

Negli ultimi 50 anni film, serie televisive, canzoni, pubblicità e stampa sono diventate un punto d'appoggio per la memoria personale e di gruppo, stabiliscono in un certo senso la cronologia della vita privata e della storia "di tutti". I mezzi di comunicazione di massa e i loro programmi segnano il tempo della nostra vita, fanno da ponte fra il tempo privato della vita individuale e familiare e quello pubblico della vita sociale. La condizione d'individuo cosciente non è più privilegio di pochi, ma è accessibile a tutti. La produzione culturale di massa, dà senso alla vita reale per mezzo della produzione fantastica, cala il mondo dei sogni e dei valori, nella vita quotidiana, fornisce uno strumento di orientamento nella vita moderna e una consolazione alle sue contraddizioni irrisolvibili.

Con le notizie in tempo reale fornite dai telegiornali la televisione ha avuto l'opportunità di disgiungere le variabili di spazio e tempo creando una nuova percezione della realtà. Il mondo è diventato improvvisamente più piccolo, i paesi sono divenuti quartieri di un'unica città-mondo. Con la diffusione di massa della televisione vengono erose le barriere culturali e sociali che differenziavano i sessi, le età della vita, le classi, le culture etniche. Tutti acquisiscono un patrimonio comune di informazioni e immagini ma questo non sempre è motivo di armonia, l'omologazione delle abitudini e dei costumi ci può rendere intollerabili alle differenze da spingerci a rivendicare identità sempre più peculiari.

Specialmente con l'invenzione della fiction si hanno rappresentazioni ideali della realtà sociale che ricalcano i valori e i comportamenti culturali del pubblico.

Considerando quindi che i media hanno un forte potere nella costruzione dell'opinione pubblica si possono avere più effetti, il più frequente dei quali è il rinforzo di atteggiamenti già esistenti e la prevenzione di un possibile cambiamento. Questo effetto conservatore rafforza i valori, gli atteggiamenti e le attitudini dei destinatari e si ottiene dando al pubblico messaggi in linea con le loro opinioni creando così un circolo vizioso. Gerbner spiega nella sua "Teoria della coltivazione" che i media possono influenzare le persone sulla realtà e la televisione può diventare un vero e proprio agente di omogeneizzazione culturale. Bisogna comunque considerare sempre che questi effetti sono strettamente dipendenti dal contesto storico sociale economico, politico e culturale dei riceventi.

Per la formazione dell'opinione pubblica il risultato complessivo non può essere attribuito ai singoli individui ma deriva dalla rete di interazioni che li legano. Importanti quindi sono gli stimoli esterni come quelli provenienti dalla famiglia, dalla scuola, dalle relazioni sociali e dall'utilizzo di media e reti alternative come quella di internet, che permettono un maggior pluralismo dell'informazione fondamentale per la formazione della propria identità e opinione.

Ma cos'è l'informazione?

L'informazione è considerata un diritto dei cittadini nelle società democratiche ed è quindi un bene primario. L'informazione cui ci si riferisce è quella "essenziale" che tocca i temi rilevanti della società, su cui bisogna prendere posizione a livello pubblico e privato. La responsabilità degli operatori della comunicazione (relatività della notizia) riguarda un possibile utilizzo distorto

dei canali dell'informazione dal quale ne può risultare un eccesso di rilevanza donata a notizie insignificanti per coprire fatti e notizie negativi per l'emittente; l'utilizzo di informazioni non veritiere; perché volutamente false, perché impiegate in modo tendenzioso, perché non verificate presso la fonte.

Un condizionamento ideologico nella lettura dei fatti, ossia l'impiego predominante degli aspetti interpretativi rispetto al resoconto delle informazioni, o l'accostamento di aspetti non direttamente pertinenti per influenzare la valutazione dell'accaduto.

Vi sono spesso evidenti ostacoli posti all'illustrazione dei molteplici punti di vista nelle situazioni di contrasto informativo.

Lippmann fu tra i primi ad affermare la relatività della notizia giornalistica e dell'informazione diffusa attraverso i media, in quanto fortemente condizionate dalla personalità del giornalista e dagli orientamenti della testata. In questo senso, la formazione di un'opinione pubblica matura e consapevole è ostacolata dal sistema di potere politico e mediatico, che si limita a confermare i modelli dominanti, mentre il pubblico appare sostanzialmente passivo nell'elaborare e mantenere opinioni definite stereotipi.

In effetti, per controllare realmente quanto l'agenda setting dei telegiornali rispecchi la propria personale bisognerebbe spendere due parole anche sul tipo e il numero dei servizi mandati in onda per ogni notizia.

Molto importante sarebbe fare uno studio sulle differenze di linguaggio adottato dalle varie redazioni per trattare la stessa notizia. La velocità dei processi comunicativi e la loro moltiplicazione tende a semplificare i messaggi (per esser meglio compresi) con l'impiego di formule narrative che privilegiano il coinvolgimento emotivo.

L'emozione, che opera come primo livello conoscitivo, esaurisce spesso il processo comunicativo senza offrire la possibilità allo spettatore di mettere in atto un confronto o di applicare ai contenuti proposti la propria capacità critica. Lo sfruttamento delle emozioni tende in questo modo a incidere sulla modificazione del senso comune senza che al riguardo possa essere esercitata nessuna critica razionale.

Questa operazione avviene attraverso alcune abituali pratiche dei media: il coinvolgimento personale dello spettatore come elemento spettacolare, che gratifica il partecipante e lo porta ad aderire e a convalidare i valori proposti; la trattazione degli avvenimenti e dei fatti reali come fatti narrativi, presentati e spiegati con le medesime semplificazioni stereotipate; una valorizzazione eccessiva del personaggio o dell'eroe che viene applicata alle diverse situazioni di comunicazione e che, in virtù dell'identificazione emotiva dello spettatore, attenua i giudizi morali sugli aspetti negativi del suo comportamento.

Rapporto funzionale tra media e società

Scritto da

Giovedì 18 Febbraio 2010 13:41 -

Nella scelta dei contenuti, la raffigurazione della violenza e la rappresentazione del male occupano, un posto rilevante per il fascino che esercitano sugli spettatori, in particolare quelli meno dotati di difese e di reazioni critiche come i bambini e i minori.

Un meccanismo che si può sviluppare con l'abuso delle notizie di cronaca nera e di guerra globale al terrorismo è quello che genera una eccessiva ansia e paura, cosicché i soggetti possano sviluppare comportamenti iperdifensivi e di chiusura nei confronti degli altri e degli "stranieri". Questo effetto non va affatto sottovalutato in quanto il media power resta il più potente strumento di convincimento delle masse.