

CURRICULUM VITAE

Massimo Scaglioni

Email: massimo.scaglioni@unicatt.it; massimo.scaglioni@usi.ch

Academic website: http://docenti.unicatt.it/ita/massimo_scaglioni;

<http://search.usi.ch/persona/3011025/Scaglioni-Massimo>

Tel.: +39 (0)2 723 485 83 (Ce.R.T.A – Centro di Ricerca sulla Televisione e gli Audiovisivi)

Fax: +39 (0)2 723 485 80

Personal Profile

- Awarded the National Scientific Accreditation to operate as Associate Professor in Italian Universities (January 2014).
- Assistant Professor of Media History and International Media Systems (on the BA course in Languages, Communication and Media), and of Media Economics and Marketing (on the MA course in Media Management) at the Faculty of Foreign Languages in the Department of Communication and Performing Arts at Università Cattolica, Milan – http://dipartimenti.unicatt.it/comunicazione_spettacolo (since 2007).
- Professor of Television Communication (BA course) and Transmedia Narratives (MA course) at USI (Università della Svizzera Italiana), Lugano, Switzerland (since 2011-12).
- Director for the Masters course “*Fare Tv. Sviluppo, Gestione, Comunicazione*” at ALMED (the Università Cattolica Postgraduate School of Media, Communication and the Performing Arts) – http://almed.unicatt.it/it/master/faretv_gestione_sviluppo_comunicazione (since 2011).
- Research Coordinator, Ce.R.T.A. (Research Centre for Media and Audiovisuals) since the centre was founded in 2008 – <http://centridiricerca.unicatt.it/certa>.
- Member of the Editorial board of the scientific journals *View. Journal of European Television History and Culture*, *Bianco e Nero* (A-rated by ANVUR, the Italian agency for the assessment of universities and research), *Comunicazioni sociali* (A-rated by ANVUR), and *Series. International Journal of TV Serial Narratives*.
- PhD in “History and models of media representation and consumption” from Università Cattolica, Milan (2004).
- Visiting Professor at Carleton University, Ottawa (Canada), with a grant from the Center for European Studies / European Union Center for Excellence (2012) - <http://www1.carleton.ca/ces/>.
- Contributor to the *Corriere della Sera* newspaper, on the “Economia dei media” and “TV in numeri” weekly columns, and to *Corriere.it* (since 1999).
- Languages spoken: Italian (native speaker), English (fully fluent, with excellent written and oral comprehension), French (level B2), German (basic)

Research Topics

- I trained and have worked in the field of Media Studies. Over the years, I have developed a “systemic” approach to media and communication, considered in political/economic, linguistic/textual, technological and consumption terms.
My research interests, pursued primarily in broadcasting and television, in both the Italian and international contexts, have concerned several specific central themes:

Curriculum vitae

Massimo Scaglioni

- **Broadcasting digitization and media convergence**
The process of media digitization and convergence and how it affects a traditional medium like television: its textual form, technology, production strategies and consumption dynamics.
- **Television consumption cultures and fandom studies**
Quantitative and qualitative analysis of contemporary broadcasting consumption and the associated fandom cultures.
- **US television series: textuality and consumption**
Historical and textual analysis of US television drama and sitcoms, with a focus on the processes of reception in Italy.
- **Political and economic strategies, the sociocultural impact of media and of the cultural industries**
Developments in the broadcasting arena, with special regard to Italy in relation to the wider European and international scenario.

Teaching Career

- 2013 Professor of *Transmedia Narratives* (MA) – USI, Lugano.
- 2012 Short-term Visiting Professor at Carleton University, Ottawa, with a grant from the Center for European Studies / European Union Center for Excellence.
- 2011–present Professor of *Television Communication* (BA) – USI, Lugano.
- 2011–present Director for the MA course “*Fare Tv. Sviluppo, Gestione, Comunicazione*”; I teach *Theories and Techniques of Media and Television System* – ALMED, Milan.
- 2007–present Assistant Professor of *Media History and International Media Systems* (BA) and *Media Economics and Marketing* (MA) – Faculty of Foreign Languages, Università Cattolica, Milan.
- 2006–11 Tutor and teaching-staff member for the PhD programme in Communication Cultures – Department of Communication and Performing Arts, Università Cattolica, Milan.
- 2004–08 Lecturer in *Broadcasting History* (Faculty of Foreign Languages, Università Cattolica, Milan), *Broadcasting History* (Faculty of Humanities, Università Cattolica, Brescia, 2006–8), *Television history* (on the Masters course in “Ideazione e produzione audiovisiva”), and *TV and Cinema Criticism* (Faculty of Letters and Philosophy, Università Cattolica, Milan)

I have also lectured in various Masters and Postgraduate Specialization Schools, including:

- “Italian Media, Culture and Society” (Study Abroad Programs, 2009 – present, George Mason University, Virginia, USA).
- Master in “Deutsch für die internationale Wirtschaftskommunikation” (Università Cattolica, Milan) (2008 – present).
- Master program “Réseau Cinéma CH” (USI, Lugano, 2007–08).
- Doctoral School (Università degli Studi, Bologna).

