DOPPIOZERO

Oltre il senso del luogo, di Joshua Meyrowitz

Vanni Codeluppi
24 Febbraio 2020

Câ??Ã¨ un intero continente di saggi scomparsi che gli editori italiani non ristampano piÃ¹. Eppure in mezzo a loro ci sono delle vere perle, libri che possono aiutarci a capire il mondo intorno a noi, anche se sono stati pubblicati quaranta o cinquanta anni fa; con questa serie di articoli proviamo a rileggere questi libri, a raccontarli e indicare lâ??aspetto paradigmatico che contengono per il nostro presente.

Dobbiamo a Marshall McLuhan lâ??idea che i media siano in grado di costituire dei veri e propri ambienti immateriali in tutto e per tutto simili a quelli fisici. Nel corso degli ultimi decenni, tale idea si Ã¨ progressivamente diffusa e ha dato vita a un importante filone di analisi relativo al ruolo sociale esercitato dai media. Tra gli autori che si collocano in questo filone di ricerca, lo statunitense Joshua Meyrowitz devâ??essere senzâ??altro considerato uno dei piÃ¹ significativi. Ã? nato nel 1949 e ha insegnato prevalentemente nel dipartimento di Comunicazione dellâ??UniversitÃ del New Hampshire di Durham, pubblicando numerosi saggi relativi agli effetti sociali prodotti dai media. Ã? conosciuto in Italia soprattutto per il volume *Oltre il senso del luogo. Come i media elettronici influenzano il comportamento sociale.* In tale lavoro, che Ã¨ uscito nel nostro Paese nel 1993 presso lâ??editore Baskerville ed Ã¨ diventato un vero e proprio classico dei *media studies*, Meyrowitz ha cercato di analizzare come lâ??apparizione della televisione e dei media elettronici abbia modificato la percezione dello spazio da parte degli esseri umani. Vi ha inoltre sostenuto che, per effetto del ruolo esercitato dai media, nella vita sociale i confini esistenti tra la scena pubblica e il Â«retroscenaÂ» degli individui sono stati progressivamente abbattuti e ha cominciato a svilupparsi un nuovo Â«spazio intermedioÂ» dove il pubblico e il privato tendono a fondersi.

Secondo Meyrowitz, i media hanno sempre dato vita a degli ambienti e le persone possono essere unite ma anche separate da tali ambienti. Infatti, per accedere a questi ambienti Ã¨ necessario possedere un determinato Â«codice dâ??accessoÂ». In passato, ad esempio, per accedere alla stampa era indispensabile lâ??apprendimento preliminare dei codici della lettura e della scrittura.

La televisione e gli altri media elettronici hanno perÃ² eliminato questi vincoli e questa Ã¨ la principale ragione che spiega perchÃ© hanno potuto ottenere un enorme successo nella societÃ . Inoltre, tali mezzi hanno consentito di ridurre la necessitÃ di essere fisicamente presenti in un luogo per poter fare una determinata esperienza allâ??interno di tale luogo. CosicchÃ© secondo Meyrowitz, Â«Ã¨ molto diminuito il significato sociale delle strutture fisiche che un tempo dividevano la nostra societÃ in molti spazi ambientali di interazione. Le pareti di casa, per esempio, non sono piÃ¹ delle barriere vere e proprie che isolano completamente la famiglia dalla comunitÃ piÃ¹ vasta e dalla societÃ . Oggi lâ??ambiente domestico Ã¨ meno circoscritto e separato perchÃ© i membri della famiglia accedono, e sono accessibili, ad altri luoghi e ad altra gente attraverso la radio, la televisione e il telefonoÂ» (*ibid.*, p. II). Ne consegue che gli ambienti fisici tradizionali e gli ambienti dei media non devono essere visti in contrapposizione, ma piuttosto come parte di un unico *continuum*. Sono infatti in grado entrambi di favorire le interazioni tra gli individui e di attivare tra questi dei flussi informativi.

Questi processi attraverso i quali i media possono cambiare la natura dei confini che limitano le situazioni sociali hanno consentito ai media elettronici di trasformarsi in strumenti di democratizzazione della societÃ , in strumenti cioÃ¨ che hanno messo in collegamento, e spesso anche fuso tra loro, sfere della societÃ che un tempo erano nettamente distinte. Di conseguenza, hanno riorganizzato gli spazi sociali riducendo lâ??importanza delle barriere tradizionalmente esistenti nella societÃ sul piano dellâ??etÃ , del livello di istruzione e della posizione di status.

