

Vincenzo Costa

Mediatizzazione del mondo della vita e cultura popolare

1. La doppia intenzionalità dell'oggetto elettronico.

L'analisi del modo in cui il potere domina ed impone la sua egemonia attraverso il linguaggio e la comunicazione conduce senza dubbio a interrogarsi sul significato dei mass media prima e dei nuovi media dopo, e sulle trasformazioni dell'esperienza da essi prodotte. Nell'avviare una simile analisi il primo reperto fenomenico che incontriamo sulla nostra strada è che questo tipo di comunicazione richiede degli oggetti: il televisore, il PC, il tablet, il cellulare, l'Iphone etc. Si tratta di oggetti che potremmo inquadrare dentro la nozione di consumo: essi *vengono consumati in quanto segni*, oggetti di distinzione che segnalano il rango, sicché il loro consumo va inteso a partire da un codice: "Il televisore – potremmo dire – è *un segno* di riconoscimento, di integrazione, di legittimità sociale" (Baudrillard 2010a, p. 42). Non avere il tablet, non essere dotati di oggetti tecnologicamente al passo coi tempi diventa segno di geniale rifiuto, e quindi ancora una volta di distinzione sociale, oppure di arretratezza culturale, di marginalità rispetto alla gerarchia sociale.

Naturalmente, potremmo dire che il codice non si struttura più, oggi, come codice di distinzioni sociali, ma come distinzione relative "all'essere al passo coi tempi". Non esserlo produce un senso di inadeguatezza: il codice, vero super-io, genera la colpa. Del resto, su questo fa leva la pubblicità, e non è raro trovare spot nei quali proprio l'"essere al passo coi tempi" è il centro del messaggio. Per esempio, vi è un vecchio spot in cui Claudia Schiffer pubblicizza uno shampoo di *L'oreal* dicendo appunto "Vivo il mio tempo, vivo la performance". Lo spot puntava sull'immagine di una donna attiva, al passo coi tempi, dentro il movimento della società, *non ai suoi margini*. I capelli (significante) assumevano senso all'interno di un sistema di segni (gli oggetti elettronici che circondavano la persona, i gesti della donna attiva, la sua corporeità). E questo riguarda appunto anche gli oggetti attraverso cui il flusso dei messaggi ci attraversa. Gli oggetti mediali sono cose che, prima di tutto, sono oggetti di consumo, cioè segni all'interno di un codice che caratterizza le distinzioni sociali.

Tuttavia, è stato notato che l'acquisto dell'oggetto non è mai stato sufficiente: per completare il consumo bisogna usare l'oggetto. Già negli anni Sessanta l'acquisto di un oggetto come il televisore, di cui prima nessuno aveva sentito la necessità, doveva essere giustificato all'interno di un'etica puritana. Non poteva essere acquistato senza essere usato. Sarebbe stato come comprare delle bistecche per poi lasciarle andare a male. Le si mangia anche se non se ne ha più voglia. Dopo aver acquistato il televisore la persona si sentiva in dovere di passare un certo numero di ore davanti ad esso: "Bisogna che questa cosa serva" (Baudrillard 2010a, p. 44).

Questa argomentazione non è forse del tutto convincente. Spesso, acquistato forse come segno di ascesa sociale, il televisore veniva guardato quasi tutte le sere, ma è eccessivo pensare che in questo modo ci si sottomettesse a una sorta di imperativo puritano, e questo modo di intendere le cose avrebbe comunque bisogno di un'analisi empirica che potrebbe smentire come pura fantasia questa ipotesi: quell'oggetto riempiva serate vuote, che erano tali anche prima dell'apparizione del televisore. Dunque, si inseriva dentro un mondo della vita, dentro ritmi e tempi che non determinava. E tuttavia, quale che fosse il motivo che spingeva a guardare il televisore, fosse esso quello di usare un oggetto che era stato acquistato o semplicemente quello di trascorrere piacevolmente una noiosa serata invernale, il punto decisivo è un altro: *possedere l'oggetto televisore significava inserirsi dentro un meccanismo*. Possedere il televisore significava *diventare consumatore non tanto dell'oggetto, bensì di ciò che esso veicola*, essere dislocati entro un flusso di messaggi. Il televisore, il tablet, il PC sono dunque oggetti di consumo, segni di distinzione, questo è certo, ma *consumarli significa essere trasposti dentro la rete comunicativa globale e dentro il codice che lo governa*.

Il possesso dell'oggetto mediale significa pertanto qualcosa di più di quanto sembra credere Baudrillard. Dobbiamo cioè chiederci: *perché* possedere quell'oggetto è segno di distinzione? Se l'oggetto è un segno solo all'interno di un codice, bisogna chiedersi *che cosa stia alla base di quest'ultimo*. Se l'oggetto in quanto valore-segno si inserisce nel codice, a sostenere il codice e a renderlo possibile è infatti una certa apertura di senso che si è imposta e che impone le proprie necessità. Di contro a una certa sopravvalutazione della tecnica e a un certo determinismo tecnologico bisogna sempre tenere presente che è all'interno di un mondo della vita che un codice si apre, per così dire come *sclerosi dell'apertura di senso che consegue al ritrarsi dell'atmosfera emotiva che lo aveva generato*. Se gli oggetti che permettono la comunicazione elettronica assumono questa funzione è perché l'apertura di senso in cui viviamo (il nostro mondo) si caratterizza come *flusso di messaggi* invece che come articolazione di possibilità di azione. *Il flusso ininterrotto di messaggi deve nascondere che nessuna possibilità di azione si manifesta*.

Una volta che questa apertura di senso si è imposta ed è divenuta dominante l'esistenza si articola conformemente ad essa: il tempo, lo spazio, la vicinanza, la comunicazione, la relazione, l'essere insieme. Tutto si struttura a partire da questa determinazione fondamentale. L'oggetto elettronico diviene allora indispensabile non perché sia un segno di distinzione, ma perché è il modo in cui possiamo abitare questo tipo di mondo. Possiamo abitare un mondo come flusso di messaggi solo attraverso uno strumento che ci inserisce in esso.

Pertanto, l'oggetto elettronico ha una *doppia intenzionalità*, come ogni oggetto che, oltre a un valore pratico che lo collega ad una totalità di altri strumenti, ha un valore che lo collega al senso della totalità in quanto tale, come accade nei simboli arcaici. Tuttavia, l'accostamento con questi ordini di simboli non deve farci perdere di vista la differenza profonda che sussiste tra la doppia intenzionalità dell'oggetto simbolico e quella dell'oggetto tecnico, poiché essi *rimandano al senso della totalità in una maniera differente*, e proprio questa differenza chiarisce la specificità della nostra epoca.

In primo luogo, è differente il sistema di rimandi orizzontali attraverso cui ogni oggetto rimanda a tutti gli altri. Il mondo tecnico è caratterizzato da un insieme di richieste a cui bisogna sottomettersi perché necessarie (Heidegger 1985, p 15). Acquistare un PC non è solo un fatto semiotico attraverso cui ci inquadriamo all'interno di una gerarchia sociale. Il PC, prima di avere un valore-segno, ha una funzione che non possiamo indicare neanche come pratica o utilitaria: *ha la funzione di farci accedere al senso della totalità*, costituita qui però da un flusso di messaggi invece che da un insieme strutturato e articolato di possibilità di azione.

