Cultura

Qui a fianco riproduzione delle testate originali delle principali riviste teoriche del socialismo a cavallo tra la fine del secolo scorso e l'inizio del Novecento

Dopo il «Dizionario Marx-Engels», esce il volume «Conoscere Marx»: sono due fra le iniziative editoriali più importanti promosse nel centenario. Fulvio Papi, che le ha curate, spiega perché è voluto tornare ai testi originali dopo tante confusioni ideologiche

Riscriviamo Marx dalla A alla Z

Qualche mese fa il «Dizionario Marx-Engels», edito dalla Zanichelli: trecento lemmi del lessico marx-engelsiano, i concetti portanti, esplorati nei loro significati testuali e nelle varianti con cui gli autori di volta in volta li hanno ripresi nel loro lavoro teorico.

Ora, distribuito in questi giorni nelle librerie, il fascicolo n. 8 di «Materiali filosofici» interamente dedicato al tema «Conoscere Marx», che raccoglie, arricchite di altri scritti, le relazioni presentate a un convegno indetto dall'Università di Pavia il marzo scorso.

Per molti aspetti, il fascicolo «Conoscere Marx» appare come l'ideale continuazione, e sviluppo, di quella lettura epistemologica che nel «Dizionario» era ovviamente rivolta solo a ricostruire il lessico marx-engelsiano.

Tra le iniziative indette finora per il centenario della morte di Marx, queste — per la qualità e i risultati raggiunti — sono certamente destinate a lasciare un segno. Ne abbiamo discusso col loro animatore e coordinatore, Fulvio Papi, per chiarirne il significato e coglierne gli aspetti di novità che presentano.

— Due iniziative di così grosso impegno su Marx. Come mai? Eri un marxista «nascosto» o lo sei diventato?

«Non ho nella mia storia intellettuale una stagione per così dire "marxologica". Confesso che ho sempre pensato che il fare (com'è stato comune per un lungo periodo) della filologia storica marxiana non regalasse alcun particolare attributo o merito o competenza "marxista". La competenza mi sembrava derivasse piuttosto dagli oggetti "marxisti" (le multinazionali, le città del Terzo Mondo, ecc.) che potevano qualificare un campo di ricerca. Il merito, quando c'era, riguardava il livello della ricerca storica, la capacità di scoperta. L'illusione di confezionare marxisti attraverso la marxologia era per il resto un fenomeno di "marxismo universitario", molto al di sotto di quell'altro marxismo universitario della tradizione francofortese, dove le grandi categorie marxiane venivano per lo più adoperate per analisi di problemi sociali contemporanei. I francofortesi erano "marxisti" con bassa sensibilità politica, i marxologi di tradizione storicista erano invece per lo più integrati nel partito comunista. A mio avviso essi erano contemporaneamente i protagonisti e le vittime del rapporto che si era stabilito tra intellettuali e politica, e che occorrerà ripensare con lucidità storica. Acqua ormai passata. A quel clima ho naturalmente pagato anch'io il mio obolo con la partecipazione all'aura del "marxismo critico" opposto al "Diamat": un uso molto speculativo di Gramsci, la fenomenologia e l'esistenzialismo».

— Che cosa ti ha sollecitato allora all'iniziativa, che ti è costata molto tempo e impegno, del «Dizionario»?

«L'idea di fare un dizionario Marx-Engels maturò molti anni dopo quelle esperienze di cui ti ho appena parlato, quand'esse ormai erano una memoria stanca e senza nostalgia. Durante gli anni Settanta mi sembrò di assistere a uno spettacolo, per quanto riguarda il marxismo, che era contemporaneamente importante e deprimente. Importante perché le grandi categorie di Marx erano entrate da tempo a fare parte di diritto della cultura contemporanea. C'erano lessici di intere discipline (il che vuol dire piani di ricerca) che erano incomprensibili senza il sedimento marxiano. Il ragionamento vale per la storiografia nelle sue varie vicende, per la sociologia e anche per l'economia, se teniamo presente che il modello marxiano è centrale sia per gli studiosi sraffiani che per i keynesiani. Deprimente era invece il "revival" di un lessico marxiano che aveva perso qualsiasi serio contatto con i testi di origine e con il resto (non poco) della cultura contemporanea e diventava una specie di «chiave universale». Con termini sradicati dai luoghi della loro produzione si parlava rozzamente di scienza, ideologia, capitalismo, scuola. Nel complesso usciva una immagine del mondo irreale e come un poco allucinata. Le ripetizioni erano all'infinito e le analisi nulle. Va detto che tutto questo era caratterizzato da una forte affettività. I neo-integralismi filosofici, le sintesi verbali dei concetti erano naturalmente peggio. In questo clima di appropriazione selvaggia, che è del resto tipica della dimensione di un classico, nasceva il problema di esplicitare il classico nel modo più elementare ma anche più sicuro. Ho quindi pensato a un "Dizionario" che restaurasse i significati di origine, restituendoli alla loro produzione testuale».

