

Il sociologo nell'arena dei media



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI TRENTO
Facoltà di Sociologia



CONVEGNO AIS
Trento 12-13 ottobre 2012

Sociologia, professioni e mondo del lavoro

DAVIDE BORRELLI, Università del Salento
MIHAELA GAVRILA, Sapienza Università di Roma

La comunicazione è un complesso intreccio di elementi culturali e intellettuali che struttura i modi in cui il nostro tempo si rapporta a se stesso.

Capire la comunicazione vuol dire comprendere molto di più. Risposta apparente alle laceranti separazioni tra sé e gli altri, tra privato e pubblico, tra pensiero interiore e parole esterne, la nozione spiega le nostre strane esistenze a questo punto della storia. Essa è un ricettacolo nel quale sembrano riversarsi la maggior parte delle nostre speranze e paure.

John Durham Peters, 1999

Immersi nei media

Ho cercato di confrontarmi con i media nel loro insieme, di ri-concepire la loro assaltante immensità e di spiegare perché sono diventati centrali nella nostra civiltà. *A fan, critici, paranoidi, esibizionisti, ironici e via dicendo, ai riformisti di ogni genere, vorrei consigliare di prendersi un po' di tempo per fare un passo indietro, di rifiutare le fantasie di perfezione elettronica, di dimenticare i guru dei trend e gli esperti che pretendono di interpretare per noi le ultime novità. Propongo di fermarci – e immaginare tutto il fenomeno in maniera nuova, prendendo i media seriamente, non come cornucopia di gadget delle meraviglie o una collezione di problemi sociali, ma come la condizione centrale di un intero stile di vita. Forse se ci allontaniamo dall'onda del momento, della settimana o della stagione e contempliamo il torrente nella sua interezza, sapremo cosa vogliamo farne, a parte cambiare canale.*

T. Gitlin, 2001, trad. it. 2003, p. 233

D. Borrelli, M. Gavrilà, Trento, 12 ottobre 2012

I media che sequestrano e dissequestrano

- I media mainstream in Italia – anche nei tempi della rete - giocano ancora un ruolo di sdoganatore di temi e di cultura;
- Arricchiscono e impoveriscono il panorama della visibilità; osmosi della scena pubblica e della possibilità di costruirla
- Possono mettere in luce nuove zone di visibilità: temi generalmente sequestrati dai saperi esperti (ambiente, scienza, etc.) possono apparire o scomparire in funzione della presenza o dell'assenza dall'agenda mediatica.
- Girando in positivo, appropriandosi delle logiche dei media e rendendo accessibili anche i pensieri complessi e settoriali, il sociologo potrebbe incidere sui media: come dissequestratore dei saperi esperti e delle issue sociali (sicurezza, crisi, genere, multiculturalismo, lavoro, ambiente, etc.)
- I media e le industrie culturali vanno aiutati a diventare Società per Azioni Sociali, che dovrebbero guardare con considerazione ai propri pubblici e alla società.

D. Borrelli, M. Gavrilà, Trento, 12 ottobre 2012

Le analisi

1. La carta stampata: Corriere della Sera vs. La Repubblica (1 gennaio 2006 – 1 sett. 2012);
2. E le televisioni? Analisi del tempo di parola riservato ai sociologi dal Servizio Pubblico (Rai 1 e Rai 3 - tutta la programmazione informativa , esclusi I TG, periodo 1 marzo 2012-30 giugno 2012);
3. Google Trends: chi offre le soluzioni in tempi di crisi? Il sociologo o l'economista (1 settembre 2008 – 1 settembre 2012);
4. Cosa pensano I media-men e media-woman?