Qui *la rottura rispetto ai mondi precedenti è assoluta*. Posso vivere senza auto, e questo mi esclude da un certo ordine gerarchico, mi contrassegna da un punto di vista semiotico, ma non mi impedisce di abitare quell'orizzonte di senso, di essere *in* quel mondo. Al contrario, non posso essere *in* un mondo costituito da un flusso di informazioni senza una protesi tecnica, senza un oggetto elettronico attraverso cui il flusso dei messaggi può essere esperito. *I media divengono una condizione trascendentale dell'essere nel mondo, una condizione della manifestatività del mondo per me.*

Il mondo tecnico non è, infatti, un insieme di oggetti, ma *il sistema di richieste che li collega*, poiché l'oggetto si inserisce in una catena di rimandi: un mezzo tecnico richiede necessariamente un altro mezzo tecnico, come il PC la stampante, e un nuovo programma esige un nuovo processore, l'attività lavorativa l'essere "aggiornato", "connesso" etc., questo il *lifelong learning*, e questo a sua volta una differente strutturazione della quotidianità, della vita familiare etc. Mentre nei mondi non dominati dalla tecnica ogni oggetto *rimanda* ad altri oggetti, nel mondo della tecnica ogni oggetto *richiede ed esige* gli altri oggetti, sicché a *imporsi* è questo

sistema unitario: a dominare la vita degli uomini non sono gli oggetti, ma la tecnica in quanto tale. Con l'oggetto elettronico si passa dall'apparire delle possibilità di azione allo *strutturarsi di necessità di azione*. E questo colonizza ogni aspetto dell'attività umana, invadendo le relazioni, la vita politica, la costruzione dell'identità e del sé. Infatti, nella misura in cui il mondo tecnico si presenta come uno strutturarsi di necessità di azione, la politica diviene una propaggine della tecnica, che richiede competenti capaci di comprendere le necessità tecniche, inesorabili, per cui la tecnica è da un lato il fondamento ontologico, dall'altro la narrazione che giustifica azioni e scelte.

Tuttavia, nella misura in cui l'essenza dei media elettronici non è soltanto di considerare la terra un fondo inerte da sfruttare, ma un flusso di messaggi, senza l'oggetto tecnico non si può *prendere posto* nel mondo in quanto flusso di messaggi, sicché l'oggetto elettronico diviene il modo di abitare quel mondo, di accedere al suo senso fondamentale. Emerge così in che senso la struttura orizzontale dei rimandi tra gli oggetti che fanno abitare il mondo come flusso di messaggi sia di un ordine totalmente differente rispetto ad ogni mondo precedente.

Ma una rottura altrettanto drastica emerge nel rimando verticale che collega immaginativamente l'oggetto al senso fondamentale di quel mondo. Se l'essenza del mondo tecnico è il tentativo "di vincere il tempo e lo spazio" (Minkowski 2004, p. 3), di cui sogna la soppressione, *l'oggetto elettronico è il simbolo di questo sogno*. Possederlo significa sentirsi in contatto con tutti, sempre e ovunque. Grazie ad esso si è *connessi*, collegati, non si è mai soli.

E non è certo un caso che proprio su questo facciano leva le pubblicità degli oggetti elettronici: sei su una montagna ma sei connesso, sei in giro per il mondo e in ogni momento mandi la foto di ciò che stai facendo. Sei sempre trasparente, esisti perché sei visibile, per cui "il segreto è sempre più braccato dalla trasparenza" (Baudrillard 2007, p. 27). In questo flusso di messaggi l'identità non può più costituirsi nel segreto, attraverso un'interiorità inaccessibile agli altri, ma solo nella pura trasparenza in cui *il soggetto stesso diventa un segno in un flusso di messaggi*, sicché non ha più segreto, e questo modifica la struttura stessa della comunicazione e della relazione, perché nell'oscenità della comunicazione l'altro non è un segreto, non mi rapporto a un segreto, in una "complicità" in cui niente può essere detto ed entrambi i poli della relazione non sollevano il velo e "l'intensità tra noi non è altro che questo segreto del segreto" (Baudrillard 1997, p. 84).

Il sogno della trasparenza e della connessione totale, della vicinanza estrema, dell'annullamento della distanza con l'altro, questa imposizione che si appropria delle nostre vite, è un *destino*. Questo mutamento del rapporto al tempo è la storia a cui siamo consegnati. Certo, si può scegliere-

re di andare in Tibet o in convento, di vivere senza cellulare, di sottrarsi al mondo come flusso di messaggi. Qualcuno può allontanarsi da questo mondo, cioè non abitarlo, ma l'apertura di senso caratteristica della nostra epoca, quella a cui siamo consegnati, è la tecnica in quanto flusso di messaggi. Essa ci sfida ed è questa la nostra sfida, poiché *il mondo come insieme di possibilità d'azione è stato sostituito prima dal mondo come fondo inerte e poi dal mondo come flusso di messaggi*.

2. Il medium è il messaggio: antropologia e tecnica

Sulle prime, tuttavia, potremmo pensare che la comunicazione si sviluppi indipendentemente dal medium attraverso cui avviene, e che le caratteristiche tecniche di questo medium siano indifferenti. Così, appunto, potremmo pensare che i media elettronici si limitino a estendere la nostra capacità di comunicare o che allarghino la nostra esperienza del mondo, *senza alterarla*. Potremmo pensare che vi siano dei media (il linguaggio, la scrittura, i mezzi di comunicazione di massa, la televisione, il web 2.0), e che questi siano importanti, che possano determinare o influenzare la nostra vita e i nostri comportamenti *in virtù dei contenuti* che essi veicolano, imponendo certe questioni, certi modi di vivere e di interpretare la vita, una agenda-setting e così via. Sono i contenuti, è il modo in cui usiamo i media che deve essere buono: il medium è, invece, improduttivo e neutro. Il potere consiste nel modo in cui si usano i media, e potremmo pensare – come sognano Amartya Sen e Jürgen Habermas – dei *media* democratici che potrebbero rivitalizzare la sfera pubblica.

Questo assunto ignora che “il medium è il messaggio” (McLuhan 2011, p. 29). I media modificano la nostra vita in quanto *alterano la nostra esperienza* e ci fanno entrare in un nuovo modo di essere nel mondo, in un differente ‘sentire’, poiché “il ‘messaggio’ di un medium o di una tecnologia è nel mutamento di proporzioni, di ritmo o di schemi che introduce nei rapporti umani” (McLuhan 2011, p. 30). La luce elettrica ha cambiato il nostro rapporto con la notte e il giorno, dunque i ritmi della nostra vita. Non ci sarebbero discoteche, vita notturna e notti bianche senza elettricità. Pertanto, poi il medium ha effetti psichici e sociali: modifica la nostra mente.

