

## Le arene pubbliche

P. Lalli - Appunti corso  
**Comunicazione e informazione  
sociale**, LS Compass

"Nascita e declino dei problemi sociali"  
(a partire da Hilgartner e Bosk, AJS, 94 (1988) e altre  
fonti, fra cui S. Moscovici, A. Mucchi Faina, J.  
Thompson )

---

---

---

---

---

---

---

---

## Premessa

- I problemi sociali sono il prodotto di un processo di definizione collettiva
- I problemi sociali sono proiezioni dei sentimenti collettivi più che lo specchio di condizioni oggettive

---

---

---

---

---

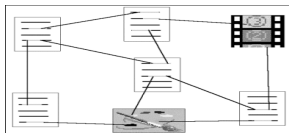
---

---

---

## Premessa

- Le definizioni dei problemi sociali richiedono **legittimazione** e **rilevanza** per entrare nella sfera pubblica



---

---

---

---

---

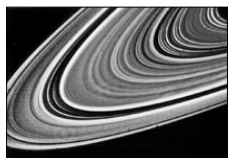
---

---

---

### premessa

- I problemi sono definiti ed evolvono nell'ambito di **arene pubbliche**



---

---

---

---

---

---

---

---

### Mediazioni (cfr. Moscovici)

Nella nostra società le definizioni **legittime** – ad es. di malattie, handicap, formazione... - derivano per lo più da una comunità scientifica o considerata esperta, ma molteplici sono le fonti di **"MEDIAZIONE"** dall'universo esperto a quello consensuale

---

---

---

---

---

---

---

---

### Fonti di mediazione possibili

–Reti prossemiche "vicine"



---

---

---

---

---

---

---

---

Fonti di mediazione possibili

**– Mezzi tecnici di comunicazione “a distanza”**




---

---

---

---

---

---

---

---

Fonti di mediazione possibili

**– L’uso dei mezzi tecnici di comunicazione “a distanza” implica:**

- Difficoltà di verificare la legittimità di “altri remoti” (cfr. Schütz)
- Modi diversi di verificare e confrontare legittimità e credibilità delle fonti
- Opportunità diverse di verifica e confronto delle fonti e delle ulteriori mediazioni che si producono

---

---

---

---

---

---

---

---

Forme di mediazione possibili:  
esempi

**nei media**  
(con diversi modi e opportunità di verifica, interpretazione e confronto):

- Pubblicità
- News, giornali e approfondimenti
- Fiction
- Talk show
- .....

---

---

---

---

---

---

---

---

### L' interpretazione

- La comunicazione entra in un processo di **interpretazione** influenzato ad es. da
- contesto
- disposizioni affettive
- aspettative
- esperienze
- conoscenze

---

---

---

---

---

---

---

### Logiche interagenti

- Possono esserci logiche sia razionali sia non razionali: **coesistono tra loro e sono esposte a fonti d'informazione molteplici e concorrenti**
- La caratteristica richiesta al "cittadino che auspica di essere ben informato" (cfr. Schütz) è la riflessività

---

---

---

---

---

---

---

### La situazione comunicativa

- Forza di richiamo e di costruzione di **norme condivise** e di **aspettative reciproche** di significato
- Opportunità di stabilire **relazioni** rilevanti (per l'esperienza)
- Riconoscimento delle **poste in gioco** (istituzionali, economiche, culturali, identitarie)

---

---

---

---

---

---

---

### Interpretazione: un esempio (cfr. Mucchi Faina)

- In uno spot televisivo una nota celebrità racconta di due suoi amici che usavano marijuana e sono poi passati alle droghe pesanti, distruggendo la loro vita
- La celebrità ammonisce:
  - Dite semplicemente no

---

---

---

---

---

---

---

---

### Esempio risposte cognitive



---

---

---

---

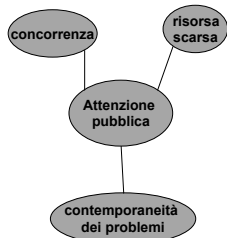
---

---

---

---

### Arene simboliche: *premesse*



- Processi socio-psicologici, politici, organizzativi e culturali
- Confini organizzativi e istituzionali
- Influsso sulle azioni sociali

---

---

---

---

---

---

---

---

**IL SUCCESSO O IL FALLIMENTO  
NELL'UNIVERSO CONSENSUALE  
DIPENDONO SOPRATTUTTO DA :**

- forza di **legittimazione** della fonte d'informazione
- sua **portata** d'influenza
- **situazione** comunicativa
- **contesto** (interpretativo, culturale, sociale, organizzativo, etc.)

