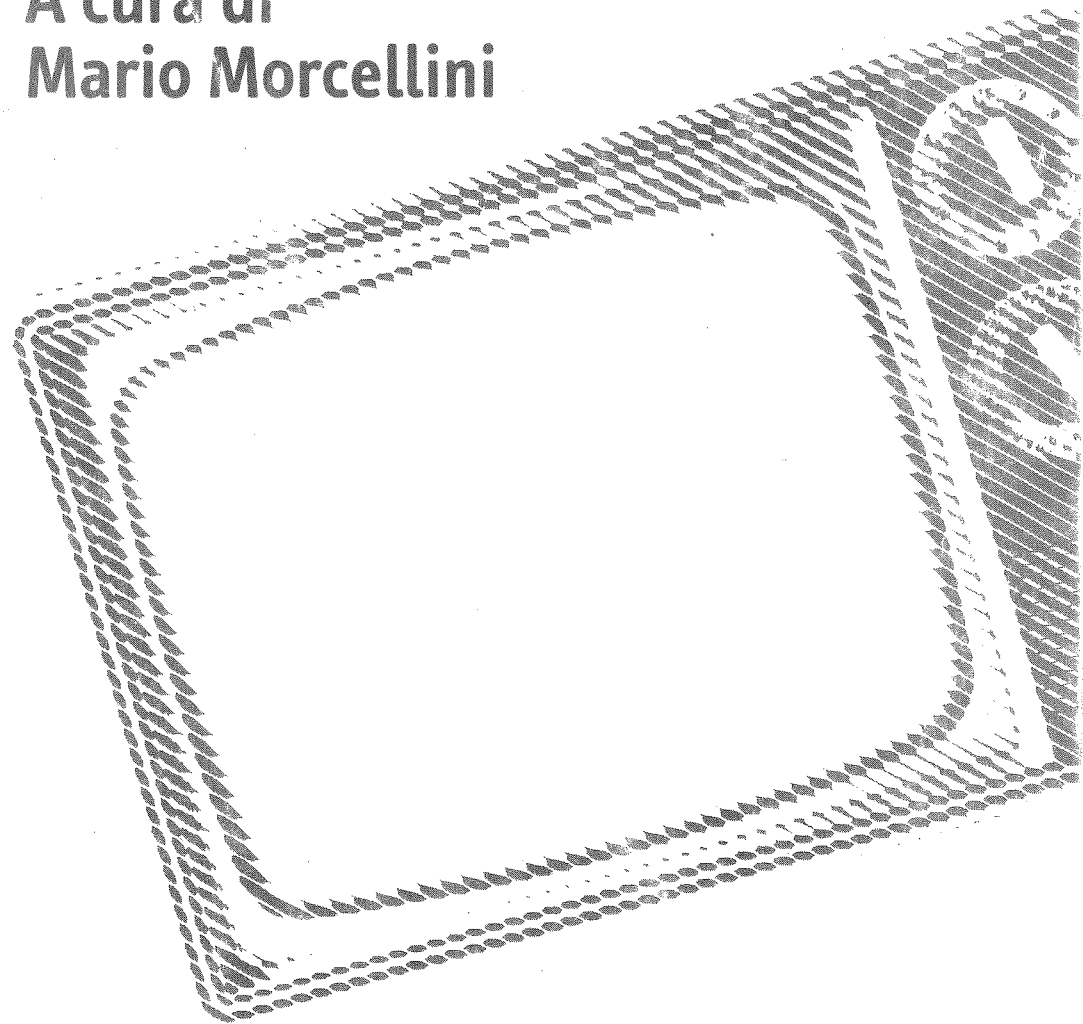


# IL MEDIAEVO

TV e industria culturale  
nell'Italia del xx secolo

A cura di  
Mario Morcellini



Carocci

# Il Mediaevo

TV e industria culturale nell'Italia del XX secolo

A cura di  
Mario Morcellini

Coordinamento editoriale di  
Donatella Scipioni

Contributi di:

Alberto Abruzzese, Romana Andò, Marzia Antenore, Daniele Barbieri,  
Davide Borrelli, Sergio Brancato, Francesco Conti, Stefano Cristante,  
Stefania Di Mario, Valerio Eletti, Giovambattista Fatelli,  
Giovanni Fiorentino, David Forgacs, Federica Gentile, Silvia Leonzi,  
Alberto Marinelli, Enrico Menduni, Maria Luisa Merolla, Andrea Miconi,  
Arianna Montanari, Mario Morcellini, Peppino Ortoleva,  
Francesco Pettarin, Daniele Pittèri, Giovanni Ragone, Geraldina Roberti,  
Luciano Russi, Carlo Sartori, Donatella Scipioni, Bruno Somalvico,  
Michele Sorice, Maria Squarcione, Marialuisa Stazio

I lettori che desiderano  
informazioni sui volumi  
pubblicati dalla casa editrice  
possono rivolgersi direttamente a:

Carocci editore  
via Sardegna 50,  
00187 Roma,  
telefono 06 42 01 01 95,  
fax 06 42 74 79 31

Ufficio Università  
via di Santa Teresa 23,  
00198 Roma,  
telefono 06 88 44 770,  
fax 06 85 35 59 49

Siamo su Internet:  
<http://www.carocci.it>



Carocci editore

# Indice

## Parte prima I mass media nel secondo novecento italiano: la mediamorfosi

<b>1.</b>	<b>La mediamorfosi. Proposte di “cartografia” e di analisi per l’industria culturale italiana</b>	<b>19</b>
	di <i>Mario Morcellini</i>	
1.1.	Che la storia incominci. Premessa e linee interpretative	19
1.2.	La mediamorfosi: lo “spazio” della comunicazione nel caso italiano	21
1.3.	La spirale mutamenti → mass media → nuova socializzazione	22
1.4.	Il caso italiano. Dimensioni interpretative	27
1.5.	Luoghi e linguaggi dell’analisi sistematica	29
1.6.	I peccati originali dell’industrializzazione culturale	31
1.7.	Media e modernizzazione in Italia: distorsioni e “convergenze parallele”	36
1.8.	Tesi per una lettura dell’industria culturale	39
1.9.	Verso la “res publica”: un’ipotesi interpretativa	43
<b>2.</b>	<b>Il caleidoscopio dei media e dei consumi culturali. Spettacolo, teatro, sport e tempo libero</b>	<b>49</b>
	di <i>Romana Andò, Mario Morcellini, Luciano Russi</i>	
2.1.	Il tempo libero: «tante piccole eternità da gustare»	50
2.2.	Non solo TV: i consumi culturali tra competizione e sinergia	51

1<sup>a</sup> edizione, luglio 2000  
© copyright 2000 by Carocci editore S.p.A., Roma

Finito di stampare nel luglio 2000  
per i tipi delle Arti Grafiche Editoriali Srl, Urbino

ISBN 88-430-1638-5

Riproduzione vietata ai sensi di legge  
(art. 171 della legge 22 aprile 1941, n. 633)

Senza regolare autorizzazione,  
è vietato riprodurre questo volume  
anche parzialmente e con qualsiasi mezzo,  
compresa la fotocopia, anche per uso interno  
o didattico.

- 2.3. Le disuguaglianze della comunicazione: la piramide dei consumi culturali 67

**Parte seconda**

**Tra cultura di massa e sistema dei media:  
interpretazioni del caso italiano**

3. **Intellettuali e industria culturale** 75  
di *Alberto Abruzzese*
- 3.1. L'industria e la cultura 75
- 3.2. Da Gramsci a noi: geopolitica delle professioni 86
- 3.3. Corpi e pensiero 100
4. **Classici resistenti al tempo. Il dibattito e le teorie sull'industria culturale** 103  
di *Maria Luisa Stazio*
- 4.1. Letture francofortesi 106
- 4.2. Benjamin, Adorno e la *promesse de bonheur* del consumo 111
- 4.3. Un sistema uno e molteplice. Edgar Morin 119
- 4.4. Questioni di metodo 124
5. **Italiani di mezzo. Storia civile e identità nazionale** 131  
di *Giovambattista Fatelli*
- 5.1. Le convergenze parallele 131
- 5.2. Magnifiche sorti. E regressive? 135
6. **La comunicazione come cultura: media e dinamiche di civilizzazione** 141  
di *Silvia Leonzi*
- 6.1. Industria culturale e civiltà della comunicazione 141
- 6.2. Figurazioni sociali, *habitus* nazionale e cultura di massa 148
- 6.3. Storia sociale e produzione dell'immaginario 151

7. **Protostoria dell'industria culturale italiana** 159  
di *David Forgacs*
- 7.1. Introduzione 159
- 7.2. Industria culturale o industrie culturali? 159
- 7.3. Rivoluzione industriale e protoindustrializzazione 163
- 7.4. Protoindustrie culturali 165
- 7.5. Una industrializzazione a singhiozzo 167
8. **Tra modernità e modernizzazione** 169  
di *Enrico Menduni*
- 8.1. Uno sguardo sull'Europa 169
- 8.2. Il patrimonio culturale italiano 171
- 8.3. Media di passaggio: dall'artigianato all'industria 172
- 8.4. Riguardando il tempo perduto 175
9. **Peculiarità e anomalie nel sistema dei media in Italia** 181  
di *Carlo Sartori*
- 9.1. La debolezza strutturale della stampa e la sua progressiva "occupazione" 181
- 9.2. Il primo trionfo popolare della tv e la sua "occupazione" da parte della politica 184
- 9.3. La caduta del monopolio televisivo e l'ascesa di nuovi "occupanti" 189
- 9.4. Dagli anni Ottanta in poi: il risultato finale delle anomalie della stampa 192
- 9.5. La tv di fine secolo: mercato sfavillante, sistema bloccato 196
- 9.6. La difficile transizione del sistema italiano dei media verso il mercato globale 201
10. **Scenari della produzione dell'immaginario** 209  
di *Michele Sorice*
- 10.1. La scoperta del pubblico 209
- 10.2. L'immaginario visuale 212
- 10.3. Dalla parola immaginata alle scatole sonore 213

10.4.	Le quattro fasi della produzione culturale italiana	217
10.5.	Cento fiori in memoria del monopolio TV	220
10.6.	La TV commerciale tra <i>new romantic</i> e scoperta del corpo	223
10.7.	Personalismo e cybercultura	224
<b>11.</b>	<b>Fine delle storie esemplari e crisi dell'identità nazionale</b> di <i>Arianna Montanari</i>	227
11.1.	L'importanza dell' <i>exemplum</i>	227
11.2.	Il copione nazionale	234
<b>12.</b>	<b>Case del Popolo, associazionismo culturale, tempo libero.</b> <b>Circuiti ed eventi</b> di <i>Stefano Cristante e Francesco Pettarin</i>	241
12.1.	Premessa: le terre carsiche dei fenomeni culturali diffusi	241
12.2.	L'ARCI, la casa culturale nascosta della sinistra del dopoguerra	242
12.3.	Innovazioni e involuzioni associative: cultura diffusa e invisibilità di mercato	245
12.4.	Apparati culturali e culture alternative: l'epoca del "movimento"	248
12.5.	Il nuovo ruolo degli assessorati alla Cultura	249
12.6.	L'impresa che non c'è: la meteora delle cooperative culturali	251
12.7.	Il territorio come ambiente di innovazione: oltre la storia degli apparati culturali nazionali	253

### Parte terza

#### L'industria culturale moderna: profili e ritratti

<b>13.</b>	<b>Il cinema</b> di <i>Sergio Brancato</i>	257
13.1.	Dalle origini agli anni Trenta	257
13.2.	Il secondo dopoguerra	260

13.3.	Dagli autori alla fiction	267
13.4.	Il cinema postindustriale	270
<b>14.</b>	<b>La radio. Origini e sviluppo</b> di <i>Federica Gentile e Geraldina Roberti</i>	273
14.1.	Le origini	273
14.2.	Radio Audizioni Italia	275
14.3.	RAI-Radiotelevisione italiana. L'invasione del piccolo schermo	278
14.4.	<i>Onde d'urto</i> : nuove strategie comunicative	281
14.5.	La RAI e le sue sorelle	284
14.6.	La radio affronta il mercato	287
<b>15.</b>	<b>La radio. Gli anni Novanta</b> di <i>Enrico Menduni</i>	291
15.1.	L'exploit della radio e la guerra del Golfo	291
15.2.	Le radio private nazionali	292
15.3.	La radio pubblica	296
15.4.	L'autoradio	298
15.5.	La radio digitale e Internet	300
<b>16.</b>	<b>La televisione nell'industria culturale, la televisione come industria culturale</b> di <i>Peppino Ortoleva</i>	303
16.1.	Due punti di vista	303
16.2.	Complessità dell'industria televisiva	308
16.3.	I modelli industriali della televisione	311
<b>17.</b>	<b>L'esplosione dell'industria televisiva</b> di <i>Stefania Di Mario</i>	315
17.1.	L'età dell'innocenza	316

