



Corso di Studi  
Scienze del Servizio Sociale  
Università di Pisa

# SOCIOLOGIA

Corso B  
(6cfu)

[UDF Sociologia e Storia e teoria sociologica (12cfu)]

Riccardo Guidi

[riccardo.guidi@unipi.it](mailto:riccardo.guidi@unipi.it)

[https://people.unipi.it/riccardo\\_guidi/didattica](https://people.unipi.it/riccardo_guidi/didattica)



## INFORMAZIONI FONDAMENTALI SULL'INSEGNAMENTO

Lezioni: Giovedì, 10,30-12,00 (Q2); Venerdì, 8,45-10,15 (O2)

NB: **No lezione** nei **giorni 30/3, 31/3**, 7/4, 13/4, 14/4, 20/4, 21/4.

Programma d'esame: Giddens A., Sutton P.W. (2021), *Fondamenti di sociologia*, Bologna, il Mulino (Sesta edizione)

Modalità di esame: Due prove intermedie (19 Aprile e 16 Maggio 2023) o prova orale (da Maggio 2023)

Slide, materiali e comunicazioni: [https://people.unipi.it/riccardo\\_guidi/didattica](https://people.unipi.it/riccardo_guidi/didattica)

Ricevimento: ogni Giovedì, dalle 12,00 alle 14,00, Polo Piagge

# MASS MEDIA

## Capitolo 13

Giddens, A., Sutton, P.W. (2022), Fondamenti di sociologia. Sesta edizione, Bologna, Il Mulino

## I Mass Media

1. La **comunicazione**, cioè il trasferimento delle informazioni tra individui o gruppi, sia attraverso l'interazione diretta sia attraverso strumenti di intermediazione («media»), è cruciale per qualsiasi società. Nel nostro secolo le tecnologie della comunicazione rendono possibile la condivisione istantanea delle informazioni in quasi tutto il mondo e i *media* si rivolgono alle *masse* (*mass media*)
2. Per gran parte della storia dell'umanità il principale strumento di comunicazione è stata la parola, e l'interazione faccia a faccia costituiva la norma. Nelle **culture orali** le informazioni, le idee e le conoscenze venivano trasmesse verbalmente. Quando fu possibile trascrivere le parole e conservarle, inizialmente sulla pietra, cominciarono a comparire le prime **culture scritte**, a partire da quella cinese di circa tremila anni fa.
3. Un importante precursore dei mass media moderni fu, verso la metà del XV secolo, la **stampa a caratteri mobili** di Gutenberg, che rese possibile la riproduzione dei testi.
4. Alla fine del XX secolo la tecnologia digitale ha prodotto i nuovi media. La «**rivoluzione digitale**»
  - è resa possibile dalla trasformazione di ogni unità di informazione in bit.
  - ha consentito lo sviluppo della **multimedialità** e la **convergenza dei media**, fenomeni che indicano il processo di integrazione tra contenuti e tecnologie differenti
  - è anche alla base dello sviluppo dei **media interattivi**, che consentono agli individui di intervenire attivamente su ciò che vedono o ascoltano
5. **Marshall McLuhan** (1964): **il mezzo è il messaggio** → i differenti mezzi di comunicazione hanno effetti diversi sulla società. La natura dei media influenza la società molto più del contenuto dei messaggi trasmessi. I media elettronici, secondo McLuhan, stanno creando un **villaggio globale**, in cui persone di ogni parte del mondo assistono insieme ad avvenimenti che suscitano il loro interesse.

## I differenti Mass Media (cenni)

1. **Internet.** Nasce al Pentagono nel 1969: consente agli scienziati della Difesa statunitense di mettere in comune risorse e condividere l'uso di costosi strumenti. Dal 1985, crescita esponenziale. Ulteriori margini di sviluppo (es. *cloud computing*, che consente di distribuire agli utenti le capacità elaborative sotto forma di servizio anziché di prodotti). Ricadute sociali di Internet: verso l'arricchimento relazionale; verso l'isolamento sociale.
2. **Televisione.** Rappresenta il più importante sviluppo mediatico nella metà del XX secolo. Diversi teorici dei media hanno espresso forti critiche riguardo agli effetti di una dieta apparentemente sempre più nutrita di televisione: per Postman (1964) erode le capacità razionali e le sostituisce con l'intrattenimento, per Putnam [1995] il declino degli obblighi e della fiducia reciproci negli USA («capitale sociale») corrisponde con una certa precisione all'avvento della televisione.
3. **Musica** (circolazione della). Antica come le società umane, precede lo sviluppo delle forme complesse di linguaggio. **Theodor Adorno** [1962] sosteneva che le forme musicali tendono a riflettere la società in cui vengono sviluppate. Wikström [2009] sostiene che la rivoluzione della musica digitale ha tre caratteristiche fondamentali: la connettività, la musica come servizio (e non bene) e la produzione amatoriale.

