

Una storia della storia dei media

Mappa di una disciplina in formazione

di Gabriele Balbi

La bibliografia è stata scorporata da questo articolo e ne è stata fatta una sezione indipendente, quasi un nuovo capitolo, per due ragioni principali: la sua voluminosità e, soprattutto, la potenziale utilità come elemento autonomo e strumento di lavoro per chi voglia avvicinarsi alla storia dei media. Ciò non significa che la bibliografia proposta aspiri in alcun modo ad essere completa o esaustiva sul tema, ma, come ricordato nell'articolo, si tratta di un percorso bibliografico nella storia dei media, così come questa appena raccontata è «una» storia della storia dei media.

Desidero ringraziare tutti gli studiosi che hanno letto e commentato versioni precedenti di questo articolo, fornendomi utili spunti di riflessione e rimediando a veri e propri errori; in particolare, in ordine cronologico di discussione, Richard John, Lisa Gitelman, Finn Burton, Peppino Ortoleva e Giuseppe Richeri.

Questo articolo è potenzialmente pericoloso. Pericoloso, anzitutto, perchè l'obiettivo è quello di mappare una disciplina che sta trovando solo negli ultimi anni una certa stabilità. Pericoloso perchè fuorviante: come per ogni campo di ricerca, anche per la storia dei media è difficile annullare gli «stili nazionali», le scuole trasversali e gli indirizzi interdisciplinari, pretendendo di riunire in poche pagine e in un unico scritto le varie tendenze che hanno animato e stanno oggi animando il settore. Pericoloso, infine, perchè un articolo come questo risulterà sempre parziale e di fatto incompleto, essendo il frutto di

scelte arbitrarie: alcuni autori non sono stati citati, altri di sicuro mi saranno sfuggiti, determinate tendenze non saranno prese in considerazione per fondate ragioni, altre per errori miei. Mi sono tutelato, forse solo in parte, con il titolo: in queste pagine cercherò di ricostruire «una» storia della storia dei media. Una storia tra le tante che si possono raccontare, ma costruita pazientemente grazie a due elementi: una vasta revisione della letteratura esistente compiuta su testi inglesi, francesi e italiani; il tentativo di cogliere e raccogliere quanti più input ricevuti in anni di conferenze e di scambi con accademici italiani, europei e nord americani.

Questa storia della storia dei media si concentrerà su alcuni temi e proverà a fornire risposte (o almeno una serie di alternative) ad alcune domande che ancora animano gli storici e gli scienziati della comunicazione interessati alla dimensione diacronica dei mezzi. L'articolo si concentra, in particolare, su 5 aspetti: perchè è utile avere un approccio storico allo studio dei media; che cosa significa fare storia dei media; come si sta evolvendo il rapporto tra storia e media studies; passato, presente e tendenze future della disciplina; infine quale è stato il percorso che la storia dei media ha fin qui compiuto in Italia.

Perché fare storia dei media?

La prima domanda, forse ormai banale, con cui si deve confrontare un ricercatore che si avvicini allo studio diacronico dei media è quale utilità abbia questo tipo d'approccio. A prima vista in un settore che, come la comunicazione, sembra perennemente orientato al presente e a cogliere le tendenze del futuro, lo sguardo rivolto al passato appare come una perdita di tempo o, al più, un gioco stilistico per pochi addetti ai lavori. La storia dei media, in realtà, ha una rilevanza sia per il passato, che per il presente, che per il futuro.

Ha un'utilità per il passato per tre ragioni principali. In primo luogo, come qualsiasi altra forma di storia, quella dei media è rilevante per indagare le società vecchie attraverso una nuova lente d'osservazione che è quella della comunicazione, avanzando nuove spiegazioni e/o interpretazioni ai fatti della storia (Sloan and Startt, 1996, XI). La storia deve comprendere l'evoluzione e l'interrelazione tra i media perché uno dei suoi scopi principali,

specie dopo la rivoluzione storiografica degli *Annales*, è quello di penetrare, comprendere, afferrare in toto la «mentalità» dell'epoca che studia. Dal momento che i media hanno connotato in maniera crescente le società e le mentalità dell'Ottocento e del Novecento, è evidente che per comprendere gli ultimi 150-200 anni occorre includere i media nella ricerca storica (Jean-Jacques Becker, 1997, 221). Non soltanto per farne delle fonti, cioè dei documenti attraverso cui interpretare la realtà passata, ma andando più a fondo e individuando come i media sono stati utilizzati per portare alla luce temi e problemi della società passata e, al tempo stesso, per capire il ruolo che i media stessi hanno occupato e che occupano nei processi sociali più grandi. In secondo luogo, la storia dei media è utile per il passato perché è in grado di informare le generazioni presenti sulla loro storia o, in altri termini, di conservare la memoria delle modalità di comunicazione che furono. In terzo luogo, l'approccio storico alla comunicazione ha un'utilità per il passato più interna ai media studies e alla conoscenza della loro genesi. Dal momento che, come sostiene John Peters nel saggio contenuto in questo numero della rivista, il passato è costantemente emergente (J. Peters, 2011), analizzando storicamente i media possono venire alla luce dei passati alternativi, si possono riscoprire linee alternative e sconfitte che hanno però piena legittimità nello studio dei media contemporaneo. Gli esempi sono molti, ma mi si permetta di richiamare un mio lavoro sull'uso del telefono come mezzo di diffusione dei contenuti editoriali, la cosiddetta telefonia circolare (Balbi, 2010). Vedere il telefono come una radio, o meglio, comprendere che nel passato c'era una tale «flessibilità interpretativa»¹ che permetteva di fare del telefono sia un mezzo di comunicazione punto-a-punto che un mezzo uno-a-molti, è prendere coscienza che possa esistere un passato alternativo a quello «ufficiale».

¹ Il termine «interpretative flexibility» è stato introdotto dagli studi della Social Construction of Technology, un approccio che citeremo più volte in questo testo. Qui basti ricordare che, nella sua prima fase d'introduzione, un nuovo medium viene spesso utilizzato da diversi gruppi sociali per scopi differenti tra loro, fino a quando un uso specifico e univoco prende il sopravvento sugli altri possibili e si ha la cosiddetta «chiusura della flessibilità» (Pinch and Bijker, 1984, 419-424).

La storia dei media ha quindi la funzione essenziale di rileggere continuamente il passato mettendone in discussione le presunte stabilità su cui poggerebbero i media contemporanei.

La storia dei media ha poi un'utilità per il presente. Anzitutto, grazie alla storia, si possono capire meglio i media di oggi, la loro evoluzione e quindi le ragioni che hanno condotto al sistema attuale. La storia ci aiuta a capire il presente attraverso la conoscenza di come il presente è arrivato ad essere tale (Sloan and Startt, xii). C'è un forte legame tra vecchio e nuovo anche in relazione alla comunicazione: i nuovi media emergono sempre imitando o comunque ispirandosi ai vecchi, i quali a loro volta subiscono un processo di rimediazione e di spostamento di senso dovuto all'avvento della nuova tecnologia di comunicazione (Bolter and Grusin, 2000; Balbi, 2005). «Even the newest new media today come from somewhere», ha sostenuto Lisa Gitelman, per ricordare che ogni nuovo mezzo di comunicazione deve confrontarsi con caratteri, strutture, abitudini acquisite con i media passati e che occorre studiare i media passati per comprendere quelli presenti (Gitelman, 2006, 5). Secondo David Edgerton, storico della tecnologia, le continuità sono anzi più fondanti delle discontinuità e lo studio delle tecnologie della comunicazione, contrariamente a quanto avviene nella ricerca attuale, dovrebbe focalizzarsi sul vecchio più che sul nuovo, su ciò che rimane piuttosto che su ciò che compare (Edgerton, 2007).

