

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

10. La spirale del silenzio

(1974) 1984. E. Noelle-Neumann

Teoria della spirale del silenzio

Si parla poco di ciò che i media non dicono.

Si evitano posizioni diverse da quelle espresse dai media.

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

1974. E. Noelle-Neumann

«l'opinione dominante costringe alla conformità di atteggiamento e comportamento nella misura in cui minaccia di **isolamento** l'individuo che dissente».

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

1984. E. Noelle-Neumann

Timore dell'isolamento:

1. **rinuncia** ad esprimere la propria opinione;
2. **conformismo** (si evitano forme di disallineamento).

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

paura dell'isolamento + monitoraggio
del clima di opinione

su questioni di ordine morale o etico,
ma anche su temi divisivi (es.: vaccini).

Nel fare il monitoraggio si attinge alla
copertura mediale e all'esperienza
personale (opinione pubblica duale)

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

«gli individui che si percepiscono come portatori di una **posizione minoritaria** hanno di fronte a sé due opzioni: abbracciare la posizione maggioritaria oppure tacere per evitare l'ostracismo e la riprovazione sociale».

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

L'effetto silenzio scompare
nell'**ambiente online**?

Non scompare, né viene indebolito.

«[...] gli ambienti online possono innescare la paura di venire socialmente isolati quando si esprimono opinioni dissonanti».

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

«Doppio clima di opinione»

«[...] la percezione del clima di opinione da parte degli individui si correla con il loro **consumo mediale**, integrando gli elementi provenienti dall'**esperienza personale**».

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Critica al «**mondo orwelliano**» della Noelle-Neumann:

«L'idea che in un **paese democratico** sia possibile trovare media che sostengono unicamente le posizioni maggioritarie ignorandone altre risulta quantomeno difficile da sostenere».

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Oggi



offerta mediale
sempre più articolata e composita.

Consumo cross-mediale.

Specializzazione, segmentazione,
frammentazione, polarizzazione.

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Isolamento + monitoraggio del clima di opinione.

Oggi l'isolamento può ridursi o ingigantirsi.

Non è facile scoprire la posizione maggioritaria nell'ambiente online abitato da voci consonanti piuttosto che dissonanti (camere dell'eco, algoritmi).

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Oggi



Possibilità di prendere la parola:

Like, commenti, post,

Avvio/sottoscrizione di una
petizione pubblica

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

p. 202: «[...] l'idea che i **media** esercitino una **funzione di articolazione discorsiva**, offrendo agli individui argomentazioni e strumenti per difendere o contestare alcune posizioni, appare tuttora utile».

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

«Altrettanto valida è l'idea secondo cui i **media** [...] sono nella condizione di creare un **clima di opinione** che va ad aggiungersi a quello che gli individui costruiscono in base all'esperienza personale».

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Oggi:

possibilità di creazione di
climi di opinione differenziati.

«[...] numerose spirali si creano e convivono una accanto all'altra, nella comune illusione di rappresentare la posizione maggioritaria [...]».