

Mass media e comunicazione di massa

Con questi termini si indica, solitamente, tutta quella produzione industriale, da parte di organizzazioni specializzate, di contenuti e informazioni veicolati da particolari supporti (stampa, radio, cinema, televisione, ecc) e rivolti ad un pubblico ampio e fortemente eterogeneo.

Il XX secolo si può definire l'età delle comunicazioni di massa. Il forte sviluppo tecnologico che ha interessato i mass-media e la grande influenza che essi esercitano sulla vita sociale e individuale sono dati indiscutibili. Tuttavia comunicazione di massa e mass-media non sono sinonimi, come spesso invece accade nel linguaggio comune: i media sono i mezzi, le tecnologie che, organizzate, consentono la comunicazione di massa, mentre la definizione di quest'ultima risulta assai più complessa e articolata.

Certo non è facile – e forse neanche giusto – separare i grandi mutamenti socioculturali ed economici che nell'Ottocento contraddistinsero la nascita e la diffusione dei mezzi di comunicazione di massa, dalla riflessione teorica che ha tentato di mettere a fuoco le conseguenze del loro impatto sulla società in termini di circolazione della conoscenza, esercizio del potere, circolazione dell'informazione, gestione dei messaggi, ecc. Lo stesso concetto di “società di massa”, affermatosi soprattutto dopo la Seconda Guerra Mondiale, affonda le radici nella cultura ottocentesca, in cui l'idea di massa, con le sue accezioni negative e/o positive, accompagnava lo sviluppo tecnologico e dell'informazione.

Come in qualsiasi processo di scambio, anche nella comunicazione di massa si possono riconoscere 4 elementi fondamentali che rendono possibile l'interazione comunicativa: la presenza di un'emittente, di un messaggio, di un media e di destinatari. Anche nella comunicazione fra macchine si presenta questa articolazione dello scambio comunicativo, così come nella comunicazione interpersonale dove, però, l'articolazione dei turni comunicativi rende circolare e interattivo lo scambio, facendo intervenire variabili via via più complesse che determinano i contenuti della comunicazione e le reazioni dei soggetti coinvolti. Invece, nella comunicazione di massa, lo scambio di informazioni risulta unidirezionale, e non simmetrico: unidirezionale perchè dall'apparato degli emittenti il messaggio si veicola drettamente sulle masse, senza offrire, a queste, possibilità di risposta in tempo reale; non simmetrico, indica la differenza del ruolo sociale tra emittente e ricevente, che nella stragrande maggioranza dei casi, l'emittente occupa un ruolo sociale, economico e politico, superiore al ricevente.

Come ha scritto il sociologo statunitense **Harold Lasswell**, il modello teorico di qualunque atto di comunicazione è il seguente:

chi (emittente)

dice qualcosa (messaggio)

attraverso quale canale (media)

a chi (ricevente)

con quale effetto? (risultato, verificabile soltanto nel tempo ed assecondo di statistiche)

Lo studio scientifico del processo comunicativo tende a concentrarsi su uno o l'altro di tali interrogativi. Allora chi prefigura l'ambito di studio degli emittenti, con i relativi problemi del controllo sociale, politico ed economico del potere nei medesimi ambiti; dice qualcosa è relativo alla struttura dei messaggi prodotti dagli emittenti, cui si applicano particolari tecniche analitiche; attraverso quale canale indica lo studio approfondito delle caratteristiche comunicative e strutturali dei singoli mezzi di comunicazione; a chi apre la prospettiva dello studio dell'audience, con tutti i metodi di indagine qualitativa e quantitativa oggi disponibili alla ricerca, mirati soprattutto a conoscere e determinare con quali effetti, aprendo cioè il fecondo filone di studi sugli effetti della comunicazione di massa nei confronti dei vari possibili pubblici.

Il ruolo dell'emittente è svolto quasi sempre da soggetti – individuali o collettivi – che svolgono la funzione di comunicatori di professione (giornalisti, registi, ecc) all'interno di più grosse organizzazioni statali o private e il contenuto dei messaggi prodotti è quasi sempre il frutto di un processo di produzione standardizzata che segue le stesse logiche della produzione industriale. Parallelamente allo sviluppo e all'esplosione della comunicazione di massa, infatti, si affermò il termine di **“industria culturale”**, introdotto da **Max Horkheimer** e **Theodor Adorno** negli anni trenta, che definisce la modalità tipica del Novecento di trattare i contenuti culturali come merci, cioè esattamente allo stesso modo di come si commerciano e producono gli oggetti materiali.

Secondo T.Adorno (sociologo, musicologo e filosofo tedesco) sono tre le nozioni sulle quali si fonda la critica alla società tecnologica:

- 1) **razionalità strumentale**, ovvero la corruzione degli ideali dell'Illuminismo a opera di un sistema di dominio sull'economia e sulle masse, il capitalismo, che si avvale della scienza e della tecnica per aumentare – con un sistema nascosto e moderno – lo sfruttamento dell'uomo;

- 2) industria culturale, la creazione dei bisogni e dei modelli di comportamento uniformi per mezzo dell'apparato dei mass-media;
- 3) la personalità autoritaria, in particolare all'interno di un gruppo sociale (come, per esempio, in famiglia), inteso come luogo di riproduzione del consenso.

Il destinatario dei messaggi prodotti nell'ambito delle comunicazioni di massa non è riconoscibile e specifico: la distanza tra emittente e ricevente è estremamente evidente. Non si tratta di un divario solo fisico, ma anche culturale e sociale, poiché in genere l'emittente occupa una posizione di maggiore visibilità sociale ed esercita maggiore autorità rispetto al ricevente.

Il messaggio prodotto all'interno del sistema di comunicazione di massa, non è mai specificamente indirizzato ad un singolo individuo, quanto piuttosto ad un insieme di soggetti appartenenti ad una data categoria, le cui caratteristiche individuali sono irrilevanti al fine di determinare la riuscita della comunicazione stessa.

La distanza fra emittente e ricevente si manifesta anche su un altro piano, quello della risposta (feedback) all'emissione di un messaggio: nella comunicazione di massa, al contrario della comunicazione interpersonale, non si prevede alcun feedback in tempo reale da parte del ricevente (dei riceventi). Riguardo a tale caratteristica si sono sviluppate le numerose teorie massmediologiche che hanno sottolineato la sostanziale passività del pubblico dei mass-media e, conseguentemente, il forte potere manipolatorio di questi verso la "massa".

Per concludere: il processo di comunicazione di massa prevede la simultaneità del contatto fra un emittente singolo (ad esempio un network televisivo) e la moltitudine dei riceventi; questa caratteristica permette al messaggio veicolato di esercitare sui fruitori un impatto molto uniforme e diffuso, e tale caratteristica non è riscontrabile in nessun'altra forma di comunicazione. Anche tenendo conto di questo aspetto la ricerca ha sottolineato, soprattutto ai suoi esordi, le potenzialità enormi di persuasione – in negativo e in positivo – esercitate dai mezzi di comunicazione di massa.

Oggi questo problema sembra interessare molto meno e la nuova ricerca si pone il problema dell'inflazione informativa, ovvero di quella immensa mole di dati, fatti, notizie ed eventi che ci bombardano quotidianamente e che, più che sollecitare il nostro interesse, alimentano una crescente insofferenza nei confronti dei mezzi di informazione. **Jean Baudrillard**, (Reims 1929), sociologo francese, dal 1966 docente di sociologia

all'Università di Nanterre, sostiene che la realtà stessa sta scomparendo, sostituita dalla sua simulazione. E' questo il *Delitto perfetto* (1995) che fa in modo che la "cosa in sé" sia cancellata dal "fenomeno", cioè dall'apparenza. Accostando concetti ripresi dal marxismo, dallo strutturalismo, dalla semiotica, Baudrillard elabora un'analisi delle società a capitalismo maturo, in cui il consumo è visto come un "linguaggio sociale", non più rispondente esclusivamente alla soddisfazione dei bisogni primari, ma alla comunicazione del proprio status. La società contemporanea si contraddistingue per un processo di dematerializzazione della realtà a scapito della sua manomessa rappresentazione e per un'ideologia fondata sull'"estasi della comunicazione".

Tra le altre opere di Baudrillard ricordiamo *La società dei consumi* (1970), *Lo scambio simbolico e la morte* (1976), *America* (1986), *L'altro visto da sé* (1987)

