

Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi

LE TEORIE DELLA SELETTIVITÀ

Davide Bennato

Università di Catania

dbennato@unict.it

DAVIDE BENNATO



Le teorie della selettività

- Gli «up and down» degli effetti limitati dei media
 - L'analisi di Klapper (1960)
 - Le comunicazioni di massa rafforzano piuttosto che convertire: selettività e rilevanza dei contatti personali
 - La ricerca di Lazarsfeld, Berelson, Gaudet (1948)
 - Studio della campagna elettorale del 1940, contea di Erie (Ohio)
 - Voto confermato: 53%, voto incerto: 26%, voto cambiato: 5%
 - La ricerca di Berelson, Lazarsfeld, McPhee (1954)
 - Studio della campagna elettorale del 1949 a Elmira (New York)
 - La selezione di un panel di elettori per verificarne il tasso di conversione
 - La suddivisione su una scala a 5 punti (fortemente democratico/neutrale/f. repubblicano)
 - Voto confermato: 66%, voto incerto: 17%, voto cambiato: 8%
 - La fine dell'idea che i media manipolano gli individui
 - I media non possono aggirare selettività e rapporti interpersonali
 - Gitlin (1978): paradigma degli effetti limitati come dominante
 - L'accettazione a-problematica della limitatezza degli effetti dei media
 - La marginalizzazione di altri approcci interessanti: la Scuola di Chicago (rapporto fra integrazione delle comunità etniche e ruolo dei media e della stampa in lingua)
 - L'esposizione selettiva come spiegazione principale (Stroud 2017)



➤ La riscoperta contemporanea della esposizione selettiva

- Un profondo mutamento dell'ecosistema mediale
- La proliferazione dei canali informativi
- Il sovraccarico (overload) da informazione
- Frammentazione dell'audience
- Si può ancora parlare di mass-media? (Bennet, Iyengar 2008)
- L'esposizione selettiva come predittore degli effetti dei media (Stroud 2010)



Riattualizzazione del concetto di esposizione selettiva nel nuovo ecosistema mediale

➤ Bennett e Iyengar (2008): il conteso sociale e mediale di oggi molto distante da quello degli anni '40-'60

A. Aumento dell'offerta informativa

- Per esempio, l'Italia: dal monopolio, al duopolio al digitale terrestre
- L'offerta della rete e l'overload informativo
- Maggiore selezione, maggiore frammentazione

B. Frammentazione dell'audience

- Frammentazione della fonte: i giovani su internet, gli anziani davanti la tv
- Frammentazione dei contenuti: aumento dell'offerta
- Conseguenze, information stratamentation (stratification+fragmentation)

C. Fine dell'esposizione casuale (?)

- Postbroadcast democracy: evitare informazioni sulla cosa pubblica da parte di individui disinteressati (Prior 2007)
- L'ibridazione dei generi – es. infotainment – come veicoli di informazioni democratiche (Holbert et al. 2010)

D. Partigianeria dell'esposizione

- Nuovi processi: Competizione fra i media nel mercato dell'attenzione (Webster 2014)
- Nuovi fenomeni: echo chambers e polarizzazione



19 ottobre 2019: Manifestazione della Lega a piazza San Giovanni (Roma)

<https://www.ilfattoquotidiano.it/2019/10/19/centrodestra-unito-a-roma-siamo-200mila-salvini-vinciamo-tutte-le-regionali-e-governo-a-casa-sui-migranti-hanno-mani-sporche-di-sangue/5523291/>

DAVIDE BENNATO



MEM & J - Io Sono Giorgia (Giorgia Meloni Remix)
<https://www.youtube.com/watch?v=fhwUMDX4K8o>

