

Società e comunicazione

Testo di riferimento:

J. B. Thompson, *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*

Cap. IV - **La trasformazione della visibilità**

Cap. IV. La trasformazione della visibilità

Struttura del capitolo:

1. dicotomia pubblico/privato;
2. visibilità mediata;
3. controllo della visibilità mediata;
4. limiti del controllo della visibilità mediata.

Pubblico/privato

due diverse accezioni:



1. Pubblico: appartenente alla sfera statale, alla “res publica”. Privato: non appartenente alla sfera statale.
2. Pubblico: manifesto, accessibile a tutti. Privato: sfera accessibile a poche persone.

Pubblico = visibile

Pubblico: accessibile a tutti, visibile



VISIBILITÀ

Visibilità di eventi e/o individui.

Visibilità come compresenza.

Visibilità mediata.



Visibilità mediata

visibilità/media

Visibilità: differenza tra stampa e tv

Tv → visibilità simile a quella della compresenza, però ...

(pp. 182-183):

- VISIBILITÁ ALLARGATA
- CAMPO VISIVO [+/-]
- DIREZIONE DELLO SGUARDO

Visibilità mediata

Visibilità mediata: tv



controllo di molti (telespettatori) su pochi.

Visibilità mediata \neq panopticon.

Panopticon = controllo di pochi su molti.

Panopticon

J. Bentham (1748-1832)

Panopticon, or the Inspection House (1791)

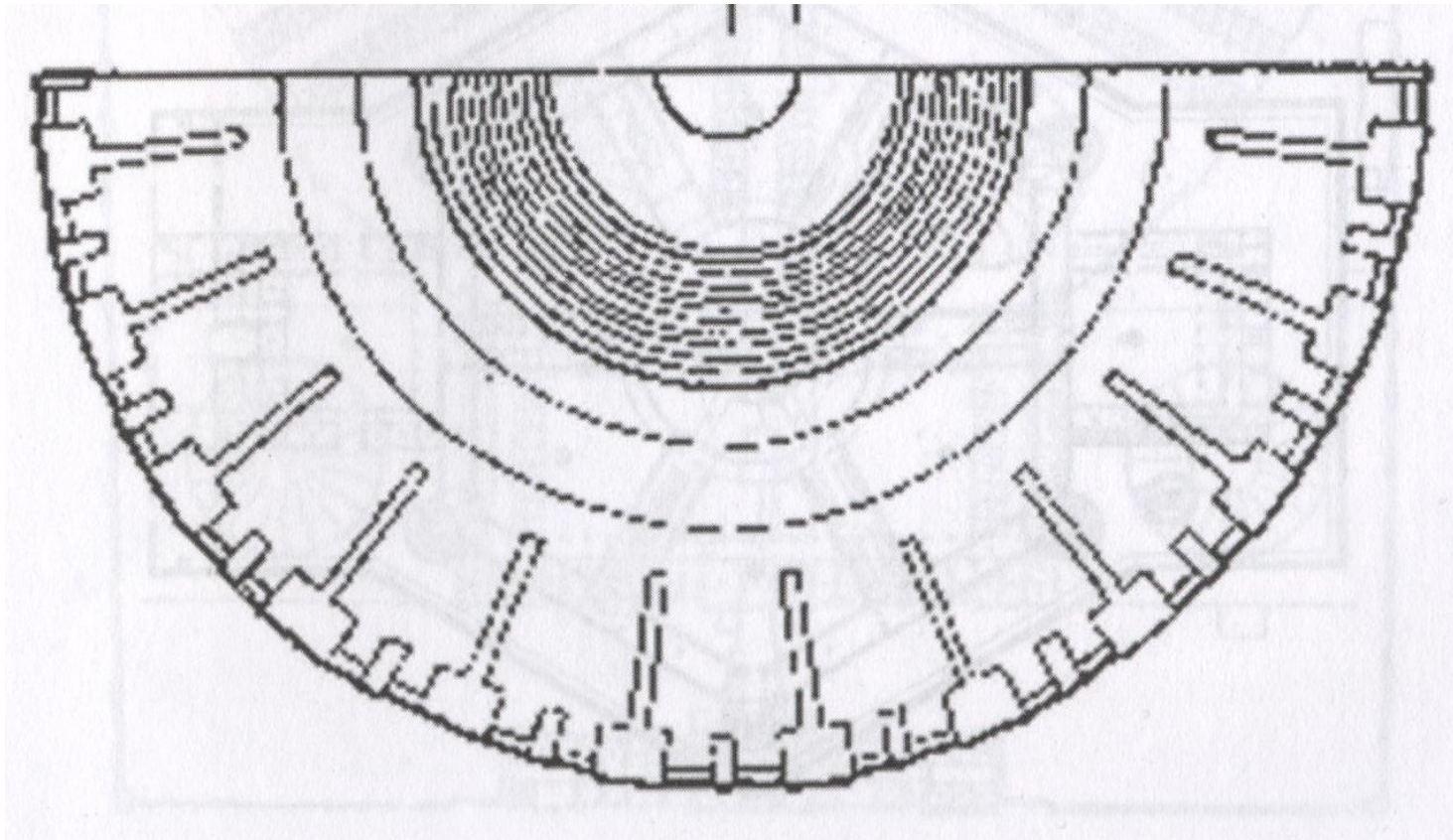
(Panopticon, ovvero la casa d'ispezione, Marsilio, Venezia, 1983)



Panopticon = penitenziario ideale (p. 187)

Panopticon = struttura architettonica

Panopticon



Panopticon

M. Foucault (1926-1984)

Sorvegliare e punire. Nascita della prigione

Panopticon → non solo un modello architettonico

Mondo antico: potere = repressione esemplare

Mondo moderno: potere = sorveglianza

Panoptismo = modello di esercizio del potere nelle società moderne (pp. 187-188).