Si tratta di un punto su cui aveva già attirato l'attenzione Lewis Mumford in *Tecnica e cultura*, mostrando come l'apparire di trasformazioni tecniche apparentemente innocenti modifichi la natura stessa dell'uomo e stia alla base di nuove forme di cultura. Così, solo per fare un esempio, l'uso del vetro nella costruzione degli specchi modifica il rapporto che il soggetto intrattiene con se stesso, poiché rende possibile vedere nitidamente se stessi, sicché – secondo Mumford – “la continua

presenza di questo nuovo oggetto sviluppò l'autocoscienza, l'introspezione, il colloquio con se stesso" (Mumford 2005, p. 148). Attraverso lo specchio sorge anche un nuovo modo di sentirsi guardati, un diverso rapporto con il proprio corpo, una nuova concezione di "ispezione di sé". Già presente in epoca romana, ma con una capacità di rispecchiamento assai grossolana e non superiore a un metallo lucido, lo specchio si afferma a partire dal Cinquecento, e rappresenta – secondo Mumford – la base di una differente cultura.

Analogamente, secondo McLuhan, la parola stampata ha reso possibile lo sviluppo degli stati nazionali, omogeneizzando le differenze regionali e permettendo il sorgere di uno spirito nazionale. Lo spirito di un popolo, su cui si è articolata tutta la storia e la letteratura dell'Ottocento, sarebbe stato prodotto da un medium: la tipografia.

Inoltre, ogni nuovo medium incorpora i vecchi media al proprio interno, giacché "il 'contenuto' di un medium è sempre un altro medium. Il contenuto della scrittura è il discorso etc". (McLuhan 2011, p. 29). E tuttavia, incorporandoli li altera. Dopo la scrittura il discorso orale diventa qualcosa di diverso da ciò che era prima. Non vi è semplice sovrapposizione, ma *retroazione del nuovo medium sul precedente*. Per esempio, dopo l'introduzione della scrittura alfabetica il discorso orale perde le sue caratteristiche, e cioè il fatto che i significati vengono esperiti come qualcosa che ci avvolge: *la scrittura rende capaci di sezionare il discorso orale*. Continuiamo a parlare oralmente, ma l'oralità è adesso stata strutturata dalla scrittura, e la nostra stessa percezione è alterata, perché diveniamo sensibili e *ricettivi verso nuovi modi di collegare le cose*. Per esempio, le ricerche di Luria hanno mostrato che analfabeti totali non mostravano di essere ricettivi verso le somiglianze percettive o verso un'organizzazione categoriale che andasse al di là dei rimandi d'uso, mentre la capacità di cogliere somiglianze percettive e di categorizzare in maniera astratta emergevano dopo qualche mese di alfabetizzazione (cfr. Luria 1976).

In questo senso, *noi siamo tecnica*, abbiamo sempre delle protesì. Non ci possiamo liberare di essa senza liberarci di noi stessi: non esiste e non è mai esistito un uomo naturale, perché – notava già nel 1958 Simondon – "l'uomo ha come funzione di essere il coordinatore e l'inventore permanente delle macchine che sono attorno a lui. Egli è *tra* le macchine che operano con lui" (Simondon 1989, p. 12). Di conseguenza, dobbiamo comprendere in modo diverso i cambiamenti tecnologici. Per esempio, potrebbe essere un effetto di strabismo pensare che siamo nel post-umano o che non siamo più umani a causa della tecnica, per esempio a causa dei media elettronici e del web 2.0, poiché "qualunque apporto tecnologico non può far altro che *aggiungersi* a ciò che già siamo" (McLuhan 2011, p. 33).

Questo aspetto può essere ed è stato radicalizzato appunto nel senso che non c'è l'uomo e poi la tecnica, cioè i media, perché *l'uomo è, all'origine, stato prodotto dalla tecnica*. La stessa posizione eretta e l'uso delle mani si sarebbero sviluppati, secondo alcuni paleoantropologi, in quanto l'ominide aveva la necessità di usare gli arti anteriori per costruire e manipolare strumenti, sicché avrebbe imparato a mantenere la posizione eretta come le ballerine imparano a stare sulle punte (Anati 1992, p. 32). Lo strumento produce, in altri termini, quella trasformazione biologica attraverso cui nasce l'uomo. Non dobbiamo dunque pensare la tecnica come qualcosa che si aggiunge all'uomo, perché *la tecnica ha prodotto l'uomo*. E questo avviene sempre di nuovo.

Del resto, la coscienza stessa sarebbe, secondo alcuni autori, il risultato della tecnica. Se la coscienza o l'esistenza è una struttura temporale, e non esisterebbe senza ricordo e capacità di attendersi qualcosa del futuro, questa capacità di trattenere il passato e questa apertura al tempo sarebbero già il prodotto di una protesi e non sarebbero stati possibili senza di essa. Vi è infatti coscienza perché ciò che viviamo non svanisce quando passa e non è più presente. Prima lo tratteniamo come ritenzione primaria, per esempio come accade nel caso delle note appena decorse di una melodia, poi come ricordo o rimemorazione, per esempio quando, rievocandolo, rendiamo oggettuale qualcosa di passato.

Ora, queste funzioni sono rese possibili da una protesi tecnica: dalla *stabilità* di un mondo di oggetti che sono artefatti, poiché in essi vi è una *esteriorizzazione della memoria* (cfr. Leroi-Gourhan 1977, p. 270), senza la quale nessuna vita psichica potrebbe costituirsi. Bernhard Stiegler, da questo punto di vista, nota che "la coscienza non può diventare coscienza di sé se non nella misura in cui può esteriorizzare se stessa, oggettivarsi sotto forma di tracce mediante le quali diventa a sua volta accessibile ad altre coscienze" (Stiegler 2011, p. 81). Se la coscienza è temporalizzazione, questa esige una spazializzazione originaria, una spaziatrice, il ritorno spaziale dell'immagine (cfr. Derrida 1989). È il ritorno dell'immagine, l'associazione di somiglianza e il riconoscimento a permettere il costituirsi della ritenzione primaria e del ricordo vero e proprio. Quando l'immagine viene riconosciuta come la medesima l'esistenza si trova gettata in un mondo, cioè in *una narrazione incarnata nello spazio*.

In questo senso, non c'è durata (memoria e tempo) senza spazializzazione, senza calendario, documenti, tracce, e non vi sono tracce sin quando il riconoscimento non avviene tra gesti originariamente esteriorizzati. Così, il rito, centrale per ogni umanità agli albori e costitutivo dell'uomo, grazie alla sua periodicità esprime un tempo i cui ritmi sono più vasti di quelli dell'azione ordinaria. Ma perché vi sia calendario, tempo, passato e avvenire bisogna che vi sia memoria, e questa è resa possibile da tracce: "Lo strumento ereditato è anche l'eredità collettiva dell'esperien-

za individuale di colui che l'ha lasciato in eredità" (Stiegler 2010, p. 179). Questo vuol dire che la biologia è stata trasformata, sin dal neolitico, dalla tecnica:

La memoria si conserva al di là dei corpi grazie all'*organizzazione dell'inorganico*, perché uno strumento, un sentiero, i confini di un campo, una scrittura e ogni altra forma di traccia tecnica non sono nient'altro che degli enti inorganici e tuttavia organizzati (Stiegler 2010, p. 179).