Curriculum vitae

Massimo Scaglioni

- “Nuovi formati per nuove televisioni: ideazione e produzione di programmi per la broadband tv” (ALMED Summer School) (2009).
- Progetto Ponte “Dalle Scuole Cattoliche all’Università Cattolica” (Università Cattolica, Milan).
- “Master per Analisti di produzione cinematografica e televisiva e comunicazione cross-mediale” (University of Turin) (2009).

Research Activities

- | | |
|------|---|
| 2013 | Project leader of the study <i>Italian and International Trends in the Production of Series for Free and Pay TV</i> , funded by MIUR (the Italian Ministry of Universities and Research). |
| 2012 | Project leader of the study <i>TV and Cultures in Italy. Catholic Tradition and Media</i> , funded by MIUR. |
| 2011 | Project leader of the study <i>Social TV. Social Networks Meet TV</i> , funded by MIUR. |
| 2010 | Project leader of the study <i>Convergent Genres. Drama and Entertainment in a New Media Context</i> , funded by MIUR. |
| 2009 | Research team member for the study <i>Images of the Public. The Construction of Italian TV Audiences (1953–1955)</i> , directed by Prof. Aldo Grasso. |
| 2006 | Research team member for the study <i>The Future is Already Here. Reality and Imagination of Digital Television Broadcasting</i> , funded by MIUR, directed by Prof. Ruggero Eugeni |

Within Ce.R.T.A.’s administrative (funded) research activity, I have contributed, among with many others, to the following research projects:

- *The model of pay-TV production in Italy and across the world* (funded by Sky Italia).
- *Gazzetta dello Sport Channel* (funded by RCS – Rizzoli Corriere della Sera).
- *The DTT contents* (funded by IReR, the Lombardy Region Institute for Research, Statistics and Training).
- *Media Magic. Perceptions and values of the “magic” in “tween TV”* (funded by The Walt Disney Company Italia).
- *“Telefilm”: the reflux* (founded by Telefilm Festival - Milan)
- *Diva Universal. Analysis of the network brand and the audience* (funded by NBC Universal).
- *Hallmark Channel. Analysis of the schedule and perspective for the channel* (funded by NBC Universal).
- *Convergence Lab 2.0. Thinking TV Contents for Convergent Success* (funded by Mediaset).
- *La7 2.0 Analysis and definition of the channel’s editorial line within convergence and digitization* (funded by Telecom Italia Media).
- *Il TG La7. Analysis of its new editorial line and its competitors* (funded by Telecom Italia Media).

Conferences (as organizer)

Curriculum vitae

Massimo Scaglioni

- Member of the local organizing committee for the international conference *Creative Energies, Creative Industries. The NECS 2014 Conference*, at Università Cattolica, Milan, 19–21 June 2014.
- International conference *Transnational Mediascapes. Sound and Vision in Europe*, at Università Cattolica, Milan, 14–15 May 2013 (organized with Prof. Massimo Locatelli).
- International conference *Sommersi dalle news? L'informazione in Italia e nel contesto internazionale, fra tv e altri media*, at Università Cattolica, Milan, 28 November 2011 (organized with Prof. Gianpietro Mazzoleni, Università degli Studi, Milan).

Conferences (main papers presented)

- Massimo Scaglioni, Luca Barra, “Climbing a Pyramid. Mapping Convergent Television Practices”, international conference *D'un écran à l'autre: les mutations du spectateur*, Paris, 21–23 May 2014.
- Massimo Scaglioni, Luca Barra, “Television across the Border. Challenges and Strategies of US Series Distribution on Italian-speaking Swiss TV”, at the SGKM/SSCM/SACM annual conference *Abbruch – Umbruch – Aufbruch: Der Wandel der Schweizer Medienlandschaft im internationalen Kontext* at Zurich University, 11–12 April 2014.
- Massimo Scaglioni, “L'ossimoro perfetto. I destini dell'arte nella tv commerciale italiana”, at the conference *Modi di vedere. Forme di divulgazione artistica nella televisione italiana*, organized by Università Cattolica and IULM, in the ceremonial hall at the Milan Triennale, 11 March 2014.
- Massimo Scaglioni, “Runaway kids? Pubblici in fuga mentre esplode l'offerta di programmi di intrattenimento e informazione” at the workshop course *Il Futuro del servizio pubblico televisivo ai tempi della convergenza* organized by CORSI and USI with the ATG (Canton Ticino journalists' association), 3 April 2014.
- Massimo Scaglioni, “Cucina, cibo, alimentazione nella televisione italiana”, round table “Trasmettiamo la cucina”, Biblioteca Nazionale Braidense, Turin, 16 October 2013.
- Massimo Scaglioni, Luca Barra, “Social TV e televisione convergente. Le strategie del broadcaster” at the conference “Così vicini, così lontani. La via italiana ai social network”, Università Cattolica, Milan, 26–27 September 2013.
- Massimo Scaglioni, “Pratiche produttive della fiction generalista e pay”, Università degli Studi, Turin, at the Summer School “Produrre Televisione. Trasformazioni, interpretazioni, pratiche”, 23–26 September 2013.
- Massimo Scaglioni, Anna Sfardini, “Politics is a Show. The Spectacularization of Political Struggle on Italian TV during the Berlusconi Era”, NECS Conference 2013, Prague, 20–22 June 2013.
- Massimo Scaglioni, “Gendered TV. I mille volti della tv al femminile” at the conference “Culture in fuga. Media, culture di genere, consume”, Università Cattolica, 9 April 2013.