D. Borrelli, M. Gavrilu, Trento, 12 ottobre 2012

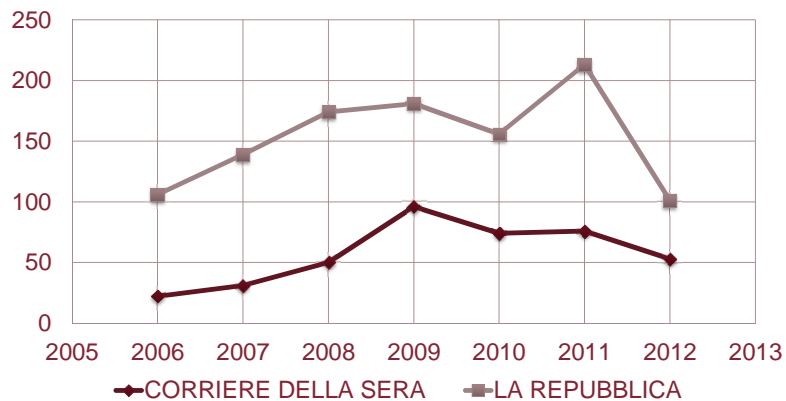
Il racconto giornalistico del sociologo. Una tipologia preliminare (edizioni cartacee di Corriere della Sera e La Repubblica, periodo 1 gennaio 2006 – 1 settembre 2012)

Corriere della Sera	La Repubblica
402 articoli (contro i 1204 dell'economista)	1070 articoli (contro i 2946 dell'economista)
Maggior coinvolgimento di testimonial sociologi (in generale, pochi nomi che ricorrono)	Spazi curati da sociologi
Approccio nord- centrico	Approccio (più) meridionale
Concentrazione d'interesse nel periodo 2009-2011 (picco – 2009)	Concentrazione d'interesse nel periodo 2008-2011 (picco – 2011, CON 213 NOTIZIE)
Scarsa diversificazione delle testimonianze e opinioni esperte (vengono coinvolti sempre gli stessi sociologi)	Una maggior distribuzione delle testimonianze, in funzione delle competenze (non c'è "l'ospite fisso")
Spesso, soft news	Spesso, soft news

D. Borrelli, M. Gavrilu, Trento, 12 ottobre 2012

Il coverage del sociologo. Dinamica evolutiva 2006-2012

(edizioni cartacee di Corriere della Sera e La Repubblica, periodo 1 gennaio 2006 – 1 settembre 2012)



Base: 402 articoli del Corriere della Sera e 107 articoli de La Repubblica, 1 gennaio 2006 – 1 settembre 2012)

D. Borrelli, M. Gavrilà, Trento, 12 ottobre 2012

Il coverage del sociologo. La distribuzione negli anni 2006-2012

(edizioni cartacee di Corriere della Sera e La Repubblica, periodo 1 gennaio 2006 – 1 settembre 2012)

	CORRIERE DELLA SERA	LA REPUBBLICA
2006	22	106
2007	31	139
2008	50	174
2009	96	181
2010	74	156
2011	76	213
2012	53	101
	402	1070

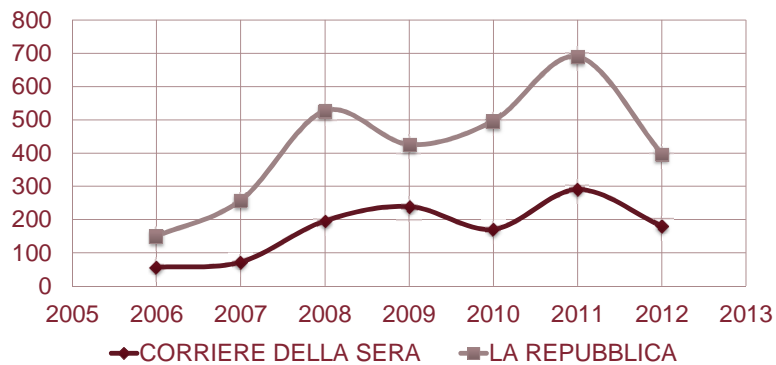
D. Borrelli, M. Gavrilà, Trento, 12 ottobre 2012

Il coverage del economista . Dinamica evolutiva 2006-2012
 (edizioni cartacee di Corriere della Sera e La Repubblica, periodo 1 gennaio 2006 – 1 settembre 2012)

	CORRIERE DELLA SERA	LA REPUBBLICA
2006	56	150
2007	72	258
2008	196	527
2009	239	426
2010	171	497
2011	290	690
2012	180	398
	1204	2946

