

COMUNICAZIONI E DERIVA DELLA DEMOCRAZIA

UNA PREMESSA:

L'importanza di una riflessione sulle comunicazioni emerge in modo chiaro là dove notiamo che cambiamenti epocali della storia umana sono spesso legati a trasformazioni significative concernenti la comunicazione. La nascita della scrittura, l'invenzione della stampa, la nascita della televisione, la rivoluzione di internet..

Il potenziamento della comunicazione, accompagnato da un aumento dell'istruzione generale, segna l'accesso delle masse alla vita politica ed una più forte partecipazione delle stesse. Da questo punto di vista il potenziamento della comunicazione fa parte integrante dello sviluppo della democrazia partecipativa. D'altra parte il ruolo che i media hanno avuto nell'edificazione dei grandi totalitarismi ed il ruolo che oggi il mezzo televisivo assume nella nostra vita ci induce a valutare il peso enorme che le modalità comunicative, legate allo sviluppo del mezzo tecnico, hanno nella cosiddetta "deriva della democrazia".

LA NASCITA DELL'OPINIONE PUBBLICA

Una definizione di opinione pubblica: si tratta dell'insieme degli orientamenti dei cittadini su problemi rilevanti e di interesse comune. Emerge dal concetto di opinione l'importanza delle comunicazioni :un elemento problematico che riporta direttamente nel cuore della relazione tra democrazia e comunicazione. Infatti quando parliamo di genesi dell'opinione pubblica notiamo che non si origina dal basso perché il grosso pubblico spesso non conosce in modo sufficientemente dettagliato le questioni in oggetto. Contribuiscono vari soggetti alla costruzione di un'opinione pubblica: élites sociali ed economiche, élites politiche, opinion makers, personalità di rilievo a livello locale..

La nascita dell'opinione pubblica si accompagna poi ad alcune condizioni storiche. Per prima cosa una condizione storica è la separazione tra società e potere politico (che si delinea man mano che lo stato assoluto realizza il suo piano di smantellamento del sistema dei privilegi). In questa separazione si apre la sfera del privato nella quale cresce l'opinione pubblica. Poi un'altra condizione storica ha a che fare con l'evoluzione del modello di rappresentanza , in forza del quale si è rappresentati per quel che si pensa e non per quello che si é.

L'irruzione delle masse nella vita storica produce una trasformazione della storia che Ortega y Gasset lega alla nozione di "pieno." *Le città sono piene di gente. Le case piene di inquilini. Gli alberghi pieni di ospiti. I treni pieni di viaggiatori... Quello che prima non soleva essere un problema, incomincia ad esserlo quasi ad ogni momento: trovare posto".*

La massa va pensata come insieme omogeneo, in cui il singolo scompare rispetto al gruppo. (da questo punto di vista può essere illuminante considerare la differenza tra due tipi di relazione: individuo/ popolo ed individuo/massa).

La svolta di cui stiamo parlando vede anche la cosiddetta "irruzione delle masse" in ambiti dai quali prima erano decisamente escluse: la partecipazione alla vita politica e l'influenza sulla produzione culturale/artistica.

L'INDUSTRIA CULTURALE

Con quest'espressione si indica l'organizzazione produttiva e distributiva della "cultura di massa" in seno alla società industriale; questo fenomeno è legato ad alcuni fattori:

- esistenza di una massa anonima tendente all'espansione;
- presenza di tecniche di produzione e distribuzione.

