

SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI



R. Silverstone, *Perché studiare i media?*

I. IL TESSUTO DELL'ESPERIENZA

II. MEDIAZIONE

III. TECNOLOGIA



Perché studiare i media?

1
I media entrano nella vita con intensità e insistenza.
Sono ubiqui e costituiscono una dimensione
essenziale dell'esperienza.

2
Dipendiamo dai mezzi di comunicazione per:

- svago e informazione
- conforto e sicurezza
- senso di continuità dell'esperienza
- momenti intensi dell'esperienza



**I MEDIA SONO
AL CENTRO DELLA
NOSTRA VITA**

**DIMENSIONI
SOCIALI,
CULTURALI ED
ECONOMICHE**

**CAPACITA' DI DAR
SENSO AL MONDO,
COSTRUIRE E
CONDIVIDERE
SIGNIFICATI**



IL TESSUTO DELL'ESPERIENZA

Isaiah Berlin

I media sono parte del “tessuto generale dell’esperienza”, facendo riferimento alla natura radicata della vita dell’uomo nel mondo, agli aspetti dell’esperienza che diamo per scontati ma che sono indispensabili alla vita associata e alla comunicazione.

Gli esseri umani sono esseri attivi, che perseguono dei fini, che danno forma alla propria vita e a quella altrui, che sentono, riflettono, immaginano, creano in una costante interazione e comunicazione con altri esseri umani.



IL TESSUTO
DELL'ESPERIENZA

MEDIAZIONE

TECNOLOGIA

**COME I MEDIA
PARTECIPANO
ALLA VITA SOCIALE
E CULTURALE?**



IL TESSUTO
DELL'ESPERIENZA

MEDIAZIONE

TECNOLOGIA

i media come **processo**:

sociale, storico specifico, politico-economico

(comunicazione di massa è ancora forma dominante)

> incremento potere (privato) di controllo sui media

> indebolimento potere (pubblico) di governo su media

i media come **agenti**

- di cambiamento

- di mediazione

i media come **oggetti**



IL TESSUTO
DELL'ESPERIENZA

MEDIAZIONE

TECNOLOGIA



IL PUNTO DI PARTENZA: L'ESPERIENZA E LA SUA NORMALITA'

Radio, giornale, telefono, fax, stereo, televisione, Internet...
i media sono una presenza costante nella nostra vita.

1

L'azione dei media si svolge nel mondo ordinario:

- filtrano e incorniciano realtà quotidiane
- offrono pietre di paragone e punti di riferimento per la conduzione della vita di tutti i giorni, per la produzione e il mantenimento del senso comune.

2



IL TESSUTO
DELL'ESPERIENZA

MEDIAZIONE

TECNOLOGIA

I media dipendono dal **SENSO COMUNE**, espressione e preconditione dell'esperienza. Lo riproducono, sfruttano e fraintendono.

Attraverso il senso comune possiamo **condividere le nostre vite e distinguerle** da quelle degli altri. Siamo costretti a confrontarci.

Entrano in gioco, paura del diverso e pregiudizi ma anche valori, attitudini e gusti, culture di classe ed etniche che riflettono e costituiscono l'esperienza. Sono luoghi privilegiati per la definizione dell'identità e per la nostra capacità di posizionarci nel mondo contemporaneo.



IL TESSUTO
DELL'ESPERIENZA

MEDIAZIONE

TECNOLOGIA

IL CONCETTO DI SPAZIO

Siamo dei VAGABONDI e dei
GIROVAGHI e ci muoviamo fra spazi

pubblici e privati

sicuri o minacciosi

reali, di finzione e virtuali

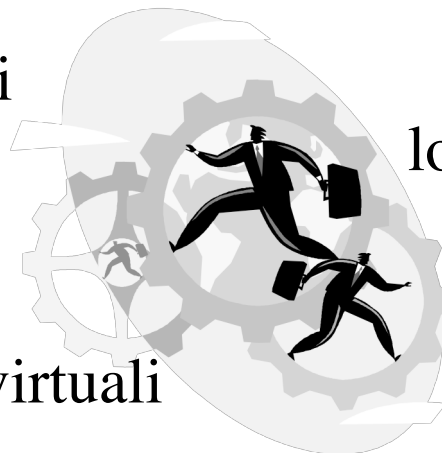
comuni o solitari

locali e globali

sacri e profani

familiari o estranei

In ogni azione siamo accompagnati dai media che
fungono da oggetti fisici o simbolici, guide o tracce,
esperienze o promemoria.





