

Per una storia della industria culturale

a cura di Marialuisa Stazio



CUEN

INDICE

Prefazione	p. 7
----------------------	------

Prima sezione - L'uomo, l'ambiente, la cultura

Introduzione	p. 15
Heinz von Foerster - Note per una epistemologia degli oggetti viventi	p. 21
Humberto Maturana - Strategie cognitive	p. 27
Walter Buckley - Teoria dei sistemi e antroposociologia	p. 29
Edgar Morin - Il sistema è un'astrazione della mente	p. 33
Humberto Maturana - Seduzione estetica	p. 35
Edgar Morin - Culturalalisi	p. 37
Jurij Lotman - La cultura come intelletto collettivo	p. 41
Abraham Moles - Cultura mosaico e pensiero occidentale	p. 45
Jurij Lotman, Boris Uspenskij - Il meccanismo semiotico della cultura	p. 49
Hans Blumenberg - Sguardo su una teoria dell'inconcettualità	p. 53
Gilbert Durand - Intellectus Sanctus	p. 57

Seconda sezione - Il tempo e la storia

Introduzione	p. 59
Lucien Febvre - A proposito di una forma di storia che non è la nostra	p. 67
Marc Bloch - Comprendere il passato mediante il presente	p. 71
C. Wright Mills - L'arte intellettuale	p. 73
Henri-Irénée Marrou - L'esistenziale in storia	p. 75
Raymond Aron - La decisione	p. 79
Fernand Braudel - I tempi della storia	p. 81
Niklas Luhmann - Evento, senso, azione	p. 85
Fernand Braudel - Storia inconsapevole e modelli	p. 89
Peter Burke - Storia, modelli e tipologie	p. 93
Norbert Elias - Danze Sociali	p. 97
Jacques Le Goff - Verso i documenti/monumenti	p. 99

Carlo Ginzburg - Spie. Radici di un paradigma indiziario	p. 103
--	--------

Terza Sezione - Un nuovo ambiente, una nuova cultura

Introduzione	p. 109
Theodor W. Adorno, Max Horkheimer - L'industria culturale	p. 115
Walter Benjamin - L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica	p. 119
Walter Benjamin - L'autore come produttore	p. 123
Theodor W. Adorno - Tipi di comportamento musicale	p. 127
Theodor W. Adorno - Impiego musicale della radio	p. 131
Paul Lazarsfeld, Robert K. Merton - Il ruolo sociale dell'apparato dei mass media	p. 135
Edgar Morin - Il pieno e il vuoto	p. 137
Edgar Morin - Visione Madre	p. 139
Marshall McLuhan - Il medium è il messaggio	p. 141

Quarta sezione - Produzione e consumi

Introduzione	p. 143
Niklas Luhmann - La comunicazione inverosimile	p. 151
Edgar Morin - Prima definizione di sistema	p. 155
Abraham Moles - Caratteristiche generali dei circuiti culturali	p. 159
Karl Marx - Produzione e consumo	p. 161
Pierre Bourdieu - Corrispondenza tra la produzione di beni e la produzione di gusti	p. 167
Umberto Eco - Le differenze dei codici	p. 171
Jesus M. Barbero - Memoria narrativa e industria culturale	p. 175
Roland Barthes - L'intertesto	p. 179
Paolo Fabbri - Regole di co-testo e regole di contesto: competenza comunicativa e regole sociolinguistiche	p. 181
Umberto Eco, Paolo Fabbri - Progetto di ricerca sulla utilizzazione dell'informazione ambientale	p. 187
Jurij Lotman - Creolizzazione della lingua	p. 193

Walter J. Ong - Trasformazione dei media: il libro parlato	p. 197
Louis Chevalier - La realtà della finzione	p. 201

Quinta sezione - Due o tre cose che so di lei...