17.2.	La seconda età: il duopolio televisivo	317
17.3.	L'intrattenimento impegnato	318
17.4.	Il sorpasso: la Fininvest supera la RAI	320
17.5.	La TV si vede dal mattino	321
17.6.	Lo spettacolo nell'informazione televisiva	323
17.7.	Fuoco fatuo: l'ira dei conduttori	324
17.8.	Sesso pugni e video-shock: la trasgressione in TV	327
17.9.	TV realtà o TV verità? Questo non è il problema	328
17.10.	90 non più 90: fine di sette anni di vita sregolata	329
18.	<b>La convergenza e l'integrazione multimediale</b> di <i>Bruno Somalvico</i>	331
18.1.	Dalla clessidra al rombo	332
18.2.	Le conseguenze del nuovo quadro multicanale convergente	341
19.	<b>La pubblicità. La via italiana</b> di <i>Daniele Pittèri</i>	347
19.1.	1950-79: sotto il segno di <i>Carosello</i>	347
19.2.	1980-2000: lo splendore del discorso pubblicitario	359
20.	<b>L'editoria</b> di <i>Giovanni Ragone</i>	367
20.1.	Verso la cultura di massa	367
20.2.	Il secondo ciclo: dal multimediale al digitale	376
21.	<b>La paraletteratura</b> di <i>Andrea Miconi</i>	389
21.1.	A parte il neorealismo	389
21.2.	Arrivano i generi	390
21.3.	Dal poliziesco al "giallo"	393
21.4.	Vitalità del romanzo rosa	396
21.5.	Qualità letteraria?	400

22.	<b>I fumetti</b> di <i>Daniele Barbieri</i>	403
22.1.	Dopo la guerra	404
22.2.	Gli anni Sessanta	405
22.3.	Gli anni Settanta	406
22.4.	I primi anni Ottanta	407
22.5.	La crisi dei secondi anni Ottanta	409
22.6.	Gli anni Novanta	411
23.	<b>La fotografia</b> di <i>Giovanni Fiorentino</i>	413
23.1.	La fotografia: verso un consumo produttivo	413
23.2.	1950-70. Un fotocolor per l'immaginario: tra cinema e pubblicità	415
23.3.	1970-80. Istanti del corpo e interstizi del consumo	420
23.4.	1990-2000. Dall'analogico al digitale: fotografia interattiva	422
24.	<b>La moda</b> di <i>Donatella Scipioni</i>	425
24.1.	L'Alta Moda degli anni Cinquanta	427
24.2.	1960. L'industrializzazione della creatività	431
24.3.	Il prêt à porter: la fine della moda dei cent'anni	433
24.4.	1970. La destrutturazione post-moderna	435
24.5.	1980. La presenza-assenza del look	439
24.6.	1990. Le mode	444
25.	<b>La musica. O della condizione giovanile</b> di <i>Maria Luisa Merolla</i>	451
25.1.	Il rock'n'roll arriva in Italia	451
25.2.	Dal fenomeno beat alla contestazione giovanile	457
25.3.	Tra protesta e discomusic: gli opposti si attraggono?	460
25.4.	La musica diventa immagine	462
25.5.	Gli anni Ottanta come periodo di transizione. Un mito da sfatare	464
25.6.	Nuovi e vecchi suoni nell'età del digitale	466

26.	<b>Il telefono</b> di <i>Davide Borrelli</i>	469
26.1.	La ricostruzione delle infrastrutture telefoniche in un paese che cambia	469
26.2.	Lo sviluppo del sistema telefonico come fattore di integrazione dell'identità nazionale	472
26.3.	L'avvento del cellulare sullo sfondo della personalizzazione dei flussi comunicativi	475
27.	<b>L'informatica e i giochi elettronici</b> di <i>Francesco Conti</i>	479
27.1.	L'evoluzione tecnologica degli strumenti	479
27.2.	Navigare e giocare: due diverse forme d'espressione	480
27.3.	L'evoluzione dell'interfaccia	483
27.4.	Il futuro possibile	486
28.	<b>L'editoria elettronica</b> di <i>Valerio Eletti</i>	489
28.1.	<i>On line e off line</i>	489
28.2.	Origini dell'editoria elettronica <i>off line</i> in Italia	492
28.3.	Il primo sviluppo dell'editoria multimediale <i>off line</i>	497
28.4.	1996. La maturità dell'editoria multimediale <i>off line</i> in Italia	498
28.5.	Profilo dell'editoria elettronica italiana alla fine del Novecento	502
29.	<b>Verso il futuro. Le tecnologie digitali e Internet</b> di <i>Alberto Marinelli</i>	507
29.1.	Premessa	507
29.2.	L'industria della comunicazione e le tecnologie digitali	508
29.3.	Nuovi formati e nuovi contenuti	513
29.4.	Un nuovo segmento dell'industria culturale: l'editoria elettronica	515
29.5.	Verso il medium personale	516

29.6.	Lo sviluppo dell'editoria elettronica <i>on line</i> in Italia	521
29.7.	Il pubblico dei nuovi media	523

**Parte quarta**  
**Mappe e strumenti**

<b>Riti di passaggio dell'industria culturale. Un prospetto sinottico del secondo novecento italiano</b> a cura di <i>Marzia Antenore</i>	529
--	-----

<b>Consigli di lettura</b> di <i>Michele Sorice e Donatella Scipioni</i>	537
---	-----

<b>Bibliografia</b> a cura di <i>Donatella Scipioni</i>	543
--	-----

<b>Webgrafia</b> a cura di <i>Maria Squarcione</i>	567
---	-----

<b>Gli autori</b>	577
-------------------	-----

adolescenziale e senile, primitivo e terminale, incantato e disincantato; infine all'eccezionalità integrale di Oliviero Toscani, che, riattinando al senso originario e virtuale della fotografia, è riuscito a raschiare di ogni filtro estetico e di ogni predeterminato codice linguistico l'evento comunicativo; è riuscito a recuperarne la fragranza e a toccare l'esperienza vissuta dei corpi senza mediazioni culturali che non siano quelle pure e semplici dell'ambiente, dei suoi soggetti e dei loro conflitti di potere (un potere, naturalmente, secondo Foucault e non Marx).

Gli esempi che abbiamo suggerito – e tanti altri ne avremmo potuto fare – non si sono innestati sulla qualità generale della nostra industria culturale. Eppure sono tra quelli che possono introdurci alle sensibilità anti-industriali e anti-generaliste dei *new media*. Alla loro attenzione ai linguaggi esperenziali e somatici, corporei, si connettono le modalità personalizzate e interattive dei videogiochi e dei linguaggi virtuali. Se prima la sfera comica era quella in cui l'autore e il pubblico si potevano ritrovare in un "clima" italiano di reciproca appartenenza, ora, oltre la linea di frattura dei linguaggi generalisti, del loro narcisismo e protagonismo di massa, sono gli spettatori a volere assumere in proprio i corpi cinetelevisivi in cui si sono proiettati.

La scena odierna delle dimensioni post-industriali, post-fordiste e post-moderne non ci consente più di usare il termine "industria culturale" senza equivoci, contando cioè sulla sua tendenziale coincidenza con la produzione e il consumo dei media secondo standard industriali e di massa dall'alto verso il basso. Ora il termine "industria culturale" deve essere inteso in modo rovesciato rispetto alla sua tradizione (le culture della produzione) e cioè come dimensione in cui la soggettività emergente è quella della cultura antropologica dei consumatori e delle pratiche del consumo produttivo consentite dal personal computer.

Il vecchio quadro di riferimenti, contenuti e definizioni risulta completamente sconvolto dalle strategie di globalizzazione e di localizzazione che caratterizzano l'uso strategico della cibernetica in ogni settore della vita sociale. Si pensi – come soluzione estrema di questo processo – alla sempre più forte partecipazione dal basso con cui la telefonia mobile mostra in Italia uno straordinario salto in avanti rispetto ai ritmi lenti con i quali assorbe le culture del computer, in questa fase ancora incardinate in quelle della scrittura. E si pensi alla campagna pubblicitaria della TIM, che, sul "treno in panne" delle vecchie forme di trasporto e comunicazione, a parlare di telefonini mette insieme, con rassicurante perbenismo (forse davvero troppo) i più minimali elementi dell'affettività domestica della commedia all'italiana, del fotoromanzo e della TV, lasciando la funzione di controcanto alle figure dell'attardato di mezza età e dello scroccone, benevola sintesi di spirito d'iniziativa e di consumismo ingordo, tuttavia comicamente metabolizzati in componente familiare.

## Classici resistenti al tempo. Il dibattito e le teorie sull'industria culturale

di *Marialuisa Stazio*

Generalmente parlando, si ritiene che esista un'industria culturale quando beni e servizi culturali sono prodotti e riprodotti, immagazzinati e distribuiti con criteri industriali e commerciali, cioè su larga scala e in conformità a strategie basate su considerazioni economiche piuttosto che strategie concernenti lo sviluppo culturale (UNESCO, 1982) <sup>1</sup>.

Descrivere l'industria culturale a partire dalle sue caratteristiche "non culturali" è certamente un approccio singolare. Ma è, forse, l'unico incontrovertibile, almeno a partire dalla letteratura sociologica ed economica sulla "produzione di cultura", che esamina in dettaglio il processo industriale di "valorizzazione" che canzoni, racconti, programmi televisivi, film devono attraversare. Probabilmente il problema è a monte, nella denominazione. Potremmo forse definire abbastanza semplicemente "industrie della cultura" «quelle industrie che producono beni culturali» <sup>2</sup>, ma l'uso del singolare e dell'articolo determinativo – l'*industria culturale* – implica l'esistenza di un unico oggetto, che non può essere indagato altrimenti che come sistema. Queste *primissime* considerazioni già indicano due diversi tipi di approccio: da una parte, quello teso a rendere ragione del perché un certo tipo di processi industriali possano essere definiti "culturali", dall'altra quello che si propone di definire ed affrontare l'oggetto complesso *industria culturale* <sup>3</sup>.

1. Cfr. voce *Culture Industries*, in M. Payne (ed.), *A Dictionary of Cultural and Critical Theory*, Blackwell Publishers, Oxford 1997, pp. 129-32 (trad. dell'A.).

2. Ivi, p. 129.

3. «Sino ad oggi lo sviluppo dell'industria culturale è stato definito o linearmente (dalla letteratura e dallo spettacolo al cinema e poi alla televisione) o parallelamente (ciascuno dei linguaggi, una volta nato, si allinea accanto ai precedenti). Ed è stato giudicato in termini di valore o come progressivo degradarsi della cultura in forme quantitativamente estese ma qualitativamente basse o come sviluppo continuo di meccanismi di socializzazione, proliferazione e diversificazione di linguaggi tra loro coesistenti in regime di conflitto o di tolleranza o di contaminazione. Un unico sistema in trasformazione o la successione tra diversi sistemi regolati da meccanismi di conflitto e integrazione»: cfr. A. Abruzzese, *Prefazione*, in E. Marin, *Sociologia della sociologia*, Edizioni Lavoro, Roma 1985, p. 39.



Se, allora, la “resistenza” dell’aggettivo “culturale” nel descrivere le industrie cinematografiche, musicali, editoriali, televisive (che potrebbero essere, altrettanto efficacemente, definite *industrie dell'intrattenimento*) implica questioni critiche sia intorno alle loro pratiche creative che ai loro effetti sociali <sup>4</sup>, la difficoltà ad includerlo effettivamente nella loro definizione potrebbe risiedere nell’insufficienza degli strumenti di analisi, dei metodi e delle teorie fino ad oggi disponibili, nella settorialità delle discipline e degli approcci *contro* l’indeterminazione dei territori da indagare.

Nel caso, invece, si intenda parlare dell’*industria culturale*, si tratta allora di “riconoscere” (e non soltanto formalmente, ma cercando strumenti per la concreta pratica di ricerca) il suo carattere “sistemico”, “organizzato”.

Evidentemente, nell’uno come nell’altro caso, le nostre definizioni dell’*industria culturale* derivano in larga misura dagli strumenti di analisi, dai metodi e dalle teorie storicamente applicati all’oggetto. Come si è detto altrove, l’insufficienza di questi ultimi si può imputare anche a una scarsa pratica della *memoria* <sup>5</sup>, riconducibile in parte alla collocazione istituzionale incerta che fino a pochi anni fa ha caratterizzato gli studi.

I corsi di laurea in Scienze della Comunicazione – ponendo per la prima volta la necessità della trasmissione organizzata ed organica – pongono finalmente anche quella della sistematizzazione delle conoscenze accumulate sui tre oggetti – *industria culturale*, *cultura di massa*, *comunicazione di massa* – e, come questo volume dimostra, della costruzione di una *storia dell'industria culturale*.

La comprensione del fenomeno nelle sue differenti fasi storiche ha un evidente interesse. Sicuramente, come percorso conoscitivo attraverso il quale verificare ed affinare le categorie e gli strumenti di analisi per la ricerca sulle comunicazioni.

Ma, altrettanto sicuramente – poiché l’industria culturale rappresenta la forma di organizzazione e produzione culturale propria dell’età contemporanea dove è, in pratica, difficile trovare una forma culturale (persino quelle più direttamente riconducibili all’avanguardia o alla ricerca) che non sia, in qualche fase, coinvolta nel processo produttivo industriale – l’interesse della storia dell’industria culturale si pone anche al di fuori dell’ambito disciplinare strettamente legato alla comunicazione, sul terreno più generale dello studio e della storia della cultura (della letteratura, dell’arte, della musica) e *delle culture* (in senso etnografico – credenze, miti, valori, modelli di comportamento delle diverse società – e delle culture umanistica e scientifica, nonché della cultura di massa).

4. Cfr. voce *Culture Industries*, cit., p. 130.

5. Cfr. M. Stazio, *Per una storia dell'industria culturale*, CUEN, Napoli 1992, pp. 9-10.

Inoltre, se è vero che le forme dell’industria culturale sono ormai al loro tramonto <sup>6</sup>, niente di meglio che cercare di costruirne e verificarne con l’analisi storica qualità e caratteristiche distintive: l’*idealtipo* con cui confrontarsi per affermare, comprendere e verificare il cambiamento.