IL TESSUTO
DELL'ESPERIENZA

MEDIAZIONE

TECNOLOGIA

due quesiti ri (n) correnti

CHE RUOLO HANNO I MEDIA NEL DAR FORMA ALL'ESPERIENZA ?

CHE RUOLO L'ESPERIENZA NEL DAR FORMA AI MEDIA ?





**LE ESPERIENZE – anche se mediali –
SONO CONCRETE**

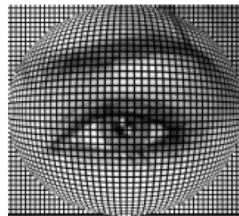
***Per studiare come i media contribuiscono
all'esperienza bisogna tenere presente che:***

- **riusciamo a distinguere fantasia e realtà**
- **la vulnerabilità all'influenza e alla persuasione è imprevedibile e disuguale**
- **esistono differenze fra guardare, capire, accettare, credere e agire**
- **siamo in grado di confrontare quello che sentiamo e vediamo con ciò che sappiamo o crediamo**
- **ignoriamo o dimentichiamo molto di ciò che è proposto**
- **le risposte variano da individuo a individuo, nei diversi gruppi sociali, secondo sesso, età, classe sociale, etnie, nazionalità e tempo.**



MEDIA

ESPERIENZA



**L'esperienza
è**

INQUADRATA

da priorità o precedenti esperienze

ORDINATA

**da norme e classificazioni sopravvissute
alla prova del tempo e al vaglio della società**

INTERROTTA

**dall'inaspettato, dall'improvviso, dalla
catastrofe, dalla sua stessa vulnerabilità e
mancanza di coerenza**

FISICA

tradotta in pratica, basata su corpo e sensi



L'INCONSCIO

IL TESSUTO
DELL'ESPERIENZA

MEDIAZIONE

TECNOLOGIA

L'inconscio sottopone al dubbio l'esperienza.

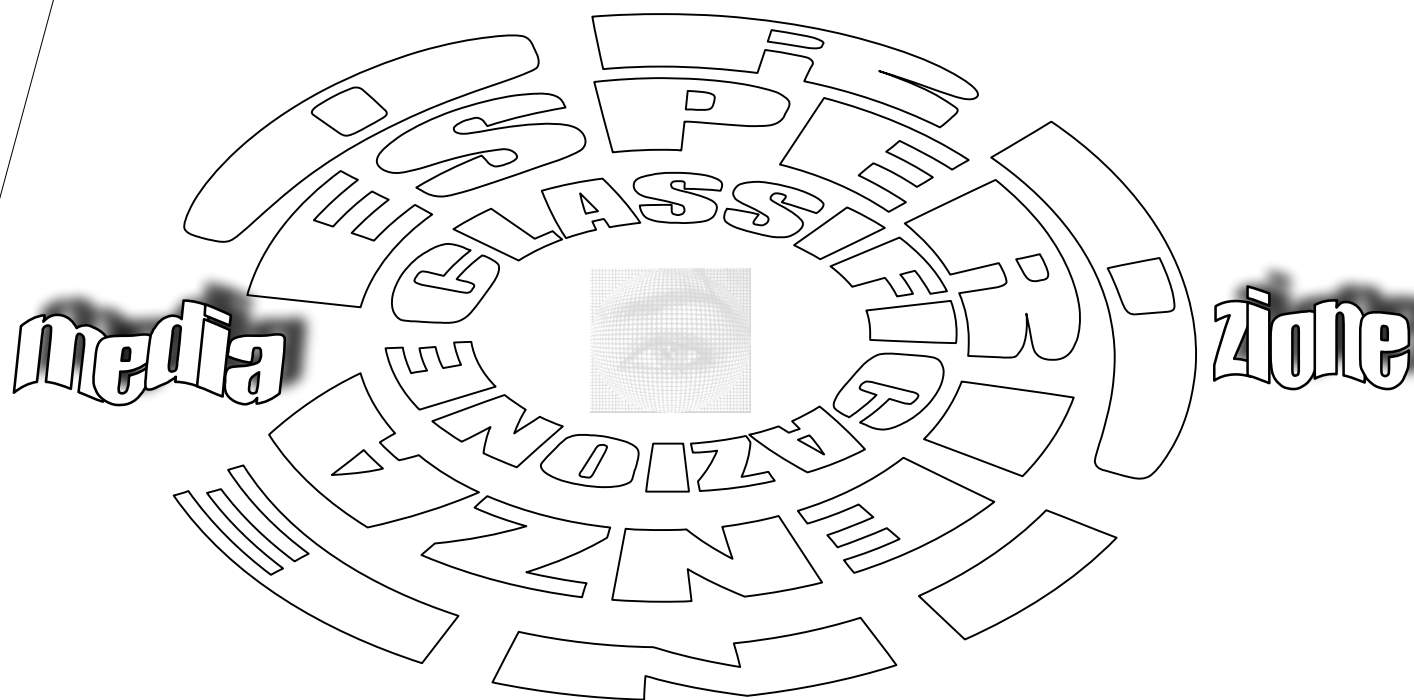
I media sono una via maestra nei territori nascosti della mente e del significato.

