

Finestra sul Mondo

La discussione negli Stati Uniti sui media

di Gianfranco Corsini

BEN H. BADGIKIAN, *The Media Monopoly*, Beacon Press, Boston 1983, pp. 282, \$ 14.95.

PATRICK BRANTLINGER, *Bread & Circuses, Theories of Mass Culture as Social Decay*, Cornell University Press, Ithaca and London 1983, pp. 307, \$ 24.50.

DAVID MARC, *Demographic Vistas, Television in American Culture*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia 1984, pp. 214, \$ 10.00.

In un paese dove la libertà di stampa è ancora nella sua infanzia, tanto è vero che alcuni tribunali possono ridefinirla in termini arcaici, e dove la libertà di informazione diventa oggetto di dibattito nazionale e di pubblica attenzione solo quando alcuni pretori negano Maurizio Costanzo o un telequiz agli utenti di Torino, Roma e Pescara, un libro come *The Media Monopoly* potrebbe apparire assurdo. Ben H. Badgikian, professore alla scuola di giornalismo dell'università di Berkeley e critico severo di certe istituzioni americane, denuncia infatti con preoccupazione uno stato di cose che da un'ottica europea, e soprattutto italiana, ci dovrebbe apparire invece quasi invidiabile.

The Media Monopoly va letto perciò nel contesto della tradizione americana di libertà di informazione quando ci rivela con allarme che una cinquantina di grandi complessi industriali e finanziari (*Corporations*) "controllano", ormai di fatto, "ciò che l'America vede, ascolta e legge". Pur nel quadro di un pluralismo che lo stesso Badgikian riconosce e, ovviamente, difende e vorrebbe allargare, il sistema dell'informazione negli Stati Uniti sta trasformandosi da qualche anno in maniera tale da far temere per il futuro di tale pluralismo. Questa è la tesi di Badgikian secondo il quale "la tecnologia moderna e il sistema economico americano hanno tacitamente creato un nuovo tipo di autorità centrale che presiede all'informazione: la *corporation* nazionale e multinazionale". Ma il *Big Brother* denunciato da Badgikian non ha le caratteristiche di quello orwelliano poiché, al contrario di quanto accade in alcuni paesi europei, e soprattutto in Italia, "le cinque dominanti *Media Corporations* possono determinare le priorità nazionali più di qualsiasi altra fonte privata e spesso anche più di qualsiasi fonte governativa". Come è noto i *media* possono trovarsi quindi anche in posizione antagonista nei confronti dello stesso governo.

Leggendo il libro di Badgikian si comprende in quale modo operi il monopolio dell'informazione negli Stati Uniti, ma si intravedono — attraverso le proposte finali da lui presentate — anche le risorse che sono ancora a disposizione della società americana per conservare al livello più soddisfacente possibile quella libertà e quel pluralismo che hanno caratterizzato la storia della evoluzione dei mezzi di comunicazione americani. Lo stesso autore, del resto, riconosce nelle conclusioni che "il controllo commerciale dei *mass media* non è implicitamente una cosa cattiva. È lungi dalla perfezione ma è pur sempre meno male di qualsiasi altro sistema. È soltanto un

controllo troppo rigido, sia da parte del governo che delle *corporations*, che è implicitamente una cosa cattiva". La risposta quindi, non consiste secondo Badgikian "nella eliminazione della impresa privata nel campo dei *media*... ma in una equa distribuzione del potere".

strada, ma di recente è affiorata negli Stati Uniti una nuova critica della cultura di massa e dei *media* che ha posizioni meno apocalittiche e si preoccupa piuttosto di cogliere le contraddizioni e le peculiarità dei *media* stessi, non facilmente riducibili soltanto alle forme estreme dei

basi qualsiasi tentativo di democratizzazione della cultura appare destinato al fallimento e l'esempio della decadenza romana diventa il parametro di tutta una cultura che sulla antitesi civiltà-barbarie ha impostato la sua concezione elitistica della civiltà stessa. *Bread and Circuses* ri-

un'altra mitologia, ugualmente sospetta, basata sulla convinzione che i *mass media* stiano trasformando il mondo in una utopia elettronica".

Come evitare, dunque, che la "la tradizione di tutte le generazioni dei morti pesi come un incubo sulla mente dei vivi", così come suggeriva Marx? Per coloro che sono nati nell'era della televisione, e che hanno imparato a guardare prima ancora di leggere, l'atteggiamento più naturale è quello di porsi al di fuori del dibattito sulla legittimità della cultura di massa e di interpretarla, piuttosto, dal suo interno per coglierne gli elementi costitutivi e analizzarne il ruolo nella società moderna. È il caso di David Marc, professore di "civiltà americana" alla Brown University, che in *Demographic Vistas* (un titolo mutuato dal *Democratic Vistas* di Walt Whitman) ha voluto studiare proprio "il ruolo della televisione nella cultura americana" usando gli strumenti della "critica letteraria tradizionale" ma anche partendo dal presupposto che fosse impossibile separare se stesso dalla propria cultura.