Curriculum vitae

Massimo Scaglioni

- Massimo Scaglioni, “From Cinema to Media. Agostino Gemelli’s Contribution to the Institutionalization of Media Studies”, International Film Studies Conference, Udine, 20–29 March 2012.
- Massimo Scaglioni, Luca Barra, “Scalare la piramide. Le trasformazioni dei percorsi degli spettatori dentro l’ecosistema mediale”, Media Mutations 4, Università di Bologna, 22–23 May 2012.
- Massimo Scaglioni, Luca Barra, “Building Italian Identity, Once Again. National Television and Italy’s 150th Anniversary”, *NECS International Conference 2012. Time Networks: Screen Media and Memory*, New University of Lisbon, Lisbon, 21–23 June 2012.
- Massimo Scaglioni, Luca Barra, “Televisione convergente e trasformazione dell’offerta. Il prodotto cinematografico tra vecchie e nuove piattaforme”, CUC (Italian university council for cinema) Conference “En sortant du cinéma. Gli studi di cinema oltre il cinema”, Università degli Studi Roma Tre, Rome, 5–6 July 2012.
- Massimo Scaglioni, “Alla ricerca del servizio pubblico. Nuove tendenze nel consumo di news in Italia”, International Conference “Sommersi dalle news? L’informazione in Italia e nel contesto internazionale, fra tv e altri media” at Università Cattolica, Milan, 28 November 2011.
- Massimo Scaglioni, “I cattolici e la televisione, vettore di unificazione nazionale”, Conference “I cattolici e lo sviluppo del Paese nei 150 anni di storia unitaria” at Università Cattolica, Milan, 24–25 November 2011.
- Massimo Scaglioni, Luca Barra, “Hits from the Box. Music business and Italian contemporary television”, *NECS International Conference “Sonic Futures: Soundscapes and the Languages of Screen Media”*, University of London, 23–26 June 2011.
- Massimo Scaglioni, Luca Barra, “Narrazioni arginate. La ‘riappropriazione’ della tv convergente da parte del broadcaster”, Media Mutations – 3 “Ecosistemi narrativi: spazi, strumenti, modelli” at Università degli Studi, Bologna, 24–25 May 2011.
- Massimo Scaglioni, “Praticare la convergenza dei media. Opportunità e rischi”, International conference “Abitanti digitali” in Macerata, Italy, organized by the CEI (Italian Episcopal Conference), 19–21 May 2011.
- Massimo Scaglioni, “Broadcast themselves. Remix e televisione convergente”, Conference “AfteRemix Etiche(tte) della ricomposizione e memoria mediale” at Università degli Studi di Modena e Reggio, 15 April 2011.
- Massimo Scaglioni, Luca Barra, “MILAN ON/OFF TV Representations of a City in Television Entertainment”, *NECS International conference “Urban Mediations”*, Istanbul, 24–27 June 2010.
- Massimo Scaglioni, “I giovani fra mass media e personal media”, Conference “Testimoni digitali” organized by the CEI, Rome, 22–24 April 2010.
- Massimo Scaglioni, Luca Barra, Anna Sfardini, “Re-locating a Global Island. The Lost Audiences in Italy”, NECS international conference, Lund, Sweden, 25–28 June 2009.

Curriculum vitae

Massimo Scaglioni

- Massimo Scaglioni, Luca Barra, Cecilia Penati, “Images of the public. The Construction of Television Audience through the Process of Institutionalization of Early Italian Television, 1953–1955” International conference “Television: the Experimental Moment. From Invention to Institution” at the INA, Paris, 27–29 May 2009.
- Massimo Scaglioni, “Davanti ai media: Gemelli e i mezzi di comunicazione”, Conference “Nel cuore della realtà: padre Gemelli e il suo tempo” at Università Cattolica, Milan, 28–30 April 2009.
- Massimo Scaglioni, “Nuove audiences e fandom nel contesto della convergenza dei media”, PIC-AIS Conference “La sfida delle audience che cambiano” at Università La Sapienza, Rome, 1 July 2008.
- Massimo Scaglioni, Fausto Colombo, Piermarco Aroldi, “La morte alla Porta: la gestione politica della crisi in televisione”, AISS-DAMS Conference “Mutazioni Audiovisive”, Imperia, Italy, 19–20 September 2004.