L’industria culturale è un fenomeno recente. Anche se può sembrare ovvio il dirlo, il fenomeno va inquadrato nella società occidentale e capitalistica e nei processi di industrializzazione, modernizzazione, metropolitizzazione, massificazione, di espansione dei ceti medi, del mercato, e di intensificazione del ritmo dell’innovazione tecnologica e di tecnologizzazione. Un momento storico in cui la produzione culturale si confronta con processi di espansione del mercato dell’arte e della cultura e con l’avvento di forme sempre più raffinate di riproducibilità tecnica <sup>7</sup>.

Al suo interno gli intellettuali vivono processi di proletarizzazione e di astrattizzazione del loro lavoro <sup>8</sup>.

È l’orizzonte tratteggiato da Benjamin nella Parigi nel XIX secolo, in cui sistemi urbanistici, economici, commerciali e culturali si integravano, sostenevano e modellavano a vicenda <sup>9</sup>. Un sistema in cui è in atto quell’imponente processo di estetizzazione della merce e di mercificazione dell’arte <sup>10</sup>, che è alla base delle forme più piene dell’industria culturale.

La tradizione di studi è anche più recente: il primo uso sistematico e analitico del termine “industria culturale” può essere rinvenuto nella critica della cultura di massa nella scuola di Francoforte. La definizione viene usata per la prima volta da Horkheimer e Adorno in *Dialettica dell'Illuminismo* (testo iniziato nel 1942 e pubblicato nel 1947) in sostituzione di *cultura di massa*, per evitare – scrive Adorno nel 1967 – ogni possibilità che essa venisse confusa con «una forma contemporanea di arte popolare». Il testo vede la luce nelle strettoie della delusione nei confronti dell’Unione Sovietica e della sfiducia nelle potenzialità democratiche della società americana, ha sullo sfondo un’Europa dove il totalitarismo è in piena affermazione, si radica in un periodo e in un contesto geografico in cui le prime manifestazioni massicce del *media power* coincidono con l’ascesa del capitalismo monopolistico. Nella prospettiva critica, l’intrattenimento è cruciale per la riproduzione sociale. E, come Adorno puntualizzava, il fascismo era una

6. Cfr. A. Abruzzese, *Prefazione*, in Morin, *Sociologia della Sociologia*, cit., pp. 18-9.

7. Cfr. W. Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica* (1936), Einaudi, Torino 1966, pp. 20-4.

8. Per una trattazione esauriente dei processi di proletarizzazione e astrazione del lavoro intellettuale cfr. A. Asor Rosa, *Avanguardia*, in *Enciclopedia*, Einaudi, Torino 1999, pp. 195-9.

9. Cfr. W. Benjamin, *Parigi, capitale del XIX secolo*, a cura di R. Tiedemann (ed. it. a cura di G. Agamben), Einaudi, Torino 1986, p. 19.

10. Ivi, pp. 5, 10-1.

particolare forma *entertaining* di mobilitazione politica di massa <sup>11</sup>. Le posizioni dei francofortesi sono note. L'uso del termine "industria culturale" implica che la critica marxista alla produzione di beni può (e deve) essere applicata anche alla produzione di beni simbolici, il cui "valore d'uso" è estetico, ludico e ideologico. Al pari delle altre industrie capitalistiche, le industrie culturali utilizzano lavoro alienato, perseguono il profitto, guardano alla tecnologia per provvedersi di un vantaggio competitivo. Il significato analitico del termine "industria culturale" descrive un *sistema* produttivo in cui le forme culturali sono determinate dalla logica dell'accumulazione del capitale e non da particolari decisioni creative o politiche prese da singoli artisti o imprenditori. Sono i modi di produzione a determinare il valore culturale e le qualità formali dei beni culturali di massa sono un effetto della produzione tecnica e della concorrenza. Analisi o comparazioni testuali dettagliate non sono necessarie. Basta capire il processo produttivo di base e, qualsiasi osservazione radicale o critica possa essere fatta, l'effetto dei prodotti culturali è sempre lo stesso: la *manipolazione* del desiderio per perseguire il profitto <sup>12</sup>.

## 4.1

## Lecture francofortesi

Ferme restando le caratteristiche storiche e il *background* ideologico, filosofico e politico del pensiero francofortese, nelle pagine seguenti si vorrebbe fare un'operazione *tendenziosa*, ma tesa a *rimettere in gioco* alcuni elementi – e soltanto quelli – che sembrano aver resistito all'usura cui il tempo ha sottoposto gran parte del pensiero francofortese, oltre che la maggioranza delle teorie e degli approcci che hanno guidato la ricerca sulle comunicazioni. Tali elementi si possono rivelare ancor oggi essere utili per affrontare, in una prospettiva essenzialmente *operativa*, l'argomento *industria culturale* e, in prospettiva, la *storia dell'industria culturale* <sup>13</sup>.

Allora, innanzitutto, l'industria culturale è un *sistema* in cui, sotto apparenti differenze, persiste una unità di fondo. In più, il sistema di industria culturale è un comparto del sistema industriale. Contenuti e modalità sin-

11. Cfr. la voce *Culture Industries*, cit.

12. *Ibid.*

13. Le osservazioni francofortesi rappresentano non soltanto una definizione del sistema di industria culturale relativa a un particolare orizzonte teorico, ma anche una *fonte*: la descrizione di un particolare momento storico dell'industria culturale in un particolare contesto geo-politico, ad opera di testimoni culturalmente e politicamente connotati. Esse ci dicono, cioè, come l'industria culturale in un determinato stadio e luogo appariva a intellettuali europei, particolarmente legati alla tradizione culturale e filosofica tedesca.

gole non possono essere isolate dal funzionamento complessivo del sistema industriale nel suo complesso <sup>14</sup>.

L'affermazione sembra scontata, ma è meno banale di quanto appaia.

Il sistema di industria culturale è un sistema di un sistema, e questa affermazione già ci introduce in un ambito polisistemico: sistemi di sistemi di sistemi. Inoltre, nel sistema di industria culturale i singoli elementi sono in stretta relazione con il tutto. Il loro significato – ma anche le possibilità, il funzionamento, la posizione ecc. – nascono dalle relazioni e dai rapporti che intrattengono tra di loro, nel sistema di industria culturale, e con i sistemi industriale e sociale. «Da ogni film sonoro, da ogni trasmissione radio, si può desumere ciò che non si potrebbe ascrivere ad effetto di nessuno di essi preso singolarmente, ma solo di tutti quanti insieme nella società» <sup>15</sup>.

Ogni elemento, insomma, presenta proprietà e qualità nuove e diverse rispetto a quelle che presenterebbe se considerato isolatamente o disposto diversamente in un altro tipo di sistema e di organizzazione. Detto in altre parole, il sistema di industria culturale presenta delle *emergenze* <sup>16</sup>. In esso il tutto è più della somma delle parti, ma anche la parte è, nel tutto e grazie al tutto, più di se stessa <sup>17</sup>.

Il sistema di industria culturale è, inoltre, orientato alla promozione del consumo delle merci (culturali e non). Il suo *business* primario è quello di produrre consumatori <sup>18</sup>. La sua legge impone di presentare al consumatore «tutti i bisogni come suscettibili di essere soddisfatti dall'industria culturale, ma, d'altra parte, di predisporre in anticipo quei bisogni in modo che egli debba apprendersi, in essi, sempre e solo come un eterno consumatore, come un oggetto dell'industria culturale» <sup>19</sup>.

Mentre «defrauda ininterrottamente i suoi consumatori di ciò che ininterrottamente promette» <sup>20</sup> le sue promesse di piacere sono indefinitamente rimandate al piacere del consumo. Il prodotto dell'industria culturale «finisce per coincidere, da ultimo, con la pubblicità di cui ha bisogno per compensare la propria incapacità di procurare un godimento effettivo» <sup>21</sup>. I profitti dell'industria culturale non sono legati alla "bontà" delle merci

14. Cfr. M. Horkheimer, T. W. Adorno, *Dialettica dell'Illuminismo*, Einaudi, Torino 1980, p. 168.

15. *Ivi*, p. 134.

16. Cfr. E. Morin, *Il Metodo. Ordine, Disordine, Organizzazione*, Feltrinelli, Milano 1983, pp. 130-48; cfr. anche p. 139.

17. Cfr. *ivi*, p. 139.

18. Cfr. voce *Culture Industries*, cit.

19. Horkheimer, Adorno, *Dialettica dell'Illuminismo*, cit., p. 151.

20. *Ivi*, p. 148.

21. *Ivi*, p. 175.

(culturali) che vende, quanto alla pubblicità delle merci che fa vendere e, più in generale, all'aumento dei consumi.

Per Horkheimer e Adorno, «la truffa si compie indirettamente attraverso i profitti di tutti i produttori uniti di automobili e di saponette che finanziano le stazioni radio e, naturalmente, attraverso l'accresciuto giro di affari dell'industria elettrica che produce gli apparecchi riceventi. [...] Incorporando completamente i prodotti culturali nella sfera delle merci, la radio può benissimo rinunciare a collocare come merci i suoi prodotti culturali»<sup>22</sup>.

Inoltre, Horkheimer e Adorno usano il termine "industria culturale" molto in generale, per descrivere il modo in cui l'economia capitalistica dipende dai bisogni. Da una parte essi affermano che «più le posizioni dell'industria culturale diventano solide e inattaccabili, e più essa può permettersi di procedere in modo brutale e sommario coi bisogni del consumatore, di produrli, controllarli, disciplinarli, e di ritirare persino il divertimento»<sup>23</sup>. D'altro canto, però, sono costretti ad ammettere che, «poiché la trasfusione di tutte le tendenze dell'industria culturale nella carne e nel sangue del pubblico si opera in virtù di tutto il processo sociale complessivo, la sopravvivenza del mercato in questo settore tende a promuovere ulteriormente quelle tendenze. La domanda non è ancora sostituita dalla semplice obbedienza alle disposizioni provenienti dall'alto [...] la grande riorganizzazione del cinema che ha avuto luogo alla vigilia della prima guerra mondiale [...] non è stata altro che un adattamento deliberato e conseguente ai bisogni del pubblico registrati dagli introiti di cassa, bisogni che, ai tempi dei pionieri dello schermo, non ci si immaginava nemmeno di dover prendere in considerazione. [...] Rimane peraltro vero che la forza dell'industria culturale risiede nell'unità col bisogno che essa produce»<sup>24</sup>.

E questa ammissione – se nella logica dell'Istituto conferma la missione *affermativa* della cultura di massa – assume però anche la valenza del riconoscimento di un *sistema del pubblico* capace di retroagire su quello dell'offerta, della compresenza di più sistemi (sistema sociale, sistema di industria culturale, sistema del pubblico) che non si corrispondono meccanicamente, ma praticano «continui aggiustamenti rispetto all'ambiente comune in cui si collocano»<sup>25</sup>.

Inoltre, la scuola di Francoforte ha posto questioni significative – in un'epoca in cui la ricerca comunemente considerava i messaggi come mezzi per produrre uno scopo, e dunque si concentrava sugli "effetti" delle comunicazioni di massa (perlopiù sul breve termine) – sia sulla qualità di si-

stema dell'industria culturale che sulla qualità dei prodotti in relazione al processo di fruizione.

Questa attenzione va inquadrata nella più generale polemica dell'Istituto sulle modalità empiriche di indagine, che si concentra sul *divario fra attendibilità e profondità dei dati* e sull'inapplicabilità del paradigma galileiano delle scienze fisiche, basato sulla reiterabilità dei fenomeni e sulla quantificabilità dei dati, alle scienze umane e sociali. I dati, in questo caso, provengono, vengono elaborati e resi significativi da soggetti complessi, gli individui, con le loro peculiari caratteristiche fisiche, psichiche, culturali, storiche: umane.

Un ulteriore elemento di complessificazione è dato dalla necessità – per una ricerca empirica significativa – di utilizzare *teamworks*, nei quali si elimina, è vero, la casualità individuale – ma nello stesso tempo – «nel processo di astrazione che riduce molti individui alla formula di una coscienza comune» svanisce anche «quel tanto di visuale obiettiva che spetta all'individuo»<sup>26</sup>.

E non solo i dati vanno esaminati nelle loro caratteristiche storiche e dialettiche di essenza e apparenza, ma non esistono "dati di fatto", poiché anch'essi sono prodotti di una specifica situazione storico-sociale. «I fatti che i sensi ci trasmettono sono socialmente preformati in doppio modo: attraverso il carattere storico dell'oggetto percepito e il carattere storico dell'organo percettivo. Ambedue non sono meramente naturali, ma formati attraverso l'attività umana»<sup>27</sup>.

Il ricercatore è sempre parte dell'oggetto sociale che intende studiare e la sua percezione è necessariamente mediata dalle categorie sociali al di sopra delle quali non può sollevarsi. Anche la conoscenza – nel radicale *antifeticismo* francofortese – proviene dunque dai modi e dai rapporti di produzione e dalla posizione che in essi occupa il ricercatore. Per i francofortesi, tuttavia, la ricerca sociale deve affermare l'autonomia della sua istanza conoscitiva contro tutti gli orientamenti politici e le visioni del mondo: i risultati devono innanzitutto soddisfare criteri teorici, se vogliono far buona prova nella realtà.

