

Enrico Menduni

Introduzione a: Raymond Williams, La televisione. Tecnologia e forma culturale e altri scritti sulla TV, Roma, Editori Riuniti, 2000, pp. 7-24

1. Da Cambridge a Escondido

Nel 1972 Raymond Williams, professore all'università di Cambridge, fu chiamato a tenere un semestre all'Università di Stanford in California. Studioso di letteratura, romanziere, sociologo della cultura e militante di sinistra, nonché collaboratore della rivista della Bbc *The Listener* e persona curiosa, Williams dedicò il suo tempo libero alla visione della televisione americana in dosi massicce, in previsione di un libro che intendeva scrivere.

Anche se insegnavo in due corsi ed ero andato a San Francisco ad una marcia di protesta contro Nixon, la vita era lenta e tranquilla in California. Mia moglie ed io ce ne stavamo nel nostro appartamento a Escondido e spesso vedevamo la televisione tutto il giorno.¹

Fin dal suo arrivo in America l'offerta della televisione commerciale americana gli era apparsa diversissima dall'offerta televisiva inglese, formata da una Bbc pubblica ancora ispirata ai principi pedagogici di Lord Reith² e dal network privato, ma fortemente controllato da un'autorità pubblica, Independent Television.³ Fu una sensazione fortissima, che lo colse fin dal suo arrivo:

Una notte a Miami, ancora stordito da una settimana di viaggio su un transatlantico, iniziai a guardare un film e, sulle prime, incontrai qualche difficoltà nell'adattarmi alla frequenza molto più elevata delle interruzioni pubblicitarie. Tuttavia, questo non era niente in confronto a quello che accadde in seguito: iniziarono a passare i promo di due film che dovevano andare in onda, sullo stesso canale, le notti successive. Un delitto a San Francisco (il soggetto del film che stavo seguendo) iniziò a dispiegarsi, con uno straordinario contrappunto, insieme alla pubblicità di un deodorante e dei cereali per la colazione e anche con una vicenda sentimentale ambientata a Parigi e l'apparizione di un mostro preistorico che devastava New York.

¹ R. Williams, prefazione a: *Raymond Williams on Television. Selected Writings*, a cura di A. O'Connor, Toronto, 1989, p. XI.

² "Informare, educare, intrattenere". Sulla personalità di John Reith, primo direttore generale della Bbc, cfr. A. Briggs, *The history of broadcasting in the United Kingdom*, vol. I, London, 1961, particolarmente alle pp. 135-142 e 250.

³ L'Inghilterra è l'unico paese europeo in cui il sistema misto data dagli anni '50. Nel 1954 il *Television Act* crea, accanto alla Bbc, l'*Independent Television Authority* (poi *Independent Broadcasting Authority*, Iba) preposta all'assegnazione delle licenze alle emittenti private, che hanno base regionale e sono riunite nell'organizzazione *Independent Television*. Nel 1982 sarà istituito inoltre *Channel 4*, un nuovo canale nazionale culturale di proprietà dell'Iba, che avrà un grande successo. Fino agli anni Settanta la televisione privata inglese si era conformata ai modelli della Bbc e questa era anche l'opinione di Williams in *Communications*: "c'era una differenza minore tra la Bbc e Itv che tra i vari settori della stampa". (*Communications*, Terza ed., Harmondsworth, 1976, p. 61).

D'altra parte questa era la sequenza, nel suo nuovo significato. In Inghilterra persino nella televisione commerciale c'è un segno visivo, residuo del vecchio intervallo, che indica l'inizio e la fine della sequenza pubblicitaria ed i promo compaiono solo tra un programma e l'altro. Qui accadeva qualcosa di totalmente diverso, perché i passaggi dal film alla pubblicità o dal primo film al secondo o al terzo non erano affatto segnalati. In ogni caso alcuni generi di film sono abbastanza simili tra loro, e assomigliano alla pubblicità che consapevolmente li imita; al punto che una sequenza di questo tipo diventa un'esperienza molto difficile da interpretare. Ancora oggi non posso ritenermi certo di ciò che ho effettivamente colto di tutto quel flusso. Credo di aver collocato alcuni incidenti nel film sbagliato e di aver inserito personaggi della pubblicità nel film, in ciò che finì per apparirmi malgrado le bizzarre incongruenze, come un unico flusso di immagini e di sensazioni.⁴

La differenza con la televisione europea, nonostante che negli stessi anni McLuhan già parlasse di villaggio globale⁵, era troppo notevole per poter essere negletta. Un americano del resto non aveva meno problemi di fronte alla televisione europea. Un ricercatore statunitense, Thomas McCain, racconta l'esperienza opposta e complementare di aver acceso la televisione inglese e di essersi trovato di fronte qualcosa di totalmente diverso da ciò che era solito vedere.

Quando ci trasferimmo a Dublino, per un mese guardai la televisione inglese con la stessa perplessità e con lo stesso stupore e frustrazione. Non valeva molto la pena di guardare la televisione. I programmi, invece che ad orari prevedibili, venivano mandati in onda a caso. Le serie sembravano durare solo poche settimane, e proprio quando iniziavamo a goderci o a capire un personaggio o un programma... quello scompariva dal palinsesto. Il telegiornale andava in onda nel bel mezzo della serata, né prima, né dopo. La programmazione o la scaletta delle trasmissioni aveva poi le sue peculiarità; un film in prima serata, seguito dalla produzione inglese *In Search of the Wild Asparagus*, quindi una *situation comedy* e poi un documentario sui piccioni in tarda serata. Si trattava di un cambiamento della nostra *routine* che non avremmo mai potuto prevedere, ma nonostante tutto ci piacque. Provenendo da Columbus, nell'Ohio, dove il sistema via cavo permetteva di usufruire di trenta canali e di una programmazione che copriva quasi tutte le ventiquattro ore del giorno, la televisione era divenuta una componente quasi magnetica delle nostre vite, con l'apparecchio che ci attirava nel suo campo di fantasie e di frivolezze con una regolarità quasi imbarazzante. La televisione europea invece era diversa. La mia reazione iniziale fu quella di pensare che fosse piuttosto pretenziosa, abbastanza grigia e solo raramente brillante. La nostra famiglia smise di 'guardare la televisione' e iniziò a guardare i programmi.⁶

Williams approfondì la sua esperienza di spettatore intensivo di una televisione aliena. Scrisse intanto per *The Listener* un breve e penetrante saggio di "Impressioni della tv americana",⁷ ma soprattutto si dedicò ad un'analisi comparata

⁴ *Infra*, pp. 111-113.