— Non ti sembra che la lettura che avete fatto dell'opera di Marx sia qualcosa di più, cioè metta capo a, o almeno prefiguri, una nuova interpretazione dell'opera marxiana?

«La lettura "non ingenua" che ho cercato di adottare può probabilmente avere un valore teorico più generale. Rispetto alla lettura epistemologica di tradizione althusseriana, essa rifiuta come unilaterale e poco esplicativa una considerazione dei concetti secondo un passaggio che va dalla ideologia alla scienza. Preferisco parlare di equilibri semantici che si realizzano attraverso modificazioni di significati: le modificazioni derivano dal fatto che i significati interagiscono con contesti problematici differenti. Per esempio, il concetto di "valore" è incomprensibile senza l'insieme coerente che comprende i concetti lavorati di "merce", "forza-lavoro", "lavoro astratto" e "lavoro concreto", il concetto tradizionale di "tempo" e così via. Dare quindi il significato di "valore" vuol dire analizzare il campo teorico in cui esso è situato. Così, per un concetto come "proletariato" si tratta di analizzare i contesti d'uso del termine. Non c'è, per esempio, sinonimia tra proletariato e forza-lavoro: per sostenerla è necessario un colpo di forza extra-teorico o, nel caso di Marx-Engels, extra-testuale».

— Anche il volume «Conoscere Marx» privilegia per tanta parte questo tipo di esplorazione del sapere. Si può dire allora che la novità interpretativa risieda nel fatto che questa lettura mette in luce come, per esempio, la marxiana critica dell'economia politica sia una teoria non riducibile al risultato di un programma di ricerca scientifico, come vorrebbe certa epistemologia moderna, ma abbia invece tutt'altro statuto conoscitivo? In quest'ambito, credo, sono da ricercare le novità; non nella produzione di una «nuova immagine» di Marx.

«Sì, non credo che Marx sia consegnabile a "una immagine". Quella di un grande intellettuale tedesco della tradizione classica che conduce l'umanesimo idealista al suo momento drammatico e rivoluzionario — immagine che io prediligo — è vera. Essa spiega del resto il fascino che Marx ha esercitato per un secolo sugli intellettuali "borghesi". Ma non è affatto la sola immagine possibile. Gli economisti di tradizione sraffiana vi vedono ben altro. Così i teologi della liberazione, tanto per fare due esempi lontani fra loro. Un continente plurale come quello marxiano è passibile di molte immagini, che sono poi i rapporti dinamici tra temporalità e linguaggio, tra testo e destinatari. Occorre sapere queste cose per non confezionare un classico come un monumento e, al contrario, per non fare attualizzazioni superficiali».

— Quale lezione è possibile trarre, per tutti, da questa tua riesplorazione del continente Marx?

«In modo un po' riduttivo: in Marx c'è una passione per l'oggettività del sapere e per un sapere che sia in grado di fornire gli strumenti intellettuali capaci di governare una trasformazione della realtà. Questo stile di lavoro definisce contemporaneamente una figura storica di filosofo e una relazione tra messaggio teorico e destinatario sociale. Riducendo le proporzioni, è possibile derivare da questo quadro una figura attuale di intellettuale che contraddice tuttavia gli spazi canonizzati delle discipline. La complessità dei problemi gli richiede un sapere sociale, economico e simbolico. Aggiungerei che la relativa impermeabilità dei vari sottosistemi (i partiti, l'amministrazione, la burocrazia, l'università ecc.) non può che rendere molto difficile il suo lavoro e rendere problematica la sua finalità. Da un punto di vista più generale credo che vi sia una moralità in questo stile filosofico marxiano che non può affatto essere realizzata oggi. Tuttavia, se essa viene abbandonata con scherno e con gioia, piuttosto che essere vissuta nel suo tramonto, conduce il filosofo verso un narcisismo puerile capace dei gesti più effimeri e delle retoriche più banali».

