

Capitolo Quinto

Indagine sulle abitudini televisive di un gruppo di giovani marocchini e sui loro sistemi di rappresentazione

Giulio Ciccia

1. Introduzione

Appare ormai evidente come i processi legati alla globalizzazione vadano ben oltre la dimensione economica e coinvolgano i singoli individui su un piano identitario e relazionale. Per moltissimi ragazzi che partendo dal Sud del mondo arrivano nei paesi europei appena superata la maggiore età, il contatto con una cultura diversa può produrre fenomeni di “smarrimento identitario”, almeno per quella parte dell’identità legata al proprio sistema culturale di riferimento e alla vicinanza di quelle istituzioni sociali e religiose, che spesso offrono una guida per il comportamento, svolgendo una funzione di controllo sociale.

Tornando al tema di questo volume, si può asserire che gli studi inerenti al contatto tra culture diverse sono parzialmente riconducibili agli studi sull’identità sociale (Turner), inoltre la teoria interazionista, sotto un profilo epistemologico, sostenuta dalle nuove discipline interpretative, offre chiavi di lettura adeguate per studiare i fenomeni inter - culturali, nel momento in cui l’oggetto di studio è costituito dai sistemi di rappresentazione delle culture prese in analisi e dal tipo di comunicazione che si instaura tra di esse.

L’immigrazione marocchina in Italia ha raggiunto indici altissimi negli ultimi anni e rimane tuttora il fenomeno migratorio più massiccio nel nostro paese¹, tuttavia sono rari gli episodi di reale integrazione e spesso le dinamiche inter-etniche tra marocchini e italiani sfociano in conflitti resi ancora più acuti dalle differenze religiose e dal gran “polverone mediatico” sollevato attorno al terrorismo.

Appare evidente l’importanza assunta dagli strumenti del comunicare quando i simboli e i significati costitutivi delle diverse culture si mischiano in quello spazio ideale che chiamiamo “immaginario mediatico”. La presente ricerca rappresenta un tentativo di esplorazione di questo spazio, favorito dalla diffusione della tecnologia satellitare anche in Marocco e si propone di valutare l’influenza esercitata dai programmi occidentali sulla cultura marocchina studiando le variazioni dei sistemi di valore che la caratterizzano. Anche se un obiettivo secondario di questo lavoro è rivolto alla comprensione delle dinamiche migratorie in Italia, non sono stati presi in considerazione come variabili indipendenti solo i programmi italiani, ma si è fatto riferimento più in generale ai programmi occidentali, sia perché i palinsesti di molte reti satellitari occidentali possono considerarsi sostanzialmente simili tra loro, sia perché non si vuole sostenere un nesso biunivoco tra programmi visti e scelta del paese ove migrare. E’ probabile infatti che, anche qualora sussista un qualche fenomeno di influenza inter-culturale, esso sia riferibile ad un insieme di valori² e status-symbol generalmente presenti nella cultura televisiva occidentale. Il metodo utilizzato nasce come intersezione di tre universi disciplinari differenti, la psicologia sociale, l’antropologia interpretativa e le scienze dei media, poiché abbiamo sì è ritenuto che il pluralismo teorico potesse aiutarci nella comprensione di fenomeni appartenenti al campo dell’influenza sociale.

Una identità per due mondi: influenze mediatiche e rappresentazioni di sé

Giulio Ciccia

1. Introduzione

L’immigrazione marocchina in Italia ha raggiunto, negli ultimi anni, indici molto elevati risultando il fenomeno migratorio più massiccio³, sono rari, tuttavia gli episodi di reale integrazione e spesso le dinamiche inter-etniche tra marocchini e italiani sfociano in conflitti, resi ancora più acuti dalle differenze religiose e dall’allarme mediatico sollevato attorno al terrorismo. Per molti ragazzi che arrivano nei paesi europei appena superata la maggiore età, il contatto con una cultura

¹ Con una crescita che va da 131000 unità, secondo Dati ISTAT elaborazione Caritas di Roma, (*Immigrazione, Dossier Statistico 1998*), Anterem, 1998, p. 79., a 158000 unità nel 2001 secondo un rapporto della Fondazione Migrantes del 12/7/2002, mantenendo la posizione di prima comunità

