



INTRODUZIONE

DI LAURIE OUELLETTE E JONATHAN GRAY

Parole chiave per i media studies permette ai lettori di scoprire e approfondire il campo degli studi sui media. Lo fa ricostruendo, definendo e problematizzando la sua nascente terminologia ufficiale. Ci appoggiamo al lavoro dello studioso gallese Raymond Williams. In *Keywords*, Williams presentò un «corpo condiviso di parole e significati» per la comprensione del «dibattito generale delle [...] pratiche e istituzioni che cataloghiamo come cultura e società». ¹ Non tanto un dizionario o un'enciclopedia, quanto piuttosto una mappa concettuale olistica organizzata intorno alle parole, il suo libro cartografava la storia e l'uso delle parole «chiave» come uno strumento per «registrare, indagare e presentare» questioni di cultura e società a cui quelle parole erano correlate. ² Williams non proponeva di stabilire un canone definitivo di termini importanti, o di fissare il loro significato una volta per sempre. Piuttosto, mappò la relazione dinamica fra linguaggio, conoscenza e soggetti. Nel tracciare le origini e il significato delle parole attraverso i cambiamenti del contesto sociale, economico e politico, creò un nuovo margine in cui interrogare e sovvertire i presup-

posti pieni di buonsenso riguardo la cultura e la società del presente. *Parole chiave per i media studies* riadatta questo approccio al vocabolario degli studi sui media. Le pagine che seguono presentano sessantacinque parole chiave, su cui riflettono studiosi di primo piano. A loro è stato dato il compito di mostrare come i significati, le storie e l'uso di queste parole s'intersecano con (e danno informazioni su) problemi e dibattiti nei media e nella società.

Curiosamente, la parola *media* gode di scarsa attenzione nelle stesse *Keywords* di Williams, prendendosi uno spazio di poco più di una pagina. Questo è probabilmente avvenuto perché Williams, che ha scritto sulla televisione, la stampa e la radio, concepiva i media meno come un'entità singola che come un aspetto sfaccettato e parte integrante di cultura e società – come suggeriscono i suoi due riferimenti incrociati alle voci più lunghe «Comunicazione» e «Mediazione». Ciononostante, vale la pena di considerare ciò che Williams scrisse sui *media*, una parola latina di cui faceva risalire le prime tracce al sedicesimo secolo, quando essa comunicava un'«accezione di intercessione o di ente / contenuto intermedio» come fra «un senso (o pensiero) e la sua effettiva applicazione».³ Nel diciottesimo secolo, il termine fu adattato ai giornali, al punto che i giornali erano concepiti (dai capitalisti) come dei «media» (strumenti) per la pubblicità. In questa epoca iniziò ad affiorare anche una consapevole accezione tecnica che distinguesse fra stampa, suono e visione come media. Stando a Williams, la parola *media* non fu di ampio uso fino al ventesimo secolo, quando l'espressione plurale di *mass media* entrò nel linguaggio comune per le nuove istituzioni e produzioni culturali di radiodiffusione, stampa e cinema. Solo allora nacque lo studio formale dei media (inizialmente chiamati «comunicazione di massa»), che si muoveva in «convergenza» con la comprensione di questi tre significati dei media, scrive Williams.⁴ Possiamo vedere elementi, tracce e confutazioni di queste prime definizioni dei media nelle voci raccolte in questo libro. Per esempio, mentre molti studiosi si accostano ai media anzitutto co-

me a «forme e sistemi di segni»,⁵ nuove ricerche sull'influenza mediale hanno rivitalizzato una comprensione dei media come azione esercitata su (e fra) il corpo fisico e i sensi (si veda il capitolo «Affetto»). I presupposti circa la specificità della tecnologia – la nozione che media diversi (stampa, radio, televisione, il web) hanno specifiche proprietà che «prevalgono su tutto ciò che viene detto o scritto o mostrato – sono ancora condivisi, sebbene molti studiosi rigettino il determinismo tecnologico.⁶ Come mostra Williams nella sua voce sulla mediazione, «l'uso moderno di media e mass media» conferisce ancora potere, su molteplici livelli, ai mezzi d'informazione, in modo da distorcere ciò che è «reale» e imporre relazioni mediate (ideologia) alla coscienza sociale.⁷ Il termine *comunicazione*, inteso sin dal diciassettesimo secolo come «l'azione di rendere qualcosa comune a molti, o divulgare»,⁸ fu inizialmente adottato per lo sviluppo di strade, canali, ferrovie e altre strutture fisiche – una focalizzazione che sopravvive nelle analisi di «Spazio» e «Infrastruttura» in questo volume. Solo con lo sviluppo di «altri mezzi per trasmettere informazioni e preservare il contratto sociale», scrive Williams, la comunicazione giunse a riferirsi prevalentemente alla stampa, alla radiodiffusione e ad altri mass media.⁹ Nei dibattiti di lungo corso sul potere dei mass media, è anche «utile richiamare all'attenzione la gamma irrisolta di significati del sostantivo originale *comunicazione*, rappresentato ai suoi due estremi dal senso di “trasmissione”, un processo di sola andata, e di “condivisione”, un processo comune e reciproco», come sostiene Williams, dato che «i significati intermedi – rendere qualcosa comune a molti, divulgare – possono essere letti in entrambi i sensi, e la scelta del senso da prendere è spesso cruciale».¹⁰