⁵ M. McLuhan, *Understanding Media*, New York, 1964 (trad. it. Gli strumenti del comunicare, Milano, 1967).

⁶ T. McCain, *The Invisible Influence: European Audience Research*, in "Intermedia", 13, n. 4-5, 1985, pp. 74-78, commentato insieme alla citazione di Williams in I. Ang, *Cercasi audience disperatamente* (1991), Edizione italiana a cura di E. Menduni, Bologna, 1998, pp. 90-91.

⁷ Impressioni della tv americana, *Infra*, pp. 179 sgg.

del contenuto di ciò che era messo in onda da diverse emittenti pubbliche e private inglesi e americane, nelle forme primitive di un'epoca in cui il videoregistratore amatoriale era ancora un oggetto misterioso⁸. I risultati di questa analisi permisero a Williams di comprendere che la trasmissione di programmi specifici e delimitati, composti in un laborioso dosaggio tra generi che tutti concorrevano all'elevazione dello spettatore – propria della televisione pedagogica di stato – nel sistema commerciale non era mai esistita, e c'era piuttosto un flusso (*flow*) di brevi sequenze. Il flusso era presente anche nelle emittenti commerciali inglesi e stava gradualmente contaminando anche la televisione pubblica, modificando radicalmente l'iniziale impostazione pedagogica.

L'offerta televisiva non è, secondo gli schemi ormai superati, un programma composto da unità singole con determinate inserzioni pubblicitarie, ma un flusso pianificato, in cui la sequenza effettiva non è quella dell'orario dei programmi pubblicato dai giornali, ma quella stessa trasformata dall'inclusione di un altro tipo di sequenza, in modo tale che l'una e l'altra, insieme, compongono il flusso effettivo della programmazione, il vero *broadcasting*. (...) Il flusso, in un senso più profondo, va ricondotto all'esperienza televisiva in sé. Questo riconduce a due comuni osservazioni. Come abbiamo notato in precedenza molti di noi, nel descrivere la propria esperienza televisiva, parlano di "guardare la televisione" anziché di "guardare il telegiornale o la partita alla tv". Talvolta usiamo tutte e due le espressioni, ma il fatto che il primo modo di dire sia in assoluto il più usato assume un significato rilevante.

C'è inoltre l'esperienza diffusa, anche se ammessa malvolentieri, di non riuscire a spegnere la televisione, o di accendere la tv per seguire un determinato programma e di continuare poi con i successivi. Il modo in cui è strutturato il flusso, cioè senza intervalli segnalati, favorisce questo comportamento. Veniamo catapultati dentro un altro programma prima di riuscire a trovare l'energia necessaria ad alzarci dalla poltrona e molti programmi sono pensati per questo: catturare subito l'attenzione con la reiterata promessa che vedremo qualcosa di emozionante, se rimarremo di fronte allo schermo.

La teoria del "flusso" è uno dei concetti chiave su cui Williams costruì il libro *Televisione. Tecnologia e forma culturale*⁹ che rappresenta sì la continuazione di sue precedenti ricerche sulla stampa e sui media,¹⁰ ma soprattutto la principale guida

⁸ Il videoregistratore domestico a cassette (Vcr, Videocassette Recorder) fa la sua comparsa nel 1975 e comincia a diffondersi solo negli anni Ottanta dopo una lunga guerra di standard vinta dal Vhs (Matsushita-Panasonic) sul Betamax (Sony) e il Video 2000 (Philips). Il videoregistratore magnetico professionale a nastro (Ampex, dalla ditta che lo aveva commercializzato) era apparso circa quindici anni prima. Cfr. E. Menduni, *La televisione*, Bologna, 1998, pp. 58 e 79.

⁹ *Television. Technology and Cultural Form*, London, 1974. Dopo la morte di Williams apparve una nuova edizione (London, 1990) che egli non fece a tempo a curare e che fu invece rivista dal figlio Ederyn Williams, i cui interventi peraltro si limitano a poche note in calce.

¹⁰ R. Williams, *Communications*, Harmondsworth, 1962. La prima edizione era il frutto del lavoro di Williams come tutor esterno dell'Università di Cambridge per i corsi di educazione degli adulti, come egli scrive nella sua prefazione a: Raymond Williams on Television. cit., p. X. Nuove edizioni rivedute e aumentate uscirono nel 1966 e nel 1976. Nella terza edizione sono ampiamente riportate le ricerche di *Television*.

alla comprensione ai linguaggi della televisione nell'era della concorrenza, con particolare riferimento all'Europa.