E così Marc non si è proposto né di "giustificare l'esistenza della televisione, né di sradicarla dalla faccia della cultura" preferendo, invece, attingere alla propria esperienza per spiegare a se stesso e agli altri la natura e la funzione di questo *medium*. Con fede whitmaniana nella "capacità della coscienza individuale di fondersi con la coscienza culturale collettiva", David Marc ha voluto dimostrare attraverso l'analisi delle forme comiche della TV come "l'atto del telespettatore non sia diverso da quello del lettore di un romanzo di Zola" e come la sua presunta alienazione dalla realtà non sia diversa da quella del comune lettore di romanzi. La differenza sta nei numeri: con i mezzi audio-visivi si comunica per la prima volta nella storia con l'intera comunità e per la prima volta, almeno negli Stati Uniti, le generazioni che sono nate dopo la seconda guerra mondiale vivono — secondo la formula di Marc — "accompagnate dal paratesto elettronico della loro esperienza".

Le serie di Paul Hennings, uno scrittore del Middle West al quale si deve il fortunato programma dei *Beverly Hillbillies*, il comico Jackie Gleason e le serie poliziesche, che Marc definisce "commedia di salute pubblica", sono gli esempi di "intrattenimento" sui quali si sofferma l'autore per dimostrare come sia possibile applicare gli strumenti tradizionali della critica ad un mezzo espressivo che gran parte della cultura accademica considera ancora indegno di attenzione. In *Democratic Vistas* Walt Whitman aveva auspicato una nuova arte letteraria nazionale il cui soggetto fosse "il comune, il corporeo, il concreto, il democratico e il popolare": la commedia televisiva di cui si occupa David Marc corrisponde secondo lui a questa ricetta. A condizione, tuttavia, che si accetti anche la proposizione secondo cui "la commedia, come la tragedia, non può realizzarsi al di fuori di un certo contesto, senza alcun rapporto con ciò che la gente pensa di se stessa e del mondo". Questo nesso con la realtà circostante, anche se talora obliquo o mistificante, è una delle caratteristiche principali della televisione americana che, forse proprio per questo, appare agli altri come un modello tuttora ineguagliato e probabilmente inimitabile in altri contesti culturali.

Todd Gitlin *Inside Prime Time*, Pantheon Books, New York 1983, pp. 370, \$ 16.95.

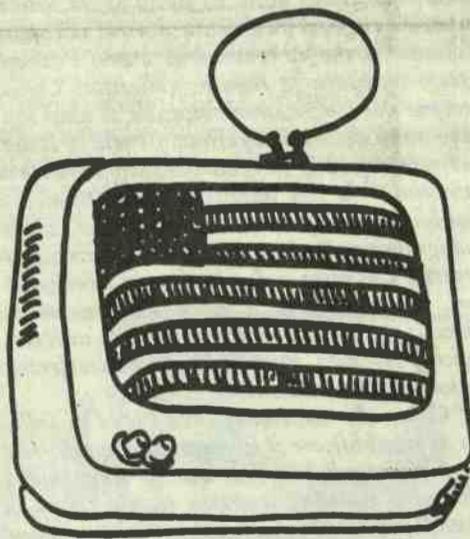
Horace Newcomb, Robert S. Alley, *The Producer's Medium, Conversations with Creators of American TV*, Oxford University Press, New York-Oxford, 1983, pp. 262, \$ 17.95.

Il "prime time" è l'ora di punta dei programmi serali, tra le 20 e le 23 e il sociologo Todd Gitlin, dell'università di Berkeley, ha voluto studiare i meccanismi attraverso i quali le grandi reti televisive americane mettono in onda, promuovono o uccidono i programmi di intrattenimento guardati dalla maggioranza dei telespettatori. Anche Gitlin, come altri critici della sua generazione, non crede al mostro senza volto che cospira alle spalle del pubblico: egli dà un volto e un nome infatti a tutti coloro che fanno parte del "complesso televisivo-industriale" analizzandone le motivazioni e i condizionamenti che sono alla radice dei loro successi e dei loro fallimenti. C'è qualcosa, secondo lui, nel mezzo stesso e nei suoi meccanismi che gli impedisce di realizzare ciò che vorrebbe, ma il suo lungo saggio su Hill Street Blues dimostra come sia possibile anche l'affermazione di programmi di qualità. *Inside Prime Time*, comunque, non offre ricette per un migliore o diverso uso della televisione limitandosi a presentarci un quadro dettagliato e articolato delle forze che operano all'interno e all'esterno di questo potentissimo strumento di informazione e di intrattenimento.

