

Presentazione del volume

Lella Mazzoli

Il patchwork mediale. Comunicazione e informazione fra media tradizionali e media digitali

FrancoAngeli, Milano 1^a edizione 2012 (Codice editore 1097.1.1)

PRESENTAZIONE NEL SITO: www.francoangeli.it

Nel centenario della nascita di Marshall McLuhan, ancora oggi dobbiamo ricordare che il medium è il messaggio. Se oggi il medium nuovo, che ha incalzato gli altri media e ha prodotto mutamenti e assestamenti nel sistema complessivo della comunicazione, è Internet, ci chiediamo: quale messaggio, o forse quali messaggi, porta con sé la rete? Messaggi di libertà, di coinvolgimento attivo, di qualità, di partecipazione? Oppure, o insieme, messaggi di riproduzione di vecchie e sempre rinnovate stratificazioni, gerarchie e rapporti di potere?

Il volume ripercorre alcune tematiche chiave degli studi sulla comunicazione e sui media, che ancora oggi possono darci suggestioni sul tempo presente.

Vista l'attualità dei fenomeni osservati e il loro rapido evolversi, l'intento è di fornire alcune risposte provvisorie e riformulare nuovi quesiti di ricerca a partire da una survey sul consumo di informazione degli italiani, che dimostrano di sapersi già muovere tra vecchi e nuovi media, con abilità e bisogni differenziati: consumatori tradizionali, onnivori, mobili, partecipativi. E questo sullo sfondo di una consapevolezza: che il rapporto tra comunicazione mainstream e non mainstream, che attraversa i media, sia tuttora una prospettiva di osservazione di grande interesse.

Lella Mazzoli è professore ordinario di Sociologia della comunicazione all'Università di Urbino Carlo Bo. È direttore del Dipartimento di Scienze della Comunicazione e del La.Ri.C.A. (Laboratorio di Ricerca sulla Comunicazione Avanzata) e dell'Istituto di Formazione al Giornalismo della stessa università. Si occupa dei profili innovativi della comunicazione e del rapporto tra comunicazione e nuove tecnologie, con particolare attenzione alle dimensioni emergenti delle reti tecno-sociali nella prospettiva del micro macro link. Tra i suoi volumi sul tema della comunicazione e delle reti: *L'impronta del sociale. La comunicazione fra teorie e tecnologie* (Milano 2001); *Network Effect. Quando la rete diventa pop* (Torino 2009, ed.).

INDICE

Introduzione

Comunicazione e informazione: alcune questioni preliminari

Informazione ed esperienza: figure della prima e della tarda modernità; Informazione e sfera pubblica: una nuova convergenza?; Informazione e comunicazione: le teorie comunicative

La comunicazione dei media

La comunicazione dei media come oggetto di riflessione teorica; Le teorie sui media e la comunicazione di massa; Non tutti i media sono uguali: media caldi vs media freddi; I media e la comunità: dai media tradizionali alla rete partecipativa; Reti sociali e reti comunicative: la forza dei legami deboli

Il consumo dell'informazione nei media

Premessa: i media e l'informazione; La rete come luogo dell'informazione: miti, rischi e realtà del consumo delle news on line; Il consumo di news degli italiani: la ricerca LaRiCA

Conclusioni

Il patchwork mediale dell'informazione; Problemi di sintesi per consumatori onnivori?; Informazione e (molteplici) specificità mediali: il caso Twitter; Informazione e nuovi media: verso una cittadinanza attiva?

Riferimenti bibliografici

Appendice

Il questionario dell'indagine LaRiCA