2. Gli usi sociali della televisione

Il tema del flusso è il principale, ma non l'unico contributo di *Television*. Raymond Williams rappresenta una figura assai originale di studioso impegnato su più fronti e partecipa in pieno della vita culturale e politica del suo tempo,¹¹ e *Television* sembra riprodurre questo carattere poliedrico. Il libro è infatti allo stesso tempo un tentativo di sistemazione sociologica della televisione, una testimonianza e un contributo militante da parte di un autore che sembra animato, anche se non lo dice mai, dal desiderio di portare a pieno diritto i media elettronici dentro il recinto di ciò è considerato convenzionalmente "produzione culturale", e dall'ansia di offrire al mondo progressista una teoria dei media meno cupa e orwelliana, più praticabile e attuale della teoria critica francofortese, anche in presenza del vivace, eclettico, mobilissimo determinismo tecnologico del cattolico Marshall McLuhan: ossia della

¹¹ Raymond Williams nacque nel 1921 in un paesino del Galles, figlio di un ferroviere. Grazie ai brillanti risultati nella scuola media superiore fu ammesso al Trinity College di Cambridge, dove si avvicinò al movimento comunista insieme a Eric J. Hobsbawm. Ufficiale in un reggimento anticarro durante la guerra, si laureò con una tesi su George Eliot che ottenne la lode e una borsa di studio. Un futuro nell'università gli era precluso da una situazione accademica bloccata e, come Eric Hobsbawm, Edward Thompson, Richard Hoggart e altri, Williams divenne insegnante nei corsi di educazione degli adulti promossi dall'Università di Oxford ma tenuti al di fuori di essa.

Nel 1950 inizia un'intensa attività saggistica: *Reading and Criticism* (Lettura e critica, London, 1950; *Drama from Ibsen to Elliot* (Il dramma da I. a E., London, 1951), poi il suo libro più famoso, *Culture and Society 1780-1950* (London, 1958; tr. it. Cultura e rivoluzione industriale. Inghilterra 1780-1950, Torino, 1961).

Critico radicale dello stalinismo, è tra i fondatori con Stuart Hall della *New Left Review* nel 1960, e nello stesso anno pubblica il suo primo romanzo, *Border Country* (Terra di confine, London, 1960) e nel 1961 continua idealmente *Culture and Society* con *The Long Revolution* (London, 1961; tr. it. La lunga rivoluzione, a cura di P. Splendore, Roma, 1979). Nel 1961 è chiamato all'Università di Cambridge, dove per molti anni terrà l'insegnamento di Drammaturgia.

L'anno successivo pubblica *Communications* (Le comunicazioni, Harmondsworth, 1962), il suo primo libro di contenuto mediale, prevalentemente dedicato ai media scritti. Nel 1966 pubblica *Modern Tragedy* (La tragedia moderna, London, 1966), e l'anno successivo un manifesto politico dei movimenti studenteschi con S. Hall e E.P. Thompson, *New Left May Day Manifesto* (London, 1967; tr. it. Manifesto di Maggio, Bari, 1967). Gli anni successivi saranno i più intensi della produzione saggistica, di cui fa parte anche il nostro *Television. Technology and Cultural Form* (London, 1974); tra gli altri *Drama from Ibsen to Brecht* (Il dramma da I. a B., London, 1968), *The English Novel from Dickens to Lawrence* (London, 1970; tr. it. Il romanzo inglese da D. a L., a cura di A.M. Piglionica, Lecce, 1991), *Orwell* (Glasgow, 1971), *The Country and the City* (Città e campagna, London, 1973), *Keywords* (Parole chiave, London, 1976), *Marxism and Literature* (Oxford, 1977, tr. it. Marxismo e Letteratura, Bari, 1979), *Culture* (Glasgow, 1981; tr. it. Sociologia della cultura, Bologna, 1983). Scrive anche altri sei romanzi, un dramma, due commedie televisive per la Bbc. Williams lascia l'insegnamento nel 1983 e muore nei primi giorni del 1988. Per maggiori dettagli si veda la minuziosa biografia di F. Inglis, *Raymond Williams*, London, 1996. Sull'opera di W. vi sono numerosi saggi, fra cui: J. Gorak, *The Alien Mind of Raymond Williams*, Columbia, 1988; T. Eagleton (a cura di), *Raymond Williams: Critical Perspectives*, Cambridge, 1989; A. O'Connor, *Raymond Williams. Writing, Culture, Politics*, Oxford, 1989; T. Pinkney, *Raymond Williams*, Cardiff, 1991; D. Dworkin e L. Roman (a cura di), *Views Beyond the Border Country. Raymond Williams and cultural politics*, London, 1993; J. e L. Eldridge, *Raymond Williams. Making Connections*, London, 1994; J. Higgins, *Raymond Williams. Literature, Marxism and Cultural Materialism*, London, 1999. Le principali antologie dei suoi scritti sono: R. Williams, *Problems in Materialism and Culture*, London-New York, 1980; A. O'Connor, *Raymond Williams on Television*, cit.; R. Williams, *The Politics of Modernism*, a cura di T. Pinkney, London-New York, 1989.

convinzione che siano le caratteristiche intrinseche del mezzo a deciderne le sorti, le funzioni e gli effetti.

Il primo capitolo di *Television*, “Tecnologia e società”, contiene infatti una serrata critica ai rapporti di causa ed effetto tra le invenzioni tecnologiche e il cambiamento sociale, a cui viene contrapposta una visione della innovazione tecnologica come segno e sintomo di mutamenti di altro genere, di natura sociale. La storia sociale della televisione è così l’effetto di molteplici volontà e di numerose invenzioni che si selezionarono e si combinarono negli attuali apparati televisivi e nella loro fruizione domestica (il modello del *broadcasting*¹²) – invece che in altre soluzioni teoricamente e tecnicamente possibili – perché tale forma, nelle condizioni date, affrontava al meglio la contraddizione tra trasmissione centralizzata e ricezione privatizzata nelle case.

Le “Istituzioni della tecnologia” (così il titolo del secondo capitolo) sono le varianti, diverse da luogo a luogo, che assume il governo dei sistemi di *broadcasting*. Qui emerge in particolare la differenza tra il sistema europeo (o inglese) gestito in maniera diretta o indiretta dai pubblici poteri secondo valori pubblicamente definiti e largamente condivisi, e quello americano dove lo stato si limita ad una funzione di regolazione lasciando il *broadcasting* alla amministrazione di *corporations* aventi fini di lucro, e con un servizio pubblico minuscolo ma combattivo.