Materiali di base

Antologia di testi fondamentali

La “mutazione antropologica” rappresenta dall'emergere di una società e di una cultura di massa fu all'origine, a partire dal secondo dopoguerra, di un'ampia e vivace discussione in cui ebbe un ruolo primario la **Scuola di Francoforte**, denominazione usata per indicare un gruppo di filosofi e sociologi che dai primi anni trenta del Novecento lavorò presso l'Istituto di ricerche sociali di Francoforte, in Germania. Con l'avvento del nazionalsocialismo, i principali membri dell'Istituto emigrarono. Dopo la seconda guerra mondiale, alcuni rimasero negli Stati Uniti, mentre la maggior parte fece ritorno in patria e proseguì l'attività di ricerca a Francoforte, dove nel 1950 rinacque l'Istituto. I rappresentanti più noti della scuola di Francoforte furono **Max Horkheimer, Theodor Wiesegrund Adorno e Herbert Marcuse** (che tuttavia, come Eric Fomm, fece parte dell'Istituto solo fino all'inizio degli anni Quaranta e dopo la guerra rimase negli Stati Uniti). **Walter Benjamin** collaborò con i francofortesi intorno alla metà degli anni trenta. **Jurgen Habermas**, che appartiene alla generazione successiva, lavorò all'Istituto dal 1955 al 1971 ed è considerato l'erede della filosofia della scuola. Nucleo del programma di ricerca dei francofortesi fu la “teoria critica della società”, che si oppone a qualunque forma di alienazione e di dominio dell'uomo sull'uomo, operando una radicale demistificazione dell'ideologia capitalista e delle sue contraddizioni interne. La nozione di “teoria critica” fu mutuata da un saggio di Horkheimer e Marcuse, *Teoria Tradizionale e teoria critica* (1937), che rilevava il carattere puramente strumentale della razionalità moderna, rivelatasi incapace di soddisfare le istanze libertarie del progetto illuminista. *Dialettica dell'Illuminismo* (1947), scritto dallo stesso Horkheimer in collaborazione con Adorno, inasprì la critica alla razionalità, affermando che l'Illuminismo era sfociato in una pericolosa mitologia del progresso fondata sul dominio della tecnica e della burocrazia, a scapito della libertà e della creatività dell'individuo. L'odierna cultura di massa fu considerata da Horkheimer e Adorno il prodotto di un' “industria culturale” tesa al mantenimento di una supremazia che sopprimeva sul nascere ogni tendenza emancipatrice. Il carattere repressivo della razionalità dominante della società industriale fu sottolineato anche da Marcuse (Eros e civiltà, 1955). Tuttavia, a differenza di Horkheimer e Adorno, Mancuse concepì la possibilità utopica di una liberazione, ottenuta in virtù della sublimazione dell'eros. Nel periodo giovanile a Francoforte, anche Habermas, facendo riferimento alle strutture pubbliche dominanti, indicò chiaramente i momenti

repressivi della ragione; egli però sottolineò le possibilità di emancipazione dell'uomo insite nella stessa ragione, più propriamente nel suo aspetto linguistico: il progetto dell'illuminismo, secondo Hebermas, non è fallito, bensì soltanto incompiuto.

Uno dei temi della riflessione critica di Theodor W. Adorno (1903 – 1969), che di quella “Scuola” fu, con Max Horkheimer, il massimo esponente; è costituito da quell'industria culturale che caratterizza la società di massa. La pretesa ipocrita di tale società è, sottolinea Adorno, quella “di regolarsi sui consumatori e di fornire loro ciò che desiderano”. In questa prospettiva, il consumo di massa è l'azione che autorizza gli elementi del mercato internazionale .

In realtà alle masse, continua Adorno, non è concesso altro che la possibilità di “scelta tra il si e il no ad un prodotto offerto”, per di più contemporaneamente ad aver subito un “lavaggio del cervello” attraverso il bombardamento pubblicitario; le masse non sono considerate “veri soggetti”, come del resto non lo sono i produttori stessi; tutti sono “parti di un meccanismo onnicomprensivo” che è l'industria culturale.

Niente e nessuno sfugge alla logica inglobante di una società di massa, i cui prodotti sono “incorporati nel meccanismo distributivo del grande capitale”, nemmeno gli intellettuali il cui “desiderio dissidente” resta una vuota forma, impossibilitato com'è ad attingere ad una materia autenticamente alternativa. La società dell'industria culturale “ricomprende in sé anche quelli che la combattono, e uniforma e modella la loro coscienza”. È questo il messaggio che emerge essenzialmente dal testo che segue, tratto da *Minima moralia* e pubblicato per la prima volta nel 1951. Il sottotitolo dell'opera, *Meditazione della vita offesa*, è indicativo della pessimistica visione della società di massa che caratterizza la posizione della Scuola di Francoforte. Quella società che ha cancellato l'individuo e che ha sottomesso “lo spirito alle forme del business e quindi, in definitiva, ai suoi interessi”.

L' “industria culturale” è un termine coniato dagli autori per sostituire quelli di “cultura di massa” e di “cultura popolare”, eliminando così la possibilità di un equivoco, quello di chi poteva pensare a una cultura creata spontaneamente dalla massa, cioè “popolare”. Il punto è, invece, che di “popolare” questa cultura non ha nulla, perché il consumatore non è, come l'industria culturale vorrebbe far credere, il sovrano, il soggetto di tale industria, bensì il suo “oggetto”, il suo “bersaglio”. Le masse non sono dunque altro che “un'appendice del meccanismo”, il quale produce tutto ciò che viene studiato per il consumo di massa e determina in grande misura questo consumo stesso. Le masse non costituiscono dunque il criterio al quale l'industria culturale si attiene, bensì “la sua ideologia”.

Il cliente è servito

di Theodor W. Adorno

L'industria culturale pretende ipocritamente di regolarsi sui consumatori e di fornire loro ciò che desiderano. Ma mentre si studia di respingere ogni idea di autonomia ed erige a giudici le sue vittime, la sua autarchia e sovranità effettiva – che essa cerca invano di nascondere – supera tutti gli eccessi dell'arte più “autonoma”. L'industria culturale, anziché adattarsi alle reazioni dei clienti, le crea o le inventa. Essa gliele inculca, conducendosi come se fosse anch'essa un cliente. E' lecito sospettare del tutto l' *adjustment* (organizzazione, sistema) a cui assicura di obbedire sia pura ideologia: gli uomini aspirerebbero ad adeguarsi agli altri e al tutto tanto più quanto più tendono, attraverso l'esagerata uguaglianza, attraverso l'affermazione giurata della propria impotenza sociale, a partecipare al potere e a impedire l'uguaglianza. “La musica ascolta per l'ascoltatore”, e il film pratica sulla scala del *trust* l'odioso trucco degli adulti che, quando vogliono affibbiare qualcosa ad un bambino, lo stordiscono col linguaggio che vorrebbero che quello adoperasse, e gli presentano il regalo più discutibile con l'espressione di scoccante rapimento che intendono evocare in lui. L'industria culturale è modellata sulla regressione mimetica, sulla manipolazione degli istinti mimetici repressi: essa si serve del metodo di anticipare la propria imitazione da parte dello spettatore e di fare apparire come già esistente l'intesa che mira a creare. E ci riesce tanto meglio in quanto – in un sistema stabile – può effettivamente contare su quell'intesa: intesa che, perciò, non si tratta tanto di produrre, quanto di ripetere ritualmente. Il suo prodotto non è uno stimolo, ma un modello per reazioni e stimoli inesistenti. Di qui, nel film, l'ispirato titolo musicale, il linguaggio insulso e infantile, l'ammiccante popolarità; e anche il primo piano della star non è che un “com'è bella” gridato, per così dire, nelle orecchie. Con questo procedimento la macchina culturale piomba sullo spettatore come il direttissimo ripreso frontalmente nell'attimo di massima tensione. Il tono di ogni film è quello della strega che somministra il cibo ai piccoli che intende ammaliare o divorare, con la raccapricciante litania: “buona la minestrina, ti piace la minestrina? Ti farà tanto bene, tanto bene”

Il più forte argomento fatto vedere dagli apologeti del film è l'argomento più grossolano: il consumo di massa. Essi proclamano il film – il medium per eccellenza dell'industria culturale – arte popolare. L'indipendenza delle norme dell'opera autonoma lo svincolerebbe dalla responsabilità estetica, i cui criteri si sarebbero dimostrati – nei suoi confronti - reazionari (e di fatto, tutte le intenzioni dirette a nobilitarlo artisticamente hanno un che di storto, di artificiale e sostenuto, di formalmente mancato, qualcosa dell'importazione per l'intenditore). Quanto più il film pretende all'arte, tanto più dimostra di essere di princisbecche. A ciò possono richiamarsi i protagonisti, e – come critici dell'interiorità ridotta nel frattempo *kitsch* – presentarsi, col loro *kitsch* rozzamente materiale, come la nuova avanguardia. Una volta portata la discussione su questo terreno, essi – con la loro esperienza tecnica e la loro vicinanza alle cose – diventano pressoché irresistibili. Il film non è arte di massa, ma una manipolazione diretta ad ingannare le masse? Ma sul mercato si fanno continuamente valere i desideri del pubblico, e già la produzione collettiva garantisce l'essenza collettiva; solo chi è fuori del mondo sospetta nei produttori scaltri burattinai; i più, certo, sono senza talento, ma dove sono presenti tutte le doti necessarie, può saltar fuori – nonostante tutte le limitazioni del sistema – qualcosa di buono. Il gusto di massa a cui il film obbedisce non è per nulla il gusto delle masse, ma un gusto *octroyé* (concesso, imposto dall'alto)?

Ma è sciocco parlare di un gusto di massa diverso dal gusto che le masse hanno in realtà, e la cosiddetta arte popolare non ha mai fatto che rispecchiare il dominio.

Il film trabocca della menzogna della stereotipia? Ma la stereotipia è l'essenza dell'arte

popolare: le fiabe hanno il principe salvatore e il diavolo, come il film l' "eroe" e il "cattivo", e anche la crudeltà barbarica per cui il mondo è diviso in buoni e cattivi, è un elemento che il film ha in comune con le fiabe più belle, in cui la matrigna danza fino alla morte nelle roventi scarpette di ferro.

E l'influsso che le masse, come clienti, possono esercitare sul film, rimane astratto come l'introito di cassa che prende il posto del più sfumato applauso: pura scelta tra il sì ed il no ad un prodotto offerto, costretto nello squilibrio di potere concentrato e impotenza dispersa. E la partecipazione di numerosi esperti, e anche di semplici tecnici, alla produzione del film, garantisce tanto poco la sua umanità, come la decisione di commissioni scientifiche competenti l'umanità delle bombe e dei gas venefici.