E.Morin in un lavoro del 1969 dal titolo "L'industria culturale" individua alcune costanti nell'industria culturale: innanzitutto l'enorme varietà dei temi in forza della quale il fruitore ha la convinzione di poter essere informato un po' su tutto; la comunicazione è semplice, rifugge dalla complessità e gratifica il fruitore nella sua mediocrità. Un altro aspetto interessante è l'ampiezza delle informazioni che finisce per assumere una dis-funzione narcotizzante. (il cittadino si interessa ..e rimane lì nella sua passività)

IL CONTROLLO DELLE COSCIENZE NEI SISTEMI TOTALITARI

ALCUNI CARATTERI DEL TOTALITARISMO

Culto della personalità	"Razionalità" dell'irrazionale	Eliminazione del dissenso	Il nemico interno
Il culto del capo , che instaura con i sottoposti un rapporto di seduzione, garantisce l'esistenza di una guida infallibile che risulta in grado di portare il paese a realizzare il suo destino di grandezza. Il leader carismatico si identifica con la nazione stessa ed ottiene un'adesione emotiva ed incondizionata	La comunicazione politica si muove attraverso una continua traduzione di contenuti privi di significato entro una cornice di apparente rigore e razionalità.	Nel sistema totalitario si elimina qualsiasi forma di dissenso.. Il pensiero unico caratterizza la vita della comunità, Viene inoltre negata qualsiasi forma di " ascolto dell'interiorità": la pervasività del potere penetra nell'intimità degli uomini rendendo impotente la capacità critica della coscienza	La presenza di un nemico che minaccia la comunità è elemento decisivo per la stabilità e la legittimazione del potere. (L'odio per gli Ebrei consente al progetto hitleriano di realizzare l'unità del popolo tedesco attraverso il superamento dei conflitti di classe)

La comunicazione nei totalitarismi diventa ,evidentemente, un elemento centrale nel governo dell'emotività finalizzata a diventare guida della decisione(al posto della ragione critica). L'insensatezza dei messaggi viene ribaltata in apparente razionalità attraverso la martellante ripetizione degli stessi. I messaggi sono pervasivi e uniformi: la comunicazione politica irrompe nel quotidiano, là dove la mente è meno preparata ad assumere vigilanza. Un'altra caratteristica, infine, è quella della semplificazione massima del rapporto tra bisogni e risposta: questa semplificazione evita l'impiego da parte della

coscienza di un ragionamento, di un approccio approfondito ai problemi, di una comprensione del particolare all'interno dell'universale.

Il fascismo, nel passaggio da governo a regime (fascistizzazione della società) mira a realizzare un'organizzazione totale delle masse attraverso un sapiente e spregiudicato utilizzo dei media. La direzione delle coscienze fa parte del progetto totalitario di creazione dell'uomo nuovo

Caratteri della comunicazione diretta o indiretta:

- a) Uso dei miti fondati su atti di fede (capo; nazione; razza)
- b) Mescolanza tra pubblicità commerciale e propaganda politica
- c) Uso della cultura di svago per produrre coscienze intorpidite, attenuare contrasti, creare disattenzione (cinema dei telefoni bianchi)
- d) Riscrittura della storia per legittimare il presente (frattura e continuità insieme)
- e) Ripetizione del messaggio per celare la sua insensatezza attraverso la familiarità
- f) La figura di Mussolini nel sapiente dosaggio di lontananza e vicinanza

In un articolo di Antonio Baldini sul Corriere della Sera del 16 Marzo 1933 si legge:

"Il fascismo è una lezione che se anche non hai una gran memoria basta che tu abbia presente la faccia del maestro. E' come un libro tutto figure: Si tratta di mandare a mente il carattere d'un uomo: e fin lì ci sanno arrivare tutti.."

Stalin fonda il suo potere ,oltre che sull'esercizio sistematico del terrore e della più elementare violazione dei diritti di libertà , sull'uso politico della comunicazione.. Gli elementi che segnano questa politica delle comunicazioni:

- a) ierocrazia
- b) figura del piccolo padre della tradizione contadina russa
- c) immagine onnipresente
- d) iconografia religiosa
- e) cinema storico spesso ispirato a significative figure della storia russa
- f) realismo sovietico (arte proletaria e condanna dell'individualismo borghese)

.....

LA TELEVISIONE E LA DERIVA DEMOCRATICA

La televisione nasce e si diffonde dopo la II guerra Mondiale ,prima negli USA e poi nel resto de mondo occidentale.