La scuola di Francoforte, pur ritenendo necessaria la ricerca empirica e – anzi – affidandole una funzione correttiva nei confronti delle categorie e delle teorie, ebbe sempre notevoli difficoltà nel praticarla, sia nell'ambito del lavoro dell'Istituto che nelle collaborazioni esterne dei suoi membri. I primi tentativi di Adorno di inserirsi nella società e nella co-

22. Ivi, p. 171.

23. Ivi, p. 154.

24. Ivi, pp. 144-5.

25. Cfr. A. Abruzzese, *Prefazione*, in Morin, *Sociologia della sociologia*, cit., p. 40.

26. T. W. Adorno, *Gesammelte Schriften*, vol. 8, pp. 496 ss., cit. in R. Wiggershaus, *La scuola di Francoforte*, Bollati Boringhieri, Torino 1992, p. 509.

27. M. Horkheimer, *Traditionelle und Kritische Theorie*, in *Zeitschrift für Sozialforschung*, vol. VI, p. 255, cit. in G. E. Rusconi, *La teoria critica della società*, il Mulino, Bologna 1968.

munità scientifica americane sono appunto nella ricerca empirica, nel progetto di ricerca sulla radio di Lazarsfeld. Per il *Princeton Radio Research Project*, Adorno formula ipotesi di ricerca che hanno al loro centro le trasformazioni qualitative nella musica radiotrasmissa, la qualità dei fenomeni musicali radiofonici come chiave della loro importanza sociale e la correlazione fra le modalità del consumo, gli ascoltatori e «il carattere immaginifico della musica trasmessa per radio»<sup>28</sup>. Egli riprenderà questi temi in seguito<sup>29</sup>. Qui vorremmo richiamare soltanto l'ultimo, quello che guiderà alla costruzione dei *tipi di comportamento musicale*<sup>30</sup>, che si baseranno soprattutto «sulla adeguatezza o meno dell'ascolto alla musica ascoltata» piuttosto che su analisi relative «al gusto, alle preferenze, alle avversioni e alle abitudini degli ascoltatori»<sup>31</sup>. Quando Adorno scriverà *Tipi di comportamento musicale*<sup>32</sup> delinea (pur senza individuarli e «dichiararli» esplicitamente) due sistemi: dell'offerta della musica in radio e del consumo radiofonico. Essi si corrispondono e si determinano in maniera decisamente non speculare – ma spesso anzi chiaramente *antagonista*, attraverso attrazioni e repulsioni, scelte e rifiuti, adesioni e inadeguatezze – rispecchiando la «totalità in se stessa antagonistica», il «tutto» sociale «con le sue scissioni», in maniera non meccanica: non strettamente né immediatamente relativa alle stratificazioni socio-economiche<sup>33</sup>.

28. Adorno a Lazarsfeld, 24 febbraio 1938: «Il mio atteggiamento teorico non ha nulla contro la ricerca empirica. Al contrario: il concetto di "esperienza", in una ben determinata accezione, è sempre più al centro del mio pensiero [...]. Tra teoria e ricerca empirica c'è una mutua relazione che noi chiamiamo metodo dialettico [...]. Sono dell'opinione che la musica trasmessa per radio subisca certe trasformazioni qualitative che pongono la sua appercezione su una base completamente nuova». Al primo posto doveva esserci l'analisi della produzione, bisognava, cioè «chiarire e verificare che la qualità tecnica dei fenomeni musicali della radio costituisce la chiave della loro importanza sociale». Una volta inclusi nell'analisi tecnica della produzione «il carattere immaginifico della musica trasmessa per radio» e altre caratteristiche da lui supposte «si possono forse sviluppare metodi per analizzare i loro "correlati" fra gli ascoltatori [...]»: cfr. Wiggershaus, *La scuola di Francoforte*, cit., pp. 247-8.

29. T. W. Adorno, *Tipi di comportamento musicale* (1961-62), ora in *Introduzione alla sociologia della musica*, Einaudi, Torino 1971, pp. 3-25; e *Impiego musicale della radio* (1963), ora in *Il Fido maestro sostituto*, Einaudi, Torino 1975, pp. 258-79.

30. Adorno, *Tipi di comportamento musicale*, cit.

31. *Ibid.*

32. L'«esperto», il «buon ascoltatore», l'«ascoltatore emotivo», l'«ascoltatore risentito», l'«indifferente» e l'«ascoltatore per passatempo», categoria, quest'ultima, maggiormente diffusa dal punto di vista quantitativo.

33. «Nel quadro del nostro schema le differenziazioni sociali non hanno un peso determinante, e i vari tipi, o almeno molti di essi, compenetrano vari strati sociali, come si dice nel gergo della Social Research, dato che nelle insufficienze di ciascuno si rispecchia il tutto con le sue scissioni e che ciascuno è più rappresentante di una totalità in se stessa antagonistica che di una particolare varietà sociale [...]»: Adorno, *Tipi di comportamento musicale*, cit., p. 24.

Anche in occasione della collaborazione con Lazarsfeld, Adorno proclama quel «primato» della teoria che – se spesso è risultato intraducibile in ipotesi verificabili, almeno per quanto riguarda il nostro ambito di interesse – si fonda sulla convinzione che, come scriverà in seguito, l'indagine empirica «potrebbe diventare qualcosa di più di una semplice raccolta di dati inerti, solo quando i problemi fossero già strutturati teoricamente, quando si sapesse quali sono le cose importanti e che cosa si vuole chiarire»<sup>34</sup>, e che pertanto, più che a misurare gli «effetti», sia volta a considerare la qualità, la struttura e il «contenuto oggettivo a cui reagiscono i consumatori dell'industria culturale»<sup>35</sup>.

Sia nelle posizioni sulla ricerca empirica che nella sua pratica, ci sembra di poter intravedere – oltre alla prospettiva di una teoria della società che implichi una valutazione critica della propria costruzione scientifica – anche una sorta di sensibilità polisistemica, seppure orientata dalla critica dialettica.

Soprattutto nel sistema della ricerca – in cui si individuano il sistema-ricercatore individuale (complesso, nelle sue determinazioni individuali, sociali, culturali, storiche), il sistema-teamwork e il sistema della ricerca in generale con le sue determinazioni economiche, politiche ecc. – ma anche nel sistema dell'offerta e in quello del pubblico, e nei sovraordinati sistemi sociale, economici, politici e culturali, con le loro stratificazioni, si verificano rapporti complessi in cui è presente non soltanto il guadagno derivante dall'organizzazione, ma anche la perdita in seguito a vincoli, asservimenti, repressioni<sup>36</sup>.

## 4.2

Benjamin, Adorno e la *promesse de bonheur* del consumo

Un autore che intrattene con l'Istituto rapporti non facili ma profondi è Walter Benjamin. Le differenze fra il suo pensiero e l'«ortodossia» francofortese meritano di essere messe in luce, anche perché il suo lavoro, pur parzialmente «eccentrico» rispetto alle linee teoriche dell'Istituto, fu comunque in esso apprezzato e utilizzato, fornendo alcune fra le fondamentali categorie di analisi.

Benjamin afferma il potenziale liberatorio e rivoluzionario della riproducibilità tecnica dell'arte. Essa permette di avvicinare l'arte a coloro ai

34. *Ibid.*

35. T. W. Adorno, *Scientific Experiences of a European Scholar in America*, in D. Fleming, B. Baylin (eds.), *The Intellectual Migration: Europe and America. 1930-60*, Cambridge (MA) 1969, p. 343, cit. in M. Jay, *L'immaginazione dialettica. Storia della Scuola di Francoforte e dell'Istituto per le ricerche sociali 1923-1950*, Einaudi, Torino 1979, p. 353.

36. Cfr. Morin, *Sociologia della sociologia*, cit.

quali fino a quel momento era stata negata. La riproduzione può introdursi in situazioni che all'originale non sono accessibili, grazie ad essa l'opera d'arte può andare incontro al fruitore: «la cattedrale abbandona la sua ubicazione per essere accolta nello studio di un amatore d'arte; il coro che è stato eseguito in un auditorio oppure all'aria aperta può venir ascoltato in una camera»<sup>37</sup>. Vicinanza e appropriazione fungono da stimolo alle capacità critiche e di giudizio. La fruizione distratta tipica delle masse non è sintomo di passività, ma di una percezione e di una valutazione che non avvengono tanto sul piano dell'attenzione, quanto su quello dell'abitudine: «colui che si raccoglie davanti all'opera d'arte vi si sprofonda [...]. Inversamente, la massa distratta fa sprofondare nel proprio grembo l'opera d'arte»<sup>38</sup>.

Inoltre, la riproducibilità tecnica – che elimina un certo numero di concetti tradizionali (creatività, genialità, valore eterno e mistero), la cui applicazione incontrollata induce a una elaborazione in senso fascista del materiale concreto – cambia tutta la funzione dell'arte, che entra nel processo di produzione, di scambio e di consumo, nel quale si può e si deve agire promuovendo il potenziale progressivo dell'arte politicizzata e collettivizzata.

Le caratteristiche che Benjamin attribuisce alla riproduzione tecnica sono troppo note perché vi si soffermi. Stanno nella sua “non-falsità” rispetto all'originale, tanto riguardo all'oggetto riprodotto, quanto alla sua riproduzione. Non esiste un “originale” di una fotografia: ogni riproduzione è vera quanto un'altra<sup>39</sup>. Inoltre, la riproduzione tecnica può rivelare aspetti dell'originale che sono accessibili soltanto all'obiettivo, che, al contrario dell'occhio, è in grado di scegliere a piacimento il suo punto di vista, e si può avvalere di procedimenti, come l'ingrandimento o la ripresa al rallentatore, con i quali coglie immagini che si sottraggono interamente all'ottica naturale. Questo aspetto delinea potenzialità di conoscenza del mondo e dell'uomo completamente sconosciute e inaccessibili prima dell'avvento della riproduzione tecnica: è un cambiamento qualitativo, più che quantitativo<sup>40</sup>.

37. Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, cit., p. 23.

38. Ivi, p. 44.

39. Questo, almeno fintanto che una stampa non abbia attraversato il corso del tempo. Nel caso di stampe fotografiche antiche – nei confronti di ristampe successive – esse mantengono le loro caratteristiche di *autenticità* e *unicità*, mentre le successive si possono qualificare come “false”. Questo perché a queste ultime «anche nel caso di una riproduzione altamente perfezionata, manca un elemento: l'*hic et nunc* dell'opera d'arte la sua esistenza unica è irripetibile nel luogo in cui si trova. Ma proprio su questa esistenza, e in null'altro, si è attuata la storia a cui essa è stata sottoposta nel corso del suo durare. In quest'ambito rientrano sia le modificazioni che essa ha subito nella sua struttura fisica nel corso del tempo, sia i mutevoli rapporti di proprietà in cui può essersi venuta a trovare», cfr. Benjamin, *L'opera d'arte*, cit., p. 20.

40. Ivi, pp. 40-1.

Ciò che, invece, viene meno con la riproduzione tecnica è l'“aura”, l'atmosfera unica che circonda l'opera d'arte originale. Essa è nel senso dell'*hic et nunc* e, nello stesso tempo, di inavvicinabilità che conferiscono *autenticità* all'opera. Si fonda, inoltre, sulla virtù di testimonianza storica dell'opera: è la quintessenza di tutto ciò che di essa, fin dalla sua origine, può venire tramandato.

L'“aura” si sprigiona dall'opera d'arte unica, autentica, integrata nella sua tradizione. Ma anche gli oggetti naturali hanno un'“aura”: «seguire, in un pomeriggio d'estate, una catena di monti all'orizzonte, oppure un ramo che getta la sua ombra su colui che riposa – ciò significa respirare l'aura di quelle montagne, di quel ramo»<sup>41</sup>.

Le immagini riprodotte non subiscono soltanto la perdita dell'«aura», ma «esigono già la ricezione in un senso determinato», è in questo il loro nascosto carattere politico<sup>42</sup>. In più ad esse viene apposta una segnaletica: «le direttive che colui che osserva le immagini in un giornale illustrato si vede impartite attraverso la didascalia diventeranno ben presto più precise e impellenti nel film, dove l'interpretazione di ogni singola immagine appare prescritta dalla successione di tutte quelle già trascorse»<sup>43</sup>. La riproducibilità tecnica – e quanto era di essa presupposto ed effetto: la società di massa, l'allargamento delle possibilità di fruizione, una nuova organizzazione produttiva della cultura – dialetticamente offre possibilità di esperienza e le nega, affranca e asserve.

Se rende le cose «spazialmente e umanamente più vicine», è anche il «contrassegno di una percezione la cui *sensibilità per ciò che nel mondo è dello stesso genere* è cresciuta al punto che [...] attinge l'uguaglianza di genere anche in ciò che è unico»<sup>44</sup>, racchiude un potenziale di democrazia e di libertà ma segna anche la fine della possibilità di esperienza radicata nella tradizione<sup>45</sup>, «anche nella sua forma più positiva, e anzi proprio in essa, non è pensabile senza quella distruttiva, catartica: la liquidazione del valore tradizionale dell'eredità culturale»<sup>46</sup>.