I produttori fungono così poco da soggetti come i loro lavoratori e clienti, ma sono solo parti di un meccanismo resosi ormai indipendente. Ma la massima per cui l'arte di massa dovrebbe rispettare il vero gusto delle masse, e non quello degli intellettuali ipercritici, non è che usurpazione. Il contrasto in cui il cinema, come ideologia onnicomprensiva, si trova con gli interessi oggettivi degli uomini, la sua contaminazione con lo *status quo* della società di profitto, la cattiva coscienza e l'inganno si lasciano riconoscere senza fallo.

Il contesto totale dell'industria culturale, che non lascia nulla al di fuori di sé, fa tutt'uno con l'accecamento sociale totale. Ecco perché ha così buon gioco contro tutti gli argomenti in contrario. La società è integrale prima ancora di essere governata in modo totalitario. La sua organizzazione abbraccia e ricomprende in sé anche quelli che la combattono, e uniforma e modella la loro coscienza. Anche gli intellettuali che conoscono perfettamente, dal punto di vista politico, tutti gli argomenti che si possono addurre contro l'ideologia borghese, soccombono, per così dire, ad un processo di standardizzazione, che, pur nel contrasto radicale dei contenuti, facendo leva sulla loro disponibilità ad adattarsi a loro volta, li avvicina talmente allo spirito dominante che la loro posizione diventa, di fatto, sempre più casuale, e finisce per dipendere solo preferenze sottili e impalpabili o dalla valutazione che ciascuno di essi può fare delle proprie *chances*.

Che tutti i prodotti culturali, anche quelli non conformistici, siano incorporati nel meccanismo distributivo del grande capitale, che, nel paese più sviluppato, un prodotto che non rechi l'imprimatur della fabbricazione di massa, non possa più raggiungere, in pratica, un solo lettore, spettatore o ascoltatore, tutto ciò sottrae in anticipo la materia al desiderio dissidente.

Gli intellettuali stessi sono vincolati, ormai, in modo talmente rigido a ciò che è sanzionato nella loro sfera particolare e isolata, da non essere più in grado di desiderare altro da ciò che viene presentato loro con l'etichetta *highbrow*. La loro sola ambizione è quella di sapersi orientare nel repertorio consacrato, di saper indovinare, ogni volta, la giusta parola d'ordine. Il non-conformismo degli iniziati non è che un'illusione e una semplice fase d'attesa. Dire che sono dei rinnegati sarebbe usare parole troppo grosse; essi portano gli occhiali di tartaruga con lenti di grande formato davanti alla fisionomia dell'americano medio solo per figurare meglio – come soggetti "brillanti" - di fronte a se stessi e anche nella concorrenza universale. La verità è che sono così fin dall'inizio. La premessa soggettiva dell'opposizione, il giudizio non uniformato, si estingue, mentre la sua pantomima esteriore continua a svolgersi come rituale di gruppo.

(T.W. Adorno, *Minima moralia. Meditazioni della vita offesa*)

L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica

di Walter Benjamin

In linea di principio, l'opera d'arte è sempre stata riproducibile. Una cosa fatta dagli uomini ha sempre potuto essere rifatta da uomini. Simili riproduzioni venivano realizzate dagli allievi per esercitarsi nell'arte, maestri per diffondere le opere, infine da terzi semplicemente avidi di guadagni. La riproduzione tecnica dell'opera d'arte è invece qualcosa di nuovo, che si afferma nella storia a intermittenza, a ondate spesso lontane l'una dall'altra, e tuttavia con una crescente intensità. I greci conoscevano soltanto due procedimenti per la riproduzione tecnica delle opere d'arte: la fusione e il conio. Bronzi, terrecotte e monete erano le uniche opere d'arte che essi fossero in grado di produrre in quantità. Tutte le altre erano uniche e non tecnicamente riproducibili. Con la silografia diventò per la prima volta tecnicamente riproducibile la grafica; così rimase a lungo, prima che, mediante la stampa, diventasse riproducibile anche la scrittura. Gli enormi mutamenti che la stampa, cioè la riproducibilità tecnica della scrittura, ha suscitato nella letteratura sono noti. Ma essi costituiscono soltanto un caso, benché certo particolarmente importante, del fenomeno che qui viene considerato sulla scala della storia mondiale. Nel corso del Medioevo, alla silografia vengono ad aggiungersi l'acquaforte e la puntasecca, come, all'inizio del secolo XIX, la litografia.

Con la litografia, la tecnica riproduttiva raggiunge un grado sostanzialmente nuovo. Il procedimento, molto più efficace, che rispetto all'incisione del disegno in un blocco di legno o in una lastra di rame è costituito dalla sua trasposizione su una lastra di pietra, diede per la prima volta alla grafica la possibilità non soltanto di introdurre nel mercato i suoi prodotti in grande quantità (come già avveniva prima), ma anche di farlo conferendo ai prodotti configurazioni ogni giorno nuove. Attraverso la litografia, la grafica si vide in grado di accompagnare in forma illustrativa la dimensione quotidiana. Cominciò a tenere il passo della stampa. Ma fin dall'inizio, pochi decenni dopo l'invenzione della litografia, venne superata dalla fotografia. Con la fotografia, nel processo della riproduzione figurativa la mano si vide per la prima volta scaricata dalle 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. La riproduzione tecnica del suono venne affrontata alla fine del secolo scorso. Questi sforzi convergenti hanno prefigurato una situazione che Paul Valéry definisce con questa frase: “Come l'acqua, il gas o la corrente elettrica, entrano grazie a uno sforzo quasi nullo, provenendo da lontano, nelle nostre abitazioni per rispondere ai nostri bisogni, così saremo approvvigionati di immagini e di sequenze di suoni, che si manifestano a un piccolo gesto, quasi un segno, e poi subito ci lasciano”. Verso il 1900, la riproduzione tecnica aveva raggiunto un livello, che le permetteva, non soltanto di prendere come oggetto tutto l'insieme delle opere d'arte tramandate e di modificarne profondamente gli effetti, ma anche di conquistarsi un posto autonomo tra i vari procedimenti artistici. Per lo studio di questo livello nulla è più istruttivo del modo in cui le sue due diverse manifestazioni – riproduzione dell'opera d'arte e l'arte cinematografica – hanno agito sull'arte nella sua forma tradizionale.

Anche nel caso di una riproduzione altamente perfezionata, manca un elemento: L' *hic et nunc* dell'opera d'arte – la sua esistenza unica e 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. La traccia delle prime può essere reperita soltanto attraverso analisi chimiche o fisiche che non possono venir eseguite sulla riproduzione; quella dei secondi è oggetto di una tradizione la cui ricostruzione deve procedere dalla sede dell'originale.

L' *hic et nunc* dell'originale costituisce il concetto della sua autenticità. Analisi di genere chimico della patina di un bronzo possono essere necessarie per la costatazione della sua autenticità; corrispondentemente, la dimostrazione del fatto che un certo codice medievale proviene da un archivio del secolo XV può essere necessaria per stabilirne l'autenticità. L'intero ambito dell'autenticità si sottrae alla riproducibilità tecnica – e naturalmente non di quella tecnica soltanto. Ma mentre l'autentico mantiene la sua piena autorità di fronte alla riproduzione manuale, che di regola viene da esso bollata come un falso, ciò non accade nel caso della riproduzione tecnica. Essa può, per esempio mediante la fotografia, rilevare aspetti dell'originale che sono accessibili soltanto all'obiettivo, che è spostabile e in grado di scegliere a piacimento il suo punto di vista, ma non all'occhio umano oppure, con l'aiuto di certi procedimenti, come l'ingrandimento o la ripresa al rallentatore, può cogliere immagini che si sottraggono interamente all'ottica naturale. E' questo il primo punto. Essa può inoltre introdurre la riproduzione dell'originale in situazioni che all'originale stesso non sono accessibili. In particolare gli permette di andare incontro al fruitore, nella forma della

fotografia oppure del disco. 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 camera.

Le circostanze in mezzo alle quali il prodotto della riproduzione tecnica può venirsi a trovare possono lasciare intatta la consistenza intrinseca dell'opera d'arte – ma in ogni modo determinano la svalutazione del suo *hic et nunc*. Benché ciò non valga soltanto per l'opera d'arte, ma anche, e allo stesso titolo, ad esempio, per un paesaggio che in un film si dispiega di fronte allo spettatore, questo processo investe, dell'oggetto artistico, un ganglio che in nessun oggetto naturale è così vulnerabile. Cioè: la sua autenticità. L'autenticità di una cosa è la quintessenza di tutto ciò che, fin dall'origine di essa può venir tramandato, dalla sua durata materiale alla sua virtù di testimonianza storica. Poiché quest'ultima è fondata sulla prima, nella riproduzione, in cui la prima è sottratta all'uomo, vacilla anche la seconda, la virtù di testimonianza della cosa. Certo, soltanto questa; ma ciò che così prende a vacillare è precisamente l'autorità della cosa. (Anche la più scadente rappresentazione del Faust in una città di provincia presuppone, rispetto a un film tratto dal Faust, il fatto di essere in un rapporto di ideale concorrenza con la prima di Weimar. E tutto ciò che ci si può ricordare, quanto a contenuti tradizionali, di fronte al palcoscenico, diventa inutilizzabile di fronte allo schermo cinematografico – per esempio, che nel personaggio di Mefistofele si nasconde un amico di gioventù di Goethe, Johann Heinrich Merck e simili...).

Ciò che vien meno è insomma quanto può essere riassunto con la nozione di «aura»; e si può dire: ciò che vien meno nell'epoca della riproducibilità tecnica è l'«aura» dell'opera d'arte. Il processo è sintomatico; il suo significato rimanda al di là dell'ambito artistico. La tecnica della riproduzione - così si potrebbe formulare la cosa - sottrae il riprodotto all'ambito della tradizione.