DAVIDE BENNATO



• Ragioni e tipi dell'esposizione selettiva

- Esposizione selettiva: preferenza verso contenuti coerenti con le proprie attitudini
 1. Riduzione della dissonanza cognitiva
 - Sottrarsi ai messaggi che non sono coerenti con le proprie attitudini
 2. La ricerca del sostegno informativo
 - Difendere le proprie posizioni e pervenire ad un'idea più articolata del tema (Hart et al. 2009)
 3. La riduzione del costo di elaborazione delle informazioni
 - Confermare ciò che si sa riduce lo sforzo di imparare cose nuove
 4. L'attribuzione di un giudizio di qualità ad alcuni media outlet
 - "Se seguo quei media allora sono di buona qualità, se non li seguo, non lo sono"
 5. La ricerca di una consonanza con l'audience
 - Sentirsi parte di un'audience più ampia (identity marker, Papacharissi 2013)
- Tipi di esposizione selettiva (Stroud 2017)
 - Selezione fra news e intrattenimento
 - Selezione su temi che motivano all'esposizione
 - Selezione del canale ritenuto affidabile
 - Selezioni delle fonti coerenti con la propria visione del mondo



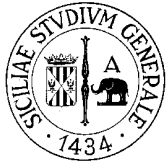
La selettività nel caso delle echo chambers

- Le echo chambers
 - Gli studi di Cass Sunstein (2001, 2007, 2017)
 - La rete consente a tutti di prendere parola, producendo una diffusione indistinta di informazioni e dando vita a forme di disintermediazione dei media tradizionali e delle strutture informative
 - Gli individui si chiudono nelle camere delle eco (echo chambers) in cui risuona lo stesso rumore di fondo
- Conseguenze delle echo chambers
 1. Il rischio di estremismo violento
 2. Problemi per la governance: polarizzazione politica e auto-segregazione
 3. Mutazioni delle forme del consenso: campagne d'odio, diffusione di hashtag, politics social tv ...
 4. Visibilità ed esaltazione delle forme di partisanship
 5. Difficoltà a distinguere notizie vere da notizie false
- Pericolosità delle echo chambers
 - Ambienti ad alto rischio propaganda e manipolazione politica
 - La necessità di introdurre livelli di serendipity per aumentare la diversità dell'ambiente informativo
- Facebook come fonte di echo chambers
 - Analisi di 10M di utenti (Bakshy et al. 2015)
 - Il complesso mix di: rete sociale, news condivise, algoritmi della piattaforma
- Conclusioni sulle echo chambers
 - Esistono ma sono legate a particolari utenti che effettuano particolari scelte



Quando la selezione è operata da un algoritmo: il caso della «filter bubble»

- La filter bubble
 - Polarizzazione online effettuata dagli algoritmi di social media e motori di ricerca
 - Le regole computazionali dei software hanno conseguenze sociali
 - La personalizzazione dei contenuti degli algoritmi di suggerimento
- Eli Pariser (2011): il concetto di filter bubble
 - I filtri di nuova generazione stabiliscono le cose che ci piacciono e da queste estrapolano informazioni e fanno previsioni su cosa faremo e cosa vorremo
- Differenza fra filter bubble ed esposizione selettiva
 1. Il processo dei filtri porta ad isolarsi in un contesto iper-personalizzato
 2. L'invisibilità selettiva: l'algoritmo non dichiara perché ha fatto quella scelta per noi
 3. L'ingresso passivo nella bolla
- Shirky: la presenza del collaborative filtering (2008)
 - Il caso di Digg
 - Il problema è: come vengono progettati i filtri?
- Zuiderveen Borgesius et al. (2016): due tipi di personalizzazione
 - Personalizzazione autoselezionata: esposizione selettiva
 - Personalizzazione preselezionata: decisione degli algoritmi delle piattaforme
 - Non ci sono prove empiriche sulla chiusura effettuata dalla filter bubble
 - Le due forme di personalizzazione agiscono contemporaneamente bilanciandosi
 - Axel Bruns (2017): la permeabilità di contenuti in cluster di utenti Twitter connessi: mentions polarizzanti VS retweet non polarizzanti



- Le conseguenze della selettività tra frammentazione, «misinformation» e polarizzazione
 - La somma fra esposizione selettiva e logica degli algoritmi
 - Maggiore offerta informativa, maggiore selezione, effetto degli algoritmi
 - Ricevere contenuti non scelti per effetto della selezione degli algoritmi sulla rete di contatti
 - Fake news come effetto di echo chambers e polarizzazione
 - Il caso della botnet che ha spinto per promuovere la Brexit attraverso misinformation (Bastos, Mercea 2017)
 - L'esposizione selettiva che ritorna
 - Effetto della sfiducia verso il sistema informativo
 - La polarizzazione
 - Frutto della radicalizzazione delle posizioni politiche
 - Frutto delle logiche di business di imprese editoriali senza scrupoli
 - La crescita di una dieta crossmediale come antidoto



