## Per una storia della industria culturale

a cura di Marialuisa Stazio



## INDICE

Prefazione	7
Prima sezione - L'uomo, l'ambiente, la cultura	•
Introduzione	15
Heinz von Foerster - Note per una epistemologia degli oggetti viventi p.	21
Humberto Maturana - Strategie cognitive	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	35
Edgar Morin - Culturanalisi	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	57
Seconda sezione - Il tempo e la storia	
Introduzione	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	73
Henri-Irénée Marrou- L'esistenziale in storia	75
Raymond Aron - La decisione	79
Fernand Braudel - I tempi della storia	81
Niklas Luhmann - Evento, senso, azione	85
Fernand Braudel - Storia inconsapevole e modelli	89
Peter Burke - Storia, modelli e tipologie	93
Norbert Elias - Danze Sociali	97
Jacques Le Goff - Verso i documenti/monumenti	99

Carlo Ginzburg - Spie. Radici di un paradigma indiziario p. 10	)3
Terza Sezione - Un nuovo ambiente, una nuova cultura	
Introduzione	)9
Theodor W. Adorno, Max Horkheimer - L'industria culturale p. 11	5
Walter Benjamin - L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica p. 11	9
Walter Benjamin - L'autore come produttore	23
Theodor W. Adorno - Tipi di comportamento musicale p. 12	:7
Theodor W. Adorno - Impiego musicale della radio p. 13	1
Paul Lazarsfeld, Robert K. Merton - Il ruolo sociale dell'apparato dei mass media	5
Edgar Morin - Il pieno e il vuoto	
Edgar Morin - Visione Madre	
Marshall McLuhan - II medium è il messaggio p. 14	
Quarta sezione - Produzione e consumi	
Introduzione	3
Niklas Luhmann - La comunicazione inverosimile p. 15	1
Edgar Morin - Prima definizione di sistema p. 15	5
Abraham Moles - Caratteristiche generali dei circuiti culturali p. 15	9
Karl Marx - Produzione e consumo	1
Pierre Bourdieu - Corrispondenza tra la produzione di beni e	
la produzione di gusti	
Umberto Eco - Le differenze dei codici p. 17	
Jesus M. Barbero - Memoria narrativa e industria culturale p. 17	
Roland Barthes - L'intertesto	9
Paolo Fabbri - Regole di co-testo e regole di contesto: competenza comunicativa e regole sociolinguistiche p. 18	1
Umberto Eco, Paolo Fabbri - Progetto di ricerca sulla utilizzazione dell'informazione ambientale	7
Jurij Lotman - Creolizzazione della lingua	

Walter J. Ong - Trasformazione dei media: il libro parlato p. 19
Louis Chevalier - La realtà della finzione
Quinta sezione - Due o tre cose che so di lei
Introduzione
Claude Lévi Strauss - Ouverture
Mircea Eliade - Degradazione dei miti
Roland Barthes - Continente Perduto
Lewis Mumford - Nel tempo remoto dei sogni p. 223
Stephen Kern - Tempo e telefono
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
Appendice bio-bibliografica

## QUARTA SEZIONE PRODUZIONE E CONSUMI

## INTRODUZIONE

Il brano di Luhmann che apre questa sezione definisce la comunicazione «inverosimile». Le condizioni per cui l'attuazione della comunicazione ed il suo successo sono inverosimili risiedono in situazioni che escludono il "faccia a faccia" con relative difficoltà per la cattura dell'attenzione, nelle resistenze all'accettazione del messaggio e, soprattutto, nell'isolamento e nella natura individuale della coscienza, che postula la necessità di traduzione dalla "lingua dell'io" alla "lingua del tu".

Ma la comunicazione avviene, e senza di essa non vi sarebbero relazioni umane, nè vita. Osservando il problema da questa angolazione si ottiene una scala di valutazione dei problemi e dei risultati, in qualche modo, "rovesciata". Anzichè partire dal concetto di un "ordine" da mantenere e possibilmente da migliorare, si parte da quello di un «inverosimile dominato», in cui ogni ordine rinvia al problema delle dinamiche della sua esistenza, decomposizione, ricomposizione.

