

24. Storia e teoria dei media 0-Z

Globale e locale

- Mix di prodotti locali e globali
 - Prodotti provenienti da paesi più ricchi
- Comunità diasporiche
 - Legami e pratiche culturali del paese d'origine

Eventi mediali

- Televisione e ricerca storica.
- Breve vita degli archivi televisivi:
 - immagini effimere
 - definizione dei criteri di conservazione e catalogazione
- Immagini audiovisive che praticano il racconto storico: generi e popolarità.
- Immagine televisiva come evento nel dispiegamento della storia.
- Televisione come luogo del dispiegamento reale, simbolico e retorico dei fatti storici.

- Sorlin: « immagine evento », media come agenti di storia
- Televisione come testimone immediata e al contempo sfondo della nostra quotidianità.
- Non neutralità dell'immagine televisiva: produzione, distribuzione, consumo, interpretazione.
- Costruzione della memoria condivisa.



- Televisione come narratore storico: varietà di generi.
- Incontro della domanda e dell'offerta televisiva: la fiction storica.
- Raccordo tra pubblico e privato, tra storia individuale e collettiva

- Dayan e Katz (1992) definizione di *media events* come « i giorni di festa della comunicazione di massa »
- Nuovo genere narrativo che impiega il potenziale dei media elettronici per dirigere universalmente e simultaneamente l'attenzione al racconto di una storia archetipica sull'attualità.
- Simultaneità despazializzata e regime dello sguardo.
- Tre attori: organizzatori, broadcaster , pubblici.

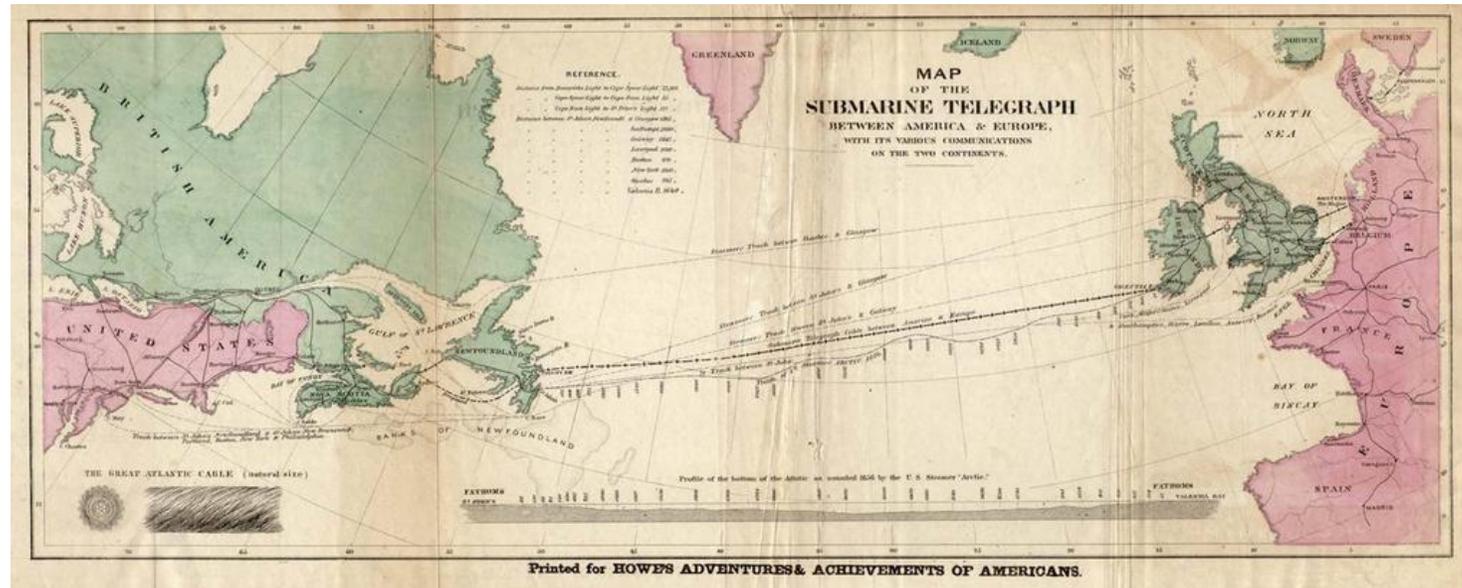
- Un evento mediale:
 - Interrompe il flusso della quotidianità (elemento sintattico)
 - Tratta concretamente o metaforicamente aspetti sacri (elemento semantico)
 - Implica la risposta di un pubblico devoto (elemento pragmatico)
- La loro combinazione produce un *media event*. Tre modelli:
 - *Competizione*
 - *Conquista*
 - *Incoronazione*.
- Tre tipi di autorità (Weber, 1946): razionalità , il carisma e la tradizione.
- Competizione: ad esempio sport (Olimpiadi, Mondiali), politica (Elezioni)
- Conquista: sbarco dell'uomo sulla Luna e nei viaggi 'storici' del Papa (Polonia, Cuba, Israele, ecc.).
- Incoronazione: incoronazioni ma anche nozze Carlo e Diana o William e Kate), le elezioni dei Pontefici, ma anche i funerali di statisti (Kennedy).