Quello che però ci sembra maggiormente importante – e che vogliamo quindi sottolineare proprio nella prospettiva della ricostruzione soprattutto storica dei processi dell'industria culturale – è che nel pensiero di Benjamin la messa in luce della rilevanza epocale della riproducibilità tecnica è unita alla considerazione che l'avvento di tale riproducibilità era strettamente legato alle caratteristiche, ai desideri, ai “corpi” – mani, occhi, parole – degli uomini. Egli sembra considerare l'innovazione tecnologica e il suo uso

41. Ivi, p. 25.

42. Ivi, p. 29.

43. *Ibid.*

44. Ivi, p. 25.

45. *Ibid.*

46. Ivi, p. 23.

strettamente connessi – in un processo di perenne “rincorsa” e retroazione – con le potenzialità del corpo umano. Con la fotografia

la mano si vide per la prima volta scaricata delle più importanti incombenze artistiche, che ormai venivano ad essere di spettanza dell'occhio che guardava dentro l'obiettivo. Poiché l'occhio è più rapido ad afferrare che non la mano a disegnare, il processo della riproduzione figurativa venne accelerato al punto da essere in grado di star dietro all'eloquio. L'operatore cinematografico nel suo studio, manovrando la sua manovella, riesce a fissare le immagini alla stessa velocità con cui l'interprete parla. Se nella litografia era virtualmente contenuto il giornale illustrato, nella fotografia si nascondeva il film sonoro<sup>47</sup>.

Questo brano è indicativo di un modo di ricostruire la storia dei processi in maniera che caratteristiche umane, innovazione tecnologica, suoi usi sociali, modificazioni nel quotidiano, nell'ambito esperienziale, negli stili e nei ritmi di vita e modalità di comunicazione non vengano mai scissi, evidenziando la costante retroazione degli uni sugli altri, i costanti e continui aggiustamenti all'ambiente: un processo sistemico continuo, che si compone di tratti sociali, comunicativi, culturali, biologici<sup>48</sup>.

Un esempio di questo stile *ecologico* è nel saggio su Baudelaire:

Comincia una serie di innovazioni tecniche che hanno in comune il fatto di sostituire una serie complessa di operazioni con un sol gesto brusco. [...] Fra i gesti innumerevoli di azionare, gettare, premere eccetera è stato particolarmente grave di conseguenze lo “scatto” del fotografo. Bastava premere il dito per fissare un evento per un periodo illimitato di tempo. [...] A esperienze tattili di questo genere si af-

47. Ivi, p. 21.

48. Esiste una lunga tradizione di *determinismo tecnologico* che mette in primo piano il succedersi delle tecniche e delle tecnologie della comunicazione e modella la scansione del processo storico sulle tappe dell'evoluzione tecnologica, mettendo l'accento sull'avvicinarsi dei diversi medium. Questo modo di raccontare la storia ricerca i legami tra la tecnologia della comunicazione dominante in un'epoca – secondo modalità in qualche modo “inscritte” nelle nuove tecniche e tecnologie – i tratti essenziali della società, e i cambiamenti nei comportamenti e nei processi (cognitivi, espressivi, comunicativi) individuali e collettivi.

Esiste, poi, un altro modo di guardare allo sviluppo tecnologico. È quello di chi si interroga – come fa ad esempio Morin (in *La Culturanalisi*, in *Sociologia della Sociologia*, cit., pp. 211-7) – sul movimento di “passaggio” di un “messaggio culturale” dall'epifenomenicità alla generatività, da fenomeno accessorio a impulso dinamico: per esempio del passaggio dal sogno, al mito, alla ricerca scientifica e a quella applicativa: quell'itinerario che conduce dal sogno – dalla fantasia di «volare come uccelli» – al mito di Icaro, e da questo agli studi sul volo di Leonardo fino all'industria aeronautica. Per questo tipo di impostazione i problemi, i bisogni, i comportamenti che l'innovazione tecnologica mette in luce si erano già espressi, ed operavano nelle soggettività e nella vita sociale, indirizzando le direzioni, gli usi e le destinazioni della ricerca e dell'innovazione tecnologica stessa. Quella qui offerta dal brano di Benjamin sembra essere, invece, una ipotesi del processo di cambiamento che supera l'uso dei concetti di “causa-effetto” tra tecnologia, società e cultura.

fiancavano esperienze ottiche, come quelle che suscita la maggior parte degli annunci in un giornale, ma anche il traffico delle grandi città. [...] Così la tecnica sottoponeva il sensorio dell'uomo a un training di ordine complesso. Venne il giorno in cui il film corrispose a un nuovo e urgente bisogno di stimoli. Nel film la percezione a scatti si afferma come principio formale. Ciò che determina il ritmo della produzione a catena, condiziona, nel film, il ritmo della ricezione<sup>49</sup>.

L'arte contribuisce a questo processo in maniera significativa: «uno dei compiti principali dell'arte è stato da sempre quello di generare esigenze che non è in grado di soddisfare attualmente. La storia di ogni forma d'arte conosce periodi critici in cui questa determinata forma mira a certi risultati, i quali potranno per forza essere ottenuti soltanto ad un livello tecnico diverso»<sup>50</sup>. Ad esempio, le opere dadaiste erano inutilizzabili come oggetti di rapimento contemplativo. I loro autori avevano iniziato, con i mezzi della produzione, quel processo di annientamento dell'aura che si compirà con l'avvento della riproduzione. «Il Dadaismo cercava di ottenere con i mezzi tecnici della pittura (oppure della letteratura) quegli effetti che oggi il pubblico cerca nel cinema»<sup>51</sup>.

L'altro saggio di Benjamin che vorremmo ricordare è *L'autore come produttore*<sup>52</sup>, testo di un discorso del 1934 che si inserisce nel dibattito sull'arte progressista e di tendenza ed invita a riflettere sulla posizione dell'opera e dell'autore nei rapporti di produzione. La posizione dell'autore nei processi produttivi muta in relazione alla sua capacità di comprendere il suo rapporto con i mezzi di produzione, di rielaborare e ripensare il suo lavoro e la sua *tecnica*, e di intraprendere azioni miranti a sottrarli alla classe dominante. Il compito dell'autore è quello di conferire al suo lavoro un carattere paradigmatico, che avvii alla produzione di altri produttori e metta a loro disposizione un apparato migliorato. Egli deve agire, inoltre, sulla *tecnica letteraria*, vista come agente della «funzione che ha l'opera all'interno dei rapporti letterari di produzione di un'epoca», nei confronti dei quali può rappresentare un progresso o un regresso.

Opere e autori vanno considerati a partire da quanto e come essi abbiano contribuito alla «produzione di altri produttori» e al mutare degli apparati. Benjamin considera questi ultimi tanto migliori quanto più sono in grado di operare la «trasformazione di lettori o spettatori in collaboratori»: processo che – egli lo ricorda, citando se stesso nel brano sul giornale<sup>53</sup> – si svolge abitualmente all'interno del sistema dell'industria culturale.

49. W. Benjamin, *Di alcuni motivi in Baudelaire*, in *Angelus Novus*, Einaudi, Torino 1962, p. 111.

50. Benjamin, *L'opera d'arte*, cit., p. 42.

51. *Ibid.*

52. W. Benjamin, *L'autore come produttore*, in *Avanguardia e Rivoluzione. Saggi sulla letteratura*, Einaudi, Torino 1973.

53. Ora in W. Benjamin, *Schriften*, Frankfurt am Main 1955, I.

Nel giornale sono presenti in una "confusione letteraria" tutti i generi: «scienza e belletristica, critica e produzione, cultura e politica». Esso non ha altra «forma di organizzazione fuorché quella che gli impone l'impazienza del lettore». Ma, soprattutto, questo «imponente processo di rifusione [...] non supera soltanto le divisioni convenzionali tra i generi, tra scrittore e poeta, fra ricercatore e divulgatore, ma sottopone a una revisione persino la separazione fra autore e lettore»<sup>54</sup>.

L'«impazienza del lettore» – che per Benjamin è quella «dell'escluso che crede di aver diritto a prendere parola in difesa dei propri interessi» – viene sfruttata dalle redazioni «dedicando sempre nuove colonne alle sue domande, opinioni, proteste».

E, «in verità il lettore è sempre pronto a diventare scrittore, e cioè a descrivere o anche a prescrivere. La sua competenza – e sia pure non per una certa specialità ma solo per il posto che occupa – gli consente di diventare autore [...]. In breve, è la letterarizzazione dei rapporti vitali che riesce a dominare le altrimenti insolubili antinomie, ed è sul terreno della sfrenata umiliazione della parola – e cioè sul giornale – che si prepara la sua salvezza»<sup>55</sup>.

Nella confusione e rifusione dei generi letterari e delle divisioni convenzionali fra generi e figure professionali, il giornale ha avviato, insomma, il processo di *presa di parola dei lettori*. Il tema è ripreso in *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, dove si nota come la situazione storica dell'attività letteraria precorra la "pretesa" di «ogni uomo contemporaneo [...] di venir filmato»<sup>56</sup>.

Già nell'industria culturale "classica", gli osservatori attenti come Benjamin notavano come le interrelazioni e le retroazioni fra produzione e consumo – il processo per cui l'interrelazione fra soggetto e oggetto si riflette, attraverso mediazioni e relazioni sociali, nelle interrelazioni fra i sistemi della produzione e quelli del consumo<sup>57</sup> – fossero tali da stimolare l'«impazienza dell'escluso» fino al punto di spingerlo a *prendere parola*. Si precorreva e preparava, così, quell'*interattività*, quella *capacità di intervento* del consumatore, messe oggi definitivamente in luce dalle innovazioni dell'elet-

54. Benjamin, *L'autore come produttore*, cit., p. 204.

55. *Ibid.*

56. Benjamin, *L'opera d'arte*, cit., pp. 35-6.

57. Per K. Marx, nell'introduzione a *Per la critica dell'economia politica* (ora ne *Il Capitale*, I, Einaudi, Torino 1975, pp. 1150-1), mentre la produzione produce l'oggetto del consumo, il modo di consumo, l'impulso al consumo, quest'ultimo è produttore di nuovi bisogni, crea nuova produzione e attualizza, completa, dà *finish* al prodotto: «solo nel consumo il prodotto diviene un prodotto effettivo». Inoltre, il consumo «pone idealmente l'oggetto della produzione come immagine interiore, come impulso e come scopo. Esso crea gli oggetti della produzione in forma ancora soggettiva».

tronica, dell'informatica, della telematica, che richiedono esplicitamente la cooperazione dell'utente e gli permettono una reale interazione con la fonte: mutamento qualitativo e non soltanto quantitativo dell'interazione che ha portato alla ribalta degli studi un fenomeno che – almeno nella più diffusa letteratura – sembrava cancellato dall'unidirezionalità dei media "storici".

Vorremmo concludere questa breve ricognizione con un'ultima lettura da Adorno, che ci sembra particolarmente importante anche perché illumina le diagnosi e le prospettive francofortesi di una luce meno "cupa" di quella diffusa dalla più comune letteratura.

Per l'Istituto, e specialmente per Adorno, la *vera arte* è – con una definizione mutuata da Stendhal – una *promesse de bonheur*, l'espressione dell'interesse legittimo dell'uomo per la propria felicità futura. Essa è sempre, in qualche modo, *negativa*, critica verso lo stato di cose presente. La sua armonia utopica conserva un elemento di protesta contro le pressioni delle istituzioni dominanti e, anche là dove l'armonia estetica è insufficiente, questa frattura rappresenta l'espressione delle fratture e delle scissioni storico-sociali. Nella riconciliazione di forma e contenuto, funzione ed espressione, elementi soggettivi e oggettivi – per quanto *falsa* in un senso – essa offre una anticipazione di una società e di un mondo *Altri*: la sua pretesa di trascendere la società è, in qualche modo, *vera*.

L'arte è una *promessa di felicità* che rimanda a un *Altro*<sup>58</sup>, l'esigenza di felicità che rivela e risveglia è una esigenza critica nei confronti della società. A questa concezione si lega il più profondo dei motivi di critica dell'industria culturale. Nella cultura di massa la *promesse de bonheur*, la visione dell'*altra* società è sistematicamente eliminata, l'elemento negativo e critico della vera arte è scomparso. La cultura prodotta nell'industria culturale è una cultura *affermativa*. In essa la *castrazione* coincide con la messa in atto del «rituale di Tantalo»: alla promessa di liberazione unisce la sua negazione ascetica.

In realtà, però, anche nei momenti di maggiore pessimismo, di solito non manca, nell'analisi francofortese sulla cultura e sulla società, una precisazione dialettica.

Nell'articolo su Thorstein pubblicato nel 1941 negli *Studies in Philosophy and Social Science*, Adorno affronta proprio il problema del consumo, attaccando il concetto vebleniano di «spreco vistoso» per la sua superficialità dialettica. «La parvenza è dialetticamente riflesso della verità; chi non

58. Gli esponenti della scuola di Francoforte non specificano né descrivono l'«Altro». Tale atteggiamento può essere ricondotto alla comune estrazione ebraica – religione che vieta di nominare e rappresentare Dio – ma soprattutto alla posizione filosofica che descrive l'impossibilità di prefigurare l'«Altro» a partire dagli attuali rapporti politico-economici.



lascia spazio alla parvenza ne diviene propriamente la vittima, perché con i detriti sacrifica anche la verità che non si manifesta se non in essi»<sup>59</sup>.

I feticci delle merci sono, insieme, proiezioni di rapporti umani incompresì e «divinità chimeriche che rappresentano ciò che non si esaurisce nello scambio, pur essendo esse stesse scaturite dal dominio»<sup>60</sup>, e il desiderio distorto del riconoscimento di status contiene un elemento critico, prima di tutto nella sua esigenza di felicità reale: «la felicità, che l'uomo concretamente trova – scrive Adorno – non è separabile dal consumo vistoso. Nessuna felicità che non prometta di appagare il desiderio socialmente costituito, ma neanche nessuna felicità che, in questo appagamento, non prometta l'Altro»<sup>61</sup>.