La «tesi dell'inverosimile» - spiega Luhmann - non si preoccupa di garantire la perpetuazione delle condizioni date, poichè il «problema cruciale non è come ottenere miglioramento pratici, ma quello teorico pregiudiziale a ogni miglioramento: come si può costruire un ordine che trasforma l'impossibile in possibile e l'inverosimile in verosimile?»

Secondo Luhmann la «comunicazione inverosimile» diventa possibile quando è regolata dai sistemi che costituiscono il sistema sociale: il sistema «è l'area di passaggio della comunicazione da inverosimile a verosimile».

Ritorniamo, quindi, al concetto di «sistema».

Se, come abbiamo affermato, l'industria culturale è un sistema - insieme di elementi, stati, eventi, reazioni - la definizione e qualificazione della nozione è indispensabile. *Prima definizione di sistema* di Morin - secondo brano tratto da *Il Metodo* - oltre a chiarire i concetti

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> J. Lotman, Testo e contesto, Semiotica dell'arte e della cultura, Laterza, Roma-Bari 1980, p.38.

di «organizzazione», «emergenze», «vincoli», evidenzia il carattere «uno e molteplice», «uno e diverso» dei sistemi e le relazioni di «complementarità, concorrenza, antagonismo» che in essi si stabiliscono. È nei sistemi che - ci ricorda Morin - si intensificano le omogeneità e le omologie ma anche le diversità e le differenziazioni che conducono a un'organizzazione flessibile e complessa.

Il brano tratto da *«Sociodinamica della cultura»* di Abraham Moles, dedicato alle caratteristiche generali dei circuiti culturali, va letto alla luce di questi chiarimenti. Il libro di Moles, edito in originale nel 1967, rimane un buon strumento per l'individuazione dei settori del sistema di industria culturale e l'analisi dei processi produttivi culturali.

Operare in esso una scelta è risultato assai difficile, proprio perchè la scomposizione del sistema che opera - utilmente corredata da una grande abbondanza di grafici che shematizzano i circuiti produttivi - mal si adatta ad un volume che si propone di introdurre a un approccio generale e complessivo.

Ma il nostro è anche un tentativo di rendere presente e pressante la necessità di considerare la totalità come una somma di parti che mantengono una loro autonomia, principi organizzativi autonomi, scissioni e conflitti interni, azioni e retroazioni specifiche. E di invitare ad appropriarsi degli strumenti attualmente disponibili ad affrontare questa segmentazione: fra questi il testo di Moles può offrire notevoli spunti.

Inoltre, il brano presentato ci è funzionale in quanto presenta il produttore - direttamente e personalmente o indirettamente e impersonalmente - inserito in gruppi e in sistemi nei quali egli agisce e che retroagiscono su di lui (oltre che su se stessi).

Il problema dei «sistemi di reazione» introdotto da Moles - l'influenza che il pubblico, la critica, il mercato esercitano sui sistemi produttivi - apre alla considerazione delle interrelazioni fra produzione e consumo. Abbiamo scelto di introdurre tale tema attraverso un famoso - e frequentemente utilizzato proprio a tal fine - brano di Marx, tratto dall'introduzione a *Per la critica dell'economia politica*. Per Marx l'interrelazione fra soggetto e oggetto si riflette - attraverso mediazioni e relazioni sociali - nelle interrelazioni fra i sistemi della produzione e quelli del consumo: 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»<sup>2</sup>.

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»<sup>3</sup>. È nella vita vissuta, nella soggettività, nella metabolizzazione operata dai sistemi del pubblico, nell'«anima e carne» che essi sono capaci di conferire ai prodotti

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Karl Marx, Introduzione a "Per la critica dell'economia politica", ora ne Il Capitale, I, Einaudi, Torino 1975, pp. 1150-1151.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> ibidem.

dell'industria culturale, che il sistema produttivo ha da sempre trovato le ragioni e le possibilità della sua esistenza.

Ma come, e perchè la produzione di «oggetti per soggetti» e di «soggetti per oggetti» si struttura "spontaneamente" in stratificazioni corrispondenti a fasce socio-culturali?