Un'altra osservazione legata al tema vecchio-nuovo, e quindi all'utilità della storia dei media per indagare il presente, è che i media attuali sono frutto di un processo di selezione storica (Stober, 2004, 503). La televisione, ad esempio, ha rappresentato fino a ieri un mezzo di comunicazione con determinate caratteristiche (uno-a-molti, domesticità, forme, dimensioni, possibilità di essere azionata attraverso un telecomando, ecc.) perchè è stata soggetta a un lungo processo di selezione, che ha portato all'eliminazione di alcune componenti (il paradigma elettronico ha sostituito quello meccanico, la visione privata domestica quella collettiva extra-domestica, il colore ha rimpiazzato il bianco e nero, ecc.) e alla conservazione di altre. Studiare i media nella loro forma attuale, ignorando completamente il percorso che ha portato alla

standardizzazione di queste caratteristiche, significa misconoscere sia la vera natura dei mezzi di comunicazione sia, in prospettiva, la possibilità che essi mutino o siano già in fase di mutamento. È proprio il cambiamento a costituire un terzo fattore in grado di rivelare l'utilità della storia dei media per il presente. Le trasformazioni e le rivoluzioni della comunicazione attuale sembrano un fenomeno ineluttabile, un processo inarrestabile d'innovazione a valanga. La storia, anche in questo caso, può essere d'aiuto per capire che persino le rivoluzioni hanno precise traiettorie storiche e sono guidate da molteplici negoziati tra i diversi attori coinvolti; anzi, spesso un medium «è» una forma di negoziazione tra tecnologia e società. Non a caso, e questa rappresenta una delle due maggiori argomentazioni contro il cosiddetto «determinismo tecnologico», dallo stesso medium possono nascere due sistemi socio-tecnici (due media) totalmente differenti a seconda delle società che li impiegano.

C'è un ulteriore beneficio che lo sguardo della storia può apportare alla comprensione del cambiamento mediatico. Studiando la storia dei media si può infatti acquisire quella che Niels Brügger definisce una prospettiva dinamica, ovvero abituarsi a considerare i media in costante cambiamento, grande o piccolo che sia (Brügger, 2002). Anzi, forse è proprio il cambiamento la «central dimension of media history» (Poster, 2007, 46) perché i momenti di transizione sono spesso produttivi: in tali fasi vengono messe in forse le stabilità dei media, se ne contesta la natura ontologica e, più in generale, sono utili a comprendere come essi venivano percepiti e come questa percezione cambi nel corso del tempo (Uricchio, 2003, 35). È questa oltretutto una seconda argomentazione che viene spesso impiegata per contrastare il determinismo tecnologico: i media non sono oggetti dotati di un'identità propria e di una significatività univoca ma, cambiando costantemente, anche le loro presunte influenze «dirette» sulla società sono continuamente traslate, smussate, modificate.

La storia dei media, infine, può essere utile per il futuro. Quando si parla della relazione tra storia e futuro, molto spesso, riemergono due luoghi comuni che di fatto sono passati anche alla storia dei media: che la storia aiuti sia a non ripetere gli errori del pas-

sato sia a prevedere in qualche modo il futuro (Allan, 2008, 2923). La storia dei media può essere effettivamente utile al futuro, ma per altri versi. Anzitutto il passato ha molte caratteristiche in comune con il futuro: tanto nel passato come nel futuro, ad esempio, c'erano una serie di possibilità aperte, di media che potevano (e oggi possono) formarsi dall'incontro tra tecnologia e società; di convenzioni e protocolli non ancora stabilizzati. Studiare questa «openness of the past» (Zielinski, 2006, 10) è un modo per prevedere il futuro. Per prevedere non s'intende, naturalmente, che gli eventi debbano ripetersi allo stesso modo e che quindi la storia abbia in un certo senso un valore predittivo stretto². La storia ha però la capacità di allargare l'immaginazione, la prospettiva, la profondità dei giudizi, di stimolare il pensiero critico (Méadel, 1997; Godfrey, 2007) e, senza di essa, tutti i media studies sono meno equipaggiati nel comprendere il contesto significativo entro cui si sviluppano i loro stessi oggetti di studio, i media appunto (Conference Report, 1998, 201).

*I media
e le storie:
che cosa significa
adottare
un approccio
storiografico
ai media?*

«Fare» storia dei media può significare almeno cinque modi differenti di guardare ai mezzi di comunicazione dal punto di vista diacronico. Si può anzitutto fare storia «sui» media ricostruendo fatti ed eventi storici ad uso di programmi radiotelevisivi o siti internet. La storia sui media non è in genere riservata agli storici e agli studiosi di professione, ma spesso questi vi compaiono come esperti che commentano le immagini e i testi preparati da giornalisti (Nicholas, O' Malley and Williams, 2009). Una seconda alternativa per fare storia dei media è ricostruire la storia di «ciò che passa sui» media o, in altri termini, la storia dei contenuti; è un modo di fare storia che ribalta l'assunto McLuhaniano secondo cui il medium è il messaggio, interpretando invece il messaggio come elemento caratterizzante, e quindi degno di essere analizzato storicamente, del medium. Scopo di questa storia è, ad

² Naturalmente possono esserci similitudini tra passato e futuro, possono realizzarsi «trend» e «pattern» che però, per poter essere riconosciuti e interpretati, necessitano appunto una buona conoscenza della storia dei mezzi di comunicazione passati (su questo tema cfr. le teorie della «path dependence» e il concetto di «momentum» nei lavori di Thomas P. Hughes).

esempio, analizzare i programmi, i generi, le tendenze di linguaggio e i palinsesti radiotelevisivi nella loro evoluzione diacronica. Secondo Niels Brügger, queste prime due modalità di fare storia dei media sono essenzialmente un banale studio dei contenuti iscritti all'interno del medium e, sovente, chi pratica questi studi trascura la relazione dei contenuti con il medium in sé. In altre parole, sono storie che non prendono in considerazione lo specifico dei media (la «mediacy») attraverso cui i messaggi sono veicolati e, per questa ragione, non si possono considerare storie dei media e addirittura neppure forme di media studies (Brügger, 2002, 41).

Una terza via alla storia dei media può essere definita una storia «con» i media. Specie a seguito della già citata rivoluzione storiografica degli *Annales*, i mezzi di comunicazione sono stati considerati una fonte storiografica centrale per ricostruire la storia politica, economica, sociale, culturale. Fare storia con i media significa indagare un evento storico attraverso la loro lente spesso deformante, facendo dei mezzi di comunicazione delle semplici fonti che hanno però la capacità di comprendere in maniera più sottile alcuni aspetti della realtà passata. Si tratta anch'esso di un'approccio alla storia dei media che tende a studiare non tanto i media in sé, quanto gli eventi che dai media sono descritti e illustrati.

C'è una quarta via per fare storia dei media, autoriflessiva e interna ai media studies: la storia «delle teorie» dei media. Raccontare l'evoluzione diacronica dei pensatori e delle teorie che hanno connotato la ricerca sulla comunicazione ha una duplice funzionalità: da un lato, è un modo per indagare più da vicino la storia dei mezzi in sé, perché il modo in cui i media venivano studiati e compresi nel passato può aver giocato un ruolo nella loro stessa evoluzione; d'altro canto, la storia delle teorie dei media può avere una funzione euristica ed essere fonte d'ispirazione e confronto per l'elaborazione di nuove teorie (in altri termini, l'analisi delle modalità con cui i media erano pensati nel passato può influire sulle modalità con cui saranno pensati in futuro). Anche la storia delle ricerche sui media è inserita nella propria contemporaneità e le conclusioni/le domande cui arriva/risponde

variano in base al periodo storico e al contesto di riferimento (Wartella, 1996, 174). Fino a oggi le storie delle teorie dei media prodotte si sono perlopiù incentrate sugli sviluppi della «communication research» negli Stati Uniti (facendo in genere di Lasswell, Lazarsfeld e Katz i propri padri fondatori), trascurando spesso altri contributi e tradizioni teoriche non anglofone. Un altro elemento distintivo della storia delle teorie dei media è che questa è stata affidata più ai sociologi che agli storici³: a ben vedere, i manuali di sociologia della comunicazione sono infatti delle antologie di pensatori che tracciano una sorta di genealogia delle teorie della comunicazione.

La storia «dei» media, con il dei inteso al genitivo, rappresenta una quinta ed ultima via allo studio diacronico della comunicazione. Gli studiosi di storia dei media vedono i mezzi come un oggetto di ricerca autonomo, ne indagano le caratteristiche e le evoluzioni dal passato al presente, mirano a comprendere la nascita, l'evoluzione, l'interazione di un medium con tutti gli altri e con la società circostante.