Introduzione	p. 203
Claude Lévi Strauss - Ouverture	p. 215
Mircea Eliade - Degradazione dei miti	p. 219
Roland Barthes - Continente Perduto	p. 221
Lewis Mumford - Nel tempo remoto dei sogni	p. 223
Stephen Kern - Tempo e telefono	p. 227
Umberto Eco - Do your movie yourself	p. 229
Philippe Perrot - La circolazione delle mode	p. 233
Gilles Lipovetsky - Il potere della moda	p. 237
Marshall McLuhan - Pubblicità e democrazia	p. 241
Peter Burke - La rivoluzione commerciale	p. 243
Raymond Williams - L'artista romantico	p. 247
Alberto Asor Rosa - Lavoro astratto e lavoro concreto	p. 251
Norbert Elias - Romanticismo aristocratico	p. 255
Eric J. Hobsbawm - L'invenzione della tradizione	p. 259
Theodor W. Adorno - Mammuth	p. 263
Appendice bio-bibliografica	p. 265

TERZA SEZIONE

UN NUOVO AMBIENTE, UNA NUOVA CULTURA

INTRODUZIONE

Questa terza sezione è dedicata a segnalare alcune delle formulazioni che hanno segnato lo sviluppo degli studi sull'industria culturale di cui si tenterà di mettere in evidenza gli aspetti, secondo noi, più *produttivi*. È sicuramente la sezione più omogenea dell'intera antologia; in essa saranno presentati brani di esponenti della Scuola di Francoforte, rilevanti per una prima messa a fuoco della nozione di «*sistema dell'industria culturale*» e per la segnalazione della svolta storica che la riproducibilità tecnica segnò nell'ambito delle arti, della cultura, della comunicazione, della vita sociale e individuale; un brano di Lazarfeld e Merton che opera un ridimensionamento del potere sociale attribuito all'apparato dei mass media; due brani di Morin, per la loro impostazione socioantropologica, in cui bisogni e pulsioni della «zona oscura» qualificano il rapporto che si instaura fra il consumatore e i prodotti dell'industria culturale, nell'ambito di una «cultura di massa» intesa come totalità nella quale “precipitano” «cultura, civiltà e storia»; un brano di Marshall McLuhan con il suo richiamo a considerare i media non come “veicoli” di contenuti “buoni” o “cattivi” ma come potenti agenti di trasformazione dei rapporti sensoriali e conoscitivi.

A *L'industria culturale* - capitolo di *Dialettica dell'Illuminismo* dal quale è tratto il primo brano riportato nella sezione - risale, come si è accennato, tanto la denominazione del nostro oggetto di ricerca, quanto la sua definizione in termini di sistema.

Questo testo è una vera miniera di spunti, di osservazioni degne e suscettibili di approfondimenti e di un lavoro critico ulteriore.

Soltanto scorrendo il testo proposto troviamo importanti annotazioni sul peso degli apparati e sulla forza della loro organizzazione lavorativa e burocratica, sulla centralità del modo di produzione e del processo tecnico di lavoro, sull'astrattizzazione del lavoro del consumatore, ed infine osservazioni attinenti il ruolo e le funzioni della tecnologia e sul primato dell'organizzazione economico-sociale nel dirigerla e indirizzarla: una serie di aspetti

disponibili ad essere riletti come testimonianze e come indicazioni per l'indagine sul processo di industrializzazione della cultura.

Il secondo brano è di Benjamin, tratto da *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, testo entrato da tempo a far parte delle letture classiche e obbligatorie.

In questo brano si trovano osservazioni fondamentali per tutta l'impostazione del lavoro di ricerca storica sull'industria culturale: innanzitutto, la messa in luce della rilevanza epocale della riproducibilità tecnica, unita alla considerazione che l'avvento di tale riproducibilità era strettamente legato alle caratteristiche, ai desideri, ai "corpi" - mani, occhi, parole - degli uomini.

E un'altro aspetto del lavoro benjaminiano si vuole ricordare qui: quello che evidenzia il potenziale democratico della riproducibilità tecnica e del suo uso: una forza capace di liquidare vecchie forme di vita e di arte.