Qualche dato: nel 1960 negli USA sono presenti 265000000 di televisori. Da notare che in 10 anni si è avuto uno sviluppo pari a quello della radio in 30 anni.

La RAI nasce nel 1954: l'anno prima negli USA metà delle famiglie possiede un televisore. L'Italia raggiungerà questo livello solo nel 1965)

La paleo TV

La tv della prima fase è stesamente controdata dai partiti di governo, in particolare dalla DC .Con la tv la DC pensa di controbilanciare il predominio della sinistra e del pensiero liberale nella cultura alta. Chiesa e DC di fatto controllano la programmazione televisiva nel progetto culturale di rendere compatibile la morale tradizionale (di ispirazione cattolica) con il modello consumistico americano.

In questa fase la televisione presenta alcuni caratteri:

1. esiste un preciso piano educativo mirante ad aggregare gli italiani intorno a valori condivisi
2. Programmi finalizzati alla diffusione dell'istruzione
3. Sceneggiati ispirati alle grandi opere letterarie
4. Teatro
5. Documentari storici
6. La televisione viene spesso ad essere un momento di aggregazione. Lo spettacolo viene scelto coscientemente (un solo canale e limitato nel giorno. Il II canale arriva solo nel 1962)
7. Ridotta la presenza della pubblicità
8. Censura che controlla che l'immagine data dalla TV non sia troppo lontana dallo stile di vita del cetto medio)
9. Carosello: messaggio circoscritto solo alla fine della scenetta.
10. Telegiornale fatto da speaker e non da giornalisti. Si evita la commistione di spettacolo e notizia, di emozione ed informazione.

LA FIGURA DI MIKE BONGIORNO rappresenta l'esempio più clamoroso del "divismo familiare". Con lui la paleo tv sembra anticipare aspetti della neo tv. Rappresenta la continuità. In comune con la neo tv ha la tendenza a far audience gratificando a tutti i costi il telespettatore. Umberto Eco dedica a questo personaggio televisivo una riflessione dal titolo "Fenomenologia di Mike Bongiorno" all'interno dei "Diario Minimo".

Al fruitore dei media si chiede solo di essere quello che è già. La tv offre al fruitore non un superman ma un everyman. Il successo di Mike Bongiorno è legato alla sua assoluta mediocrità. Il suo atteggiamento non è in grado di porre in uno stato di inferiorità nessuno spettatore il quale vede in lui la glorificazione della sua mediocrità.

Non si vergogna di essere ignorante. Dimostra di apprezzare la cultura là dove ne vede l'utilizzabilità. Accetta in modo acritico tutti i miti della società e delle convenzioni(

condiscendente con l'umile e deferente con il potente). Parla un basic italiani: tutti possono capirlo senza sforzo. Con lui la mediocrità trionfa.

La Neo TV negli Usa nasce immediatamente mentre in Italia si manifesta a partire dagli anni '80.

Questi i caratteri della neo tv:

1. Il palinsesto è concepito in funzione dell'organizzazione della vita del fruitore varie tipologie, dalla casalinga, dal bambino, da chi soffre d'insonnia ecc..)
2. trasmissioni a flusso continuo (24 ore)
3. La tv tende ad essere facile, accattivante, emozionante, poco problematica sul piano intellettuale. Pesa molto il vincolo dell'audience per cui si gioca al ribasso (mentre la paleo tv poteva anche decidere di essere educativa)
4. Alcuni elementi incidono in modo significativo sul senso della verità. (ricordiamo che un elemento decisivo della democrazia è la possibilità per il cittadino di decidere con libertà e forte di una adeguata consapevolezza):

AUTOREFERENZIALITA' Chi parla in Tv ottiene automaticamente attenzione e credito indipendentemente dal rigore e dalla chiarezza del suo messaggio. La TV legittima se stessa. la Tv è in grado pertanto di costruire la realtà e di produrre emozioni, paure, stati d'animo ...il peso dell'evento dipende dal fatto di essere presente in TV

CONCORRENZA La neo tv rispetto all'altra si presenta come disponibile, semplice, generalista e non chiede alcuno sforzo di attenzione. La concorrenza tra la tv commerciale e la Rai comporta, nella logica della ricerca del consenso, una caduta verticale del livello culturale. Centrale è anche il ruolo della pubblicità: la visibilità del prodotto determina il suo successo (teniamo presente che il prodotto può essere anche un messaggio politico-culturale). Si apre una competizione che premia le aziende più forti e non necessariamente quelle che producono meglio.

