

STATI UNITI. Nessuno ha più voglia di raccontare la realtà nell'era dell'informazione spazzatura

Da quindici anni ci stiamo allontanando dal vero giornalismo per approssimarci ad una cultura sciatta della informazione spettacolo nella quale troppo spesso si fatica a distinguere il *The New York Post* dal *Newsday* e nella quale diciamo ai nostri lettori e telespettatori che la banalità è significativa e le volgarità o le scurrilità sono più importanti delle notizie vere. Quella che stiamo creando in America è una autentica cultura dell'idiocrazia... si badi bene, non una sottocultura dell'idiocrazia come esiste grattando la crosta in qualunque società. Per la prima volta nella storia, stranezza, idiozia e volgarità stanno diventando la norma culturale, persino il nostro ideale culturale. Persino il *New York Times* si è ridotto a fare il nome della vittima nel caso di violenza carnale che vedeva imputato William Smith, membro della famiglia Kennedy. E l'autunno passato la *ABC News* e la signora Sawyer hanno lanciato una nuova rubrica di informazione giornalistica televisiva intervistando Charles Manson e le sue donne.

Non intendo con questo portare un attacco alla cultura popolare. Il buon giornalismo è cultura popolare senza sollecitare gli istinti più bassi del lettore o del telespettatore. Se poi per cultura popolare intendiamo manifestazioni del pensiero o del sentimento che non comportano alcun lavoro da parte di quanti le consumano, allora possiamo dichiarare morto il giornalismo popolare dignitoso. Per nostra disgrazia oggi la forma più bassa di cultura popolare - assenza di informazione, disinformazione e disprezzo per la verità - ha preso il posto del vero giornalismo. Ed è per questa ragione che Ivana Trump - massimo prodotto della cultura dell'idiocrazia della passata stagione, vero e proprio replicante da tabloid - è apparsa sulla copertina di *Vanity Fair*, fiore all'occhiello del gruppo Conde Nast/Newsweek/Random House i cui dirigenti non perdono occasione di dirci quanto sono a stretto contatto con la cultura americana, quanto tengono in considerazione la verità e la realtà dell'America.

All'ombra dei sondaggi
Ma chi distribuisce questi programmi spazzatura? Chi è proprietario delle stazioni televisive nelle quali fanno regolarmente le loro apparizioni queste teste rasate, queste aberrazioni, questi avvocati difensori dei serial killer? Le reti televisive nazionali, il *Washington Post*, dozzine di importanti giornali, proprietari anche di emittenti locali tra cui *Times-Mirror*, *New York Times*, *Knight-Ridder*. Quanti di noi si trovano nella nicchia rispettabile dei media fanno un pessimo servizio al paese se non fanno sentire la propria voce. E ciò è ancora più grave in un momento in cui le istituzioni politiche di Washington ci stanno deludendo preoccupandosi più dei sondaggi di opinione che di risolvere i problemi, cedendo alla demagogia invece di porsi alla guida della gente. Ma anche la gente ha le sue colpe. La fame di pettegolezzi, di spazzatura e di risposte semplici a questioni com-



Nella sede centrale della Cnn ad Atlanta

Ann States/Saba Contrasto

Impero talk show

plesse è una caratteristica tragica della cultura contemporanea. È pertanto inevitabile che si vada chiudendo il divario tra i tabloid popolari venduti nei supermercati e la cosiddetta stampa seria. La migliore versione possibile della verità riguarda solo in parte il contesto ed è questo probabilmente il principale fallimento del giornalismo e dei media che trattano per lo più le questioni al di fuori di ogni contesto. I fatti di per sé non sono veri ed infatti i tabloid, la stampa scandalistica e le pubblicazioni spazzatura a volte raccontano i fatti in modo corretto ma allo scopo di disinformare, di sollecitare gli istinti più bassi, di colpire, di distorcere, di sottolineare la realtà in maniera grottesca e sensazionalistica.

La saga del sesso
Il circolo vizioso voyeur/lettore/telespettatore creato negli ultimi quindici anni dai media rendeva inevitabile la saga sessuale scatenata nel primo anno e mezzo di presidenza di Bill Clinton. La verità è che la gente ha quello che vuole: una nazione da talk show in cui il dialogo si riduce sovente all'insulto e alla rissa e la stampa è influenza-

Sesso, omicidi, complotti. Solo questi temi appassionano un'opinione pubblica immersa nell'informazione spettacolo. Dall'autore dell'inchiesta sullo scandalo Watergate, la denuncia dei mali del mondo dei media statunitense.

