposizione tra *mass media* e *personal media* è molto radicata nel senso comune, per il quale “i media” come sappiamo sono soprattutto la stampa, il cinema, la radio, la televisione, e adesso genericamente Internet ma questa opposizione non tiene conto di altre possibilità

**comunicazione da uno a molti**



come una lezione

**comunicazione da molti a molti**



come un corteo, o anche come Facebook



# Capire i media

ma come Facebook???  
in che senso Facebook  
sarebbe “da molti a  
molti”?



perché a differenza di un programma radiofonico o televisivo (“di massa”) permette a tutti di partecipare senza filtri, ma a differenza di una comunicazione interpersonale i suoi contenuti sono aperti a un gran numero di persone, che possono a loro volta rispondere; in generale la comunicazione via Internet sfida alcune distinzioni classiche tra i media

# Capire i media

E' poi possibile, ed è stato fatto da diversi studiosi, provare a creare una vera e propria mappa dei media, che indica le *posizioni* degli uni rispetto agli altri sulla base di alcune caratteristiche fondamentali che li riguardano tutti.

La mappa a cui faremo riferimento è stata elaborata prima della rivoluzione del *personal computer*, nel 1980, ed è nota come “mappa di McLaughlin” anche se a elaborarla furono in realtà due studiosi di un gruppo di ricerca di Harvard, John McLaughlin e Anne Louise Antonoff.

E' basata su un semplice schema cartesiano che divide i media sulla base di questi parametri:

media che erogano prodotti/ media che erogano servizi  
fornitori di supporti/fornitori di contenuti.