Publications

BOOKS AND EDITED VOLUMES/JOURNALS

1. Balbi, G., Scaglioni, M. (eds.), *Convergent Television(s): Political Ideas, Industrial Strategies, Textual Features and Audience Practices*, View - Journal of European Television History and Culture Vol. 3, Issue 6 (forthcoming).
2. Scaglioni, M., Barra L., (eds.), *Tutta un'altra fiction. La serialità pay in Italia e nel mondo. Il modello Sky*, Carocci, Rome, 2013.
3. Barra, L., Scaglioni, M. (eds.), *Moving at Different Speeds. The Commercialization of Television Systems in Europe and its Consequences*, Comunicazioni Sociali, I (2013), monographic issue subject to blind peer review, pp. 1–163.
4. Scaglioni, M., *La tv dopo la tv. Il decennio che ha cambiato la televisione: scenario, offerta, pubblico*, Vita e Pensiero, Milan, 2012.
5. Grasso, A., Scaglioni, M., (eds.), *Televisione convergente. La tv oltre il piccolo schermo*, Link Ricerca, 2010.
6. Grasso, A., Scaglioni, M. (eds.), *Arredo di serie. I mondi possibili della serialità televisiva americana*, monographic issue subject to blind peer review, Comunicazioni Sociali, 1/2009.
7. Scaglioni, M., Sfardini, A., *MultiTV. L'esperienza televisiva nell'età della convergenza*, Carocci, Rome, 2008.
8. Grasso, A. (with Scaglioni, M., eds.), *Enciclopedia della televisione*, Garzanti, Milan, 2008
9. Grasso, A., Scaglioni, M., *Parole e immagini. La comunicazione e i media*, Fondazione Achille e Giulia Boroli, Milan, 2007.
10. Scaglioni, M., *TV di culto. La serialità televisiva americana e il suo fandom*. Vita e Pensiero, Milan, 2006.

11. Grasso, A., Scaglioni, M., *Che cos'è la televisione. Il piccolo schermo fra cultura e società: i generi, l'industria, il pubblico*, Garzanti, Milan, 2003.
12. Grasso, A., Scaglioni, M. (eds.), *Schermi d'autore. Intellettuali e televisione (1954–1974)*, Rai Eri, Rome, 2002.

PEER-REVIEWED ARTICLES IN JOURNALS AND BOOKS

13. Fiacco, A., Scaglioni, M., “Writing Games. Continuity and Change in the Design and Development of Quiz Shows in Italy”, *View. Journal of European Television History and Culture*, vol. 02, issue 04/2013 (<http://journal.euscreen.eu/index.php/view/article/view/JETHC049/80>).
14. Barra, L., Scaglioni, M., “Berlusconi’s Television, Before and After. The 1980s, Innovation and Conservation”, *Comunicazioni Sociali*, I (2013), pp. 79–89 (<http://www.vponline.it/riviste/comunicazionisociali/2013/1/10/leggiPDF>).ò
15. Cucco, M., Scaglioni, M., “Dico parolacce, incasso e finisco su Sky. Tv, cinema, di nuovo tv. Il viaggio del comico nel XXI secolo”, *Bianco e nero*, vol. LXXIV (2013), pp. 30–40.
16. Scaglioni, M., “Agostino Gemelli: a Pioneer from Cinema to Audiovisuals”, in *Can We Learn Cinema?*, Atti del Convegno internazionale di studi sul cinema, Forum Editrice Universitaria Udinese, Udine, 2013.
17. Barra, L., Scaglioni, M., “Making the Most of the Archive. Commercial Exploitation of the Digital Archive on Contemporary Italian Network TV”, *View – Journal of European Television History and Culture*, I (2012), pp. 40–47 (<http://journal.euscreen.eu/index.php/jethc/article/view/881>).
18. Scaglioni, M., “Variazioni di mondo. Esercizi di stile seriale nel telefilm contemporaneo”, *Comunicazioni Sociali*, 2009, XXXI, pp. 9–24.
19. Scaglioni, M., “Mitologie digitali: la Dtt nei discorsi medialì” *Comunicazioni Sociali*, 2008, XXX, pp. 13–20.