- Rituali mediali: la televisione rende possibile una straordinaria esperienza condivisa di osservare gli eventi al centro della società.
- Totalità e simultaneità.
- Espansione del concetto.
 - Coercizione (Weiman , 1987): terrorismo mediale, evento rituale per sovvertire le regole.
 - Egemonia (Couldry , 2003): forme di comunicazione che costruiscono il mito del centro mediato.
 - Testimonianza (Williams, 2000)

- Eventi mediali come fenomeni transculturali: caratteristiche dei media event (Dayan)
- Enfasi: pervasività sui media non solo generalisti.
- Performatività: moltiplicazione dei centri di potere
- Lealtà: persistenza di un nucleo di immagini (es. 11 settembre) nonostante la pluralità dei discorsi.
- Esperienza condivisa: appropriazione locale di eventi globali.

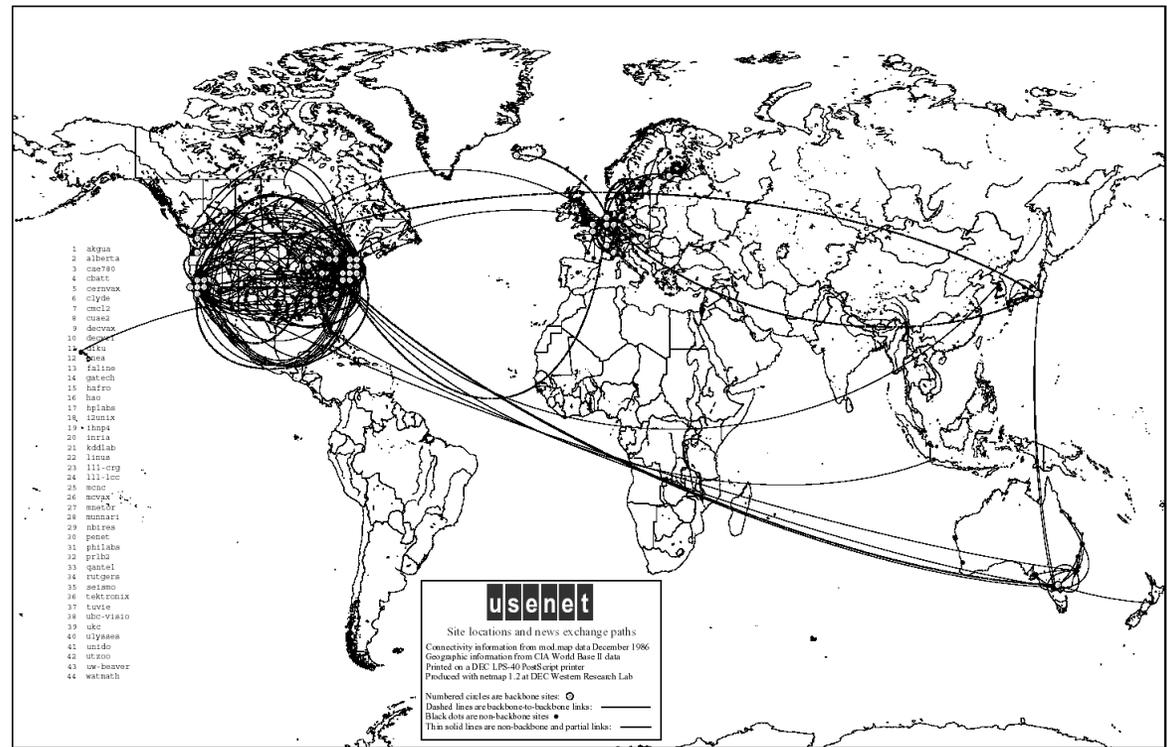
Globalizzazione

- Globalizzazione dei media: importazione ed esportazione di prodotti culturali a livello planetario.
- 1858-1866: posa del primo cavo telegrafico sottomarino (funzionante)



- Telstar: primo satellite per le trasmissioni televisive transoceaniche (1962)

- Sviluppo di Internet



- Tendenza a consumare contenuti « nazionali »
 - Informazione
- Contenuti che fanno riferimento all'identità nazionale e quindi difficilmente esportabili
 - Commedia
- Media situati
- Tensione tra globale e locale che si estende ai significati progettati e condivisi
- Media modellati da forme di policy, controllo e mercato
- Logica nazionale delle industrie dei media
- Prodotti medialti globali che vanno adattati, tradotti