Per Bourdieu autore del quinto brano della sezione, tratto da *La Distinzione*, ciò «non è né il semplice effetto dell'imposizione che la produzione dovrebbe esercitare sul consumo, né l'effetto di una ricerca consapevole, per cui sarebbe la produzione ad andare incontro ai bisogni dei consumatori; bensì il risultato dell'oggettiva orchestrazione di due logiche relativamente indipendenti, quella dei campi di produzione e quella del campo del consumo». Alla base di incontri apparentemente spontanei sta allora «un sistema di schemi incorporati», costituitisi nel corso della storia collettiva, che vengoni poi acquisiti nel corso della storia individuale, e che funzionano *in forma pratica e per la pratica*.

Questi schemi costituiscono «strutture sociali incorporate» alla base dei principi di divisione (modellati dall'esperienza della divisione sociale) e del senso dei limiti (modellato dall'esperienza pratica dei limiti oggettivi).

Così, con l'inserimento degli individui nei sistemi cui appartengono e che creano, e in cui si strutturano categorie, forme di pensiero, espressione e azione e si determinano le composizioni dei «capitali culturali», si spiegano anche le scelte, di produzione o di consumo, ma anche di amicizia o di amore.

Il compito del ricercatore non è allora solo quello di rilevare e misurare quali e quante scelte si compiano, ma anche quello di «interrogarsi sul rapporto esistente tra i principi di divisione e le divisioni sociali (...) che ne costituiscono il fondamento; come pure sulle variazioni nell'uso di questi principi»<sup>4</sup>.

I *prodotti* dell'industria culturale sono *testi*. Il momento del "consumo" comporta dunque una doppia, indissolubile attualizzazone delle loro virtualità: dà loro *finish* in quanto prodotti, ne "chiude" e definisce il senso in quanto testi.

«Le comunicazioni di massa, per la loro diffusione,» - scrive Paolo Fabbri in una nota a *Le comunicazioni di massa in Italia: sguardo semiotico e malocchio della sociologia* - «sono il luogo dove il minimo di impredicibilità del messaggio si accompagna al massimo di imprevisione sulla ricezione di questo. Potremmo dire che, se il loro modello è il plagio, le comunicazioni di massa hanno sempre, come effetto, la duplicità.» Ciò perchè i testi vengono letti «secondo codici culturali diversi nel tempo e nello spazio». Questo collega immediatamente il lavoro sulla comunicazione di massa a quell'ambito dello studio della ricezione che cerca «nel testo ciò che il destinatario vi trova in riferimento ai propri sistemi di significazione e/o in riferimento ai propri desideri, pulsioni, arbitrii.»<sup>5</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Pierre Bourdieu, La distinzione. Critica sociale del gusto, Il Mulino, Bologna 1983., p. 457.

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Cfr. Umberto Eco, *I limiti dell'interpretazione*, Bompiani, Milano 1990, p. 17-22: «Se negli ultimi tempi il privilegio conferito all'iniziativa del lettore (come unico criterio di definizione del testo) acquista eccezionali caratteristiche

Il "problema della ricezione" - nato dalla constatazione dell'intervento attivo del lettore - è ricco di tradizione e bibliografia specifica<sup>6</sup>. Senza alcuna ambizione di riassumere qui tematiche e interrogativi, vogliamo soltanto indicare alcuni dei "luoghi" e dei nodi in e attraverso cui si svolge la negoziazione tra testi, intenzioni e lettori, tramite quattro brani dedicati al problema del "consumo" testuale.

Il primo - Le Differenze dei codici, tratto da La struttura assente (1968) di Umberto Ecomette in rilievo l'importanza della «circostanza» come «luogo sociale» della comunicazione, che rende possibile la scelta delle denotazioni e delle connotazioni, pur non riuscendo ad eliminare distorsioni, arricchimenti, impoverimenti, derivanti dalla fondamentale «inverosimiglianza» del processo comunicativo.