Ma 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 - è per Benjamin, in qualche modo, uno strumento neutro. Come uno strumento, essa è suscettibile di differenti usi: può offrire possibilità di esperienza e negarle, può affrancare e asservire. Se, dunque, l'efficacia liberatoria che egli le attribuisce può essere correttamente contestualizzata nella polemica antiintellettualistica e antiindividualistica che lo unì a Brecht e a una consistente parte della sinistra, nell'opera benjaminiana di questo processo vengono calcolati e indicati i guadagni, ma anche le perdite: essa racchiude un potenziale di democrazia e di libertà che dialetticamente induce a una "liquidazione" del peso, ma anche del conforto, «del valore tradizionale dell'eredità culturale».

Il secondo brano di Benjamin - *L'Autore come produttore* - suggerisce di affrontare lo studio di testi e autori a partire dai loro rapporti con i mezzi di produzione e dalla loro "tecnica", vista come agente della «funzione che ha l'opera all'interno dei rapporti letterari di produzione di un'epoca» ed offre una "direzione" nella quale indagare. La stampa ha imposto «un imponente processo di fusione e rinnovamento delle forme letterarie» mettendo in discussione le divisioni convenzionali fra generi, autori, figure professionali, fino alla «separazione fra autore e lettore». Opere e autori vanno, dunque, considerati a partire da quanto e come hanno contribuito alla «produzione di altri produttori», al mutare degli apparati e alla «trasformazione di lettori o spettatori in collaboratori»: processi che - lo stesso Benjamin lo ricorda, citando se stesso nel brano sul giornale¹ - si svolgono all'interno del sistema dell'industria culturale e nei suoi apparati.

La Scuola di Francoforte pur ritenendo necessaria la ricerca empirica ed, anzi, affidandole una funzione correttiva nei confronti delle categorie e delle teorie, ebbe sempre qualche difficoltà a praticarla - sia nell'ambito del lavoro dell'Istituto, che nelle collaborazioni esterne dei suoi membri. Questo anche perché - come Adorno esplicita in un passo del saggio da cui è tratto il quarto brano della sezione, *Tipi di comportamento musicale* - l'indagine

¹ ora in *Schriften*, Frankfurt am Main 1955, I.

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». Tale «primato» della teoria - se spesso è risultato intraducibile in ipotesi verificabili, almeno per quanto riguarda il nostro ambito di interesse - si fonda sulla convinzione che, più che misurare gli «effetti», sia importante considerare la qualità, la struttura e il «contenuto oggettivo a cui reagiscono i consumatori dell'industria culturale»².

A questa prima avvertenza il saggio affianca la considerazione che - se le tipologie di ascolto musicale, o più in generale le tipologie di fruizione, si basano sull'adeguatezza al testo - le fruizioni saranno più o meno adeguate a seconda dei testi e dei fruitori, introducendo nell'analisi un gioco fra molte dimensioni e componenti.

I tipi dell'«esperto», del «buon ascoltatore», dell'«ascoltatore emotivo», dell'«ascoltatore risentito», dell'«indifferente» e dell'«ascoltatore per passatempo» - categoria, quest'ultima, maggiormente diffusa dal punto di vista quantitativo - in relazione con le qualità e le quantità di musica ascoltate, delineano (pur senza individuarli e «dichiararli» esplicitamente) due sistemi: quello dell'offerta e quello della domanda musicali. 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.

Due sistemi, inoltre, nei quali una «totalità in se stessa antagonista» - il «tutto» sociale «con le sue scissioni» - si rispecchia in maniera non meccanica: non strettamente né immediatamente relativa alle stratificazioni socio-economiche.

L'Adorno del saggio immediatamente successivo, *Impiego musicale della radio*, ultimo brano della serie dedicata ai francofortesi, è molto diverso da quello della «*Dialettica dell'illuminismo*»: è singolarmente empirico e pragmatico, insolitamente «positivo» nel proporre impieghi musicali della radio che utilizzino le caratteristiche del mezzo.

La prima parte del saggio - qui omessa - mette in evidenza una serie di problematiche che si ripropongono ancor oggi ogni qual volta viene chiamato in causa l'impiego dei media per fini di «democratizzazione culturale»: le condizioni dell'ascolto «distratto» e, ancor più, l'irriducibilità e l'«intrasportabilità» di linguaggi e strutture al e nel flusso mediatico, l'inevitabile alterazione del loro senso e significato sociale.

