

E. MORIN, L'industria culturale, Il Mulino, Bologna, 1963. Titolo orig. *L'esprit du temps*, Grasset, Paris, 1962.

«Gli “uomini colti” vivono sopra una concezione valorizzante, differenziata, aristocratica della cultura», pp. 12-13. Per loro quando si parla di cultura del '900 s'intende Mondrian, Picasso, Stravinsky, Alban Berg, Musil, Proust, Joyce, e non radio, televisione, cinema, stampa, cartoni animati, fumetti. La cultura di massa viene rigettata tanto da destra quanto da sinistra: per i primi si tratta di un divertimento da iloti, barbarie plebea, per i secondi di un barbiturico, il nuovo oppio dei popoli – il capitalismo che distrae le masse dai loro veri problemi. Si tratterebbe della nuova forma di alienazione della società borghese, alienazione che dal lavoro si prolunga adesso nel tempo libero. Ciò che accomuna gli uni e gli altri comunque è che la cultura di massa viene vista con disprezzo umanistico e considerata come merce culturale di pessima qualità. Questa cultura non è stata fatta da intellettuali, e quando questi si sono decisi ad entrarvi ne sono diventati gli impiegati, p. 13.

L'intelligenza viene spodestata, le tecniche industriali fanno scempio dell'alta cultura a fini di profitto. Nella cultura di massa – così continua la critica, non c'è discontinuità tra arte e vita, vi è consumo a tutte le ore. Tutto è indifferenziato, generi diversi si mescolano tra loro e vengono fruiti indistintamente. «Tutto sembra opporre la l'alta cultura alla cultura di massa: qualità quantità, creazione a produzione, spiritualità a materialismo, estetica a mercanzia, eleganza a grossolanità, sapere ad ignoranza», p. 15.

la domanda che bisogna porsi dunque è se questa critica è giustificata e cioè se la cultura di massa è proprio come la vede l'uomo colto. Occorre però anche mettere in discussione i valori dell'«alta cultura», per verificare se non sono animati da dogmatismo, feticismo, formalismo. Quindi alla messa in discussione della cultura di massa, bisogna rispondere con la messa in discussione dell'alta cultura, la quale da parte sua non può essere senza peccato. Tuttavia, Morin si soffermerà giustamente sulla cultura di massa, non per individuare se la critica mosse dall'alta cultura sia giustificata, ma per mettere in luce quali ne sono i caratteri distintivi, le peculiarità, che cosa insomma si anima in questa cultura, quali valori specifici vengano fuori, siano essi buoni o cattivi, e cioè in una diagnosi che abbia il carattere della *Wertfreiheit*. Insomma la posizione critica dell'alta cultura non viene accettata, e si mette sotto accusa non tanto questa stessa alta cultura, quanto i suoi corifei, macchiati di snobismi estetici, scipitezze convenzionali, filisteismo, caratterizzati da una «stereotipia volgare degli standard» che a modo suo non si distingue da quelli disprezzati nella cultura di massa. Nell'analizzare il mondo della cultura di massa bisogna invece che «l'osservatore partecipi all'oggetto della sua osservazione» e cioè che si amino i prodotti della cultura di massa o almeno le sue manifestazioni, il cinema, la radio la televisione, per poterne parlare con competenza, p. 17.

Ci addentriamo ora così nella logica della produzione industriale dei beni di consumo culturali. Da una parte abbiamo una concentrazione tecnico-burocratica che porta alla spersonalizzazione della creazione. D'altra vige un'esigenza del tutto contraria, e cioè la richiesta di un prodotto individualizzato e sempre nuovo. Un film per es. è costruito sulla base di alcuni standard, ma deve avere la sua specifica personalità. Abbiamo dunque una contraddizione fondamentale tra totale standardizzazione da un lato ed esigenza di singolarizzazione del prodotto offerto. La tesi di Morin è che in fondo a vitalizzare l'industria culturale è questa capacità di spostare tra l'uno e l'altro dei due capi in contraddizione attraverso il metodo della riduzione degli archetipi in stereotipi.

A me pare però che così, cioè con il solo stereotipo, non è ancora garantita l'individualità dell'opera. L'opera deve essere una variazione dello stereotipo. Il fruitore e deve cioè riconoscere una situazione generale, a lui ben noto, una schema generale, il quale però in

ogni singola opera trova uno svolgimento suo proprio, che assicuri novità, però sempre all'interno del già noto, per cui anche il nuovo in fondo è già scontato.