Nel secondo - l'*Intertesto*, tratto da *Il piacere del testo* - Roland Barthes, coerentemente con l'annuncio della «nascita del lettore» come luogo di concentrazione della molteplicità di scritture e di culture di cui il testo è composto<sup>7</sup>, descrive modalità di lettura che poco o nulla hanno a che vedere con le «istruzioni per la produzione di significato» fornite dai testi, con le "intenzioni" conscie degli autori o con le possibili citazioni e parafrasi involontarie. Se, infatti, possiamo definire l'intertesto come l'«insieme di testi che entrano in relazione in un dato testo» sia in rapporto agli altri di uno stesso autore, che alla tradizione e ai modelli letterari espliciti o impliciti cui esso può fare riferimento de esercitare una analisi intertestuale in relazione alla produzione letteraria precedente o contemporanea al testo, non possiamo non tenere conto del fatto che nulla può vietare al "lettore reale" di mettere in opera una intertestualità libera e slegata da imperativi testuali o da considerazioni di carattere storico, seguendo percorsi del tutto individuali.

La sociologia delle comunicazioni di massa non è stata e non è estranea alla presa di coscienza delle distorsioni e delle «aberrazioni» possibili nel processo comunicativo: che la collocazione sociale e la cultura del destinatario influenzino le sue capacità e modalità di

di visibilità, di fatto il dibattito classico si articolava anzitutto intorno all'opposizione fra questi due programmi: I. si deve cercare nel testo ciò che l'autore voleva dire;

II. si deve cercare nel testo ciò che esso dice, indipendentemente dalle intenzioni del suo autore.

Solo accettando il secondo corno dell'opposizione si poteva successivamente articolare l'opposizione fra:

<sup>(</sup>b1) Bisogna cercare nel testo ciò che esso dice in riferimento alla propria coerenza testuale e alla situazione dei sistemi di significazione a cui si rifa;

<sup>(</sup>b2) bisogna cercare nel testo ciò che il destinatario vi trova in riferimento ai propri sistemi di significazione e/o in riferimento ai propri desideri, pulsioni, arbitrii.»

Per orizzontarsi in questo arcipelago si vedano: P.Pugliatti, Lo sguardo nel racconto, Zanichelli, Bologna 1985; P. Pugliatti, M. Ferraresi, "Il lettore: modelli ed effetti dell'interpretazione", "Versus", 52-53, 1989; D. Ferrari Bravo, "La ricezione tra teoria e prassi poetica", "Carte semiotiche", 2, ottobre 1986; M. Ferraris, La svolta testuale, Unicopli, Pavia 1984; G. Franci, L'ansia dell'interpretazione, Mucchi, Modena 1989, P. Violi, "Du coté du lecteur", "Versus", 31-32, 1982.

Roland Barthes, *The death of the author*,trad ingl. da originale in tedesco del 1968 in *Image-music-text*, Fontana-Collins, Glasgow 1978, cit. in Janet Wolff, *Sociologia delle arti*, Il Mulino, Bologna 1981, p. 169.

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup> Cfr. Umberto Eco, *I limiti dell'interpretazione*, cit. pp. 17\21.

<sup>&</sup>lt;sup>9</sup> Cfr. Angelo Marchese, Dizionario di retorica e di stilistica, Mondadori, Milano 1981, p. 149-50.

lettura, che esistano strategie di percezione, interpretazione, memorizzazione in relazione a interessi, attitudini, età, sesso e grado di istruzione, che il processo comunicativo sia intrinsecanmente selettivo e influenzato dai rapporti sociali, sono acquisizioni dovute tutte alla ricerca empirica<sup>10</sup>. In Regole di cotesto e regole di contesto: competenza comunicativa e regole sociolinguistiche, tratto da Le comunicazioni di massa in Italia: sguardo semiotico e malocchio della sociologia, di Paolo Fabbri(1973), la polemica dell'autore verte sopratutto sui metodi e le tecniche di rilevazione e sulle impostazioni di ricerca: la sua ipotesi «differenziale» - riferita alle classi popolari, ma riferibile alla molteplicità di culture e di linguaggi esistente in ogni società complessa, e che tiene conto degli «orientamenti funzionali» delle diverse culture - fonda una «antropologia culturale di massa» e impone, a partire dalla semiotica e dalla sociolinguistica, la «riutensilizzazione» dello studioso.

Abbiamo messo in evidenza come i testi vengano letti «secondo codici culturali diversi nel tempo e nello spazio», a partire dalla cultura e dall'orientamento funzionale della cultura del lettore e dai «luoghi sociali» della lettura. Ed anche che le modalità di lettura - oltre ad essere influenzate dalle "istruzioni" del testo - lo sono anche dall'intertestualità possibile in quel «testo infinito» al di fuori del quale è «impossibile vivere»<sup>11</sup>.