Piero Lavatelli

Testa di Apollo

«Metà Poseidone, metà Léon Blum» così gli allievi ricordano Louis Gernet, lo storico francese i cui saggi «rivoluzionari» arrivano finalmente in Italia

L'uomo che scoprì la Grecia

ROMA — «Durante tutti quegli anni, ogni giovedì mattina, era per noi una giornata di festa, di grande festa intellettuale. Vedevamo arrivare, con passo vivo e allegro, questo vecchio pieno di giovinezza, alta statura, il bel viso incorniciato da una barba ben curata, quasi venisse a noi il grande Poseidone, come lo si può vedere al museo di Atene, inalberando a segno di anticonformismo il nero cappello rotondo, alla Leòn Blum e la cravatta Lavallière». Questa affettuosa descrizione dello storico francese Louis Gernet, si deve alla penna del suo più fedele allievo, Jean Pierre Vernant. Lo studioso che si definisce «un prodotto dell'insegnamento professionale e umano di Gernet» ha partecipato nei giorni scorsi a Roma a un convegno che l'Ecole français de Rome» insieme al Seminario di antichistica dell'istituto Gramsci, ha indetto in occasione dell'uscita di «Antropologia e storia greca», *raccolta di saggi del suddetto Gernet (Oscar studio Mondadori*, lire 15.000 a cura di Riccardo De Donato).

Alla gran parte dei lettori, probabilmente, il nome di Louis Gernet non dice nulla. E non c'è da stupirsene. Colui che, a detta degli storici, ha rivoluzionato le metodologie di approccio allo studio della storia greca, era pressoché sconosciuto anche alla comunità degli studiosi della sua epoca. Almeno finché visse. Allievo di Emile Durkheim, uno dei padri della sociologia moderna, amico dello storico Marc Bloch, collaborò per molti anni a «Les Annales» la rivista di Brandel, ma condusse vita appartata, quasi oscura. Relegato all'università di Algeri, dove insegnava filologia classica alla facoltà di lettere, Gernet vi rimase fino al '48. Puro mezzo di sussistenza, l'insegnamento delle lettere greche non gli impediva di proseguire la sua indagine sulla patria di Pericle e di Omero, cominciata nei primi anni del secolo, cercando di raccogliere le idee che gli zampillavano continuamente in testa in una serie di folgoranti saggi: «Religione e società», «La nozione mitica del valore in Grecia» per citarne alcuni. In Francia tornò nel dopoguerra, ma neppure allora «sfondò» nel mondo accademico. Come ricorda Vernant le sue affascinanti lezioni alla «Ecole Pratique de Hautes Studes» erano seguite da pochi allievi e, perlopiù, non grecisti: studiosi di diritto, di filosofia. Soltanto otto anni dopo la morte, nel «risveglio» culturale del '68 i saggi di Gernet, videro la luce in Francia. È solo ora ne appare la traduzione in Italia.

Pure il suo insegnamento ha lasciato tracce profonde in Francia. Dice Vernant «Detienne ed io siamo i suoi più fedeli continuatori. Abbiamo costituito un gruppo di lavoro che si muove sul solco tracciato dal nostro maestro, anche se procediamo in totale autonomia». Ma qual è il solco di Gernet e perché è considerato così importante? Risponde Vernant: «Aveva un modo diverso di porsi rispetto al fatto storico. Lui metteva al centro della sua ricerca l'uomo totale, non soltanto gli avvenimenti. Ricordo che quando faceva le sue lezioni, non aveva mai nulla di scritto. Esse avevano l'aspetto di un viaggio di scoperta attraverso un nuovo mondo: diritto penale, testamenti, proprietà, guerre, matrimoni, sette religiose, culto degli eroi, tutto vi trovava luogo e spiegazione. Si muoveva nella Grecia antica come a casa sua alla maniera d'un etnologo che, partito fin dalla giovinezza per esplorare una terra lontana, non l'avesse più lasciata e ne comprendesse gli abitanti dall'interno e dall'esterno, come indigeno e come straniero».

