

"Divertirsi da morire" di Neil Postman

di Daniele Molteni

09-01-2024

Recensione a: Neil Postman, *Divertirsi da morire*. Il discorso pubblico nell'era dello spettacolo, Prefazione di Matteo Bittanti, Luiss University Press, Roma 2023, pp. 172, 16 euro (scheda libro)

Nell'era delle intelligenze artificiali e della rivoluzione digitale può sembrare curioso considerare d'attualità un saggio che ha come oggetto d'indagine gli effetti della televisione. Eppure, quello che si trova all'interno di *Divertirsi da morire*, libro del 1985 del sociologo e teorico dei mass media Neil Postman pubblicato in una nuova edizione da Luiss University Press nel 2023, risuona ancora oggi nei problemi sul rapporto delle nostre società con le nuove tecnologie della comunicazione, soprattutto in relazione a quali conseguenze sociali, culturali e politiche esse provocano. Un'analisi elaborata dentro la cultura dello spettacolo degli anni Ottanta del Novecento negli Stati Uniti, che riguarda più in generale le forme di conversazione adottate dagli esseri umani - ovvero i discorsi e le tecniche utilizzate da una certa cultura per trasmettere messaggi - e come queste abbiano delle conseguenze sulle idee espresse.

Attraverso una chiara impostazione platonica, l'autore riprende il famoso aforisma coniato dal filosofo canadese Marshall McLuhan «il medium è il messaggio»[1], per illustrare come il modo migliore per capire una cultura sia proprio quello di prestare attenzione agli strumenti di conversazione di cui si serve. Correggendo però l'aforisma di McLuhan, Postman definisce i mezzi contemporanei come «metafore che agiscono in modo discreto ma potente per imporre la propria particolare definizione di realtà» (p. 29). Metafore poiché non veicolano messaggi - ovvero affermazioni precise e concrete - bensì classificano il mondo proponendo delle ipotesi su come esso sia, facendo uso di simboli e immagini. Nell'analizzare l'influenza dei mezzi di comunicazione sulla ricerca della verità, nel libro viene ripreso inoltre il concetto di risonanza espresso dal critico letterario canadese Northrop Frye, per sostenere come essa sia la metafora per eccellenza, in quanto riguarda la capacità di far sì che certe affermazioni in contesti particolari diventino universali. «Qualunque fosse il contesto originale e limitato in cui era inserito, un mezzo di comunicazione ha il potere di volare molto al di là in contesti nuovi e inattesi» (p. 35), ed è quindi anche la forma del discorso, oltre al contenuto, ad essere rilevante.

Muovendo da queste premesse sull'importanza dell'epistemologia dei mezzi di comunicazione, Postman elogia quella che chiama "l'America tipografica", la cui cultura era basata sulla parola stampata. Una società emersa tra il Settecento e l'Ottocento, che ha visto il consolidamento dei giornali come fonte di sapere che ha permesso il formarsi di una conversazione pubblica nazionale. Una conversazione che avveniva in forme lente, in cui la stampa era il modello su cui si andava formando la mentalità tipografica, un'intelligenza che «ha dato priorità all'uso obiettivo, razionale della mente e nello stesso tempo ha incoraggiato forme di discorso pubblico con un contenuto serio e ordinato logicamente» (p. 63). Dalla religione, alla politica, al commercio, l'autore sottolinea la risonanza del discorso razionale e tipografico in questo periodo. «Per due secoli, l'America ha dichiarato i suoi obiettivi, espresso la sua ideologia, scritto le sue leggi, venduto i suoi prodotti, creato la sua letteratura, parlato al suo Dio, per mezzo di segni neri su carta bianca» (p. 73).

Un discorso che ha visto l'inizio del suo declino con il passaggio ad una società fondata sull'immagine a partire dall'ingresso della pubblicità sui giornali attorno al 1890, sino ad allora anch'essa attività seria e razionale avente lo scopo di offrire informazioni in modo propositivo. Analizzando questo passaggio dall'importanza della carta stampata - e del libro come strumento che

promuove il senso di un passato coerente e utilizzabile - a quello delle immagini, l'autore sottolinea il contributo del telegrafo con il suo effetto di legittimare l'idea di un'informazione staccata dal contesto, alterando il rapporto tra informazione e azione sulla realtà, con il conseguente diffondersi di una maggiore impotenza sociale e politica. Uno strumento il cui ruolo è stato mettere in moto dei frammenti di informazioni, che ha trovato il proprio complemento nella fotografia per la sua funzione di dare forma concreta e visibile a persone sconosciute e luoghi lontani. Due invenzioni, telegrafo e fotografia, che ricreano il mondo come una serie di eventi idiosincratici formando quello che Postman definisce pseudo-contesto, una struttura che dona apparente utilità a informazioni frammentarie e irrilevanti.