Secondo Michael Schudson la storia che pone al centro del proprio campo d'indagine i media si può dividere in ulteriori tre grandi correnti. La prima, definita macro-storia della comunicazione, «considers the relationship of the media evolution and asks the question: how does the history of communication illuminate human nature?» (Schudson, 1991, 177-181). Le figure chiave di questo tipo di storia dei media sono quelle di Harold Innis e Marshall McLuhan e l'interesse principale è comprendere in che modo gli strumenti del comunicare abbiano plasmato la storia e le capacità della mente umana. John Nerone ha ricordato che tale approccio presenta due pericoli principali: ricostruire una storia dove tutto è comunicazione e dove tutto quello che si vuole trovare è già messo a punto prima di entrare negli archivi (Nerone, 2003, 99).

³ Gli storici dei media hanno cominciato solo recentemente a includere le teorie nel loro campo d'interessi (Park & Pooley, 2008); un'eccezione è costituita dal sito <http://historyofcommunicationresearch.org/bibliography> che da anni si propone di mappare la ricca e crescente bibliografia sulla storia delle teorie dei media.

La seconda tipologia di storia dei media è quella che Schudson definisce istituzionale, dove cioè i media sono analizzati anzitutto come istituzioni, nella loro articolazione, evoluzione, superamento e risoluzione di conflitti; si tratta, in larga parte, dell'approccio adottato da Asa Briggs nella sua ricostruzione della storia della BBC. Tra i problemi della storia istituzionale dei media, il principale è quello che analizza il medium indagando esclusivamente i rapporti di forza interni, senza cercare ragioni complesse ed esterne della sua evoluzione (Schudson, 1991, 178).

C'è infine una terza via alla storia dei media che Schudson indica come la vera e propria (utilizza il termine «proper») storia della comunicazione. Questa storia considera le relazioni dei media con la storia culturale, sociale, politica ed economica e risponde a una domanda fondamentale: «how do changes in communication influence and how are they influenced by other aspects of social change?» (ivi, 177). La storia dei media, in quest'ottica, è il risultato di un lavoro complesso e paziente, che deve considerare sia le influenze che i mezzi di comunicazione subiscono dalle componenti sociali, sia il loro potere di influenzare i discorsi e le pratiche sociali. Questa storia dei media richiede uno sguardo multifocale (Richeri, 2006), che coinvolge la dimensione tecnologica del medium, i suoi contenuti, i rapporti tra politica, società ed economia per il suo controllo, il fatto che i media siano al tempo stesso agenti ed amplificatori dell'evoluzione sociale (Stober, 2004). Grazie a questo modello si riesce a comprendere la profondità storica dei media, in un continuum tra pratiche sociali e culturali e materialità/tecnologia del medium in sé; è quanto già sosteneva negli anni Settanta del Novecento Raymond Williams, invitando a considerare la televisione sia nella dimensione di tecnologia che in quella di forma culturale (R. Williams, 2000).

Anche se fare storia dei media vuol dire almeno cinque cose diverse (e, all'interno della storia dei media, altre tre), è lecito chiedersi, in conclusione di questo paragrafo, se e come si possa definire la storia dei media. Gli studiosi di comunicazione, pur non trascurando l'analisi diacronica dei contenuti e l'utilizzo dei mezzi come fonti storiche, stanno sempre più convergendo verso una sorta di standardizzazione della storia dei media: al centro resta-

no il medium in sé e le interazioni socio-tecniche tra media e società, ma una vera storia della comunicazione si connota per la contemporanea presa in esame di diversi fattori. Se, come ha sostenuto Peppino Ortoleva, il termine «medium» possiede una «stratificazione di significati» tale da renderlo un oggetto complesso e multiforme (Ortoleva, 2009, 224), la storia dei media dovrà prendere in esame tutti questi livelli di significazione. Prendiamo ad esempio la storia del cinema. Essa consiste in una storia della «tecnologia» o degli insiemi di tecnologie (dalla lanterna magica, al colore, al sonoro, al cinema 3D); in una storia dell'«istituzione» o meglio della pluralità di istituzioni che danno un quadro di regole entro cui il cinema si orienta (le politiche nazionali a sostegno del cinema, il mercato cinematografico, le associazioni degli attori, ecc.); in una storia del «linguaggio» cinematografico; in una storia di un «luogo e di un oggetto» (il cinema come sala cinematografica, tanto che si dice «vado al cinema», e il cinema come oggetto di visione, «vorrei vedere un cinema» si diceva spesso); in una storia di «aspettative e sottintesi» socialmente condivisi (il cinema prima implicava lo spostamento fisico per la visione, il pagamento di un biglietto, la volontà di recarsi in sala era dettata anche dal sapere in anteprima cosa si sarebbe andato a vedere; oggi significa qualcosa di differente per la massiccia introduzione degli «home theater» e delle multisale). La storia dei media è tutto questo e qualcosa in più. Fare storia dei media significa avere un'abilità nel destreggiarsi tra le forze politiche e istituzionali che plasmano la legislazione attorno cui si formano i media (Starr, 2004) e quelle economiche che guidano i mercati nazionali e internazionali; tra la dimensione tecnologico-materiale di un medium e la sua possibilità di piegarsi, di evolversi, di essere riusato dagli utenti per propri scopi sociali e culturali; fare storia dei media significa comprendere la rilevanza culturale di un medium, le sue valenze sociologiche e psicologiche profonde, che si estrinsecano anche attraverso le fotografie, i dischi, i programmi radiotelevisivi, i siti internet (e quindi «il messaggio»).

Un altro carattere peculiare della storia dei media è la sua natura sistemica, con cui s'intendono almeno due elementi. Il primo, e

principale, è che la storia dei media differisce completamente dalle storie dei singoli mezzi di comunicazione, che hanno spesso tradizioni molto più antiche, come la storia del teatro, del giornale, della fotografia, del cinema, della televisione (Dahl, 1994, 554-557; Ortoleva, 1995, 23-38). La storia dei media è stimolata e stimola la storia dei singoli mezzi di comunicazione ma è diversa dalla semplice somma di queste altre storie. Lo storico dei media deve comprendere l'interrelazione dei media passati, la complessità di tutti i media presenti in un determinato tempo situato nel passato, il suo obiettivo è «the totality that emerges when one looks at the various inter-connected mass media of the past and focuses on the relations between them» (Bastiansen, 2008, 104). In quest'ottica tutti i media in una determinata società sono visti come un unicum, un sistema appunto, e allo storico dei media è necessaria una conoscenza approfondita della loro dinamica complessiva. Un singolo medium non è altro che il risultato di coesistenze, sovrapposizioni, lotte con gli altri media; in altri termini, un medium non è altro che il prodotto della presenza di altri media e, quindi, studiarlo isolatamente significa ignorarne questa natura relazionale profonda (ivi, 110).

Una seconda definizione di sistema dei media deriva direttamente dall'approccio multifocale. Ci s'interroga sulle diverse dimensioni politico, economico, tecnologico e culturali dei media semplicemente perchè tutte queste dimensioni fanno parte di un sistema, di un intreccio inestricabile. La storia è la disciplina più adatta a sciogliere questo intreccio perchè, così come l'antropologia, è «totale», ovvero in grado di cogliere i fatti umani e le loro relazioni con i mezzi di comunicazione nella loro piena e indissociabile interezza. Come è stato recentemente notato per la storia del cinema, ad esempio, la prospettiva che considerava esclusivamente la dimensione estetica della cinematografia è oggi insufficiente e, accanto all'analisi semiotica dei film, stanno sempre più emergendo riflessioni politiche, economiche, sociali, multimediali del mezzo: si tratta di un passaggio dalla storia del cinema a quella dei media (Staiger, 2004, 127).

Un ultimo carattere che contraddistingue la storia dei media, e anzi secondo alcuni studiosi ne costituisce il vero paradigma do-

minante (O' Malley, 2002, 170), è la sua interdisciplinarietà. La capacità di unificare e di accogliere le istanze delle altre discipline delle scienze sociali è del resto una caratteristica della storia in sé (Braudel, 1973) e la storia dei media in tal senso non fa eccezione; anzi, essa è ancor più interdisciplinare perché accoglie sia gli insegnamenti umanistici e delle scienze sociali (sociologia, semiotica, psicologia, economia, politologia, antropologia, cultural studies, letteratura), sia quelli tecnici, dal momento che i media hanno anche una materialità chimico-fisica la cui conoscenza è indispensabile per comprenderne a fondo la vera natura.