Gernet aveva insomma inaugurato nei confronti del mondo greco quel tipo di analisi interdisciplinare che oggi è quasi un luogo comune ma che ai suoi tempi aveva il sapore di una rivelazione. E come cambiò, in tal modo, l'immagine della Grecia? Sentiamo ancora Vernant.

«Lui studiò non tanto le forme sociali, ma il modo della loro formazione. Ne derivò, quindi, un grande relativismo nel giudicare gli esiti della cultura greca. Gernet utilizzava tutti gli strumenti della cultura moderna: la linguistica, la psicologia, la sociologia, l'antropologia e soprattutto era un vero erudito per quanto riguarda le fonti greche. Questo gli consentì di penetrare all'origine dei valori della Grecia arcaica, fino alla nascita della "polis" e di ricostruire la mentalità degli uomini, il loro modo di essere, le condizioni generali che avevano permesso la costituzione di certe forme sociali e politiche».

Come si poneva rispetto alla storiografia tradizionale?

«Era naturalmente in polemica con la cultura umanistica che vedeva negli approdi della Grecia classica l'ideale di qualsiasi organizzazione civile. Egli sosteneva al contrario il carattere unico, irripetibile e specifico dell'esperienza greca. In conclusione, spogliata della sua pretesa di incarnare lo Spirito assoluto, la Ragione eterna, l'esperienza greca riacquistava colore e forma. Ritrovava il suo vero significato dal momento in cui, messa a confronto con grandi civiltà diverse, come quelle del Vicino Oriente, dell'India, eccetera, essa appariva come una via, tra le tante, nella quale è impegnata la storia umana. In conclusione pativa di un sistema del quale noi occidentali siamo gli eredi ma che non ci da alcun diritto a sentirci superiori agli altri».

Ma nello scoprire in ritardo un grande storico o un grande scrittore si corre il rischio di accentuarne i meriti, quasi ad emendarsi delle colpe del passato. È così anche per Gernet? Lo chiediamo allo storico greco Domenico Musti che al convegno ha svolto quasi una «controrelazione» sul metodo di Gernet. «Non si tratta di sminuirne o esagerarne i meriti — risponde Musti — Gernet è indispensabile per qualsiasi storico contemporaneo. La sua metodologia ha pregi e limiti, come tutte del resto: in questo caso lui lascia troppo in ombra il ruolo dei conflitti sociali nella struttura della società e ci restituisce, a mio parere, un'immagine troppo statica. Ma il suo, oltre che essere molto bello, è un contributo determinante. Si tratta solo di non farne una bandiera». E del resto a Gernet, maestro del relativismo, non farebbe piacere.

Matilde Passa

Dopo il «Wall Street Journal», scende in campo la «Mobil» ad attaccare J.R., colpevole di gettare discredito sull'immagine degli industriali e dei potenti americani. E «risponde» così anche a Beniamino Placido

Dallas non è Pietroburgo ma...

Secondo Beniamino Placido («Lenin a Dallas», Repubblica, 3 settembre) il «Wall Street Journal» è incorso «in un grossolano errore di psicologia letteraria, perdonabile solo perché il "Wall Street Journal" non è un giornale letterario», quando ha pubblicato un articolo di Benjamin Stein nel quale si documentava che la televisione americana offre un'immagine negativa del mondo degli affari e dei businessmen. Siccome il «ragionamento» vale più dei dati concreti, il critico italiano del quotidiano finanziario americano ha risolto il problema dando una spiegazione «estetica» di quello che il «Journal» riteneva invece un inquietante fenomeno sociale.