Sorveglianza

“...l'importanza che Foucault attribuisce alla sorveglianza pare eccessiva; è fuorviante concentrare l'attenzione esclusivamente sulle attività di controllo. Ciò che in tal modo si tace è che i media hanno anche creato nuove forme di pubblicità” (p. 188).

Synopticon = molti controllano pochi

Thompson



visibilità mediata

controllo della visibilità

limiti del controllo della visibilità mediata



Controllo della visibilità



Passato: controllo della visibilità = controllo di situazioni di compresenza.

Visibilità limitata nello spazio e nel tempo:

- ❖ il sovrano manteneva le distanze dai propri sudditi;
- ❖ raramente si poteva vedere l'imperatore o il re;
- ❖ spesso nelle feste in onore dell'imperatore questi non era presente.

Controllo della visibilità



MEDIA

Controllo della visibilità = controllo delle auto-rappresentazioni di fronte a un pubblico che non è fisicamente presente.

Controllo della visibilità



Azione politica

Legge della visibilità: per fare politica è indispensabile essere presenti sui media e controllare la propria immagine mediale.

Es.: Nixon/Kennedy 1960 (p. 194)

1968: costruzione dell'immagine di Nixon

The Selling of the President, 1968

Controllo della visibilità

Quando e come



Quando? Non soltanto in campagna elettorale

Come?



TEORIA DEL PARAFULMINE (Gergen)

(D. Gergen, M. Deaver: immagine di Reagan)

TEORIA DEL PARAFULMINE

Parafulmini = persone che fanno parte dello staff e rispondono ai giornalisti in momenti particolarmente difficili. Il leader politico non può fare l'uomo di punta su qualunque argomento.

Obiettivo: “impedire che il presidente si esponga ogni giorno alle domande dei giornalisti”.

Strategia del parafulmine: eliminare il problema delle gaffe ...

Visibilità mediata

Limiti del controllo della visibilità mediata

(cfr. pp. 199 – 203):

1. gaffe ed eccessi;
2. reazioni negative inaspettate;
3. fuga di notizie;
4. scandali.

Limiti del controllo

Gaffe (p. 199):

negli anni '70, Ford mangia una preparazione messicana senza togliere il cartoccio che avvolgeva il cibo.

Eccessi (p. 200):

senatore democratico scoppia a piangere davanti alle telecamere perché un giornalista aveva attaccato sua moglie.

Limiti del controllo

Reazioni negative inaspettate (p. 202):

Conferenza stampa di Saddam Hussein del 24 agosto 1990. Intenzione di Saddam: far vedere che in Iraq gli stranieri venivano trattati bene.

Interpretazioni: il pubblico percepì negativamente la conferenza stampa (manipolazione).

Fuga di notizie (p. 203):

diffusione intenzionale di informazioni riservate.

Limiti del controllo

Scandali (p. 203):

trasgressione di norme o aspettative condivise, offese alla morale comune (morale comune = realtà dinamica).

Esempi:

- scandalo Watergate (Nixon)
- scandalo Iran-Contra (Reagan - Nicaragua - regime sandinista)
- reati di corruzione, concussione ...
- relazioni extraconiugali (es. Clinton)

Visibilità/invisibilità

Media → visibilità

“È sempre più difficile nascondere [...] certi tipi di azione dietro un velo di segretezza, e assicurarsi che essi restino invisibili o che emergano alla luce solo nei modi voluti” (p. 207) → [H. Arendt]

Visibilità

Il potere politico si esercita all'interno di:

“un'arena aperta alla vista ...” (p. 207);

“un'arena in linea di principio aperta allo sguardo del mondo intero” (p. 209).

Esempi (p. 208):

- guerra del Golfo;
- massacro di piazza Tien An Men;
- Iraq: invasione del Kuwait.

Visibilità mediata



Globalizzazione della comunicazione

estensione della visibilità

controllo dell'azione politica

Media = strumenti di controllo democratico

Thompson/Bourdieu

Thompson	Bourdieu
Globalizzazione [+]	Globalizzazione [-] (sfruttamento)
Potere simbolico [+] (Azioni a distanza)	Potere simbolico (manipolazione)
Visibilità mediata	Potere invisibile
Media = strumenti di controllo democratico	Media = strumenti di esercizio del potere invisibile

Bourdieu

Censura invisibile (pp. 14-19) → ruolo del presentatore, limitazioni di tempo, proprietà della rete tv, fatti omnibus

Visibilità che si risolve in invisibilità (p. 19)



NASCONDERE

MOSTRANDO

(cfr. Bourdieu P., *Sulla televisione*, Feltrinelli, Milano, 1997)



Nascondere mostrando

“... occultare mostrando, mostrando altro da ciò che di dovrebbe mostrare se si facesse ciò che si è chiamati a fare, cioè informare; oppure anche mostrando ciò che si deve mostrare, ma in modo da non mostrarlo affatto, o da renderlo insignificante, o costruendolo in modo tale da attribuirgli un senso che non corrisponde in alcun modo alla realtà”.

(Bourdieu P., *Sulla televisione*, cit., p. 19).

Bourdieu/Thompson



Bourdieu: visibilità che si risolve in invisibilità

Thompson: visibilità mediata [+]



Globalizzazione della comunicazione

Cap. V. La globalizzazione della comunicazione