# Capire i media

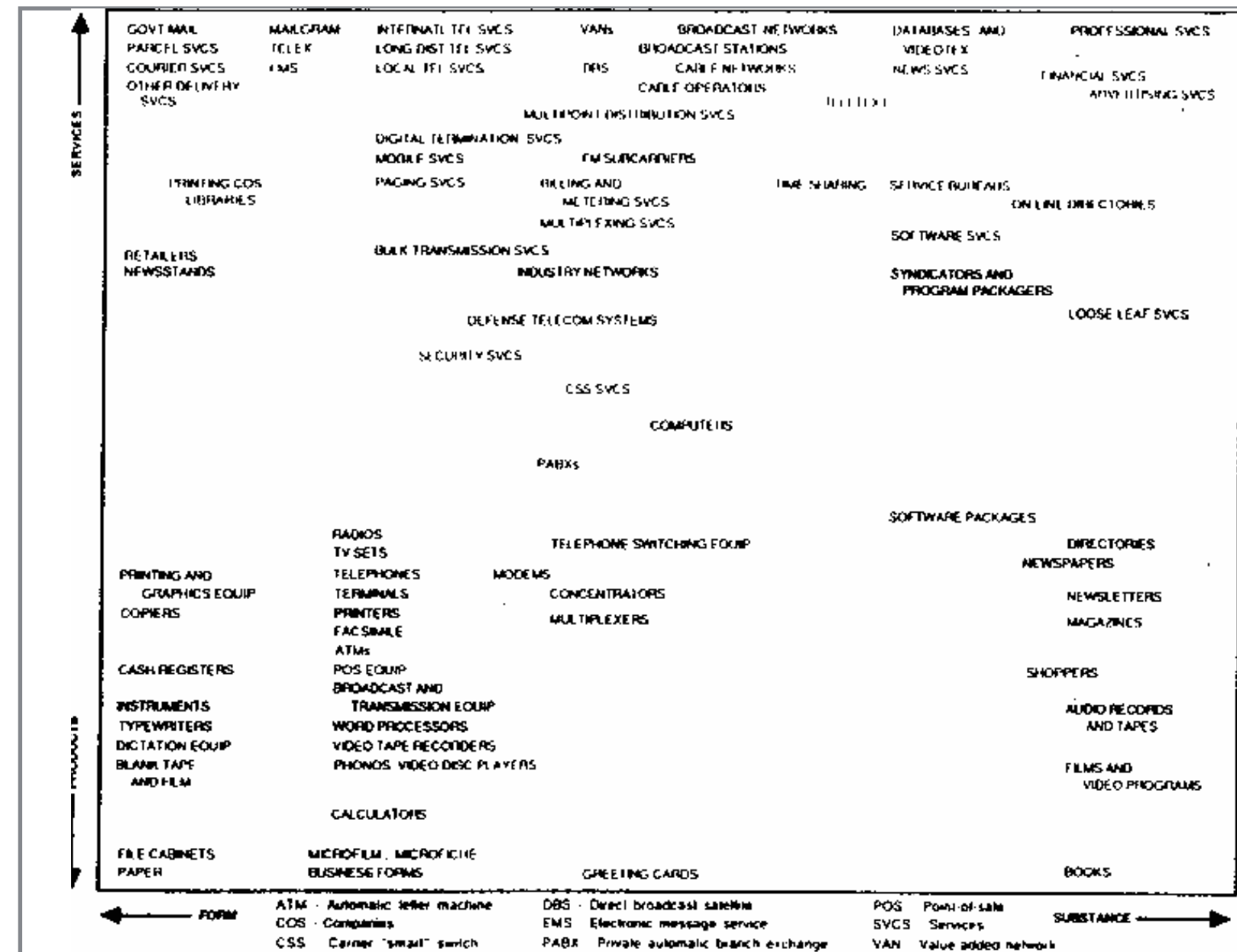


Figure 1. The Information Business

questa è la versione originale della mappa di McLaughlin e Antonoff un grafico non molto leggibile anche perché apparve in un documento a circolazione interna riprodotto, prima del *personal computer*, grazie a un mezzo di comunicazione oggi scomparso chiamato

“ciclostile”





# Capire i media

Quella che segue è invece una rielaborazione dello schema che pur seguendone in linea di massima le caratteristiche suddivide la mappa lungo i due assi, quello verticale va dai prodotti ai servizi quello orizzontale dai supporti ai contenuti.

In questo modo il sistema dei media risulta suddiviso in quattro diversi comparti:

# Capire i media

una mappa dei media

quindici anni fa



# Capire i media

Quali sono i comparti in cui la mappa divide il sistema dei media?

**In basso a destra, contenuti-prodotto**, cioè quei media che erogano contenuti (testuali, sonori, audiovisivi) in forma di oggetti, per esempio i libri, i dischi, i dvd.

Anche i giornali, che però in certa misura sono definibili anche come servizi, perché la testata si impegna a fornire le informazioni tutti i giorni, e il lettore può acquistare un prodotto, il singolo giornale, ma anche abbonarsi a un servizio, il giornale che gli viene recapitato a casa tutti i giorni.

Anche il cinema: quello che circola è un prodotto, sebbene lo spettatore paghi non per ottenerne la consegna fisica ma per avere diritto a un posto dal quale vederlo.



# Capire i media

**In alto a destra**, contenuti-servizio, cioè quei media che erogano contenuti (in particolare sonori e audiovisivi) in forma di servizio, come fa per esempio la radio, e la televisione.

Molti dei contenuti che circolano nella rete seguono un percorso analogo, pensiamo ad esempio a Wikipedia, ma anche a tanti siti d'informazione, inclusi quelli dei giornali.

Ma la rete vista come insieme è difficile da rinchiudere in uno solo di questi comparti, e tende a collocarsi verso il centro del sistema.

# Capire i media

**In alto a sinistra**, supporti-servizio, cioè i media che offrono strumenti per la comunicazione tra le persone: chi fornisce il servizio deve essere neutrale rispetto ai contenuti, anzi per quanto possibile non essere in condizione di conoscerli.

E' il caso del servizio postale (la corrispondenza nei paesi democratici può essere letta ed eventualmente censurata dalle autorità solo in caso di guerra o per alcune categorie come i detenuti), telegrafico, telefonico sia via cavo sia cellulare.

Questi servizi sono stati a lungo sottoposti a regime di monopolio, pubblico in gran parte dei paesi, privato in alcuni. Negli ultimi anni si è assistito a un doppio processo di privatizzazione e di apertura alla concorrenza.

# Capire i media

**In basso a sinistra**, supporti-prodotto, cioè quegli oggetti che sono essenziali a tutti gli altri comparti che abbiamo visto:

- per esempio la carta, o la pellicola cinematografica fin quando è stata utilizzata, o i materiali vergini su cui verranno impressi CD, DVD o altro
- per esempio le attrezzature per la ripresa fotografica, audio, cinematografica, audiovisiva in generale
- per esempio le attrezzature per la comunicazione telefonica e per la trasmissione radio-televisiva
- per esempio gli apparecchi a diffusione di massa come i *personal computer* o i telefoni cellulari.