ARTICLES AND CHAPTERS IN BOOKS

20. Scaglioni, M., “From Referee to Scapegoat, but Still Referee: Auditel in Italy”, in Bourdon, J. and Méadel, C., (eds.) *Television Audiences Across the World. Deconstructing the Ratings Machine*, Palgrave Macmillan, London, 2014.
21. Scaglioni, M., “Gendered TV. La tv femminile nello scenario mediale contemporaneo”, in Carpani, R., Peja, L., Aimo, L. (eds.), *Scena Madre. Donne personaggi e interpreti della realtà. Studi per Annamaria Cascetta*, Vita e Pensiero, Milan, 2014.
22. Scaglioni, M., “La tv non basta più. Caratteri e icone di un immaginario condiviso”, in *Quel che resta del nazionalpopolare*, Link, Milan, 2014.
23. Scaglioni, M., “Perché (e come) i media contano. La politica tra TV e social network”, in *Italianieuropei*, 2, 2014, pp. 155-159.

24. Scaglioni, M., “I cattolici e la televisione, vettore di unificazione nazionale”, in Bocci, M. (ed.), *Non lamento, ma azione. I cattolici e lo sviluppo italiano nei 150 anni di storia unitaria*, Vita e Pensiero, Milan, 2013.
25. Scaglioni, M., “Cavalcare la tigre. Tv italiana e culture storiche”, in Grasso, A. (ed.), *Storie e culture della televisione italiana*, Mondadori, Milan, 2013, pp. 26–50.
26. Scaglioni, M., “Verso un’Italia a colori. La pubblicità televisiva tra Carosello e lo spot”, in Grasso, A. (ed.), *Storie e culture della televisione italiana*, Mondadori, Milan, 2013, pp. 337–351.
27. Scaglioni, M., “Per una storia culturale di Auditel”, in Grasso, A. (ed.), *Storie e culture della televisione italiana*, Mondadori, Milan, 2013, pp. 377–385.
28. Barra, L., Scaglioni, M., “Introduction”, *Comunicazioni Sociali*, I (2013), pp. 3–5.
29. Scaglioni, M., Sfardini, A., “Dopo la sentenza. La proliferazione del talk: segnali di disaffezione?”, AudiPol column, *ComPol – Comunicazione Politica*, III (2013).
30. Scaglioni, M., Sfardini, A., “Elezioni politiche 2013: il potere della Tv e la forza dei talk show”, AudiPol column, *ComPol - Comunicazione Politica*, II (2013).
31. Scaglioni, M., Sfardini, A., “La traversata di Grillo. Dall’informazione ai programmi di infotainment: il pubblico a cinque stelle”, *ComPol - Comunicazione politica*, I (2013).
32. Scaglioni, M., Barra, L., “Come il gatto e il topo. L’impatto della pirateria nei consumi televisivi e le reazioni dei broadcaster”, in Braga, R., Caruso, G. (eds.), *Piracy Effect. Norme, pratiche e studi di caso*, pp. 115–123, Mimesis, Milan, 2013.
33. Scaglioni, M., Barra, L., “Ready-made makeover. Politiche editoriali, strategie d’offerta e scelte di adattamento del lifestyle nel contesto televisivo nazionale”, in Innocenti, V., Perrotta, M., *Factual, reality, makeover. Lo spettacolo della trasformazione nella televisione contemporanea*, Bulzoni Editore, Rome, 2013, pp. 47–62.
34. Scaglioni, M., Barra, L., “Modello Sky. Introduzione”, in Scaglioni, M., Barra, L. (eds.), *Tutta un’altra fiction. La serialità pay in Italia e nel mondo. Il modello Sky*, pp. 19–40, Carocci Editore, Rome, 2013.
35. Scaglioni, M., Barra, L., “La macchina seriale. Produzione e promozione delle fiction Sky”, in Scaglioni, M., Barra, L. (eds.), *Tutta un’altra fiction. La serialità pay in Italia e nel mondo. Il modello Sky*, Carocci Editore, Rome, 2013 pp. 19–40.
36. Scaglioni, M., “Tutta un’altra audience. Il pubblico delle fiction pay”, in Scaglioni, M., Barra, L. (eds.), *Tutta un’altra fiction. La serialità pay in Italia e nel mondo. Il modello Sky*, Carocci, Rome, 2013, pp. 51–67.
37. Grasso, A., Scaglioni, M., “Media e politica. Vince (ancora) la tv”. *Vita e Pensiero*, vol. XCVI (2013), pp. 98–106.
38. Barra, L., Scaglioni, M., “Risalite e discese. Le trasformazioni dei percorsi degli spettatori nell’ecosistema mediale”, in Bioni, C., Innocenti, V. (eds.), *Media Mutations. Gli ecosistemi narrativi*