Moltiplicando la riproduzione, essa pone al posto di un evento unico una serie quantitativa di eventi. E permettendo alla riproduzione di venire incontro a colui che ne fruisce nella sua particolare situazione, attualizza il riprodotto. Entrambi i processi portano a un violento rivolgimento che investe ciò che viene tramandato – a un rivolgimento della tradizione, che è l'altra faccia della crisi attuale e dell'attuale rinnovamento dell'umanità. Essi sono strettamente legati ai movimenti di massa dei nostri giorni. Il loro agente più potente è il cinema. Il suo significato sociale, 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. Questo fenomeno è particolarmente vistoso nei grandi film storici. Esso vi conquista sempre nuove posizioni, e quando, nel 1927, Abel Gance

esclama entusiasticamente: «Shakespeare, Rembrandt, Beethoven faranno dei film... Tutte le leggende, tutte le mitologie e tutti i miti, tutti i fondatori di religioni, anzi tutte le religioni... aspettano la loro risurrezione nel film, e gli eroi si accalcano alle porte», senza rendersene conto, invita a una liquidazione generale.

Nel giro di lunghi periodi storici, insieme coi modi complessivi di esistenza delle collettività umane, si modificano anche i modi e i generi della loro percezione sensoriale. Il modo secondo cui si organizza la percezione sensoriale umana – il *medium* in cui essa ha luogo – non è condizionato soltanto in senso naturale, ma anche storico. L'epoca delle invasioni barbariche, durante la quale sorge l'industria artistica tardo-romana e la *Genesi di Vienna*, (il famoso codice viennese del libro biblico della Genesi, probabilmente del secolo VI, particolarmente rinomato per le sue miniature) possedeva non soltanto un'arte diversa da quella antica, ma anche un'altra percezione. Gli studiosi della scuola viennese, Riegl e Wickhoff, opponendosi al peso della tradizione classica che gravava sopra quell'arte, sono stati i primi ad avere l'idea di trarre da essa conclusioni a proposito della percezione nell'epoca in cui essa veniva riconosciuta. Per quanto notevoli fossero i loro risultati, essi avevano un limite nel fatto che questi studiosi si accontentavano di rilevare il contrassegno formale proprio della percezione nell'epoca tardo-romana. Essi non hanno mai tentato – e forse non potevano sperare di riuscirvi – di mostrare i rivolgimenti sociali che in questi cambiamenti della percezione trovavano un'espressione. Per quanto riguarda il presente, le condizioni per una corrispondente comprensione sono più favorevoli. E se le modificazioni nel *medium* della percezione di cui noi siamo contemporanei possono venir intese come una decadenza dell'«aura», sarà anche possibile indicarne i presupposti sociali.

Cade qui opportuno illustrare il concetto, sopra proposto, di aura a proposito degli oggetti storici mediante quello applicabile agli oggetti naturali. Noi definiamo questi ultimi apparizioni uniche di una lontananza, per quanto questa possa essere vicina. Seguire, in un pomeriggio d'estate, una catena di monti all'orizzonte oppure un ramo che getta la sua ombra sopra colui che si riposa, ciò significa respirare l'aura di quelle montagne, di quel ramo. Sulla base di questa descrizione facile comprendere il condizionamento sociale dell'attuale decadenza dell'aura. Essa si fonda su due circostanze, entrambe connesse con la sempre maggiore importanza delle masse nella vita attuale. E cioè: rendere le cose, spazialmente e umanamente, *più vicine* è per le masse attuali un'esigenza vivissima, quanto la tendenza al superamento dell'unicità di qualunque dato mediante la ricezione della sua riproduzione. Ogni giorno si fa valere in modo sempre più incontestabile l'esigenza a impossessarsi dell'oggetto da una distanza il più possibile ravvicinata

nell'immagine, o meglio nell'effigie, nella riproduzione. E inequivocabilmente la riproduzione, quale viene proposta dai giornali illustrati o dai settimanali, si differenzia dall'immagine diretta, dal quadro. L'unicità e la durata s'intrecciano strettissimamente in quest'ultimo, quanto la labilità e la ripetibilità nella prima. La liberazione dell'oggetto dalla sua guaina, la distruzione dell'aura sono il contrassegno di una percezione la cui *sensibilità per ciò che nel mondo è dello stesso genere* è cresciuta a un punto tale che essa, mediante la riproduzione, attinge l'uguaglianza di genere anche in ciò che è unico. Così, nell'ambito dell'intuizione si annuncia ciò che nell'ambito della teoria si manifesta come un incremento dell'importanza della statistica. L'adeguazione della realtà alle masse e delle masse alla realtà è un processo di portata illimitata sia per il pensiero sia per l'intuizione.

L'unicità dell'opera d'arte si identifica con la sua integrazione nel contesto della tradizione. È vero che questa tradizione è a sua volta qualcosa di vivente, qualcosa di straordinariamente mutevole. Un'antica statua di Venere, per esempio presso i greci, che la rendevano oggetto di culto, stava in un contesto tradizionale completamente diverso da quello in cui la ponevano i monaci medievali, che vedevano in essa un idolo maledetto. Ma ciò che si faceva incontro sia ai primi sia ai secondi era la sua unicità, in altre parole: la sua aura. Il modo originario di articolazione dell'opera d'arte dentro il contesto della tradizione trovava la sua espressione nel culto. Le opere d'arte più antiche sono nate, com'è noto, al servizio di un rituale, dapprima magico, poi religioso. Ora, riveste un significato decisivo il fatto che questo modo di esistenza, avvolto da un'aura particolare, non possa mai staccarsi dalla sua funzione rituale. (Definire l'aura un' "apparizione unica di una distanza, per quanto questa possa essere vicina" non significa altro che formulare, usando termini delle categorie della percezione spazio-temporale, il valore culturale dell'opera d'arte. La distanza è il contrario della vicinanza. Ciò che sostanzialmente lontano è l'inavvicinabile. Di fatto l'inavvicinabilità è una delle qualità principali dell'immagine culturale. Essa rimane, per sua natura, "lontananza, per quanto vicina". La vicinanza che si può strappare alla sua materia non elimina la lontananza che essa conserva dopo il suo apparire).

In altre parole: il valore unico dell'opera d'arte *autentica* trova una sua fondazione nel rituale, nell'ambito del quale ha avuto il suo primo e originario valore d'uso. Questo fondarsi, per mediato che sia, è riconoscibile, nella forma di un rituale secolarizzato, anche nelle forme più profane del culto della bellezza. Il culto profano della bellezza che si configura con il Rinascimento per poi restare valido lungo tre secoli, dà a riconoscere chiaramente quei fondamenti, una volta scaduto questo termine, al momento del primo

serio scuotimento da cui sia stato colpito. Vale a dire: quando, con la nascita del primo mezzo di riproduzione veramente rivoluzionario, la fotografia (contemporaneamente al delinearsi del socialismo), l'arte avvertì l'approssimarsi di quella crisi che passati altri cento anni è diventata innegabile, essa reagì con la dottrina dell'arte per l'arte, che costituisce una teologia dell'arte. Successivamente da essa è proceduta addirittura una teologia negativa nella forma dell'idea di un'arte «pura», la quale, non soltanto respinge qualsivoglia funzione sociale, ma anche qualsiasi determinazione da parte di un elemento oggettivo. (Nella poesia, Mallarmé è stato il primo a raggiungere questo stadio).

Tenere conto di queste connessioni è indispensabile per un'analisi che abbia a che fare con l'opera d'arte nell'epoca della riproducibilità tecnica. Perché esse prefigurano una scoperta decisiva per questo ambito: la riproducibilità tecnica dell'opera d'arte emancipa per la prima volta nella storia del mondo quest'ultima dalla sua esistenza parassitaria nell'ambito del rituale. L'opera d'arte riprodotta diventa in misura sempre maggiore la riproduzione di un'opera d'arte predisposta alla riproducibilità. Di una pellicola fotografica per esempio è possibile tutta una serie di stampe; la questione della stampa autentica non ha senso.

Nel caso delle opere cinematografiche la riproducibilità tecnica del prodotto non è come per esempio nel caso delle opere letterarie o dei dipinti, una condizione di origine esterna nella loro diffusione tra le masse. La riproducibilità tecnica dei film si fonda immediatamente nella tecnica della loro produzione. Questa non soltanto permette immediatamente la diffusione in massa delle opere cinematografiche: piuttosto, addirittura la impone. La impone poiché la produzione di un film è così cara che un singolo in grado di possedere un dipinto, non è in grado di possedere un film. Nel 1927 si è calcolato che un film impegnativo, per diventare redditizio, doveva raggiungere un pubblico di nove milioni di persone. Col film sonoro si è manifestata una tendenza inversa; il suo pubblico venne a trovarsi limitato dai confini linguistici, e ciò avvenne contemporaneamente all'accentuazione degli interessi nazionali da parte del fascismo. Più che registrare questa recessione, che peraltro venne subito attenuata mediante la sincronizzazione, è importante considerare il suo nesso col fascismo. La contemporaneità dei due fenomeni si basa sulla crisi economica. Le stesse perturbazioni che, viste nel loro complesso, hanno portato al tentativo di conservare con l'uso aperto della forza i rapporti di proprietà costituiti, hanno indotto il capitale cinematografico ad accelerare i lavori preliminari per la produzione di film sonori. L'avvento del film sonoro produsse un temporaneo sollievo. E ciò non soltanto perché il film sonoro indusse di nuovo capitali, che venivano dall'industria elettrica, col capitale cinematografico. Così, visto dall'esterno il cinema sonoro ha

promosso gli interessi nazionali, ma visto dall'interno ha internazionalizzato ancora di più la produzione cinematografica.