D. Borrelli, M. Gavrilu, Trento, 12 ottobre 2012

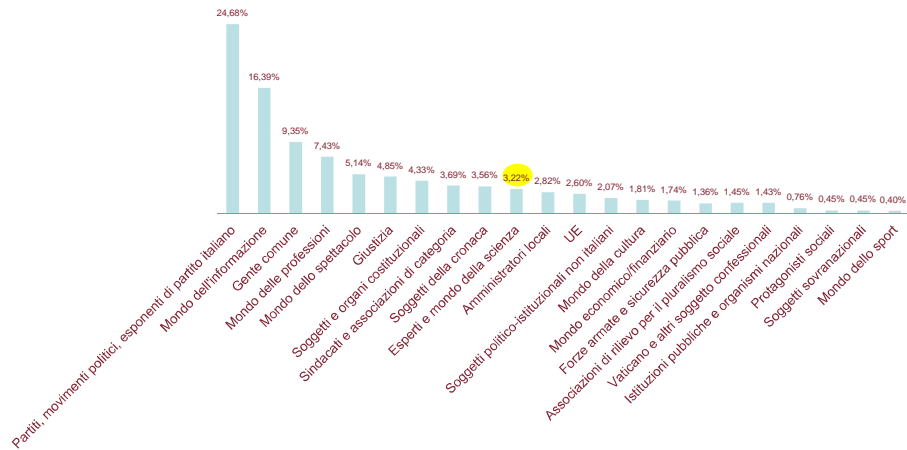
Il coverage dell'economista .
 Dinamica evolutiva 2006-2012(edizioni cartacee di Corriere della Sera e La Repubblica, periodo 1 gennaio 2006 – 1 settembre 2012)



Base: 1204 articoli del Corriere della Sera e 2946 articoli de La Repubblica, 1 gennaio 2006 – 1 settembre 2012)

D. Borrelli, M. Gavrilu, Trento, 12 ottobre 2012

Il tempo televisivo dei soggetti sociali (monitoraggio programmazione informativa extra tg di Rai1, 1 marzo 2012-30 giugno 2012)



Fonte: Mediamonitor, Coris, Sapienza Università di Roma

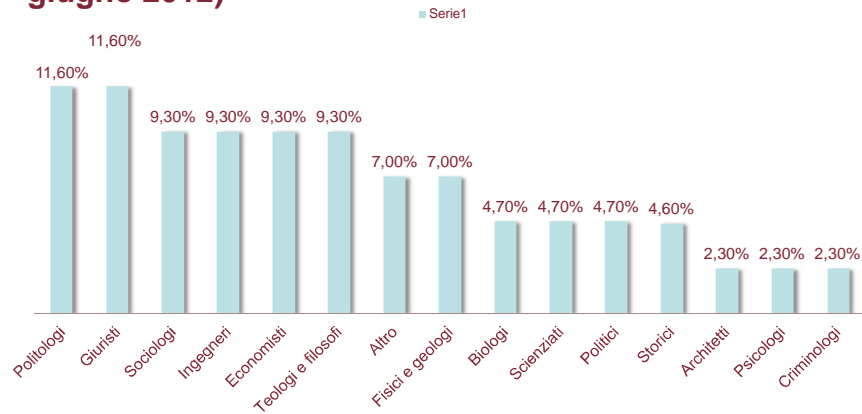
D. Borrelli, M. Gavrilu, Trento, 12 ottobre 2012

Tempo di parola dei soggetti sociali nei programmi extra-tg di rete Periodo dal 01/03/2012 al 30/06/2012

