

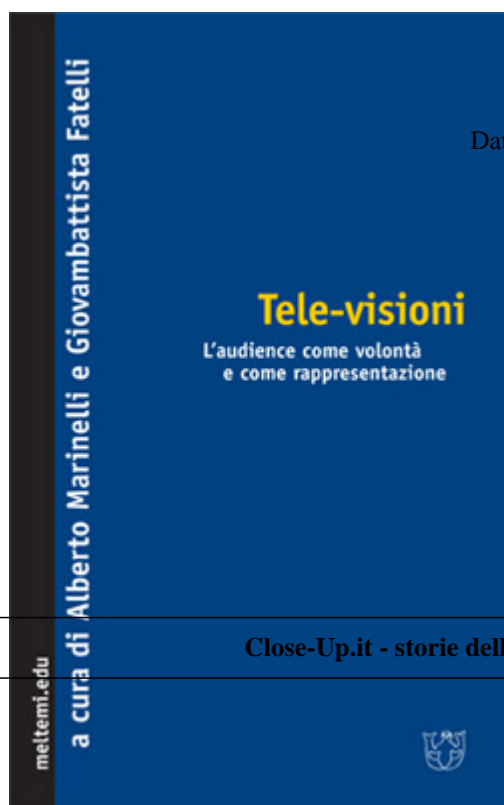


Extrait du Close-Up.it - storie della visione

<https://www.closeup-archivio.it/libri-tele-visioni>

LIBRI - Tele-visioni

- RECENSIONI - LIBRI -



Date de mise en ligne : lunedì 11 giugno 2007

Close-Up.it - storie della visione

'Il mondo è una mia rappresentazione': ecco una verità valida per ogni essere vivente e pensante, benché l'uomo soltanto possa averne coscienza astratta e riflessa.*

Parafrasando l'opera principale di Arthur Schopenhauer, *Il mondo come volontà e rappresentazione*, i professori Alberto Martinelli e Giovanbattista Fatelli realizzano un'antologia di saggi americani incentrata sul rapporto fra audience, generalisticamente identificabile come sinonimo di spettatore, e medium, fra emittente e ricevente. Superando la concezione di 'pubblico come mercato', come forma di *cash transition between producer and consumer* **, il volume, edito da Meltemi, propone una summa dei paradigmi attraverso i quali è stata rappresentata questa relazione.

L'idea di richiamare alla mente l'immagine schopenhaueriana di volontà e rappresentazione appare certamente suggestiva, ma al tempo stesso può essere fuorviante. Il legame fra volontà e rappresentazione nel caso dell'audience si limita infatti esclusivamente al diverso rapporto causa/effetto in cui i due termini medium/spettatore vengono a trovarsi a seconda della teoria proposta. Semplificando, la domanda che viene posta nel volume è dunque: è il medium a influenzare il pubblico o viceversa è lo spettatore a influenzarlo?

Il fenomeno viene pertanto studiato attraverso un'analisi eziologica che ne ricerca le cause dei mutamenti. Questo approccio però cozza violentemente con i presupposti schopenhaueriani. Nell'opera del filosofo tedesco nel momento in cui il soggetto conferisce validità al mondo oggettivo applicandogli le forme di spazio, tempo e causa/effetto non fa altro che affermare *Il mondo è una mia rappresentazione*. Rappresentazione e volontà non sono dunque due termini relazionabili fra loro in termini di casualità ma espressioni di un diverso rapporto fra il soggetto e l'analisi stessa. Solo rivolgendo l'analisi all'interno, nell'autocoscienza, il soggetto rivela una diversa condizione del mondo che suona come *il mondo è una mia volontà*.

L'audience come volontà e come rappresentazione, pur nel suo fascino, risulta dunque un mero gioco di parole per un volume utile ad aprire l'analisi di un rapporto complesso come quello fra medium e spettatore alle principali teorie d'Oltreoceano. Lo studio sociologico della relazione fra emittente e ricevente, l'influenza del medium, del testo e del contesto, in particolare nel caso della televisione, rappresentano uno dei settori più interessanti della sociologia della comunicazione.

La struttura e la forma del libro risentono ovviamente della finalità dell'opera tesa all'approfondimento di questi temi in ambito accademico. Un volume dunque utile e stimolante per tutti coloro che vogliano analizzare la materia ma assai arduo per i neofiti.

* Incipit de *Il mondo come volontà e rappresentazione* di Arthur Schopenhauer **McQuail

_ Giampiero Francesca

Post-scriptum :

Autore: Alberto Marinelli e Giovanbattista Fatelli

Titolo: Tele-visioni. L'audience come volontà e come rappresentazione

Editore: Meltemi

Collana: Edu

Dati: 167 pagine, broccura

Prezzo: 16,00 euro

Webinfo: www.meltemieditore.it