Nel brano tratto dal *Progetto di ricerca sull'utilizzazione dell'informazione ambientale* di Umberto Eco e Paolo Fabbri (1978) l'oggetto dell'analisi si sposta infine sulle «attività negoziatrici» che si compiono nell'affrontare «insiemi testuali» commisurati a «insiemi di pratiche testuali depositate», all'interno di un flusso comunicativo da considerare sincronicamente e diacronicamente. Tale situazione comunicativa evidenzia che i codici di lettura dei testi - oltre a differenziarsi storicamente, geograficamente, socialmente, culturalmente - mutano durante le attività negoziatrici e sono inoltre disomogenei per uno stesso individuo, nei diversi momenti e circostanze della sua vita sociale.

Gli aspetti evidenziati da Eco e Fabbri riguardano una "cultura di massa", la cui esistenza

<sup>10</sup> Le acquisizioni dovute alla ricerca empirica sui consumi e sugli effetti hanno sottolineato la selettività intrinseca alla dinamica comunicativa - inerente tanto alle caratteristiche individuali, quanto connessa con la rete dei rapporti sociali che costituiscono l'ambiente e formano i gruppi di cui l'individuo è parte - e la non linearità dei processi per cui si determinano gli effetti sociali dei media e si sono saldate (anche se non sempre e non del tutto esplicitamente) con quelle della semiotica (cfr. M. Wolf. Teorie delle comunicazioni di massa, cit., pp. 110-136). Questo processo ha portato infine a paragonare a una «conversazione» la negoziazione fra strategie testuali che descrivono le "intenzioni" del testo e le iniziative degli interpreti; fra il flusso ininterrotto di immagini, suoni, parole, segni, informazioni che il sistema dei media riversa sul consumatore e la ricomposizione e strutturazione che egli ne opera, in un paradigma che abbandona definitivamente l'idea di comunicazione mass-mediale come comunicazione mono-direzionale. (Cfr. Gianfranco Bettetini, La conversazione audiovisiva. Problemi dell'enunciazione filmica e televisiva, Bompiani, Milano 1984).

<sup>11 «</sup>La natura testualizzata dell'universo delle comunicazioni di massa ha profonde conseguenze sulle modalità di fruizione dei media stessi: è probabile che la competenza interpretativa dei destinatari, più che su codici esplicitamente appresi e riconosciuti in quanto tali, si fondi e si articoli soprattutto su aggregati di testi già fruiti. Anche per gli emittenti - accanto alla conoscenza dei codici - è probabile che operi una competenza testuale orientata sul valore (il successo) dei precedenti, su "ricette" e "formule" assestate. Nalla comunicazione di massa, l'orientamento al testo già fruito o già prodotto è dunque un criterio comunicativo "forte", vincolante; ciò conduce, soprattutto per i destinatari, a una competenza interpretativa nella quale il richiamo ai precedenti e il confronto intertestuale hanno un'elevata vischiosità.» M. Wolf, Teorie delle comunicazioni di massa, cit., p. 129.

viene messa in forse proprio dalla diversità delle tipologie dei processi di negoziazione e integrazione possibili: per avvicinare un lettore al quale è impossibile «vivere al di fuori del testo infinito», uno dei compiti della sociologia della cultura sta nel cercare di approssimarsi il più possibile alla determinazione dei testi e degli «insiemi testuali» che compongono, in una data società e in un dato momento storico, il sistema di riferimento della lettura. Per ricostruirlo vanno presi in considerazione non solo le culture i linguaggi e gli orientamenti dei differenti strati socio-culturali e le dinamiche di produzione testuale, ma anche i diversi processi di formazione degli orizzonti d'attesa e delle enciclopedie individuali, nell'interazione con i sistemi di socializzazione e formazione, nel tentativo di costruire una geografia dei processi di negoziazione.

In parte dedicato a queste tematiche è anche il testo di Barbero, *Memoria narrativa e industria culturale*. Una delle direzioni di ricerca indicate dall'autore riguarda infatti gli «usi popolari della cultura di massa». «Si tratta di indagare» - egli scrive - «l'attività che si esercita negli usi che i differenti gruppi (...) fanno di ciò che consumano, le loro grammatiche di ricezione e di decodificazione». Ma il brano di Barbero è anche una delle rare occasioni in cui la cultura di massa viene affrontata non a partire dal modello di cultura colta - di cui essa sarebbe la degradazione - ma da quello della cultura popolare.

