



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

MEDIA E MIGRAZIONI:

IL CONSUMO MUSICALE DEGLI IMMIGRATI CINESI DI SECONDA GENERAZIONE

CORSO DI LAUREA:

Comunicazione per
l'Impresa, i Media e le
Organizzazioni
Complesse

LAUREANDO: Salvatore Maggio

RELATORE: Prof. Matteo Tarantino

ANNO ACCADEMICO: 2018/2019

CONTESTO: MIGRAZIONI

PRESENZE IN ITALIA

Le prime cinque nazionalità di immigrati costituiscono oltre la metà degli stranieri residenti in Italia.

Cittadinanze	% per cittadinanza
Romania	23,2
Albania	8,9
Marocco	8,3
Cina Rep. Popolare	5,6
Ucraina	4,6

ISTAT (2018)

RESIDENTI CINESI

La comunità cinese si concentra a:

- Milano (30.000 residenti cinesi)
- Roma (19.000 residenti cinesi)
- Prato (21.000 residenti cinesi)

Motivo del permesso	%
Lavoro	4,0
Famiglia	52,7
Studio	36,3
Asilo	4,0
Altro	3,0

ISTAT (2018)

CONTESTO: LO SCENARIO DISCOGRAFICO

IN CINA

«Tra i giovani con età compresa tra i 14 e 22 anni il genere che riscuote maggior successo è il K-pop».

«Il Mandopop è il genere principale. La tradizione femminile continua, ma è affiancata da artisti uomini come Jay Chou, molto popolari tra gli under 25».

«Il mercato è fortemente digitalizzato: il 92% degli ascolti avviene online, tramite piattaforme streaming come "QQ music", "KuGou" e "Kuwo"».

«Il mercato dei live è poco sviluppato. Il pubblico è poco interessato ad assistere ai concerti, a meno che non si tratti di fan molto affezionati».

IN ITALIA

L'86% dei consumatori italiani usa lo streaming on demand.

Il 58% degli individui appartenenti alla fascia d'età compresa tra i 16 e i 24 anni sceglierebbe l'audio streaming se avesse a disposizione un solo mezzo di ascolto.

Genere	Fascia d'età		
	16-24	25-34	35-44
Pop	66%	68%	58%
Rock	56%	64%	61%
Rap	51%	37%	31%
Cantautori italiani	43%	38%	41%
Pop Italiano	54%	55%	60%

LETTERATURA

ADATTAMENTO INTERCULTURALE

4 STRATEGIE DI ACCULTURAZIONE:

ASSIMILAZIONE

SEPARAZIONE

INTEGRAZIONE

MARGINALIZZAZIONE

**ACCULTURAZIONE E CONSUMO
MEDIALE:** APPROCCIO DEGLI USI E
DELLE GRATIFICAZIONI

DOMANDA DI RICERCA

Con riferimento alle strategie di acculturazione attuate dagli immigrati cinesi di prima e seconda generazione residenti in Italia, che genere di musica questi ultimi ascoltano e con che modalità di fruizione?

METODOLOGIA

RICERCA QUALITATIVA

Ricerca esplorativa

Ricerca di base

INTERVISTE IN PROFONDITÀ

Face-to-face

Via telefono

CAMPIONE

10 figli di immigrati cinesi + 10 immigrati cinesi di prima generazione

Campionamento **per scelta ragionata**

Tecnica di campionamento «**a valanga**»

RISULTATI

IPOTESI:

I figli di immigrati cinesi in Italia tendono ad ascoltare la musica ascoltata in prevalenza dagli Italiani con maggior frequenza rispetto alla musica cinese.

«Mi parli della musica che ascolti solitamente? Da quanto tempo ascolti questa musica?»

«Per quanto riguarda la musica pop ascolto poco l'italiano, tanto il cinese, molto l'inglese. Mi piacciono molto i Coldplay, i One Republic, Billie Eilish [...]. Di italiano mi piace l'ultima di Vasco Rossi. Quanto alla musica cinese ascolto musica soft...Jay Chou, i GEM». (Alex, 23 anni)

«Io ascolto musica cinese. Ascolto molto poco quella italiana e quella inglese. Il mio genere preferito è un mix tra folk e country cinese, che è una nuova moda di genere musicale in Cina: base di chitarra, una cosa molto semplice». (Giulia, 24 anni)

IPOTESI:

Nelle famiglie di immigrati cinesi in Italia in cui i figli sono nati in Italia, i genitori influenzano i consumi musicali dei figli, facendo ascoltare loro musica cinese.

«Che musica ascoltano i tuoi genitori? La ascolti anche tu? Quanto spesso?»

«Mia mamma ascolta tantissima musica cinese, il pop di 20 anni fa. Poi ascolta musica tradizionale. E questa cosa mi ha influenzato moltissimo perché fin da bambino ho ascoltato queste cose qui e a me piacciono [...]». (Matteo, 24 anni)

«I miei ascoltano la musica degli anni '70/'80 che è più su un ritmo lento. Non riusciamo a scambiarci delle idee sulla musica, perché si tratta di due mondi molto lontani [...]». (Jackson, 22 anni)

«I miei genitori non mi hanno influenzato su questo aspetto perché loro non ascoltano tanto la musica [...]. A casa nessuno ascoltava musica quindi per me era normale non ascoltarla. Poi visto che tutti mi chiedevano "Che musica ascolti?", non ascoltandola mi sembrava che fossi strana io, quindi ho iniziato ad ascoltarla». (Luisa, 23 anni)

IPOTESI:

I figli di immigrati cinesi residenti in Italia ascoltano musica perlopiù tramite piattaforme streaming.

*«In che modo ascolti la musica?
Attraverso quali piattaforme e
quali device?
In quali momenti?»*

«Dipende dal momento. Ad esempio, mentre guido, sento alla radio una canzone che mi piace, uso Shazam e poi la riascolto dopo averla cercata su QQ Music [...]». (Isabella, 22 anni)

«Quando sono al pc, preferisco in ogni caso usare YouTube, perché c'è tutta la lista che vuoi, mentre su Spotify devi andare appositamente a cercare [...]». (Matteo, 24 anni)

«[...] Normalmente, faccio delle playlist personali e finché non succede qualcosa, per esempio qualcuno che mi consiglia qualcosa di nuovo da ascoltare, ascolto solo quelle [...]». (Michael, 24 anni)

«Ho sempre ascoltato musica mentre andavo a scuola o prima di dormire. Ultimamente l'ascolto anche mentre studio, ma solo piano, quindi musica che riesca a concentrarmi». (Jackson, 22 anni)

CONCLUSIONI

SECONDA GENERAZIONE

- Strategia di integrazione
- Scarsa conoscenza e generale disinteresse nei confronti della musica italiana
- Uso di app di streaming e di YouTube
- Creazione di playlist
- Scarsa o nulla partecipazione ai concerti

PRIMA GENERAZIONE

- Strategia tra assimilazione e integrazione
- Prevalenza di musica cinese negli ascolti, ma interesse nei confronti della musica italiana
- Uso di app di streaming e di YouTube
- Partecipazione a concerti limitata ad alcuni eventi di grande portata

RICERCA FUTURA

AMPLIAMENTO
DEL CAMPIONE

INCLUSIONE NEL
CAMPIONE DELLA
TERZA GENERAZIONE

STUDIO DEL FENOMENO
ATTRAVERSO IL
MODELLO
DELL'ACCULTURAZIONE
INTERATTIVA
(Bourhis *et al.*, 1997)