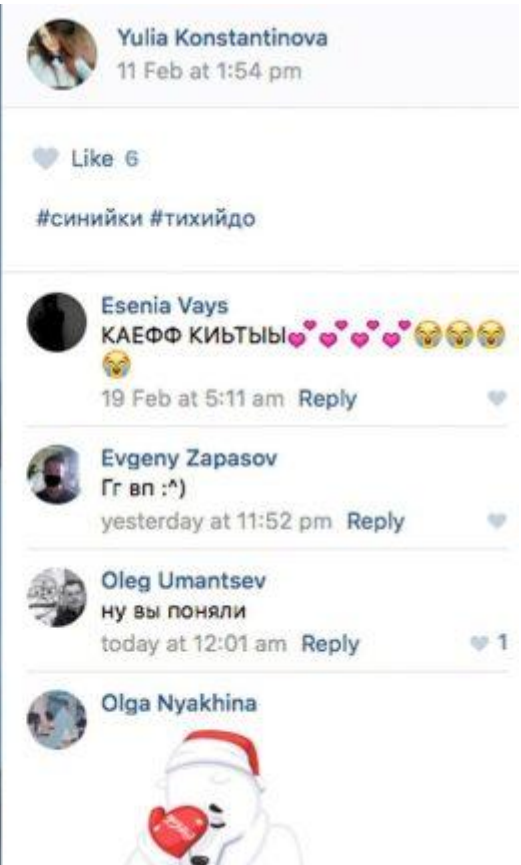
PIATTAFORME, ALGORITMI, FORMATI

L'emergere della disinformazione come processo socio-computazionale

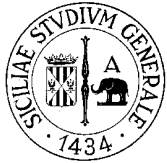
Il caso Blue Whale

di Davide Bennato

DAVIDE BENNATO



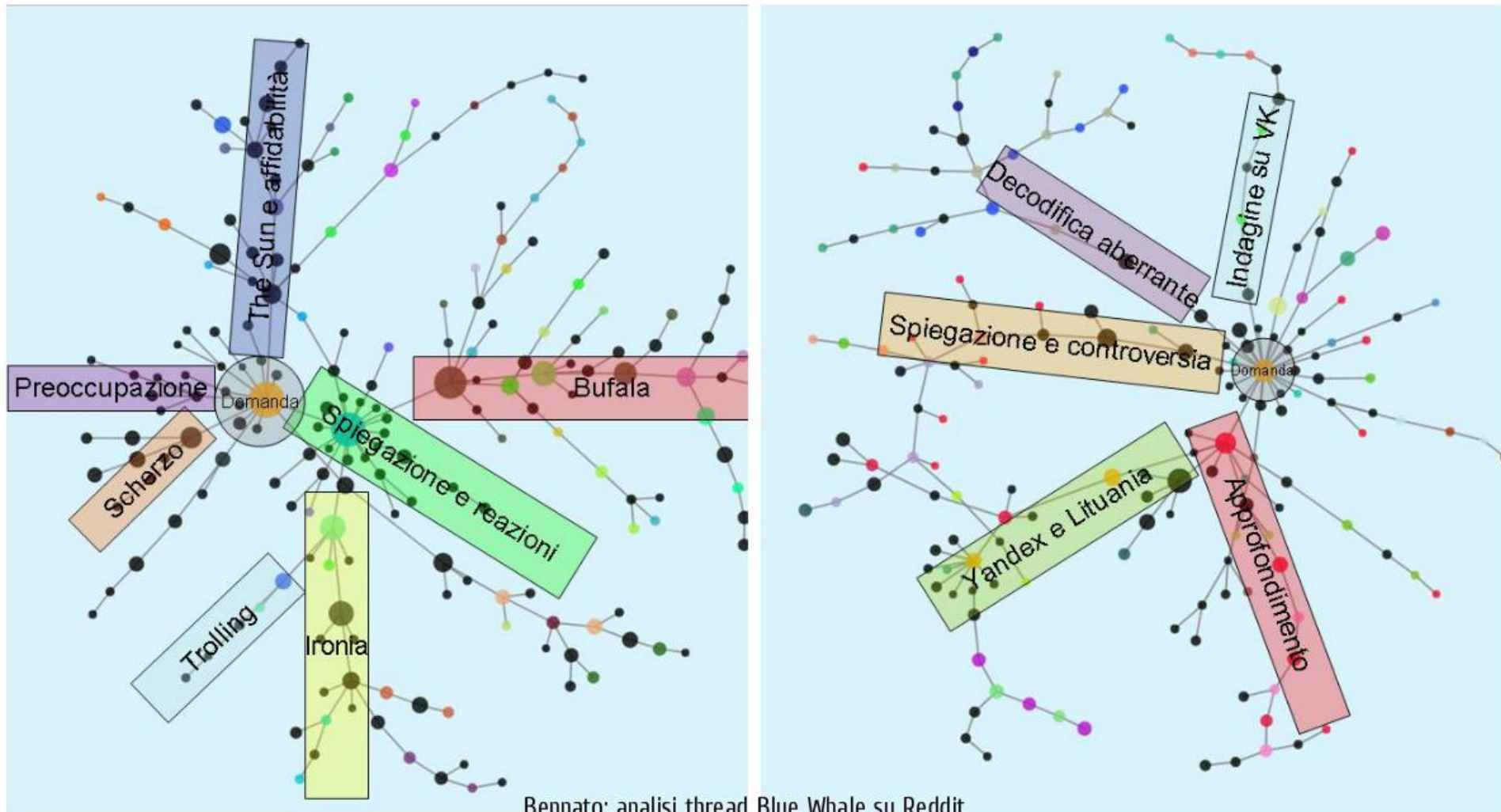
- Il caso Blue Whale
 - Una storia a circolazione giornalistica che ipotizza un'epidemia di suicidi adolescenziali in Russia (e poi in tutta Europa) frutto di un perverso gioco diffuso a partire da VKontakte



Blue whale

RISPETTO ALLA NARRAZIONE		RISPETTO ALLA DIFFUSIONE	
Agenda	<i>Scoop</i>	Frame di attivazione	<i>Panico morale dei SNS</i>
Newsmaking	<i>Suicidi adolescenziali</i>	Issue di attivazione	<i>Paura genitoriale</i>
Attori: protagonisti	<i>Rina Palenkova Philip Budeikin</i>	Attivatori: protagonisti	<i>Sistema mediale</i>
Attori: luogo reale certificato	<i>San Pietroburgo Novaya Gazeta</i>	Attivatori: community osmotica	<i>Vkontakte Reddit</i>

- La sociodinamica della narrazione
 - Blue Whale è un caso di disinformazione emergente nata dal corto-circuito fra copertura giornalistica (stampa e televisione), debunking e panico morale



<https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/blue-whale-il-ruolo-perverso-di-media-e-social/>

DAVIDE BENNATO



Google

blue whale



blue whale **giocare**
blue whale **cos'è**
blue whale **regole gioco**
blue whale **morti**

[Ulteriori informazioni](#)

Blue whale, ecco tutte le 50 regole del "gioco" dell'orrore - [ilGiornale.it](#) Segnala previsioni inappropriate
www.ilgiornale.it/.../blue-whale-ecco-tutte-50-regole-gioco-dellorrore-1397469.html ▾
15 mag 2017 - Il "gioco" dell'orrore ha già ucciso 157 giovani in Russia. La **Blue whale**, che letteralmente significa balena blu, dura 50 giorni e ha regole ben ...