Ci offrono strumenti e problemi: concetti, categorie e tecnologie con cui costruire e difendere distanze, con cui costruire e mantenere legami.





I MEDIA, *MEDIANO*
TRA LA CLASSIFICAZIONE CHE DA' FORMA ALL'ESPERIENZA,
E L'ESPERIENZA CHE COLORA LA CLASSIFICAZIONE





LA MEDIAZIONE

George Steiner

***La mediazione è simile a una traduzione.
Non è mai completa, è un processo di
trasformazione, mai soddisfacente.
È sempre contestabile ed è un atto d'amore.
È un movimento a quattro vie che coinvolge
fiducia, aggressione, incorporazione
e restituzione.***

Jorge Luis Borges

***Nessuna traduzione può
essere perfetta, neppure la
migliore. E neppure nessuna
mediazione.***



LE 4 VIE DI STEINER

IL TESSUTO
DELL'ESPERIENZA

MEDIAZIONE

TECNOLOGIA

FIDUCIA

Identifichiamo un valore nel testo che intendiamo comprendere, affermare e comunicare. Dichiariamo un significato da cogliere ma possiamo sbagliarci.

AGGRESSIONE

Entriamo in un testo e affermiamo il possesso del suo significato ma la violenza che facciamo al significato di altri è abbastanza familiare.

INCORPORAZIONE

Ci appropriamo del senso attraverso l'incarnazione, il consumo e l'addomesticamento del significato.

RESTITUZIONE

Restituiamo il senso e magari ne aggiungiamo nel corso del lavoro.

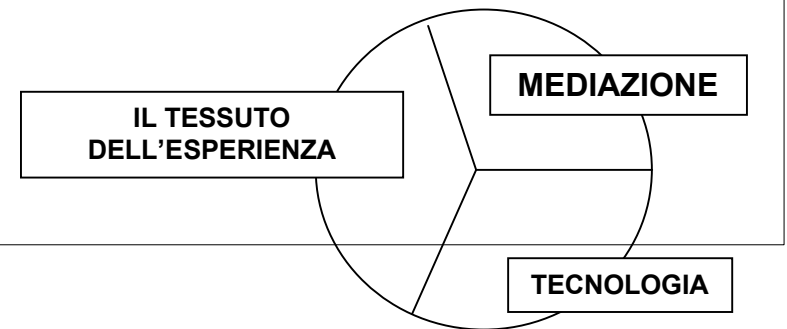


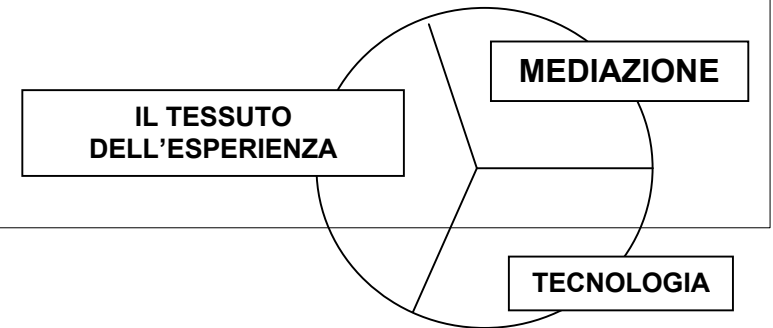
...*ma*...

La **traduzione** viene riconosciuta e onorata come lavoro d'autore, mentre la **mediazione** implica il lavoro di istituzioni, gruppi e tecnologie: non inizia e non termina con un unico testo e ogni comunicazione successiva porta il significato oltre e altrove.

