Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi

Davide Bennato
Università di Catania
dbennato@unict.it

Società e comunicazioni di massa

- La società di massa
  - La società alla prova dell'industrializzazione: atomizzazione e incomunicabilità
    - Claude-Henri Saint Simon: società organica e fisiologia sociale
    - Auguste Comte: la divisione sociale e la specializzazione
    - Ferdinand Toennies: *Gemeinschaft* e *Gesellschaft*
    - Emile Durkheim: solidarietà meccanica e solidarietà organica
  - Conseguenze della nuova organizzazione sociale
    - Gli individui vivono in una condizione di isolamento
    - Gli individui esperiscono relazioni basate sull'impersonalità (burocrazia, per esempio)
    - Gli individui sono liberi da pressioni sociali vincolanti
- La teoria della società di massa
  - Quali gli strumenti per comprendere la massa? Clima culturale del periodo
    - Gustave Le Bon: le masse come manipolabili e sottomesse
    - Gli elitisti (Mosca, Pareto, Michels): minoranza organizzata contro maggioranza disorganizzata
    - Ortega y Gasset: l'uomo massa è irrazionale
    - George Simmel: la massa è dominata da una sola idea che cerca di perseguire nel modo più semplice possibile
    - Herbert Blumer: aggregato di individui anonimi privi di interazione fra loro

- I postulati della società di massa (Bauer 1964)
  - La scomparsa dei gruppi primari
  - Gli individui sono isolati
  - Gli individui annullano o tratti personali per dare spazio a quelli impersonali
  - Il pubblico delle comunicazioni di massa è un pubblico atomizzato
  - I mezzi di comunicazione di massa sono onnipotenti

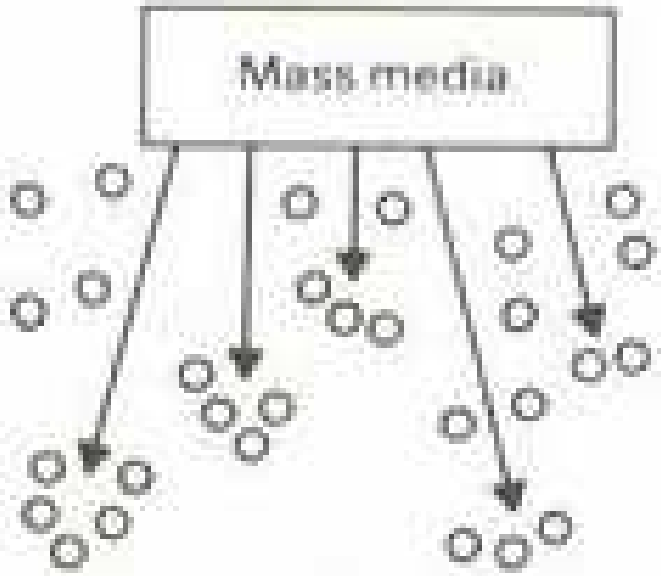
La città (George Grosz, 1915/16)

Metropolis (Fritz Lang, Germania, 1927)

The Wall (Alan Parker, USA, 1982)

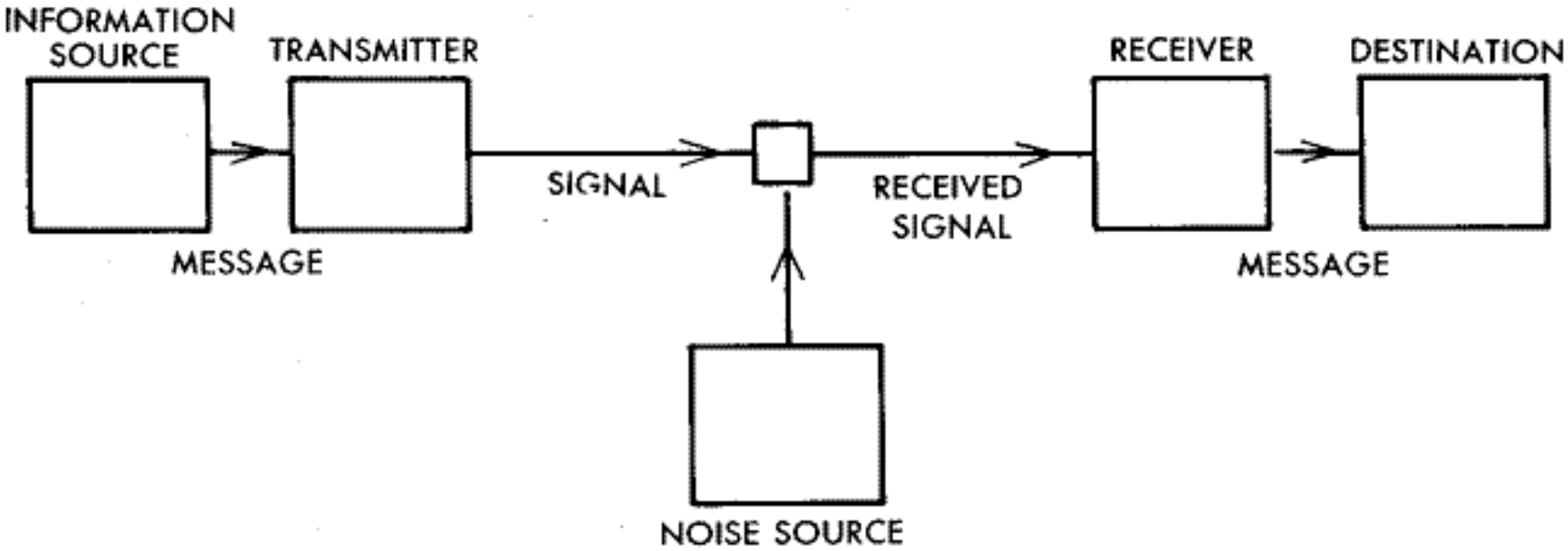
- La teoria ipodermica (bullet theory)
  - Lo strano destino di una teoria che “never was” (Lang 1981)
    - Media manipolatori e propaganda
    - I Payne Fund Studies: il consumo cinematografico dei giovani (1929-32)
  - L’orizzonte macrosociale dell’ipotesi behavioristica
    - Il rapporto stimolo-risposta
  - Postulati della teoria ipodermica
    - Il pubblico è una massa indifferenziata in cui gli individui sono in una condizione di isolamento fisico, sociale, culturale
    - I messaggi veicolati dai media sono potenti fattori di persuasione
    - Gli individui sono indifesi di fronte al potere dei mezzi di comunicazione di massa
    - I messaggi veicolati sono ricevuti nello stesso modo
  - La teoria matematica della comunicazione (Shannon e Weaver 1949)
    - Calcolare le caratteristiche del processo di trasferimento delle informazioni
    - Il modello informazionalista non considera assolutamente l’aspetto semantico