Poniamo l'accento su queste genealogie discorsive non per minimizzare i profondi cambiamenti occorsi in media e società da quando Williams pubblicò le sue *Keywords*, ma per situare lo studio contemporaneo dei media entro una storia delle idee presentata attraverso parole date per scontate che richiederebbero più contestualizzazio-

ne (per liberarle da imballaggi retorici) di quanta gliene diamo abitualmente. Sull'esempio di Williams, coloro che hanno contribuito a *Parole chiave per i media studies* mirano a storicizzare le riflessioni su media e società, che ciò significhi tracciare una storia di lunga durata dei «nuovi media», o anche definire in che maniera la comprensione del «potere» dei media subisca variazioni a seconda dei momenti storici e di come si formano le conoscenze. Abbiamo chiesto ai nostri autori di inserire le loro «parole chiave» nell'orizzonte di una disciplina interdisciplinare come i media studies, con il risultato che questo libro – oltre a spiegare il significato di parole dall'influenza profonda – ricostruisce una storia delle idee per quanto riguarda sia gli oggetti di una ricerca accademica, sia il quadro concettuale in cui sono stati esaminati, interrogati, analizzati e compresi. In ogni caso, anche più che in Williams, li abbiamo sollecitati ad andare oltre la descrizione e il riassunto, così da fare il punto sui media studies oggi, da intervenire nel dibattito, da delineare nuovi ambiti di discussione. Questo libro introduce i neofiti dell'argomento ad alcune parole chiave, tradizioni di ricerca e dibattiti, nonché alle loro storie e ai loro contesti. Al tempo stesso, offre sia a questi lettori sia a coloro che hanno insegnato e fatto ricerca nel campo per anni una cognizione delle nuove frontiere e delle domande più attuali. Siamo stati spesso, noi per primi, ispirati e incoraggiati dalla lettura di queste voci, e speriamo che i nostri lettori le usino in maniera simile: magari per avere un'idea migliore del terreno di gioco, certo, ma anche per scorgere prospettive per futuri lavori.

Cosa sono i media studies?

La teoria critica sui media si fa di solito risalire agli anni Quaranta del ventesimo secolo, quando i teorici legati alla Scuola di Francoforte volsero lo sguardo alla nascente industria massmediale e culturale negli Stati Uniti. A partire dagli anni Settanta e Ottanta, que-

sti studi sui media si svilupparono a ritmo serrato, influenzati dagli studi letterari e cinematografici, dalla teoria sul rapporto fra media e tecnologia, dalla critica femminista, dagli studi sulla televisione e, forse più di tutto, dai cultural studies inglesi e americani. Queste varie (e talvolta conflittuali) linee di ricerca si distanziavano dalla tradizione delle scienze sociali usate per studiare la comunicazione di massa, un filone sorto intorno agli anni Venti. La differenza sta nel fatto che queste linee di ricerca si concentrano sull'analisi quantitativa, sulla teoria sociale, culturale e politica, e sullo studio delle relazioni di potere. In questo libro, leggiamo i media studies in quanto collegati alla tradizione critica, che è (ed è sempre stata) ampiamente interdisciplinare.

Se da un lato i media studies sono (e sono sempre stati) un campo sfaccettato dal punto di vista intellettuale, dall'altro hanno sviluppato paradigmi, tradizioni e prospettive riconoscibili che possono essere mappati a beneficio sia degli studenti sia degli studiosi. Gli studi sui media, istituzionalizzati nelle discipline universitarie di media studies così come in «zone» specifiche all'interno di campi di studio compatibili (come le scienze della comunicazione, i visual studies e i cultural studies), rimangono un settore di ricerca particolarmente popolare, con corsi introduttivi e specialistici proposti agli studenti universitari sia triennali sia magistrali. Infatti, in un'epoca in cui molte discipline accademiche stanno soffrendo un calo di iscrizioni e un ridotto sostegno istituzionale, gli studi sui media continuano a crescere e prosperare, sfornando operatori nel settore, consumatori provvisti di capacità critica e nuove generazioni di insegnanti e studiosi. Dato che lo sviluppo delle nuove tecnologie mediali, la globalizzazione, la privatizzazione e altri fattori storici e sociali continuano a modificare il paesaggio dei media, gli studi critici sui media sono stati in un certo senso costretti a preservare un proprio carattere specifico di innovazione, autoriflessione e dinamismo. Radicati, come Williams insisteva a dire, in una tradizione discorsiva, i media studies stanno attraversando una sorta di rinascimento concettuale, dal momento che stu-