La seconda parte di questo agile ma denso saggio, pregno di riferimenti alla cultura statunitense degli anni Ottanta del Novecento e a personaggi politici e televisivi dell'epoca, è quella più propriamente dedicata all'epistemologia della televisione. Qui l'autore analizza uno strumento che definisce "meta-mezzo", ovvero un dispositivo che non dirige solo la conoscenza sul mondo ma anche quella sui modi di conoscere. Se nell'America tipografica era il pensiero a contare, nell'era dello spettacolo dominata dalla televisione l'importante è divertirsi. Il divertimento è il modello per rappresentare ogni esperienza e l'intrattenimento la «superideologia di ogni discorso in televisione» (p. 94). Così i dibattiti della durata di ore tra uomini tipografici ottocenteschi - come quelli tra Abraham Lincoln e Stephen A. Douglas citati nella prima parte del libro - vengono sostituiti dalle discussioni televisive, come quella descritta dall'autore e trasmessa il 20 novembre 1983 dalla rete ABC tra personalità autorevoli come Henry Kissinger, Carl Sagan, Elie Wiesel e Robert McNamara sulle possibilità di un olocausto nucleare.

Contro questa pretesa di serietà della televisione emerge la critica di Postman al mezzo-metafora e alla produzione di ciò che essa presenta come cose importanti - ovvero contenuti presentati come dibattiti culturali significativi - più che per le banalità evidenti. La tesi del libro è che il declino di un'epistemologia fondata sulla stampa e lo svilupparsi dell'epistemologia fondata sulla televisione abbia avuto gravi conseguenze per la vita pubblica a causa del suo inquinamento della conversazione politica, religiosa, informativa e commerciale. Nell'era della televisione, anche nella politica la pubblicità diventa lo strumento principale per presentare le idee, che, per quanto inverosimili, si diffondono attraverso arti dello spettacolo che minano la razionalità del discorso pubblico. Le emozioni governano le decisioni e così come la pubblicità dei prodotti di consumo parla di sogni, fantasie e paure ai consumatori con l'obiettivo di offrire pratiche soluzioni, anche la politica adotta la medesima strategia inducendo alla falsa credenza che i problemi possano essere risolti rapidamente e in modo semplice.

Se la mentalità tipografica ha generato un discorso orientato sulle riflessioni, l'era dello spettacolo ne genera quindi uno fondato sugli applausi. «Quello che la gente guarda e ama guardare sono immagini in movimento: milioni di immagini di breve durata e con rapidi cambi di inquadratura. È nella natura del mezzo il fatto di sopprimere il contenuto delle idee per far posto all'interesse visivo, cioè per far posto a valori spettacolari» (p. 99). È qui che in *Divertirsi da morire* il Marshall McLuhan de *Gli strumenti del comunicare* incontra metaforicamente il Guy Debord de *La società dello spettacolo*.

Uno spettacolo di intrattenimento sono i telegiornali del "mondo del cucù" in cui tutto quello che si vede appare e scompare, in un'interminabile sequenza senza senso che esorta a manifestare emozioni più che opinioni. Intrattenimento sono i talk show con la loro pretesa di serietà, e in qualche modo lo è la stessa politica, in cui i partiti perdono influenza in favore di politici-divi «indotti non già a offrire al pubblico l'immagine di sé, ma a offrire sé stessi come l'immagine degli spettatori» (p. 134), con il conseguente effetto di generare un elettorato che vota secondo interessi ormai simbolici e di natura psicologica.

«Ogni mezzo entrato nella conversazione elettronica tra la fine del XIX secolo e l'inizio del XX

secolo ha seguito le orme del telegrafo e della fotografia, amplificandone gli effetti» (p. 86), sostiene Postman nella prima parte del libro. Applicato ai social media questo assunto sembra funzionare ancora, con questi ultimi che hanno esasperato gli effetti del telegrafo e della fotografia nella loro generazione di frammenti strappati da ogni contesto, generando un eterno presente dove non esiste contraddizione. In altre parole, si tratta dell'era dell'infocrazia di cui parla in un recente saggio anche il filosofo sudcoreano Byung-Chul Han[2], delineando un regime dell'informazione dove avviene una comunicazione senza comunità e dove la contingenza e l'attualità sono sovrane a scapito delle narrazioni e delle conversazioni all'interno dello spazio pubblico.

