

Società e comunicazione

Testo di riferimento:

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

Cap. V – **La globalizzazione della comunicazione**

La globalizzazione della comunicazione

1. Emergere di reti di comunicazione globali.
2. Globalizzazione = processo strutturalmente squilibrato (egemonia di alcuni paesi, grandi conglomerati).
3. Teoria dell'imperialismo culturale (Disney).
4. Diffusione globale delle forme simboliche (globale/locale → Dallas).

Globalizzazione



DEFINIZIONI

Processo di crescente interconnessione (interazione, interdipendenza) tra regioni diverse del mondo (p. 211);

interconnessione sistematica e reciproca che coinvolge effettivamente l'intero pianeta (p. 212).

Ottocento



Nascono reti di comunicazione “organizzate sistematicamente su scala globale” (p. 214):

1. Sviluppo di reti telegrafiche sottomarine
2. Organismi internazionali con la funzione di intervenire sull’allocazione delle frequenze
3. Agenzie di informazione internazionali

Agenzie di informazione internazionali

1° agenzia: 1835 Parigi (C. Havas)

Fine anni '40: Reuter (Londra); Wolff (Berlino)

1848: Ap (USA)

1907: Upa poi Upi (USA)

Dalla seconda guerra mondiale le principali agenzie sono:
Reuter (GB), Ap (USA), Upi (USA), AFP (Agence France-
Presse).

E i paesi meno sviluppati?

Flusso di informazioni

Chi produce informazioni?

Da dove vengono le informazioni?

Ovvero, qual è la direzione del flusso di informazioni?

Anni '70/'80: l'Unesco si adopera per un nuovo ordine mondiale dell'informazione e della comunicazione.

Teoria dell'imperialismo culturale



H. Schiller, *Mass Communications and American Empire*, (1969, 1992²)



Predominio economico e culturale degli Usa



H. Schiller

Dopo la seconda guerra mondiale:



crescente dominio degli Usa nel campo economico e in quello delle comunicazioni;

parallelo declino delle potenze coloniali dell'800:
Gran Bretagna, Francia, Olanda, Spagna, Portogallo.

H. Schiller

CRITICHE

l'economia globale è multipolare;
gli Usa non hanno più una posizione egemone nella
produzione cinematografica.

RISPOSTA

Risposta di Schiller: l'egemonia della cultura
statunitense e dei prodotti medialti americani non si
sarebbe ridotta in modo apprezzabile.

Teoria dell'imperialismo culturale

“[...] la tesi di Schiller ignora il processo ermeneutico di appropriazione” (p. 242).

L'informazione circola su scala **globale**.

La ricezione è **locale** e consiste in un “processo ermeneutico di appropriazione” (ermeneutica).

Schiller non considera:

- le diverse forme di resistenza all'imperialismo culturale;
- l'attuale comportamento delle élite delle società non occidentali.

Disney



Imperialismo culturale?



Ariel Dorfman, Armand Mattelart

Come leggere Paperino, Feltrinelli, Milano, 1972

Citato da Thompson: p. 233, nota 24.

Riassumendo

GLOBALIZZAZIONE



Imperialismo, effetti omologanti.

Critiche alla teoria dell'imperialismo:



l'economia globale è diventata multipolare;

l'ibridazione culturale è normale;

Schiller ignora il processo ermeneutico di appropriazione (p. 241-244: Dallas).

Globale - locale

Diffusione globale - Ricezione locale

Iran: significato sovversivo dei prodotti mediali occidentali durante il regime di Khomeini.

Cina: diffusione della tv negli anni '80 → immagini alternative di vita (pp. 247- 251).

I messaggi mediali possono indurre gli individui a prendere le distanze dalla **tradizione**.

Cap. 6 - Nuovi approdi della tradizione



MODERNITA' ↔ TRADIZIONE

MEDIA ↔ TRADIZIONE



La società moderna è liberazione dalla tradizione?

I media hanno distrutto la tradizione?

