

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

1 2. Diseguaglianze mediali

Knowledge gap

Digital divide

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Knowledge gap

«La conoscenza cresce di più nei settori di status superiore» (p. 222).

istruzione → abilità di lettura e comprensione.

Le informazioni già possedute si aggiungono a quelle derivanti dall'esposizione mediale.

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Knowledge gap

Importanza dei contatti sociali per discutere di argomenti di interesse comune.

Maggior livello di istruzione → ricerca attiva dell'informazione e scelta del medium (stampa).

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Knowledge gap

Differenze sociali (livello di istruzione);

Fattori motivazionali (interessi personali, bisogni conoscitivi, gradi di coinvolgimento, etc.).

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Knowledge gap

1. Status socio-economico (educazione).
2. Motivazioni.

Quale correlazione?

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Associazione causale (educazione → motivazioni).

Spiegazione rivale (educazione e variabili motivazionali sono fattori indipendenti).

Dipendenza dalle motivazioni (il divario di conoscenze può essere moderato dalle motivazioni).

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Heinz Bonfadelli (2002):

Gap

nella distribuzione di informazioni;

nell'accesso ad esse;

nel loro uso;

nella loro elaborazione;

nelle conoscenze che ne derivano.

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Digital divide:

inclusi/esclusi;

connessi/sconnessi;

aree fragili;

aree industrializzate/paesi del terzo e quarto mondo.

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

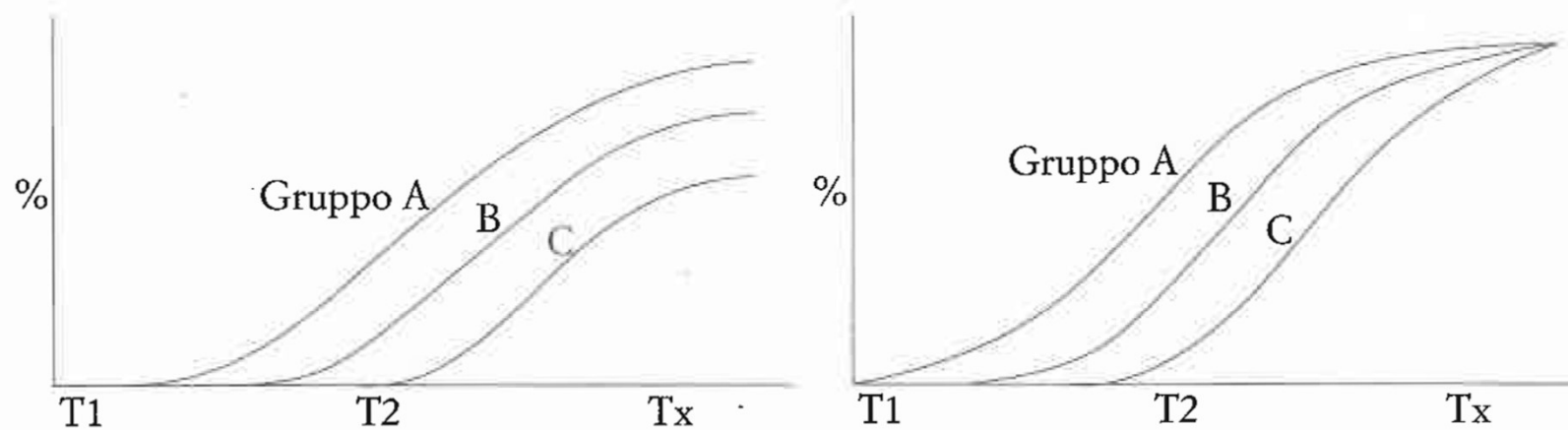


Fig. 7. *La curva cumulativa a S della diffusione tecnologica: modello della normalizzazione e modello della stratificazione (Fonte: Rogers, 1995).*