² La definizione di valore utilizzata è quella che sembra più ‘condivisibile’ tra gli universi teorici di questa ricerca e per le sue basi epistemologiche: valori come fattori che influenzano le scelte, cioè che influenzano l’agire intenzionale dell’individuo in relazione alle strutture di significato

³ Con una crescita che va da 131000 unità, secondo Dati ISTAT elaborazione Caritas di Roma (*Immigrazione, Dossier Statistico 1998*), Anterem, 1998, p. 79, a 158000 unità nel 2001 secondo un rapporto della Fondazione Migrantes del 12/7/2002, mantenendo la posizione di prima comunità.

diversa può produrre fenomeni di “smarrimento identitario”, soprattutto nelle rappresentazioni di sé maggiormente legate al proprio sistema culturale di riferimento e alle istituzioni sociali e religiose, che offrono una guida per il comportamento svolgendo una funzione di controllo sociale.

Le problematiche inerenti al contatto tra culture diverse sono riconducibili agli studi sull'identità; l'interazionismo simbolico offre chiavi di lettura adeguate per studiare i fenomeni inter-culturali, rendendo possibile l'analisi dei sistemi di rappresentazione delle culture prese in analisi e delle modalità comunicative che si instaurano tra di esse. L'attenzione per gli strumenti del comunicare diviene necessaria quando i simboli e i significati costitutivi delle diverse culture si mischiano in quello spazio ideale che prende il nome di “immaginario mediatico”.

Coerentemente con queste premesse si è organizzata una ricerca volta all'esplorazione di questo spazio, la cui dimensione è favorita dalla diffusione della tecnologia satellitare in Marocco e si propone di valutare l'influenza esercitata dai programmi occidentali sulla cultura marocchina studiando le variazioni dei sistemi di valore che la caratterizzano. Anche se un obiettivo secondario di questo lavoro è rivolto alla comprensione delle dinamiche migratorie in Italia, non sono stati presi in considerazione solo i programmi italiani, ma si è fatto riferimento, più genericamente, ai programmi occidentali, sia perché i palinsesti di molte reti satellitari possono considerarsi sostanzialmente simili tra loro, sia perché non si vuole sostenere un nesso biunivoco tra programmi visti e scelta del paese ove migrare. È probabile infatti che, anche qualora sussistano dei fenomeni di influenza inter-culturale, essi siano riferibili ad un insieme di valori⁴ e *status symbol* generalmente presenti nella cultura televisiva occidentale. La scelta del metodo di indagine è stata mediata dall'assunzione di un pluralismo teorico che potesse facilitare la comprensione dei processi di ricostruzione sociale dell'identità, si è quindi proceduto all'intersezione di tre discipline differenti, la psicologia sociale, l'antropologia interpretativa e le scienze dei media.

2. Premesse teoriche

2.1 Prospettive di studio e approcci: sul modello interdisciplinare

Questo lavoro esprime l'esigenza di affrontare la complessa questione della colonizzazione mediatica in Marocco utilizzando un approccio interdisciplinare; le variabili considerate non appartengono ad un campo di studi isolato, ma sono trasversali a diverse discipline. Se si analizzasse il messaggio televisivo satellitare decontestualizzato dalla sua cornice storica e culturale, non si potrebbero comprendere le interazioni tra i sistemi di rappresentazione arabo ed occidentale. Si è utilizzato un universo di significati trasversale ai linguaggi di tre discipline: la scienza delle comunicazioni di massa, la psicologia sociale e l'antropologia interpretativa. Questa operazione può aiutare a fare chiarezza su termini spesso utilizzati in modo improprio; secondo Dal Lago, ad esempio, si assiste quotidianamente ad un abuso della parola “globalizzazione”, ormai divenuta di moda, soprattutto se si considera il continuo sforzo dell'antropologo orientato a ridare una tradizione ed una storia a popoli che, nel processo di riconfigurazione geo-politica del mondo, stanno perdendo (cambiando) la loro identità.