*I media
e la storia:
divergenze
e convergenze*

James Curran ha sostenuto come la storia sia la «neglected grandparent of media studies» (Curran, 1991, 27). Ciò si deve a una sorta di idiosincrasia tra storia e comunicazione. In primo luogo, come già ricordato, la comunicazione è orientata al presente, mentre la storia sembra essere maggiormente interessata al passato. I media sono coniugati al presente, all'*hic et nunc*; è una loro qualità intrinseca, una sorta di carattere originario (Dahl, 1994, 552). Anche le ricerche sulla comunicazione e sui media sono eccessivamente orientate al presente e discipline quali la sociologia della comunicazione, la psicologia, la semiotica, la linguistica analizzano i mezzi di comunicazione come se questi fossero in un certo senso a-temporali (Butsch, 2008, 86). La storia, al contrario, pur essendo utile sia per l'analisi del presente che per quella del futuro, ha la propria centralità nelle fonti e nei luoghi del passato (testi, apparati, musei, archivi, collezioni private) e, più in generale, fa del passato un elemento costitutivo. Per questa ragione, il mainstream della ricerca storica ha spesso guardato con diffidenza ai media studies e ha preso in considerazione i mezzi di comunicazione spesso soltanto quando non poteva farne a meno per scarsa significatività di altre fonti (Zelizer, 2008).

In secondo luogo, lo studio dei media e quello della storia hanno tradizioni teoriche e metodologiche alquanto differenti. Le narrative orientate alla comunicazione mirano a spiegare i cambiamenti sociali con un'unica causa (i media appunto), mentre quelle storiche hanno un interesse per le spiegazioni complesse, pluricausali. Inoltre, mentre la storia è profondamente legata a

metodi e fonti di riferimento che oltretutto hanno radici antiche, i *media studies*, al contrario, hanno solo recentemente inaugurato proprie metodologie e hanno privilegiato a lungo l'applicazione pratica alla costruzione di un armamentario metodologico (si pensi all'orientamento delle scuole di giornalismo verso la professione e, cioè, all'insegnamento di tecniche giornalistiche più che di metodi e teorie d'analisi della comunicazione).

In terzo luogo, e più in generale, *media studies* e storia appartengono a due settori disciplinari radicalmente differenti. Anche se la loro genealogia è contrastata, i *media studies* hanno trovato un accoglimento, specie nelle università anglosassoni, nelle scienze sociali, mentre la storia ha una lunga tradizione nel settore delle cosiddette *humanities*. Scienze sociali e *humanities* sono andate sempre più distanziandosi nel corso del Novecento e anche storia e *media studies*, pur soffrendo le tensioni tra queste due discipline, sono andate via via divergendo (O' Malley, 2002).

In quarto luogo, una differenza sostanziale tra *media studies* e storia è stata spesso rappresentata dagli obiettivi. Mentre lo storico ricostruisce, mattone dopo mattone, piccole storie in base alle fonti a disposizione, gli studiosi di comunicazione sono maggiormente orientati alle grandi narrative (Nerone, 2006, 255). Si pensi alle affascinanti visioni della storia organizzate secondo i *media* dominanti proposte da Harold Innis e Marshall McLuhan; queste grandi narrative hanno spesso urtato lo storico, lo hanno insospettito per la loro difficile verificabilità e forse hanno contribuito a gettare un'ombra di scarsa scientificità su tutta la storiografia della comunicazione. Oggi gli storici, anche per la fortuna dell'approccio braudeliano della lunga durata, appaiono più aperti ai modi in cui gli altri umanisti e gli scienziati sociali riflettono sul passato (Nerone, 2008, 137), anche se il loro interesse rimane ancora concentrato sul dettaglio e sullo svelamento di una porzione di realtà attraverso la scoperta di nuovi documenti, piuttosto che sulla formulazione di una visione ampia del mondo.

C'è un'ultima ragione che ha contribuito a mantenere una certa distanza tra *media studies* e storia: lo snobismo di quest'ultima nei confronti dei *media* e della comunicazione in generale. Un primo snobismo, che potremmo chiamare di tecnica, ha portato

e talvolta porta ancora gli storici a «ignorare» i media come possibili fonti delle storie che stanno raccontando: essi impiegano, infatti, molto di più le classiche fonti a stampa (lettere, memoranda, documenti ufficiali), piuttosto che dischi grammofonici, pellicole cinematografiche, programmi radiotelevisivi (Dahl, 1994). Non è solo una questione di utilizzo dei media come fonte, ma di cecità verso i media tout court: le élite storiche, infatti, hanno spesso letto l'emergere dei mass media come un elemento secondario, come una spiegazione poco rilevante dei cambiamenti politici, economici e sociali della contemporaneità (O' Malley, 2002, 164). Una seconda forma di snobismo, di tipo corporativistico, consiste nelle riserve che gli storici hanno sulla legittimità della storia dei media come soggetto accademico autonomo che possa essere indagato con le tradizionali metodologie e pratiche professionali (Allan, 2008); per gli storici, a lungo i media non sono esistiti e la comunicazione è stata un settore marginale delle loro ricerche: un lavoro centrale per la storia dei media come quello della Eisenstein sul libro, ad esempio, non è considerato storia dei media, ma storia culturale o politica (Nerone, 2003, 95).

Tutte queste differenze che hanno contribuito a mantenere separati gli studi storici e i media studies, negli ultimi anni stanno lentamente scomparendo e le due discipline stanno progressivamente convergendo verso un nuovo campo di studi: la storia dei media. Anzi, si può oggi sostenere che la storia dei media sia ormai indispensabile anche per la stessa storia generale, dal momento che sarebbe assurdo affrontare lo studio della contemporaneità senza tenere conto della comunicazione che ne influenza e condiziona i sistemi politico-sociali (Anania, 2007, 147). Tale avvicinamento e progressivo processo di fusione, secondo John Nerone, è stato favorito dalla crescita d'importanza di almeno tre campi di studio: la storia della tecnologia, quella del libro e quella dell'opinione pubblica (Nerone, 2006). La storia della tecnologia, negli ultimi decenni, ha assunto una propria identità consolidata attorno ad associazioni di riferimento (SHOT e ICOHTEC su tutti), riviste scientifiche («Technology and Culture, History and Technology» e molte altre), studiosi e teorie (e tra

queste ultime la costruzione sociale della tecnologia, la SCOT, è divenuta molto popolare). La rilevanza della storia della tecnologia per quella dei media non risiede in una presunta convergenza tra le due⁴, ma nel fatto che la prima abbia fornito alla seconda alcuni capisaldi attorno cui crescere e strutturarsi: ha apportato un correttivo al presentismo dell'approccio scientifico ai mezzi di comunicazione; ha dimostrato che, in realtà, i nuovi media sono in parte vecchi e non così diversi da quelli del passato; infine ha ricordato come la tecnologia e i media non detengano un potere autonomo (Nerone, 2006, 255-56), contagiando i media studies con una certa allergia nei confronti del determinismo. La storia del libro, allo stesso modo, si è costruita un'identità propria, enfatizzando spesso la materialità del proprio oggetto di studio. Anche la storia della sfera pubblica, infine, sulla scorta dei lavori di Habermas (Habermas, 1972), ha assunto una certa rilevanza per gli studiosi di comunicazione (ivi, 259).

Grazie a questo incontro tra storia e media studies, la storia dei media sta acquisendo dei parametri sempre più definiti e ha assunto uno statuto di verità che si basa sulle fonti (e quindi sulla verificabilità); in altri termini, si è trasformata in un campo di studi vero, riconosciuto, storiograficamente serio. La comunicazione, di conseguenza, è divenuta un oggetto legittimo di studio storico, anzi forse l'oggetto che per eccellenza è in grado di spiegare e rispecchiare i cambiamenti culturali almeno degli ultimi due secoli.

Anche se solo negli ultimi anni si è avviata una piena riflessione storiografica sulla comunicazione e sui media, alcuni autori e approcci teorici, più di altri, hanno avuto un peso determinante nel forgiare quella che oggi definiamo storia dei media.

