Rapporto sul libro

SOCIOLOGIA DELLA PROSPERITA

di Ernest Zahn - Milano 1964 Rissol

Queste doverose riserve non implicano però l'assoluta assenza di idee nell'opera in questione. La posizione di fondo - in senso letterale, perchè è delineata con una certa coerenza solo nelle ultime cinque pagine- è quella galbraithiana: la società opulenta spende troppo per i consumi privati, spesso inutili e dannosi, e troppo poco per i consumi pubblici -servizi pubblici, conservazione della natura, delle istituzioni culturali, etc. Di suo gahn aggiunge una particolare enfasi sul problema dell'educazione, e sopratutto -in extremis- un ricordino alla fame del resto del mondo che pone alle società opulente di fronte a grosse responsabilità. Per arrivare a queste conclusioni, invero inaspettate, bisogna sorbirsi oltre duecento pagine di descrizioni impressionistiche della"civiltà dei consumi". Onestamente però a pagina 33 l'autore precisa che il suo compito non è di indagare i p regi e i difetti di questa società in relazione alla"situazione spirituale dell'uomo di fronte alle offerte della civiltà", bensì di analizzare in concreto quali siano im queste offerte; ma "Ciò non significa che i problemi spirituali e culturali siano stati misurati soltanto secondo punti di vista pratici. La natur ra di questi problemi e il loro significato devono però venir esaminati...di fronte ai problemi della vita quotidiana. Noi siamo convinti che formulazioni precise giovino al processo della conoscenza più di quanto non gli giovino risposte troppo affrettate".

Sembra insomma che l'autore escluda a priori ogni intento di critica sociale; ma troppo spesso questa assenza di critica sembra scivolare nell'apologetica sociale. Sulle orme del Galbraith, si fa un gran parlare in questo libro del fatto che le teorie economiche tradizionale -la "saggezza tradizionale" exxx sono state elaborate in tempi di indigenza, in cui il grosso problema era la produzione, mentre in tempi di prosperità il problema è di indurre la gente a consumare; ciò rovescia, è vero, molte teorie economiche, ma sanche molte teorie sociologiche xxx. Di questo lo Zahn non sembra rendersi ben conto: egli si compiacce che con la scomparsa dell'"Homo economicus", creaura della miseria, le teorie ecominche sono costrette a recepite in xmxxx misura crescente variabili sociologiche e psicologiche; ma non si accrge, ad esempio, che proprio il suo modo di considerare i beni semra recare tracce di una filosofia della miseria: così quando parla "delle cose belle e di buon gusto, delle forme stilistiche e dei valori autentici, la cui realizzazione potrebbe diventare compito autentico di una classe imprenditrice xi illuminata, nonchè una possibilità di maggiori utili"(pag28). Una frase del genere non può non suonare arcaica in un'epoca in cui tutto ciò è rimesso in questione con la massima violenza, da parte di una generazione che sembra accanirsi proprio contro le cose belle e di buon guste prodotte dagli imprenditori illuminati al fine di aumentare gli utili. Ma Zahn è anche cosciente dell'inter-azione tra pensiero e società: a un sempre più massiccio "economismo" nella vita pratica e nelle istituzioni sociali fa riscontro in il rifiuto da parte della zritizzazzazzaka teoria economica dell'archetipo dell'"Homo economicus" che agisce cioè sulla base del calcolo razionale dell'interesse / materiale (superamento del materialismo e dell'utilitarismo:pag.51) Il punto di passaggio dall'economia alla sociologia è segneto dalla teoria dei bisogni(pag.58). A pagina 62 segg. si parla dei tre tipi principali di "indagine del consumatore" in cui economia, sociologia e psicologia uniscono le loro forze a servizio del consumo e delle prvisioni congiunturali; e se ne ricordano i meriti nell'approfondire la conoscenza dell'istituto famigliare (pag. 68). Interessante qui il concetto della famiglia come "azienda" organizzata non ai fini della produzione ma a quelli del consumo.

Nel terzo capitolo si analizzano le diffrenze tra la civiltà della produzione e quella del consumo di massa; ma non sembrame possano rilevarsi novità rispetto

alla linea Schumpeter-Galbraith. "La tipica proprietà privata della società moderna non è più una proprietà produttrice di beni, bensi una proprietà consumatrice di beni". A questo tipo di proprietà hanno ultimamente ottenuto diritto anche gli operai, unica tra le classi a non essere passata attraverso la proprietà dei beni produttivi. Questa ci sembra un'osservazione brillante, perchè event contribuisce a mettere in soffitta la vecchia polemica sulla proprietà dei beni strumentali. (Non che riesca a chiudere definitivamente l'argomento, però).