---

---

---

---

---

---

---

---

**Modello di arene: elementi**

- **Processo di concorrenza:** Popolazione di problemi rivendicati
- **Arene istituzionali:** Ambiente di competizione
- **Capacità di portata:** capacità di attenzione
- **Principi di selezione:** Fattori istituzionali, politici, culturali
- **Reti:** Interazione fra arene e reticoli gruppi portatori di affermazione e circolazione

---

---

---

---

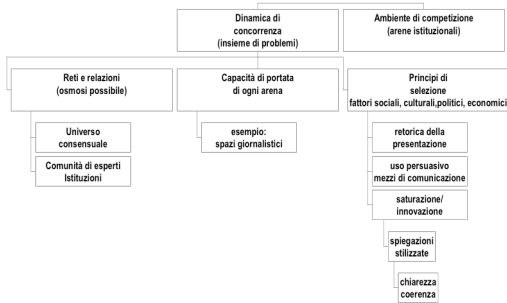
---

---

---

---

**Arene: elementi**




---

---

---

---

---

---

---

---

### Definizioni concorrenti

- Stratificazioni di "celebrità" preesistenti e più o meno persistenti
- Alcuni problemi sono presentati da individui e gruppi che li definiscono tali:
  - Gruppi di interesse
  - Movimenti sociali
  - Politici, attivisti
  - Esperti

---

---

---

---

---

---

---

---

### Definizioni concorrenti

- Due livelli interagenti di concorrenza
  - Possono competere due diversi modi di definire la medesima situazione (es.: "L'alcol fa male" / "Il vino rosso fa bene")
  - Due diversi problemi si contendono attenzione (es.: "Rischi di malattie al fegato" / "Rischi cardiovascolari")
- Il successo o il fallimento non dipendono da variabili oggettive ma dal tipo di scenario organizzativo e culturale che si viene a creare

---

---

---

---

---

---

---

---

### La capacità di portata: le arene sociali

- I problemi sono definiti ed evolvono nell'ambito di arene pubbliche che non costituiscono zone vaghe e vuote. Esse comprendono:
  - Governo, Parlamento e loro istituzioni
  - Tribunali
  - Mass media
  - Gruppi, movimenti, partiti
  - Comunità scientifica
  - Organizzazioni religiose
  - Gruppi professionali
  - Fondazioni private
  - Individui e gruppi componenti 'la pubblica opinione'

---

---

---

---

---

---

---

---

## La capacità di portata: le arene sociali

- Ogni arena ha sue proprie capacità di portata, misurabili in modo diverso
  - Esempi: tempo, fondi, spazi giornalistici, staff...
- Anche in quanto membri individuali si hanno vincoli: oltre a tempo e denaro, c'è un limite nel "plusvalore di compassione"
  - Tendono a prevalere priorità connesse a "status" (che abitano realtà quotidiane diverse, con preoccupazioni sociali diverse, rafforzate da stili diversi di consumo e accesso alle informazioni)

---

---

---

---

---

---

---

---

## Principi di selezione

- Esistono alcuni principi generali di selezione che influenzano la scelta dei problemi a cui le diverse arene sociali si rivolgono:
  - Intensità della concorrenza per la priorità maggiore
  - La retorica della presentazione
  - Novità e pericolo di saturazione
  - Ritmo della vita organizzativa
  - Preoccupazioni culturali
  - Orientamenti politici

---

---

---

---

---

---

---

---

## Principi di selezione: il "caso drammatico"

- La retorica di presentazione del caso influenza la selettività del problema
- Importanza dell'uso oculato e persuasivo dei mezzi di comunicazione:
  - "fatti" ufficialmente certificati (con chiare responsabilità) accompagnati da una retorica vivida e dotata di carica emotiva (numerosi esempi di "icone retoriche")
- Spiegazioni basate su "miti politici" stilizzati e ampiamente condivisi (ma spesso stereotipici e riduttivi) sembrano avere maggiori probabilità di "sfondare" rispetto ad analisi più sottili e approfondite (problema da tematizzare con cura e chiarezza: cfr. ad es. Boltanski e le implicazioni sull'azione delle "topiche" prevalenti nei media)

---

---

---

---

---

---

---

---

Principi di selezione: novità e saturazione

- Anche la novità ha il suo peso:
  - Specie nel trattare problemi sociali consueti, si cercano nuove immagini per dare senso di urgenza rinnovato, soprattutto se nell'arena competitiva diminuisce la forza retorica relativa
- La **saturazione** può intervenire a due livelli:
  - Contemporanea produzione di più attori di materiale retorico
  - Il bombardamento ripetuto di messaggi su problemi simili finisce per sdrammatizzare le tematiche connesse
- La **lotta per la novità** interagisce con le caratteristiche istituzionali delle arene

---

---

---

---

---

---

---

---

Principi di selezione: retorica e novità

- Per riuscire a sopravvivere nell'ordine del giorno collettivo, un problema tende a dover rimanere "drammatico"
- Perciò nuovi simboli e nuovi eventi devono continuamente rinnovarlo