- Imperialismo e decolonizzazione
 - Da « Terzo mondo » a « Paesi in via di sviluppo » a « Sud globale »
- Dominazione economica e culturale
- Mercato globale per il consumo di massa
- Imperialismo culturale: trasformare la dominazione coloniale in un moderno sistema di organizzazione e di controllo (Schiller)
- Televisione commerciale influenza il pubblico verso il capitalismo e lo stile di vita occidentale
 - Polemiche in Italia sulla televisione a colori (osteggiata dal repubblicano La Malfa)

- Forme di tutela della produzione nazionale rispetto alla produzione Hollywoodiana
- Bollywood e Nollywood



- Esportazione di divi e generi
- Cinema come soft power

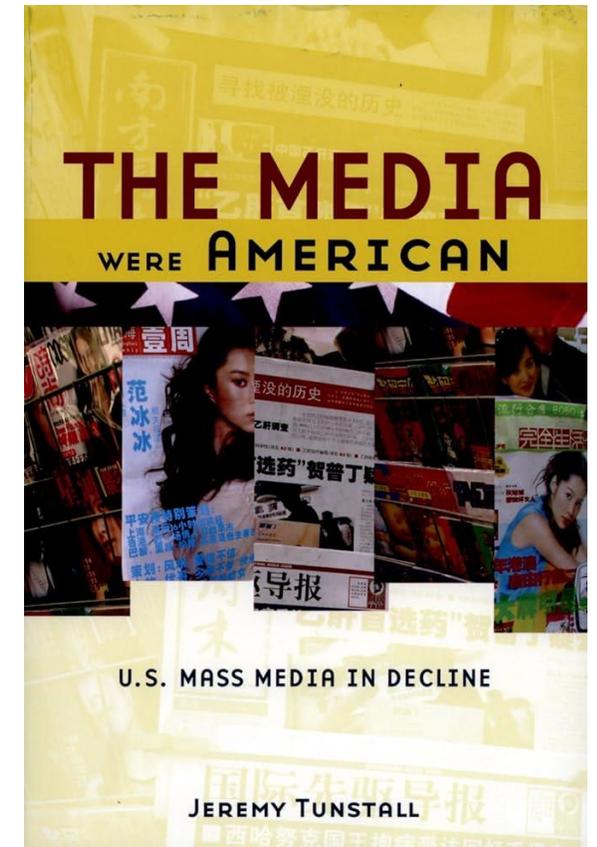
- Industria mediale globalizzata: processi di integrazione

- Piattaforme di streaming internazionali

- Americanizzazione della società globale?

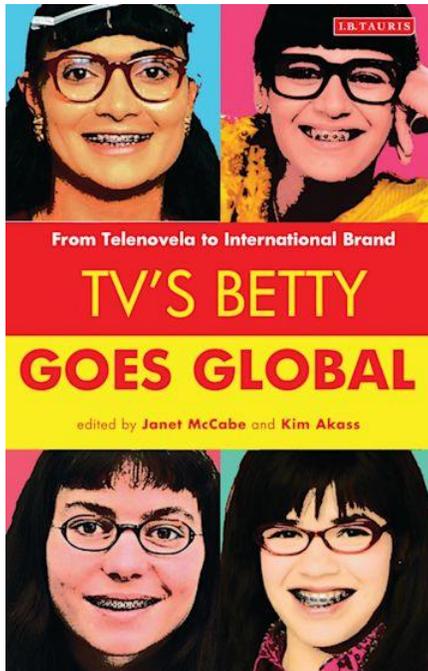
- Flussi multidirezionali di prodotti culturali
- Ibridazione dei prodotti
- Pratiche di ricezione

- Flussi mediali globali (Mediorami – Appadurai)
- Radio e televisione mantengono una dimensione fortemente nazionale
- Censure di stato (Cina e The Great Firewall)
- Geoblocking dei contenuti digitali
- Musica come medium globale
- Videogiochi
- Cinema mondiale d'essai
- Tunstall: The media were American



- Produzioni locali
- Percorsi degli etnorami e delle diaspore globali
- Narrazioni transmediali
- Ricerca di produzioni familiari
- Media diasporici: media del Paese d'origine o prodotti in luoghi nuovi per le comunità
- Flussi regionali: rilevanza e prossimità culturale (Straubhaar)

- Processi e pratiche di ibridazione: combinazione di forme e di stili, mediazioni nazionali
- Franchise globali (Mtv)
 - « Sai come chiamano un quarto di libbra con formaggio a Parigi? »
 - Reality show e format televisivi
 - *Yo soy Betty, la fea, Ugly Betty...* forza dell'archetipo



- Forme di negoziazioni del pubblico che modula i contenuti mediali
- Localizzazione nella ricezione: generi musicali

Localizzazione di un franchise mediale globale: il caso Pokémon Go