Notizie principali

Blue Whale: il caso mediatico del fenomeno tra fake news e psicologia
[Inside Marketing](#) · 6 ore fa

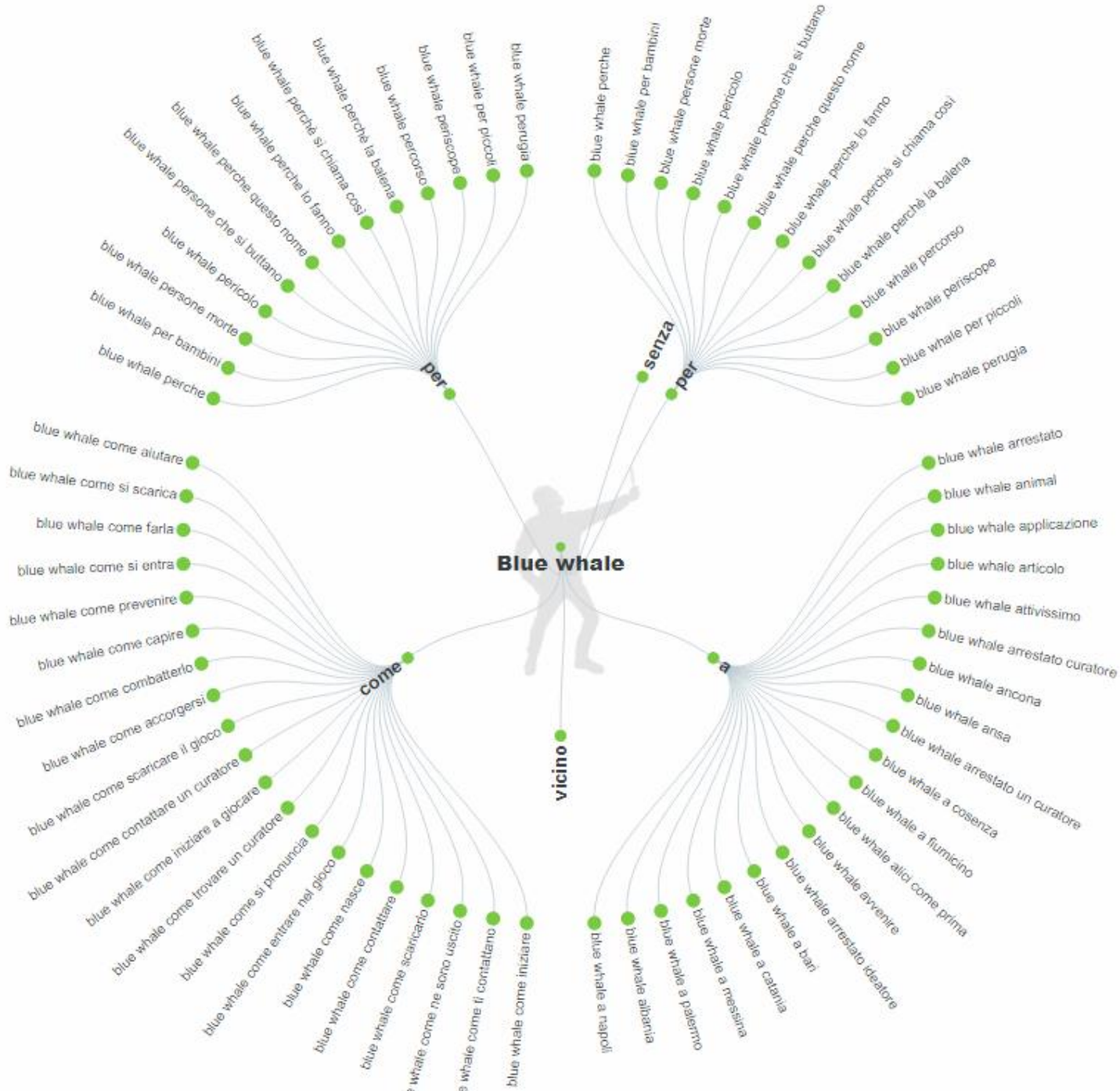
→ [Altri risultati per blue whale](#)

Video Le iene: Blue Whale: arrestato un curatore - I SERVIZI ... ✓
www.video.mediaset.it/video/iene/.../blue-whale-arrestato-un-curatore_730140.html ▾
I SERVIZI: **Blue Whale**: arrestato un curatore. Poche ore fa, in Russia, la Polizia ha effettuato un nuovo arresto di un curatore: Ilya Sidorov. Guarda su Mediaset ...