CARL BERNSTEIN

ta dall'ignoranza, dal facile sensazionalismo, dall'eccesso di semplificazione per non parlare di una attenzione da parte dell'opinione pubblica che non va al di là dei tre minuti a meno che non si tratti di sesso, omicidi o complotti.
Oggi il punto di convergenza e di approdo della cultura dell'idiocrazia sono gli stessi media. La spazzatura troverà sempre uno sbocco e oggi quasi tutti i giganti dell'informazione si sono buttati sul mercato dell'informazione-spazzatura contribuendo ad avvelenare il clima dell'America. È necessario che quanti operano nel mondo dell'informazione e dell'editoria, giornalisti autorevoli della televisione e della carta stampata facciano senti-

re la propria voce. Dobbiamo dire basta e dobbiamo esercitare forti pressioni sulla proprietà affinché le reti televisive nazionali e gli imperi editoriali abbandonino il mercato dell'informazione-spazzatura. Finora quella di Dan Rather è stata una voce nel deserto. Abbiamo tutti un impegno nei confronti della verità, la qual cosa non vuol dire che non possono esistere posizioni diverse. La pornografia ha diritto di esistere ma questo non significa che dobbiamo diventare tutti editori porno e negli ultimi quindici anni non c'è praticamente una grossa azienda americana del settore dei media che non abbia messo lo zampino nell'equivalente sociale e politico della pornografia.

È sempre esistita una stampa sensazionalistica, popolare; sono sempre esistite rubriche di pettegolezzi, ma mai prima d'ora si era verificata nella cosiddetta capitale culturale del mondo occidentale una situazione nella quale persone che si dicono serie si congratulano pubblicamente con quanti confezionano spazzatura del genere. Ma c'è di peggio: per milioni di persone queste sono le sole fonti di informazione.

Trionfa Ivana Trump
Abbiamo assistito allo spettacolo di giornali cosiddetti seri che nello stesso giorno in cui Nelson Mandela usciva di prigione e faceva ritorno a Soweto o nel medesimo giorno in cui gli alleati della seconda guerra mondiale trovavano una intesa sulla riunificazione della Germania dedicavano la prima pagina alle faccende private di Donald e Ivana Trump. Washington è largamente indifferente alla verità - ha scritto Leslie Gorb sul *New York Times* prima di abbandonare il giornalismo per assumere la direzione del Consiglio sulle Relazioni Esterne.
La verità è paura, paura dei son-

daggi di opinione, paura di giudicare gli altri per paura di essere giudicati, paura di perdere potere e prestigio. La verità è diventata accettazione delle menzogne. È anche questo un trionfo della cultura dell'idiocrazia. Il nostro sistema politico è in crisi e la crisi del sistema politico è accompagnata dalla crisi del sistema sociale e dalla frantumazione della collettività e della comunità nazionali di cui è un segnale l'avvento della nazione del talk show. La stampa è talmente superficiale che durante tutti gli otto anni della presidenza Reagan non ha capito che Ronald Reagan era un vero leader per quanto intellettualmente modesto potesse apparire. Nessun leader dai tempi di Franklin D. Roosevelt aveva inciso così profondamente sul panorama dell'America. Eppure noi della stampa siamo rimasti nei pressi del Palazzo e non siamo mai andati in giro per il paese a vedere in che modo le politiche dell'amministrazione Reagan influivano sulla vita dei bambini, degli adulti e delle istituzioni, quali riflessi avevano sulla scuola, sui luoghi di lavoro, sui tribunali, sulla comunità nera e sulle buste paga. Tutti presi dalla smania di ridicolizzare la retorica reaganiana dell'impero del male non abbiamo colto il nesso tra la politica di Reagan e la scelta di Gorbaciov di smantellare il comunismo totalitario e di avviare il processo di riforme.

Per paura della razza
Oggi il punto nevralgico della condizione americana è una realtà che ignoriamo da una generazione: la razza. È la realtà più importante, una realtà che sottopone a forti sollecitazioni il tessuto stesso della collettività nazionale e che tocca tutti i problemi. Ne siamo terrorizzati. Non sappiamo in che modo occuparcene. Temiamo di appiccare le fiamme e preferiamo ignorare la questione. Dopo la razza l'altro grande tema ignorato è quello dei media. Sarei portato ad avanzare l'ipotesi che la maggior parte dei commentatori di Washington è stanca quanto i politici e ha finito per assomigliarsi e per divenire l'una la caricatura degli altri. Ci sono nel paese imprenditori, comunità, pensatori e anche politici che propongono soluzioni nuove ai nostri problemi, compreso quello della razza. Ma non sono loro i presenzialisti dei talk show televisivi di maggior ascolto. Ci sono idee nuove tanto a destra quanto a sinistra, ma chi ha idee nuove non ha accesso ai media e al ristretto ambiente della politica che conta. Sui media dobbiamo cominciare a porci le stesse domande che ci poniamo su altre istituzioni potenti della società, domande che attendono allo spirito di servizio, ai criteri di qualità, al rapporto tra interesse privato e interesse pubblico. Oggi la stampa è probabilmente l'istituzione sociale più potente eppure noi non facciamo che sperperare il potere e ignorare le responsabilità. Noi della stampa seria abbiamo abdicato e la conseguenza è il trionfo della cultura dell'idiocrazia.
(Traduzione di Carlo Antonio Biscotto)
(C 1994, *New Perspective Quarterly* - Los Angeles Times Syndicate)