Solo dopo questa ricognizione ed interpretazione degli usi sociali e dei modelli organizzativi della televisione, Williams affronta nel terzo capitolo “le forme della televisione”, e qui la maestria del critico letterario si fa sentire nella descrizione dei vari generi dei programmi, nella loro discendenza e rielaborazione di forme culturali precedenti ma anche nella loro innovazione. La televisione svolge in forma moderna funzioni che in parte sono state assolute dal teatro popolare, dalla stampa, dal cinema, ma che essa rielabora in forme originali che sono costituite, più che da questo o quel programma, dalla televisione stessa nel suo complesso: siamo già molto vicini al flusso televisivo. La sua illustrazione, conseguente al confronto con la televisione commerciale americana, comprende l’intero quarto capitolo ed è costantemente ricondotta alle forme espressive di una società: “in tutte queste modalità e nella loro essenziale combinazione,” così termina il capitolo, “ciò che scorre è il flusso dei significati e dei valori di una specifica cultura.”

Williams è adesso in grado di confutare, e può farlo nel quinto capitolo di *Television*, le teorizzazioni che pretendono di far discendere dalla televisione effetti determinati e distinti, sui comportamenti sociali come su quelli politici, individuando nella tecnologia televisiva una causa. La polemica con McLuhan è l’unica esplicita, condotta con nome e cognome: ma eccessiva. Quando Williams afferma che la televisione in quanto tale, e non un singolo programma, è una forma culturale

¹²*Broadcasting* (letteralmente semina larga) è il termine inglese universalmente utilizzato per la radiodiffusione in audio e in video e, in senso traslato, per l’attività radiofonica e televisiva.

intrinseca che supera i vari contenuti offerti, non dice cose poi molto diverse – a parte una grande differenza di linguaggio e di riferimenti teorici – dall’identificazione del messaggio con il medium rivendicata dal filosofo canadese. E non è un caso che concetti condannati da Williams come “socializzazione” o “mass media” siano diventati poi patrimonio generale degli studiosi.

Il sesto ed ultimo capitolo è dedicato agli sviluppi della tecnologia televisiva, per i quali fu assai utile il soggiorno in California. I tempi della fornitura di nuovi servizi sono stati grandemente rallentati, diciamo di vent’anni, ma all’appuntamento del 2000 quasi tutte le acute previsioni di Williams hanno avuto una conferma. Gli usi alternativi e dal basso di una televisione ormai miniaturizzata e a basso costo produttivo, di cui la California offriva un laboratorio, non hanno avuto lo sviluppo che Williams auspicava ma qui forse la speranza del militante ha prevalso, diversamente che altrove, sulla lucida analisi dello scienziato sociale.

3. Televisione e Cultural Studies

Television aveva dunque le carte in regola per entrare in contatto con i centri più avanzati della ricerca sui media. Anche se Raymond Williams non ne ha mai fatto parte organicamente, attraverso le figure di Richard Hoggart e di Stuart Hall di la sua opera è connessa alla tradizione dei Cultural Studies britannici, raccolti originariamente attorno al Centre for Contemporary Cultural Studies dell’Università di Birmingham, fondato nel 1964¹³ dallo stesso Hoggart. Progressivamente la scuola di Birmingham ha aggiunto ai suoi interessi nella storia della cultura contemporanea, dalla letteratura al folklore, una particolare attenzione sui media elettronici, dando vita ad un proprio *Media Group* (Hall, Morley ed altri), che reagì vivacemente al “determinismo testuale” che accomunava in modo singolare sia la ricerca “amministrativa”¹⁴ promossa direttamente o indirettamente dai grandi utenti pubblicitari americani, sia la teoria critica di Francoforte che allora costituiva (e in parte costituisce ancor oggi) una *vulgata* mediale della sinistra politica europea.

La ricerca amministrativa si è concentrata sulla misurazione empirica dell’influenza sul pubblico di un determinato messaggio trasmesso dai media anche perché questo era un passaggio essenziale per la vendita dell’audience agli investitori pubblicitari; il pubblico non aveva alcuna specificità o iniziativa, era solo un insieme di “contatti”

¹³ Una efficace sintesi dell’attività del Centro di Birmingham e degli altri centri negli Stati Uniti e in Australia in R. Grandi, *I media tra testo e contesto*, Milano, 1992, pp. 85-174. Cfr. anche D. Crane, *La produzione culturale*, Bologna, 1998, pp. 120-125. Più critico sull’esperienza dei Cultural Studies F. Crespi, *Manuale di sociologia della cultura*, Bari, 1996, p. 146-7.

¹⁴ La prima, e lucidissima, discussione su questo termine in: P.F. Lazarsfeld, *Remarks on Administrative and Critical Communication Research*, in “*Studies in Philosophy and Social Sciences*”, a. IX, New York, 1941, pp. 2 sgg.

sui quali il messaggio esercitava un potere determinante. La ricerca amministrativa non ha affrontato, se non in quest'ottica utilitarista, il tema dell'interazione fra medium e pubblico né quello delle particolari interpretazioni e decodifiche che ogni singolo o ogni gruppo del pubblico dava di un messaggio.