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

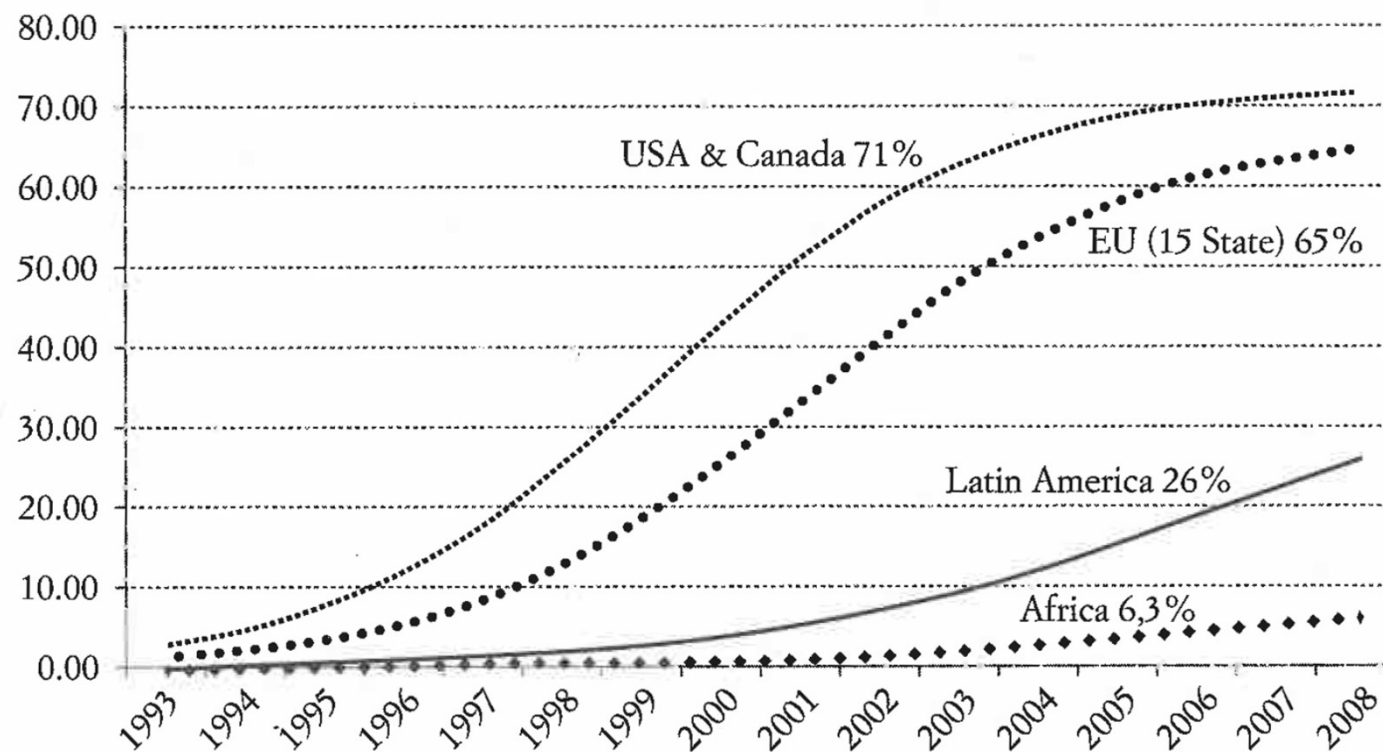


Fig. 8. Confronto tra le curve di diffusione di internet in diverse aree del mondo (Fonte: Romero Ania et al., 2011).

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Digital divide:

1. accesso (possibilità/scelta di connettersi);
2. competenze;
3. uso.

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Accesso

formale/effettivo;
luogo della connessione
(casa propria,
luogo di lavoro/studio,
casa di un amico,
luogo pubblico).

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Competenze digitali

«competenze necessarie per operare con il computer e la rete, cercare e selezionare informazioni presenti in essa, usare tali informazioni per raggiungere i propri obiettivi».

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Competenze digitali (livelli):

1. operative;
2. informazionali;
3. strategiche.

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Uso (van Dijk: possibilità d'uso → 7 classi)