Ciò che accade oggi non è, dunque, l'irrompere della tecnica, ma *una trasformazione all'interno della tecnica*, poiché la protesi tende a trasformare in protesi ciò di cui è protesi. Oggi l'uomo diventa una protesi della tecnica, mentre prima era la tecnica ad essere una protesi dell'uomo. Questa è la tecnoscienza, al cui interno l'uomo diviene una funzione della tecnica. Infatti, sono le esigenze di questa a determinare come la vita umana deve essere vissuta, strutturata e organizzata, ed in cui le macchine computazionali, invece di imitare la mente umana, impongono a questa le proprie procedure, sicché le macchine *non sono una replica della mente umana: è invece quest'ultima a replicare le macchine, ad assumere il loro modo di strutturare le informazioni*.

Una cosa è la tecnica – quella sinora conosciuta – che cerca di imitare la natura, un'altra è la tecnica come principio del reale. La questione è che oggi *la tecnica diventa principio di realtà*, perché implica un'ontologia secondo cui *qualcosa è reale solo se può essere riprodotto tecnicamente*. Una cosa è l'automa, che si cerca di costruire simile all'uomo, un'altra è l'intelligenza artificiale, che diventa il modello a partire da cui determinare che cosa è l'uomo: dunque a partire da un modello di simulazione. Qui la tecnica diventa "medium, forma e principio di tutta una nuova generazione del senso" (Baudrillard 2009, p. 67).

Questa diventa una chiave di lettura per comprendere quello che sta accadendo oggi: in un mondo che è mero flusso di messaggi la coscienza subisce una *perdita di individuazione*, si modifica il rapporto che può intrattenere con il passato e con il futuro, per cui si altera la sua esperienza sociale. La caratteristica del mondo tecnico in quanto flusso di immagini è, infatti, di non permettere l'esteriorizzazione della memoria e dunque il processo di costituzione della psiche, perché i segni esterni (la spaziatura) in cui si deposita il vissuto e che lo sostiene come spazializzato sono instabili, effimeri, incapaci di dare luogo a una storia inscritta nello spazio e a una narrazione condivisa. Quindi, vengono meno le condizioni che consentono il passaggio da una memoria comunicativa a una memoria culturale (cfr. Assmann 1997).

Ciò produce uno sterminio della sfera pubblica e della vita politica, perché la sfera pubblica discorsiva viene sommersa da un eccesso di in-

formazione. *La realtà svanisce attraverso un eccesso di realtà.* La tecnica diventa pertanto un “delirio di immagazzinare tutto e di memorizzare tutto” (Baudrillard 2007, p. 29). Produce un eccesso di informazione che distrugge il significato. La stessa informazione immagazzinata diviene inutile: “Exxon: il governo americano richiede alla multinazionale un rapporto globale su tutte le sue attività nel mondo. Risultato: dodici volumi di mille pagine, la cui lettura, per non parlare dell’analisi, richiederebbe parecchi anni di lavoro. Dov’è l’informazione?” (Baudrillard 2007, p. 16).

In questo senso, nell’apparente e virtuale connessione con tutto, se da un lato i media elettronici connettono, dall’altro disconnettono. Tablet e cellulari ci isolano, modificano la nostra sensibilità, ci portano sempre altrove rispetto a dove siamo, proprio simulando l’esperienza che ognuno può essere ovunque, e in questo modo producono una colonizzazione elettronica dei sensi.

E tuttavia, se in questo modo emerge un nesso stretto tra tecnologia e società, dall’altro questo non ci autorizza ad adottare alcun determinismo tecnologico. Dobbiamo infatti chiederci: ciò che abbiamo chiamato apertura di senso (una cultura) è essa stessa prodotta dal medium tecnico? Ogni medium tecnico, modificando le nostre reazioni sensoriali e le forme della percezione (McLuhan 2011, p. 39), modifica anche la nostra apertura di senso? McLuhan, in effetti, sembra proporre un ribaltamento: nella misura in cui modificano la nostra struttura sensoriale i media aprono le condizioni esistenziali per lo sviluppo di una diversa esperienza effettiva della vita, di nuove forme di esistenza e di una diversa apertura di senso, producendo una mediatizzazione del mondo della vita.

In questo, l’impostazione di McLuhan mostra i suoi limiti, perché si rappresenta, kantianamente, il mondo della vita come qualcosa di in-forme, che i media strutturano e ristrutturano a loro piacimento, senza comprendere che ciò che i media introducono *si innesta in un’apertura di senso* ed entro un modo di sentire che ne rappresenta la possibilità di decodifica e, dunque, che permette la circolazione sociale della tecnica. Raymond Williams ha, a suo tempo, attirato l’attenzione sul fatto che oltre una storia della televisione vi è un *uso* di essa, una storia sociale della televisione e dei media in generale, per cui i media non creano una nuova società, ma *nascono e si sviluppano all’interno di una società e a partire dall’uso* che di essi vengono fatti (cfr. Williams 1990, p. 11).

3. Mass media, cultura di massa e cultura popolare

Anche accentuando l’uso attivo che può essere fatto dei media, resta tuttavia il fatto che i media elettronici alterano la nostra esperienza, la nostra vita quotidiana e il nostro modo di stare insieme: di comunicare

(cfr. Livingstone 2006). In particolare, la comunicazione simbolica implica una comunione, *un essere insieme* che, nei mass media, viene meno. La comunicazione mediatica non risponde alle nostre domande e non ci pone domande, in essa non ci si promette e non ci si sfida, perché non si ci si incontra. Essa è immediata, non prende tempo, non esige il tempo dell'esistenza per maturare, poiché la cultura dei mass media ha un termine, come accade nei quiz televisivi: "Lascia o raddoppia?". *Qui non occorre un tempo di riflessione o di maturazione, ma di reazione*. Un punto che non dobbiamo lasciarci sfuggire, perché questo modello si è esteso all'intera società, persino ai test universitari, ai test per l'ammissione al tfa: è diventato un modello di selezione che simula una comunicazione, simula la formazione, e nasconde che niente di tutto questo vi è più: "Tutto il sistema di comunicazione è passato da una struttura sintattica complessa di linguaggio a un sistema binario e segnaletico di domanda/risposta – di *test* perpetuo" (Baudrillard 2009, p. 74).

Il senso di queste trasmissioni, il piacere che da esse si trae, da parte di chi vi partecipa e da parte del pubblico, è una sorta di comunione e di "contatto" simulato. I quiz sono dei riti cerimoniali, la forma che questi assumono nell'epoca della comunicazione di massa, ma con una differenza: che adesso la comunione non passa attraverso un oggetto simbolico (il pane e il vino, per esempio, nelle cerimonie cristiane), ma attraverso il supporto tecnico. Non siamo più tutt'uno in qualcosa che rappresenta la comunità: siamo uno, vi è comunità perché tutti guardiamo gli stessi programmi:

La comunione *non* passa più attraverso un supporto simbolico, bensì attraverso un supporto tecnico: è là che diventa comunicazione. Quel che viene condiviso allora non è più una "cultura": il corpo vivente, la presenza attuale del gruppo [...] – non è neppure un sapere nel senso proprio del termine, è uno strano *corpus* di segni e di riferimenti, di reminiscenze scolastiche e di segni intellettuali di moda, è tutto ciò che si chiama "cultura di massa" e che si potrebbe chiamare MCC (Minor comune cultura) (Baudrillard 2010b, p. 113).