Il modo in cui ogni disciplina affronta il medesimo oggetto, facendone risaltare determinati aspetti su altri, è da considerarsi una ricchezza in quel processo creativo di negoziazione culturale che caratterizza un approccio conoscitivo plurimo, a patto che il linguaggio utilizzato costruisca una rete comunicativa, basata su una chiarezza concettuale e metodologica, derivante dall'associare gli stessi significati agli stessi termini, di modo che, nella costruzione dello strumento come nell'interpretazione dei risultati, le discipline considerate possano dialogare attorno alle stesse strutture di significato. Le variabili considerate sono individuate dalle sovrapposizioni tra le diverse discipline coinvolte, attraverso lo studio degli atteggiamenti, si può creare un referente comune tra la psicologia e le scienze dei media, nel momento in cui il loro impiego è necessario per descrivere un fenomeno il cui studio entra nei domini di entrambe.

⁴ La definizione di valore utilizzata è quella che sembra più ‘condivisibile’ tra gli universi teorici di questa ricerca e per le sue basi epistemologiche: valori come fattori che influenzano le scelte e che mediano l'agire intenzionale dell'individuo in relazione alle strutture di significato.

2.2 Il ruolo della religione musulmana e la polarizzazione di genere

Un'analisi completa ed accurata di tutti gli elementi che compongono la cultura e la cosmogonia marocchina presenta alcune difficoltà, sia perché il Marocco appare frammentato in un mosaico di gruppi e di relativi sistemi culturali, a volte simili, a volte distanti, sia perché ai fini della ricerca, si è costretti ad isolare solo alcuni di questi aspetti costitutivi che non si riducono a valori, costumi, o tradizioni, ma sono piuttosto sistemi interrelati, non scomponibili in singole unità. I “sistemi di rappresentazione” sono considerati come insiemi di valori, tradizioni, leggende che contribuiscono a definire l'orientarsi degli atteggiamenti verso alcuni oggetti, organizzandosi come elementi processuali dell'identità personale.

La ricerca si occuperà di due sistemi di valore che costituiscono la base culturale del gruppo più vasto presente sul territorio marocchino, quello arabo-islamico, cui pure appartengono, considerando il comune denominatore musulmano, le genti di origine berbera, ormai completamente integrate nel tessuto sociale arabo, almeno nei contesti urbani⁵. Clifford Geertz evidenzia come “in Marocco non vi sia una popolazione omogenea placidamente sparsa su un ambiente uniforme (...); la gamma delle sue variazioni interne non è organizzata culturalmente, linguisticamente, razzialmente o religiosamente (...); in effetti, la gente non è organizzata realmente in termini di gruppo, ma in termini di connessioni personali tra individui posizionati o identificati con un punto o l'altro del territorio, il paese è tenuto insieme da reti estese di rivalità e lealtà personali: un campo regolare di micro - sistemi politici, che nascono da micro-ambienti, montagne, steppe, altipiani, litorali, deserti, oasi, colline e piane alluvionali...il labirinto marocchino di linee di faglia è costruito con una tremenda varietà di relazioni immediate, a tu per tu, che, sebbene radicate in profondità e incastonate in potenti istituzioni, l'Islam, la monarchia e la polarizzazione di genere, non si traducono in blocchi etnograficamente significativi” (Geertz, 1995, pp. 94,95). Da queste considerazioni è possibile capire che le istituzioni citate da Geertz, come collanti del mondo marocchino, sono proprio quelle che lo differenziano da gran parte del mondo occidentale, almeno per quanto concerne la religione e la polarizzazione di genere.