La teoria critica della Scuola di Francoforte si è dedicata in particolare agli apparati delle comunicazioni di massa, coniando l'espressione "industria culturale",¹⁵ con l'implicita idea che la potenza di tali apparati, al servizio del potere economico e politico, era tale da produrre effetti profondi e omogenei sull'insieme del pubblico. Insomma, pur partendo da premesse opposte, due teorie degli effetti "forti" dei media,¹⁶ la cui prepotenza lascerebbe poco spazio allo spettatore. Al contrario i "Cultural studies", utilizzando anche gli strumenti umanistici della critica letteraria e della storia della cultura, ma anche la semiotica,¹⁷ tendono sempre più a considerare i messaggi dei media come "testi" e a dedicarsi sempre più decisamente allo studio dei contesti in cui essi giungono ai riceventi e vengono da loro negoziati in ragione del loro retroterra sociale e culturale.¹⁸

Di qui nasce, per una parte significativa degli studiosi dei Cultural Studies, l'interesse per la "reception analysis", per le forme, le pratiche, le esperienze del consumo mediale all'interno della casa (per alcuni: della famiglia) che sempre più appare come la naturale unità di misura del consumo e la sede privilegiata per l'osservazione. Per elaborare questo tipo di analisi il concetto di flusso individuato da Williams risulta un passaggio determinante. Come ha scritto Stuart Hall nell'introduzione al più celebre studio del genere, *Family Television* di David Morley,

I programmi [televisivi] sono circondati, se non totalmente sommersi, da un flusso incessante di altre attività e conversazioni, solo in parte correlate alla televisione. La conversazione è critica – commento a qualcosa che non confondiamo con la realtà – ma è anche un sostegno alla nostra identificazione e al coinvolgimento (in vari gradi di intensità) con ciò che scorre sullo schermo, mentre manteniamo interazioni con altre persone. Queste diverse dimensioni e modalità della visione, contrariamente a ciò che pensa la psicologia più ortodossa, non sono reciprocamente incompatibili. Anzi il commento, lungi dall'eliminare una piacevole identificazione, sembra far parte del piacere: a noi piace il modo in cui il flusso televisivo si intreccia nel flusso della quotidiana vita domestica.¹⁹

¹⁵ M. Horkheimer e T.W. Adorno, *Dialettica dell'illuminismo* (1947), Torino, 1974. Una concisa esposizione in M. Wolf, *Teorie delle comunicazioni di massa*, Milano, 1985, pp. 79-100.

¹⁶ Per questa discussione rimando a M. Wolf, *Gli effetti sociali dei media*, Milano, 1992.

¹⁷ Tra i saggi che hanno contribuito alla nascita del lavoro sui media a Birmingham c'è anche un contributo di Umberto Eco: *Towards a Semiotic Inquiry into the Television Message*, 1972, Working Papers in Cultural Studies, n. 2, University of Birmingham.

¹⁸ Il testo più celebre e discusso è S. Hall, *Encoding and Decoding in the Television Discourse*, 1973, Center for Contemporary Cultural Studies (Cccs) Stencilled Paper n. 7, University of Birmingham: un saggio rimasto per sempre ciclostilato in omaggio a una certa cultura "off" di quella scuola. Su di esso si veda particolarmente S. Moores, *Il consumo dei media. Un approccio etnografico* (1993), tr. it. Bologna, 1998, p. 34 sgg.

¹⁹ S. Hall, Introduzione a D. Morley, *Family television: cultural power and domestic leisure*, London, 1986, p. 9.

Il flusso televisivo diventa quindi parte di una “vita a flusso”, e in questo continuo gioco di specchi fra condizione umana e rappresentazione sullo schermo rappresenta uno dei principali elementi del suo fascino e del suo solido innesto nella vita privata e nelle interazioni tra le persone che all’interno della casa si svolgono. L’analisi etnografica, certo meno faticosa di un viaggio alle isole Trobriand come fece Malinowski ma tuttavia significativa,²⁰ risulta la forma migliore di conoscenza, “infiltrando” il ricercatore nell’ambiente domestico: così Morley²¹, così James Lull negli Stati Uniti,²² e anche in qualche esperienza italiana.²³

Anche quando l’oggetto primario di studio è un testo televisivo e non il pubblico il concetto di flusso illumina le modalità della sua decodifica domestica. Il primo e fortunato libro di Ien Ang, *Watching Dallas*, uscito originariamente in Olanda nel 1982,²⁴ è dedicato all’uso che di questo *serial*, vera *soap opera* da prima serata, fanno le signore olandesi, del tutto indifferenti a quanto taluni intellettuali (compreso il ministro francese della cultura Jack Lang²⁵) definivano imperialismo culturale americano. Nella loro esperienza il testo originale di *Dallas* si intreccia, come nelle case londinesi di Morley, nel fluire del quotidiano.

Nell’analizzare il piacere che *Dallas* conferisce alle spettatrici abbiamo iniziato considerando che il programma è un testo con una sua specifica struttura. Il piacere è quindi correlato con il modo in cui le spettatrici leggono il testo da una specifica posizione subordinata. Tuttavia solitamente le spettatrici non si avvicinano a *Dallas* come a un testo. Per loro guardare *Dallas* è primariamente e soprattutto una pratica. Certo, in questa pratica il testo *Dallas* occupa un posto centrale, ma la pratica è molto più di questo. Quindi è fuorviante e inadeguato far discendere il piacere che provoca *Dallas* esclusivamente dalle sue caratteristiche testuali. Guardare *Dallas*, come guardare

²⁰ Per una discussione sul carattere etnografico di questa ricerca mediale si veda S. Moores, op. cit., p. 13 sgg.

²¹ *Family television* di Morley è una ricerca etnografica sulle visioni televisive e relative conversazioni, discussioni e interazioni di diciotto famiglie del West End londinese. Essa rappresenta una svolta radicale rispetto alle sue precedenti opere (in particolare *The ‘Nationwide’ audience*, London, 1980) fondate sulla visione di videocassette con programmi registrati fuori dal contesto naturale di fruizione. Si vedano in proposito: D. Morley, *Changing paradigms in audience studies*, in *Remote control. Television, audiences and cultural power*, a cura di E. Seiter, H. Borchers, G. Kreutzner e E.M. Warth, London, 1989; D. Morley, Quando il locale incontra il globale davanti alla tv, in “Problemi dell’informazione”, a. XVII, n. 2, giugno 1992, pp. 239-258; D. Morley, *Television audiences and cultural studies*, London-New York, 1992, oltre a S. Moores, op. cit., pp. 39 e sgg.

²² J. Lull, *Inside family viewing. Ethnographic research on television’s audiences*, London-New York, 1990; cfr. anche *World families watch television*, a cura di J. Lull, Newbury Park, 1988.