---

---

---

---

---

---

---

---

• RISCHI

- **Il plusvalore di compassione**
- Concorrenza e contemporaneità
- Altra forma di saturazione
- Riduzionismo non riflessivo
- **"Pornografia della sofferenza"**

---

---

---

---

---

---

---

---

### Principi di selezione: cultura e politica

- Alcune definizioni si trovano a beneficiare del fatto di coincidere con questioni culturali di più ampia portata
  - Esempio: salute, morte, catastrofi, malattia...
- Alcuni problemi si avvantaggiano per il fatto di costituire interessi politici ed economici importanti
  - Esempio: i cambiamenti economici possono influire sulle definizioni collettive dei problemi, come anche le tendenze politiche dominanti

---

---

---

---

---

---

---

---

### Principi di selezione: aspetti organizzativi

- Ogni arena ha caratteristiche e ritmi organizzativi e culturali che influenzano la selettività dei problemi
- Esempio principe: la "notiziabilità" ottenibile nei diversi mass media e le relative scelte di copertina, di priorità, di agenda setting, etc.
- Le differenze e le variazioni di tali aspetti implicano che un problema può adattarsi molto bene ad un'arena (seppure di nicchia) ed essere incapace di competere in altre

---

---

---

---

---

---

---

---

### Principi di selezione: reti sociali ("nicchie" e "spugne")

- Le arene pubbliche sono collegate da reticoli e relazioni che producono effetti di retroazione
- I problemi che si diffondono in un'arena tendono a diffondersi in altre
  - **Un piccolo numero di problemi tende ad occupare molto spazio nella maggior parte delle arene**
- Tuttavia, alcuni problemi incapaci di sopravvivere altrove possono avere una propria nicchia stabile in una particolare arena (importante a tale proposito: riferimenti possibili - a seconda dei contesti - al ruolo delle "minoranze attive", cfr. Moscovici, oppure ad effetti o forme di risonanza o di "marketing mouth-to-mouth" in contingenze in cui si configurino combinazioni particolari e relazioni simbiotiche particolari nella contaminazione fra arene e gatekeepers: cfr. più avanti)

---

---

---

---

---

---

---

---

**Principi di selezione: comunità di esperti**  
("nicchie" e "spugne")

- Intorno ai problemi sociali si costituiscono comunità di esperti
- Molte di queste comunità riguardano macrocategorie di problemi sociali
  - Costituiscono fonti potenziali di nuovi problemi
  - Potenziale coincidenza fra struttura formale e informale
- Tuttavia, come nel caso precedente, alcuni problemi incapaci di sopravvivere altrove possono avere una propria nicchia stabile in una particolare arena

---

---

---

---

---

---

---

---

**Principi di selezione: comunità di esperti**  
("nicchie" e "spugne")

- Una particolare "sezione" o reparto può appropriarsi di un problema in cui i suoi "gatekeepers" sono incappati
- Fra le diverse "sezioni" o reparti possono esserci conflitti ma anche relazioni simbiotiche ("contaminazioni possibili", mouth-to-mouth, esperienze di vita condivise dal tale gatekeeper di un'arena istituzionale, etc.: cfr. commento precedente)
  - Anche solo attraverso i singoli componenti
- Le diverse "sezioni" costituiscono una fabbrica di problemi/significati sociali: un settore "economico-culturale" che produce il set di definizioni collettive disponibili

---

---

---

---

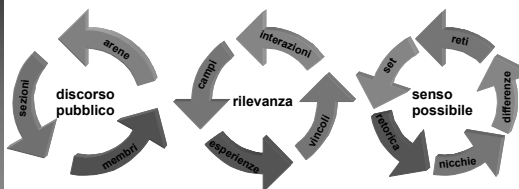
---

---

---

---

**Dinamiche**



---

---

---

---

---

---

---

---

## Conclusioni

- I processi di concorrenza per la definizione dei problemi sociali coinvolgono piani molteplici di analisi ed arene sociali diverse
- I processi relativi ad un piano d'analisi o ad una particolare arena possono esercitare influssi reciproci sugli altri

---

---

---

---

---

---

---

- Una comunicazione **competitiva** può fare attenzione a:
  - **Contesto** socio-comunicativo e culturale
  - **Arena** sociale di riferimento
  - Tipo e caratteristiche dell'**interlocutore**
  - Tipo di **oggetto** e sue opportunità di empowerment nel contesto dato
  - Tipo di **strumento** e presentazione **retorica**
  - Tipo di **fonte** e sua **legittimazione**/credibilità/autorevolezza/trasparenza per l'interlocutore prescelto
  - Tipo di **flessibilità** possibile nella messa in agenda della tematizzazione dei problemi

---

---

---

---

---

---

---

## Un interrogativo ?

- Dato il così ampio universo di possibilità, l'azione di gruppi e forze sociali come si mobilita per selezionare particolari definizioni dei problemi ?

---

---

---

---

---

---

---