- nello scenario mediale contemporaneo. Spazi, modelli, usi sociali*, Mucchi Editore, Modena, 2013, pp. 165–174.
39. Scaglioni, M., “Sulla via di Gomorra. Le sfide della fiction premium”, *Bianco e Nero*, vol. LXXIV (2013), pp. 116–119.
40. Scaglioni, M., “Un altro pubblico è possibile”, *8 e 1/2*, no. 9, 2013, pp. 45–46.
41. Scaglioni, M., “Consumo di cinema e pratiche di fandom”, in Zecca, F. (ed.), *Il cinema della convergenza. Industria, racconto, pubblico*, Mimesis Edizioni, Milan, 2012, pp. 243–254.
42. Scaglioni, M., “La rappresentazione del luogo fra immaginari e fattore produttivo”, in De Maria, G.M., Santangelo, A., *La TV o l'uomo immaginari*, Aracne, Rome, 2012, pp. 137–154.
43. Scaglioni, M., “Italian TV (and politics): A system in transition”, *In Media Res*, 2012 (<http://mediacommons.futureofthebook.org/imr/2012/04/16/italian-tv-and-politics-system-transition>).
44. Scaglioni, M., “Fuori format. Come (e perché) l'anti-tv si fece tv”, *Link 10*, 2011, pp. 29–36.
45. Scaglioni, M., “Television convergente y narracion: un caso europeo”, *La Balsa de la Medusa*, 6 (2011), pp. 67–78.
46. Scaglioni, M., “I giovani tra mass media e personal media”, in Giaccardi, C., *Abitanti della rete. Giovani, relazioni e affetti nell'epoca digitale*, Vita e pensiero, Milan, 2011, pp. 127–129.
47. Scaglioni, M., Barra, L., Penati, C., “Images du public. La construction du public à travers le processus d'institutionnalisation de la télévision italienne à ses débuts (1953–1955)”, in Delavaud, G., Maréchal, D. (eds.), *Télévision: le moment expérimental*, Editions Apogée, Rennes, 2011, pp. 355–367.
48. Barra, L., Penati, C., Scaglioni, M., “Qualità al plurale”, *Vita e Pensiero*, vol. XCIII (2010), pp. 102–106.
49. Barra, L., Penati, C., Scaglioni, M., “Images of the Public. The construction of Italian TV audience (1953–1955)”, *Comunicazioni Sociali Online*, 3 (2010), pp. 4–17 (<http://www.comunicazionisocialionline.it/2010/3/3/loadPDF/>).
50. Grasso, A., Scaglioni, M., “La televisione convergente”, in Grasso, A., Scaglioni, M. (eds.), *Televisione convergente. La tv oltre il piccolo schermo*, Link Ricerche, Milan, 2010, pp. 11–17.
51. Barra, L., Penati, C., Scaglioni, M., “Estensione, accesso, brand. Le tre dimensioni della televisione convergente”, in Grasso, A. and Scaglioni, M. (eds.), *Televisione convergente. La tv oltre il piccolo schermo*, Link Ricerca, Milan, 2010, pp. 21–31.
52. Barra, L., Scaglioni, M., “Vicini di casa. Dexter, il crime televisivo contemporaneo e la serialità cable”, in Cicero, V. (ed.), *Nel nome di Dexter. Un killer seriale tra letteratura e Tv*, Vita e Pensiero, Milan, 2010, pp. 23–34.

53. Barra, L., Scaglioni, M., “Produzione convergente. Dieci regole per il broadcaster”, in Grasso, A., Scaglioni, M. (eds.), *Televisione convergente. La tv oltre il piccolo schermo*, Link Ricerca, Milan, 2010, pp. 33–56.
54. Barra, L., Scaglioni, M., “Consumo convergente. Pratiche, orientamenti e discorsi”, in Grasso, A., Scaglioni, M., *Televisione convergente. La tv oltre il piccolo schermo*, Link Ricerche, Milan, 2010, pp. 57–78.
55. Catellani, P., Scaglioni, M. *et al.*, “What Has Been and What Should Have Been. The Representation of the Government’s Performance in a Television Interview with Italian Prime Minister Berlusconi”, in Colombo, F., *A Trivial Country. Essays on Media and Politics in Italy*, Vita e Pensiero, Milan, 2010, pp. 31–47.
56. Scaglioni, M., “TV.T.B. Come imparai a non preoccuparmi e ad amare la televisione”, *Link Mono*, 2010, pp. 99–103.
57. Grasso, A., Scaglioni, M., “Mondi possibili e oggetti seriali”, *Comunicazioni Sociali*, I (2009), pp. 6–8.
58. Grasso, A., Scaglioni, M., “Introduzione. Mondi possibili e oggetti seriali, in Arredo di serie. I mondi possibili della serialità televisiva americana”, *Vita e pensiero*, Milan, 2009, pp. 7–10.
59. Grasso, A., Scaglioni, M., “Digitale terrestre o satellite, la conquista del telecomando”, in *Vita e Pensiero*, 2009, XCII, pp. 113–119.
60. Barra, L., Scaglioni, M., “Talkin’ About Television. Percorsi (inter)nazionali della critica tv”, *Link*, 2009, pp. 46–55.
61. Barra, L., Scaglioni, M., “Appendice”, in Mazzoleni, G., Sfardini, A., *Politica Pop. Da Porta a porta a L’isola dei famosi*, Il Mulino, Bologna, 2009, pp. 139–169.
62. Scaglioni, M., “Riscritture”, *Link*, Milan, 2009, pp. 114–115.
63. Scaglioni, M., “Potere tween”, *Link*, Milan, 2009, pp. 34–35.
64. Scaglioni, M., “Davanti ai media. La riflessione di Gemelli sui mezzi di comunicazione”, in Bocci, M. (ed.), *Storia dell’Università Cattolica del Sacro Cuore. Agostino Gemelli e il suo tempo*, Vita e Pensiero, Milan, 2009, pp. 543–569.
65. Scaglioni, M., Sfardini, A., “Fuori/schermi. Tv extradomestica, mobilità, convergenza”, in *Comunicazioni Sociali on-line*, 2009, pp. 72–79.
66. Barra, L., Scaglioni, M., “Flusso di film in mobilità. Un’analisi del palinsesto di Sky Cinema Mobile”, in Ambrosini, M., Maina, G., Marchesini, E., *I film in tasca. Videofonino, cinema, televisione*, Felici, Pisa, 2009, pp. 73–82.
67. Colombo, F., Scaglioni, M., “Quel che resta della fiction. Le incerte formule della memoria dello spettatore”, in *Mondi seriali. Percorsi semiotici nella fiction*. Link Ricerca, Milan, 2008, pp. 247–255.

