

E. MASCILLI MIGLIORINI, *La comunicazione nell'indagine sociologica*, La Nuova Italia Scientifica, Firenze 1990. Un volume di pp. 242.

Il saggio raccoglie interessanti spunti di discussione emersi nell'ambito dell'insegnamento di Sociologia della Comunicazione nell'Università di Urbino intorno al tema dei mezzi di comunicazione di massa. Il volume rappresenta un efficace tentativo di mediazione e di raccordo interdisciplinare fra le scienze sociali in vista di una più adeguata focalizzazione del «problema *mass media*». In primo luogo viene assunta la necessità di una definizione chiara e univoca dei termini chiave della sociologia della comunicazione (interazione simbolica, opinione, *feedback*, cultura di massa, notizia, informazione, ecc.) a cui segue una loro collocazione storico-scientifica. Nel compiere questa operazione di inquadramento disciplinare l'autore riprende e aggiorna i filoni tematici di base, li collega alla letteratura sociologica classica, li completa di recenti rimandi bibliografici e di nuove suggestioni di ricerca, offrendo nel complesso un repertorio significativo quanto ricco di principi analitici utili a chi si avvicina allo studio dei processi comunicativi, sia dal versante linguistico sia da quello sociologico.

Per quanto riguarda i contenuti, l'autore si propone di tracciare tutti i possibili collegamenti tra mutamento sociale e sviluppo tecnologico dell'informazione, attraverso l'individuazione di un'area problematica comune, determinata dal fenomeno dell'azione comunicativa. A questo proposito viene giustamente intrapreso nel volume un percorso storico che, dalle origini fino ad oggi, da Comte a McLuhan e a Braga, spazia nel pensiero sociologico alla ricerca dei caratteri comunicativi dell'azione sociale. L'autore sottolinea l'apporto ridotto dei sociologi classici sul problema della comunicazione, di cui si è avuta maggiore coscienza solo nel nostro secolo. La riflessione dei primi teorici era centrata sul funzionamento generale della società e sui processi di razionalizzazione; solo con il ricorso all'individuo come entità sociale universale, filosofi e sociologi del XX secolo hanno potuto tematizzare la comunicazione come specifico del pensiero umano (l'«idea trasmissibile») e della costruzione della società. Da Simmel all'interazionismo, il linguaggio è assunto a fondamento del sociale fino a divenirne una variabile indipendente, un fattore di mutamento.

Con un efficace stile sincretico, il discorso sull'azione viene qui intrecciato alla storia dei

modelli di società per rintracciare in essi le radici della attuale società di massa, che l'autore fa sottilmente intendere come società creata *dalla* comunicazione e *per* la comunicazione. Per comprenderla appieno, l'autore suggerisce di ritornare alle origini, cioè alla fase di prima industrializzazione dell'occidente con la divisione del lavoro, l'alienazione produttiva e soprattutto l'uso della macchina per razionalizzare la produzione. Se la tradizionale organizzazione sociale comportava l'incomunicabilità verticale, cioè tra le classi, l'organizzazione industriale vi aggiunge l'incomunicabilità orizzontale fra individui, e alla relazione sociale immediata si sostituisce la mediazione della rappresentazione. Nel volume viene esplicitato efficacemente il nesso storico e logico fra sviluppo industriale e nascita della «società dell'informazione e della comunicazione».

Si comprende bene a questo punto come la Sociologia della Comunicazione possa dirsi filone sociologico antico e recente al tempo stesso: antico in quanto da sempre legato ai processi di scambio sociale nati dalla divisione del lavoro (i riferimenti a Durkheim e a Saint-Simon sono utili e stimolanti) e attuale perché nato con la società di massa. Interessante è la lettura della società odierna e delle sue caratteristiche che l'autore propone, una prospettiva tutta sociologica, che recupera i nuovi rapporti delle scienze dell'informazione e vi procede oltre, verso la comprensione dell'azione comunicativa di massa, nei suoi aspetti macrosociali. Sarebbe altrettanto interessante un approfondimento successivo sugli effetti microsociale dei *mass media*, proprio per quella proprietà che li contraddistingue, di appartenere sì ai processi di interazione sociale ma senza poter controllare le reazioni dirette e immediate degli individui che formano l'universo ricevente. A livello di analisi macro, dunque, l'autore individua alcune funzioni sociali del processo comunicativo: la trasformazione degli *atteggiamenti* in *comportamenti*, la produzione di un'*identità* a partire da più *entità* interagenti — da cui deriva la prassi del condizionamento, la prevalenza nel sistema dei valori della *trasmissibilità* sulla *plausibilità*, il passaggio dalla realtà delle azioni a quella delle *rappresentazioni*.