Il punto di partenza è l'immaginario e il suo essere strutturato senso alcuni archetipi. La seguente osservazione mi sembra fondamentale.

«Ci sono dei modelli-guida dello spirito umano che ordinano i sogni, e particolarmente i sogni razionalizzati costituiti dai temi mitici o romanzeschi. Regole, convenzioni, generi artistici, impongono delle strutture esterne alle opere, mentre situazioni-tipo e personaggi-tipo ne forniscono le strutture interne», p. 23

Ecco quello che dovrebbe offrirvi una teoria della cultura: una mappatura di questi archetipi del nostro immaginario. Far parlare le opere per mostrare lo spirito che vi è alla base, l'universo di rappresentazioni che li anima, arrivare agli atomi dell'immaginario dalla cui sintesi si formano le strutture costanti del sentire.

«In altre parole, l'industria culturale ha bisogno di un elettrodo negativo per funzionare positivamente», consistente nel «lasciare una zona di creazione e di talento nell'ambito del conformismo standardizzato», p. 26. Insomma, «la standardizzazione non comporta necessariamente la disindividualizzazione», p. 29. La funzione dello star-system è proprio quella di individualizzare l'opera.

L'autore non si può più identificare con la sua opera.

IL GRANDE PUBBLICO

«La ricerca di un pubblico vario implica la ricerca della varietà nell'informazione o nell'immaginario». Questa varietà è però nello stesso tempo omogeneizzata. p. 33.

Obiettivo dell'omogeneizzazione è rendere assimilabile a un uomo medio ideale i contenuti più differenti. Si ha così sincretismo, dove informazione e romanzesco vengono ad intrecciarsi. Vale a dire l'informazione esalta i fatti di cronaca, innestando così l'avventura nel quotidiano. «Tutto ciò che nella vita reale somiglia al romanzo o al sogno è privilegiato», p. 35. Nello stesso tempo l'immaginario deve sembrare reale. «L'immaginario mima il reale, e il reale assume i colori dell'immaginario», p. 35.

Laddove prima si aveva la segmentazione culturale della società, ora la tendenza è quella alla creazione di un unico grande pubblico che si qualifica come pubblico giovane, in linea con la modernità dei nuovi mezzi di comunicazione e dei nuovi generi. Ci si muove quindi verso una omogeneizzazione dei costumi e alla creazione di un'unica identità di valore basata sugli stessi generi di consumo (quello che Pasolini chiamava omologazione). La tendenza omogeneizzante (convergente dall'alto e dal basso verso un unico onnipervasivo ceto medio) è una tendenza cosmopolita: le differenziazioni culturali nazionali si attenuano a vantaggio di una cultura di grandi aree transnazionali. Il polo da cui si irradia tale cosmopolitismo sono comunque gli Stati Uniti.

L'UOMO MEDIO è ciò verso cui questa cultura si indirizza, e cioè l'uomo ridotto al suo minimo comune denominatore. In questo sono di aiuto lo sfruttamento delle forme archetipe originarie, le forme dell'immaginario quanto più comuni possibile. È l'uomo indifferenziato, ma nello stesso tempo l'uomo della nuova civiltà.

Quanto alla questione se la produzione risponde ad una esigenza di consumo già presente oppure la crea, Morin propende per una dialettica tra i due fattori. A me sembra che c'è una sorta di punto magico, ineffabile, in cui produzione e consumo s'incontrano e si rivelano consustanziali.

A questo punto, Morin rifà il punto delle sue osservazioni, per ribadire che l'industria culturale non è un universo concentrazionario chiuso su se stesso. C'è una costante e insopprimibile tendenza al suo interno a lasciar emergere il negativo, l'altro da sé. Essa ha bisogno di lasciare spazio a ciò che essa stessa non riesce a ridurre ai suoi ingranaggi. C'è una specie di valvola di sfogo che deve rimanere aperta, se non si vuole che il tutto

s'incepiti nella mancanza di capacità produttiva. La produzione, anche quella della cultura di massa, dipende dall'invenzione e dunque bisogna che in qualche modo si lasci spazio al genio, al singolare al non omologabile, costituirà una specie di magazzino di riserva da cui attingere senza fondo. Senza di ciò vi sarebbe l'assoluta mediocrità, con cui sola il sistema non potrebbe vivere. «Così il sistema tende di continuo a secernere i propri antidoti». C'è poi addirittura un'oasi di cultura inassimilabile dall'industria culturale e che essa deve tollerare pur ai margini ("la corrente nera": Marx, Nietzsche ecc.).