In questo senso, i mass media non hanno prodotto cultura popolare in contrapposizione a quella elitaria: *hanno sterminato la cultura popolare*, la memoria culturale, impedendo di trasmettersi. La cultura è un "patrimonio ereditario di opere, di pensieri, di tradizioni; 2. dimensione continua di una riflessione teorica e critica – trascendenza critica e funzione simbolica" (Baudrillard 2010b, p. 110). Essa è qualcosa a cui si deve essere iniziati, e questa iniziazione, che sarebbe lo scopo della trasmissione del sapere, è uno scambio simbolico attraverso il quale qualcosa viene donato, trasmesso per essere poi passato ad altri. La cultura è formazione, *Bildung*, promessa e legame tra le generazioni. Invece, nell'epoca dei mass media

viene sostituita dalla cultura come flusso di messaggi, come insieme di nozioni. In essa non ci si comunica più la vita, l'esperienza, la comunicazione non è una forma di relazione, non genera legame tra generazioni. Non vi è un individuo (il maestro) che dona qualcosa a un altro, ma un flusso di messaggi e di informazioni in cui il significato implode.

Proprio come accade nei libri e nelle relazioni presentati dalla Exxon al governo americano, in cui vennero presentati 12 volumi da mille pagine di documentazione. Il voler trasmettere *tutta* l'informazione distrugge la cultura e la formazione, la quale viene sostituita da una simulazione di formazione, dapprima nei quiz televisivi, poi nelle risposte a quiz e infine negli stessi esami di ammissione alle università.

In questo senso, la cultura è sempre pericolosa. Essa presuppone un'iniziazione, sia essa cultura alta o bassa. *Appartenere a una cultura significa farla accadere*, significa che in essa ne va di noi. Essa è vita, è il modo in cui la vita si interpreta, si progetta e si apre all'avvenire. Invece, la cultura che emerge dai mass media e che si è estesa ai santuari della cultura non trasforma la vita: è semplicemente *la simulazione di una cultura*, cioè qualcosa che si basa sulla sollecitazione istantanea. Essa è il salotto borghese, con la sua caratteristica di esteriorità e scena, trasposto all'intera società. Infatti, nella società della mass media "la cultura non è più prodotta per durare" (Baudrillard 2010b, p. 110).

Non essendovi più una cultura che ci tiene insieme se ne simula una. Ma una asettica, che non impegna, che non orienta: una cultura che "è fatta per scongiurare i rischi e, sulla base della negazione di una cultura vivente, esaltare i segni ritualizzati della *culturalizzazione*" (Baudrillard 2010b, p. 113). La cultura non entra nei mass media e ormai in tutto il tessuto sociale come *vita che si dà forma*, ma come segno dell'essere colti, a partire da un codice: rispondere a tante domande è segno di essere colti, come nel salotto borghese citare tanti libri è segno di cultura. Ad importare non è la cura di sé, la propria formazione. La cultura diviene dunque simulazione perché la sua riduzione a segno la iscrive in un codice di gerarchie: *la cultura come segno di distinzione* all'interno di un flusso di messaggi senza significato, giacché "l'irruzione dello schema binario domanda/risposta ha una portata incalcolabile: essa disarticola ogni discorso, cortocircuita tutto ciò che fu, in un'età dell'oro ormai tramontata, dialettica di un significato e di un significante" (Baudrillard 2009, p. 76).

Per fare un esempio, in una discussione attorno alla nozione di realtà su Facebook, uno scienziato di rango taglia corto e riconduce una discussione di oltre duemila anni, complicata e articolata, a una domanda da quiz: "Mi dica infine se l'aereo che devo prendere esiste o non esiste". In questa riduzione della razionalità si afferma il "realismo", che è pertanto il prodotto della trasformazione introdotta dai media nell'ordine discorsivo, si afferma un sistema binario, emerge la necessità di un sì o

un no, e questo modello si riversa poi sul piano politico. In questo senso, a caratterizzare la cultura di massa non è la partecipazione di grandi quantità di uomini, ma la sua struttura: in e attraverso essa le persone non definiscono e non progettano le loro esistenze. La cultura fornisce risposte a domande che non sorgono da un essere gettati in un orizzonte di possibilità e in vista di un progetto di sé.

Pertanto, *non bisogna confondere cultura di massa con cultura popolare*, e per esempio con il concetto di nazional-popolare di origine gramsciana. Potremmo dire, con Gramsci, che se non si riesce a elaborare una cultura vivente è perché

gli intellettuali non escono dal popolo, anche se accidentalmente qualcuno di essi è di origine popolana, non si sentono legati ad esso (a parte la retorica), non ne conoscono e non ne sentono i bisogni, le aspirazioni, i sentimenti diffusi; ma, nei confronti del popolo, sono qualcosa di staccato, di campato in aria, una casta, cioè, e non un'articolazione, con funzioni organiche, del popolo stesso (Gramsci 2012, p. 135).

Un tema che starà al centro dell'impostazione di Pasolini e poi di Stuart Hall e di De Certeau, nei quali emerge il problema enorme di una cultura popolare attraverso cui la vita dà forma a se stessa, e che si contrapporrebbe alla cultura di massa in quanto riduzione della cultura a segni stereotipati, poiché "produttori misconosciuti, poeti della propria sfera particolare, inventori di sentieri nella giungla della razionalità funzionalista, i consumatori producono qualcosa», "insinuano astuzie di interessi e di desideri *differenti*" (De Certeau 2010, pp. 69-70). Una considerazione decisiva per interpretare il senso della novità introdotta dai social media. Questi, rompendo il carattere unidirezionale dei mass media, hanno aperto un campo enorme di trasformazione, che imporrebbe nuove riflessioni sulla nozione di cultura popolare.

Per poterla sviluppare esibendo differenze di struttura è necessario tuttavia preliminarmente indicare due caratteristiche della cultura di massa. Essa: (1) non fa accedere alla cultura alta; (2) distrugge la cultura popolare, cioè l'autointerpretazione implicita che il mondo della vita dà preriflessivamente di se stesso.

Autori come Baudrillard (ma avendo tempo si potrebbe rintracciare questo gusto e questa tendenza in Adorno) hanno prestato interesse solo al primo di questi due aspetti, e la loro critica alla cultura di massa riguarda solo esso, a partire da una concezione assai specifica di cultura, che per esempio diventa una *critica radicale del museo*, inteso come una sorta di monumento funebre. Per esempio, il Beaubourg "è un monumento di dissuasione culturale" (Baudrillard 2008, p. 35). In questo senso, Baudrillard sembra, sulle prime, mantenere una nozione

elitaria di cultura: “la cultura è un luogo di segreto, seduzione, iniziazione, di uno scambio simbolico ristretto e fortemente ritualistico” (Baudrillard 2008, p. 33).