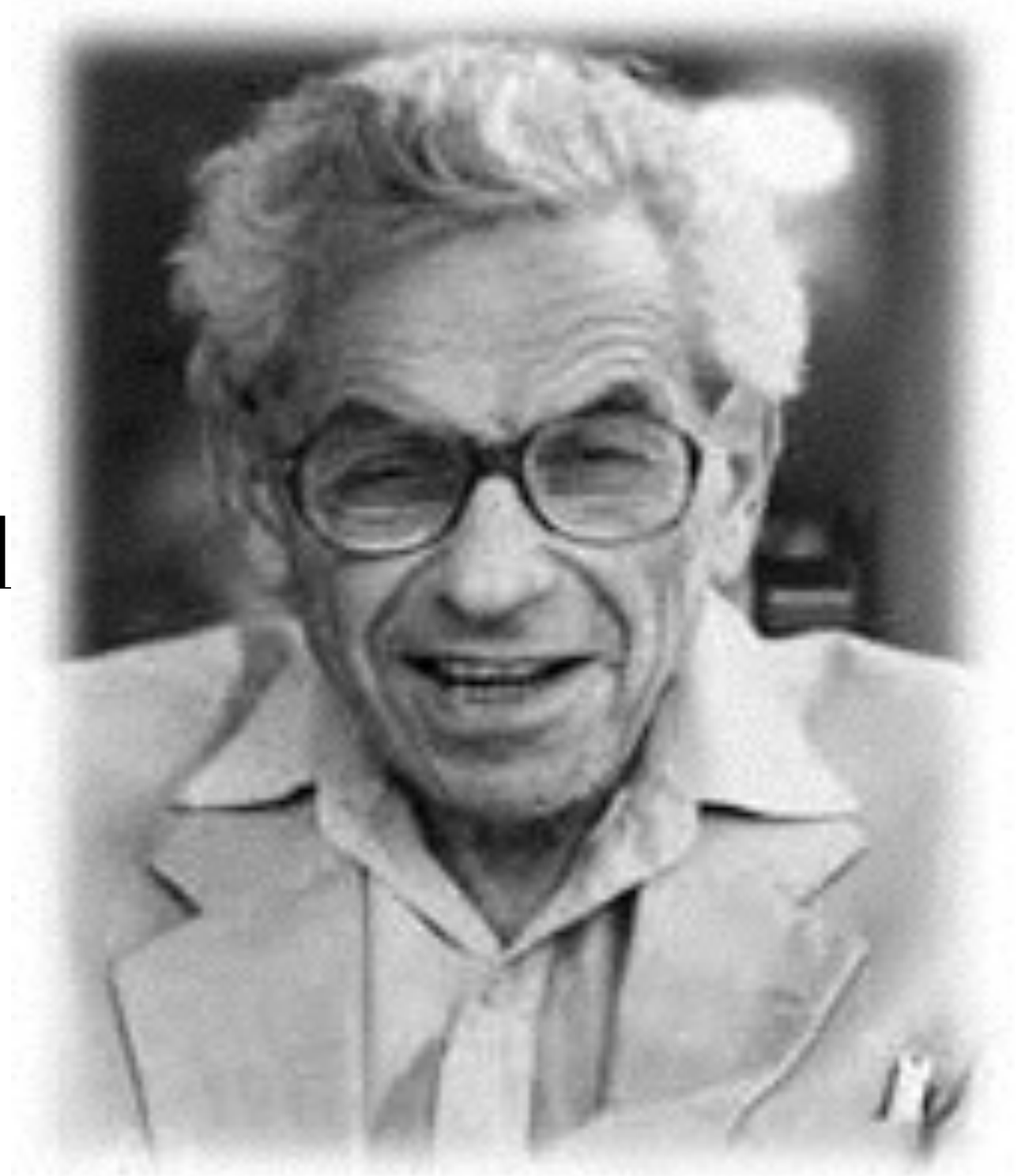
E' significativo che un'azienda che produce soprattutto apparecchi sia oggi la maggiore azienda del mondo. Si tratta infatti di un settore che può raggiungere immense dimensioni.



# Capire i media

La divisione del sistema dei media in comparti che abbiamo proposto sulla base della mappa di McLaughlin e Antonoff corrisponde in larga parte con l'analisi dello studioso americano Ithiel De Sola Pool nel volume *Tecnologie di libertà*, edizione originale 1983.

Secondo Pool il settore editoriale (libri, giornali, cinema ecc.) che corrisponde al comparto in basso a destra nella mappa, quello del *broadcasting* (radio e televisione), quello delle comunicazioni interpersonal sono soggetti a regole, economiche e giuridiche, differenti. Le vedremo nella prossima lezione.



Ithiel De Sola Pool (1917-1983)



# Capire i media



che succede oggi?



# Capire i media

Nell'epoca che stiamo attraversando, in particolare ma non solo a causa dello sviluppo del *web*, i diversi settori che abbiamo visto nella mappa sono meno nettamente separati, anzi tendono a confluire: così per esempio Facebook si comporta in parte come un erogatore di contenuti in parte come un servizio che mette in contatto le persone; e aziende come la Apple sono venditrici di apparecchi ma anche di *app*, che sono a loro volta in parte servizio in parte contenuto. Nella fase attuale il sistema dei media è in grande rimescolamento. Non è la prima volta.