Di conseguenza si sono considerati gli aspetti inerenti a queste differenze, che, a livello macroscopico, dividono il mondo occidentale da quello islamico: a) il legame tra Stato e religione e il ruolo della religione nella vita quotidiana dei giovani marocchini; b) la condizione della donna in Marocco, si ipotizza che se in un paese arabo sussistano dei processi tali da modificare il ruolo della religione musulmana o gli aspetti discriminatori verso la donna significa che in quel paese è in atto un radicale cambiamento dei costumi e del vivere quotidiano. Considerando come ogni persona agisca nel mondo basandosi su un sistema di significati e rappresentazioni organizzato attraverso il mondo culturale - simbolico in cui è immerso e costruito mediante una sequenza di esperienze individuali, si sono poste alcune domande: Quali sono i sistemi di rappresentazione attorno ai quali i giovani marocchini articolano la loro esperienza? Ad un mutamento della società marocchina corrisponde necessariamente un cambiamento di questi sistemi di rappresentazione? Relativamente alle premesse teoriche si è considerato che un fattore di equilibrio importante nella vita sociale marocchina sia costituito dalla religione musulmana, intesa come filtro per dare un valore agli eventi della vita di ogni giorno. L'esperienza religiosa è così totalizzante nel mondo musulmano da produrre una costante valutazione delle esperienze individuali attraverso precetti e dettami morali.

La polarizzazione di genere non può quindi essere considerata come un sistema di rappresentazione che trascenda da questa pervasività, essendo inserito in una matrice di valori, appartenente alla medesima tradizione coranica. Tuttavia si sono distinti i due aspetti, della religione e della condizione della donna, poiché entrambi, secondo i sistemi di categorizzazione utilizzati, si prestano ad un'esigenza di osservazione e misurazione, il primo come atteggiamento verso il ruolo occupato dalla religione nella vita quotidiana, il secondo come atteggiamento verso la condizione femminile marocchina.

L'Islam viene sentito da molti musulmani come un inevitabile "morso individuale del destino" (James, 1902)⁶ e nello stesso tempo assurge a legge e regola del vivere collettivo. Lo stesso Weber (1920-1921) osserva come spesso si guarda ovunque per comprendere gli eventi religiosi, tranne che agli elementi religiosi stessi. La matrice di significati nel quale si colloca abitualmente l'esperienza dei singoli in una società islamica, vede la religione come una parte determinante del tutto, anche se il valore dell'esperienza individuale e di quella sociale non sono riconducibili solamente ad essa.

Clifford Geertz chiarisce questo concetto quando nel testo "Mondo globale, mondi locali" trae la seguente conclusione: "in quello che ci piace chiamare mondo reale, il *senso*, l'*identità*, il *potere*, l'*esperienza*, sono inevitabilmente connessi: ognuno di essi implica tutti gli altri, e la *religione* non si può fondare più sull'ultima di essi, ovvero l'esperienza, né si può ridurre ad essa più di quanto le sia possibile fondarsi sugli altri o ridursi ad essi. Non è dalla solitudine che si forma la fede" (1995, p. 124). La religione è quindi considerata nella sua dimensione sociale ed analizzata come una forma di co-costruzione di gruppo.

Per quanto riguarda il ruolo della donna Camparini (2002) rileva delle analogie tra la cultura cattolica, ebraica e musulmana e sostiene che anche il problema della polarizzazione di genere è maggiormente riconducibile ad una interpretazione antropologica piuttosto che religiosa. Il Marocco è un paese relativamente moderno rispetto a molti altri paesi islamici, forse anche per la sua vicinanza e i suoi continui scambi con l'Occidente; le donne godono di alcune libertà impensabili in altre nazioni arabe, possono guidare, non sono obbligate a indossare il velo, possono passeggiare da sole; tuttavia, tali privilegi sono di solito limitati ai grandi centri urbani. La società marocchina appare fortemente polarizzata agli occhi degli occidentali, alle donne è vietato fumare in pubblico, in genere solo quelle sposate e in menopausa possono farlo in privato, è presente il divieto di lavorare, sebbene anche da questo punto di vista vi siano differenze tra campagna, piccolo centro e grande città. L'idea per cui la donna, nelle società islamiche, è inferiore all'uomo, ovvero la base della polarizzazione, non è propriamente coranica, anche se nel Corano è scritto esplicitamente che il ruolo fondamentale della donna è quello di garantire la discendenza al marito, e che le donne possono lavorare solo in determinate condizioni, ad esempio se il marito muore (Ghazali, 2000, passim). Dalle interviste effettuate con diversi marocchini per tentare di capire la provenienza di questo tabù, si sente spesso una versione dell'inferiorità femminile che non è propriamente coranica, sembra provenire dalle leggende popolari e dalla tradizione. Secondo queste tradizioni la donna sarebbe più soggetta dell'uomo alle tentazioni sataniche perché più debole psicologicamente, inoltre la donna può con il suo corpo sedurre un uomo e indurlo al peccato, da qui il divieto di mostrare il corpo femminile in pubblico.