Ma nell'istante in cui il criterio dell'autenticità nella produzione dell'arte viene meno, si trasforma anche l'intera funzione dell'arte. Al posto della sua fondazione nel rituale s'instaura la fondazione su un'altra prassi: vale a dire il suo fondarsi sulla politica.

La ricezione di opere d'arte avviene secondo accenti diversi, due dei quali, tra loro opposti, assumono uno specifico rilievo. Il primo di questi accenti cade sul valore culturale, l'altro sul valore espositivo dell'opera d'arte. La produzione artistica comincia con figurazioni che sono al servizio del culto. Di queste figurazioni si può ammettere che il fatto che esistano è più importante del fatto che vengano viste. L'alce che l'uomo dell'età della pietra raffigura sulle pareti della sua caverna è uno strumento magico. Egli lo espone davanti ai suoi simili; ma prima di tutto è dedicato agli spiriti. Oggi sembra addirittura che il valore culturale come tale induca a mantenere l'opera d'arte nascosta: certe statue degli dei sono accessibili soltanto al sacerdote nella sua cella.

Certe immagini della Madonna rimangono invisibili per quasi tutto l'anno, certe sculture dei duomi medievali non sono visibili per il visitatore che stia in basso. Con l'emancipazione di determinati esercizi artistici dall'ambito del rituale, le occasioni di esposizione dei prodotti aumentano. L'esponibilità di un ritratto a mezzo busto, che può essere inviato in qualunque luogo, è maggiore di quella della statua di un dio che ha la sua sede permanente all'interno di un tempio. L'esponibilità di una tavola è maggiore di quella del mosaico o dell'affresco che l'hanno preceduta. E se l'esponibilità di una messa per natura non era probabilmente più ridotta di quella di una sinfonia, tuttavia la sinfonia nacque nel momento in cui la sua esponibilità prometteva di diventare maggiore di quella di una messa.

Coi vari metodi di riproduzione tecnica dell'opera d'arte, la sua esponibilità è cresciuta in una misura così poderosa, che la discrepanza quantitativa tra i suoi due poli si è trasformata, analogamente a quanto è avvenuto nelle età primitive, in un cambiamento qualitativo della sua natura. E cioè: così come nelle età primitive, attraverso il peso assoluto del suo valore culturale, l'opera d'arte era diventata uno strumento della magia, che in certo modo soltanto più tardi venne riconosciuto quale opera d'arte, oggi, attraverso il peso assoluto assunto dal suo valore di esponibilità, l'opera d'arte diventa una formazione con funzioni completamente nuove, delle quali quella di cui siamo consapevoli, cioè quella artistica, si profila come quella che in futuro potrà venir riconosciuta marginale. Certo è che attualmente la fotografia, e poi il cinema, forniscono gli spunti più fecondi per il riconoscimento di questo dato di fatto.

Nella fotografia il valore di esponibilità comincia a sostituire su tutta la linea il valore culturale. Ma quest'ultimo non si ritira senza opporre resistenza. Occupa un'ultima trincea, che è costituita dal volto dell'uomo. Non a caso il ritratto è al centro delle prime fotografie. Nel culto del ricordo dei cari lontani o defunti il valore culturale del quadro trova il suo ultimo rifugio. Nell'espressione fuggevole di un volto umano, dalle prime fotografie, emana per l'ultima volta l'aura. È questo che ne costituisce la malinconica e incomparabile bellezza. Ma quando l'uomo scompare dalla fotografia, per la prima volta il valore espositivo propone la propria superiorità sul valore culturale. Il fatto di aver dato una propria sede a questo processo costituisce l'importanza incomparabile di Atget, che verso il 1900 fissò gli aspetti delle vie parigine, vuote di uomini. Molto giustamente è stato detto che egli fotografava le vie come si fotografa il luogo di un delitto. Anche il luogo di un delitto è vuoto di uomini. Viene fotografato per avere indizi. Con Atget, le riprese fotografiche cominciano a diventare documenti di prova nel processo storico. È questo che ne costituisce il nascosto carattere politico. Esse esigono già la ricezione in un senso determinato. La fantasticheria contemplativa liberamente divagante non si addice alla loro natura. Esse inquietano l'osservatore; egli sente che per accedervi deve cercare una strada particolare. Contemporaneamente i giornali illustrati cominciano a proporgli una segnaletica. Vera o falsa – è indifferente. In essi è diventata per la prima volta obbligatoria la didascalia. Ed è chiaro che essa ha un carattere completamente diverso dal titolo di un dipinto. 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 che sono già trascorse.

La disputa, che ebbe luogo nel corso del secolo XIX, tra la pittura e la fotografia, intorno al valore artistico dei reciproci prodotti appare oggi fuori luogo e confusa. Ciò non intacca tuttavia il suo significato e anzi potrebbe anche sottolinearlo. Di fatto questa disputa era espressione di un rivolgimento di portata storica mondiale, di cui nessuno dei due contendenti era consapevole.

Privando l'arte del suo fondamento culturale, l'epoca della sua riproducibilità tecnica estinse anche e per sempre l'apparenza della sua autonomia. Ma la modificazione della funzione dell'arte, che così si delineava, oltrepassava il campo di visuale del secolo. E del resto sfuggì a lungo anche al secolo XX, che stava vivendo lo sviluppo del cinema.

Se già precedentemente era stato sprecato molto acume per decidere la questione se la fotografia fosse un'arte – ma senza che ci si fosse posta la domanda preliminare: e cioè, se attraverso la scoperta della fotografia non si fosse modificato il carattere complessivo

dell'arte –, i teorici del cinema ripresero ben presto questa male impostata problematica. Ma le difficoltà che la fotografia aveva procurato all'estetica tradizionale, erano un gioco per bambini in confronto con quelle che il cinema avrebbe suscitato. Da qui la cieca violenza che caratterizza gli inizi della teoria cinematografica. Così, per esempio, Abel Gance paragona il film ai geroglifici: «E così, in seguito a un ritorno, estremamente singolare, a ciò che è già stato, ci ritroviamo sul piano espressivo degli egiziani... Il linguaggio delle immagini non è ancora giunto alla sua maturità, perché il nostro occhio non è ancora alla sua altezza. Non c'è ancora una sufficiente considerazione, non c'è ancora un culto sufficiente per ciò che in esso si esprime». Oppure scrive Séverin-Mars: «A quale arte era serbato un sogno, che... potesse essere più poetico e più reale insieme! Considerato da questo punto di vista, il cinema rappresenterebbe un mezzo d'espressione assolutamente incomparabile, e nella sua atmosfera dovrebbero muoversi soltanto persone dalla mentalità nobilissima e negli attimi più perfetti e più misteriosi della loro vita». Alexandre Arnoux, dal canto suo, conclude una fantasia sopra il cinema muto addirittura con questa domanda: «Tutte le audaci descrizioni, di cui così ci siamo serviti, non tendono per caso a una definizione della preghiera?». È molto istruttivo osservare come lo sforzo di far rientrare il cinema nell'arte costringa tutti questi teorici ad attribuirgli, con una pervicacia senza precedenti, quegli elementi culturali che non ha. Eppure, all'epoca in cui venivano pubblicate queste elucubrazioni, esistevano già opere come *Una donna di Parigi* e *La febbre dell'oro*. Ciò non impedisce ad Abel Gance di ricorrere alla comparazione con i geroglifici, e Severin-Mars parla del cinema come si potrebbe parlare delle pitture del Beato Angelico. È caratteristico che, anche oggi, specialmente certi autori reazionari cerchino il significato del film nella stessa direzione; se non addirittura nel sacrale, perlomeno nel sovranaturale. In occasione della riduzione cinematografica, ad opera di Reinhardt, del *Sogno di una notte d'estate*, Werfel afferma che indubbiamente, a bloccare l'accesso del film al regno dell'arte è la sterile copia del mondo esterno, con le sue strade, i suoi interni, le sue stazioni, ristoranti, macchine, spiagge. «Il film non ha ancora percepito il suo vero senso, le sue reali possibilità... Esse consistono nella possibilità che gli è peculiare di portare all'espressione con mezzi naturali e con una capacità di convincimento assolutamente incomparabile ciò che è magico, meraviglioso, sovranaturale».

La tecnica del film, esattamente come la tecnica sportiva, implicano che chiunque assiste alle prestazioni che esse rappresentano assume le vesti di un semispecialista. Basta aver sentito anche soltanto una volta un gruppo di giovani strilloni di giornali discutere, appoggiati alle loro biciclette, i risultati di una competizione ciclistica, per giungere alla

comprensione di questo stato di fatto.

Non per nulla gli editori di giornali organizzano competizioni tra i loro giovani strilloni. Esse suscitano un estremo interesse tra i partecipanti. Poiché in queste competizioni il vincitore vede aprirsi la possibilità di passare da strillone a corridore. Così l'attualità cinematografica fornisce a ciascuno la possibilità di trasformarsi da passante in comparsa cinematografica. In certi casi può addirittura vedersi immesso – e si pensi a *Tre canti su Lenin* di Vertov o a *Borinage* di Ivens – in un'opera d'arte. Ogni uomo contemporaneo può avanzare la pretesa di venir filmato. Per intendere questa pretesa basta gettare uno sguardo all'attuale situazione storica dell'attività letteraria.