Categoria di Soggetti	RAI1		TOTALE	
	V.A.	%	V.A.	%
SOGGETTI SOVRANAZIONALI	0:21:37	0,45	0:21:37	0,45
UNIONE EUROPEA	2:04:06	2,60	2:04:06	2,60
SOGGETTI E ORGANI COSTITUZIONALI	3:26:31	4,33	3:26:31	4,33
ISTITUZIONI PUBBLICHE E ORGANISMI NAZIONALI	0:36:15	0,76	0:36:15	0,76
SOGGETTI POLITICO-ISTITUZIONALI NON ITALIANI	1:38:56	2,07	1:38:56	2,07
PARTITI, MOVIMENTI POLITICI, ESPONENTI DI PARTITO ITALIANI	19:38:01	24,68	19:38:01	24,68
AMMINISTRAZIONI LOCALI	2:14:36	2,82	2:14:36	2,82
GIUSTIZIA	3:51:31	4,85	3:51:31	4,85
FORZE ARMATE E SICUREZZA PUBBLICA	1:05:01	1,36	1:05:01	1,36
VATICANO E ALTRO SOGGETTI CONFESIONALI	1:08:15	1,43	1:08:15	1,43
ASSOCIAZIONI DI SOGGETTI DI RILIEVO PER IL PLURALISMO SOCIALE	1:09:17	1,45	1:09:17	1,45
PROTAGONISTI SOCIALI	0:21:43	0,45	0:21:43	0,45
MONDO ECONOMICO/FINANZIARIO	1:23:03	1,74	1:23:03	1,74
SINDACATI E ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA	2:56:05	3,69	2:56:05	3,69
MONDO DELL'INFORMAZIONE	13:02:35	16,39	13:02:35	16,39
MONDO DELLE PROFESSIONI	5:54:46	7,43	5:54:46	7,43
ESPERTI E MONDO DELLA SCIENZA	2:33:32	3,22	2:33:32	3,22
MONDO DELLA CULTURA	1:26:29	1,81	1:26:29	1,81
MONDO DELLO SPETTACOLO	4:05:34	5,14	4:05:34	5,14
MONDO DELLO SPORT	0:19:17	0,40	0:19:17	0,40
SOGGETTI DELLA CRONACA	2:50:10	3,56	2:50:10	3,56
GENTE COMUNE	7:26:15	9,35	7:26:15	9,35
Totale	79:33:35	100,00	79:33:35	100,00

D. Borrelli, M. Gavrilu, Trento, 12 ottobre 2012

RAI 1 – La disputa dei saperi. L'intervento dei sociologi vs. altre scienze (% di sociologi rispetto al totale esperti e scienziati nel periodo 1 marzo-30 giugno 2012)

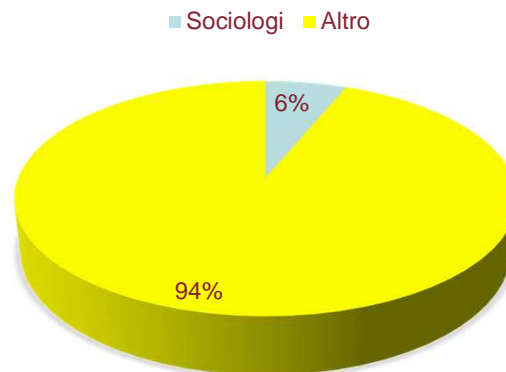


Fonte: Mediamonitor, Coris, Sapienza Università di Roma; Base 47 esperti

D. Borrelli, M. Gavrilà, Trento, 12 ottobre 2012

RAI 1 – La professionalità sociologica tra intervento e silenzio.

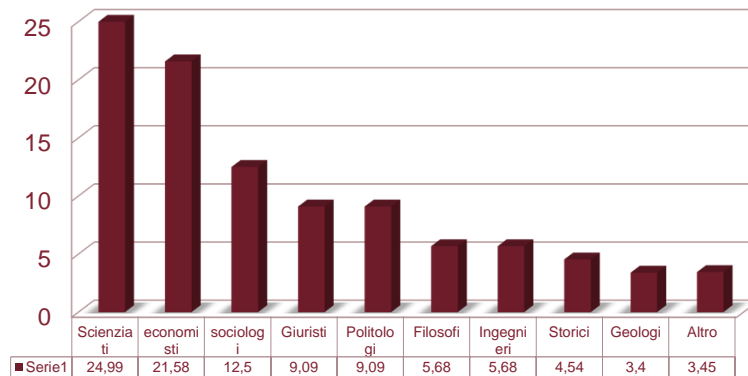
Il tempo di parola dei sociologi (% di tempo di parola dei sociologi rispetto al totale tempo esperti e scienziati)