1. Informazione
2. Comunicazione
3. Lavoro
4. Educazione
5. Affari e finanza
6. Shopping
7. intrattenimento

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

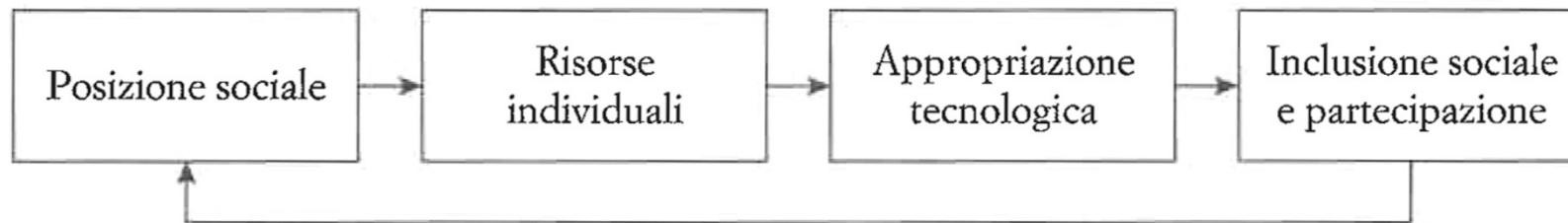


Fig. 9. I nessi causali all'origine delle disuguaglianze digitali

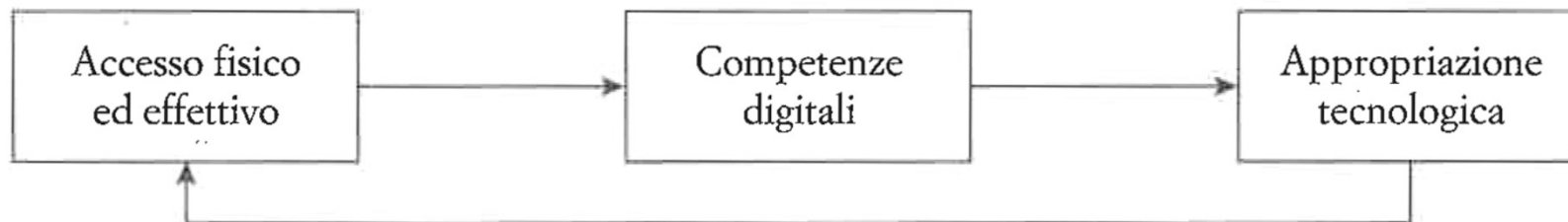
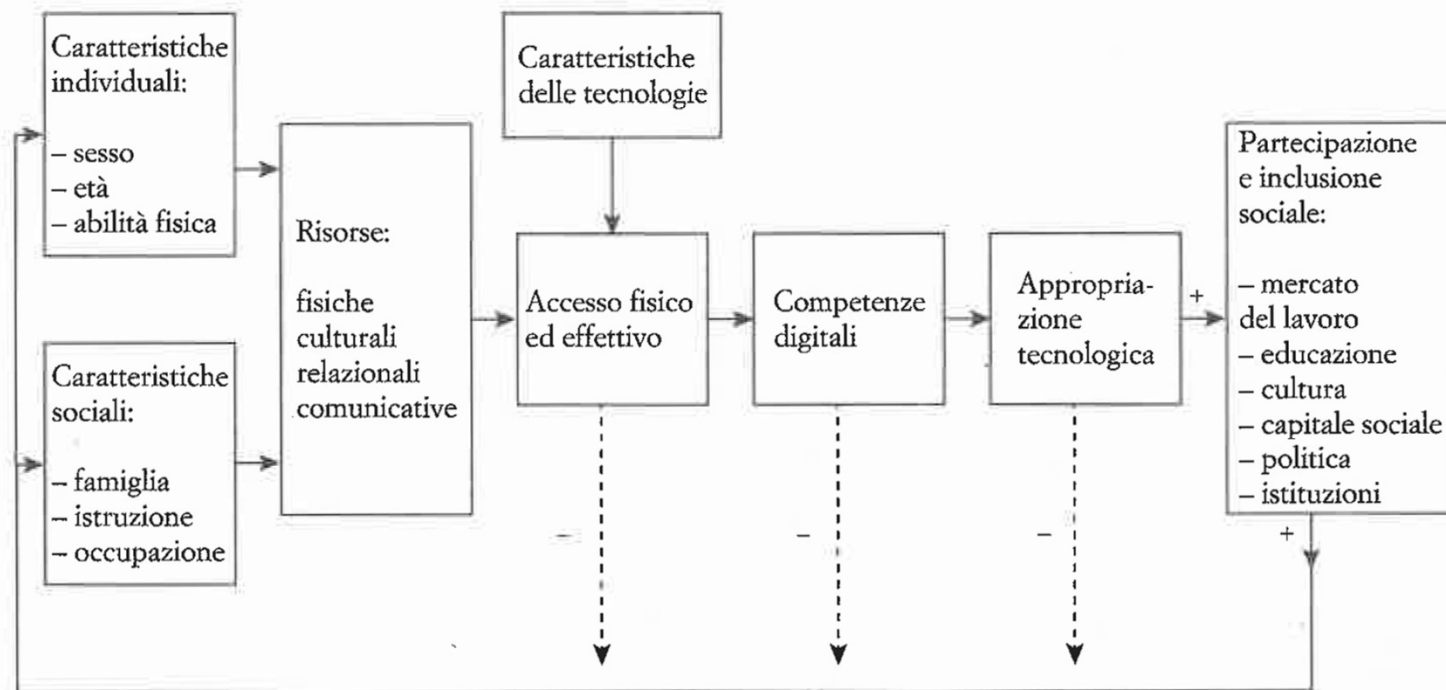


Fig. 10. Modello cumulativo e ricorsivo di appropriazione tecnologica

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA



+ Inclusione - Esclusione

Fig. 11. *Modello cumulativo delle disuguaglianze digitali*

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Media tradizionali Tv, stampa		Internet
Informazione giornalistica omogenea	Differenziazione e disintermediazione nella produzione informativa	Informazione eterogenea da professionisti e amatori
Accesso di massa e uso abitudinario da parte della maggioranza delle persone	Frammentazione delle audience	Accesso limitato da barriere tecniche ed economiche
Uso basato su motivazioni e competenze individuali	Ricerca di informazioni individualizzata e collettiva	Uso basato su motivazioni e competenze individuali e su logiche comunitarie
<i>Knowledge gap</i> basato sull'educazione e sulle motivazioni dei pubblici	Disintegrazione crescente delle agende e riduzione della conoscenza condivisa	<i>Knowledge gap</i> basato sul divario di accesso, di uso e di abilità dei pubblici

Fig. 12. «*Knowledge gap*» mediale in internet, rielaborazione da Bonfadelli, 2002