

La comunicazione attraverso i media

Limiti della comunicazione orale:

- Labilità, ovvero decadimento rapido
- Breve distanza di trasmissione, con i segnali visivi fino a 100 metri
- Numero limitato di partecipanti
- Assenza di trasducibilità, scarsa capacità di tradurre le parole in gesti e viceversa, corrispondenza mai perfetta

I media permettono superare i limiti della comunicazione faccia a faccia

- Sistemi di registrazione, scrittura, filmati, etc.. superano la labilità
- Telecomunicazioni, telegrafo, telefono, etc..., superano la breve distanza di trasmissione
- I mass media, libri, giornali, cinema, radio e televisione, superano il limite della distanza e del numero di partecipanti
- I nuovi media, superano anche la trasducibilità attraverso il computer

In generale, i media costringono a una comunicazione più povera (es., testo scritto), scarsa interattività e reciprocità

I mass media

Le notizie giornalistiche sono fuorvianti in quanto danno luogo a correlazioni illusorie

Es., Crollato ponte della ricostruzione in Piemonte → Crollato ponte in Piemonte

Notizie superficiali per adeguarsi al pubblico

Newsmaking

- Fuga dal pensiero: scaricare la tensione
- Chiusura al pubblico: i giornalisti conoscono poco il pubblico, newmaking autoreferenziale
- Ambivalenza nei riguardi del pubblico: i giornalisti non amano il pubblico
- Neutralità forzata: preoccupazione di prendere distanze dai portatori di interesse; conflitti rispetto al modo di fare giornalismo
- Collusione con gli esperti: la fonte si adegua alla regola della superficialità del giornalismo
 - Collaborazione = assimilazione vs non collaborazione = letteratura scientifica
- Procedure banalizzanti: ricostruzione artificiosa del reale

Eterogeneità dell'audience: pubblico fluido, virtuale; esistenza di comunità interpretanti, ovvero di gruppi che condividono il modo di ricostruire i prodotti (es., categoria femminile che guarda le soap opera)

Mass media hanno effetti deboli nel breve periodo e potenti nel lungo periodo

- Esposizione selettiva: le persone scelgono le letture e i programmi che le confermano nelle convinzioni che hanno già
- Flusso di comunicazione a due tappe: le informazioni prima penetrano nella comunità e poi negli scambi interpersonali faccia a faccia, venendo riprese e rielaborate
- Deformazione della realtà: convenzionalità, struttura sociale alterata, presente dilatato, negatività
- Agenda-setting, i media indicano quali sono i temi rilevanti della vita sociale e le priorità con cui vengono considerati
- Spirale del silenzio, fenomeno dell'ignoranza pluralistica, ovvero convinzione di una maggioranza compatta mentre c'è pluralismo di idee
- Knowledge gap, i mass media possono attenuare le differenze quando diffondono in una piccola comunità notizie di estremo interesse, ma più spesso generano differenze di conoscenza a causa di differenti possibilità di accedere all'informazione, differenze di motivazione e abilità
- Effetti imitativi (es., esperimento Bandura)
- Effetti sull'immaginazione, viene favorito il daydreaming, riducono l'immaginazione creativa
- Effetto terza persona: ciascuno pensa che i mass media abbiano maggiori effetti sugli altri piuttosto che su se stessi

Internet

Comunicazione mediata dal computer o dagli smartphone

- Comunicazione sincrona
- Comunicazione asincrona

Problemi di conversione in rete:

- Freddezza
- Difetto d'impegno nella comunicazione e di controllo
- Avvicendamento incerto (es., passaggi di turno)
- Frammentazione dei contenuti
- Strategie di adattamento
 - Abbreviazioni delle parole (T6R8 = Ti sei rotto; Lol = Laughing out loud = ridere forte)
 - Emoticon

Self-presentation (es., profilo, nickname, etc...) → Rischio egocentrismo

Scoprire gli altri

Esperimenti di identità