La seconda parte, quella che abbiamo scelto di presentare, è tutta dedicata al senso nuovo che nel nuovo mezzo potrebbe acquistare la musica, se i suoi apparati sapessero e volessero riflettere su se stessi, sulle loro caratteristiche tecnologiche, sulle potenzialità offerte dall'elettronica per «liberare i mezzi tecnici dalla schiavitù della mera riproduzione» e l'arte meccanizzata dall'«onta» di «essere mero calco di un'altra cosa e dunque inautentica»³. E

² T.W. Adorno, *Scientific Experiences of a European Scholar in America*, in Fleming e Baylin (a cura di), *The Intellectual Migration: Europe and America. 1930-60*, Cambridge (Mass.) 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.

³ T.W. Adorno, *Il fido maestro sostituto. Studi sulla comunicazione della musica.*, Einaudi, Torino 1975, p. 263-4.

se, soprattutto, della perdita dell'«aura» - in luogo di passarla sotto silenzio, in una «reificata routine culturale» che falsa «spasmodicamente» le categorie dell'arte - si facesse un punto di partenza produttivo, poiché «solo la reificazione conscia di essere tale permette di prevedere una diversa possibilità»⁴.

Il testo di Lazarsfeld e Merton - *Comunicazione di massa, gusto popolare ed azione sociale organizzata*, da cui è tratto il brano intitolato *Il ruolo sociale dell'apparato dei mass media* - tratta delle funzioni e disfunzioni di quest'ultimo: l'apparato dei media può imporre norme sociali e conferire status alle questioni pubbliche, alle persone, ai movimenti, alle organizzazioni, ma tende a convertire la partecipazione attiva in conoscenza passiva e a promuovere il conformismo sociale.

Gli autori indicano, inoltre, le limitazioni che una struttura di proprietà e di controllo commercializzati impongono ai media e ne valutano le condizioni più idonee ad un impiego efficace.

In questo testo - peraltro fondamentale - abbiamo scelto il brano che ci sembra prestarsi meglio al nostro ragionamento sui media e sull'industria culturale innanzitutto per il ridimensionamento della valutazione generalmente accettata nel "senso comune" del ruolo e del potere dei media: «le questioni sociali basilari esigono ben più che una mera canalizzazione di atteggiamenti fundamentalmente preesistenti»; «richiedono, piuttosto, cambiamenti sostanziali di atteggiamento e di comportamento». «Il ruolo attuale dei mass media» - invece - «si limita per lo più a questioni sociali periferiche» poiché le idee «si possono evitare rimuovendole, si possono neutralizzare facendo loro resistenza, e si possono trasformare assimilandole».

Al contrario, è inevitabile soggiacere al potere di trasformazione delle strutture mentali esercitato dalle invenzioni legate al senso del tempo e dello spazio: medium senza messaggio che - direbbe McLuhan - sono messaggio.

Dall'opera di Morin dedicata alla cultura di massa [*Le Cinéma ou l'homme imaginaire* (1956); *Les Stars* (1957); *L'esprit du temps* (1962)] - sterminata "miniera" di suggerimenti, di spunti di ricerca e di indicazioni generali - sono stati estrapolati, con la precisa coscienza delle perdite che questo comportava, due brani.

Il primo osserva come il consumo sia legato a «contenuti essenziali» - che «sono quelli dei bisogni privati, affettivi (felicità, amore), immaginari (avventure, libertà) o materiali (benessere)»⁵ - e guarda al risvolto sociale di quella parte del «commercio fra l'uomo e i suoi "doppi"» che si svolge attraverso la cultura di massa. Il secondo si centra sulla qualità antropologica dei dispositivi attraverso i quali questo commercio si compie.

⁴ *ibidem*, p. 279.

⁵ Edgar Morin, *L'industria culturale*, cit., p. 161.

Il brano intitolato *Il pieno e il vuoto* - tratto da *L'esprit du temps* insiste - da un nuovo angolo visuale - sul carattere ambivalente della cultura di massa.