Una tale esigenza di felicità implica necessariamente una componente sociale. «Persino al feticista della merce, che è divenuto schiavo sino all'ossessione del consumo vistoso, tocca la sua porzione di verità che è nella felicità. Nel mentre egli rinnega la propria felicità vera e la surroga tramite il prestigio delle cose [...] svela nolente il mistero che è racchiuso in ogni dispendio e in ogni ostentazione: che non si dà nessuna felicità individuale che non racchiuda in sé virtualmente quella della società intera»<sup>62</sup>. Si delinea, così, una valenza «critica» del consumo, in qualche modo analoga a quella dell'arte. Il sistema di industria culturale è sicuramente orientato alla promozione del consumo, rimanda le sue promesse di piacere al piacere del consumo, lega i suoi profitti alla pubblicità delle merci e all'aumento dei consumi. Può, quindi, rivelare e risvegliare quell'*esigenza di felicità* che è alla base del consumo e che – per quanto inappagata e inappagabile e proprio perché inappagata e inappagabile, nel consumo come nella società – rappresenta l'elemento di *verità* di comportamenti e bisogni per altri versi *falsi*, un elemento di protesta che rimanda inevitabilmente all'Altro<sup>63</sup>.

59. T. W. Adorno, *L'attacco di Veblen alla cultura*, in *Prismi. Saggi sulla critica della cultura*, Einaudi, Torino 1972, p. 77.

60. Ivi, pp. 77-8.

61. Ivi, pp. 79-80.

62. Ivi, p. 80.

63. Per altri versi anche in *Tipi di comportamento musicale* (ora in *Introduzione alla sociologia della musica*, cit., p. 24) Adorno individua valenze critiche nelle modalità più degradate di consumo musicale: «sarebbe infine insufficiente voler ricondurre i vari tipi, e la preminenza in essi del tipo dell'ascoltatore per passatempo, al concetto, così popolare nella massa, della massificazione. Nell'ascoltatore per passatempo, indipendentemente da ciò che v'è in lui di falso nel campo del vecchio e del nuovo, le masse non si uniscono nella rivolta contro una cultura che viene loro occultata nella fase stessa dell'offerta. Il loro moto è un moto di riflesso, è il disagio della cultura diagnosticato da Freud che si rivolta contro di questa. In ciò è potenzialmente celato qualcosa di meglio, al modo stesso che in quasi ognuno dei tipi studiati sopravvive, per quanto degradata, l'aspirazione e la possibilità di un contegno umano nei confronti della musica e dell'arte in generale. Naturalmente sarebbe precipitato equiparare senz'altro tale contegno verso l'arte a un contegno integro nei confronti della realtà. La condizione antagonistica del tutto si esprime nel fatto che anche atteggiamenti giusti in sede musicale potrebbero portare a frutto, mediante la loro posizione nel tutto sociale, aspetti disastrosi».

## 4.3

## Un sistema uno e molteplice. Edgar Morin

L'approdo alla «esigenza di felicità» nel consumo e alle sue «promesse di felicità» ci permette di introdurre un altro autore, Edgar Morin – diverso e completamente estraneo alla tradizione francofortese – nel quale il tema della ricerca della felicità nella cultura di massa è fortemente presente: «la cultura di massa traccia una figura particolare e complessa della felicità insieme proiettiva e di identificazione. In essa la felicità è mito, ossia proiezione immaginaria di archetipi di felicità, ma nello stesso tempo è idea-forza, ricerca vissuta da milioni di adepti»<sup>64</sup>. Una generalizzata condizione di ricerca della felicità che implica, ancora una volta, una componente sociale: «la vita non può consumare tutto, né la società dei consumi può né potrà dare tutto. Anzi, essa toglie mentre dà». Lo sviluppo dei consumi immaginari provoca un accrescimento dei bisogni reali, della domanda di beni<sup>65</sup> e sviluppa nuovi comportamenti<sup>66</sup>. Bisogni, beni e comportamenti anch'essi sempre più permeati di immaginario: «la crescita economica si impernia in un senso che, solo un secolo fa, sarebbe parso incredibile: nel senso di rendere concreto l'immaginario»<sup>67</sup>.

La «dialettica circolare» della cultura di massa soddisfa per procura immaginaria i bisogni della vita, ma nello stesso tempo li stimola. Mentre rende fittizia una parte della vita dei consumatori – lasciando «i doppi» liberi e sovrani a vivere al loro posto, a consolarli della vita che manca, a distrarli dalla vita che conducono – procura in forme fittizie ciò che non può essere consumato praticamente. Nello stesso tempo, i bisogni insoddisfatti «irrigano i grandi voli immaginari dell'azione e dell'avventura»; «i doppi» spingono all'imitazione, danno l'esempio della *ricerca della felicità*.

Se la cultura di massa integra un gran numero di individui, là dove gli sviluppi economici e sociali le forniscono un terreno fertile, da questa integrazione sono, però, inevitabilmente esclusi tutti «quelli che sono materialmente troppo poveri o oniricamente (spiritualmente) troppo ricchi». Tutti coloro, insomma, che non possono «adattare una parte dei loro sogni alla realtà, una parte della realtà ai loro sogni». In questo caso «la cultura di massa diviene, non più agente di adattamento, ma fermento di inadattamento». Ma, che la sua dialettica subisca o generi perturbazioni, essa co-

menti giusti in sede musicale potrebbero portare a frutto, mediante la loro posizione nel tutto sociale, aspetti disastrosi».

64. E. Morin, *L'industria culturale*, il Mulino, Bologna 1963, p. 133.

65. Ivi, pp. 135-6.

66. Ivi, pp. 185-8.

67. Ivi, p. 186.



munque «introduce e diffonde al di fuori del proprio sistema funzionale, cioè sull'insieme del pianeta, i grandi modelli della vita nuova»<sup>68</sup>.

Se, però, introduciamo Morin in questa trattazione è soprattutto perché in lui il concetto di sistema – che abbiamo visto essere una componente fondamentale della definizione francofortese dell'industria culturale – rappresenta il *Leit-motiv* di tutto il percorso di ricerca. E, lo si sarà notato, la lettura dei francofortesi nelle pagine precedenti è stata fortemente orientata dalla ricerca dei possibili punti di contatto fra la loro descrizione dell'industria culturale e il più tardo pensiero moriniano.

Ovviamente, a fronte delle somiglianze che abbiamo potuto accennare, intercorrono fra i francofortesi e l'autore francese importanti differenze. Se per i primi nel sistema di industria culturale si sviluppa una dialettica fra essenza e apparenza per cui, sotto apparenti differenze, persiste una unità di fondo (che è quella del dominio del sistema sugli individui), per Morin esso è realmente «uno e molteplice», «uno e diverso». La compresenza degli opposti – che per i francofortesi è un principio critico e dialettico, ma sempre anche una testimonianza *negativa* della scissione e della frattura del tutto sociale – si trasforma in Morin in un principio organizzativo. Il sistema vive, cresce, si difende e cambia grazie alla compresenza di principi opposti, grazie agli antagonismi, e alle forze del disordine che turbano – ma insieme stimolano – le capacità auto-organizzative.

Ci sono notevoli aspetti di continuità fra il Morin de *Il cinema o l'uomo immaginario* (1956)<sup>69</sup>, de *I Divi* (1957)<sup>70</sup> e de *L'Esprit du temps* (1962, tradotto in italiano come *L'Industria Culturale*) e quello del *Paradigma Perduto*<sup>71</sup> o del *Metodo*.

Egli li rivendica nell'introduzione all'edizione del 1977 de *Il cinema o l'uomo immaginario*: «per me il cinema risvegliava l'interrogativo chiave di ogni filosofia e di ogni antropologia: cos'è quella cosa che chiamiamo spirito, se pensiamo alla sua attività, e cervello, se lo concepiamo come organo-macchina? Qual è la sua relazione con la realtà esterna, essendo dato che ciò che caratterizza l'*homo* non è tanto che sia *faber*, fabbricante di strumenti, e *sapiens*, razionale e "realista", ma che sia anche *demens*, produttore di fantasmi, miti, ideologie, magie? Questo libro partiva dal doppio mistero della realtà immaginaria del cinema e della realtà immaginaria dell'uomo. Il mio scopo non poteva essere soltanto quello di esaminare il cinema alla luce dell'antropologia; era anche quello di esaminare l'*anthropos* alla luce del cinema; e queste due luci sono entrambe tremule e incerte. Era

quindi necessario illuminare l'una con l'altra in un ininterrotto processo a spirale. [...] Allora non sapevo che questo modo di procedere era un metodo; mi ci sono voluti vent'anni per dare una formulazione teorica e paradigmatica a ciò che di fatto praticavo spontaneamente»<sup>72</sup>.

Una delle caratteristiche di questo metodo *inconsapevole* è il rifiuto del pensiero disgiuntivo, oppositivo su cui si fonda la dialettica, sostituito dall'attenzione alle relazioni complesse che le componenti di un sistema intrattengono tra loro. «Rifiuto la superba alternativa: da una parte il cinema è un'industria, cosa che esclude l'arte, e, dall'altra parte, un'arte, cosa che esclude l'industria»<sup>73</sup>. Arte e industria sono, nel cinema in relazioni che – nel suo linguaggio più tardo – sono definibili di *complementarità* (perché sempre le parti di un sistema sono *organizzate* in maniera complementare fra di loro e con il tutto) ma anche di *concorrenza* e *antagonismo* (poiché, per il necessario mantenimento delle differenze fra un elemento e l'altro, ogni relazione organizzativa produce antagonismo e concorrenza, mentre e *perché* produce complementarità)<sup>74</sup>.

Altro tema fondamentale nel pensiero moriniano, anticipato nel lavoro sul cinema, è la consapevolezza dell'interdipendenza dei sistemi, dell'inserimento di un sistema nell'altro e dell'inserimento di tutti nell'ecosistema.

Resta il problema di collocare socialmente il cinema. Anche qui domina un'alternativa disgiuntiva. O il cinema è chiuso in se stesso e diventa un'entità ermetica che risponde solo alle sue proprie regole e leggi, oppure il cinema è quasi dissolto per diventare puro e semplice riflesso della società. Il cinema è un prodotto relativamente autonomo, ma come ogni fenomeno autonomo può rendersi tale solo grazie all'ecologia socio-culturale che interviene nella sua organizzazione. Il problema è quello di cercare di concepire il tipo di articolazione e il circuito che si instaura fra il sistema aperto cinema e il sistema culturale, sociale, anch'esso dimensionale<sup>75</sup>.

Non ci dilungheremo sugli scritti di Morin, anch'essi troppo conosciuti per dover essere illustrati in questa sede. D'altra parte, almeno ne *L'Esprit du temps*, l'intento di Morin è quello di delineare una *fenomenologia sistematica* della cultura di massa, e dunque la sua analisi sembrerebbe esulare dal nostro argomento, l'industria culturale. Eppure, «le nozioni in apparenza elementari, quali la materia, la vita, il senso, l'umanità, corrispondono in realtà a qualità emergenti dei sistemi»<sup>76</sup>. Potremmo allora dire, in linguaggio

68. Per questo paragrafo, cfr. *ivi*, pp. 185-8 (corsivi nostri).

69. E. Morin, *Il cinema o l'uomo immaginario*, Feltrinelli, Milano 1982.

70. E. Morin, *Les Stars*, trad. it. *I divi*, Mondadori, Milano 1982.

71. E. Morin, *Paradigma perduto*, Bompiani, Milano 1974.

72. Morin, *Il cinema o l'uomo immaginario* (introduzione del 1977), cit., pp. 17-8.

73. *Ivi*, p. 20.

74. Cfr. Morin, *Il Metodo*, cit., pp. 152-62.

75. Morin, *Il cinema o l'uomo immaginario* (introduzione del 1977), cit., p. 21.

76. *Ivi*, pp. 137-8.

gio moriniano, che la cultura di massa rappresenta un'emergenza<sup>77</sup> del sistema di industria culturale, non riconducibile strettamente a nessuna dei suoi comparti o settori, ma soltanto alla sua unità e diversità, complessità e organizzazione. Ed è, comunque, essa stessa un sistema: un insieme di parti – di sistemi – che sono in reciproca interrelazione. Il significato – ma anche le possibilità, il funzionamento, la posizione ecc. – di ogni sua componente nascono, appunto, dall'interrelazione e dal rapporto con l'insieme. Si renderebbe ragione, così, in qualche modo, della sensazione di *evaporazione* del concetto di cultura dalla definizione e dall'esame analitico dei settori e dei comparti che compongono il sistema dell'industria culturale, allorché abbiamo a che fare con le industrie cinematografiche, musicali, editoriali, televisive ecc.

E per Morin la cultura di massa è una *cultura* nel senso forte del termine, e cioè un dispositivo che permette di affrontare l'esistenza offrendo i quadri e le strutture che permettono di sentire e operare: «Essa costituisce un corpo di simboli, di miti e immagini concernenti la vita pratica e la vita immaginaria, un sistema di proiezioni e identificazioni specifiche, e si aggiunge alla cultura nazionale, alla cultura umanistica, entrando in concorrenza con loro»<sup>78</sup>. «La cultura di massa integra e al tempo stesso si integra in una realtà policulturale, si fa contenere, controllare, censurare (dallo Stato, dalla Chiesa) e, nello stesso tempo, tende a corrodere e disgregare le altre culture»<sup>79</sup>. Già nell'*Esprit*, Morin descrive le diverse culture, nelle diverse società, in rapporto di *complementarità*, *concorrenza*, *antagonismo*. Ma non può ancora ricondurre questi rapporti a una teoria sistemica, non può ancora collegare i processi di disgregazione con quelli di *organizzazione*<sup>80</sup>.