Fonte: Mediamonitor, Coris, Sapienza Università di Roma

D. Borrelli, M. Gavrilà, Trento, 12 ottobre 2012

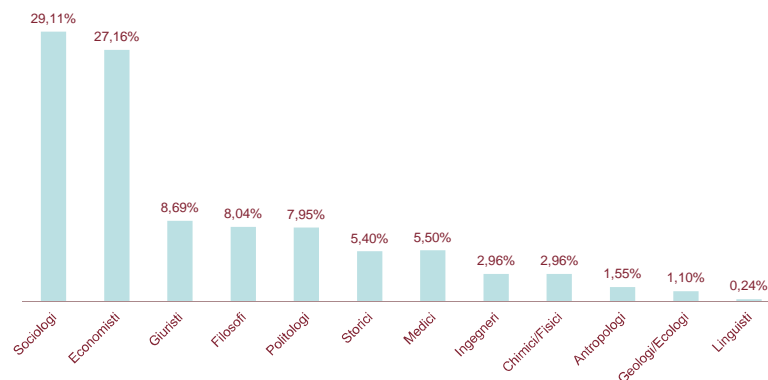
RAI 3 – La disputa dei saperi. L'intervento dei sociologi vs. altre scienze (% di sociologi rispetto al totale esperti e scienziati nel periodo 1 marzo-30 giugno 2012)



Fonte: Mediamonitor, Coris, Sapienza Università di Roma; Base 88 esperti

D. Borrelli, M. Gavrilà, Trento, 12 ottobre 2012

RAI 3 – La disputa dei saperi. L'intervento dei sociologi vs. altre scienze per tempo di parola (monitoraggio programmazione extra tg di Rai Tre, 1 marzo 2012-30 giugno 2012)



Fonte: Mediamonitor, Coris, Sapienza Università di Roma

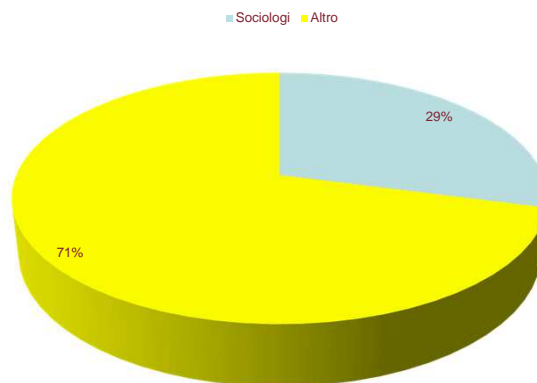
D. Borrelli, M. Gavrilà, Trento, 12 ottobre 2012

Tempo di parola dei soggetti sociali nei programmi extra-tg di rete
Periodo dal 01/03/2012 al 30/06/2012

Categoria di Soggetti	RAI3		TOTALE	
	V.A.	%	V.A.	%
SOGGETTI SOVRANAZIONALI	0:11:28	0,11	0:11:28	0,11
UNIONE EUROPEA	3:13:10	1,78	3:13:10	1,78
SOGGETTI E ORGANI COSTITUZIONALI	12:55:24	7,16	12:55:24	7,16
ISTITUZIONI PUBBLICHE E ORGANISMI NAZIONALI	0:52:27	0,48	0:52:27	0,48
SOGGETTI POLITICO-ISTITUZIONALI NON ITALIANI	0:32:42	0,30	0:32:42	0,30
PARTITI, MOVIMENTI POLITICI, ESPONENTI DI PARTITO ITALIANI	63:22:11	35,10	63:22:11	35,10
AMMINISTRAZIONI LOCALI	8:27:08	4,68	8:27:08	4,68
GIUSTIZIA	2:56:32	1,63	2:56:32	1,63
FORZE ARMATE E SICUREZZA PUBBLICA	1:04:36	0,60	1:04:36	0,60
VATICANO E ALTRO SOGGETTI CONFSSIONALI	0:59:57	0,55	0:59:57	0,55
ASSOCIAZIONI DI SOGGETTI DI RILIEVO PER IL PLURALISMO SOCIALE	3:50:40	2,13	3:50:40	2,13
PROTAGONISTI SOCIALI	0:15:17	0,14	0:15:17	0,14
MONDO ECONOMICO/FINANZIARIO	9:29:33	5,26	9:29:33	5,26
SINDACATI E ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA	10:29:57	5,82	10:29:57	5,82
MONDO DELL'INFORMAZIONE	27:18:17	15,12	27:18:17	15,12
MONDO DELLE PROFESSIONI	4:56:02	2,73	4:56:02	2,73
ESPERTI E MONDO DELLA SCIENZA	8:44:44	4,84	8:44:44	4,84
MONDO DELLA CULTURA	2:20:08	1,29	2:20:08	1,29
MONDO DELLO SPETTACOLO	6:28:02	3,58	6:28:02	3,58
MONDO DELLO SPORT	0:19:34	0,18	0:19:34	0,18
SOGGETTI DELLA CRONACA	2:15:59	1,26	2:15:59	1,26
GENTE COMUNE	9:28:53	5,25	9:28:53	5,25
Totale	180:32:41	100,00	180:32:41	100,00

