

#### Mass media

## 1. Storia e significato

- 1.1. Dal latino media (medium al singolare) che significa mezzo o strumento.
  - 1.1.1. In italiano mass media si traduce con l'espressione comunicazione di massa.
- 1.2. Il primo mezzo di comunicazione è il libro.
  - 1.2.1. Importante è l'invenzione della stampa a caratteri mobili di Gutenberg a metà '400.
- 1.3. Il giornale già presente nel '500, da metà Seicento diventa un quotidiano.
  - 1.3.1. Il primo quotidiano viene stampato a Lipsia, in Italia il primo è La Gazzetta di Mantova del 1664.
- 1.4. Il passaggio all'elettricità comporta una rivoluzione nella produzione e diffusione dei media.
  - 1.4.1. Il cinematografo, associato all'opera dei fratelli Lumière. La prima proiezione è a Parigi nel 1895.
  - 1.4.2. La radio, con le prime trasmissioni negli Stati Uniti intorno al 1920. In Italia nel 1924.
  - 1.4.3. La televisione, con i primi programmi trasmessi intorno agli anni venti. In Italia i primi programmi in bianco e nero arrivano dal 1954.
  - 1.4.4. Il calcolatore elettronico, ovvero il computer, invenzione del XX secolo.

## 2. New media

- 2.1. La rivoluzione informatica e delle telecomunicazioni danno una svolta decisiva alla diffusione di nuovi media.
  - 2.1.1. Internet trasforma il mondo della comunicazione.
  - 2.1.2. Tra i nuovi media ci sono:

- 2.1.2.1. Internet
- 2.1.2.2. I computer
- 2.1.2.3. La tv digitale
- 2.1.2.4. La telefonia cellulare
- 2.1.3. Tra le caratteristiche fondamentali dei nuovi media abbiamo:
  - 2.1.3.1. La convergenza: un singolo oggetto risponde a più funzioni.
  - 2.1.3.2. La memoria.
  - 2.1.3.3. La velocità e l'assenza di confini.
  - 2.1.3.4. La partecipazione dell'utente.
    - 2.1.3.4.1. Si crea un tipo di informazione di uno a uno o da molti a molti.

# 3. La cyber-balcanizzazione

- 3.1. Rischio derivato dall'uso dei new media.
  - 3.1.1. Si indica la tendenza a fruire e a prestare attenzione solo a ciò che già in partenza l'utente condivide e considera valido.
    - 3.1.1.1. Il modo di consultare Internet ridurrebbe le possibilità di confronto, perché gli utenti cercano ciò a cui sono affini e ciò che è conforme alle loro posizioni.

## 4. Gli effetti dei mass media

- 4.1. Effetti apocalittici e integrati
  - 4.1.1. Titolo di un libro di Umberto Eco che usa i due termini per indicare due atteggiamenti opposti nell'intendere il rapporto tra società e mass media.

- 4.1.1. Gli integrati sono coloro che evidenziano le potenzialità dei mass media ed enfatizzano l'innovazione tecnologica come strumento imprescindibile.
- 4.1.1.2. Gli apocalittici hanno una visione pessimista e considerano la comunicazione di massa come una premessa alla degenerazione culturale e all'omologazione degli utenti.
- 4.2. Effetti potenti e limitati
  - 4.2.1. Ci sono diverse fasi nel dibattito sui mass media:
    - 4.2.1.1. La prima tra inizio Novecento e gli anni Trenta evidenzia gli effetti potenti dei mass media.
      - 4.2.1.1.1. Effetti capaci di influenzare il pubblico, creare modelli, orientare le opinioni.
    - 4.2.1.2. Nella seconda tra gli anni Quaranta e Sessanta si sono diffuse teorie che vedono gli effetti dei mass media più limitati.
      - 4.2.1.2.1. Essi hanno un potere ridotto nell'influenzare gli utenti.
    - 4.2.1.3. Dagli anni Settanta le teorie evidenziano maggiormente gli effetti potenti dei media.
      - 4.2.1.3.1. In particolare sugli ideali, le credenze e i valori.
  - 4.2.2. Tra le teorie degli effetti potenti sui mass media si ricordano:
    - 4.2.2.1. La teoria dei differenziali di conoscenza.
      - 4.2.2.1.1. Maggiore è la diffusione dei mezzi di comunicazione, maggiore è il divario tra le classi sociali
    - 4.2.2.2. Modello della spirale del silenzio.

4.2.2.2.1. I mezzi di comunicazione di massa ridurrebbero al silenzio e all'assenza di visibilità le posizioni minoritarie.

#### 4.2.3. Teoria della coltivazione:

4.2.3.1. Gli utenti che guardano per un numero elevato di ore la televisione tendono ad interpretare la realtà in base ai modelli offerti dai programmi televisivi.

### 4.2.4. Teoria dell'agenda setting:

- 4.2.4.1. La capacità della televisione di creare una sorta di agenda, un elenco di tematiche rilevanti da affrontare.
  - 4.2.4.1.1. Più un argomento è importante per la televisione, più diviene fondamentale per l'utente.
- 4.2.5. Teoria della persuasione e degli effetti limitati:
  - 4.2.5.1. Tra lo stimolo dei mass media e la risposta dell'utente c'è una resistenza.
    - 4.2.5.1.1. Il filtro è l'organismo, ovvero la specificità dell'individuo, con le sue caratteristiche psicologiche.