Nell'individuazione delle caratteristiche comunicative della nostra vita sociale, oltre all'affermazione della loro necessità (anticipata dalla psicanalisi, dalla pragmatica, dallo strutturalismo linguistico) traspare nel testo una viva e crescente preoccupazione per le loro conseguenze negative, per gli effetti emergenti che potranno derivare dal sempre più violento im-

patto della tecnologia informativa sul cambiamento sociale. Il taglio etico contribuisce a mantenere desta nel lettore l'attenzione verso il proprio vissuto, verso i comportamenti tipici e i messaggi retrostanti, anche se non sempre agevola la schematizzazione dei concetti presentati e dei passaggi logici.

Sul piano dell'approccio teorico, il saggio si colloca nel quadro dell'interazionismo simbolico — in particolare deriva da Goffman l'idea di rappresentazione come fondamento e criterio interpretativo dell'azione comunicativa — avvalendosi del modello aperto di sistema per spiegare la dinamica del delicato meccanismo delle grandi comunicazioni. Vengono messe in evidenza le possibilità dell'emittente di «orientare» la risposta dell'universo ricevente (il *feedback* deduttivo) attraverso indici di valutazione adeguati, completando così un processo di interazione simbolica. Alla luce di tali caratteristiche di controllo dell'azione comunicativa, l'autore delinea una «teoria della responsabilità sociale della comunicazione», dove quest'ultima è intesa non solo e non tanto come processo (si è già accennato alle sue funzioni sociali), quanto come prodotto. Il risultato dell'interazione comunicativa di massa può essere letto secondo paradigmi di immediatezza/deducibilità, esattezza/incertezza, attendibilità, persuasività, costanza, ecc. Ed è proprio dal riconoscimento delle variabili interdipendenti che agiscono sul flusso informativo che deriva il suo essere fragile, incerto, addirittura «sciamanico», un messaggio che nello stesso tempo affascina e disorienta, è inatteso e disatteso.

Due riflessioni dell'autore meritano di essere riprese: la prima è la critica a Mac Luhan per la classificazione dei *media* in caldi e freddi, perché basata solo sulla «percezione» del recettore; all'elemento percettivo viene aggiunta qui la «sensazione» come effetto voluto dall'emittente e come possibilità di personalizzare il messaggio da parte del ricevente, da cui si evince il potenziale di suggestione posseduto da *media* caldi (tramutati in freddi) come la radio. La seconda riflessione riguarda la distinzione tra momento informativo e momento comunicativo come tappe successive del medesimo atto sociale. La demarcazione fra i due territori richiama quella fra intelligenza (come capacità di trattenerne dati per offrire risposte) e mente (capacità di formulare domande), fra apparati tecnologici e universo sociale; i primi sono estensioni del secondo, ad esso legati e subordinati ne garantiscono la sopravvivenza, così come l'informazione si mostra dipendente ma necessaria alla comunicazione.

Sul piano metodologico, nel testo viene più volte richiamata la scelta dell'analisi sociologica sistematica: attraverso indicatori costanti e parametrati viene valutata la «massa» comunicativa e la «dinamica» dei flussi a partire dallo studio dei singoli *media* e dei loro messaggi in rapporto a precisi eventi sociali. Pur non trattandosi di una nuova metodologia, essa può risultare interessante per i numerosi campi di applicazione cui potrebbe estendersi (linguistica, diritto, storia, sociosistemica) e per l'importanza che viene attribuita all'approccio sociologico rispetto ad altri tagli (psicodinamici, semiologici, cibernetici) circa il tema della comunicazione.

L'autore propone nell'ultima parte del volume una prima applicazione della metodologia sociologica della comunicazione all'analisi del giornalismo, trasferendovi tutti i concetti presentati nei primi capitoli. Ne emerge un quadro vivace e ricco di spunti sul giornalismo italiano negli ultimi decenni, sempre a cavallo fra informazione ed opinione, fra evento e notizia. Nella conclusione, si fa strada il dilemma angoscioso dell'era del «dopo-computer», cioè l'ipotesi di riproducibilità della mente umana con un modello artificiale, capace non solo di trasmettere ma anche di riconoscere il discorso (i «sistemi esperti»). Nel dibattito contemporaneo è presente la preoccupazione, condivisa dall'autore, circa la capacità della tecnologia informativa di influenzare i modi e i contenuti della comunicazione, portando la società da un uso strumentale dell'informazione ad un rispecchiamento passivo in essa. Ma in ultima istanza, oltre la prospettiva dell'iperinformazione, l'autore apre il discorso ad una visione più ottimistica, puntando proprio sulla insopprimibilità del momento comunicativo per la creazione del senso, dell'io sociale, e per il controllo della stessa ambigua, fragile, pericolosa informazione.

M. COLOMBO

H. POPITZ, *Epochen der Technikgeschichte*, Mohr, Tübingen 1989. Un volume di pp. 73; *Fenomeni del potere*, Il Mulino, Bologna 1990. Un volume di pp. 120.

Leggendo questi libri di Heinrich Popitz si rimane piacevolmente sorpresi dalla sua capaci-