John Peters ha ricordato una serie eterogenea di studiosi che, a suo avviso, hanno contemplato «la possibilità che esistesse un oggetto come la comunicazione e che questo avesse una propria

*Il passato:
alcune ascendenze
della storia
dei media*

⁴ Secondo John Agar, anzi, questo avvicinamento tra storia della tecnologia e storia dei media è distante dal realizzarsi sia perchè fino a oggi sono stati pochi gli studi di storia della tecnologia che abbiano preso in esame i media, sia perchè la prima è interessata soprattutto agli artefatti e la seconda maggiormente ai contenuti (Agar, 2005).

storia»: da Tocqueville e Guizot in Francia, a Mill in Inghilterra, a Knies e Schäffle in Germania; da Charles Horton Cooley negli Stati Uniti a Werner Sombart in Germania, fino a Lewis Mumford, John Dewey, Edward Sapir, Walter Benjamin e in generale la Scuola di Francoforte (Peters, 2011). La figura secondo Peters prominente è però quella di Harold Adams Innis, peraltro una costante in tutti gli autori che hanno tentato di individuare delle genealogie della storia dei media.

Behringer fa risalire il manifestarsi di un'attenzione per la dimensione storica della comunicazione e, in particolare, per la relazione della comunicazione con i concetti di spazio e di tempo a due scuole di pensiero: la Chicago School of American Sociology e la Canadian Economic History. Nella prima fu rilevante il ruolo di Robert Ezra Park e nella seconda la presenza di Innis (e dell'allievo McLuhan), il loro interesse sia per un approccio sistemico sia, e principalmente, per un'analisi storica di ampio respiro e lunga durata del ruolo svolto dalla comunicazione (Behringer, 2006, 326). Sempre secondo Behringer, però, Innis e McLuhan hanno avviato una teoria dei media influenzata e, in ogni caso, indebitata con alcune tradizioni teoriche precedenti: dagli insegnamenti di Durkheim sull'importanza dello spazio come fatto sociale, a quelli di Einstein su spazio e tempo dipendenti dalla percezione umana; dalle teorie di Sapir-Whorf e Piaget sull'acquisizione culturale delle categorie di spazio e tempo, alla cognitive mapping; dalla Scuola di Francoforte, alla social construction di Berger e Luckman (ivi, 329)⁵.

Paddy Scannel individua nella Scuola degli Annales una genealogia fondamentale della storia dei media per una serie di fattori: l'opposizione nei confronti della «histoire événementielle», la perdita di significato dell'oggettività come elemento centrale della riflessione storica, il peso dei concetti braudeliani di larga scala e tempi lunghi («long durée»), l'interesse e la significatività assunta da alcuni elementi che in precedenza erano stati trascurati e

⁵ Occorre notare che il testo di Berger e Luckman venne pubblicato nel 1966 (a due anni dall'uscita di *Understanding Media*) e che, per qualche anno, rimase in ambito strettamente accademico. Teorizzarne un'influenza sull'opera di Innis e McLuhan appare quindi storicamente errato.

ritenuti secondari nella narrazione storica (ad esempio la classe operaia, le donne, la famiglia, il corpo) (Scannel, 2002, 193). Va forse aggiunto che, specie a partire dalla seconda generazione della Scuola degli Annales negli anni Sessanta e Settanta del Novecento, ci fu una progressiva presa di coscienza di come «tutto» fosse potenzialmente fonte storica (Le Goff, 1981, 249): per questa ragione anche i media sono entrati a pieno titolo a far parte della ricerca storiografica.

In questa breve analisi mancano almeno due tradizioni teoriche già citate e che, a buon diritto, possono dirsi fondative della storia dei media. In primo luogo, va ricordata tutta la tradizione della storia della tecnologia emersa nella seconda metà del Novecento, che per prima ha posto al centro dell'analisi storica gli artefatti tecnologici prodotti dagli esseri umani (quali peraltro sono i media). Per la storia dei media, in particolare, sono feconde due delle maggiori correnti di pensiero che, nate negli anni Ottanta del Novecento, hanno guidato e stanno guidando la storia della tecnologia negli ultimi anni: la Social Construction of Technology, con la fondamentale presa di coscienza che anche gli oggetti tecnici sono socialmente costruiti, e l'Actor-Network Theory (ANT), sviluppata dagli studiosi di STS Michel Callon and Bruno Latour e dal sociologo John Law, che ha contribuito a posizionare al centro dell'analisi storica l'artefatto tecnologico come elemento socio-tecnico. La seconda tradizione cui si faceva cenno, di grande rilevanza specialmente nel mondo allofono e ora sempre più in quello anglosassone, è stata avviata da Friedrich Kittler tra gli anni Settanta e Ottanta del Novecento teorizzando uno stretto legame tra il cambiamento dei media e le modalità in cui una società si relaziona (Kittler, 1990, 1999); questo approccio, spesso accusato di determinismo, pone comunque l'analisi storica al centro dei media studies.

Risolto o in fase di risoluzione il conflitto tra storia e media studies, la storia dei media è oggi una disciplina in forte crescita come testimonia il suo recente consolidamento in termini di associazioni, pubblicazioni e rilevanza accademica (Day, 2007).

Per quanto concerne il primo aspetto, sono diverse le associazioni

*Il presente:
le ragioni
della crescita
di popolarità*

internazionali interamente dedicate o che hanno stabilito gruppi d'interesse specifici per la storia dei media e della comunicazione. La più antica in questo senso è la sezione di storia fondata in seno alla International Association for Media and Communication Research (IAMCR): l'associazione nacque nel 1957 e la «history section» solo un anno dopo, nel 1958 (<http://iamcr.org/s-wg/cctmc/history-mainmenu-152>). Un'intera associazione dedicata all'analisi storica del cinema, della radio, della televisione e dei media ad essi collegati, è la International Association for Media and History (IAMHIST, <http://iamhist.org/about>) fondata nel 1977; questa organizzazione è riservata non soltanto ad accademici ma anche a registi, broadcasters ad archivisti ed è più orientata verso lo studio dei media come fonti storiche, piuttosto che della storia dei media in sé. La maggiore associazione americana di storia della tecnologia (la Society for the History of Technology, SHOT) nel 1986 ha creato un gruppo speciale d'interesse chiamato Mercurians, il cui scopo è quello di riunire gli studiosi interessati alla storia delle tecnologie di comunicazione variamente definite (<http://www.mercurians.org>). Due tra le maggiori associazioni di comunicazione hanno stabilito solo di recente speciali sottogruppi dedicati allo studio storico dei media. La International Communication Association (ICA) ha istituito un Communication History Interest Group (CHIG) durante la Conferenza di San Francisco del 2007 (<http://communicationhistory.org>). La European Communication Research and Education Association (ECREA), infine, ha istituito una sessione tematica di Communication History alla Conferenza di Barcellona del 2008 allo scopo di raccogliere gli studiosi interessati alla storia della comunicazione europea (<http://www.ku-eichstaett.de/ecrea>). Tra le associazioni di storia, infine, quella che sembra manifestare il maggior interesse per la storia dei media è la European Social Science History (ESSH), come dimostra la tavola rotonda sullo stato dell'arte e le prospettive future della storia della comunicazione organizzata all'ultima conferenza di Gand dell'aprile 2010.

In termini di pubblicazioni la storia dei media è cresciuta sia per le numerose monografie pubblicate in questi ultimi anni (Hampton, 2005), sia soprattutto per il crescente numero di ri-

viste scientifiche internazionali che sono dedicate o mostrano interesse allo studio storico dei media (Day, 2007; Scannel, 2002, 204). Le due riviste internazionali espressamente dedicate alla storia dei media, specialmente di massa, sono «Media History» e l'«Historical Journal of Film, Radio and Television», entrambe nell'orbita di IAMHIST. Vi sono poi una serie di altri «journal» sempre più interessati a contributi in cui emerga il multiforme rapporto tra storia e comunicazione: tra le riviste di storia della tecnologia più attente all'analisi diacronica delle tecnologie della comunicazione (e delle telecomunicazioni in particolar modo) si vedano «Technology and Culture», «History and Technology», «ICON», «ISIS» e, in parte, «Social Studies of Science»; tra le riviste di comunicazione «Media, Culture and Society» e «European Journal of Communication». Questo elenco non è esaustivo e, a dipendenza del taglio storiografico adottato dai singoli autori, vi sono riviste di storia politica, economica, sociale, culturale o di storia e storiografia generale che pubblicano articoli sui media.

Un ultimo indicatore della rilevanza acquisita dalla storia dei media, più difficilmente dimostrabile in questo caso, è il crescente inserimento di questa materia o di materie affini come la storia dei singoli mezzi nei curricula e nei programmi d'insegnamento delle facoltà di comunicazione. Ciò sta comportando anche l'apertura di posizioni accademiche che prevedono un profilo dei candidati sempre più vicino a quello dello «storico dei media», una figura che è oggi ancora a cavallo tra lo storico classico e lo studioso di comunicazione, ma che in futuro probabilmente sarà sempre più specifica e in grado di trascendere o sussumere le due anime di cui si è nutrita fin qui la disciplina.