Anche Crapanzano (1980) osserva che "le donne in Marocco sono generalmente considerate, almeno dagli uomini, esseri inferiori al maschio, incapaci di controllare i propri impulsi sessuali, sempre in cerca di avventure e, se viste sole, giudicate sempre disponibili. Secondo la scrittrice Fatima Mernissi (1975), sono associate a *fitna*, al disordine e al caos (...) quindi le donne vengono considerate dall'uomo marocchino, una minaccia alla consapevolezza che un uomo ha di sé e del proprio autocontrollo" (Crapanzano, 1980 pp.52,53). In Marocco le donne non possono frequentare le moschee, per visitare un santuario o recarsi al bagno turco devono chiedere il permesso, in generale sono tenute sotto stretta sorveglianza dai padri e dai fratelli se nubili, dal marito e dalla suocera se sposate (in Marocco i matrimoni sono generalmente virilocali). Mernissi (1975, pag.11) sottolinea l'assoluta mancanza di intimità all'interno dell'unità familiare marocchina. Questo è il panorama della condizione femminile marocchina descritta da Crapanzano agli inizi degli anni ottanta, oggi la situazione è leggermente mutata, infatti, l'adesione totale a determinati precetti del Corano può diventare una scelta più che essere un'imposizione, anche se questo avviene solo per le ragazze delle nuove generazioni, le donne più giovani sono in genere le più avvantaggiate.

Anche se tale cambiamento è osservabile quasi esclusivamente nei grandi centri urbani, e la sua entità è circoscrivibile ad alcuni aspetti che potremmo definire "superficiali", come l'obbligo del

⁶ James nella sua opera "Le varie forme della coscienza religiosa" (1902) definisce la religione come: "le emozioni, gli atti e le esperienze dei singoli individui in solitudine, quando comprendono di trovarsi in rapporto con qualunque cosa possano considerare divino".

velo o del *gillaba*⁷ in pubblico, è possibile notare come tali novità si siano sviluppate in un arco di tempo relativamente breve, se si considera che si sta parlando di valori cristallizzati per molti secoli nella cultura marocchina. In un certo senso in Marocco si sta sviluppando lo stesso processo che ha interessato molti paesi europei dal dopoguerra ad oggi, una sorta di avvicinamento alla modernità facilitato dalla veloce diffusione delle nuove tecnologie del comunicare, come la TV satellitare o internet, ma ostacolato dalla povertà del Paese e dal vecchio Islam.

L'arrivo di nuovi contenuti ed immagini tramite i media, nei quali emerge un'idea di donna emancipata, ma anche usata nella pubblicità, sfruttando le sue potenzialità seduttive, può incidere sulla rappresentazione sociale della donna marocchina. Questo avviene non solo perché l'immagine della donna occidentale crea una rottura con la tradizione, ma anche perché le nuove generazioni si abituano lentamente e quotidianamente a convivere con due diverse rappresentazioni della donna: quella occidentale offerta dai media e quella marocchina testimoniata dalle loro madri e nonne. I risultati di questa doppia assimilazione possono essere svariati: imitazione del nuovo modello, ibridazione delle due forme, rifiuto della novità. La ricerca vorrebbe indagare come e quanto le nuove rappresentazioni incidano sulla vita di questi giovani, considerando la loro associazione ad idee di benessere e modernità.