DAVIDE BENNATO



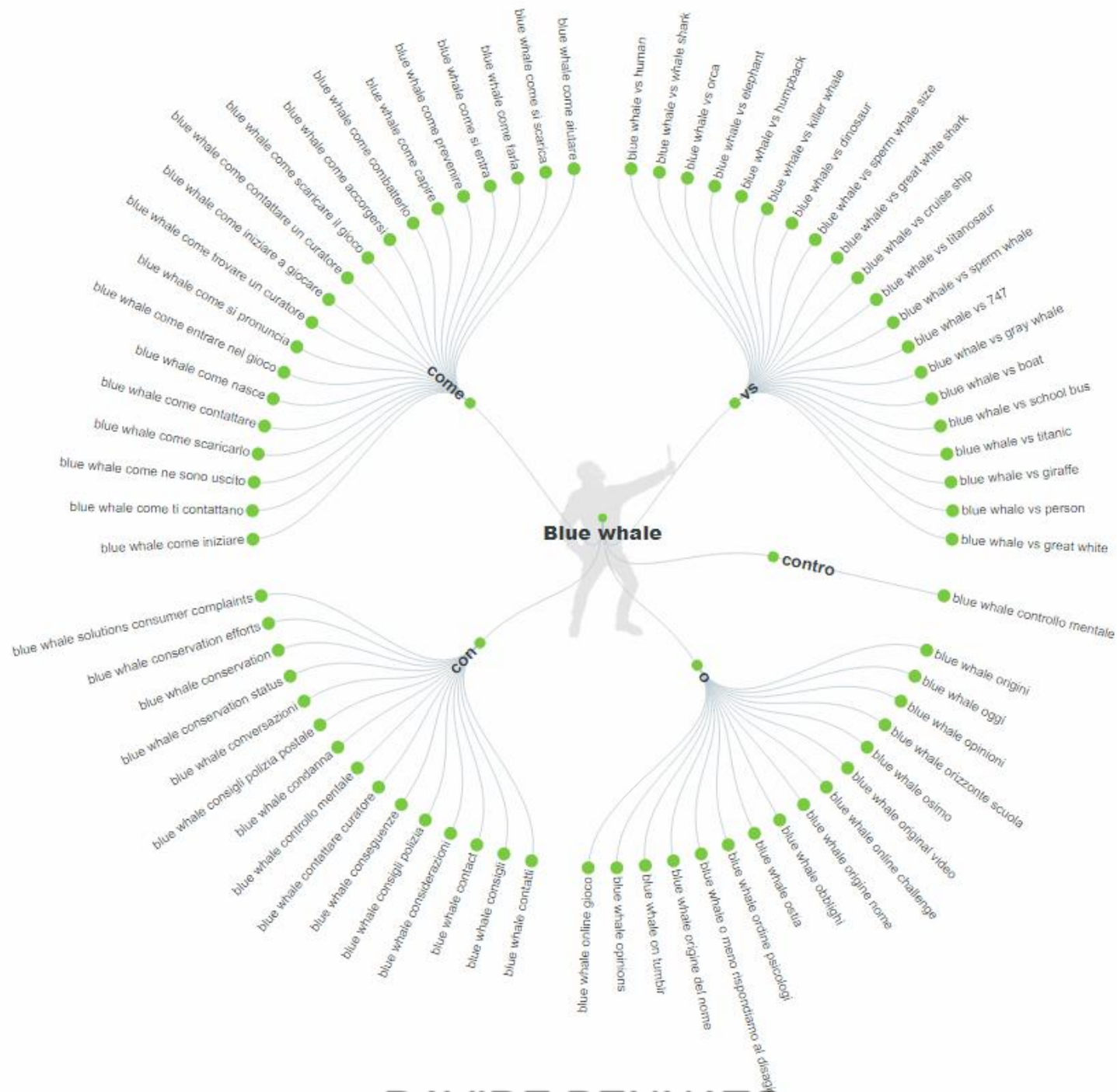
<https://answerthepublic.com/reports/b2653803-7a09-41af-9340-4117c49beaf5>



DAVIDE BENNATO



<https://answerthepublic.com/reports/b2653803-7a09-41af-9340-4117c49beaf5>



DAVIDE BENNATO