Questa direzione di ricerca si rivela peculiarmente storica: il «il massivo non è qualcosa di completamente esterno, qualcosa che venga a invadere e corrompere il popolare dal di fuori, bensì lo sviluppo di certe virtualità già inscritte nella cultura popolare del XIX secolo».

Bisogna allora indagare le «negazioni» e le «mediazioni» attraverso cui la cultura di massa si è sovrapposta a quella popolare e l'ha inglobata; ha "recuperato" il popolare e ne ha fatto la propria "base". Indagare «sulla presenza nella cultura di massa di codici popolari di percezione e di riconoscimento, di elementi della sua memoria narrativa e iconografica» come, ad esempio, lo «schematismo» e la «ripetizione».

In un ambito di interessi affine si colloca anche il brano di Louis Chevalier nel quale - mentre si evidenziano il carattere di «processo attivo, fatto di negoziazioni e integrazioni» dell'attività di comprensione<sup>12</sup> e l'importanza dell'«orientamento funzionale» della cultura in cui questo processo avviene (nel caso in questione un orientamento «endoforico e contestualizzato»<sup>13</sup>) - prende forma inconsueta anche l'aspetto "interattivo" del processo comunicativo.

In questo brano l'attività del lettore si raddoppia: da un lato la lettura come messa in atto delle virtualità del testo, dall'altro il tentativo di intervento diretto sulla scrittura, tramite la pressione sull'autore, invitato a mediare fra suggerimenti del pubblico e testo.

Con le proposte e le correzioni indirizzate direttamente a Sue e le sollecitazioni esercitate

<sup>&</sup>lt;sup>12</sup> Cfr. U.Eco, P.Fabbri, Progetto di ricerca sull'informazione ambientale, in «Problemi dell'informazione», n.4, 1978, pp. 555-597.

<sup>&</sup>lt;sup>13</sup> Cfr. Paolo Fabbri, Le comunicazioni di massa in Italia: sguardo semiotico e malocchio della sociologia,in "Versus", n. 5, 1973, pp. 58-109.

tramite le lettere ai giornali, i lettori dei *Misteri di Parigi* manifestavano l'impazienza «dell'escluso che crede di aver diritto a prendere la parola in difesa dei propri interessi»<sup>14</sup> e la volontà di intervenire nel processo comunicativo, "usando" l'autore per portare a compimento quell' «oggetto» che sentivano di possedere «in forma ancora soggettiva», «come immagine interiore, come bisogno»<sup>15</sup>.

Abbiamo lasciato per ultimi - falsando un poco l'ordine reale di presentazione dei brani - i due testi di Lotman e Ong perchè spostano l'attenzione sul problema dei linguaggi e dei mezzi della comunicazione. Il primo - tratto da *Testo e contesto* - evidenzia che l'analisi dei testi e dei messaggi deve, nel campo delle comunicazioni di massa, tener conto che essi si basano sull'uso contemporaneo e interrelato di più linguaggi: il cinema, affrontato nel brano di Lotman, ma anche il giornale, il libro, la televisione, la radio, si basano tutti su sistemi pluri-linguistici percepiti comunemente come mono-linguistici.

L'autore analizza quindi i meccanismi di integrazione che intervengono a fondere in un unico insieme le diverse strutture semiotiche: le autodescrizioni, che determinano un sistema di attese e di interpretazioni che spingono il sistema verso l'unità di comportamento; la «creolizzazione» delle diverse lingue, che esercitano l'una sull'altra una influenza profonda. Una "mescolanza" che, tuttavia, può passare inosservata perché di solito l'insieme viene considerato attraverso le descrizioni che esso dà di sè.