Questa affermazione sembrerebbe, sulle prime, alludere ad una nostalgia aristocratica, ma è possibile intenderla in un altro modo: *vi è cultura dove questa crea relazione, comunione, legame tra persone*, e questo può accadere solo dove vi è segreto, cioè dove la cultura non diviene un segno inserito in un codice di segni. Dunque, vi è cultura dove lo scambio non avviene in vista dell'apparire, come simulazione della cultura. Al museo o in fila per vedere *Il cenacolo*, insieme a una quantità di turisti, non si fa un'esperienza, la vita non riprende se stessa dallo stato di dispersione in cui da se stessa si è portata. Ci si inserisce in un codice che distingue le persone colte da quelle non colte, quelle che vanno a vedere *Il cenacolo* da quelle che vanno in discoteca. Non si entra in uno scambio con ciò che si riceve né con colui da cui si riceve: ci si limita a consumare segni, e la cultura viene consumata come segno. Dopo il consumo si può passare ad altro, *senza che niente sia avvenuto*.

La cultura di massa è, dunque, una cultura senza struttura relazionale e senza atmosfera fondamentale, un codice a partire dal quale “la gente ha voglia di prendere tutto, di azzannare tutto, di abbuffarsi di tutto, di manipolare *tutto*. Vedere, decifrare, imparare non la emoziona. La sola emozione massiccia (di massa) è quella della manipolazione” (Baudrillard 2008, p. 40).

Emergono così *due modi della decodifica*, attraverso cui diventa possibile distinguere la cultura popolare e le sue astuzie dalla cultura di massa. Certo, i due modi della decodifica si intersecano, dato che “non esiste una ‘cultura popolare’ integra, autentica e autonoma che si trovi al di fuori del campo di forze costituito dalle relazioni tra potere culturale e dominio” (Hall 2006, p. 77). E tuttavia, la cultura popolare emerge solo dove della cultura di massa viene data una decodifica oppositiva, che fa qualcosa di diverso del segno ricevuto, innestandolo in contesti che alterano il segno e il senso.

Vi è tuttavia un nesso tra cultura e società: la cultura di massa distrugge la cultura popolare mano a mano che le persone avanzano nella mobilità sociale, perché esse assumono *la cultura come sistema di segni di distinzione* e come messaggi da consumare, non come un lascito attraverso cui è possibile una formazione di sé. Per questo, la cultura di massa distrugge la cultura popolare e il senso della tradizione. Per le classi in ascesa l'importante è l'oggetto-segno, non il suo valore simbolico o d'uso. Così, un quadro vale un altro, l'importante è avere un quadro in sala, e in questo modo si “sostituisce alla pratica esclusiva della cultura come sistema simbolico di significati una pratica ludica e combinatoria della cultura come sistema di segni” (Baudrillard 2010b, p. 119).

Per esempio, nell’Africa di oggi, che produce i flussi migratori, nella misura in cui i soggetti attraverso la globalizzazione mediatica vengono introdotti nel codice e nel flusso dei messaggi, diventando estranei al loro mondo della vita, essi non si ritrovano più e non comprendono più le loro stesse tradizioni. Non possono più appropriarsi delle possibilità contenute in esse: possono solo emigrare, perché *sono già emigrati*.

La cultura di massa non è un orizzonte di senso al cui interno i singoli vivono, non è l’ambiente che dà il tono e il ritmo a una comunità, costituendola come tale. In essa comunicare non significa prendere posizione, fare apparire possibilità d’azione e inserirsi in queste possibilità d’azione, radicandosi nella storia e in una rete di relazione personali. Cultura di massa significa: *esibire e consumare informazioni*, essere uno dei terminali di un flusso di informazioni che si è capaci di iterare per ottenere una distinzione mondana ed esibire l’appartenenza a un rango. In questo senso, nella cultura di massa la differenza stessa tra cultura alta e cultura popolare viene ad annullarsi, perché entrambe sono espressioni di un codice, cioè *sue variazioni*.

4. Unidirezionalità dei *mass media* e nuovi media

Qualcosa di nuovo può forse emergere attraverso i nuovi media. Come abbiamo visto, un primo modo di interpretare i media potrebbe essere quello di considerarli dei semplici mezzi, appunto dei media, neutri, improduttivi, che riflettono e *mediano* un senso già disponibile prima di esso, rendendolo fruibile per altri, diffondendolo: “portando il mondo nelle nostre case”. Il problema non sarebbero i mass media, cioè la *forma* della comunicazione, ma i *contenuti*, la mancanza di responsabilità di chi produce i messaggi, per cui bisognerebbe solo appellarsi a una maggiore responsabilità, intimando di non inquinare il nostro ambiente simbolico (cfr. Silverstone 2009, p. 282). Ciò di cui ci sarebbe bisogno sarebbero dei media democratici che ci permettano di comprendere meglio il mondo in cui viviamo e che diano a tutti la possibilità di manifestare la propria opinione (cfr. Sen 2010, p. 341), dunque che permettano il costituirsi di una sfera pubblica intesa come “presenza virtuale, mediata dai media, di lettori, ascoltatori o spettatori sparsi” (Habermas 1998, p. 437), dando così luogo a una sfera pubblica mediatizzata.

In realtà, nella misura in cui entrano nei media, politica ed economia si fondono, assumendo la forma del marketing, di cui divengono due delle sue forme possibili: l’economia come la politica usano i media per vendere il loro prodotto. E tuttavia, non bisogna esasperare il ruolo dei media e della pubblicità, pensando che sia questa a svuotare in un universo indistinto economia e politica, riducendole a forme di marketing. In realtà,

“la pubblicità non è forse niente da sola, ma il risultato della perdita di terreno di tutte le forme le altre attività che si fondano sui segni, quelle che, in precedenza, avevano dei registri e delle regole ben distinti” (Baudrillard 2011, p. 48). *La pubblicità si impone e impone le sue regole solo a partire dal vuoto culturale*, a partire dallo sterminio della cultura popolare, che rende le persone incapaci di opporre una decodifica oppositiva.

Solo nella misura in cui le persone non sono più capaci di cogliere le loro proprie possibilità di azione la pubblicità può giungere a guidare la stessa vita politica, divenendone il criterio. Poi, una volta risucchiate all'interno dei media e divenute soggette alla comunicazione pubblicitaria e al marketing, la destra e la sinistra non significano più niente, sono intercambiabili, sicché viene “neutralizzato qualsiasi antagonismo fra la destra e la sinistra”, e “l'esercizio del potere può servirsi dell'alternanza dell'una e dell'altra” (Baudrillard 2009, p. 48). Destra e sinistra divengono una pura simulazione di alternanza, perché non indicano un'alternativa, ma la messa in scena di uno spettacolo, poiché “il monopolio di fatto rimane quello di una classe politica omogenea, dalla sinistra alla destra” (Baudrillard 2009, p. 81).

Proprio per questo, la questione non è di contenuti, ma della forma dei media. Da questo punto di vista, coloro che pensano che il problema siano i contenuti sosterranno che è importante il pluralismo, cioè la possibilità di accedere ai mass media, per esempio per fare crescere la coscienza politica, ed in questo modo si lasciano sfuggire che “l'ideologia dei *media* si situa al livello della *forma*, della separazione che istituiscono, che è una divisione sociale” (Baudrillard, 2010a, p. 165). Vi è infatti comunicazione dove vi è scambio, dove i parlanti possono mettere in luce possibilità di azione differenti e cercare di imporre *la loro definizione della situazione*, e questo viene meno nei mass media. Comunicazione, infatti, non è semplicemente emissione/ricezione di un'informazione, ma “lo spazio reciproco di una *parola* e di una *risposta*, e perciò di una responsabilità” (Baudrillard 2010a, p. 165).

