

MARSHALL MCLUHAN

Il villaggio globale è nudo su Playboy

Torna l'intervista del '69 alla rivista per soli uomini in cui lo studioso "divulgò" le sue intuizioni sui mass media

INTERVISTA A PLAYBOY

Marshall McLuhan
«Intervista a Playboy»
Franco Angeli
pp. 96, € 15

MASSIMILIANO PANARARI

Come si fa a trasformare un oscuro - anche sotto il profilo della scrittura - accademico in un'irresistibile icona pop, acclamata ai quattro angoli del Villaggio globale (espressione, per inciso, di suo conio)? Una mission impossibile per chiunque non si sia chiamato Herbert Marshall McLuhan (1911-1980), tra i padri fondatori della massmediologia, e, soprattutto, colui che, già a metà degli anni Quaranta del Secolo breve, si sforzò caparbiamente di applicare strumenti di studio scientifico alla popular culture di cui tanto già si parlava (sforzando all'uopo lavori come *La psicopatologia di Time e Life*). La indagò e scandagliò come nessun altro, e soprattutto - ecco la chiave della sua iconizzazione nell'immaginario di un'opinione pubblica stabilmente entrata nella società dei consumi e della cultura di massa - non disdegnò mai di contaminarsi e ibridarsi con essa.

Una delle testimonianze più celebri di quest'attitudine è l'intervista (serissima) sui suoi temi di ricerca e le sue passioni intellettuali che rilasciò al giornalista Eric Norden, spedito nella sua casa nei ricchi sobborghi da Toronto da un famoso mensile «per soli uomini». Vale a dire *Playboy*, di cui lo studioso era, giustappunto, un prestigioso e penso-

so collaboratore, con saggi dai titoli pirotecnici, stile *Il capovolgimento dell'immagine surriscaldata*. La patinata rivista softcore pubblicò il colloquio nel numero di marzo del 1969, restituendo un McLuhan diversissimo da quello evocativo, oracolare, aforismatico (e un po' astruso) di certi suoi testi. Per l'occasione, l'autore de *La sposa meccanica* e *Gli strumenti del comunicare* diventa d'un tratto molto chiaro e quasi didascalico, offrendo un compendio del proprio pensiero alla portata di tanti, se non di tutti. Ecco perché va letta l'intervista a *Playboy* (che esce sotto forma di libretto da **Franco Angeli** nella Collana

«Comunicazione e società», diretta da Vanni Codiluppi, per la cura e con postfazione di Luca Barra), specchio fedele, nella varietà dei temi toccati durante la conversazione con Norden, dell'universo di interessi ramificatissimo e complesso dell'eccentrico e geniale professore canadese. Dalla «galassia Gutenberg» (alle origini dell'era meccanica) alla successiva rivoluzione partorita dai «media elettrici» e, in particolare, dalla televisione, che considerava alla stregua di

un'estensione del senso del tatto più che della vista (secondo la sua intricata, ma piuttosto flessibile, tassonomia) un medium freddo. Da John F. Kennedy primo «presidente televisivo» della storia al processo di ritribalizzazione che scorgeva nella società, effetto della nuova cultura elettronica generatrice di crisi di identità

(e, dunque, di violenza, alienazione, disordini sociali, ma anche, sottolineava, della «fortuna economica degli psichiatri»), sino alla «balcanizzazione» e alla profezia sulla disintegrazione degli Usa in «mini-stati decentralizzati».

L'intervista consente dunque allo stesso studioso, lanciato come un missile sulla strada della conversione in guru, di «volgarizzare» e sintetizzare una teoria che, non di rado, assume i connotati di un flusso inarrestabile di pensiero. E, di converso, permette al lettore di organizzare le tessere del «puzzle McLuhan». Tanto da fargli rispondere a una domanda del suo interlocutore: «A volte mi meraviglio. Sto facendo esplorazioni. Non so bene dove mi porteranno. Il mio lavoro ha lo scopo pragmatico di cercare di capire il nostro ambiente tecnologico e le sue conseguenze psichiche e

sociali. Ma i miei libri sono il processo più che il prodotto compiuto delle mie scoperte». Eccezion fatta per la convinzione, questa definitiva, che se l'Occidente della cultura alfabetica non si fosse deciso a comprendere a fondo (e senza «pregiudizi moralistici») le conseguenze palingenetiche dei media elettronici sulla mentalità e i costumi ne sarebbe stato travolto.

Ancora una volta, McLuhan aveva visto lontano. Ed era così pronto a tramutarsi in autore di bestseller vendutissimi (e vietatissimi) e in intellettuale star della società dello spettacolo, conteso come consulente da multinazionali (General

Motors, Bell Telephone) e politici (a partire da Pierre Trudeau, primo ministro liberale del Canada, di cui divenne l'allenatore per le apparizioni in tv).

Dall'analisi profetica di Kennedy, primo «presidente televisivo», alla balcanizzazione degli Usa

Il sociologo canadese Herbert Marshall McLuhan (1911-1980) ha studiato gli effetti prodotti dalla comunicazione su singoli e società. Alcune sue definizioni come «il medium è il messaggio» o «villaggio globale» sono ormai proverbiali