ARCHIVI
ANTONELLA MARRONE
Kissinger
«I giornalisti dei miei tempi»
«Quando entrai nella vita pubblica - racconta Henry Kissinger - negli anni Cinquanta-Sessanta, i giornalisti erano soprattutto reporter che riferivano sui fatti del giorno, ma i migliori di loro si spingevano oltre, facevano connessioni... Oggi i giornalisti americani sembrano investigatori desiderosi soltanto di scoprire la notizia (...). C'era il tentativo di arrivare ad una comprensione intellettuale degli avvenimenti. Oggi quel giornalista non c'è quasi più. È cambiato il ruolo dei reporter perché è cambiato il ruolo degli intellettuali americani» (da *Persuasori e persuasi* di P. Glisenti e R. Pessenti)

Anni Ottanta
Arriva l'editore manager
In America accadde alla fine degli anni Settanta. Le poltrone degli editori «puri» cominciarono a vacillare sotto i colpi di una nuova «razza padrona», manager professionisti che arrivavano da scuole finanziarie o da industrie: la cultura e l'informazione furono ribattezzate «imprese». La nuova scuola manageriale portò denaro fresco da altri settori, fino allora lontani dall'editoria: settore bancario, settore immobiliare ed edilizio, società di assicurazioni. Robert Cohen uno dei più quotati masters in Business Administration negli Stati Uniti ha dichiarato: «Le cose sono cambiate quando nell'editoria è arrivata gente come me, uscita dai collegi e dalle scuole di finanza dove ci hanno insegnato che il nostro primo compito è quello di far salire il prezzo delle azioni in Borsa. Abbiamo gestito queste aziende come avremmo gestito qualsiasi altra impresa, senza considerare che avremmo messo mano a fenomeni culturali».

Le notizie
Ecco le tre categorie
Secondo Richard Saul Wurman, «architetto» dell'informazione negli Stati Uniti (ha scritto un libro, tradotto anche in Italia, «L'ansia da informazione») le notizie si possono dividere in tre categorie: speranza, assurdi, catastrofe. I giornali potrebbero avere tre colonne con questi nomi in prima pagina. Nel primo settore rientrerebbero gli articoli sui progressi della scienza e della cultura come nuovi traguardi in campo medico, la sottoscrizione di un trattato di pace. Nella seconda categoria gli avvenimenti insignificanti trasformati dai mass media in notizie internazionali come quella dell'agricoltore che coltiva angurie da 25 chili. E infine, l'ultima categoria, sarebbe riservata a tutto ciò che genera scontento: crimini, crolli del sistema, calamità naturali.

Il test di questa settimana
Tutti a scuola
GLI ZAINETTI
Peso, praticità, resistenza
Guida all'acquisto più conveniente
IL SALVAGENTE
in edicola da giovedì 1 settembre

Diventa anche tu **A/Gente Speciale**
Progetto realizzato in collaborazione con
Puliamo il Mondo e **UNEP**
Programma per l'ambiente delle Nazioni Unite
CON IL PATROCINIO DEL MINISTERO DELL'AMBIENTE
100 città pulite il 25 settembre 1994
Se anch'io voglio essere un **A/Gente Speciale** di **Puliamo il mondo** e domenica 25 settembre 1994 mi rimpoccherò le maniche per cominciare a pulire un parco, un giardino o un'area verde tra quelle prescelte. Farò così parte di un grande progetto internazionale che, grazie a tanta **A/Gente Speciale** come me, dimostrerà che si deve e si può fare qualcosa per un mondo più pulito.
Nome e Cognome.....
Via.....
Cap..... Città..... Tel.....
Ho versato la quota di iscrizione per diventare **A/Gente Speciale Puliamo il mondo** e ci vedremo il 25 settembre
Per iscrivermi ufficialmente a **Puliamo il mondo** invio questo coupon e verso sul c/c postale 21451208 intestato a LEGAMBIENTE - Via Bazzini, 24 - 20131 MILANO indicando la causale «**Puliamo il mondo**» la somma di lire 10.000. Riceverò così tutto il materiale informativo dell'iniziativa con l'elenco delle aree coinvolte. La ricevuta del c/c postale mi darà diritto a ritirare, presso il comitato organizzatore a me più comodo, un kit contenente: la t-shirt **A/Gente Speciale Puliamo il mondo**, l'assicurazione per la giornata e altre sorprese di benvenuto. Adesso compilo il coupon, corro in posta e comincio a parlare con i miei amici di **Puliamo il mondo**, perché penso che ci sia tanta **A/Gente Speciale** come me.
Spedisci subito questo coupon a LEGAMBIENTE - Via Bazzini, 24 - 20131 MILANO
Per qualsiasi informazione su **PULIAMO IL MONDO** telefona al numero 02/70632885 - Fax 70638128

Avete perso Pizzaballa?
Per richiedere un album delle figurine Panini che avete perso basta raccogliere **5 di questi coupon** (devono essere originali, le fotocopie non vengono accettate), compilarli, metterli in una busta e spedire il tutto a: **l'Unità, via due Macelli 23/13 Roma**. L'album richiesto vi verrà spedito all'indirizzo che indicherete sul coupon.
nome e cognome.....
indirizzo..... CAP.....
anno dall'album richiesto.....
Le spese di spedizione sono a carico del destinatario
ALBUM CALCATORI 1961-1986