Con la diagnosi di *Divertirsi da morire* Postman rifugge posizioni luddiste e propone anzi una cura alla crisi culturale che non prevede l'abbandono del mezzo. Una possibile soluzione, secondo l'autore, è l'idea di una nuova pedagogia che guardi non solo a che cosa si impara ma a come lo si impara. Se è vero che anche la tecnica è ideologia in quanto impone modelli di vita, modi di stare insieme e idee, producendo cambiamenti sociali e politici, serve riconoscere questa vera e propria rivoluzione culturale compiuta dai mezzi di comunicazione per porsi le domande giuste, invertire la rotta e liberarsi dalla tirannia del presente di un'educazione fondata sull'immagine elettronica. Perché non c'è mezzo pericoloso se gli utenti ne riconoscono i pericoli.

Nonostante abbia elaborato una profezia errata indicando il computer come tecnica molto sopravvalutata, Postman intuì la sua analogia con la televisione per gli interrogativi psicologici, politici e sociali comuni tra i due strumenti, sostenendo quanto passasse inosservata già all'epoca della scrittura del libro la tesi centrale della tecnologia dei computer, ovvero che «la difficoltà principale per risolvere i problemi proviene dall'insufficienza dei dati» (p. 160). Oggi viviamo proprio in una società governata dall'importanza dei dati, in cui tutto deve essere misurato e processato in un presente in cui «la raccolta massiccia di dati alla velocità della luce è stata utilissima alle grandi organizzazioni ma ha recato ben poco vantaggio alla gente comune e ha creato non meno problemi di quanto ne abbia risolti» (p. 160).

Nella sua prefazione Matteo Bittanti definisce questo saggio come «profetico, destabilizzante e avvincente come un romanzo distopico», e proprio con due romanzi distopici il lavoro di Neil Postman si pone in dialogo: *1984* di George Orwell e *Il Mondo nuovo* di Aldous Huxley. Tra questi l'autore considera il secondo come esempio di profezia della condizione nelle democrazie occidentali, in quanto secondo Huxley «non sarà il Grande Fratello a toglierci l'autonomia, la cultura e la storia. La gente sarà felice di essere oppressa e adorerà la tecnologia che libera dalla fatica di pensare» (p. 20). Un contesto in cui il pericolo non è l'offuscamento della verità come avviene in regimi autoritari, ma la moltiplicazione delle informazioni che aumentano l'individualismo e la passività; le persone non vengono controllate con le punizioni come in una società disciplinare, ma con i piaceri di una società delle infinite possibilità e libertà, che attraverso l'intrattenimento gestito da pochi network televisivi - oggi diremmo gestito dai pochi che controllano i social network - rende possibile il collasso di una cultura condivisa.

Divertirsi da morire è quindi molto di più di un saggio sugli effetti della televisione sulla cultura americana nell'epoca della Guerra fredda. La sua attualità riguarda anche il fatto che viviamo un'epoca in cui ogni persona ha a disposizione una tv personale portatile, diventata estensione del corpo, ritagliata sulle diverse inclinazioni ed esigenze: lo smartphone con le sue finestre social. Ma il saggio è anche un monito sulla possibilità di produrre delle vere e proprie farse politiche per mezzo di determinate metafore e modelli comunicativi. Si tratta di una vera e propria profezia dal momento che viviamo anni in cui un personaggio come Jake Angeli - lo sciamano che ha preso parte all'assalto a Capitol Hill di Washington del 6 gennaio 2021 - presenta le carte in Arizona per candidarsi al Congresso nel 2024[3] e in cui Rodolfo Hernandez, imprenditore e star di TikTok colombiana, ha avuto così tanto seguito da riuscire a candidarsi credibilmente alle elezioni presidenziali nel 2022[4].

«Come sarebbero stati soddisfatti tutti i vari re, zar, e Führer del passato - e i commissari del popolo di oggi - di sapere che la censura non è più una necessità, quando tutto il discorso politico prende la forma di una barzelletta» (p. 141).

[1] L'espressione ha avuto ampia diffusione dopo il saggio di Marshall McLuhan *Gli strumenti del comunicare*, pubblicato per la prima volta nel 1964, che ha come oggetto un'analisi sugli effetti trasformativi dei media.

[2] Byung-Chul Han, *Infocrazia. Le nostre vite manipolate dalla rete*, Einaudi, Torino 2023. Qui recensito da Matteo Migliori.

[3] SkyTG24, *Elezioni Usa 2024, lo sciamano Jake Angeli si candida al Congresso in Arizona*, 14 novembre 2023.

[4] Oliver Griffin, *Colombia's 'king of TikTok' Hernandez ready for run-off after shock result*, Reuters, 31 maggio 2022.