

flessione, segnata da un approccio marcata-mente sociologico, su diverse innovazioni intervenute nell'ambito della comunicazione: da questo punto di vista, vengono in primo piano le tematiche dell'influenza delle tecnologie sulla società complessiva e sui singoli individui, della direzione evolutiva della società stessa e, in generale, dei rapporti uomo-tecnologie.

L'A. sottolinea (pp. 13 ss.) come, a proposito di questi rapporti, siano stati accentuati spesso gli aspetti riduzionisti e quelli «disumanizzanti» delle società tecnologicamente avanzate (è il caso, per esempio, della sociologia di Luhmann e del neorazionalismo in genere). In ogni caso, il tema delle tecnologie in grado di veicolare saperi e conoscenze appare molto delicato (si pensi di nuovo, a titolo di esempio, al problema del tipo di conoscenza trasferita nei Sistemi Esperti), per le conseguenze sul piano culturale. Risultano qui coinvolti infatti problemi diversi come quelli dell'identità umana, delle determinazioni culturali, dell'organizzazione della conoscenza, sia sul piano individuale che sociale.

Come ha scritto Achille Ardigò, nella presentazione al volume, nell'approccio contemporaneo delle scienze sociali e di quelle cognitive alle problematiche delle «società tecnologicamente avanzate» sembra dominare un senso di rassegnazione per la «perdita dell'identità progettuale — non solo cognitiva ma intenzionale/morale del soggetto persona». Graziella Mazzoli si distanzia da questa enfasi di negativa rassegnazione e tende soprattutto a riattribuire un posto di centralità al soggetto umano e alla sua identità personale, culturale, sociale. Dedicato allo sviluppo della società complessa e ad alcune aree della tecnologia più avanzata, lo sguardo di questo libro va cioè nella direzione dell'attribuzione di una dimensione «sociale» e «umana» alla tecnologia stessa.

P. PIOTTI

M. WOLF, *Gli effetti sociali dei media*, Bompiani, Milano 1992. Un volume di pp. 221.

Il problema degli effetti dei *media* sull'individuo e sulla società ha costituito un nodo centrale nella sociologia della comunicazione, fin dagli esordi della disciplina; riguardo a questo tema, diversi paradigmi si sono succeduti nel corso del tempo. Procedendo a una ricostruzione assai schematica, già le prime indagini degli

anni Venti e Trenta ponevano al centro della loro attenzione l'influenza esercitata dalla propaganda bellica e politica. In seguito la ricerca ha privilegiato lo studio degli effetti a breve termine sul comportamento degli individui, in particolare riguardo a temi quali la violenza. A partire dagli anni Settanta, è riscontrabile un'evoluzione degli studi, che tendono oggi a focalizzarsi sugli effetti a lungo termine, prendendo in considerazione dimensioni dell'influenza dei *media* sull'intero sistema sociale quali l'impatto a livello cognitivo e il ruolo esercitato nella costruzione di rappresentazioni della realtà sociale.

Il volume di Wolf offre un'analisi approfondita dell'impostazione attuale del problema degli effetti. Proseguendo un discorso già presente nel suo precedente volume *Teorie delle comunicazioni di massa*, l'autore esamina i principali modelli di effetti forti dei *media* che sono apparsi negli anni Settanta e Ottanta; a partire da questi, viene proposta un'interpretazione critica dei nuovi aspetti che questa tematica assume in relazione ai mutamenti del sistema mediale.

L'impianto del libro nasce dalla sottolineatura della presenza costante nella *communication research* di un'oscillazione fra una posizione che attribuisce ai *media* un forte potere di influenza sociale — spesso con implicite connotazioni 'apocalittiche' — e una posizione che riconosce la varietà e la complessità dei rapporti entro i quali i *media* si situano. Wolf propone quindi di considerare la storia delle teorie degli effetti secondo una prospettiva che egli definisce «per compresenza», in opposizione a una ricostruzione «per cicli»: più che modelli univoci caratterizzanti ciascuna fase della ricerca di un'evoluzione lineare, esiste un intreccio di modelli che percorre l'intera storia del tema. Così, nonostante si sia soliti porre come inizio della riflessione sulle comunicazioni di massa la cosiddetta «teoria ipodermica» (caratterizzata da una visione deterministica e unidirezionale del processo di influenza dei *media*), in alcuni studi del medesimo periodo non era assente la consapevolezza del ruolo esercitato da fattori esterni ai *media* nel determinarne l'impatto. E ancora, l'emergere del concetto di *powerful media* a partire dagli anni Settanta non costituisce in realtà una netta contrapposizione con gli studi precedenti, ma è piuttosto da porre in relazione, secondo l'autore, ad alcune attuali tendenze nel sistema sociale (planetarizzazione, trasformazione dei sistemi politici all'interno dei quali il ruolo delle comunicazioni di massa viene ad essere enfa-

tizzato) che sostengono una lettura 'forte' degli effetti dei *media*.