Per secoli, nell'ambito dello scrivere, la situazione era la seguente: che un numero limitato di persone dedite allo scrivere stava di fronte a numerose migliaia di lettori. Verso la fine del secolo scorso, questa situazione si trasformò. Con la crescente espansione della stampa, che metteva a disposizione del pubblico dei lettori sempre nuovi organi politici, religiosi, scientifici, professionali, locali, gruppi sempre più cospicui di lettori passarono – dapprima casualmente – dalla parte di coloro che scrivono. Il fenomeno cominciò quando la stampa quotidiana aprì loro la propria rubrica delle «lettere al direttore»; oggi è ben difficile che ci sia un europeo partecipe del processo di produzione che non abbia per principio l'occasione di pubblicare da qualche parte un'esperienza di lavoro, una denuncia, un reportage e simili. Con questo la distinzione tra autore e pubblico è in procinto di perdere il suo carattere sostanziale. Diventa semplicemente funzionale, e funziona in modo diverso a seconda dei casi. Il lettore è sempre pronto a diventare autore. In quanto competente di qualcosa, poiché volente o nolente lo è diventato nell'ambito di un processo lavorativo estremamente specializzato – e sia pure anche soltanto in quanto competente di una funzione irrisoria – ha accesso alla schiera degli autori. Nell'Unione Sovietica è il lavoro stesso che si esprime. La sua rappresentazione mediante la parola costituisce una parte di quelle capacità che sono necessarie alla sua esecuzione. La competenza letteraria non viene più raggiunta attraverso una preparazione specializzata, bensì attraverso quella politecnica, e diventa così dominio pubblico.

Tutto questo può venir trasposto senz'altro al cinema, nel cui campo, certi spostamenti, che in quello letterario hanno richiesto secoli, avvengono nel giro di un anno. Poiché nella prassi cinematografica – specialmente in quella russa – questi spostamenti sono già stati in parte realizzati. Una parte degli interpreti del cinema russo non sono interpreti nel senso nostro, bensì persone

che interpretano se stesse – in primo luogo nel loro processo lavorativo. Nell'Europa occidentale lo sfruttamento capitalistico del cinema impedisce di prendere in

considerazione la legittima pretesa dell'uomo odierno di essere riprodotto. In questa situazione, l'industria cinematografica ha tutto l'interesse a imbrigliare, mediante rappresentazioni illusionistiche e mediante ambigue speculazioni, la partecipazione delle masse.

Una ripresa cinematografica e specialmente sonora offre uno spettacolo che in passato non sarebbe stato immaginabile. Essa rappresenta un processo al quale non può più venir coordinato un solo punto di vista da cui l'attrezzatura necessaria alle riprese, il parco lampade, il gruppo degli assistenti, ecc., che non rientrano nella vicenda ripresa vera e propria, possano esulare dal campo visuale di chi sta a guardare. (A meno che la posizione della sua pupilla non coincida con quella dell'obiettivo della cinepresa). Questo fatto – questo più che qualunque altro – rende superficiale e irrilevante l'analogia tra una scena ripresa nello studio cinematografico e una scena recitata in teatro. Per principio, il teatro conosce un punto dal quale ciò che avviene in scena può non essere visto come senz'altro illusorio. Di fronte alla scena ripresa nel film invece questo luogo non esiste. La sua natura illusionistica è una natura di secondo grado; è il risultato del montaggio. Vale a dire: nello studio cinematografico l'apparecchiatura è penetrata così profondamente dentro la realtà che l'aspetto puro di quest'ultima, l'aspetto libero dal corpo estraneo dell'apparecchiatura è il risultato di uno speciale procedimento, cioè della ripresa mediante la macchina disposta in un certo modo e del montaggio di questa ripresa insieme con altre riprese dello stesso genere. Quell'aspetto della realtà che rimane sottratto all'apparecchio è diventato così il suo aspetto più artificioso e la vista sulla realtà immediata è diventata una chimera nel paese della tecnica.

La stessa situazione, che così si differenzia da quella del teatro, può essere ancora più utilmente confrontata con quella che si dà nella pittura. Qui la domanda da porre è la seguente: qual è il rapporto tra l'operatore e il pittore? Per rispondere a questa domanda ci sia consentito ricorrere a una costruzione ausiliaria fondata su un concetto di operatore derivante dalla chirurgia. Il chirurgo incarna il polo di un ordinamento, al polo opposto del quale c'è il mago. L'atteggiamento del mago, che guarisce un ammalato mediante imposizione delle mani, è diverso da quello del chirurgo, il quale intraprende invece un intervento sull'ammalato. Il mago conserva la distanza tra sé e il paziente; in termini più precisi: la riduce – grazie all'apposizione delle sue mani – soltanto di poco e l'accresce – mediante la sua autorità – di molto. Il chirurgo procede alla rovescia: riduce la sua distanza dal paziente di molto – penetrando nel suo interno –, e l'accresce di poco – mediante la cautela con cui la sua mano si muove tra gli organi. In una parola: a differenza del mago (che ancora si nasconde anche nel medico comune), nel momento decisivo, il

chirurgo rinuncia a porsi di fronte all'ammalato da uomo a uomo; piuttosto, penetra nel suo interno operativamente. Il mago e il chirurgo si comportano rispettivamente come il pittore e l'operatore. Nel suo lavoro, il pittore osserva una distanza naturale da ciò che gli è dato, l'operatore invece penetra profondamente nel tessuto dei dati. Le immagini che entrambi ottengono sono enormemente diverse. Quella del pittore è totale, quella dell'operatore è multiformemente frammentata, e le sue parti si compongono secondo una legge nuova. Così, la rappresentazione filmica della realtà è per l'uomo odierno incomparabilmente più significativa, poiché, precisamente sulla base della sua intensa penetrazione mediante l'apparecchiatura, gli offre quell'aspetto, libero dall'apparecchiatura, che egli può legittimamente richiedere dall'opera d'arte.

La riproducibilità tecnica dell'opera d'arte modifica il rapporto delle masse con l'arte. Da un rapporto estremamente retrivo, per esempio nei confronti di un Picasso, si rovescia in un rapporto estremamente progressivo, per esempio nei confronti di un Chaplin. Ove l'atteggiamento progressivo è contrassegnato dal fatto che il gusto del vedere e del rivivere si connette in lui immediatamente con l'atteggiamento del giudice competente. Questa connessione è un importante indizio sociale. Infatti, quanto più il significato sociale di un'arte diminuisce, tanto più il contegno critico e quello della mera fruizione da parte del pubblico divergono. Il convenzionale viene goduto senza alcuna critica, ciò che è veramente nuovo viene criticato con ripugnanza. Al cinema

l'atteggiamento critico e quello del piacere del pubblico coincidono. Dove il fatto decisivo è questo: in nessun luogo più che nel cinema le reazioni dei singoli, la cui somma costituisce la reazione di massa del pubblico, si rivela preliminarmente condizionata dalla loro immediata massificazione. Appena si manifestano, si controllano. Anche qui il confronto con la pittura continua a rivelarsi utile. Il dipinto ha sempre affacciato la pretesa peculiare di venir osservato da uno o da pochi.

L'osservazione simultanea da parte di un vasto pubblico, quale si delinea nel secolo XIX, è un primo sintomo della crisi della pittura, crisi che non è stata affatto suscitata dalla fotografia soltanto, bensì, in modo relativamente autonomo, attraverso la pretesa dell'opera d'arte di trovare un accesso alle masse.

Il fatto è appunto questo, che la pittura non è in grado di proporre l'oggetto alla ricezione collettiva

simultanea, cosa che invece è sempre riuscita all'architettura, che riusciva un tempo all'epopea, che riesce oggi al film. E per quanto, in sé, da questa circostanza non vadano tratte conclusioni riguardanti il ruolo sociale della pittura, nel momento in cui, in seguito a particolari circostanze e in certo modo contro la sua natura, la pittura viene messa a diretto

confronto con le masse, precisamente quella circostanza agisce come una grave limitazione. Nelle chiese e nei chiostri del Medioevo e alle corti principesche fin verso la fine del secolo XVIII, la ricezione collettiva di dipinti non avveniva simultaneamente, bensì mediatamente, secondo una complessa gradualità e secondo una gerarchia. Se questa situazione si è trasformata, in tale mutamento si esprime il particolare conflitto in cui la pittura è stata coinvolta attraverso la riproducibilità tecnica del quadro. Ma benché si cercasse di portarla di fronte alle masse, mediante le gallerie e i *salon*, non esisteva una via lungo la quale le masse potessero organizzare e controllare se stesse in vista di una simile ricezione. Perciò lo stesso pubblico che di fronte a un film grottesco reagisce in modo progressivo, di fronte al surrealismo deve per forza diventare un pubblico retrivo.

(Walter Benjamin: *L'opera nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, trad. di E. Filippini, Einaudi, Torino 1966)

Dall'orecchio all'occhio

di Marshall McLuhan

L'occhio non può non vedere;
non possiamo ordinare all'orecchio di restare inattivo
il nostro corpo percepisce, ovunque si trovi,
con o senza la nostra volontà.

I media, modificano l'ambiente, evocano in noi rapporti unici di percezione sensoriale. L'estensione di un qualunque senso modifica il nostro modo di agire e di pensare il modo in cui noi percepiamo il mondo.

Quando
questi
rapporti
mutano

mutano gli uomini.

Nelle società pre-alfabetiche l'organo predominante dell'orientamento sensoriale e sociale era l'orecchio: “udito significa fede.” L'alfabeto fonetico costrinse il magico mondo dell'orecchio a cedere il passo al mondo neutro dell'occhio. **Occhio per orecchio.**

La storia occidentale si modellò per circa tremila anni sull'introduzione dell'alfabeto fonetico, medium che, per la comprensione, si affida esclusivamente all'occhio.