Ora, proprio questo aspetto viene meno nei mass media, giacché “essi sono ciò che impedisce per sempre una risposta” (Baudrillard 2010a, p. 165). Sterminando lo scambio simbolico, essi inscrivono l'evento in uno spazio semiotico, che lo svuota in quanto evento reale e lo trasforma in pura trasparenza, in segno tra segni che scorrono e fluiscono: “Basta che guardiate la televisione: tutti gli eventi vi si succedono in un rapporto perfettamente estatico, e cioè negli aspetti vertiginosi e stereotipati, irreali e ricorrenti, che consentono il loro concatenamento insensato e ininterrotto” (Baudrillard 2007, p. 13). Qui *l'evento svanisce nel segno*, e non c'è evento perché non c'è un significato rispetto a cui prendere posizione, ma un puro flusso da godere. Pertanto, in virtù della loro stessa forma, i media impediscono lo scambio simbolico, per cui i media elettronici sono la trasformazione del simbolico nel semiotico.

Un aspetto del resto noto in scienze della comunicazione, quello che è stato chiamato il carattere unidirezionale della comunicazione dei mass media. E tuttavia, ancora una volta bisogna cogliere i limiti del discorso di Baudrillard, che trae le proprie risorse e le proprie suggestioni dallo scambio nelle società primitive, dove “il potere tocca a colui che può dare, e *al quale non può essere restituito nulla*” (Baudrillard 2010a, p. 165). Proprio questo è quanto accade nei mass media, dove si sviluppa una comunicazione senza possibilità di replica: puoi solo stare ad ascoltarmi o spegnere il televisore. Rispondere al televisore sarebbe un gesto di paranoia, come è di fatto capitato, e forse questo gesto di paranoia è un estremo atto di lucidità, un tentativo folle di effettuare un contro-dono. In questo senso, pensare che possano esistere media democratici è privo di senso, perché il problema non sono, in primo luogo, i contenuti. *Il problema è il monopolio della parola*. I mass media sono dunque strumenti di non comunicazione, perché “la parola scambiata, lo scambio reciproco e simbolico, nega la nozione e la funzione dei *media*, dell’intermediario” (Baudrillard 2010a, p. 172).

Pertanto, la comunicazione vera è quella singolare, la scritta sui muri, i manifesti scritti a mano, “la strada ove la parola si riceve e si scambia, tutto ciò che è iscrizione *immediata*, data e restituita, parlata e seguita da una risposta, mobile, presente nello stesso tempo e nello stesso luogo, reciproca e antagonista” (Baudrillard 2010a, p. 172). La comunicazione richiede uno spazio dove tutti possono esprimersi, mettere la loro scritta. I social media hanno decretato la fine dei mass media proprio perché – nonostante tutti i loro limiti – hanno ridato la parola a tutti, in uno scambio potenzialmente incontrollabile.

5. Comunicazione e distanza: una connessione che disconnette

Dalle pagine precedenti sono emerse tre cose. In primo luogo, che in una cultura determinata dai mass media parlare non significa dare qualcosa, dare la propria parola, mostrare chi si è, prendere un impegno, entrare in una relazione, e *aspettarsi una risposta*. In secondo luogo, che *la cultura dei media elettronici è una cultura dell’istantaneità e dell’abolizione della distanza*, della comunicazione immediata, della reazione e della simulazione. In terzo luogo, che in questa forma di vita ciò che accade non è l’originale che *può* poi anche essere rappresentato, ma accade in vista dell’essere rappresentato, a partire da un modello di simulazione che lo precede e lo genera, per cui è già rappresentazione e messa in scena. Cerchiamo di sviluppare meglio questi tre aspetti.

Il tipo di apertura di mondo derivante dai media elettronici è una provocazione, una sfida al tempo e allo spazio, e in questo modo essa ci fa cadere

fuori dall'ambito essenziale del nostro essere, dato che la temporalità caratterizza il modo di essere dell'esistenza umana. Nella misura in cui annulla la temporalità e l'identità giunge a costituirsi come reazione a stimoli e messaggi istantanei l'esistenza perde il rapporto con se stessa, cioè con il proprio tempo, cerca di arginarlo, sfruttarlo, fissarlo, "postarlo", invece di lasciarlo essere, e con la perdita del rapporto a sé come rapporto al proprio tempo, del rapporto a sé come distanza da sé *si deteriora anche la comunicazione*, che richiede *differimento* per non ridursi a una serie di reazioni.

Così, con gli sms, con Facebook, Twitter e WhatsApp, vi è un flusso di informazioni, una compulsione a essere connessi, e tutto avviene *in tempo reale*, senza darsi tempo e senza differimento. Nelle chat la risposta è (deve essere) immediata, sicché

vi è una profonda incompatibilità tra il tempo reale e la regola simbolica dello scambio. Ciò che regge la sfera della comunicazione (interfaccia, immediatezza, abolizione del tempo e della distanza) non ha alcun senso in quella dello scambio, dove la regola vuole che quanto è dato non sia mai restituito immediatamente. Bisogna restituirlo, ma mai all'istante. È un'offesa grave, mortale. Non vi è mai interazione immediata. Il tempo è appunto ciò che separa i due momenti simbolici e ne sospende la risoluzione (Baudrillard 1996, p. 37).

Ancora una volta, qui non ci troviamo di fronte a qualcosa che la buona volontà potrebbe tenere a bada, attraverso un migliore uso dei media elettronici. Ci troviamo di fronte ad un mutamento strutturale, che modifica la nostra esperienza. Cerchiamo di approfondire questo aspetto attraverso due esempi: una comunicazione affettiva attraverso il cellulare e un dibattito politico televisivo, una sfida tra i candidati in una competizione elettorale.

La comunicazione è una struttura di legame, e la parola data, come ogni dono, *lega nel tempo*. Rispondere significa restituire: è un contro-dono. Per esempio, a un "ti amo" sul cellulare rispondiamo con un "anch'io da impazzire", dunque con un contro-dono che restituisce con gli interessi. Ma la parola data, che impegna chi la dà e chi la riceve, deve essere conservata nel tempo, perché proprio essendo conservata e sin quando viene conservata mantiene il legame. Il dono deve agire e dare senso al tempo, *irradiarsi nel tempo, resistere al tempo*.

Invece, una struttura di doni e contro-doni in tempo reale cresce vertiginosamente. A un certo punto non puoi più ricambiare con un contro-dono più alto, sicché *lo scambio deve interrompersi*, avere una fine, oppure diventare una falsa moneta, un falso dono, la finzione del dono, cioè inserire il dono stesso in un codice e in una struttura di simulazione. Lo scambio diventa impossibile. Il punto è che mentre al dono (nella comunicazione epistolare per esempio) si associa il tempo che ci vuole per arrivare, consentendo all'esistenza di maturare nuove esperienze da

comunicare o donare all'altro, alla connessione immediata dei media elettronici si associa che l'altro debba rispondere immediatamente. Non ci deve essere *suspense*: la non immediatezza del contro-dono può produrre solo ansia e angoscia, distruggere la relazione. Tutto deve essere immediato: una reazione, ancora una volta un test. Ma appena vi è reazione, risposta quasi riflessa, non vi è più scambio simbolico. Una reazione riflessa non è una risposta. La risposta diventa solo un segno inserito in un codice: ha risposto subito, e questo vuol dire che non mi trascura, etc. *Dal simbolico si è passati al semiotico*, dal simbolo al segno. Ci si può riassicurare a vicenda circa il fatto che *il contatto c'è, ma non ci si comunica niente*. La funzione fatica ha il sopravvento su quella semantica.