Infine, si ribadisce, l'alta cultura non era migliore di quella industriale, essa «aveva orrore di tutto ciò che potesse rivoluzionare le idee e le forme» era ben lungi dal saper riconoscere i geni (si pensi ad Hölderlin, Novalis, Rimbaud. Però, dico io, c'è anche Goethe).

Abbiamo l'alta cultura e nello stesso tempo i mezzi di comunicazione di massa, pertanto sebbene l'alta cultura sia nata quando i mezzi della sua diffusione erano tecnicamente limitati, tali cioè da poter raggiungere un pubblico ristretto di frequentatori, per es. i concerti, succede ora che anch'essa, con i nuovi mezzi tecnici, per es. la riproduzione in dischi, viene veicolata su larga scala. La cultura viene quindi democratizzata, nel senso che entra anch'essa nel circuito della diffusione di massa. Tuttavia, viene democratizzata nel senso che raggiunge un pubblico più numeroso, non nel senso che un pubblico di massa possa accedere al tipo di fruizione che l'alta cultura richiede. Certo il numero si amplia, ma non per questo si può dire che le masse si appropriano dell'alta cultura. Entrano in contatto con l'alta cultura solo nella misura in cui questa viene veicolata dai nuovi mezzi tecnici di riproduzione e diffusione. Prendiamo i libri di alto contenuto culturale, per es. di classici antichi e moderni. L'industria culturale li offre in formato economico a tirature industriali. Questo permette ad un pubblico più ampio di potervi accedere, ma questa cultura non diventa cultura di massa. C'è solo un aumento di consumi, ma non si arriva mai a farne consumo di massa. I mezzi culturali per accedere all'alta cultura rimangono limitati, malgrado la democratizzazione fornita dalla scuola.

Ma torniamo a Morin.

Grazie ai nuovi mezzi tecnici di riproduzione, la cultura si democratizza. Tuttavia, la cultura di massa non è cultura alta democratizzata, ma cultura altra, rispetto a quella alta. Inoltre l'alta cultura non si lascia integrare del tutto, essa resiste, creandosi dei feticci: l'originale per es., la sala di concerto piuttosto che il disco. La riproduzione sopravvaluta l'originale. Dalla democratizzazione va distinta la volgarizzazione: l'opera cioè dell'alta cultura che viene manomessa e trasformata in prodotto buono per il gusto di massa, tra cui rientra spesso l'adattamento cinematografico di un testo letterario di alto valore, oppure il digest, che rende "digesti" appunto i testi impegnativi con un condensato piacevole e semplificatore.

«I processi elementari della volgarizzazione sono: semplificazione, manicheizzazione, attualizzazione, modernizzazione», p. 54. La prima è studiata da Leister Asheim nel libro *From book to film*. Poi i tratti divisorii tra bene e male devono essere ben marcati. Con attualizzazione s'intende l'introduzione di punti di vista moderni nelle opere o nelle storie del passato. Più o meno lo stesso con modernizzazione. Con i processi di volgarizzazione, le opere dell'alta cultura vengono acclimatate nella cultura di massa.

Parlando del romanzo borghese e poi di quello popolare e d'appendice, Morin arriva alla seguente tesi: «I contenuti della civiltà di massa non sono stati fabbricati artificialmente. La cultura di massa, in un certo senso, è l'erede e la continuatrice del movimento culturale delle società occidentali», pp. 61-62.