Nello stesso grossolano errore sono incorsi adesso anche i dirigenti della Mobil (un tempo nota come Mobiloil) che proprio in queste settimane ha incominciato sulla pagina editoriale del «New York Times» una violenta campagna contro i media americani accusati di essere parziali e ingiustamente ostili nei confronti dei businessmen. Per cinque settimane, ogni giovedì, la Mobil ha pubblicato a pagamento annunci di un quarto di pagina sotto forma di articoli raccolti sotto il titolo generale: i media ci dicono davvero la verità? Non solo, ma agli inizi di settembre la stessa serie di pezzi pubblicitari ha incominciato ad apparire anche sull'«Economist» di Londra.

Potrà interessare che il punto di partenza delle vivacissime critiche della Mobil ai media sia stato proprio un libro pubblicato nel 1979 da quel Benjamin Stein ritenuto colpevole di insensibilità letteraria. In «The View from Sunset Boulevard» questo avvocato-giornalista scriveva infatti che «uno dei messaggi più chiari della televisone americana è che i businessmen sono individui cattivi e dannosi e che i grandi businessmen sono i peggiori di tutti». Secondo la Mobil «uno studio svolto nel 1980 dal gruppo autonomo di ricerca del Media Institute ha confermato le valutazioni di Stein. Ha scoperto infatti che due businessmen su tre alla televisione sono ritratti come dei folli, degli avidi o dei criminali, che quasi la metà delle loro attività affaristiche sono caratterizzate da azioni illegali e che la televisione non ritrae mai l'attività affaristica come una cosa socialmente utile e economicamente produttiva». La conclusione dello studio era molto chiara, secondo la Mobil: «Considerata la profonda influenza della TV sul modo di comportarsi e sulle opinioni del pubblico, il mito televisivo dell'uomo d'affari cattivo potrebbe avere un effetto disastroso sull'atteggiamento delle persone nei confronti del loro lavoro, sullo stesso posto di lavoro, sui prodotti che comprano e le persone da cui comprano. A lungo andare ciò potrebbe compromettere il fondamentale rapporto di scambio che costituisce il fondamento del nostro sistema di libera iniziativa».

Con buona pace dei nostri critici letterari la visione apocalittica della Mobil sembra quasi prefigurare il pericolo di una vera e propria «lotta di classe». Tuttavia non è questo il senso del conflitto in atto negli Stati Uniti tra i media (stampa e televisione) ed il mondo degli affari (come suggerivamo il 3 agosto sull'«Unità»). È tuttavia un dato interessante che in questi ultimi cinque anni tale conflitto — di cui si erano indicate qui anche le radici storiche — sia diventato occasione di un dibattito così violento. E i recenti moniti della Mobil sono soltanto l'ultimo atto di una campagna, in corso fino dagli anni Settanta, tendente a limitare la libertà di stampa.

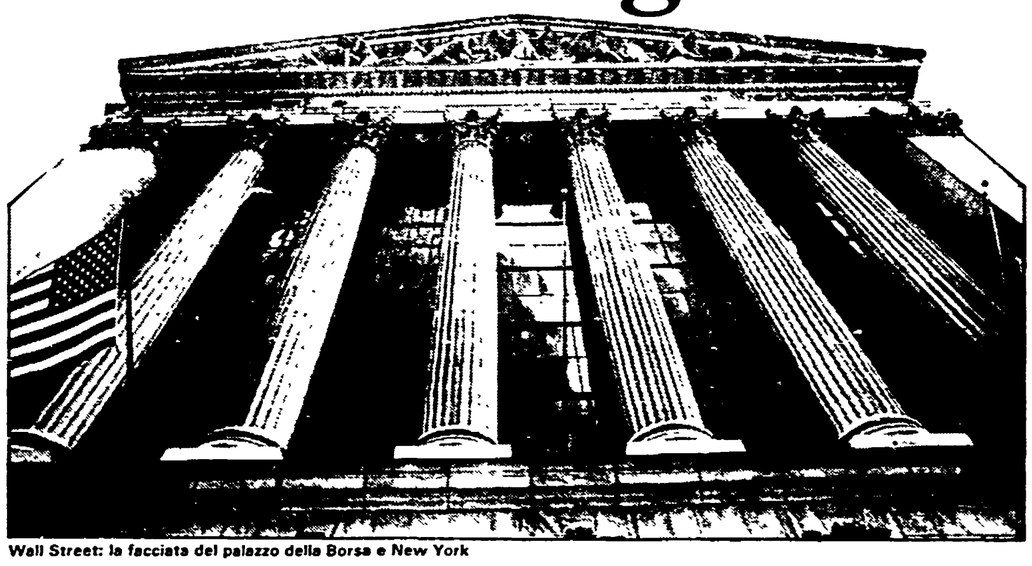
Alla fine del 1979 la organizzazione di sondaggi Yankelovich, Skelly & White (che compie i suoi regolari rilevamenti per il settimanale «Time») calcolava che solo il 19 per cento degli americani riteneva il mondo degli affari capace di conciliare i profitti con l'interesse del pubblico. Dieci anni prima la stessa organizzazione aveva rilevato che il 70 per cento degli interrogati lo riteneva invece possibile. Partendo da questi dati il «Los Angeles Times» pubblicava nel febbraio del 1980 una inchiesta di sei articoli su questo argomento affidandola all'ex redattore del «Wall Street Journal» Kent MacDougall, critico televisivo del quotidiano finanziario ma, ovviamente, privo di sensibilità letteraria.