La possibilitÃ di partecipare liberamente agli odierni ambienti mediatici, e la trasformazione conseguente dei luoghi privati in spazi maggiormente accessibili dallâ??esterno e dunque piÃ¹ pubblici, non determina necessariamente, secondo Meyrowitz, dei comportamenti omogenei e uniformi negli individui. PuÃ² anzi favorire la nascita di gruppi sociali superficiali ed effimeri, che partecipano a contesti piÃ¹ segmentati. PuÃ² inoltre causare la comparsa di nuovi Â«comportamenti da retroscenaÂ», cioÃ¨ adottati in spazi privati nascosti e visibili solo da parte di poche persone.

Va considerato perÃ² che, come ha messo in evidenza lo studioso inglese Shaun Moores in *Media, luoghi e mobilitÃ* (FrancoAngeli), la questione del luogo Ã¨ decisamente piÃ¹ complessa di quanto possa apparire a prima vista. PerchÃ© nel corso del tempo le persone sviluppano con qualsiasi cosa unâ??abitudine e una familiaritÃ che trasformano lo spazio in un luogo. Moores cioÃ¨ condivide lâ??idea chiave della cosiddetta Â«geografia fenomenologicaÂ» secondo la quale le persone, via via che abitano un ambiente, tendono sempre piÃ¹ a sentirsi â??a casaâ?•. Tutto ciÃ² vale per gli spazi fisici, ma anche per i contenuti trasmessi dai media, come i programmi televisivi. CiÃ², secondo Moores, rende estremamente discutibile quel concetto di Â«non luogoÂ» che Ã¨ stato piÃ¹ volte utilizzato dallâ??antropologo francese Marc AugÃ© e che ha avuto negli scorsi anni un significativo successo. Mi permetto perÃ² di ricordare che lâ??avevo giÃ criticato nel 2000 allâ??interno del volume *Lo spettacolo della merce* (Bompiani). Per AugÃ© i *non luoghi* sono ad esempio le vie aeree, ferroviarie, autostradali, gli aeroporti, le stazioni ferroviarie, le grandi catene

alberghiere, le strutture per il tempo libero, i grandi spazi commerciali.

A suo avviso, si contrappongono agli spazi fisici legati a una precisa cultura, cioÃ¨ dotati di solide radici in un contesto sociale e storico ben determinato. Pertanto, nei *non luoghi* lâ??individuo deve vivere in una condizione di solitudine e provvisorietÃ e deve liberarsi completamente da quel gravoso fardello che Ã¨ rappresentato dalla sua identitÃ personale. In realtÃ , per gli individui questi luoghi non sono asettici e privi di socialitÃ , ma altrettanto ricchi di significato dei luoghi antropologici tradizionali. Certo, in essi la storicitÃ Ã¨ limitata, in quanto sono di nascita recente e non hanno ancora avuto il tempo dâ??integrarsi pienamente nellâ??ambiente sociale circostante, ma non Ã¨ comunque assente. Soprattutto, perÃ², ci sono lâ??identitÃ e la relazione, gli altri due elementi che insieme alla storicitÃ , secondo lo stesso AugÃ©, caratterizzano il classico luogo antropologico. Lâ??individuo, infatti, si affeziona ai *non luoghi*, di cui impara a riconoscere gli spazi, i percorsi e gli ambienti di ritrovo. Ã? pertanto in questi luoghi che si manifestano oggi molte forme di relazione tra gli individui che sono importanti e simili a quelle che si sono sempre sviluppate negli spazi pubblici delle cittÃ .

Anche per Moores, come abbiamo detto, la natura effimera e transitoria delle pratiche legate alla mobilitÃ quotidiana delle persone non comporta una perdita di valore dei luoghi, ma, al contrario, un loro rafforzamento e consolidamento. La mobilitÃ contribuisce infatti a costituire i luoghi da un punto di vista personale ed emotivo. E anche i comportamenti legati alla fruizione dei media (la lettura di un giornale, lâ??ascolto della radio in un luogo pubblico, ecc.) comportano la crescita del livello di familiaritÃ e di vicinanza emotiva dei luoghi, il che consente cosÃ¬ di emergere al carattere â??abitativoâ?• proprio dei media.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio Ã¨ grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO

Joshua Meyrowitz

OLTRE IL SENSO DEL LUOGO

L'impatto dei media elettronici sul comportamento sociale.

Media e comportamento: un anello mancante.
Media, situazioni e comportamento.
Perchè cambiano i ruoli quando cambiano i media.

L'emergere della sfera pubblica.
La confusione tra comportamento pubblico e privato.
La separazione del luogo sociale dal luogo fisico.

Nuove identità di gruppo.
Nuovi modi del divenire.
L'autorità interrogante.
I circuiti del senso.

L'emergere del maschile e del femminile.
La confusione tra infanzia e mondo adulto.
Abbassare l'eroe politico al nostro livello.

Da dove veniamo, dove stiamo andando?

INDACO