

MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA E LORO IMPATTO SULLA SOCIETA'

Gli esseri umani, per la maggior parte della storia, hanno "accumulato ed elaborato informazioni" stabilendo relazioni comunicative faccia a faccia, le persone, cioè, «interagivano scambiandosi forme simboliche o impegnandosi in altri tipi d'azione all'interno di un luogo fisico condiviso, il luogo in cui si incontravano». Al contrario, sempre più al giorno d'oggi «non possiamo sfuggire ai media, perché essi sono coinvolti in ogni aspetto della nostra vita quotidiana». In un mondo sempre più interconnesso, ogni persona conosce per lo più in modo indiretto, perché «l'ambiente reale è troppo complesso per consentire una conoscenza diretta. E pur dovendo operare in questo ambiente è costretto a costruirlo su un modello più semplice per poterne venire a capo». È parte ormai dell'esperienza comune, riconoscere che un ruolo centrale nel processo di formazione delle immagini mentali che costituiscono il modello semplificato di ambiente (pseudo-environment) cui allude Lippmann è giocato dai media di massa, in virtù della capacità che gli appartiene di proporsi come «fonti facilmente accessibili e fruibili per la rielaborazione di significati complessi, contribuendo a costruire e socializzare rappresentazioni di realtà che gli individui tendono sempre più a utilizzare come "guida pratica" di orientamento nella complessità del mondo».

Prima della rivoluzione industriale lo sviluppo dei media di massa è stato piuttosto lento, ma a partire dall'invenzione della stampa (1455) le notizie, prodotte con molta più facilità iniziarono a trasmettersi più velocemente. Fino a quando poi durante l'Ottocento si sono susseguite nuove invenzioni che hanno permesso, da un lato, di trasportare contenuti a distanza più velocemente, dall'altro, di raggiungere il pubblico più capillarmente. La prima fu l'invenzione del telegrafo. Nella seconda metà dell'Ottocento avvenne l'invenzione del telefono, cui seguì il cinema.

Nel Novecento (il «secolo delle masse») i media di massa sono entrati nelle case private: prima la radio, poi la televisione e infine Internet. Tali media hanno cambiato le abitudini quotidiane di un numero sempre maggiore di persone.

Malgrado la diffusione della stampa dal XV-XVI secolo in poi, tra i più la diffusione dei media di massa si fa risalire al XX secolo. In tale periodo prese piede l'idea che la diffusione dell'informazione da parte dei media dovesse essere in "tempo reale", cioè che ci dovesse essere un intervallo di tempo limitato, al limite della percettibilità, tra l'emissione del messaggio e la sua ricezione. Ciò consentì misure sulla ricezione dei

messaggi e diede origine a parecchi studi.

Nel corso del Novecento lo sviluppo e l'espansione capillare dei media di massa seguirono il progresso scientifico e tecnologico; infatti i media, oltre ad essere mezzi per veicolare le informazioni, sono anche oggetti tecnologici con i quali l'utente interagisce.

La spinta della tecnologia consentì la riproduzione in gran quantità di materiali informativi a basso costo. Le tecnologie di riproduzione fisica, come la stampa, l'incisione di dischi musicali e la riproduzione di pellicole cinematografiche consentirono la riproduzione di libri, giornali e film a basso prezzo per un ampio pubblico. Per la prima volta la televisione e la radio consentirono la riproduzione elettronica di informazione.

I media di massa erano (almeno alle origini) basati sull'economia della replicazione lineare: in tale modello un'opera procura denaro in modo proporzionale al numero di copie vendute, mentre al crescere del volume di produzione, i costi unitari decrescono, incrementando ulteriormente i margini di profitto. Grandi successi e fortune sono dovute ai mass media. Se inizialmente con media di massa si faceva sostanzialmente riferimento a giornali, radio e televisione, alla fine del XX secolo, si assiste alla prepotente affermazione di Internet e del computer. Attualmente, anche i telefoni cellulari sono da considerare dei mezzi di comunicazione di massa, ma non dei media di massa, bensì dei media digitali (nuovi media). Tramite le reti digitali, essi veicolano informazioni sia 'uno-uno' che 'uno-tutti'.

I media e la democrazia

Nel corso del tempo si è diffusa l'idea che in una società democratica, affinché la democrazia possa dirsi completa, debbano essere presenti dei mezzi di informazione indipendenti che possano informare i cittadini su argomenti riguardanti i governi e le entità aziendali; questo perché i cittadini, pur disponendo del diritto di voto, non sarebbero in grado di esercitarlo con una "scelta informata" che rispecchi i loro reali interessi ed opinioni. Secondo quest'ottica, nell'ambito del principio fondante delle democrazie liberali, ovvero la separazione dei poteri, oltre all'esecutivo, al giudiziario e al legislativo, il ruolo dei media di fonti di informazione per i cittadini andrebbe considerato come un *quarto potere* da rendere autonomo rispetto agli altri. Ciò è impossibile poiché in un sistema democratico i media costituiscono la più potente tra le lobby.

Per questi motivi alcuni credono che il più grande

rischio per la democrazia sia la concentrazione della proprietà dei media.

In particolare al giorno d'oggi sono le televisioni la principale fonte informativa, perché solo una ridotta minoranza di persone legge libri e giornali o si informa tramite internet. Quindi alle TV va po-

sta particolare attenzione.

Alcuni paesi, come la Spagna nel 2005, hanno avviato riforme rivolte a rendere indipendenti le televisioni pubbliche dai controlli politici.