Nella parte dedicata all'esposizione critica dei modelli più recenti, Wolf individua due elementi portanti del distacco dal paradigma degli effetti limitati: da un lato appunto la rivalutazione del potere dei *media*, dall'altro lo studio degli effetti di tipo cumulativo.

Così, modelli quali la spirale del silenzio, la teoria del *knowledge gap*, l'ipotesi della «coltivazione» esprimono una visione forte degli effetti, mettendo in luce aspetti diversi del processo: i *media* creano l'opinione pubblica in quanto forniscono una sorta di pressione ambientale e rendono visibili i punti di vista dominanti; i *media* riproducono e accentuano ineguaglianze sociali in quanto si verifica, soprattutto in relazione agli sviluppi tecnologici della comunicazione, una diffusione socialmente ineguale delle conoscenze; i *media* veicolano immagini della realtà, in modo tale da 'coltivare' sistemi di credenze e atteggiamenti congruenti con i loro contenuti.

Altri studi, quali quelli sulla dipendenza dai *media*, sul rapporto fra *media* e processi di socializzazione e sulla costruzione della realtà da parte delle comunicazioni di massa, rimandano a una visione cumulativa dei processi di influenza: nel lungo periodo, i *media* costruiscono un orizzonte comune di riferimento, un sistema di risorse per orientarsi nelle interazioni quotidiane.

La terza e ultima parte del volume contiene le indicazioni più propriamente interpretative e propositive. Secondo l'autore, i modelli esaminati non esauriscono, ciascuno nella propria specificità, il processo di influenza nella sua interezza; tuttavia la dinamica degli effetti acquista, in base a queste acquisizioni teoriche, maggiore complessità: si ottiene così un quadro più articolato, dove non domina più la concezione di un tipo di effetto lineare e monodirezionale, ma che d'altra parte è più difficile da descrivere in maniera esauriente.

È interessante a questo proposito la definizione di «neo-lazarsfeldismo» che Wolf applica alle correnti di studio più recenti, a segnalare il recupero delle indicazioni offerte da Lazarsfeld per una considerazione dell'esperienza mediale collocata nel più vasto quadro delle esperienze sociali complessive. In questo senso, il contesto sociale è la determinazione strutturale entro cui si colloca la dinamica spe-

cifica degli effetti: si sta oggi aprendo una nuova e impegnativa direzione di studio volta al recupero di pertinenza delle variabili del processo di fruizione socialmente situato. Come osserva correttamente Wolf, «il problema, quindi, non è negare o affermare il potere dei *media*: la 'sfida' da affrontare è piuttosto quella di ricondurre le dimensioni dell'influenza alle condizioni reali entro cui essa si esercita e di collocarla nel suo ambiente naturale» (p. 31).

Naturalmente, un'impostazione di questo genere comporta problemi di ordine metodologico: l'autore segnala la difficoltà di avere sistematici riscontri empirici per quanto riguarda gli effetti cumulativi a lungo termine, e parallelamente la difficoltà nel definire procedure e indicatori adeguati a questo tipo di influenze, che prendano in esame sia un parametro temporale esteso, sia una pertinenza cognitiva, sia le influenze a livello macrosociale. La proposta operativa avanzata dell'autore per esaminare la dinamica degli effetti cumulativi comprende diversi livelli: la considerazione del contenuto dei *media* in relazione alla tipologia di consumo multimediale e all'analisi dei processi di fruizione; l'esame delle variabili dei modi di apprendimento dei contenuti medialità; l'ipotesi dei tipi di influenze che possono essere correlate al consumo multimediale; l'individuazione dei processi intervenienti.

In questo quadro si può inserire l'apporto della ricerca qualitativa, che sta emergendo come un campo particolarmente significativo — ma ancora poco esplorato in Italia — nell'ambito della ricerca sull'*audience* dei *media* e che, in un'accezione articolata di consumo, dedica particolare attenzione alla fruizione come attività sociale.

Il volume non costituisce dunque soltanto un utile panorama delle tendenze di ricerca nella sociologia della comunicazione, ma offre anche spunti significativi che prospettano future linee di indagine, spunti attenti al momento attuale di profonde trasformazioni nel campo delle comunicazioni di massa. Non a caso il libro si conclude sottolineando il ruolo che i nuovi *media* assumono nel provocare la teoria degli effetti: quello di invitare a un ripensamento e a un adattamento dei paradigmi teorici e delle tecniche di rilevazione, con l'obiettivo di esaminare «la funzionalità dei *media* nello strutturare il nucleo coesivo della società».

A. MANZATO