Da pagina 85 a pagina I6I si discorre della funzione sociale dei beni. La tesi è che è ben vero che la maggior parte dei beni non ha diretta utilità materiale; essi soddisfano però ad altri bisogni - tra cui emerge sempre più importante quello del prestigio, del simbalismo di status, etc- che per essere culturali, e quindi in certo senso artificiali, non sono meno reali. E logico quindi che l'autore qui si cimenti in una difesa della pubblicità, come "spessati manutenzione della domanda", creazione di nuovi bisogni, etc., e della moda come incentivo allo spreco. "Chi potmebbe affermare che l'uomo non tenti di realizzare anche il suo io migliore con quei beni che desidera ed acquista, che non procuri di dar forma, per loro tramite, a una vita interiore, anche se restano sempre in gioco, ovviamente, le particolarità della vita esteriore? "Pagritat (pag. 138) Questa difesa della civiltà dei consume è vigorosa e coerente. E evidante che anche i bisogni **zaltarati** più artificiali sono reali; se così non fosse <del>liana</del> ci troveremmo ancora all'età delle caverne; ed è indubbio che l'attuale stadio di civiltà possa, malgrado tutto, essere considerato un progresso in molti aspetti. Ma lo Zahn non tocca il problema fondamentale, che è quello dei limiti, ovvero della direzione che questi bisogni assumono. Nemxeixparlaxabbaetanza; inxenent Ciò è in accordo con la dichiarazione inizialà dell'autore, di non voler prospettare problemi di scelte di civiltà: ma ci sembra che l'amp apologia della pubblicità e del consumo come attività simbolico-spirituale , senza altre indicazioni sui limiti della loro liceità, admmbri già una scelta di valore. Nè ci sembra essere sufficiente, a delimitare la validità di quell'apologia, prospettare la necessità di "un opposizione coraggiosa e fantasiosa, capace di resistere efficacemente alle forza della domanda e dell'offerta. Ed è proprio la pubblicità ad avere bisogno di questa critica immenente, qualificata, costruttiva, una critica che non si do

vrebbe presentare in veste moralizzatrice, , bensì ironizzante, piuttosto, e costruttiva"(pag.153). Il problema ci sembra molto più serio, et la tattica dello Zahn, di illuminarlo solo dal lato buono, con la scusa che volerne esaminare l'aspetto meno attraente significa fare una scelta di valori e che questo non è affar suo, ci sembra poco convincente. Certo, i lati buoni ci sono, ma essi non sono tutta la realtà della società opulenta. Un'analisi sociologica non può limitarsi agli aspetti positivi, perchè è solo nel confronto con quelli negativi che si ottiene una visione più completa e profonda. Ed è sopratutto per wyer questa ragione, ci sembra, che il libro dà questa poco gradevole sensazione di giulebbosa superficialità, questa mancanza di mordente che può venire solo dal contrasto dialettico di bene e male, vantaggi e vantaggi che tutti sentiamo presenti nella società \*\*TRENEMENTINI\*\* opulenta.

Le ultime sessanta pagine comprendono una sociologia del tempo libero in rapporto ad una sociologia del lavoro nella socità prospera. Qui finalmente si prospetta la possibilità che la sempre più ampia disponibilità di "leisure" possa portare ad un'elevazione del tono della società, sia con itixtr la cultura, sia con una più cosciente partecipazione alla vita pubblica e politica; e si auspica addirittuza l'eliminazione della dicotomia tra tempo libero e tempo di lavoro, la fine cioè dell'alienazione . A questo si può arrivare sia con l'affinamento dei bisogni da e delle attività libere dirette alla loro soddisfazione, sia con l'affinamento e la liberalizzazione delle forme di attività lavorativa: già si vede come merti a cert livelli (alti) non vi sia più molta differenza tra il lavoro"per la ditta"e il tempo libero privato. L'argomento è interessante e si presta a molte osservazioni; citeremo solo che "la storia del mondo occidentale avrebbe dovuto insegnarci che l'antagonismo tra la sfera della vita pubblica e quella della vita privata è qualcosa d'europeo, nate, per l'esattezza, in Europa col Biedermeier, e che rimane legato al carattere permanente della borghesia" (pag. 184) "il lavoro divenne a quei tempi più serio quando nefecero un elemento isolante, ossi quando venne staccato nettamente dai rapporti sociali...La compensazione tra le due sfere della vita privata e della pubblica si rende nuovamente attuale come compensazione tra lavoro e consumo, in quanto le due sfere sono adesso più strettamente intrecciatenella totalità della vita sociale."(Pag. 185)

Nelle ultime pagine si parla poi delle <u>public relations</u> e delle <u>human-relations</u>, , dello sport, del "fallo -da-te"è della penuria dei <u>servizi</u>, dell'automazione, della posizione del sociologo e dello psicologo malitzzi aziendale, delle aspirazione dei giovani, della formazione dei sottoproletariati dixenten di immigrati nelle società prospere, della mancata americanizzazione dell'europa, delfuturo assetto di un'europa ver mnte prospera, e di altrettali soggetti di vario interesse; ma è difficile comporli in una visione d'insieme che non sia la semplice celebrazione dei vantaggi della prosperità.