

AZIONE 2

IL MONITORAGGIO DEI PALINSESTI TELEVISIVI

CHE COS'E'?

Per capire e intervenire sul rapporto tra giovani e media occorre essere sempre aggiornati su ciò che va in onda, sulle tendenze, le pubblicità, i personaggi del momento.

In stretto collegamento con l'Azione 1 si prevede pertanto, per l'intero arco di sviluppo di Feedback2, un costante monitoraggio dei palinsesti televisivi nazionali. L'obiettivo primario è quello di registrare, schedare e archiviare su dvd singoli spot o campagne pubblicitarie che veicolino stili di vita o inducano al consumo, utilizzando meccanismi e schemi riconducibili al mondo delle sostanze e delle dipendenze (stati di astinenza, dipendenza, craving, compulsione). Non solo pubblicità di alcolici o farmaci, quindi, ma oggetti di uso quotidiano: autovetture, profumi, giocattoli, merendine ecc...

Il materiale raccolto implementa la banca dati del Centro di documentazione Steadycam, rimanendo pertanto a disposizione per attività future.

CHE COSA SI PROPONE?

- Fornire materiali di studio e di analisi dei meccanismi di marketing e di consumo veicolati dai media.
- Fornire indicazioni sulla percezione e sulla rappresentazione sociale dei media nei confronti del mondo adolescenziale.
- Produzione di dvd tematici ed esemplificativi a disposizione degli operatori del settore.