68. Scaglioni, M., “Dalla tv alla multity: come interpretare il mutamento”, in *Annuario della televisione 2009*, Guerini & Associati, Milan, 2008, pp. 135–137.
69. Scaglioni, M., Sfardini, A., “Le promesse del partecipare. Informazione e cittadinanza nell’età della convergenza”, *Link*, Milan, 2008, pp. 95–99.
70. Bellavita, A., Scaglioni, M. *et al.*, “Le Iene sono animali intelligenti: sanno cambiare pelle”, in *Successi culturali e pubblici generazionali*, RTI, Milan, 2007, pp. 201–220.
71. Grasso, A., Scaglioni, M., “Tecnoprofeti addio: la tv vista dal futuro”, in *Vita e Pensiero*, XC, 2007, pp. 90–97.
72. Facchinotti, L., Scaglioni, M., Sfardini, A., “Zelig. Dal cabaret al circus”, in *Successi culturali e pubblici generazionali*, RTI, Milan, 2007, pp. 181–197.
73. Scaglioni, M., “Fan & the city. Il fandom nell’età della convergenza”, *Link*, Milan, 2007, pp. 153–157.
74. Scaglioni, M., Sfardini, A., “Elisa di Rivombrosa. La ricetta del successo”, in *Successi culturali e pubblici generazionali*, RTI, Milan, 2007, pp. 157–177.
75. Scaglioni, M., “Satellite e digitale. L’Auditel aspetta le altre”, in *Vita e Pensiero*, LXXXIX, Milan, 2006 pp. 57–65.
76. Scaglioni, M., “L’immagine come fonte, come evento, come memoria. Questioni e problemi nel rapporto fra televisione e storia”, in A. Grasso (ed.), *Fare storia con la televisione. L’immagine come fonte, evento, memoria*, Vita e pensiero, Milan, 2006, pp. 17–46.
77. Aroldi, P.M., Colombo, F., Scaglioni, M., “La morte alla Porta. La gestione politica della crisi in televisione”, in Pezzini, I., Rutelli, R. (eds.), *Mutazioni audiovisive. Sociosemiotica, attualità e tendenze nei linguaggi dei media*, ETS, Pisa, 2005, pp. 85–94.
78. Carini, S., Grasso, A., Scaglioni, M., “La politica dei tg, la politica nei tg”, in *Vita e Pensiero*, LXXXVIII, 2005, pp. 56–76.
79. Scaglioni, M., “Cinquant’anni di televisione pubblica: quali trasformazioni?”, in *Servizio della Parola*, XXXVII, 2005 pp. 13–18.
80. Scaglioni, M., “Dopo Carosello. I cineasti e la pubblicità”, in Zagarrìo, V. (ed.), *Storia del Cinema italiano. 1977–1985*, Marsilio, Venezia, 2005, pp. 472–488.
81. Scaglioni, M., “Fandom”, in Colombo, F. (ed.), *Atlante dei media e della comunicazione*, Hoepli, Milan, 2005, pp. 107–109.
82. Scaglioni, M., Sfardini, A., “I generi dell’intrattenimento: una mappa in forma di lemmario”, in *Annuario della Televisione 2004*, Etas, Milan, 2005.
83. Bellavita, A., Scaglioni, M., “Televisione, innovazione tecnologica e *television studies*”, in *Una felice anomalia. I 25 anni della collana VQPT*, Rai-Eri, Rome, 2004, pp. 113–126.