diosi e teorici lavorano per tenere il passo con la transizione dai mass media alla cultura mediale personalizzata e on demand, alle relazioni interattive e ai flussi dei media globali.

Parole chiave per i media studies mappa i concetti e le tradizioni di lungo corso negli studi sui media, oltre agli sviluppi emergenti e alle nuove direzioni prese attualmente dalle teorie relative. Le sessantacinque voci del libro presentano un'ampia guida alla terminologia, associata a un'analisi critica nella sua accezione più vasta. Invece di categorizzare i media in termini ristretti e mediamente specifici (come *film*, *televisione*, *radio*), abbiamo preso spunto dall'enfasi posta da Williams su quadri concettuali più grandi e modalità di analisi (come *sguardo*, *flusso* e *suono*). Oltre a coprire termini media-centrici familiari come *istituzione*, *tecnologia*, *produzione*, *rappresentazione* e *audience*, abbiamo anche scelto termini come *ibridazione*, *identità* e *lavoro*, che intendono i media all'interno di più ampi contesti sociali, culturali, politici, economici e globali. Per finire, abbiamo incluso termini fondamentali per l'analisi critica dei media (come *mito* e *egemonia*) insieme a termini d'analisi più recenti (come *affetto* e *assemblage*). Il risultato è che le pagine che seguono costituiscono una risorsa esauriente e proiettata nel futuro, sia per gli studiosi in formazione sia per quelli già affermati.

Studiare i media è difficile, perché nonostante l'uso comune possa far presupporre che i media in quanto tali siano un singolo oggetto monolitico, al contrario sono plurali e diversificati. Nuovi media si aggiungono di continuo al pantheon dei «vecchi» media esistenti, rimodellando a volte l'intero paesaggio, o semplicemente inserendosi in schemi consolidati in altre occasioni. È la società stessa a cambiare, modificando la posta in gioco o la rilevanza dei vari media. Il cambiamento della tecnologia e/o l'innovazione estetica possono dare nuova forma a un medium. Mutano anche le norme di produzione, distribuzione, consegna, esposizione e uso. Perciò, qualunque ricerca si situa in un segmento temporale preciso e tutti gli studi sono aperti a una revisione. Questo libro mette assieme alcuni dei principali stu-

diosi dei media studies per verificare dove ci troviamo in questo momento, in alcuni casi per spiegare come ci siamo arrivati, in altri casi ancora per indicare possibili strade davanti a noi. Non è un dizionario che mira a scolpire nella pietra termini che sicuramente tutti i nostri autori valuterebbero come instabili e soggetti a continua evoluzione; non è nemmeno un'enciclopedia che si prefigge di fornire un profilo con ambizioni di totalità (ma sfuggente) di una parola e che promette una (ugualmente scivolosa) restituzione oggettiva. Piuttosto, siamo stati ispirati dall'interesse di Williams ad approcciare un campo così vasto tramite l'esplorazione delle parole che, nelle logiche del discorso, contano davvero. Quali strati di senso delle parole dobbiamo comprendere, in modo da capire meglio, di riflesso, come funzionano i media? Abbiamo dato agli autori il compito di dispiegare questi complessi strati di senso. Abbiamo anche chiesto loro di indicare in che punto della mappa la parola si trova adesso. E li abbiamo invitati, se lo desiderano, a intervenire nella vita della parola e a richiedere approcci supplementari.