La crescente importanza della storia dei media negli ultimi anni non è un fenomeno improvviso e inspiegabile. In primo luogo, è una naturale evoluzione delle discipline, un fenomeno ondulatorio che coinvolge regolarmente i settori di studio che talvolta diventano rilevanti a scapito di altri, per poi incontrare a loro volta fasi di scarsa fortuna. È semmai sorprendente che, proprio in un momento come quello attuale in cui la storia viene spesso messa in secondo piano, emerga questo interesse oltretutto in una disciplina, come la comunicazione, da sempre orientata all'analisi del

presente. Potrebbe essere proprio questo, in secondo luogo, un aspetto di cui tenere conto per spiegare la fortuna recente della storia dei media: quest'ultima, infatti, sembra in grado di fornire alcune risposte efficaci ai limiti delle altre discipline che hanno indagato e indagano il multiforme universo della comunicazione. La storia dei media, come detto, è per sua natura interdisciplinare e totale e questa recente fortuna potrebbe derivare proprio dalla sua capacità di impiegare, contaminare e ristrutturare diversi saperi che si erano occupati in precedenza di comunicazione. La storia, insomma, potrebbe aver svolto un ruolo di collante tra tutte le discipline impiegate nei media studies, costituendo una sorta di macro-lente, di super-disciplina con cui osservare i media da diversi punti di vista; non è un caso che, come già ricordato, sempre più gli storici «dei» media siano interessati a narrazioni e a spiegazioni complesse che mettano assieme le dimensioni politiche, economiche, tecniche, sociali, culturali (e, a ben guardare, spesso anche psicologiche e antropologiche).

Si pensi solamente alle note 7 narrative della storia dei media teorizzate da James Curran⁶ (Curran, 2002a). La narrativa liberale sostiene che il processo di democratizzazione della società è stato rafforzato dalla nascita dei media di massa, i quali, nel corso degli ultimi secoli, sono diventati sempre più indipendenti dal controllo politico e hanno così dato più potere e più libertà alle persone. La narrativa femminista individua nei media una delle ragioni principali per cui l'universo femminile ha superato una condizione d'inferiorità rispetto a quello maschile raggiungendo, nel corso dell'Ottocento e soprattutto nel Novecento, una serie di diritti politici, economici e sociali. La narrativa populista evidenzia un movimento liberatorio grazie a cui, nel corso dell'Otto-Novecento, le persone hanno ottenuto dai media quelle forme d'intrattenimento cui avevano sempre aspirato, ma che le erano state spesso negate da una visione paternalistica delle élite.

⁶ Inizialmente Curran ne individuò 6 e ne aggiunse una settima (la narrativa determinista tecnologica) in un'ulteriore elaborazione della sua teoria pubblicata in *Media and Power* [(Curran, 2002b); sulle narrative di Curran cfr. anche Allan, 2008 e Bailey, 2009].

La narrativa libertaria racconta il conflitto tra liberali e tradizionalisti per la regolazione morale dei media. La narrativa antropologica, di cui un esempio è il lavoro di Anderson sul concetto di nazione come «comunità immaginata» (Anderson, 1996), sottolinea la capacità dei mezzi di comunicazione di farsi simboli attorno ai quali si struttura l'identità collettiva. La narrativa radicale, esemplificata dalle teorie sul declino della sfera pubblica di Habermas (Habermas, 1972), sostiene che i media abbiano portato ad una sorta di regresso della società, creando più problemi di quanto siano riusciti a risolverne. La settima e ultima narrativa, quella determinista tecnologica, è caratterizzata da diverse argomentazioni: che un nuovo medium alteri le dimensioni di spazio e tempo, che influenzi la società sia modificando la percezione sensoriale umana sia alterando la struttura delle relazioni interpersonali precedentemente acquisite (Curran, 2002b, 51-53).

La segmentazione dei media studies in narrative proposta da Curran, pur contenendo alcune debolezze⁷, fornisce spunti illuminanti nel tentativo di mappare le modalità con cui la storia dei media è stata raccontata. Queste narrative evidenziano come la storia della comunicazione non sia solo una disciplina inserita appieno nelle tradizioni di ricerca dei media studies, ma addirittura rappresenti ormai, come detto, una sorta di disciplina-guida; un disciplina che ha saputo rinnovarsi rielaborando altre metodologie, tecniche e tradizioni teoriche, facendo propri temi di grande impatto per tutti i media studies e fornendo nuove spiegazioni coerenti. Alcuni di questi temi, in parte adottati dagli

⁷ Tra le tante possiamo ricordarne tre: anzitutto, come ammesso dallo stesso autore, questa come altre classificazioni tende a semplificare eccessivamente il quadro e a non rilevare le incoerenze interne alle singole narrative (Curran, 2002a, 148); in secondo luogo, l'elenco delle narrative potrebbe essere più lungo, ad esempio, stupisce l'assenza di un riferimento alla Social Construction of Technology e alla sua crescente rilevanza nello studio storico dei media (Miconi, 2005; Boczkowski & Lievrouw, 2007); in terzo luogo, ed è forse questa la maggiore riserva, si tratta di una divisione profondamente conaturata alla realtà anglosassone e che difficilmente funzionerebbe in altri contesti politico-sociali. Non è un caso che, nel contestare un'interpretazione esclusivamente liberale, Hallin e Mancini abbiano proposto tre diversi modelli d'analisi del rapporto tra media e politica: uno stile pluralista polarizzato tipico dell'area del Mediterraneo, uno liberale del nord Atlantico, un terzo corporativista democratico del centro-nord Europa (Hallin e Mancini, 2004).

storici perchè costituivano delle «mode» di ricerca cui di certo l'accademia non è estranea, da un lato hanno fortemente influenzato la ricerca storica sui media, dall'altro, proprio grazie al contatto con la storia, ne sono stati a loro volta modificati. La storia dei media, per converso, ha quindi favorito un'estensione dei significati e dei campi semantici di molte altre discipline che studiano la comunicazione. Un caso emblematico è quello dei nuovi media, il cui rapporto con la storia sta diventando costante oggetto d'analisi degli studiosi di comunicazione (Park, Jankowski and Jones, 2011). Ci sono almeno tre ragioni per cui nuovi media e storia si stanno intrecciando così profondamente. In primo luogo i nuovi media possono essere ritenuti tra i maggiori «responsabili» dell'attuale interesse per la dimensione storica della comunicazione. I «nuovi» media, d'altronde, presuppongono già nel loro nome una tensione di natura storica tra un passato-vecchio e un presente-nuovo che lascia ampio spazio per l'intervento della ricerca storica. Che l'esplosione delle nuove forme di comunicazione stimoli un interesse per le vecchie, e quindi la ricerca storica sui media tout court, è un fenomeno del tutto naturale perché, come aveva già ricordato Benedetto Croce, lo studio della storia è sempre guidato da un interesse che si manifesta nel presente⁸. Se ben guardiamo alla storia dei media, inoltre, molto spesso essa è stata una storia dei nuovi media, ha cioè preso in considerazione le vecchie tecnologie in una fase in cui queste si stavano formando o erano neonate⁹; lo storico dei media, quindi, è colui che più di tutti gli altri studiosi di comunicazione ha familiarità con i nuovi media semplicemente perchè li ha sempre studiati quando erano vecchi (Marvin, 1994). In secondo luogo si può parlare di una vera e propria storia dei nuovi media (Flichy, 2002), che sta oltretutto favorendo l'emer-

⁸ Naturalmente, come non hanno mancato di rilevare alcuni storici dei media, l'essere guidati da interessi del presente nello studio del passato è potenzialmente pericoloso perché si rischia di assegnare a quest'ultimo valori del presente, un grave pericolo per chi fa storia e che prende il nome di anacronismo (Cavanagh, 2007).