84. Grasso, A., Scaglioni, M., “Il paese reale non coincide con il popolo della tv”, in *Vita e Pensiero*, Milan, LXXXVII, 2004, pp. 90–98.
85. Carini, S., Scaglioni, M., “Novellizzazioni televisive: la fiction su carta dalla pedagogia al piacere seriale”, *Bianco e Nero*, 2004, pp. 87–93.
86. Carini, S., Scaglioni, M., “Appendice. Le tv locali in Italia: quadro economico e analisi degli ascolti”, in Grasso, A. (ed.), *Il bel Paese della tv. Viaggio nell'Italia delle emittenti locali*, RCS, Milan, 2004, pp. 199–205.
87. Scaglioni, M., “Affetto”, in Canova, G. (ed.), *Dreams. I sogni degli italiani in 50 anni di pubblicità televisiva*, Bruno Mondadori, Milan, 2004, pp. 142–142.
88. Scaglioni, M., “Ripetizione”, in Canova, G. (ed.), *Dreams. I sogni degli italiani in 50 anni di pubblicità televisiva*, Bruno Mondadori, Milan, 2004, pp. 163–164.
89. Scaglioni, M., “Il dèmon del linguaggio. Cinquant'anni di televisione e (quasi) altrettanti di pubblicità”, in Canova, G. (ed.), *Dreams. I sogni degli italiani in 50 anni di pubblicità televisiva*, Bruno Mondadori, Milan, 2004, pp. 31–45.
90. Grasso, A., Scaglioni, M., “50 anni di tv: l'identità italiana attraverso lo schermo”, in *Vita e Pensiero*, LXXXVI, 2003, pp. 84–95.
91. Carini, S., Grasso, A., Scaglioni, M., “La linea d'ombra della tv: i giovani e i telefilm americani”, in *Vita e Pensiero*, LXXXVIII, 2005, pp. 95–109.
92. Scaglioni, M., “La pubblicità: da Carosello allo spot”, in Bendazzi, G., De Berti, R. (eds.), *La fabbrica dell'animazione: Bruno Bozzetto nell'industria culturale italiana*, Il Castoro, Milan, 2003, pp. 40–49.
93. Scaglioni, M., “Attraverso gli specchi. Le rubriche, gli autori, i temi”, in Grasso, A. (ed.) *Schermi d'autore. Intellettuali e televisione (1954–1974)*, Rai-Eri, Rome, 2002, pp. 21–35.
94. Buccheri, V., Colombo, S., Scaglioni, M., “Suspense cinematografica e creazione dell'attenzione: analisi comparata di due sequenze hitchcockiane”, in *IKON*, 42/43, 1999, pp. 119–151.
95. Scaglioni, M., “Le esperienze di un ex pubblicitario: colloquio con Sandro Baldoni”, in Martini, G. (ed.), *Patchwork Due. Geografia del nuovo cinema italiano*, Editrice Il Castoro, Milan, 1997, pp. 73–76.
96. Scaglioni, M., “Sandro Baldoni”, in Martini, G. (ed.), *Patchwork Due. Geografia del nuovo cinema italiano*, Il Castoro, Milan, 1997, pp. 128–131.
97. Scaglioni, M., “Lo scapolo”, in Martini, G., Zappoli, G. (eds.), *Un'invisibile presenza. Il cinema di Antonio Pietrangeli*, Editrice Il Castoro, Milan, 1998, pp. 69–73.
98. Scaglioni, M., “Micky e Maude”, in Massara, M., Zappoli, G. (eds.), *Una pantera da Tiffany. Il cinema di Blake Edwards*, Il Castoro, Milan, 1997.

Other appointments and awards

- Peer reviewer for Italian and international scientific journals (*ComPol. Comunicazione Politica*, *Cinéma&Cie*, *VIEW - Journal of European Television History and Culture*, *European Journal of Communication*, *Journal of Italian Cinema and Media Studies*) and reviewer of volumes for publication by Routledge.
- International Affiliations: *NECS – European Network for Cinema and Media Studies* (since its foundation), *ECREA – European Communication Research and Education Association*, *CUC – Consulta Universitaria Cinema (Italian Association for Cinema and Media Studies)*.
- Responsible for the book series *Mediascapes* (Unicopli, since 2014).
- Organizer and director of the advanced course in “Cineforum methodology in the Community Cinema”, organized by Università Cattolica in conjunction with ACEC (the Catholic cinema operators’ association) and the Diocese of Milan social communications office (19 October–16 November 2013).
- Winner of the 25th edition of the Capri San Michele – Adriano Bausola prize (essays), 2008 – for the book *Tv di culto. La serialità televisiva americana e il suo fandom*, Vita e Pensiero, Milan (2006).
- In the seventh “Giancarlo Mencucci” competition for an original research project on mass communications, the project “XTV. Giovani, identità culturale e televisione in Italia”, by Massimo Scaglioni, won second prize (2002).