Early mass communication model

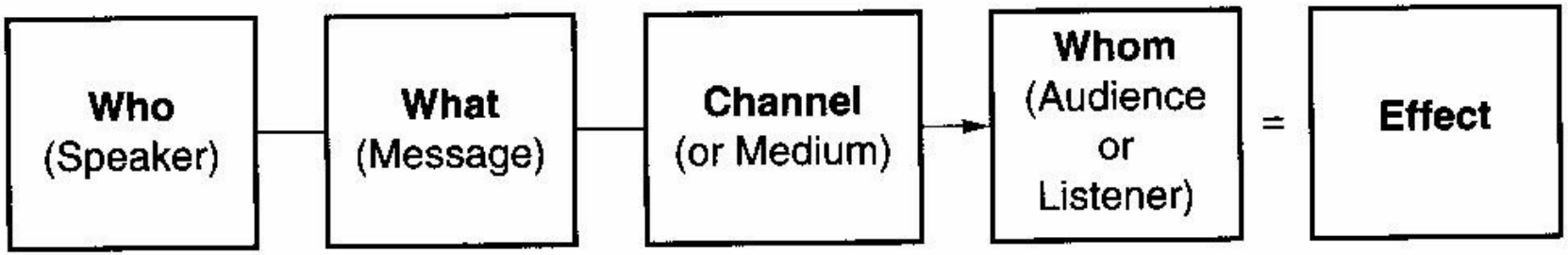


O = Isolated individuals constituting a mass

Il modello matematico-informazionale (Shannon e Weaver 1949)



- Il modello di Lasswell
  - Superamento della teoria ipodermica o suo perfezionamento?
    - Passività del destinatario
    - Tentativo di sistematizzazione della communication research
  - Il modello (Lasswell 1948)
    - Chi: studio degli emittenti della comunicazione (giornalisti, televisioni)
    - dice cosa: studio del messaggio dei media (analisi del contenuto)
    - A chi: ricerca sul pubblico (sui pubblici) dei media
    - (Attraverso quale canale)
    - Con quale effetto: lo studio degli effetti (classico della communication research)
  - Critiche al modello (Wolf 1985)
    - Asimmetria emittente/destinatario
    - Indipendenza emittente/destinatario
    - Intenzionalità dei messaggi comunicati



Lasswell's Model.

The Lasswell Formula

- I Payne Fund Studies
  - Quali gli effetti dei medium cinematografico?
    - Payne Fund Studies (1929-1932): effetti del cinema sulle giovani generazioni
    - Lo sviluppo di metodologie quantitative per lo studio dei media (Bogardus, Thurstone)
  - Il cinema: il mezzo più influente dell'epoca (Dale 1935)
    - 40 milioni di biglietti venduti ogni settimana
    - 40 milioni di giovani spettatori cinematografici
  - Alcuni risultati su 1.500 film
    - Generi: crimine, amore, sesso, mistero, guerra, infanzia, storia, avventura, commedia, questioni sociali
    - I generi più rappresentati: crimine, sesso, amore (75%)
    - Protagonisti consumatori di tabacco e alcool
- La ricerca sugli effetti
  - Effetti del cinema sull'atteggiamento (Peterson e Thurstone 1933)
    - Somministrazione ex ante/ex post: presenza di un cambio di atteggiamento
  - Effetti del cinema sul comportamento quotidiano (Blumer 1933)
    - Bambini: soggetti in cui identificarsi, adolescenti/adulti: modelli di comportamento

Il falcone maltese
(Roy del Ruth, USA, 1931)

Ombre rosse
(John Ford, USA, 1939)

Il mago di Oz
(Victor Fleming, USA, 1931)