Il brano di Walter Ong evidenzia, invece come l'introduzione di ogni nuova tecnologia (stampa, fotografia, telefono, radio, televisione, reti informatiche e telematiche) abbia mutato gli usi e le funzioni di quelle che le preesistevano innescando processi complessi. In tempi di «oralità elettronica» il discorso telefonico, radiofonico, televisivo, ristruttura le forme del discorso interpersonale, è influenzato dalla parola scritta del libro, del giornale, della telescrivente, del fax, del video del computer, che a loro volta risentono sensibilmente delle forme del "nuovo" discorso orale<sup>16</sup>. Ma anche quando la stampa era l'unico mezzo di diffusione allargata, le sue relazioni e retroazioni con l'oralità e la scrittura si impongono con evidenza: «non solo il discorso, la scrittura e la stampa coesistono, ma ognuno di essi manifesta una chiara consapevolezza dell'esistenza di tutti gli altri»<sup>17</sup>.

Storicamente era stata l'oralità a fornire alla scrittura le forme e gli oggetti del discorso e della narrazione, mentre con l'introduzione della scrittura il discorso orale aveva risentito degli imperativi di ordine, concettualizzazione, astrazione di cui la scrittura si faceva portatrice. A sua volta la scrittura entra nella stampa, della quale è presupposto, contenuto, forma, *stile*, ma in conseguenza di essa, che «rese possibile uno stretto controllo della

<sup>&</sup>lt;sup>14</sup> W. Benjamin, L'autore come produttore, cit. p. 203.

<sup>&</sup>lt;sup>15</sup> Karl Marx, Introduzione a "per la critica dell'economia politica", ora ne Il Capitale, I, Einaudi, Torino 1975, pp. 1150-1151.

<sup>&</sup>lt;sup>16</sup> Cfr. Walter J. Ong, *Interfacce della parola*, Il Mulino, Bologna 1989 e id. *Oralità e scrittura*, Il Mulino, Bologna 1986.

<sup>&</sup>lt;sup>17</sup> Cfr. il brano di W. J. Ong riportato in questa sezione.

situazione» <sup>18</sup>, prende a strutturarsi in paragrafi e capitoli, coerentemente con la concezione del libro come repertorio di informazioni reperibili tramite indice: «dopo l'invenzione della stampa, ciò che si scriveva veniva sempre più considerato qualcosa da collocare infine in un luogo stabilito» <sup>19</sup>.

Ma oltre a agire e retroagire l'una sull'altra oralità, scrittura e stampa hanno convissuto (e convivono) come tre fra le principali componenti di un *sistema comunicativo*, nel quale le interrelazioni, le azioni e le retroazioni fra linguaggi, forme e modi della comunicazione, tra usi e funzioni dei mezzi sono state (e sono) di gran lunga più complesse di quelle qui accennate, perchè ciascun mezzo ha di volta in volta stabilito relazioni biunivoche con tutte le altre componenti del sistema, provocando una de-riorganizzazione complessiva e simultanea di tutte le componenti e delle relazioni che ogni componente intratteneva con le altre: questo significa, come scrive Ong, «che siamo ancora circondati da tutti i vecchi media, che hanno un vigore mai posseduto in precedenza ma anche che stanno producendo cose che non avevano mai prodotto prima d'ora»<sup>20</sup>.

In questo brano, Ong stabilisce inoltre un nesso fra questo processo e le modificazioni che la percezione sensoriale registra in un mondo di telefoni, aerei, registratori, in cui distanze e territori sono rimisurati e rimodellati dai mezzi di comunicazione, e indica implicitamente la relazione fra il mutare delle condizioni essenziali dei modi di comportamento e di pensiero e la riorganizzazione delle strutture del discorso.

L'«oralità elettronica» impone una rivisitazione di tutte le "vecchie" dinamiche tra oralità e scrittura (e tra differenti stadi dell'oralità e della scrittura) che si rivela inscindibile dalla ricostruzione degli stati della cultura e della coscienza in rapporto alla molteplicità di dimensioni e variabili dei «mondi che abbiamo perso»<sup>21</sup>: in altre parole in rapporto necessario con la storia.

 $<sup>^{18}</sup>$  ibidem.

 $<sup>^{19}</sup>$  ibidem.

<sup>&</sup>lt;sup>20</sup> ibidem.

L'espressione si rifà al titolo di un saggio di demografia storica di Peter Laslett (The World We Have Lost, London, Methuen, 1965) trad.it. Il mondo che abbiamo perso, Jaka Book, Milano 1979.