Lo scambio simbolico richiede, invece, di darsi tempo. Mi ha scritto una cosa bellissima, e la risposta nasce nel tempo, richiede tempo. In questo tempo si gusta il dono ricevuto e il dono offerto, ognuno assume il punto di vista dell'altro: il donatore quello del donatario, e questi quelli del donatore. Questa *suspense* e questo differimento, questo aspettare la risposta costituisce il legame simbolico, che è un legame nel tempo e che lega il tempo, il passato al presente e al futuro. In questa *suspense* la vita accade, le esistenze sono dislocate, *distanziate e legate* nello stesso movimento e nello stesso tempo, e nella risposta (nel contro-dono) si ritrovano, diverse e identiche, cioè trasformate, divenute altre, tenute insieme non da una presenza a sé, ma dalla comunicazione come scambio simbolico che struttura il tempo, mentre nella comunicazione come reazione tutto cambia continuamente, ma niente diviene: c'è cambiamento, ma non divenire, metamorfosi, divenire altro da sé, per cui "il movimento non scompare tanto nell'immobilità quanto nella velocità e nell'accelerazione" (Baudrillard 2007, p. 14).

È dunque nell'intermezzo e nel differimento che nasce la risposta, e *nasce dalla vita che matura*, che diviene, invece di cambiare soltanto: in questo tempo si accumula l'interesse necessario al contro-dono, in modo da non rispondere con lo stereotipo (la reazione riflessa), attraverso cui la comunicazione collassa. Solo nel tempo matura una risposta singolare, che nasce dalla singolarità di quella vita e dalla singolarità di quella relazione.

In questa *suspense* si è vicini, poiché la vicinanza richiede questa distanza temporale, questo scarto. Invece, i media elettronici creano *l'illusione della vicinanza* e della condivisione. Martin Heidegger scriveva, tempo fa, che "il culmine dell'eliminazione di ogni possibilità di lontananza è raggiunto dalla televisione, che ben presto coprirà e dominerà tutta la complessa rete delle comunicazioni e degli scambi tra gli uomini" (Heidegger 1985, p. 109). Da allora le cose si sono sviluppate molto, la televisione non è più l'unico medium elettronico né il più importante, ma l'indicazione coglie un punto centrale: che l'eliminazione della distanza non rappresenta una effettiva possibilità di comunicazione, una effettiva

vicinanza, poiché “ciò che, in termini di misure, è il meno distante da noi grazie all’immagine del film o alla voce della radio [e noi potremmo aggiungere: attraverso il PC, il cellulare etc.] può rimanerci lontano” (Heidegger 1985, p. 109).

Lontano qui significa “estraneo”, come ci rimane estraneo (cioè resta un puro segno) il fabbro afgano che i media pretendono portare “direttamente a casa nostra”. L’estraneità, a differenza dell’alterità, è ciò che non è per me, che non mi è destinato, e rimane tale perché ogni segno in un codice vale per tutti, è la copia o la replica di un modello universale, mentre la singolarità o l’unicità della mia relazione con te (che sei altro da me) emerge solo dove il codice viene rotto e due singolarità si incontrano in gesti, modi e doni che non possono essere universalizzati.

Bibliografia

Anati E.

1992. *Le radici della cultura*, Jaca Book, Milano.

Assmann J.

1997. *La memoria culturale. Scrittura, ricordo e identità politica nelle grandi civiltà antiche*, Einaudi, Torino.

Baudrillard J.

1996. *Il delitto perfetto. La televisione ha ucciso la realtà?*, Cortina, Milano.

1997. *Della seduzione*, SE, Milano.

2007. *Le strategie fatali*, SE, Milano.

2008. *L’effetto Beaubourg*, in *Simulacri e impostura. Bestie, Beaubourg, apparenze e altri oggetti*, PGreco, Milano.

2009. *Lo scambio simbolico e la morte*, Feltrinelli, Milano.

2010a. *Per una critica dell’economia politica del segno*, Mimesis, Milano.

2010b. *La società dei consumi*, il Mulino, Bologna (ed. or. *La société de consommation. Ses Mythes ses structures*, Denoël, Paris 1970).

2011. *Totalmente oscena e totalmente seducente*, in *Il sogno della merce*, Lupetti, Milano.

De Certeau M.

2010. *L’invenzione del quotidiano*, Edizioni Lavoro, Roma.

Derrida J.

1989. *Della grammatologia*, Jaca Book, Milano.

Gramsci A.

2012. *Letteratura popolare*, in *Letteratura e vita nazionale. Quaderni dal carcere*, vol. 3, Editori Riuniti, Roma.

Habermas J.

1998. *Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats*, Suhrkamp, Frankfurt a.M.

Hall S.

2006. *Osservazioni sulla decostruzione del "popolare"*, in *Politiche del quotidiano*, il Saggiatore, Milano.

Heidegger M.

1985. *Saggi e discorsi*, Mursia, Milano.

Leroi-Gourhan A.

1977. *Il gesto e la parola, Vol.II, La memoria e i ritmi*, Einaudi, Torino.

Luria A.R.

1976. *La storia sociale dei processi cognitivi*, Giunti Barbera, Firenze.

McLuhan M.

2011. *Capire i media. Gli strumenti del comunicare*, il Saggiatore, Milano.

Minkowski E.

2004. *Il tempo vissuto. Fenomenologia e psicopatologia*, Einaudi, Torino.

Mumford L.

2005. *Tecnica e cultura. Storia della macchina e dei suoi effetti sull'uomo*, Net, Milano.

Sen A.

2010. *L'idea di giustizia*, Mondadori, Milano.

Silverstone R.

2009. *Mediapolis. La responsabilità dei media nella civiltà globale*, Vita e Pensiero, Milano.

Simondon G.

1989. *Du mode d'existence des objets techniques* (1958), Aubier, Paris.

Stiegler B.

2001. *La technique et le temps. Tome 3: Le temps du cinema et la question du mal être*, Galilée, Paris.

2010. *Terzo tempo, terzo-ente*, in M. Feyles (a cura di), *Memoria, Immaginazione e tecnica*, NEU, Roma.

Williams R.

1990. *Television. Technology and cultural Form*, Routledge, London.

Mediatization of the Life-World and Popular Culture

Understanding the relationship between life-world and media is one of the most fascinating and challenging issue of phenomenology. In this contribute, we explored this topic, discussing how the mediatization of communication transforms the life-world in a mediatized environment. The mediatization creates a new panorama of the world and changes how people experiences the horizon of their own possibilities, their understanding of the world, himself and others. From this phenomenological point of view we explore the relationship between the media, popular culture e society.

KEYWORDS: phenomenology, mediatization, life-world, popular culture, simulation.