Quindi non ci sarebbe una vera rottura tra cultura di massa e forme culturali dell'universo borghese e popolare precedente all'industrializzazione. La vera rottura si situerebbe invece su un altro piano, e cioè tra cultura di massa e quella che Morin chiama cultura dell' *hic et nunc*, ovvero le culture arcaiche. «La cultura di massa spezza l'unità della cultura arcaica, quando in uno stesso luogo tutti partecipavano e come attori e come spettatori alla festa, al rito, alla cerimonia», p. 63. Alla festa, in cui tutti partecipano al rito e al gioco, subentra lo spettacolo. Altra differenza poi: la cultura arcaica separa i giorni festivi dalla vita quotidiana. La cultura di massa penetra in tutti gli interstizi della vita quotidiana. Una volta c'era la festa, oggi al suo posto vi è il tempo libero. Le culture arcaiche sono poi sopravvissute nelle culture locali e poi in parte nelle subculture popolari, operaie (nel mito del sottoproletariato di Pasolini, cosicché trova qui riscontro il suo discorso della scomparsa, delle culture non standardizzate). «La cultura industriale disgrega definitivamente le culture dell' *hic et nunc*. Essa tende al pubblico indeterminato, senza radici. Conquista i borghi e le campagne, spazzando via con una celerità sempre maggiore i vecchi folclori, i fuochi di san Giovanni, i riti locali, le credenze e le superstizioni. La vecchia festa del patrono del villaggio muta di contenuto: le antiche danze, gli antichi giochi decadono a vantaggio del ballo, delle canzoni alla moda, della corsa ciclistica e degli altri giuochi popolarizzati dai mass-media», p. 65. D'altra parte, certi temi folclorici vengono assorbiti dalla cultura di massa, universalizzati. Tuttavia, se distrugge la cultura arcaica, non per questo la cultura di massa distrugge anche l'arcaismo. E questo perché l'arcaismo è il contenitore di una serie di topoi, con cui la cultura di massa si trova completamente a suo agio. Essa, infatti, cercando il pubblico universale, si rivolge all'*anthropos* comune, all'uomo arcaico che ciascuno porta dentro di sé.

LO SVAGO

Cultura di massa e svago, loisir, vanno insieme. Ecco, se c'è un carattere specifico della cultura di massa è che essa è cultura di consumo. Vale a dire che è una forma di uso del tempo libero, della vacanza. Quindi connesso allo spettacolo, al divertimento. La cultura di massa non impegna, ma si lascia fruire come semplice e puro consumo di un divertimento, di un diversivo. Il consumatore non deve fare nulla, nulla metterci di suo, ma basarsi sugli stereotipi che egli già possiede per poter usufruire del prodotto della cultura di massa. Insomma, il consumo della cultura di massa è una forma di svago, come afferma Morin. Ma l'uso della cultura alta non si identifica con lo svago, anche se, come dice Aristotele, perché vi fosse cultura era necessario avere tempo disponibile. Tuttavia, il tempo in uso della cultura alta non era inteso come svago, anzi era un impegno. Nelle opere di cultura alta si tende alla perfezione, ad un ideale dell'opera, cioè si tende a portare alla perfezione ciò che in un determinato campo è il fare specifico. Insomma, la grande opera.

La cultura di massa dunque è ciò che si consuma durante lo svago, e costituisce l'attività stessa di svago. È dunque una cultura per lo svago. L'alta cultura invece, inutile dirlo, richiede sforzo, impegno, studio, per impadronirsi del codice in cui è scritta. È come l'imparare una lingua straniera. L'opera alta ci si presenta a tutta prima come incomprensibile, in quanto facente parte di un mondo che non è il nostro e come una lingua straniera bisogna esercitarsi di continuo per poterla padroneggiare sempre di più. Una volta superato questo sforzo, l'opera come la lingua ci dischiude i suoi piaceri, ma appunto soltanto dopo. Quando non si vuol fare questo sforzo, l'opera ci rimane muta. Si avverte che ci vuole dire qualcosa di importante, che contiene un messaggio, ma non sappiamo decifrare quale. Se ci si vuole soltanto divertire, è chiaro che non si sarà spazio per l'opera d'arte. Queste sono mie considerazioni ovviamente. Seguiamo Morin.

