

Cosa intendiamo per COMUNICAZIONE DI MASSA?

Per COMUNICAZIONE DI MASSA

si intende tutto l'apparato di personale umano (team editoriali, televisivi, radio, grafici pubblicitari, art director, tecnici, ecc) e strumenti/mezzi/media tecnologici che concorrono alla realizzazione e concretizzazione di una comunicazione mirata e destinata alle masse.

Emittente

Attraverso la TV

Programma televisivo

Tg

Spot

Documentario

Film

Reality

ecc.

Attraverso la radio

Programma

Tg

Spot

Brano musicale

Intervista

ecc.

Attraverso la grafica

Cartellonistica

Depliant

Brochure

Packaging

Loghi

ecc

Attraverso internet

Siti

Banner

Immagini

popup

ecc.

Attraverso operazioni
artistiche

Mostre

Film

Teatro

Musica

Danza

architettura

ecc

Attraverso il design

Accessori

Arredo

Moda

ecc.

Messaggio

Il CONTENUTO che si vuol comunicare

Media

TV

RADIO

GRAFICA

INTERNET

STAMPA

PRODOTTI
D'ARTE

DESIGN

ecc.

Ricevente

Padre di famiglia

Madre di famiglia

bambini

studenti

single

coppie

adolescenti

casalinghe

TARGET

anziani

Manager

animalisti

turisti

artigiani

sportivi

ecc.

la COMUNICAZIONE DI MASSA

è un fenomeno caratteristico della società
CAPITALISTA

e

CONSUMISTICA

quindi deve, per forza di varie concause, rivestire il ruolo di

INDUSTRIA CULTURALE

per produrre, nelle masse, una cultura tendente a consumare i
prodotti fabbricati dalle industrie e, quindi, dai “capitalisti”

CAPITALISMO

Sistema sociale basato sui capitali.

In quanto il sistema degli Stati “democratici”
è basato sul LAVORO, i capitali determinano
la classe dirigente, permettendo gli investimenti
e quindi le fondamenta delle industrie e della politica.

CONSUMISMO

dato che il sistema sociale è
basato sul LAVORO, quindi PRODUZIONE,
quest'ultima non si può assolutamente frenare o
addirittura fermare. È necessario quindi, secondo tali dinamiche,
educare le genti a CONSUMARE, consumare continuamente,
per non fermare la catena produttiva-consumativa.

INDUSTRIA CULTURALE

Quando parliamo di industria culturale intendiamo tutto l'apparato di comunicazione di massa (tecnici, media, strumenti, pubblicità, ecc) che genera cultura (mode, gusti, stili di vita, orientamenti alimentari, ecc). I mass media moderni, coscienti del loro potenziale di “impatto” sulle masse, programmano e vendono meticolosamente i loro spazi e le loro azioni, nonché i loro messaggi, coprendo il ruolo di vere e proprie industrie di pensieri collettivamente trattati e/o condivisi.

Nulla può essere improvvisato, nulla può stare al di fuori di una serrata programmazione e un serrato controllo, perché ogni secondo di trasmissione è un investimento di decine di migliaia di euro. Tutto rientra in una strategia programmatica, comunicativa e di spettacolo (compreso i cosiddetti “reality show”).

Quasi sempre, un media moderno, essendo un canale di forte impatto sulle masse, è politicizzato, quindi non può essere “vero”, “sincero” verso il popolo, ma, altresì, deve vendere il suo “prodotto”, il suo “credo politico”, il suo “servizio alla politica”.