

# Società e comunicazione

---

Testo di riferimento:

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

Cap. VII – *Il sé e l'esperienza in un mondo mediato*

# MEDIA

---



influiscono sulla formazione del **sé** [+/-]



[+] = i media allargano i nostri orizzonti cognitivi;

[-] = i media possono avere conseguenze negative sulla formazione del sé (p. 296).

## Media → sé

---

1. invasione mediata di messaggi ideologici;
2. doppio senso [+/-] della dipendenza dai media;
3. sovraccarico simbolico;
4. assorbimento del sé nelle quasi-interazioni mediate.

# 1. Invasione mediata di messaggi ideologici

---

Media



aumentano le possibilità di diffusione di messaggi  
“*potenzialmente ideologici*”;

occorre **verificare** la natura ideologica dei messaggi dei  
media → ricezione (pp. 297-298).



**Concezione dell'ideologia dinamica e pragmatica**



# Forme simboliche

---

non sono ideologiche *in quanto tali*  
ma possono esserlo



RICEZIONE

“[...] se i messaggi mediati siano ideologici dipenderà dai modi in cui gli individui che li ricevono li accolgono e incorporano riflessivamente nella loro vita” (p. 297).

## 2. Dipendenza dai media [+/-]

---

Aspetti positivi [+]



I media allargano i nostri orizzonti

(Berger P., Berger B., Kellner H., *The Homeless Mind*, 1974:

Città + mass media → pluralità dei mondi della vita

→ identità aperta, dinamica, riflessiva).

I media stimolano la riflessività (Beck, Giddens: riflessività).

# Dipendenza dai media

---

Aspetti negativi [-]



Dipendenza da mezzi che sfuggono al nostro controllo [→ Bourdieu].

“Se da un lato la disponibilità di prodotti mediali arricchisce e rafforza l’organizzazione riflessiva del sé, dall’altro pone l’identità in una posizione di forte dipendenza da sistemi sui quali l’individuo non ha che pochissimo controllo” (p. 298).

### 3. Sovraccarico simbolico

---



Può arricchire il processo di autoformazione [+]

Può anche avere un effetto disorientante [-]

«Gli individui [...] si trovano di fronte infiniti racconti di autoformazione, infinite visioni del mondo e infiniti tipi di informazioni e comunicazione, così tanti che assimilarli efficacemente e in modo coerente è impossibile» (p. 300).



## *Overload* di informazione

---



- ❖ declino del grado di attenzione del pubblico;
- ❖ segmentazione dell'offerta (specializzazione);
- ❖ frammentazione del pubblico (attenzione dispersa su un numero sempre maggiore di fonti medial);
- ❖ necessità di filtri (selezione).

[McQuail D., *Audience Analysis* (1997)]

# Sovraccarico simbolico

---



SELEZIONE



**MEDIATORI CULTURALI**

(es.: critici cinematografici, dipendenti di una libreria ...)

Janice Radway → lettrici di romanzi rosa (p. 301)

Dorothy Evans (dipendente di una libreria locale) =  
mediatrice culturale

## 4. Assorbimento del sé nelle quasi-interazioni mediate

---



Eccessiva contrazione delle interazioni faccia a faccia [-]



**Intimità non reciproca a distanza**

[attori, attrici, annunciatori televisivi, presentatori di talk show, pop star, ecc. → personaggi familiari (p. 306)]

Intimità non reciproca a distanza

---



Esperienza mediata

Esperienza che gli individui vivono attraverso i media



Media ed esperienza



# Media ed esperienza

---

Media → “dissequestro dell’esperienza”

[p. 314. Es.: conoscenza di certe forme di malattia.  
Ottocento: prigioni, manicomi, ospedali →  
“sequestro dell’esperienza” → isolamento (p. 313)]

Media → “esperienza mediata”

# Esperienza mediata

---

Esperienza mediata  $\neq$  esperienza vissuta



1. eventi lontani (p. 316)
2. ricontestualizzata (p. 316)
3. struttura delle priorità (p. 317)
4. comunanza despazializzata (p. 320)

# Esperienza mediata

---



Nuove responsabilità (p. 323 - 324)

Responsabilità per eventi lontani e altri lontani

Azione



Cap. VIII: Responsabilità globale



# Riassumendo

---

Cap. I

Media → percezione del tempo e dello spazio

Media → storicità mediata

Media → mondo mediato

Media → socialità mediata

Media → identità



# Riassumendo

---

Cap. III

Media → nuovi tipi di interazione

Media → nuovi tipi di azione

Media → nuove forme di relazione

Cap. VI

Media → tradizione (depersonalizzata,  
delocalizzata)

# Riassumendo

---

Cap. VII

Media → esperienza (dall'esperienza vissuta a quella mediata)

Media → formazione del sé [+/-]

allargamento degli orizzonti

invasione mediata di messaggi ideologici

doppio senso della dipendenza dai media

sovraccarico simbolico

assorbimento del sé nelle quasi-interazioni mediate