L'alfabeto è una costruzione fatta di parti frammentarie, senza significato semantico proprio, che devono essere disposte in riga, a guisa di cordoncino, e in un ordine prestabilito. Il suo uso fece nascere e incoraggiò l'abitudine di percepire tutto l'ambiente in termini visivi e spaziali, e soprattutto in termini di uno spazio e di un tempo uniformi,

C,O,N,T,I,N,U,I

E

C-O-N-N-E-S-S-I.

La riga, ossia il continuo (questa frase ne è un esempio elementare) divenne il principio organizzatore della vita. “come si comincia, così si deve proseguire.” La “razionalità” e la logica giunsero a dipendere dalla presentazione di fatti o concetti tra loro connessi e sequenziali. Per molti la razionalità presenta i connotati dell'uniformità e della connessione. “Non ti seguo” sta a significare “credo che ciò che stai dicendo non sia razionale.”

Lo spazio visivo è uniforme, continuo e connesso. L'uomo razionale della nostra cultura occidentale è un uomo visivo. In lui si è perduta la nozione del fatto che l'esperienza cosciente ha, in massima parte, ben poca “visualità”.

Da tempo razionalità è visualità sono termini intercambiabili, ma ormai non viviamo più in un mondo principalmente visivo.

La frammentazione delle attività, la nostra abitudine a pensare a pezzi e bocconi “specializzazione” rifletteva il processo lineare settorializzante a stadi successivi inerente alla tecnologia dell'alfabeto.

Fino all'invenzione della scrittura l'uomo visse in uno spazio acustico, senza confini, senza direzione, senza orizzonti, nel buio della mente, nel mondo dell'emotività, per intuizione primordiale, per terrore. Il linguaggio è il grafico sociale di queste sabbie mobili.

La penna d'oca mise termine alle parole. Abolì il mistero; produsse l'architettura e le città; realizzò strade e eserciti, la burocrazia. Fu la metafora base che iniziava il cielo della

civiltà, il salto dal buio alla luce della mente. La mano che riempiva la pagina di pergamena costruiva una città.

Quando nacque l'arte meravigliosa e mistica di dipingere la PAROLA e di parlare agli occhi?

Così che tracciando linee magiche impariamo a dare vita e colore al PENSIERO?

(da *Il Medium è il Messaggio* di Marshall McLuhan & Quentin Fiore, Feltrinelli, Milano, 1968)

Cinema. Il mondo in bobina

di Marshall McLuhan

Il cinematografo era chiamato bioscope perchè rappresentava in termini visivi i movimenti delle forme di vita (dal greco bios significa vita). Il cinema, mediante il quale arrotoliamo il mondo reale su una bobina, per poi srotolarlo come un tappeto magico della fantasia, è un sensazionale connubio tra la vecchia tecnologia meccanica e il nuovo mondo elettrico.

Sarebbe difficile sopravvalutare il legame tra stampa e cinema per quanto concerne la loro capacità di suscitare fantasie nello spettatore e nel lettore. Compito dello scrittore e del regista cinematografico è quello di trasportare il lettore o lo spettatore da un mondo che è il suo a un altro che viene creato dalla tipografia o dal film. È un fatto così ovvio e si verifica in misura così completa che coloro che subiscono questa esperienza l'accettano subliminalmente senza esserne criticamente consapevoli. Cervantes viveva in un mondo nel quale la stampa era nuova come ora il cinema in occidente, e gli pareva ovvio affermare che essa, come oggi le immagini che vediamo sugli schermi, avesse usurpato il mondo reale. Soggetto del loro incantesimo, il lettore o lo spettatore era divenuto un sognatore.

In realtà, però, come la stampa e le foto, i film presuppongono nei loro utenti un alto livello di alfabetismo e sconcertano i non alfabeti. La nostra accettazione del movimento dell'obiettivo che può seguire una figura o sottrarla completamente alla nostra vista, non è condivisa da un possibile pubblico non alfabetizzato, esempio quello africano tribale. Se qualcuno sparisce nel film, l'indigeno vuol sapere che cosa gli è capitato. Ma il pubblico alfabetizzato, avvezzo a seguire riga per riga la pagina stampata senza mai mettere in dubbio la logica linearità, accetterà senza proteste anche la sequenza cinematografica. Il

pubblico cinematografico, come il lettore di libri, accetta come un fatto razionale la sequenza in se stessa. Dovunque si volga la cinepresa, per lo spettatore va bene. Siamo trasportati in un altro mondo, con sue logiche che siamo coscienti di dover “leggere”. Come osserva René Clair, lo schermo apre la sua porta bianca di luce su un harem di sogni, al cui confronto il più seducente dei corpi reali appare difettoso.

Insomma lo stretto rapporto tra il mondo in bobina del cinema e l'esperienza fantastica individuale della parola stampata è condizione indispensabile perché un occidentale possa accettare la forma cinematografica. Persino l'industria del film ritiene, non del tutto irragionevolmente, che tutti i suoi maggiori successi derivino dai romanzi. Il film, infatti, nella sua forma definitiva come in quella della sceneggiatura, è totalmente immerso nella cultura libresca.

Gli indigeni, invece che hanno pochissimi contatti con l'alfabetismo fonetico e con la stampa lineare, devono imparare a “vedere” le fotografie e i film come noi dobbiamo imparare a leggere. Quando la macchina da presa si sposta, credono di vedere muoversi gli alberi e crescere o rimpicciolire gli individui, in quanto non partono dal presupposto dell'alfabetismo che immagina uno spazio continuo e uniforme. Non solo, ma anche la simultaneità del visivo e del sonoro crea maggiori difficoltà di fruizione da parte di un pubblico non alfabetizzato. La tendenza degli africani a partecipare collettivamente con canti e urla alla proiezione dei film è totalmente frustata dalla colonna sonora.

Si è anche scoperto che i non alfabeti sono incapaci di fissare lo sguardo come invece fanno gli occidentali. Ne consegue che sullo schermo o sulla foto muovono gli occhi come muoverebbero le mani. Soltanto una società estremamente alfabetizzata e astratta impara a tenere gli occhi fissi, come si deve fare per leggere una pagina stampata.

Ma la differenza forte tra cinema e letteratura, sta nel fatto che il cinema ha il potere di immagazzinare e trasmettere una grandissima quantità di informazioni. Presenta in un attimo un paesaggio alla cui descrizione sarebbero necessarie parecchie pagine di prosa. Lo scrittore, invece, non ha modo di mostrare una gran massa di particolari in grande blocco. Come la fotografia ha spinto il pittore a un'arte astratta e scultorea per l'impossibilità di rivaleggiare su un'immagine veritiera, così il cinema sta invitando sempre più lo scrittore a perseverare nell'economia verbale e nel simbolismo in profondità, perché a questo livello il film non può rivaleggiare.

Sembra che per la maggior parte delle persone l'immagine del loro ego sia stata condizionata tipograficamente, e di conseguenza che l'era elettrica, con il suo ritorno ad

un'esperienza onnicomprensiva, minacci l'idea che si sono fatti di se stessi.

Nel 1956 il Presidente indonesiano Sukarno, a un gruppo di alti funzionari di Hollywood, disse di considerarli degli estremisti e dei rivoluzionari che avevano notevolmente affrettato il mutamento politico e culturale dell'Oriente. Ciò che l'orientale vedeva nei film di Hollywood era che tutte le persone normali possedevano un'auto, stufe elettriche, frigoriferi, bevande varie, ecc. di conseguenza, l'orientale si venne a sentire "persona privata di tutto questo e quindi dei suoi diritti di scelta". Questo è un caso di quanto il cinema può fare messo nelle mani dei potenti industriali.

Apocalittici ed integrati

di Umberto Eco

Dalle varie critiche alla cultura di massa, emergono comunque dei chiari e condivisi capi d'accusa:

- i mass media si rivolgono a un pubblico eterogeneo e si specificano secondo medie di gusto evitando soluzioni originali;
- in tal senso, diffondono su tutto il globo terrestre una cultura di tipo omogeneo, distruggendo le caratteristiche culturali proprie di ogni gruppo etnico;
- i mass media si rivolgono ad un pubblico inconscio di sé come un gruppo sociale caratterizzato, quindi subisce le proposte senza esserne cosciente;
- i mass media tendono a provocare emozioni vive e non mediate, quindi invece che simboleggiare un'emozione, di rappresentarla, la provocano, la consegnano già impacchettata;
- i mass media, essendo immersi in un circuito commerciale, seguendo le leggi di un'economia fondata sul consumo e sostenuta dall'azione persuasiva della pubblicità, suggeriscono al pubblico cosa deve desiderare;
- i mass media incoraggiano, perciò, una visione passiva ed acritica del mondo. Viene scoraggiato lo sforzo personale per il possesso di una nuova esperienza;
- fatti per l'intrattenimento e la pubblicità, sono studiati per impegnare solo il livello superficiale della nostra attenzione;

- i mass media tendono ad imporre simboli e miti dalla facile universalità, creando dei tipi di immediata riconoscibilità, e perciò riducono al minimo l'individualità e la concretezza delle nostre esperienze e delle nostre immagini, attraverso le quali dovremmo realizzare le nostre esperienze di crescita;
- favoriscono proiezioni verso modelli ufficiali;
- i mass media si presentano, quindi, come lo strumento educativo tipico di una società a sfondo paternalistico. Visti bene, appaiono una tipica sovrastruttura di un regime capitalistico, usata a fini di controllo e di pianificazione coatta delle coscienze. Assumono i modi di una cultura popolare, ma anziché crescere spontaneamente dal basso, vengono imposti dall'alto.