²³ P. Mancini, *Guardando il telegiornale. Per una etnografia del consumo televisivo*, Torino, 1991; e soprattutto Cisf (Centro Internazionale Studi Famiglia), *L’ospite fisso. Televisione e mass media nelle famiglie italiane*, a cura di F. Casetti, Cinisello Balsamo, 1995. Si veda anche F. Casetti e M.G. Fanchi, *Esperienze mediali: media e mondo di vita negli anni ‘50 e negli anni ‘90*, Venezia, 1996.

²⁴ Ien Ang, *Watching Dallas. Soap Opera and the Melodramatic Imagination* (1982), London-New York, 1985. Vedi anche *Melodramatic Identifications: Television Fiction and Women’s fantasy* (1990), ora in I. Ang, *Living Room Wars. Rethinking Media Audiences for a Postmodern World*, London-New York, 1996; V. Nightingale, *Studying Audiences. The Shock of the Real*, London-New York, 1996; I. Ang, Pubblico e ricezione. L’audience fra testi e contesti, in “Problemi dell’informazione”, a. XVII, n. 2, giugno 1992, pp. 259-264.

²⁵ I. Ang, *Watching Dallas*, cit., p. 2.

la televisione in generale, è una pratica culturale che ha molti tratti delle abitudini: e disponibile direttamente, informale e senza spese.²⁶

Soprattutto nei paesi di lingua inglese, in cui i Cultural Studies sono più radicati, il concetto di flusso è quindi diventato un elemento portante di un'intera generazione di studi sui media, conferendo al suo autore un posto di rilievo nella strumentazione teorica dei ricercatori. Non così, come vedremo, in altri paesi tra cui il nostro.

4. La neotelevisione

In quegli stessi anni l'affermarsi delle culture del consumo e la miniaturizzazione, grazie all'elettronica, delle strumentazioni di ripresa e di messa in onda televisiva con la conseguente caduta dei loro costi, portarono ad una forte pressione in tutta l'Europa continentale per l'apertura dei sistemi televisivi alla concorrenza commerciale. Queste pressioni, condotte in forme diverse a seconda delle culture istituzionali dei vari paesi, ebbero comunque successo in quasi tutta Europa portando, in una decina d'anni, alla cancellazione del monopolio pubblico e all'affermarsi di sistemi di *broadcasting* "misti" in cui il flusso si manifestava come ibridazione delle precedenti forme pedagogiche.

Nel 1983 Umberto Eco coniava il termine "neotelevisione".²⁷ Essa nasce, secondo Eco, "con la moltiplicazione dei canali, con la privatizzazione, con l'avvento di nuove diavolerie elettroniche":²⁸ insomma, è la televisione nell'era della concorrenza; un effetto combinato – per esprimerlo in termini propri della situazione italiana - della riforma della Rai e della televisione privata. In quell'anno la Fininvest di Silvio Berlusconi si avviava a diventare un network a tre reti e la sua concessionaria di pubblicità, Publitalia, a superare il fatturato della Sipra, consociata della Rai. Stava nascendo il livello nazionale della televisione privata ma il passaggio non era del tutto chiaro; Eco parla ancora di una "Neo Tv indipendente" local-provinciale, che

mostra al pubblico di Piacenza la gente di Piacenza, riunita per ascoltare la pubblicità di un orologio di Piacenza, mentre un presentatore di Piacenza fa battute grasse sulle tette di una signora di Piacenza che accetta tutto per essere vista da quelli di Piacenza mentre vince una pentola a pressione.²⁹

Tuttavia il flusso individuato da Williams appariva già come la regola dominante del broadcasting neotelevisivo, anche se Eco pare ricondurlo soprattutto allo zapping,³⁰ al cambio frenetico tra un canale e l'altro:

²⁶ Ibidem, pp. 83-84.

²⁷ Tv: la trasparenza perduta (1983), ora in: U. Eco, Sette anni di desiderio, Milano, 1983, pp. 163-179.

²⁸ Ibidem, p. 163.

²⁹ Ibidem, p. 176.

³⁰ Sullo zapping e sulla traslazione del significato del termine dall'inglese all'italiano rimando a M.W. Bruno, Neotelevisione. Dalle comunicazioni di massa alla massa di comunicazioni, Soveria Mannelli, 1994, p. 59 e sgg. e n. 2.

La televisione americana, per cui il tempo è denaro, imposta tutti i suoi programmi sul ritmo, un ritmo di tipo jazz. La Neo Tv italiana mescola materiale americano a materiale nostrano (o di paesi del Terzo mondo, come la telenovela brasiliana) che hanno un ritmo arcaico. Così il tempo della Neo Tv è un tempo elastico, con strappi, accelerazioni e rallentamenti.

Fortunatamente lo spettatore può imprimere il proprio ritmo selezionando istericamente col telecomando. Avete già provato a vedervi il Tg 1 e il Tg 2 della Rai a singhiozzo, alternativamente, in modo da avere sempre due volte la stessa notizia, e mai quella che state attendendo. O a introdurre una torta in faccia nel momento in cui la vecchia mamma muore. Oppure a spezzare la gimkana di Starsky e Hutch con un lento dialogo tra Marco Polo e un bonzo. Così ciascuno si crea il suo ritmo e si vede la televisione come quando si ascolta una musica comprimendoci le mani sulle orecchie, e decidiamo noi cosa debbono diventare la *Quinta* di Beethoven o la *Bella Gigugin*. La nostra serata televisiva non racconta più storie complete. È tutta un 'prossimamente'. Il sogno delle avanguardie storiche.³¹

Con Eco, e poi con Francesco Casetti,³² il concetto di neotelevisione si afferma, prima in ambito semiologico e poi in quello sociologico, in un contesto in cui gran parte degli studiosi concorda sulle profonde trasformazioni in atto nella televisione,³³ mentre la riforma della Rai apre una felice stagione di committenza a ricerche sul campo che analizzeranno, in parte con gli strumenti della semiologia e in parte con quelli della sociologia, testi, generi e metageneri di questa tv in trasformazione.³⁴

Nonostante l'importanza del flusso nella decodifica della neotv, soprattutto nei contributi semiologici l'influenza di Williams è quasi assente. Probabilmente l'attenzione era polarizzata soprattutto sugli aspetti "negoziali" del "contratto comunicativo" che proponeva allo spettatore una televisione non più onnipotente e costretta, letteralmente, a "venire a patti" con il pubblico, secondo la efficace

Prima che il termine si fosse diffuso Omar Calabrese (L'età neobarocca, Bari, 1987, p. 38) aveva parlato di "sindrome da pulsante".