Una volta il tempo si suddivideva in tempo profano e tempo sacro (che a suo modo era un tempo di consumo, ma solo in un certo senso). Oggi il tempo si divide tra produzione e consumo, tra lavoro e tempo libero. Ma il tempo sacro era una dimensione altra, mentre tempo di lavoro e tempo libero si collocano sulla stessa linea orizzontale. Viene meno la verticalità, tutto è schiacciato sull'ora, sul momento presente. Una volta il tempo libero era quello dedicato alla trascendenza, oggi è quello vuoto di trascendenza: il suo Olimpo sono i divi) sta tutto nell'aldiquà. «Dalla vacanza dei grandi valori, nasce il valore della vacanza», p. 78. Ma sulla vacanza come tempo vuoto, o vuoto del tempo ci sarebbe molto da dire. La cultura di massa è una cultura per il tempo libero, come l'alta cultura era una cultura per "oziosi" nel senso alto del termine e cioè della scholé vale a dire in cui l'ozio veniva utilizzato per la *Bildung*. «La cultura di massa si estende nella zona abbandonata dal lavoro, dalla famiglia e dalla festa», p. 70. Il loisir viene riempito delle diverse forme di cultura di massa: spettacoli, incontri sportivi, televisione, radio, lettura dei giornali e dei settimanali. Al tempo libero è affidata quella realizzazione di sé che è negata nel mondo del lavoro, dove le funzioni sono parcellizzate e i contenuti umani si atrofizzano.

Il fruitore della cultura di massa è sostanzialmente uno spettatore, la televisione ne diventa perciò la caratteristica principale. Essa ci offre mondi che sono a portata di mano, ma al di fuori della nostra presa, p. 73. L'essere sempre altrove diventa anche il modo di esser tipico: la cultura di massa ci trasporta altrove, in altri mondi, diversi dal nostro. Essa è strutturalmente evasione.

Accanto allo spettacolo, aspetto centrale è il giuoco. La vacanza stessa è vissuta ludicamente, si gioca a fare qualcosa. Il turismo è un grande viaggio-spettacolo e presenta delle analogie sorprendenti con il cinema, in quanto tutto passa in rapida successione di immagini. Certo, a differenza dello spettatore cinematografico, il turista raccoglie ricordi personali del suo viaggio: è lui che ha visto, mentre nel cinema possiamo dire gli viene fatto vedere. C'è insomma una dimensione dell'io che ha fatto questo e quest'altro, fatto chilometri, visto, ecc.

I villaggi vacanza portano la vacanza a livello di pianificazione: tempo e attività vengono rigorosamente ripartite in una tabella che non conosce deviazioni.

Non potrebbe esserci cultura di massa senza miti. Essa elabora e diffonde un ideale di vita e dà forma al suo Olimpo. L'aspirazione segreta che essa induce, è quella di identificarsi con i suoi divi. «La vita dei moderni divi, eroi dello spettacolo, del gioco e dello sport è l'ideale della cultura del loisir». La vita che questi personaggi ideali propongono è un'esistenza libera dal bisogno che si compie nel piacere e nel giuoco. Nel loro caso non c'è differenza tra lavoro e divertimento (l'ideale che tutti vorrebbero raggiungere: essere pagati, per divertirsi).

Divertimento come alienazione, evasione come perdita del luogo e del tempo, passività come mancanza di esperienza propria e personale ecc. ecc. tutto questo ci porta a mettere in evidenza i lati negativi. Ma d'altra le masse pervengono a una nuova dimensione dell'esistenza che le era fino ad ora negata. Vi si può vedere una pratica di liberazione degli schiavi, che finalmente accedono a ciò che un tempo era riservato solo ai padroni.

Finalmente anche per loro si spalanca un Olimpo, di cui prima erano privi. Un tempo c'era la religione per il popolo ed il divertimento, il giuoco solo per i ricchi. Finalmente ora le plebi accedono a fantasie, forme di rappresentazioni, valori ecc. che un tempo erano riservati a pochi, anche se in altra forma e più rigorosamente. Anche loro adesso possono identificarsi con divi ecc., ci sono divi anche per loro. Anche per loro si apre l'universo del sogno, che un tempo gli era stato negato o dato solo come paradiso compensatorio. In fondo, è come aver messo la carne alla portata di tutte le tasche. L'industria culturale è quello che è McDonald's per la mensa dei poveri: carne a buon mercato per tutti. Che la nuova dieta lasci a desiderare e che non sia la stessa cosa della gastronomia carnacea dei

ricchi, vi si può passare anche sopra, come poco importante. Importate è che tutti possano avere la loro porzione di carne quotidiana, il che non è stato davvero opera da poco.