⁹ La storia dei media si è spesso concentrata sulle fasi iniziali di sviluppo dei mezzi di comunicazione, riprendendo un errore comune anche della storia della tecnologia (Edgerton, 1999).

sione della storicità di alcuni concetti affini; si pensi, ad esempio, alla cosiddetta convergenza dei media, un fenomeno che, pur apparendo come tipicamente contemporaneo, ha in realtà una lunga storia indipendente dai media digitali (Winsek, 1999; Thorburn and Jenkins, 2003, 3; Staiger & Hake, 2009). Lo stesso termine «nuovo medium» ha una sua storia e, nell'ambito della ricerca sociale, è stato impiegato fin dagli anni Sessanta e Settanta dagli studiosi che si sono occupati di tecnologie dell'informazione e della comunicazione, dando anche il titolo ad un libro di Ron Rice del 1984. L'interesse degli studiosi per i nuovi media è quindi vecchio. Infine il contatto tra nuovi media e storia ha prodotto e sta producendo un benefico effetto per i media studies in generale perché spesso la storia è in grado di illuminare aspetti non banali della situazione presente. Si consideri, ad esempio, quanto William Uricchio ha sostenuto a proposito dell'«instabilità testuale», considerata come una delle principali caratteristiche dei cosiddetti nuovi media, ma presente anche nella storia dei media passati. Ad esempio il testo della Bibbia nel periodo precedente alla stampa a caratteri mobili era profondamente instabile e, più in generale, instabili sono tutti i media nella fase della loro formazione (Uricchio, 2004, 164-165): si tratta di una rielaborazione del concetto di «flessibilità interpretativa» della SCOT, un concetto profondamente storico perché invita a chiederci quali sono state le opzioni possibili (e quali quelle soppresse) nelle diverse fasi di vita di un mezzo di comunicazione. La storia, tra le altre cose, può quindi aiutare gli studiosi di comunicazione a pensare ai media non tanto come oggetti fissi e stabili, quanto come sistemi dotati di un'instabilità storica; non come del tutto nuovi, ma al contrario come rinnovabili, frutto cioè di un passato che ne ha condizionato lo sviluppo e che continuamente riemerge (B. Peters, 2009, 15).

Nessuno può conoscere con esattezza quale sarà il futuro della storia dei media, se cioè manterrà questo trend crescente, se lo intensificherà o se cadrà in disgrazia come già successo ad altri campi di studio. Quello che però appare chiaro è che la storia dei media dovrà espandersi in altre direzioni.

*Il futuro:
altre storie
dei media?*

In primo luogo, come hanno sottolineato svariati autori (Chapman, 2005; Dahl, 2002, 82; Scannel, 2002, 204, tra gli altri) la storia dei media dovrà essere sempre più comparativa. Oggi le storie della comunicazione sono perlopiù nazionali perché, da un lato, gli studiosi scrivono spesso nella propria lingua, rendendo più difficoltosa una lettura generalizzata dei loro contributi, e dall'altro perché gli archivi sono sovente organizzati a livello nazionale e contengono documenti che riguardano il singolo paese (si pensi agli archivi di Stato e alle biblioteche nazionali, due luoghi principe anche per lo studio della storia dei media). La nuova storia dei media dovrà quindi essere più comparativa, anche perché gli stessi media stanno diventando sempre più globali: anzitutto dovrà essere scritta almeno in parte in inglese¹⁰, o comunque in una lingua che nella comunità scientifica sia ritenuta come franca, in modo che si possano stimolare dibattiti internazionali; in secondo luogo dovrà probabilmente essere frutto di collaborazioni tra più studiosi. Non è infatti pensabile che un singolo studioso possa conoscere a fondo la situazione storica di tutti i paesi e s'impone quindi uno sforzo realmente collettivo.

Ci sono svariate modalità, oltretutto integrabili tra loro, di fare storia dei media da un punto di vista comparativo: si può considerare un arco di tempo limitato nella storia di uno o più media oppure prediligere un'approccio comparativo di lunga durata che prenda in considerazione l'evoluzione di tutta la storia del/i mezzo/i; si può scegliere se compiere un'analisi comparativa del singolo medium, magari nell'interazione con gli altri ma sempre ponendo al centro del focus quel medium, oppure paragonare i sistemi dei media nazionali; restando in ottica di sistemi dei media, questi si possono confrontare sia spazialmente (sistemi dei media in diversi paesi), sia temporalmente (sistemi dei media in diverse epoche e loro evoluzione) (Bignell and Fickers, 2008,

¹⁰ Con questo non si vuole sostenere che la sola scrittura accettabile in ambito accademico sia oggi quella in inglese; non solo perché l'attuale preferenza per l'inglese è anch'esso un fatto fondamentalmente transitorio e storico, ma anche perché spesso l'inglese scritto da non madrelingua comporta un complessivo impoverimento linguistico e concettuale.

9-12). Quello che pare invece imprescindibile, per una comparazione realmente efficace, è il fatto d'applicare metodologie d'analisi e domande di ricerca identiche nelle diverse realtà nazionali (Salokangas, 2002, 101).

Oltre ad essere più comparativa, la storia dei media del futuro dovrà essere più sovranazionale. Anche se i due concetti sembrano vicini, in realtà con sovranazionale s'intende che la storia dei media dovrà proseguire o, in alcuni casi, avviare lo studio dei mezzi o degli organismi che si sono occupati di regolare la comunicazione a livello sovranazionale: per citare solo alcune istituzioni europee si pensi all'Unione Postale Universale (UPU), all'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni (ITU), all'European Broadcasting Union (EBU); tutte associazioni che hanno guidato la costruzione e la regolamentazione delle reti di comunicazioni europee e che hanno una storia rilevante e utile sia per comprendere meglio i singoli casi nazionali, sia e soprattutto per indagare la genesi dei processi globali contemporanei¹¹.

Una terza direzione verso cui la storia dei media sembra potersi espandere in futuro è di natura geografica. La storia dei media dovrà essere più globale perchè, in questo momento, è fondamentalmente dominata dalla prospettiva e dalla scholarship anglo-americana (Chapman, 2005, 6) o comunque da quella occidentale. Questo processo d'estensione geografica è probabilmente connaturato alla capacità delle scienze della comunicazione, dei media studies e della stessa memoria storica di ritagliarsi uno spazio importante nei sistemi accademici, statali, economici e sociali dei paesi emergenti (Anania, 2007). Solo così potremmo cominciare ad avere storie dei media africane, asiatiche, oceaniche che oltretutto hanno stretti legami con quelle occidentali, non fosse altro perché da queste ultime sono spesso state avviate e plasmate in tempi coloniali (Cryle, 1999).

Ci sono poi delle linee espansive più interne alla storia dei media attuale e che coinvolgono mezzi di comunicazione che, per alcune

¹¹ Un tentativo di avviare una storia europea delle infrastrutture di comunicazione è stato fatto dal gruppo Tensions of Europe (<http://www.tensionsofeurope.eu>).

ragioni, sono stati studiati meno di altri. Si pensi alle telecomunicazioni (quali telegrafia, telefonia, comunicazioni satellitari) che hanno avuto una minore attenzione rispetto ai media di massa (Balbi, 2009); ai media sonori che hanno avviato un numero di studi decisamente inferiore rispetto ai media visivi; infine ai cosiddetti mezzi di comunicazione sconfitti, cioè a quei media di cui non si conosce la storia semplicemente perchè scartati in favore di altre soluzioni, ma che erano a tutti gli effetti parte della società passata.

Oltre a queste linee espansive, a queste tendenze che sembrano già manifestarsi e che probabilmente segneranno la storia dei media nei prossimi anni, la «media history», come peraltro tutte le forme di storia, dovrà confrontarsi anche con i materiali che avrà a disposizione, cioè con quello che rimarrà del nostro presente. L'eredità che il mondo contemporaneo sta lasciando allo storico dei media del futuro è un tema che ho già affrontato in un altro saggio e a quello rimando (Balbi, 2011). Qui basti ricordare che, a dipendenza di come verranno risolti alcuni problemi inerenti alle fonti storiche (digitalizzazione, stabilità e consultabilità futura, istituzioni incaricate di preservarle, processo di selezione della grande quantità di informazioni costantemente prodotte, modalità di conservazione), il mestiere di storico dei media del futuro potrebbe essere sensibilmente diverso rispetto a quello odierno.