³¹ Ibidem, p. 178.

³² Tra me e te. Strategie di coinvolgimento dello spettatore nei programmi della neotelevisione, a cura di F. Casetti, Torino, 1988; F. Casetti e R. Odin, De la paléo à la néotélévision, in "Communications", n. 51, Paris, 1990.

³³ Mi riferisco in particolare a Gianfranco Bettetini (Scritture di massa, Milano, 1981; Il segno dell'informatica, Milano, 1987); Giovanni Bechelloni (L'immaginario quotidiano, Torino 1984; Le tre televisioni. Limiti e poteri della televisione, in "Problemi dell'informazione", n. 2, 1984); Mario Morcellini (Lo spettacolo del consumo. Televisione e cultura di massa nella legittimazione sociale, a cura di M. Morcellini, Milano, 1986).

³⁴ Mi riferisco alla Collana di saggi "Verifica programmi trasmessi" (VPT) edita dalla Eri e promossa dall'omonimo settore della Rai, nato nel 1975 (dal 1986 "Verifica qualitativa programmi trasmessi", VQPT): nata nel 1978, superava i 100 volumi pubblicati nel 1990 illustrando largamente il passaggio alla neotelevisione (nel 2000, i volumi sono 170). Una committenza così ampia, che rappresenta un caso unico al mondo, orientò la ricerca verso i "testi" televisivi piuttosto che sui "contesti" e le pratiche di fruizione. Tra i testi più importanti sulla neotelevisione in collana: J. Prat, N. Rizza, P. Violi, M. Wolf, Spettatori e testi nella contemporaneità televisiva (1984); Tra informazione e evasione. I programmi televisivi di intrattenimento, a cura di M. Wolf (1981); O. Calabrese, S. Cavicchioli, I. Pezzini, Vuoto a Rendere. Il contenitore: slittamenti progressivi di un modello televisivo (1989). Sulle caratteristiche della collana si può vedere il libro in memoria del curatore Giancarlo Mencucci, Con ironico zelo. Scritti in onore di G.C.M., Roma, 1993.

tematizzazione di Casetti;³⁵ il flusso poteva così apparire quasi un modo per porgere al pubblico in modo disinvolto e fluido i contenuti da mettere sotto contratto, un po' come certi venditori cui le tv cominciarono a far posto. E certo ha inciso una certa attitudine della semiologia e della critica cinematografica italiana privilegiare le fonti francesi, che sono un po' loro "cugine". Così Williams ha taciuto, anche quando tutto sembra richiamarlo, come in questo brano di "Vuoto a rendere" di Calabrese, Cavicchioli e Pezzini dedicato al contenitore televisivo:³⁶

Cercheremo adesso di verificare il modo in cui si realizza nei programmi il modello di contenitore autoproposto della loro sigla. Come abbiamo visto, questo è sostanzialmente deducibile dalla messa in gioco e dalla valorizzazione rispettiva di tre componenti sostanziali:

1. I diversi 'pezzi' possono essere di genere diverso;
2. Il loro assemblaggio, affidato da un lato alle forme dell'enunciazione televisiva (p.e. lo stile di montaggio) e dall'altro alle 'conduzioni', con il compito di rendere omogenea a un qualche livello l'offerta eterogenea, riavvolgendola in un flusso conversazionale che dia alla visione spettatoriale un senso di interazione comunicativa;
3. E infine una sorta di effetto di *feed-back* da parte di questa seconda componente sulla prima, che contribuirebbe significativamente a parentesizzare il genere o l'argomento specifico di ogni sottoprogramma, in modo da rendere sempre più privilegiato il 'come si vede' rispetto al 'che cosa'.

(...)

Il flusso della visione viene in tal modo sì reso omogeneo, sul piano del suo significato comunicativo, ma fortemente segmentato, nel tentativo di imprimergli un ritmo che mantenga 'tonica' la visione: collabora a questa strategia di enunciazione televisiva una strategia discorsiva delegata allo stesso conduttore, che fra i suoi compiti ha quello di trattenere il pubblico sul canale. Di qui, nel corso della trasmissione e soprattutto nei momenti di chiusura/apertura molti atti linguistici che vanno dal richiamo, alla promessa, all'autolode, al tentativo di suscitare curiosità non solo sull'immediato, ma anche sul prossimo futuro.

Al di là del linguaggio strettamente semiotico, l'evocazione del flusso di Williams non potrebbe essere più pertinente.

Fortuna e sfortuna di un libro

In Italia, che di Williams è estimatrice e lettrice,³⁷ *Television* fu tradotta nel 1981 presso la De Donato, nella collana "Atti" diretta da Chiara Saraceno, con una

³⁵ F. Casetti, *Patto, patto comunicativo e patto comunicativo nella neotelevisione*, in *Tra me e te. Strategie di coinvolgimento dello spettatore nei programmi della neotelevisione*, a cura di F. Casetti, cit., pp. 39-121.

³⁶ O. Calabrese, S. Cavicchioli, I. Pezzini, op. cit., pp. 56-57.