D. Borrelli, M. Gavrilu, Trento, 12 ottobre 2012

RAI 3 - Il tempo di parola dei sociologi (% di tempo di parola dei sociologi rispetto al totale tempo esperti e scienziati)



Fonte: Mediamonitor, Coris, Sapienza Università di Roma

D. Borrelli, M. Gavrilu, Trento, 12 ottobre 2012

Cinque opinioni qualificate di mediamen/woman

giornalista, il Sole24 ore	
	Vice Direttore Rai Uno, Day Time
Anchormen e giornalista multimediale (RadioDue, blogger, Corriere dell'Umbria)	
	giornalista e filmmaker Rai
giornalista e conduttrice TeleCamere	

Pagina 19

Prof.ssa Mihaela Gavrilă

L'intervista

- Spesso la televisione e, più in generale i media, si avvalgono di saperi esperti per dare più profondità o legittimazione ai fenomeni sociali.
- Quali sono i contesti in cui si decide di coinvolgere "gli intellettuali"?
- E i sociologi?
- Qual è il criterio di scelta di un personaggio piuttosto che un altro?
- Ci sono, nei media, "ondate" che vedono la presenza, nelle ospitate tv di un personaggio prevalente, a prescindere dalla sua competenza specifica (ad es. filosofo per affrontare questioni sociali, oppure psicologo per affrontare tendenze sociali, e non individuali). C'è una logica dietro queste scelte?
- Cosa pensa del linguaggio adottato dai sociologi? E' adatto ai media?
- Quanto è facile la gestione degli interventi sociologici all'interno delle trasmissioni?
- A chi viene richiesta una maggior abilità comunicativa: al sociologo (intellettuale) oppure al giornalista (intervistatore o conduttore) nella gestione delle domande e dei turni di parola?
- Il loro contributo/ricerca etc. è sufficiente ai fini della discussione oppure ci vuole altro?
- Visto che i risultati di queste interviste verranno illustrati a una platea di sociologi, potrebbe fornire un consiglio per migliorare?

D. Borrelli, M. Gavrilă, Trento, 12 ottobre 2012



Pagina 2

Il borghese gentiluomo



D. Borrelli, M. Gavrilà, Trento, 12 ottobre 2012

Miti d'oggi

Roland Barthes
Mythologies



D. Borrelli, M. Gavrilu, Trento, 12 ottobre 2012

Il sociologo o l'economista? Quali soluzioni in tempi di crisi (1 gennaio 2008 – 1 settembre 2012);

Esplora le tendenze

Interesse nel tempo ?

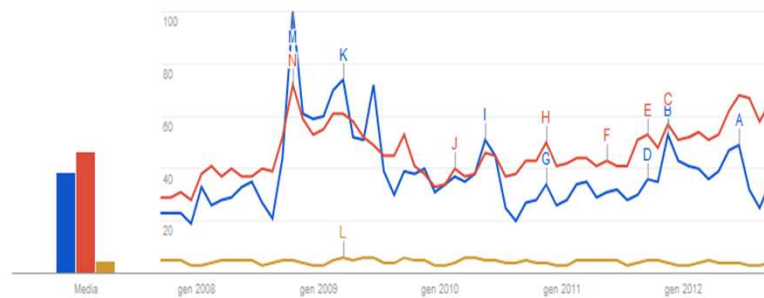
Ricerche più frequenti

Il numero 100 rappresenta il picco del volume di ricerca

Intestazioni notizie Previsione ?

Termini di ricerca ?

- crisi
- economista
- sociologo
- + Aggiungi termine
- Altri confronti



Fonte: nostra elaborazione da Google Trends, (1 settembre 2008 – 1 settembre 2012);

Miti d'oggi



D. Borrelli, M. Gavrilà, Trento, 12 ottobre 2012