Quello che soprattutto ci interessa mettere in evidenza è il *metodo* che,

77. «Le emergenze, le qualità nuove, sono nello stesso tempo le qualità fenomeniche del sistema. Come ho detto sono indeducibili logicamente e irriducibili fisicamente (vengono perse se il sistema si dissocia). Ma in questo stesso fatto, esse costituiscono il segno e l'indice di una realtà esterna al nostro intelletto. Ritroviamo questa idea sul nostro cammino: il reale non è ciò che si lascia assorbire dal discorso logico, ma ciò che gli resiste. Qui ci sembra dunque che il reale non si trovi soltanto celato nelle profondità dell'"essere"; zampilla anche alla superficie di ciò che è, nel carattere fenomenico delle emergenze. [...] La natura è polisistemica. Dal nucleo all'atomo [...], dall'organismo alla società, si edifica una favolosa architettura sistemica. [...] Essa è concepibile soltanto introducendo la nozione di emergenza. [...] Le qualità emergenti salgono le une sulle altre, la testa delle une diviene i piedi delle altre, e i sistemi di sistemi di sistemi sono emergenze, di emergenze, di emergenze»: Morin, *Il Metodo*, cit., p. 142.

78. Ivi, p. 12.

79. Ivi, p. 67.

80. A. Abruzzese, *Prefazione*, in Morin, *Sociologia della sociologia*, cit., pp. 23-4: «A mio modo di vedere Morin, pur avendo descritto in gran parte della sua opera i meccanismi di contaminazione reciproca tra cultura d'élite e cultura di massa, non ha voluto trarne una teoria. Teoria che forse lo avrebbe potuto portare a concludere che quella terza cultura da lui attesa e desiderata è già da tempo in atto come risultato e processo di integrazione tra

seppure inconsapevole, emerge abbastanza distintamente ne *Il cinema o l'uomo immaginario*, ne *I Divi* e ne *L'Esprit du temps* e che – come Morin stesso rivendica – trova il suo “naturale” compimento nelle sue opere più tarde.

Un metodo autocritico e globale, in quanto «il metodo della totalità ingloba in sé il metodo autocritico, poiché tende non soltanto a cogliere un fenomeno nelle sue interdipendenze, ma anche a cogliere l'osservatore stesso nel sistema delle relazioni»<sup>81</sup>. Così il metodo autocritico sfocia naturalmente nel metodo della totalità: solo il ricercatore tagliato fuori dalla sua ricerca tende a isolarne l'oggetto, senza cercare di scorgere le interconnessioni che lo legano ad altri settori, alla complessità della struttura sociale e culturale<sup>82</sup>.

Per Morin il ricercatore rientra nell'ambito del fenomeno osservato e deve divenire egli stesso oggetto di osservazione.

Qualunque sia il fenomeno studiato, occorre innanzitutto che l'osservatore si studi, poiché l'osservatore o turba il fenomeno osservato, o vi si proietta in qualche misura. Qualunque cosa si intraprenda nel campo delle scienze umane, il primo passo da fare deve essere quello dell'autoanalisi, dell'autocritica. In quanto intellettuale alle prese con il problema della cultura, è in discussione innanzi tutto il mio concetto di cultura<sup>83</sup>.

L'oggettività va, pertanto, ricercata integrando l'osservato nell'osservazione: «La seguente proposizione di Claudel è vera, benché il suo contrario sia egualmente vero: "l'uomo conosce il mondo, non per ciò che vi sottrae, ma per ciò che lui stesso vi aggiunge". La vera conoscenza dialettizza incessantemente il rapporto osservatore-osservato, "sottraendo" e "aggiungendo"»<sup>84</sup>.

C'è, inoltre, un altro aspetto rilevante, che Morin evidenzia ne *L'industria culturale*: la necessità di *fare e sentirsi parte* del fenomeno osservato. Così come il sociologo è parte integrante della società che osserva, lo stu-

cultura di massa e cultura d'élite e si dà, nel suo insieme, come cultura dei media. In quella zona enzimatica, che secondo Morin si definisce come base materiale dell'intero sistema culturale, andrebbero cioè definiti a loro volta, diacronicamente e sincronicamente, i momenti in cui ed i dispositivi mediante i quali, proprio a partire dalle avanguardie storiche, il gioco di potere tra le diverse culture viene egemonizzato dallo sviluppo tecnologico, sconvolge i rapporti tradizionali tra conservazione e creatività, impone nuovi modelli di conflitto e di governo (rispetto ai quali tanto l'"aspirazione" umanistica quanto lo "spontaneismo" della cultura di massa sono strutturalmente inadeguati).

81. Morin, *L'industria culturale*, cit., p. 16.

82. Ivi, pp. 16-7.

83. *Ibid.*

84. *Ibid.*

dioso dell'industria culturale e della cultura di massa è parte dell'industria culturale<sup>85</sup> e partecipa della cultura di massa.

Importa [...] che l'osservatore partecipi all'oggetto della sua osservazione: occorre in un certo senso amare il cinema, avere piacere ad introdurre una moneta in un juke-box, divertirsi con le macchine a gettone, seguire gli incontri sportivi, alla radio e alla televisione, canticchiare l'ultima canzonetta; essere un po' della folla, delle feste da ballo, dei capannelli di curiosi, dei giochi collettivi. Occorre conoscere il mondo senza sentirvisi estranei; divertirsi ad andare a zonzo sui grandi *boulevards* della cultura di massa<sup>86</sup>.

#### 4.4 Questioni di metodo

La critica del metodo e delle routine che portano alla costruzione scientifica ci riporta a temi che avevamo già trovato nei francofortesi. Ma con alcune, fondamentali, differenze. Per i francofortesi la realtà deve essere giudicata al "tribunale della ragione". Ma la ragione non esiste al di fuori della storia. La stessa *verità* non è immutabile: ogni epoca ha la sua, e nessuna di esse è al di sopra di ogni tempo. Contemporaneamente, negare l'assolutezza della verità significa cadere in un relativismo epistemologico ed etico. Una verità oggettiva esiste ed è conoscibile: «vero è tutto ciò che produce un cambiamento sociale nel senso di una società razionale». Ma, a questo punto, nasce ancora una volta il problema di che cosa si debba intendere per ragione, concetto che la teoria critica non cercherà mai di definire chiaramente<sup>87</sup>.

Le affermazioni di Morin – l'osservatore fa parte del sistema osservato, il sistema osservato fa parte dell'osservatore, il nuovo sistema osservatore/osservato deve divenire anch'esso oggetto di osservazione – preludono, invece, alla necessità di accedere a una *conoscenza della conoscenza*. Come scrive ne *Il Metodo*, «l'osservatore deve osservare se stesso osservando i sistemi e deve sforzarsi di conoscere la propria conoscenza»<sup>88</sup> alla «ricerca dell'articolazione, recondita e straordinaria, fra l'organizzazione della conoscenza e la conoscenza dell'organizzazione»<sup>89</sup>.

85. Oltre a essere un consumatore, egli è anche un produttore. È comunque inserito a qualche livello – da quello di semplice fornitore di contenuti, a quelli più specializzati e direttamente coinvolti negli apparati – nel processo produttivo industriale di cultura.

86. Morin, *L'industria culturale*, cit., p. 17.

87. Cfr. Jay, *L'immaginazione dialettica*, cit., pp. 88-93.

88. Morin, *Il Metodo*, cit., p. 185.

89. Ivi, p. 186.

Per affrontare una "conoscenza della conoscenza" occorre rinchiudere le relazioni fra i diversi sistemi – sistema indagante, sistema indagato, del sistema-ambiente che condividono e del sistema che essi, nel loro interrelarsi, costituiscono – e tradurle in termini sistemici. E non esiste un meta-punto di vista dal quale osservare la nuova totalità che si costituisce.

Il soggetto cosciente emerge con tutte le limitazioni e le insufficienze, gli egocentrismi e gli etnocentrismi che gli vengono dal costituire un elemento nel sistema familiare, urbano, professionale, sociale, nazionale, etnico<sup>90</sup>. La mente dell'osservatore, la sua teoria, la sua cultura e la sua società vengono intese come tanti involucri ecosistemici del sistema studiato.

#### L'oggetto conoscibile

si differenzia radicalmente dal concetto classico di oggetto. Questo rimandava o soltanto al "reale", o soltanto all'ideale. Il sistema rimanda al reale assai in profondità: è più reale, perché molto più radicato nella *physis* e ad essa connesso, del vecchio oggetto quasi artificiale nel suo pseudorealismo; nello stesso tempo rimanda assai in profondità alla mente umana, cioè al soggetto, esso stesso immerso culturalmente, socialmente, storicamente<sup>91</sup>.

L'ecosistema mentale-culturale del soggetto osservatore fa emergere il sistema-oggetto come concetto: non lo crea, ma lo coproduce e alimenta la sua autonomia relativa<sup>92</sup>.

Anche l'alternativa realismo/formalismo va ripensata in una prospettiva in cui questi termini si presentino in relazione di complementarità e antagonismo.

La riflessione sul sistema di industria culturale, il suo studio e la sua storia, vanno, quindi, affrontati a partire da «un principio di indeterminazione relativo alla determinazione del sistema nel suo contesto e nel suo complesso polisistemico»<sup>93</sup>.

Se è indispensabile operare distinzioni che consentono di categorizzare i sistemi (sistema, sottosistema, sovrasisistema, metasistema, ecosistema<sup>94</sup>), l'ideale sistemico non può risultare nell'isolamento e nella gerarchizzazione dei sistemi. «Le frontiere fra un sistema e l'altro variano a seconda dell'inquadratura, del taglio metodologico, dell'angolo della presa di visione che

90. «Ogni conoscenza, qualunque essa sia, presuppone una mente cosciente le cui possibilità e i cui limiti sono quelli del cervello umano, e il cui substrato logico, linguistico, informazionale, proviene da una cultura, dunque da una società *hic et nunc*»: Morin, *Il Metodo*, cit., p. 113.

91. Ivi, p. 182.

92. Ivi, pp. 184-5.

93. Ivi, p. 181.

94. Ivi, p. 179.

l'osservatore effettua sulla realtà sistemica considerata»<sup>95</sup> e – aggiungiamo noi – dalla sua “partecipazione” all'oggetto, poiché, in definitiva, la propensione a obliterare i tratti individuali di un oggetto è direttamente proporzionale alla distanza emotiva dell'osservatore.

Sistema è ciò che un osservatore considera dal punto di vista della sua autonomia e delle sue emergenze (nascondendo con ciò stesso le dipendenze che, sotto un altro angolo, lo definirebbero come sottosistema). Sottosistema è ciò che un osservatore considera dal punto di vista della sua integrazione e delle sue dipendenze<sup>96</sup>.

*Un sistema è, in definitiva, una astrazione della mente:* dipende dalla realtà fisica, rimanda ad essa, ma dipende altrettanto dalle strutture della mente umana, è elaborato attraverso categorie mentali e logiche, dipende dal contesto sociale e culturale in cui il ricercatore si è formato, in cui effettua la sua osservazione, e sfugge sempre, da qualche lato, all'osservatore.

Vi è dunque sempre, nell'estrazione, nell'isolamento, nella definizione di un sistema, qualcosa di incerto e di arbitrario: vi sono sempre decisione e scelta<sup>97</sup>.

Unica guida in questo esercizio di arbitrio è un «principio artistico», o una sapienza artigianale («l'arte di un abile macellaio», scrive Morin) che consenta di “sezionare” i sistemi «seguendo il tracciato delle articolazioni»<sup>98</sup>.

Inoltre, in ogni sistema, il tutto retroagisce in quanto totalità organizzata sulle parti: nuove “qualità” e possibilità emergono o vengono represses in ciascuna delle sue componenti.

Il problema dell'unità e della diversità viene generalmente affrontato dando rilievo ai *vincoli* che un sistema impone alle sue componenti: «si ha sistema proprio allorché le sue componenti non possono adottare tutti gli stati per esse possibili»<sup>99</sup>.

Ma, se ogni organizzazione presenta differenti gradi di subordinazione per le sue componenti, i progressi della complessità dell'organizzazione si fondano sulle “libertà” degli individui che costituiscono il sistema. E l'organizzazione non impone soltanto vincoli; essa crea altrettanto *emergenze*<sup>100</sup>: proprietà «il cui fascio è appunto chiamato vita, impregnano di sé il tutto in quanto tale e retroagiscono sulle parti in quanto tali»<sup>101</sup>.

95. *Ibid.*

96. *Ivi*, pp. 179-80.

97. *Ibid.*

98. *Ibid.*

99. *Ivi*, pp. 144-5.

100. *Ivi*, pp. 136-43.

101. *Ivi*, pp. 137-8.

Il «postulato implicito o esplicito di ogni sociologia umana è che la società non potrebbe venir considerata la somma degli individui che la compongono, costituendo invece un'entità dotata di qualità specifiche»<sup>102</sup>. Anche lo studio dell'industria culturale non può mancare di tenere conto dei vincoli e delle emergenze che si impongono e si creano nei diversi sistemi che compongono la sua unità – dagli individui (con la loro complessità biologica e sociologica, che «comporta diversi livelli di organizzazione, di essere, di esistenza», di modo che, ciò che pur è «fondamentalmente uno», «diventa molteplice, dissociato e, al limite, antagonista a se stesso»<sup>103</sup>), agli apparati, ai diversi linguaggi, mezzi, sistemi di rappresentazione, storie e tradizioni (iconografica, letteraria, cinematografica ecc.) – nelle relazioni complementari, concorrenti, antagonistiche che intrattengono. Vincoli ed emergenze che impediscono un procedimento sommatorio (letteratura, più cinema, più radio, più televisione ecc.) e che rendono difficile anche la scomposizione del sistema, e dei sottosistemi che lo compongono, in parti indagabili separatamente<sup>104</sup>.

