

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

1.1. La teoria della coltivazione

Effetti di coltivazione: effetti consistenti nella «coltivazione» di credenze e paure del pubblico.

Autore di riferimento: George
Gerbner.

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Negli anni Settanta e Ottanta, Gerbner e i suoi collaboratori pubblicano, con cadenza annuale, un rapporto sulla quantità di **violenza** mostrata in tv.

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Definizione di **violenza**:

- violenza fisica (ferire o uccidere);
- catastrofi naturali;
- ogni atto che può provocare conseguenze gravi.

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Si accorgono che le persone più esposte al mezzo televisivo tendono a **sovrastimare** la possibilità di essere oggetto di aggressione nel proprio quartiere.

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Metodologia:

analisi dei **messaggi** veicolati dalla tv;
survey sul **pubblico** articolate a livello nazionale e locale. Variabili:

- demografiche di base;
- esposizione televisiva (debole, media (2-4 ore al giorno) forte).

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

esposizione televisiva: debole, media (2-4 ore al giorno), forte.

«**differenziale di coltivazione**» = «il margine di differenza in concezioni della realtà tra i forti e deboli telespettatori appartenenti agli stessi sottogruppi demografici».

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

«Gli individui definibili come **forti spettatori** della **televisione** hanno maggiori probabilità di sviluppare punti di vista che riflettono quelli veicolati dall'offerta mediale».

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Esposizione televisiva «forte» →
risposta televisiva.

Esposizione televisiva «debole» →
risposta di realtà.

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Tv → funzione «**affabulatoria**»

- racconta storie;
- offre emozioni;
- stimola l'immaginario;
- offre evasione.

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Tv → funzione «**bardica**»

«il **bardo** tradizionale trasformava le preoccupazioni della **vita quotidiana** in versi».

Tv: «propone mondi, comportamenti, atteggiamenti e opinioni sottoponendocene sotto forma di **storie** che narrano tanto il presente quanto il passato».

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Tv → assorbe tempo e attenzione.

Non richiede mobilità.

Non richiede educazione.

Deve essere considerata nel suo complesso.

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Gerbner era interessato «all'influenza complessiva esercitata dai messaggi televisivi sul pubblico».

Pubblico = «persone esposte ai messaggi dei media».

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Dalle **risposte televisive** ai concetti di mainstream e risonanza.

Concetto di **mainstream**: «comunanza di punti di vista coltivati dalla televisione».

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Concetto di **risonanza**: «i telespettatori che esperiscono situazioni simili a quelle rappresentate dal mezzo televisivo saranno maggiormente sensibili al contenuto del messaggio».

Esperienza personale/processi di **ricezione**.

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Oggi:

molti canali, molti mezzi, più dispositivi
specializzazione, accesso on demand
ai contenuti medialti, crossmedialità,
frammentazione/diversificazione
dell'audience.

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Oggi:

Tv → tramite smartphone, Facebook, YouTube.

Morgan et al., 2015: «c'è più televisione oggi di prima».

Si parla di tv anche nei social media.

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Oggi:

«[...] i nuovi media assolvono la funzione di [...] **coltivare** – i pubblici in modo addirittura più efficace di quanto avveniva nel passato».

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Chaffee, Metzger 2001: **nuovi media**

«visto che ci sono numerose visioni del mondo disseminate all'interno dei nuovi media, la teoria della coltivazione può slittare verso una visione nella quale gli individui sono **coltivati** da specifiche visioni del mondo, **selezionate in base alle loro scelte**». → *echo chambers*

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Perloff 2015:

«La **coltivazione** continua ad operare,
solo in un modo differente».