DOPPIOZERO

Oltre il senso del luogo, di Joshua Meyrowitz

Vanni Codeluppi

24 Febbraio 2020

C'è un intero continente di saggi scomparsi che gli editori italiani non ristampano più. 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 l'aspetto paradigmatico che contengono per il nostro presente.

Dobbiamo a Marshall McLuhan l'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 è 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 dev'essere senz'altro considerato uno dei più significativi. È nato nel 1949 e ha insegnato prevalentemente nel dipartimento di Comunicazione dell'Università del New Hampshire di Durham, pubblicando numerosi saggi relativi agli effetti sociali prodotti dai media. È conosciuto in Italia soprattutto per il volume *Oltre il senso del luogo. Come i media elettronici influenzano il comportamento sociale.* In tale lavoro, che è uscito nel nostro Paese nel 1993 presso l'editore Baskerville ed è diventato un vero e proprio classico dei *media studies*, Meyrowitz ha cercato di analizzare come l'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 «retroscena» degli individui sono stati progressivamente abbattuti e ha cominciato a svilupparsi un nuovo «spazio intermedio» 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 è necessario possedere un determinato «codice d’accesso». In passato, ad esempio, per accedere alla stampa era indispensabile l’apprendimento preliminare dei codici della lettura e della scrittura.

La televisione e gli altri media elettronici hanno però eliminato questi vincoli e questa è la principale ragione che spiega perché hanno potuto ottenere un enorme successo nella società. Inoltre, tali mezzi hanno consentito di ridurre la necessità di essere fisicamente presenti in un luogo per poter fare una determinata esperienza all’interno di tale luogo. Cosicché secondo Meyrowitz, «è molto diminuito il significato sociale delle strutture fisiche che un tempo dividevano la nostra società in molti spazi ambientali di interazione. Le pareti di casa, per esempio, non sono più delle barriere vere e proprie che isolano completamente la famiglia dalla comunità più vasta e dalla società. Oggi l’ambiente domestico è meno circoscritto e separato perché i membri della famiglia accedono, e sono accessibili, ad altri luoghi e ad altra gente attraverso la radio, la televisione e il telefono» (*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 società, in strumenti cioè che hanno messo in collegamento, e spesso anche fuso tra loro, sfere della società che un tempo erano nettamente distinte. Di conseguenza, hanno riorganizzato gli spazi sociali riducendo l'importanza delle barriere tradizionalmente esistenti nella società sul piano dell'età, del livello di istruzione e della posizione di status.

La possibilità di partecipare liberamente agli odierni ambienti mediatici, e la trasformazione conseguente dei luoghi privati in spazi maggiormente accessibili dall'esterno e dunque più pubblici, non determina necessariamente, secondo Meyrowitz, dei comportamenti omogenei e uniformi negli individui. Può anzi favorire la nascita di gruppi sociali superficiali ed effimeri, che partecipano a contesti più segmentati. Può inoltre causare la comparsa di nuovi «comportamenti da retroscena», cioè adottati in spazi privati nascosti e visibili solo da parte di poche persone.

Va considerato però che, come ha messo in evidenza lo studioso inglese Shaun Moores in *Media, luoghi e mobilità* (FrancoAngeli), la questione del luogo è decisamente più complessa di quanto possa apparire a prima vista. Perché nel corso del tempo le persone sviluppano con qualsiasi cosa un'abitudine e una familiarità che trasformano lo spazio in un luogo. Moores cioè condivide l'idea chiave della cosiddetta «geografia fenomenologica» secondo la quale le persone, via via che abitano un ambiente, tendono sempre più a sentirsi "a casa". Tutto ciò vale per gli spazi fisici, ma anche per i contenuti trasmessi dai media, come i programmi televisivi. Ciò, secondo Moores, rende estremamente discutibile quel concetto di «non luogo» che è stato più volte utilizzato dall'antropologo francese Marc Augé e che ha avuto negli scorsi anni un significativo successo. Mi permetto però di ricordare che l'avevo già criticato nel 2000 all'interno del volume *Lo spettacolo della merce* (Bompiani). Per Augé 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, cioè dotati di solide radici in un contesto sociale e storico ben determinato. Pertanto, nei *non luoghi* l'individuo deve vivere in una condizione di solitudine e provvisorietà e deve liberarsi completamente da quel gravoso fardello che è

rappresentato dalla sua identità personale. In realtà, per gli individui questi luoghi non sono asettici e privi di socialità, ma altrettanto ricchi di significato dei luoghi antropologici tradizionali. Certo, in essi la storicità è limitata, in quanto sono di nascita recente e non hanno ancora avuto il tempo d'integrarsi pienamente nell'ambiente sociale circostante, ma non è comunque assente. Soprattutto, però, ci sono l'identità e la relazione, gli altri due elementi che insieme alla storicità, secondo lo stesso Augé, caratterizzano il classico luogo antropologico. L'individuo, infatti, si affeziona ai *non luoghi*, di cui impara a riconoscere gli spazi, i percorsi e gli ambienti di ritrovo. È 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 città.

Anche per Moores, come abbiamo detto, la natura effimera e transitoria delle pratiche legate alla mobilità quotidiana delle persone non comporta una perdita di valore dei luoghi, ma, al contrario, un loro rafforzamento e consolidamento. La mobilità 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, l'ascolto della radio in un luogo pubblico, ecc.) comportano la crescita del livello di familiarità e di vicinanza emotiva dei luoghi, il che consente così di emergere al carattere "abitativo" proprio dei media.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è 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
Istituto Nazionale per la Didattica e l'Aggiornamento sulle Comunicazioni

Baskerville
Biblioteca di Scienze della Comunicazione