

proponeva, intenzionalmente, di distruggere i pregiudizi della sua epoca, l'idea di progresso, il volontarismo sociale, lo stesso evolucionismo e l'etnocentrismo occidentale, in uno sforzo di sfuggire, attraverso la critica scientifica, all'illusione degli *idola tribus* per aderire più integralmente alla realtà. Lo stesso compito di demistificazione quindi di Marx, Pareto e Freud ma affrontato su un piano più ingenuo e superficiale, destinato ad influenzare profondamente i contemporanei ma assai meno i posteri.

F. ALBERONI

Milano, Università Cattolica.

WEISS I., *Politica dell'informazione*. Ed. di Comunità, Milano 1961. Un volume di pp. 365.

Nelle edizioni di Comunità è uscito il volume di I. Weiss, *Politica dell'informazione*. E' questa una delle non molte opere italiane che tratti del fenomeno dei mezzi di comunicazione di massa su un piano di ricerca empirica, senza cioè tentare di arrivare immediatamente ad una generalizzazione sulle possibilità o sui pericoli di questi mezzi.

Facendo riferimento al contenuto del volume possiamo distinguere due parti: nella prima, comprendente i primi tre capitoli, si guarda principalmente agli aspetti teorici del problema parlando successivamente della funzione dell'informazione (cap. I), dell'attrezzatura pubblicistica e della circolazione delle informazioni (cap. II), e infine del promotore dell'informazione e della struttura economica dell'impresa giornalistica (cap. III).

Fermandoci per il momento ad esaminare questa parte, ci sembra sia il caso di spendere qualche parola. Innanzitutto è bene precisare che l'informazione di cui si dice nel titolo intende solo quella dei

giornali e dei periodici. Nessun accenno è infatti dato all'informazione orale (radio, TV, cinema, ecc.). Anche per quanto riguarda il termine « politica », qualche riserva potrebbe essere fatta, in quanto l'autore tratta più degli aspetti quantitativi (numero e tipo e non sempre lettori) delle testate esaminate e dell'importante fenomeno economico da esse rappresentate, che dell'importante ruolo che questi mezzi possono giocare nella società moderna.

Rimangono esclusi perciò gli effetti che un simile tipo di informazione può arrecare e il rapporto tra questo e altri tipi di informazione. Anche per quanto riguarda la funzione dell'informazione ci sembra che l'autore abbia più che altro badato a ricordare gli aspetti tradizionali che non altri, più nuovi ed interessanti, che una più attenta ricerca ha potuto, specie negli Stati Uniti, mettere in luce. E di ciò appare una traccia quando l'autore riporta, quasi incidentalmente, come alcune parti del giornale siano lette a preferenza di altre e quindi come le notizie ivi pubblicate abbiano sul lettore « una presa maggiore ».

Questo tipo di problemi, ci sembra, potevano utilmente essere trattati in modo più approfondito, anche senza cadere nei pericoli già menzionati di una trattazione puramente teorica.

Nei sette capitoli che compongono la seconda parte l'autore compie una attenta analisi delle possibili varianti che diversificano i giornali tra loro, rendendoli così diversi (per ruolo ed importanza) l'uno dall'altro.

Così, dopo una « radiografia » della stampa quotidiana in Italia (cap. IV), l'autore tratta della stampa meridionale, dei settimanali illustrati di attualità, della stampa periodica cattolica. Gli ultimi tre capitoli sono dedicati alla pubblicità ed al volto del giornale (intendendo, per

volto del giornale, gli elementi formali più importanti, come la dimensione, l'impaginazione, la suddivisione delle pagine, i titoli, i caratteri, ecc.) e per finire, della legislazione sulla stampa e l'«ordine» dei giornalisti.

Già si è detto come uno dei meriti maggiori di questa opera sia quello di aver tentato un approccio nuovo, più valido scientificamente, facendo ricorso il più possibile alle fonti per ottenere un utile materiale di ricerca. In questo modo si è ottenuto una serie di dati utilissimi che, anche per la loro novità, permettono interessanti deduzioni e possono essere di aiuto o conferma ad altri lavori sull'argomento che è ben lungi dall'essere del tutto esplorato.

Proprio per questo suo carattere di novità, molte, ovviamente, sono state le dif-

ficoltà dell'autore nella raccolta e nell'ordinamento del materiale. Ad esempio, per quanto riguarda il numero presunto della tiratura dei giornali o periodici esaminati, si è dovuto ricorrere alle ricerche fatte compiere dall'U.P.A. (Utenti Pubblicità Associati) ad alcuni noti istituti di ricerca. Ciò per la nota idiosincrasia degli autori o proprietari a rivelare il numero reale delle copie effettivamente vendute. Anche questo ci sembra un notevole merito dell'opera del Weiss che fa senz'altro perdonare un'indagine che non sempre risulta approfondita come si desidererebbe e l'aver tralasciato degli aspetti senz'altro importanti di questo fortissimo mezzo d'informazione che è il giornale.

M. LIVOLSI

Milano, Università Cattolica.

JACQUES LECLERCQ

Introduzione alla Sociologia

Il metodo svolto da Leclercq in questo volume è il miglior modo per avvicinare e conoscere questa nuova scienza: l'esposizione di come essa sia nata, in quali circostanze si sia sviluppata e il corso progressivo che essa ha seguito. E' un'opera preziosa che permette di accedere agevolmente all'ambito della sociologia e delle sue ricerche.

Volume di pagine 192, lire 800

SOCIETÀ EDITRICE «VITA E PENSIERO» - MILANO - LARGO AGOSTINO GEMELLI, 1

Autorizzazione del Tribunale di Milano 5 febbraio 1963, N. 6184 del Registro
 Direttore scientifico: Prof. Francesco Vito - Direttore responsabile: Dott. Domenico Lofrese
 Proprietario: Università Cattolica del Sacro Cuore - Stab. Grafico R. Scotti - Milano