³⁷ Sui rapporti tra W. e la cultura italiana si può vedere F. Ferrara, *Raymond Williams and The Italian Left*, in T. Eagleton (a cura di), *Raymond Williams: Critical Perspectives*, cit., pp. 101-103; D. Forgacs, *Gramsci and Marxism in Britain*, in *New Left Review*, 176, July-August 1989.

introduzione di Celestino Spada³⁸ che lo tematizzava particolarmente come esponente di un filone critico del marxismo. La collocazione del libro lo collega all'operazione (incompiuta) di svecchiamento del corredo culturale della sinistra di opposizione sui temi della comunicazione di massa, in cui era impegnato Giuseppe Vacca.³⁹

In tutta Europa l'intellettualità di sinistra non aveva compreso di avere di fronte, con la neotelevisione, linguaggi innovativi. In Italia in particolare l'intellettuale di sinistra era (ma in parte è ancora) amante del cinema, non Hollywood quanto di una versione "alessandrina"⁴⁰ del neorealismo; rispettava la radio pubblica per le sue dotte rassegne stampa e la musica colta e diffidava grandemente della televisione, sulla quale nutriva opinioni del tutto francofortesi: la televisione come una forma di sottocultura imbonitrice delle masse, a fini politici e/o commerciali. Dopo avere addolcito il suo giudizio sulla tv grazie all'avvento della Terza Rete della Rai e alla sua programmazione culturale e più attenta ai valori della sinistra, aveva rubricato l'avvento della televisione privata come un'altra vittoria della volgarità, da combattere o almeno da ignorare.

È comprensibile allora che *Television* non abbia circolato largamente. Contestualizzato in una cultura militante nella quale, per giunta, era minoritario rispetto alle tendenze prevalenti, mancò l'appuntamento con i *media studies* italiani degli anni Ottanta che erano impegnati in tutt'altra direzione, quella di conferire uno statuto istituzionale a ricerche e ricercatori sparsi qua e là su vari territori geografici, accademici, disciplinari. Presto esaurito, non più ristampato anche per l'eclissi della casa editrice che l'aveva pubblicato, *Television* non ha dato il contributo che poteva offrire all'interpretazione di quel sistema televisivo misto (istituzionalmente ed esteticamente) che intanto si affermava tumultuosamente nella televisione italiana nell'atipica forma del duopolio.

Oggi le cose non sono più le stesse; lo dimostra l'attenta rivisitazione di Williams da parte di Ugo Volli e di Roberto Grandi.⁴¹ Le pratiche di fruizione e i contesti comunicativi, non sono più ignorati o negletti dagli studi sui media in un momento in cui anche i broadcasters non si accontentano più di misurazioni quantitative dell'ascolto ma richiedono indagini qualitative per l'emergere di consumi di nicchia, del *narrowcasting*,⁴² dei personal media. I *Cultural studies*, nella loro versione moderna, sembrano oggi interpretare meglio di altre discipline la bilancia del potere

³⁸ R. Williams, *Televisione. Tecnologia e forma culturale*, traduzione e introduzione di Celestino E. Spada, Bari, 1981.

³⁹ Del quale si vedano particolarmente: *Comunicazione di massa e democrazia*, a cura di G. Vacca, Roma, 1980; *L'informazione negli anni ottanta*, Roma, 1984. Per la ricostruzione di questo processo mi permetto di rimandare al mio *Media e potere dagli anni Settanta agli anni Novanta*, in *La transizione italiana. Alternative dell'integrazione sovranazionale dagli anni Settanta agli anni Novanta*, Roma, 1997, pp. 267-287.

⁴⁰ Alessandrina in quanto colta, raffinata ma essenzialmente retrospettiva. Il termine è di L. Micciché, *Leggere il cinema*, in AA.VV., *Leggere lo spettacolo 1983*, Milano 1984.

⁴¹ R. Grandi, *I media tra testo e contesto*, cit., pp. 99-103; U. Volli, *Il libro della comunicazione*, Milano, 1994, p. 222-3.

⁴² Così si definisce, in opposizione a broadcasting, la televisione tematica a pagamento e in pay per view.

e dell'attenzione che sempre più pende dalla parte del pubblico rispetto all'offerta di televisione e di altri contenuti per la fruizione domestica, personale, mobile.⁴³ Questa nuova edizione non è soltanto la riproposizione di un volume ormai classico, che circola in fotocopia nelle università e nelle biblioteche, ma si vuole collocare in questa emergente centralità delle pratiche di consumo e degli stili di vita relativi ai media e alla quotidianità di altre forme di uso del tempo. Una nuova traduzione aggiornata, da me condotta con la collaborazione della mia allieva Daniela Bua e peraltro esemplata su quella coscienziosa di Celestino Spada, testimonia che molti dei termini specialistici inglesi usati da Williams hanno ormai un senso, o una traduzione tecnica, anche nella lingua e nella cultura italiana in cui la televisione ha assunto un ruolo di spicco. L'aggiunta di altri scritti sulla televisione, tratti dalla collaborazione a *The listener*,⁴⁴ in cui sono tratteggiati aspetti particolari dell'esperienza televisiva: dai programmi culturali a quelli per ragazzi, dai polizieschi allo sport, fino a drammatici fatti di cronaca come l'assalto dei guerriglieri palestinesi agli atleti israeliani a Monaco (1972), forse il primo episodio di terrorismo pensato per i media. Il mosaico composto da Raymond Williams acquista così nuovi colori e nuove profondità.

Siena, Febbraio 2000.

⁴³ Si può spiegare anche così un fiorire di traduzioni che ha visto apparire in italiano opere come I. Ang, *Cercasi audience disperatamente*, cit., S. Moores, *Il consumo dei media*, cit., R. Silverstone, *Televisione e vita quotidiana* (1994), tr. it., Bologna, 2000.

⁴⁴ Gli scritti sparsi di televisione sono raccolti in *Raymond Williams on Television. Selected Writings*, a cura di A. O'Connor, cit.