La Società della Comunicazione

- Nel mondo in cui viviamo l'elemento fondamentale non sono più le risorse o gli strumenti produttivi, ma l'informazione, il pensiero umano. La risorsa inesauribile che, se bene applicata, può sostituire tutte quelle risorse "materiali" di cui non abbiamo riserve sufficienti.
- Ciò che conta non è più il possesso delle risorse, né delle macchine per trasformarle, ma la conoscenza.
- Il potere è nelle mani di chi ha maggiori conoscenze, o può controllare il flusso delle informazioni. Sempre più persone si occupano di rapporti umani e di scambio di informazioni.

Modernità e mezzi di comunicazione

- L'uso dei mezzi di comunicazione implica la creazione di nuove forme di azione e di interazione nel mondo sociale, di nuovi tipi di relazione e di nuovi modi di rapportarsi agli altri e a se stessi, indipendentemente dalla condivisione di un medesimo ambiente.

Il significato odierno

- Oggi si parla spesso di **Società della** comunicazione.
- E altrettanto spesso si dice che **tutto è** comunicazione.

- In effetti, consultando i differenti dizionari della lingua italiana, ci si rende conto dello spazio crescente che ha assunto la comunicazione.

La comunicazione di massa

- Il processo di comunicazioni di massa disegna una relazione sostanzialmente **asimmetrica**: l'emittente dispone di maggiore prestigio, potere, risorse, abilità e autorità rispetto al ricevente.
- Questa asimmetria può essere compensata solo mediante il pluralismo e la facilità di accesso ai media.

Storicamente, le teorie della comunicazione sono legate soprattutto allo studio degli effetti dei media **su pubblico e società**

Gli effetti dei media

I media possono:

- causare un cambiamento voluto (conversione);
 - causare un cambiamento involontario;
 - causare un piccolo cambiamento;
- agevolare il cambiamento (intenzionale o meno);
- rinforzare l'esistente (nessun cambiamento);
 - impedire il cambiamento.

Effetti a breve/lungo termine

- Un effetto a **breve termine** è quello che si manifesta dopo un lasso di tempo limitato da un'esposizione isolata a un messaggio o a un insieme determinato di messaggi.
- Un effetto a **lungo termine** si viene costruendo gradualmente, nel tempo, in seguito a un'esposizione continuativa e prolungata a più messaggi e insiemi di messaggi. Di conseguenza, un effetto a lungo termine può essere considerato come un effetto *in fieri* di tipo cumulativo.

La società di massa

- Società differenziata funzionalmente > Società moderne
 - Fine XIX secolo:
 - industrializzazione
 - urbanizzazione

- indebolimento dei legami familiari, di comunità o di mestiere

La società di massa

I postulati fondamentali:

- Nella società contemporanea si è verificata la scomparsa dei gruppi primari.
 - Gli individui sono isolati.
 - Gli individui annullano l'esaltazione dei tratti personali per lasciare spazio a quelli impersonali della massa.
 - Il pubblico delle comunicazioni di massa è un pubblico atomizzato.
- I mezzi di comunicazione di massa sono onnipotenti e consentono a chi li controlla di manipolare gli individui.

Propaganda e psicologia comportamentista

- Ne "lo stupro delle folle", Tchakhotine sostiene che la folla "non agisce se non quando viene condotta, quando ci sono dei protagonisti che manovrano le sue reazioni, degli "ingegneri d'anime".
- È chiaro il riferimento alla teoria pavloviana S-R, ma è altrettanto chiaro il parallelismo tra azione-stimolo e azione-simbolo.
- Simboli (bandiere, uniformi) e azioni (parate) agiscono sui sensi causando emozioni.

Modello comunicativo della teoria dell'informazione

- Teoria sulla trasmissione ottimale dei messaggi.
- Secondo Eco, questo schema può essere applicato a una comunicazione :
 - tra macchine (termostato e caldaia);
 - tra esseri umani;
 - tra macchine ed esseri umani (spia del livello del sale nella lavastoviglie).
- È del tutto assente il momento dell'attribuzione di significato al messaggio.

I Payne Fund Studies

- Studio degli effetti del cinema sui giovani.
- 13 ricerche nell'arco temporale che va dal 1929 al 1932.
- **Edgard Dale** (1935): studia **il contenuto** dei film e individua i dieci generi maggiormente presenti: crimine, sesso, amore, mistero, guerra, infanzia, storia, avventura, commedia e questioni sociali.
- Il 75% dei film analizzati fa riferimento a tre generi: crimine, sesso, amore.

I Payne Fund Studies

- Il filone di ricerca sugli effetti del cinema si articola in:
 1. lo studio degli effetti del cinema sugli atteggiamenti degli individui;
 2. lo studio degli effetti del cinema sul comportamento quotidiano degli individui.
- **1. Peterson e Thurstone** (1933): analizzano l'orientamento dei bambini nei confronti di alcuni gruppi etnici, di soggetti di nazionalità diversa, etc. La misurazione dell'atteggiamento avviene prima e dopo l'esposizione al film.
 - Risultati:
 - si verifica l'influenza esercitata dai film sugli atteggiamenti dei bambini più piccoli;
 - il mutamento di atteggiamento è favorito dall'esposizione a più film relativi a una medesima tematica.

I Payne Fund Studies

Blumer (1933) - The Movies and conduct

- Utilizza una metodologia qualitativa.
- Analizza l'influenza del cinema sui giochi infantili: imitazione di stili di vita, proiezioni e fantasie, coinvolgimento emotivo.
- Verifica la capacità dei media di costruire la realtà.
- Funzione modellizzante dei media: il cinema propone modelli cui ispirarsi.

IL CINEMA PRODOTTO DELL'INDUSTRIA CULTURALE

Innanzitutto è importante considerare il film come un prodotto dell'industria cinematografica: il film viene realizzato perché qualcuno (un produttore) investe dei soldi per ricavarne tanti di più. Al fine di rendere meno costosa la realizzazione di un film, tutto il lavoro è organizzato in maniera industriale: compiti suddivisi tra diverse persone (il regista, gli attori, gli operai, gli artigiani, i tecnici, etc.), uso di numerose macchine sofisticate in stabilimenti di produzione appositi, il prodotto finale (il film) riproducibile nel numero di copie che si vuole. Esistono anche dei film non pensati come investimento economico, ma il loro numero è limitato. Il film, quindi, è un prodotto dell'industria come anche i dadi da brodo, le automobili, i vestiti, gli elettrodomestici ecc. Più precisamente il film viene collocato accanto ai libri, ai programmi televisivi, ai dischi, ai giornali, costituendo "l'industria culturale", cioè quell'insieme di prodotti industriali che si occupano di comunicazione di massa e che contribuiscono alla creazione e alla trasmissione della cultura. Quando diciamo "cultura" non vogliamo dire solo "le conoscenze letterarie, scientifiche, tecniche di un popolo", ma soprattutto "l'insieme di comportamenti, tradizioni, procedimenti trasmessi e usati normalmente da un gruppo sociale o da un popolo o da tutta l'umanità". Per cui è cultura tutta l'opera di Dante Alighieri o di Ludwig van Beethoven, ma lo è altrettanto il modo di vestirsi di alcuni gruppi giovanili (punk, metallari, etc.) o i consumi alimentari degli italiani contemporanei. Naturalmente occorre saper distinguere tra i diversi fatti culturali (l'opera d'arte e il comportamento di un gruppo sociale) e assegnare ad ognuno il loro valore.

Il cinema, come gli altri prodotti dell'industria culturale, è un generatore e un diffusore di fatti culturali sia come comportamenti, sia come opere d'arte. Innumerevoli sono gli esempi di modi di dire e di fare propagandati dal cinema e divenuti popolari: pensiamo al modo di parlare "alla Fantozzi" o alla barba lunga di 5/6 giorni come il Mickey Rourke di "Nove settimana e mezza".

Altrettanto numerosi sono gli esempi di film ritenuti unanimemente opere d'arte: i film di Chaplin, di Dreyer, di Welles, di Fellini, di Eisenstein, etc.

Il film, quindi, è un potente mezzo di comunicazione di massa perché si rivolge contemporaneamente a tante persone in tutto il mondo, capace di influenzare, di stimolare, di divertire, di annoiare. La diffusione raggiunta nel tempo dal cinema è grande e spesso si è tentato, con i film, di condizionare il modo di pensare delle persone o di non farle pensare affatto. Infatti, migliaia di film hanno avuto successo proprio come spettacolo di "evasione", cioè la possibilità per un pubblico popolare di sognare ad occhi aperti mondi di lusso, irreali, in cui tutto può avvenire con un pizzico di fortuna, in cui il lieto fine mette l'animo in pace, illudendo che alla fine i problemi si sistemeranno sicuramente. Un film nasce in un modo del tutto diverso da qualsiasi altra opera dell'ingegno umano. Può succedere che un artista dipinga un quadro o componga una melodia che non siano affatto compresi dai suoi contemporanei, ma che forse saranno capiti dalle generazioni successive; questo artista può creare e poi nascondere i suoi sogni nel cassetto senza difficoltà, l'artista può controllare i mezzi di produzione della sua opera: bastano una matita e un foglio o un pennello e dei colori, o un pentagramma. Nel caso del cinema, invece, questo è impossibile: il film, come prodotto industriale e merce di consumo, è una creazione collettiva troppo costosa per essere tenuto in un cassetto senza cercare di sfruttarlo commercialmente. Inoltre, la necessità di presentarlo a un pubblico e di farglielo piacere, rende più difficili i tentativi di fare film particolari, innovativi dei gusti comuni.