Confronti e selezione

Se si confronta il nostro indice con quelli di precedenti raccolte di parole chiave per i media e i cultural studies – non solo *Keywords* di Raymond Williams, ma anche *Nuove parole chiave. Dizionario di cultura e società* del 2005, a cura di Tony Bennett, Lawrence Grossberg e Meaghan Morris, e *Communication, Cultural and Media Studies: The Key Concepts* del 2011 – l'aggiunta di alcune parole nel corso del tempo potrebbe segnalare il loro uso crescente. Come è ovvio, dal momento in cui i media digitali hanno giocato ruoli sempre più cruciali sia nella società sia nell'analisi dei media stessi, un nutrito insieme di questioni correlate ha assunto una posizione di rilievo. Il risultato è che si è aggiunto un gruppo di parole – fra cui *accesso*, *convergenza*, *copyright*, *dati*, *interattività*, *personalizzazione* e *sorveglianza*, che non

comparivano nei due libri compilati in anni precedenti. Come è meno ovvio, la crescente complessità degli studi sull'intersezione di media, corpo e identità, e lo sviluppo di nuovi approcci per lo studio di identità e soggettività mediate, ha portato con sé nuovi termini che non c'erano in nessuno dei tre libri citati, per esempio *appropriazione*, *cosmopolitismo*, *intersezionalità*, *gioco* e *riflessività*.

In ogni caso, vorremmo suggerire che setacciare le tavole dei contenuti per vedere «cosa c'è di nuovo» nega, di fatto, molto di ciò che è davvero innovativo. Se il nostro auspicio resta quello di mettere a fuoco un campo in movimento, è più probabile constatare la mobilità nell'evoluzione delle definizioni di parole simili dal 1976 al 2017, passando per il 2005 e il 2011. Perciò, per esempio, *ordinario* appare in Williams, ma la voce «Ordinario» di Graeme Turner in questo volume è stata scritta in un'era di social media onnipresenti e di reality show che ha ridefinito il rapporto fra noi (come produttori e spettatori di contenuti amatoriali) e l'ordinario. *Razza* (o, per Williams, *razziale*) appare in tutti e quattro i libri, ma la voce «Razza» di Herman Gray in questo testo si pone all'interno del momento attuale della visibilità onnipresente, della biopolitica e di una presunta America «postrazziale». La voce di Susan Douglas sul femminismo considera molta della storia passata in rassegna dalla voce corrispondente di Bennett, Grossberg e Morris, ma fornisce alcuni aggiornamenti per lo stato presente di cose. E un intero gruppo di altre parole – fra le quali *audience*, *autore*, *cittadinanza*, *industria* e *testo* – non sono in alcun modo aggiunte al vocabolario critico dei media studies, ma la loro concezione nel campo di studi è cambiata considerevolmente, in maniere che i nostri autori qui riuniti cercano di delineare. Invitiamo i lettori, se sono interessati, a tracciare una storia delle definizioni nel tempo e attraverso i libri.

Nel segnalare continuità e differenze lungo le varie raccolte di parole chiave, tuttavia, non intendiamo certo dare inizio a un balzano pasatempo accademico del tipo «trova le coppie», come nel gioco Me-

mory. Al contrario, vogliamo sottolineare il vero nodo di un'impresa come la creazione di una serie di parole chiave. Le parole portano con sé strati di significato, e possono non solo essere *luoghi* di conflitto, cambiamento o conservazione, ma anche vere *protagoniste* nelle forze del conflitto, del cambiamento o della conservazione. Possono essere grida di battaglia che uniscono, armi che attaccano, balsami che calmano e guariscono. A dispetto della loro apparenza (come per le brevi «Razza», «Classe» o «Lavoro»), persino quando un dizionario non molto vivace potrebbe suggerire che esse sono fisse e per nulla eclatanti, alcune parole hanno un'importanza decisiva e sono tutto fuorché semplici. Questo libro traccia gli abbozzi di una cartografia, una mappa in rilievo dei media studies e dei loro aspetti più importanti. Lo fa con la definizione, la discussione, il coinvolgimento critico e talvolta con la ridefinizione di alcune delle parole più importanti nel campo.

Inevitabilmente, alcune delle parole chiave preferite dai lettori non appariranno in queste pagine. Non è nostra intenzione canonizzare, né suggerire che solo le parole qui schedate hanno importanza. Alle prese con un numero finito di pagine e parole, abbiamo dovuto prendere alcune decisioni, per esempio se concetti familiari potessero essere ricondotti a una singola voce e se, a volte, alcune parole necessitassero di una ridefinizione (e se qualche ridefinizione adatta fosse stata già adoperata altrove). Ciononostante, abbiamo messo assieme un gruppo di parole che è al tempo stesso eclettico, interessante e abbastanza rigoroso da coprire una gamma di tradizioni e temi di ricerca all'interno degli studi sui media. Se in queste pagine iniziali abbiamo offerto una breve risposta alla domanda «Cosa sono i media studies?», le pagine seguenti presentano una risposta, nel complesso, ben più ricca e coinvolgente.

In chiusura, vogliamo ringraziare i nostri autori, perché è stato facile e divertente lavorare con loro, e per averci permesso di essere lettori riconoscenti e non (soltanto) redattori-sorveglianti.