I **significati** alla fine del processo emergono senza una specifica e precisa attenzione al linguaggio e senza la necessità di ricreare un testo originale.

La mediazione è in questo senso meno determinata, **più aperta, più condivisa e forse vulnerabile all'abuso.**





Siamo tutti mediatori e i significati che creiamo sono instabili, ma potenti.

I media sviluppano e trasformano i significati.

Si tratta di risorse per parlare, riconoscere, identificare, dal momento che misuriamo le nostre vite con ciò che vediamo sullo schermo, leggiamo sui giornali, ascoltiamo dalla radio...



**In che modo
emergono i significati,
dove e con quali
conseguenze?**

**In quali momenti
il processo si interrompe,
distorto da tecnologia
o intenzioni?**



**POTERE DI
PERSUADERE**

**VULNERABILITA'
DELL'ESERCIZIO
DEL POTERE**

**Come comprendere
la dimensione politica?**

**POTERE DI
RICHIEDERE
ATTENZIONE E
RISPOSTA**

**DIPENDENZA DAL
LAVORO DI
ISTITUZIONI E
INDIVIDUI**



LA TECNOLOGIA

Nicholas Negroponte

Nei primi anni del prossimo millennio le coppie di gemelli della vostre camicia o i vostri due orecchini potranno comunicare tra loro attraverso satelliti collocati su orbite basse o possedere più potenza di elaborazione degli attuali PC. Il vostro telefono non si limiterà a suonare: riceverà i messaggi, li selezionerà e forse risponderà alle chiamate in arrivo come un maggiordomo inglese bene addestrato. La comunicazione di massa sarà rivoluzionata da sistemi che consentono di trasmettere e ricevere informazioni e passatempi personalizzati. Il mondo digitale diventerà piccolo come la capocchia di uno spillo.



IL TESSUTO
DELL'ESPERIENZA

MEDIAZIONE

TECNOLOGIA

Nuove tecnologie e nuovi media stanno trasformando il tempo e lo spazio, culturale e sociale.

...ma... la tecnologia

non arriva su di noi senza intervento umano, emerge da complessi processi di progettazione e sviluppo,

che sono a loro volta inseriti nell'attività di istituzioni e individui collocati nella società e nella storia.

I nuovi media si costruiscono sulle fondamenta dei vecchi, non nascono completamente formati e autonomi.



**Stampa, telegrafia,
radio, telefonia,
televisione,
internet... offrono
nuovi modi di:**

**ARTICOLARE IL
DESIDERIO,
INFLUENZARE E
RISULTARE
GRADITI**

**PRODURRE,
TRASMETTERE E
FISSARE IL
SIGNIFICATO**

**GESTIRE
L'INFORMAZIONE
E COMUNICARLA**



LA TECNOLOGIA COME FISICA

Per Marshall McLuhan la tecnologia è un'estensione della nostra capacità umana, fisica e psicologica, di agire nel mondo.

I media hanno esteso il nostro raggio d'azione, garantendoci un infinito potere ma cambiando l'ambiente nel quale il potere si esercita.



LA TECNOLOGIA COME FISICA

Marshall McLuhan: sostituire il medium al messaggio
Altri: con tecnologie interattive piena realizzazione del mondo come medium

...archiviazione infinita ... accessibilità illimitata... smart card...

Utilizzatori di tecnologie vengono trasformati dall'uso che ne fanno, e il significato dell'essere umano cambia

Le tecnologie non sono elementi deterministici ma elementi che attribuiscono o sottraggono abilità