*Per una storia
della storia
dei media
in Italia*

In Italia lo studio della comunicazione di massa ha avuto inizio soltanto negli anni Cinquanta del Novecento e, quindi, in ritardo rispetto alla ricerca statunitense e a quella di molti altri paesi europei. Secondo Giovanni Bechelloni la ricerca sulla comunicazione nel paese ha attraversato tre diverse fasi (Bechelloni, 1995, 268-285). Una prima, che va dagli anni Cinquanta al 1968, vide la traduzione di alcuni testi-chiave stranieri sulla comunicazione, una prima presa di contatto bibliografica e metodologica dei ricercatori italiani con la nuova materia di studio e, infine, la nascita di un interesse per i problemi della società di massa e il ruolo dei media. Una seconda fase va dal '68 ai primi anni Ottanta e segnò l'istituzionalizzazione e la crescita degli studi sulla comunicazione; si pensi ad esempio alla creazione del DAMS a

Bologna (Giglioli, 1994, 33) o alla fondazione di due riviste che hanno costituito, e ancora oggi costituiscono, un luogo ideale di confronto per gli studiosi dei media del paese: «Problemi dell'informazione» e «IKON». La seconda metà degli anni Ottanta e gli anni Novanta, infine, hanno segnato una terza fase degli studi sui media, caratterizzata da una sempre più marcata interdisciplinarietà, dalla creazione di ponti tra la ricerca accademica e quella amministrativo-industriale e, infine, dalla rapida espansione dei corsi di laurea in Scienze della comunicazione e delle scuole di giornalismo (ibidem, 40).

L'interesse storiografico e le prime pubblicazioni sulla «storia» dei principali mezzi di comunicazione italiani sono ancor più recenti e si avviarono nel secondo periodo indicato da Bechelloni, coincidente con gli anni Settanta-Ottanta. Probabilmente non sono estranei a questo interesse e a questa presa di coscienza i radicali cambiamenti che avvennero nel sistema dei media italiano di quel periodo causati, con una sorta di effetto a catena, dalla rottura del monopolio radiotelevisivo. La storia della stampa e del giornalismo in Italia, se si fa eccezione per il contributo di Gaeta risalente agli anni Sessanta (Gaeta, 1966), si sviluppò a partire dalla metà del decennio successivo, con gli 8 volumi di Bellocchi (Bellocchi, 1974-1980) e col progetto della Laterza lanciato nel 1976 e proseguito fino al 1994 (i primi volumi furono Murialdi, 1976 e Castronovo, Ricuperati e Capra, 1976; l'ultimo Castronovo e Tranfaglia, 1994). L'interesse per la storia del cinema italiano si avviò addirittura negli anni Cinquanta e Sessanta (Prolo, 1951 e Lizzani, 1961), per poi anch'esso esplodere negli anni Settanta (Jean e Ford, 1972; Faldini e Fofi, 1979; Brunetta, 1979). Anche la storia della radiofonia italiana, e in particolare i suoi legami con il Fascismo, nella seconda metà degli anni Settanta trovò spazio in tre volumi pubblicati nel giro di tre anni (Monteleone, 1976; Monticone, 1978; Papa, 1978) e in un quarto più orientato all'analisi comparata (Doglio e Richeri, 1980). Lo studio della storia della televisione italiana, anche qui anticipata da qualche caso sporadico (Chiarenza, 1978; Martini 1985), conobbe una certa fortuna solamente nel corso degli anni Novanta (Monteleone, 1992; Grasso, 1992; Ortoleva, 1995b;

Menduni, 1996). Pur rimanendo ancora un settore largamente ignorato dagli studiosi di comunicazione, anche la storia delle telecomunicazioni italiane ha suscitato un certo interesse tra la fine degli anni Ottanta e i primi anni Novanta (Bottiglieri, 1987, 1990, 1995; Richeri, 1991). Sempre nello stesso periodo, infine, si è cominciata a ricostruire la storia di quelli che già allora venivano definiti nuovi media (Richeri, 1992).

Fin qui si è tentata una sommatoria, e sicuramente incompleta, ricostruzione storica dei primi studi che hanno indagato la dimensione diacronica di alcuni media italiani. Di una disciplina a se stante come la storia dei media, però, in Italia almeno fino agli anni Novanta non se ne parlò e un contributo decisivo verso la sua istituzionalizzazione venne da Peppino Ortoleva, che citò espressamente la storia dei media nel titolo di un suo libro del 1992, per poi arrivare a coniare il termine «mediastoria» nel 1995 (Ortoleva, 1992, 1995a). Dalla metà degli anni Novanta l'interesse per questo campo di studi è in costante aumento anche in Italia come dimostrano alcuni fattori. In primo luogo, la traduzione in italiano di alcuni testi e, anche se questo termine è improprio, di alcuni manuali che analizzano sistemicamente l'evoluzione dei media nella storia (Flichy, 1994; Jeanneney, 1996; Barbier e Bertho-Lavenir, 2002; Briggs e Burke, 2002; Lyn e David, 2005) o addirittura la stesura da parte di studiosi italiani di alcuni testi didattici su media e storia (il precoce Giovannini, 1984; Baldini, 1995; Ottaviano, 1997; Ciuffoletti e Tabasso, 2005).

Un secondo indicatore della crescita d'interesse per un approccio storico alla comunicazione è dato dal successo delle «altre» storie dei media: il successo dei programmi radiofonici e televisivi che trattano di storia (la storia «sui» media); la fortuna di alcune pubblicazioni che hanno ripercorso la storia della programmazione televisiva (la storia di «ciò che passa sui» media); l'istituzionalizzazione nei curricula di comunicazione di corsi come sociologia della comunicazione (che spesso si occupa di insegnare e ricercare la storia «delle teorie» dei media); la riflessione, peraltro avviata già partire dagli anni Ottanta, sui mezzi di comunicazione come fonte per la storia.

In terzo luogo, la storia dei media sta crescendo in Italia anche come disciplina accademica, tanto che svariati insegnamenti sono stati attivati nelle università italiane e italofone.

D'altra parte, in Italia come e più che in altri paesi, la storia dei media deve e può ancora crescere e soprattutto istituzionalizzarsi. Può crescere a livello di ricerche, dal momento che, ancora oggi, i contributi che mirano a ricostruire tutta o una parte delle storie dei sistemi dei media nel paese restano scarsi e profondamente eterogenei tra loro per interessi e metodologie della ricerca (Cannistraro, 1975; Forgacs, 1990; Colombo, 1998; Varni, 2002; Hibberd, 2008). Probabilmente è tempo che una «seconda generazione di studiosi», come l'ha definita Paddy Scannel, ritorni agli archivi e, sulla scorta di quanto già fatto dai maestri, riconsideri anche grazie a nuove fonti gli elementi della storia dei media italiani che paiono cristallizzati; una generazione che riscopra strade, idee e soluzioni di comunicazione abbandonate; allarghi il campo d'indagine sui media poco studiati; compia un vero tentativo d'indagare da vicino i rapporti tra media e società italiana; si sforzi di confrontare e collegare la storia della comunicazione del paese con quella di altre nazioni, europee e non solo.

La questione più urgente, però, pare quella di una definitiva e riconosciuta istituzionalizzazione della disciplina. Anzitutto, la storia dei media è oggi frammentata, e in parte contesa, da almeno tre settori disciplinari: cinema fotografia e televisione (L-ART/06), che vede nei media un soggetto specifico di studio della società; storia contemporanea (M-STO/04), che vede nei mezzi di comunicazione un elemento utile allo studio della storia; sociologia dei processi culturali e comunicativi (SPS/08) che legge i media come fattori rilevanti del mutamento sociale. In secondo luogo, la storia dei media in Italia non ha ancora del tutto acquisito i due caratteri che John Nerone indica come indispensabili per l'istituzionalizzazione di una nuova disciplina: un vocabolario e un set di problemi comune (Nerone, 2003, 110). Forse, per raggiungere questo fine, sarebbe utile un convegno che si interroghi sullo statuto e sulle basi epistemologiche della storia dei media in Italia; sarebbe questa un'occasione per confrontare e

discutere metodologie, fonti, ricerche in atto, possibilità di collaborazione; sarebbe forse un'occasione per avviare pubblicazioni, per istituire un'associazione e, cosa che penso sia la più importante, lanciare una rivista sulla storia dei media italiani, in modo da far conoscere a un'audience internazionale le ricerche che si svolgono nel paese. Si tratta naturalmente di un percorso lungo e, forse faticoso, ma sarei lieto che questo contributo, parziale e contestabile, possa rappresentare il primo tassello per l'avvio di un'ampia e articolata discussione sullo statuto di questa disciplina nel nostro paese.