La sua capacità liberatoria e affermativa dei desideri e dei bisogni e, contemporaneamente, la potenzialità di integrazione, adattamento, atrofizzazione di slanci, aspirazioni, bisogni impraticabili - innestano una dialettica capace di modificare concretamente consumi e stili di vita e di diffondere modelli che, se aspirano al benessere, contemplanò anche la "ricerca della felicità", risvegliando esigenze critiche e perturbanti nei confronti dell'ordine sociale.

Quello che, in definitiva, ne risulta modificato è l'esistenza stessa: la qualità dell'esperienza, il suo senso, i fini, le mete per cui vivere.

L'azione della cultura di massa sul consumatore e la conseguente "reazione" di questi, relativamente a questa dinamica di profonda modificazione - se hanno certamente a che vedere con la sua situazione sociale, psicologica, economica e culturale - rimandano anche alla qualità e alla profondità del coinvolgimento che consumatore e "oggetto di consumo" sono capaci di attivare.

Il secondo brano è tratto da *Il cinema o l'uomo immaginario*. Il cinema è, per Morin, «un sistema che tende a integrare lo spettatore nel flusso del film, un sistema che tende a integrare il flusso del film nel flusso psichico dello spettatore»: unisce oggettivo e soggettivo, reale e irrealè, pensiero razionale e profondità "antropo-cosmologiche".

In questa dialettica appare tutta la sua «purezza antropologica», alla quale fa riscontro una problematica, ancora tutta antropologica, del consumatore, in cui personalità e individualità, bisogni e desideri si strutturano attraverso il «commercio con i doppi», le dialettiche del sè e degli altri, dei mondi soggettivo e oggettivo, dell'immaginario e del reale.

Ma, dall'antropologia si giunge alla considerazione della qualità di «prodotto storico e sociale» di ogni sistema di finzione e di consumo attraverso la considerazione che il cinema determina ed è determinato da visioni, risponde e corrisponde (mentre li genera) a bisogni che sono relativi a un determinato momento storico e culturale. La «zona oscura antropocsmologica», come Morin la definirà altrove⁶ si lega dunque, indissolubilmente, sistematicamente con la pratica sociale, i sistemi, i codici, i modelli culturali: è il nodo in cui avvengono gli scambi fra i diversi regimi.

L'ultimo brano della sezione è tratto da *Understanding Media* (1964) di Marshall McLuhan. «Il medium è il messaggio» sembra ormai essere divenuta quasi una frase fatta - degna di figurare in un aggiornato dizionario delle "idées reçues" - ma viene raramente pronunciata con il significato e il senso che McLuhan le aveva conferito. Questo è sicuramente il primo motivo della presenza di questo brano in antologia.

Il secondo risiede nell'importanza di questo concetto nel pensiero dell'autore e nel suo carattere di potente strumento di comprensione di mutamenti epocali di straordinaria portata

⁶ Edgar Morin, *Culturalanalisi*, cit., p. 214.

e delle dinamiche culturali, sociali, individuali che hanno caratterizzato tutto il regime dell'industria culturale.

Se i medium «caldi» prolungano, perfezionano un solo senso (udito, vista) - innestando, come Benjamin ha accennato, un processo di "rincorsa" della tecnologia per seguire e superare i ritmi, le capacità e le velocità del corpo umano - e veicolano un elevato grado di informazione, i medium «freddi» - di «bassa definizione» e dalla limitata quantità di informazioni - producono un effetto profondo su tutti i sensi.

Ma - più o meno profondamente, sinestesicamente, selettivamente - tutti i medium provocano un «mutamento di proporzioni, di ritmo e di schemi» nei rapporti uomo/ambiente, agiscono sulla percezione del tempo e dello spazio, cambiano la struttura del nostro mondo. La luce elettrica come la stampa, l'automobile come la radio, l'aereo come la televisione - modellando e trasformando ogni rapporto sensoriale e sociale - prima di ogni altra cosa ci hanno indotto a "ricostruire il mondo" e i parametri e le categorie per abitarlo, hanno «controllato e plasmato le proporzioni e la forma dell'associazione e dell'azione umana».