Il paradosso del sistema è che può essere scomposto in elementi separati, ma allora la sua esistenza stessa si scompagina<sup>105</sup> e con essa si dileguano le proprietà emergenti il cui insieme è la vita, lo spirito, la prerogativa del sistema. Ma, ciononostante, per essere indagato, deve essere scomposto.

La scomposizione di un sistema – allora – sta al suo studio un po' come l'anatomia sta alla medicina. Il corpo vivente è, per definizione, inattingibile. Certo, si può sezionare il cadavere: ma come risalire dal cadavere, intaccato dai processi della morte, alle caratteristiche dell'individuo vivente<sup>106</sup>?

Questo esercizio *anatomico* deve – allora – essere affiancato da altre forme e modalità di conoscenza, capaci di decifrare la connessione profonda

102. *Ivi*, p. 138.

103. *Ivi*, pp. 163-4.

104. «La semplificazione isola, cioè nasconde la natura relazionale consustanziale al sistema [...]. La semplificazione reifica, cioè nasconde la relatività delle nozioni di sistema, sottosistema, sovrastema ecc. La semplificazione dissolve l'organizzazione e il sistema. È certo necessario conoscere anche i principi *semplici* di interazione da cui conseguono innumerevoli combinazioni, ricche e complesse. [...] Accontentarsi di questo tipo di spiegazione significa però scantonare la complessità di partenza (il gioco ordine/disordine/interazioni) e la complessità di arrivo: l'organizzazione complessa di tali combinazioni di sistemi di sistemi di sistemi. Conoscere la vita non significa soltanto conoscere l'alfabeto del codice genetico [...]. La letteratura non è soltanto la grammatica e la sintassi, è Montaigne, è Dostoevskij»: *ivi*, p. 186.

105. *Ibid.* Cfr. anche Stazio, *Per una storia dell'industria culturale*, cit., p. 9.

106. Cfr. C. Ginzburg, *Spie. Radici di un paradigma indiziario*, ora in *Miti, emblemi, spie. Morfologia e storia*, Einaudi, Torino 1986, pp. 158-209. Ginzburg ripresenta l'opposizione fra paradigma galileiano e paradigma indiziario o semeiotico nelle scienze umane, con particolare riferimento alle discipline storiche. Cfr. anche Stazio, *Per una storia dell'industria culturale*, cit., pp. 64-5.

che spiega e lega i fenomeni superficiali. Esse sembrano fondere le nozioni di arte e scienza<sup>107</sup>, connettendosi a saperi pratici, tendenzialmente *muti* (nel senso che le loro regole si prestano con difficoltà ad essere formalizzate e dette), che si radicano nei sensi, eppure li scavalcano<sup>108</sup>. Come l'arte di un abile macellaio, appunto, o la semeiotica che – in medicina – guida la diagnostica.

Morin chiama in campo a questo fine la *sensibilità sistemica*<sup>109</sup> che è, in definitiva, qualcosa di analogo all'«orecchio musicale che percepisce le competizioni, le simbiosi, le interferenze, la sovrapposizione dei temi nella stessa fusione sinfonica, laddove una mente non educata riconoscerà un solo tema circondato da rumore»<sup>110</sup>.

In ultima istanza, allora, ciò che definiremo industria culturale – e i confini, la descrizione e la determinazione dei sottosistemi che comporranno questo sistema, le periodizzazioni che sapremo tracciare nella sua storia, la permanenza ed evidenza delle qualità emergenti – dipenderà dalla *sensibilità sistemica* che saremo capaci di mettere in campo. Essa, a sua volta, sarà direttamente proporzionale al talento e alle motivazioni, all'utilizzazione delle capacità e delle esperienze personali<sup>111</sup>, alla consapevolezza di fare – e alla capacità di sentirsi – parte del sistema indagato.

Ma queste forme di conoscenza sono conciliabili con l'ideale della razionalità e dell'oggettività scientifiche, con paradigmi che implicano la

107. Morin, *Il Metodo*, cit., p. 181.

108. Cfr. Ginzburg, *Spie. Radici di un paradigma indiziario*, cit.

109. *Ibid.* Vorremmo ricordare qui anche i concetti di *immaginazione* e *intuizione*, termini ambedue legati alla conoscenza; il primo come capacità di stabilire collegamenti tra le cose più remote (per F. Bacone essa è la facoltà di fare ogni sorta di «matrimoni e divorzi illegali» tra le cose), il secondo come forma di conoscenza *sui generis* di un oggetto e delle sue relazioni. C. Wright Mills (*L'immaginazione sociologica*, Il Saggiatore, Milano 1962, pp. 208-23) chiama in campo l'*immaginazione sociologica* che «consiste in gran parte della capacità di passare da una prospettiva all'altra, costruendo, nel corso di questo processo, una visione adeguata della società e dei suoi componenti». Un talento «combinatorio» che permette al ricercatore di associare ineditamente idee, saperi, discipline, prospettive (ma secondo logiche e regole non esplicitabili né, tantomeno, universalizzabili), alla cui base sono una «sportività mentale», un'«ansia di dare senso al mondo» che possono essere affinati ma non appresi. *L'immaginazione sociologica* va incontro a «immagini e nozioni vaghe», che possono apparire arbitrarie e imprecise, ma alle quali il ricercatore si deve attenere, «perché quella è la forma in cui quasi sempre si manifestano le idee originali, quando si manifestano», Ginzburg (*Spie. Radici di un paradigma indiziario*, cit.) si rivolge, invece, all'*intuizione* e alla *frasa*, termine tratto dal vocabolario sufi «che designava in generale la capacità di passare in maniera immediata dal noto all'ignoto, sulla base di indizi». La *frasa* è l'organo del sapere indiziario.

110. Morin, *Il Metodo*, cit., p. 181.

111. Wright Mills (*L'immaginazione sociologica*, cit.) riprende da altra angolazione la necessità dell'osservazione e capitalizzazione delle esperienze personali: una «fiducia ambigua» in esse e nel loro potenziale di guida e di controllo è indispensabile ad ogni riflessione sistemica. Cfr. anche Stazio, *Per una storia dell'industria culturale*, cit., p. 60.

quantificazione e la reiterabilità dei fenomeni?<sup>112</sup> In effetti, differenti *sensibilità* hanno tutte lo stesso diritto di cittadinanza.

Nel caso dell'industria culturale e della sua storia, poi, lo scontro tra modelli, paradigmi e stili di ricerca avviene in un campo decisamente partecolare. Le conoscenze necessarie ad affrontare la ricerca sull'industria culturale – e, a maggior ragione, la *storia dell'industria culturale*<sup>113</sup> – costituiscono un *sistema* in cui convivono concetti, categorie, modelli e teorie tratti da buona parte delle discipline in cui la tradizione, l'accademia, la convenzione e l'abitudine hanno segmentato e suddiviso gli studi umanistici, le scienze sociali e quelle umane. Ciò impone modalità di lavoro costellate da continue inferenze e capovolgimenti degli ordini disciplinari, basate sull'integrazione e manipolazione di sistemi valutativi diversi, sulla contaminazione di discipline e campi di studio differenti, sulla «traduzione» di tradizioni disciplinari eterogenee. Lo scontro avviene in un campo in cui non si può fidare su ipotesi complessive, su tradizioni disciplinari e teoriche «forti», data la carenza di riflessione complessiva sul funzionamento e la qualità del sistema dell'industria culturale e la zona di frontiera in cui questa riflessione si colloca<sup>114</sup>.

Ma il lavoro sull'industria culturale – che, nelle sue estensioni e interrelazioni, arriva a toccare un considerevole numero di problemi, discipline, argomenti, luoghi, storie – è impensabile al di fuori di una pratica di ricerca, oltre che multidisciplinare, collettiva. Dobbiamo immaginare, allora, questa pratica come la messa in atto delle condizioni ideali per quelli che

112. «L'indirizzo quantitativo e antiantropocentrico delle scienze della natura da Galileo in poi ha posto le scienze umane in uno spiacevole dilemma: o assumere uno statuto scientifico debole per arrivare a risultati rilevanti, o assumere uno statuto scientifico forte per arrivare a risultati di scarso rilievo. Solo la linguistica è riuscita, nel corso di questo secolo, a sottrarsi a questo dilemma, ponendosi perciò come modello, più o meno raggiunto, anche ad altre discipline», Ginzburg, *Spie. Radici di un paradigma indiziario*, cit.

113. «La storia è una disciplina che per sua tradizione e natura presuppone la disponibilità al rischio intellettuale dello studioso – capace di parlare e contaminare più linguaggi scientifici – e funge da campo di verifica per teorie e ipotesi formulate in altri ambiti. Nel caso dell'industria culturale il «poliglottismo» scientifico dello storico, la sua attitudine a praticare territori differenti, viene non soltanto messo a dura prova da una inusuale dimensione quantitativa e qualitativa, ma deve adoperare e «controllare» (tanto nel senso di *padroneggiare* che di *sottoporre a verifica*), oltre a concetti, categorie, modelli e teorie tratti dall'economia, dalla sociologia, dalla linguistica, dalla filosofia, dalla psicologia, dalla critica, anche l'apparato teorico e metodologico reso disponibile dalla ricerca sulle comunicazioni e la cultura di massa. Una *storia dell'industria culturale* – mentre nelle sue estensioni e interrelazioni, arriva a toccare un considerevole numero di problemi, discipline, argomenti, luoghi, storie – non può fidare su tradizioni, substrati disciplinari e teorici, su ipotesi complessive capaci di render conto del suo grado di complessità, poiché la carenza di riflessione complessiva sul funzionamento e la qualità del sistema dell'industria culturale e la zona di frontiera in cui si colloca questo lavoro, caricano di dubbi l'uso di ciascuno dei diversi approcci e delle diverse metodologie», cfr. Stazio, *Per una storia dell'industria culturale*, cit., pp. 11-2.

114. Cfr. *supra*.

Morin chiamerebbe *brodi di coltura*: «ambienti di fermentazione intellettuale dotati di un'autonomia relativa, nei quali si ha una accettazione delle devianze e delle trasgressioni nel dialogo e nell'antagonismo delle idee», che si creano «in condizioni di calore culturale e di crisi, con disgelo delle dottrine, libero esame, libera discussione, influenze multiple e grandi dispendi, sprechi, pasticci, chiacchiere»<sup>115</sup>. In un sistema della ricerca aperto a questo tipo di rischio intellettuale, lo scontro dell'unità con la diversità, dell'ordine con il disordine crea innovazione. Più ricca è la complessità, più aumenta il disordine più vi è possibilità e pericolo di crisi, ma nello stesso tempo maggiori sono le possibilità di superare la crisi, anzi di trarne vantaggio e di pervenire a una organizzazione ancora più ricca e complessa<sup>116</sup>.

L'oggettività e la razionalità della conoscenza scientifica dipendono, allora dal gioco complesso, contemporaneamente rivalitativo e comunitario, che si conduce nell'ambiente scientifico. Gioco rivalitativo perché, come dice Popper, la vitalità della scienza nasce da conflitti fra filosofie, postulati, ideologie, clan, persone. Ma questo gioco rivalitativo è davvero progressivo soltanto perché tutti i giocatori accettano e riconoscono una regola del gioco fondamentale, che è quella della verifica e della confutazione logica ed empirica<sup>117</sup>.

All'interno di questo «gioco rivalitativo» le diversità sono non soltanto ineliminabili, ma auspicabili.

L'azione delle differenze, delle opposizioni, degli antagonismi è il lievito di ogni sistema. Un sistema della ricerca che ne sia consapevole è in grado di mettere in atto una conflittualità aperta, curiosa e tollerante al suo interno, e di rendere più ampiamente ragione della complessità del suo oggetto di studio, perché è in grado di pensare in opposizione relativa e in complementarità termini e paradigmi prima antinomici<sup>118</sup>.

<sup>115</sup>. Morin, *Sociologia della sociologia*, cit., p. 79.

<sup>116</sup>. Per quanto riguarda la necessità di utilizzare due paradigmi e differenti approcci teorici e metodologici si noti che «una doppia ingiunzione contraddittoria che fa nascere una crisi morale, una crisi mentale, una crisi intellettuale; crisi che creano le condizioni della ricerca di una soluzione. Le poldeterminazioni favoriscono la riflessione e l'innovazione, l'ibridazione e le sintesi, i superamenti e i progressi», *ibid.*

<sup>117</sup>. Morin, *Sociologia della sociologia*, cit., p. 73. Cfr. anche *ivi*, pp. 101-3.

<sup>118</sup>. *Ivi*, p. 78. «Il dialogico è la conflittualità stessa, ossia la concorrenza e l'antagonismo delle tesi al fine di spiegare uno stesso fenomeno; e dal momento in cui la conflittualità accetta il dialogo, diventa stimolo dinamico al movimento delle idee, piuttosto che concludersi con la distruzione di un'idea o di una tesi mediante il dogma. L'attività dialogica è così il gioco e la regola del gioco che istituisce un'autonomia relativa della conoscenza e ne favorisce l'evoluzione».