## Teorie dei Mass Media (1)

1. **Teorie funzionaliste.** Verso la metà del XX secolo i teorici del funzionalismo si concentrarono sul contributo reso dai media all'integrazione sociale. McQuail [2000] identifica cinque importanti funzioni dei media in grado di contribuire alla stabilizzazione del sistema sociale: informazione, correlazione, continuità, intrattenimento, mobilitazione. Criticità: queste teorie considerano gli individui come terminali passivi dei messaggi e valutano gli impatti dei media solo positivamente.
2. **Teorie del conflitto.** Due importanti teorie dei media situate nella prospettiva marxista:
  - **approccio dell'economia politica:** si concentra sulla proprietà e sul controllo dei media e sul modo in cui questi rispondono a interessi privati. **Noam Chomsky** (1991): la proprietà dei media tende verso la concentrazione ed il successo delle voci più conservatrici che, attraverso la disinformazione, svolgono funzioni di propaganda a beneficio dei gruppi dominanti
  - **approccio dell'«industria culturale»:** elaborato dalla **scuola critica di Francoforte** (Horkheimer, Adorno, 1947), secondo cui il tempo libero delle società capitaliste subisce un processo di industrializzazione. La cultura è industrializzata (industria culturale): massificata, standardizzata, dominata dalla ricerca di profitto degli imprenditori. L'industria culturale mina la capacità di giudizio critico ed autonomo, intrattiene e conforma ai valori dominanti. Più recentemente, **Jurgen Habermas** ha sostenuto che la **sfera pubblica** (arena di pubblico dibattito in cui possono essere discusse questioni di interesse generale e si formano le opinioni) delle nostre società è controllata e manipolata dai mass media. I mass media contribuiscono ad erodere la democrazia.
  - In queste teorie anche le **ricerche del Glasgow University Media Group**, empiricamente più sofisticate, che evidenziano come i mass media espandono il rilievo dell'ideologia capitalista attraverso tutti i tipi di contenuti.

La criticità di queste teorie è simile, a rovescio, a quella del funzionalismo: gli individui sono vittime passive dei messaggi dei mass media.

## Teorie dei Mass Media (2)

3. **Teorie interazioniste.** Cercano di analizzare le influenze mediatiche a partire dalle persone che le subivano (studio di Herbert Blumer dedicato all'impatto del cinema sul pubblico).

- Teoria del **panico morale**: le rappresentazioni mediatiche esagerate e sensazionalistiche contribuiscono ad alimentare nella società ondate ricorrenti di panico morale, attribuendo il ruolo di capro espiatorio a determinati gruppi sociali.
- Secondo **John Thompson** (1995)
  1. I mass media non impediscono il pensiero critico: le persone non sono ricettori passivi dei messaggi mediatici.
  2. È possibile distinguere tre tipi di interazione:
    - *interazione faccia a faccia*: avviene in contesto di compresenza, è ricca di indizi simbolici, rivolta a destinatari specifici, è dialogica;
    - *interazione mediata*: avviene in contesti separati, è povera di indizi simbolici, è rivolta a destinatari specifici, è dialogica (es. il telefono);
    - *quasi-interazione mediata*: avviene in contesti separati, è povera di indizi simbolici, è rivolta a destinatari indefiniti, è monologica (es. i mass media).

*Oggi i tre tipi di interazione si intrecciano modificando gli equilibri tra pubblico e privato.*

## Teorie dei Mass Media (3)

### 4. Teorie post-moderne.

A partire dal lavoro di **Jean-François Lyotard** [1979], la sociologia ha dovuto confrontarsi con la crisi degli ideali progressisti che hanno caratterizzato la vita moderna. Lyotard ravvisa un declino delle grandi metanarrazioni della modernità: verità scientifica, progresso, sviluppo storico. La crisi della modernità apre un'altra epoca caratterizzata dall'assenza di certezze. Per alcuni (es. **Zygmunt Bauman**), la postmodernità offre anche opportunità: è un'epoca di «modernità riflessiva» che affronta le grandi promesse della «prima modernità» con minori illusioni.