LA TV E IL SUO PUBBLICO

Si tratta di un rapporto di interazione: se da un lato la neo tv tende per avere consenso ad adattarsi al pubblico (assecondandone gli umori ecc..) dall'altro crea il suo pubblico, un pubblico ben disposto e non ostile al messaggio pubblicitario. Questa educazione del pubblico è segnata dall'uso delle immagini: la tv è un fluire continuo di suoni ed immagini. L'immagine in particolare è decisiva: l'immagine di per sé on è né vera né falsa e non può essere considerata una vera informazione

Chiediamoci poi che peso può avere su di un bambino questo tipo di comunicazione: poco sviluppata la capacità di astrazione mentre viene a mancare la distanza critica che permette alla mente di vigilare vagliando le informazioni. Non solo : la ripetizione dei messaggi li rende familiari anche là dove risultano insensati.

La parola diventa evocativa: la parola suona, dà suggestione soprattutto se accompagnata dal gesto

LA TV E LA POLITICA

La questione è delicata soprattutto alla luce dell'uso spregiudicato dei media nelle grandi esperienze dei totalitarismi del '900. Quale influenza in concreto può avere la TV sulle coscienze? E quale peso finisce per avere nelle modalità della partecipazione dei cittadini alla vita politica?

Per rispondere dobbiamo innanzi tutto tener presente alcuni elementi:

1. I media anche se non sono in grado di manipolare le cose hanno la forza di decidere l'agenda dei problemi del mondo
2. Il ruolo del sondaggio (descrittivo e nello stesso tempo capace di produrre ed orientare prese di posizione)
3. Demitizzazione dei leaders politici e dell'azione politica stessa. In questo modo il leader viene reso familiare e più vicino al consenso.

La politica ridotta a spettacolo

Partiamo dalla funzione tradizionale degli intellettuali come cerniera tra il potere e la base. Il compito degli intellettuali è quello di chiarire al pubblico, in genere poco attrezzato intellettualmente, a decifrare e a comprendere i messaggi provenienti dal potere e più in generale dal mondo. Nel mondo televisivo progressivamente assistiamo ad un indebolimento della funzione dell'intellettuale che perde autorevolezza rispetto ai media: questo processo è legato a fattori di trasformazione culturale collegati con gli eventi storico-culturali degli ultimi decenni: Tangentopoli erode il prestigio del militante politico (o disonesto, o fesso); riflusso nel privato come reazione all'esperienza del Sessantotto...

In questo contesto la riduzione della politica a spettacolo diventa un elemento decisivo della cosiddetta deriva della democrazia. La logica della concorrenza commerciale che anima la neo tv via via sostituisce la logica del dibattito razionale tra intellettuali e tra politici. Assistiamo ad una trasformazione del giornalismo, dell'arte, e della politica in spettacolo: tutto ciò accade nella pura logica della pubblicità. Si punta a far accettare un messaggio in forza non del suo rigore ma attraverso il controllo delle emozioni e delle pulsioni: il gioco della seduzione diventa il nerbo del rapporto tra il politico e il suo elettorato reale o potenziale. Il gesto, la battuta, il gioco di parole. la semplificazione "manichea" dei contenuti.....tutto permette di rastrellare il consenso. Alcuni casi significativi: Ronald Reagan, Silvio Berlusconi, Collor de Mello, Bernard Tapie.

Ma ,alla fine, si è realizzato il piano di Licio Gelli?