MacDougall si soffermava quasi esclusivamente sul modo in cui giornali e televisione riferivano a lettori ed ascoltatori sul mondo degli affari e confermava una forte dose di ostilità verso i businessmen ed il business in generale da parte di tutti i media. Ne cercava le ragioni e distribuiva equamente le colpe, ma dal suo studio emergeva con chiarezza una tendenza che negli ultimi tre anni non si è attenuata nonostante le contromisure prese dagli interessati. Organizzazioni come il Media Institute di Washington, creato nel 1977, o il più vecchio AIM (Accuracy in Media), hanno come finalità primaria il controllo costante del modo in cui i giornali e la televisione trattano il mondo degli affari, sono da questi finanziate e in base al loro rilevamenti, hanno promosso spesso cause per diffamazione contro giornali o programmi televisivi, ma anche quando hanno ottenuto smentite o chiarimenti, l'impatto originario di notizie o servizi considerati «anti-business» non è stato annullato.

Negli ultimi vent'anni il «consumerismo» (ovvero l'educazione dei consumatori) promosso originariamente dal gruppo di Ralph Nader ha finito per influenzare non solo il pubblico ma anche una intera generazione di giornalisti che — secondo una inchiesta svolta alla Columbia Scholl of Journalism — riflettono nel loro atteggiamento le posizioni espresse dal pubblico nei sondaggi. Naturalmente non si tratta né di una rivolta di massa né di un inizio di lotta di classe ma di uno stato d'animo che l'ex direttore della Bank of America ha felicemente sintetizzato quando ha sottolineato che «non sono tanto i profitti a scandalizzare il pubblico ma l'idea che i businessmen si preoccupino soltanto dei loro profitti». Ed è questo il senso anche della campagna per la «democrazia industriale» promossa pochi anni fa da Tom Hayden e Jane Fonda. Come dichiarava al «Los Angeles Times» uno dei dirigenti della compagnia petrolifera Sun Co. «Il pubblico si preoccupa molto meno del livello dei profitti delle grandi aziende che dei loro abusi di potere, della loro segretezza, della loro incapacità di difendere l'ambiente, la salute e la sicurezza dei loro impiegati e soprattutto della loro incapacità di produrre buoni prodotti ad un prezzo equo».

Ecco che cosa si cela dietro la ostilità dei media che turba tanto il «Wall Street Journal» e lascia indifferente «La Repubblica». Non si tratta tuttavia di un problema che può essere affrontato con gli strumenti della retorica o della estetica, bensì di un fenomeno che ha, nel contesto americano, profonde implicazioni sociali e che ci illumina su due cose: il carattere dinamico della società americana, con la rapida obsolescenza dei vecchi clichés con i quali l'Europa tradizionalmente cerca di spiegarla, e la funzione sempre più complessa che i media svolgono negli Stati Uniti dove è possibile che — per usare una metafora della Mobil — essi mordano la mano di chi li nutre. E questo sarebbe impensabile nei nostri giornali o alla RAI-TV.

Gianfranco Corsini



Wall Street: la facciata del palazzo della Borsa a New York