LA TECNOLOGIA COME INCANTAMENTO

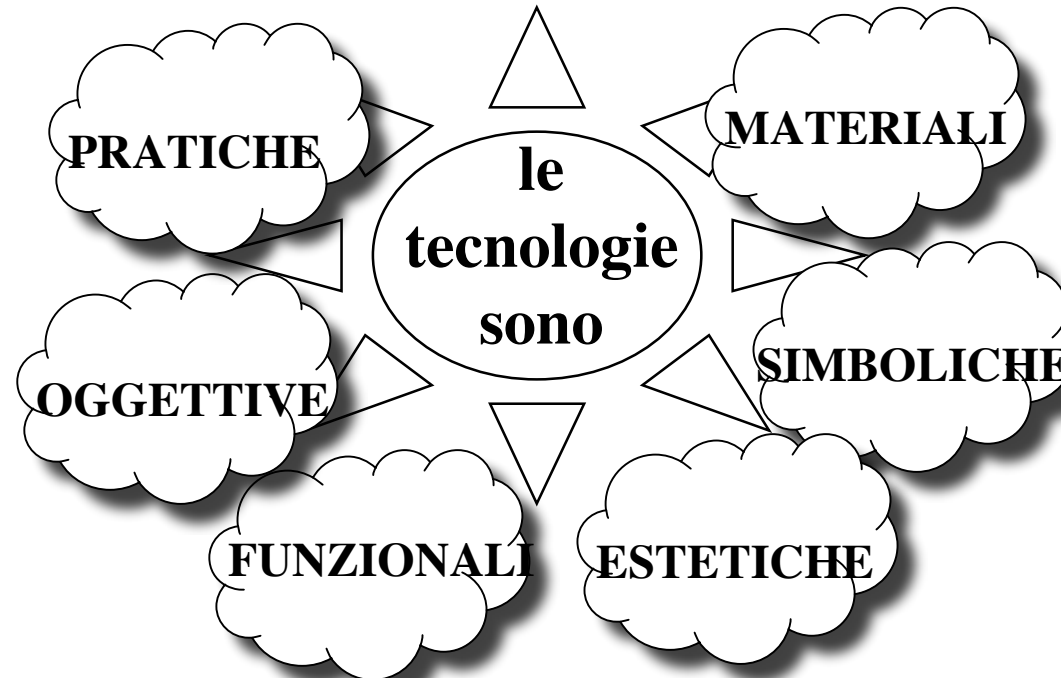
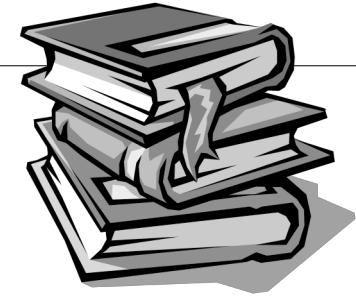


Per Alfred Gell **tecnologia, magia e mistero** sono inestricabilmente legate.

Le tecnologie mediali hanno un potere considerevole nella nostra immaginazione. Dipendiamo da esse in modo sostanziale.

La nostra disperazione quando ci è negato l'accesso è totale, mentre d'altro canto la nostra eccitazione quando ci confrontiamo con il nuovo è illimitata: «quattromila miliardi di megabyte?»

LA TECNOLOGIA COME CULTURA



Le tecnologie nascono in relazione a bisogni più sociali che individuali, esprimono e riflettono gran parte delle dinamiche culturali.



LA TECNOLOGIA COME ECONOMIA

Il mercato dell'informazione differisce da quello dei beni tangibili perché non ha costi di riproduzione e ha sempre meno costi di distribuzione.





Le nostre **decisioni di acquisto** sono potenziate da un'economia apparentemente libera, con infinite possibilità di scelta fra i prodotti e informazioni chiare e accessibili.

Tuttavia il potenziamento viene compromesso dalle diverse strategie che le imprese locali o globali sviluppano per **indirizzare e delimitare le nostre scelte**.

Si registrano i nostri acquisti, si accertano le nostre preferenze, si definiscono i nostri gusti, si reclama la nostra fedeltà (*compak, klik, zag, seguire il gratuito...*)



**Che cosa succederà
se i consumatori
inizieranno a stancarsi?**

**Come risponderanno
antitrust, copyright e
proprietà intellettuale ?**

**Chi sarà il prossimo
padrone dell'industria
dell'hardware?**

**Quale potere
avrà la marca?**

**Quale sarà il futuro
delle imprese di
medie dimensioni?**

LA TECNOLOGIA COME POLITICA



La politica

INTORNO ai media:

riguarda accesso e regolamentazione

ALL'INTERNO dei media:

riguarda partecipazione e rappresentazione

La tecnologia è condizione necessaria ma non sufficiente per il cambiamento.

C'è la speranza che si sviluppino nuove forme di partecipazione politica: democrazia on-line, assemblee e referendum elettronici...





LA TECNOLOGIA DIVENTA SIMILE ALL'INFORMAZIONE



Siamo tutti complici della tecnologia: ne abbiamo bisogno e non occorre che ne vediamo / capiamo il funzionamento, ma lasciamo semplicemente che lavori per noi.

La cultura consiste, per una parte significativa nell'**addomesticare il selvaggio**, ed è quanto facciamo con le macchine e con l'informazione, così come in passato abbiamo fatto con animali, raccolti, in bilico fra sicurezza e insicurezza, fiducia e paura.