**Jean Baudrillard** (1981) è il mediologo postmodernista più influente:

- Ritene che l'impatto dei mass media moderni sia molto più profondo rispetto ai precedenti media perché alterano la distinzione tra realtà e rappresentazione.
- Un tempo era possibile separare la realtà dalla rappresentazione che ne davano i media, mentre oggi i mass media (la televisione, in particolare, per Baudrillard) non rappresenta il mondo ma definisce cosa è il mondo. Dato che la conoscenza della realtà passa in larga parte dalla sua rappresentazione mediatica, sono i mass media che determinano cosa è reale.
- Viviamo dunque nell'**iperrealtà**, in cui il garante della realtà è la sua rappresentazione sui media. La rappresentazione della realtà sui media la rende più reale del reale.

Criticità: ancora una volta il pubblico viene considerato come massa di destinatari passivi di messaggi.



## Pubblico e disuguaglianze

Mentre le teorie dei media si concentrano sul mezzo, le ricerche sul pubblico si concentrano sui modi in cui le persone fruiscono dei prodotti mediali.

### Modelli di risposta del pubblico

1. *modello ipodermico*: presume che il messaggio venga ricevuto e interpretato più o meno allo stesso modo da tutti i membri della società e ritiene che il pubblico accetti direttamente e passivamente il messaggio senza affrontarlo con spirito critico, Critiche: trascura di prendere in considerazione le reazioni molto diversificate ai media riscontrabili tra il pubblico
2. *modello della gratificazione*: assegna al pubblico un ruolo più attivo. Il pubblico usa i media per soddisfare le proprie esigenze. Critiche: si presume che i media non abbiano alcuna influenza sul determinare i bisogni del pubblico
3. *modello della ricezione*: si concentra sui modi in cui la classe di appartenenza e il retroterra culturale influenzano le interpretazioni dei differenti «testi» mediatici
4. *modello interpretativo*: si focalizza sul processo in base al quale il pubblico filtra le informazioni attraverso le proprie esperienze, legando tra loro «testi» differenti o utilizzando un tipo di media per contestarne un altro. In questo modello il pubblico ha un ruolo attivo e influisce sui media attraverso la contestazione o il rifiuto dei loro prodotti.

### Rappresentazione delle disuguaglianze

1. Nelle rappresentazioni mediatiche delle donne prevalgono nettamente gli stereotipi tradizionali dei ruoli di genere.
2. Anche nelle rappresentazioni mediatiche delle minoranze etniche e dei disabili si coglie in genere un effetto di rafforzamento degli stereotipi.

Le rappresentazioni mediatiche non sono la causa della discriminazione né dell'emarginazione sociale delle persone disabili, ma possono contribuire al rafforzamento dei pregiudizi che colpiscono alcuni gruppi sociali.

## Il controllo dei media globali

Negli ultimi decenni è stato creato un nuovo ordine mediatico globale caratterizzato da 5 elementi (Held et al. 1999):

1. *crescente concentrazione della proprietà*: i media globali sono dominati da pochi e potenti gruppi imprenditoriali;
2. *passaggio dalla proprietà pubblica a quella privata*: la liberalizzazione economica ha spinto alla privatizzazione delle aziende dei media e delle telecomunicazioni;
3. *sviluppo di strutture aziendali transnazionali*: si opera sempre più al di là dei confini nazionali;
4. *integrazione dei prodotti mediatici*: l'industria dei media è meno segmentata rispetto al passato;
5. *aumento delle fusioni aziendali*: alleanze tra aziende appartenenti a segmenti diversi dell'industria dei media.

In questo ordine, i paesi industrializzati si trovano in una posizione dominante nella produzione e nella diffusione di prodotti mediatici => imperialismo mediatico. Il controllo dell'informazione da parte delle maggiori imprese di comunicazione occidentali fa sì che a livello globale:

1. sia costantemente privilegiato il 'primo mondo';
2. si presti attenzione ai paesi in via di sviluppo solo in occasione di catastrofi, crisi, guerre o altre violenze.

I media globali devono tuttavia considerare le preferenze tipiche dei paesi del Sud se vogliono avere successo nei loro mercati (*glocalizzazione*).

La potenza dei media globali è innegabile. Ma esistono anche tentativi di contrastare il loro imperialismo (es. Indymedia).