Ancora più specifici sono Newcomb e Alley che hanno dedicato il loro studio a coloro che, singolarmente o collettivamente, producono — talora in conflitto con gli stessi dirigenti delle grandi reti televisive — gran parte di ciò che si trasmette nel prime time. Dalle interviste con undici creatori di programmi (seguite da saggi critici sulla loro produzione) emerge così la figura del "producer" come

quella del vero deus ex machina dell'intrattenimento televisivo, ma anche prende corpo l'esistenza di un tipo di "creatività collettiva" che rende molto più complessa la figura dell'autore, anche in rapporto all'esperienza cinematografica. I producers, con i loro collaboratori, sono perciò una specie di anello di congiunzione, e talora anche un punto di frizione, tra il pubblico e le networks i cui poteri appaiono talora molto ridimensionati. Questo costante confronto tra produttori-attori e programmatori costituisce uno stimolo e un freno alla creatività televisiva, condizionata a sua volta anche dal complesso sistema dei ratings (gli indici d'ascolto) sui quali si sofferma più a lungo Gitlin. È un mondo di professionisti, comunque, quello che vive attorno ai media e non un sottobosco di funzionari lottizzati o di clienti di partito. Dalle interviste con personaggi come Norman Lear o Grant Tinker ci si rende conto, tra l'altro, con quanto impegno e intelligenza alcuni di loro cercano di servire il loro pubblico.

(g.c.)



Da noi, dove tutto è una parodia di ciò che accade nelle società industriali moderne, e in particolare negli Stati Uniti, il problema è stato affrontato soltanto all'interno del monopolio governativo — da tutti accettato o addirittura difeso — con la lottizzazione, o distribuzione del potere tra i beneficiari del monopolio stesso; e con l'alibi grottesco di Berlusconi si è riusciti ancora una volta a deviare l'attenzione del pubblico dai veri problemi di fondo e soprattutto dalla questione essenziale: la piena e garantita libertà di informazione. Negli Stati Uniti dove questa esiste, se pure nelle forme imperfette denunciate da critici come Badgikian, ci si preoccupa casomai di evitare che si restringa e i *media* per la loro stessa natura, finiscono spesso per agire anche da cuscinetto tra le velleità dei manipolatori e le esigenze dei manipolati. Quella che alcuni hanno chiamato la teoria "cospirativa" della cultura di massa vuole che i manipolati, in realtà, non abbiano nessun potere; altri come Badgikian si pongono a mezza

teorici cospirativisti.

Sul piano generale, e come risposta alla offensiva paleo-umanista contro i *media*, il libro di Patrick Brantlinger può costituire un'utile introduzione al problema. Il direttore di *Victorian Studies* affronta criticamente quelle che definisce le "teorie della cultura di massa come espressione della decadenza sociale" e ci offre un rapido excursus — da Giovenale a McLuhan — dal quale risulta chiaro quanto sia antico il dibattito e, soprattutto, quanto abbia influito sulla sua natura quella visione della cultura — che egli definisce "classicismo negativo" — sviluppata negli ultimi due secoli. La concezione apocalittica della cultura di massa trova la sua radice, secondo Brantlinger, nella formula di Giovenale "panem et circenses" e nella tesi del "declino e della caduta" degli imperi che domina tutta la "mitologia" — così come lui la chiama — del classicismo apocalittico la quale "tende ad oscurare ciò che è nuovo e potenzialmente liberatore nella nostra situazione attuale". Su queste

percorte utilmente la storia di questo mito, ricostruisce con molto acume "le radici classiche del dibattito sulla cultura di massa" e formula con cautela l'auspicio che i *mass media* aiutino piuttosto i "nuovi barbari" — così come sono definiti coloro che accettano la realtà elettronica — a preservare ciò che è degno di essere salvato ma anche a cambiare ciò che deve essere cambiato. Secondo Brantlinger un contributo importante alla definizione e alla difesa della cultura di massa e dei *mass-media* dovrebbe venire proprio dai marxisti ma, purtroppo, fino ad ora "le più influenti versioni della teoria marxista in Europa e in America hanno trattato i *media* in termini di reificazione, negazione, capitalismo monopolistico, e quindi, secondo gli schemi di 'impero e decadenza' o di 'panem et circenses', come in *L'uomo ad una dimensione* di Herbert Marcuse. Di conseguenza la prima linea di difesa è rimasta nelle mani di uomini come McLuhan e i suoi discepoli che hanno sostituito alla mitologia del classicismo negativo