2.3 *L'economia immateriale*

Negli ultimi venti anni l'inarrestabile sviluppo delle tecnologie della comunicazione, moltiplicando il numero di informazioni disponibili e aumentando, all'estremo, la loro velocità di diffusione, ha contribuito a modificare il paradigma di consumo da materiale a immateriale. L'economia materiale si basa sulla forma merce e sul suo plus-valore secondo le teorizzazioni di Marx e Smith. Questa economia ha trascinato le sorti del Capitalismo dalla fine del Settecento fino al ventesimo secolo, periodo in cui, per i paesi ricchi, il concetto di bisogno della merce materiale è stato superato dall'abbondanza della merce stessa; è la natura medesima del bisogno a creare un ponte con il consumo immateriale; i desideri e i bisogni sono, infatti, "per gran parte immateriali" (Marx, 1895, pag.67) e "dimorano nella mente con sogni ed illusioni" (Shakespeare). Sono quindi le elaborazioni dell'ingegno alla base di questa nuova economia, in quanto "valgono molto più della materia nella quale sono incorporate" (Balassone, 2000, pag.10), le merci culturali sono in grado di entrare in relazione con il patrimonio sociale, i pregiudizi, le emozioni del consumatore, contribuendo così a formare lo strumento stesso del suo consumo. Le merci che meglio si impongono sono quelle che riescono a "dialogare" con l'immaginario del fruitore, perché "interagiscono con quella particolare caratteristica umana costituita dalla frattura esistente tra limitazioni e ispirazioni" (Ma slow, 1962, pag.22), in questa zona di confine si costruiscono le rappresentazioni del desiderio.

Ogni sistema culturale conferisce una forma a questi desideri, tramite un processo che viene definito dai semiologi come un'attribuzione di senso. Secondo Eco, "la potenzialità indeterminata del desiderio si fa scelta di consumo concreto attraverso la mediazione di codici così come il processo di produzione di un segno è una riduzione convenzionalmente codificata del continuum espressivo e del continuum di contenuto" (Eco, 1985, pag.205). Quindi "a parità di bisogno fisico ciò che fa la differenza per il successo di una merce è il senso" (Balassone, 2000, pag.15), poiché è da questa qualità culturale che essa acquista il suo valore aggiunto. Ci sono quindi prodotti che in determinati contesti perdono il loro valore poiché la loro desiderabilità non è culturalmente mediata.

Questo concetto rimanda alla tv satellitare in Marocco, strumento che non ha perso il proprio valore sebbene esportato dal contesto originario. La ragione di tale successo appare legata alla trasformazione di desideri immateriali, piuttosto che all'elaborazione di forme di consumo palesemente inadatte alla ricchezza e alle possibilità della maggior parte dei marocchini. In questo senso la tv satellitare in Marocco si presenta, secondo l'analisi di McLuhan (1980), come una "figura senza sfondo", o il cui sfondo va costruito ad hoc. Evidentemente i responsabili *marketing* delle varie multinazionali sono consapevoli di come sia inutile proporre, in un paese "in via di sviluppo", forme alternative di consumo, rispetto a quelle tradizionali, senza prima aver indotto,

tramite i media, lente modificazioni nei sistemi di rappresentazione originari, comprensivi di quei desideri socialmente sanzionati, come *status symbol*⁸.

La ricerca proposta analizza tali cambiamenti, rimanendo ancorata ai “desideri” dei giovani marocchini, senza “compromettersi” con i comportamenti, questa scelta concorda con le conclusioni di DeFleur e Ball-Rokeach (1989, pag.279), per i quali “le funzioni che i media svolgono nelle modificazioni del comportamento del pubblico sono a lungo termine, sottili e cumulative. Inoltre i media sono così strettamente collegati a tutte le altre forme di comunicazione della nostra società che è quasi impossibile isolarne ed esaminarne separatamente gli effetti”. Per comprendere come avvengono le modificazioni dei desideri è opportuno concentrarsi sui dei sistemi rappresentazionali originari dei giovani marocchini, che, soprattutto negli aspetti religiosi, possono costituire un ostacolo alla “modernizzazione”.

2.4 La società dello spettacolo

“La dove il mondo reale si cambia in semplici immagini, le semplici immagini divengono gli esseri reali e le motivazioni efficienti di un comportamento ipnotico” (Debord, 1967, pag.57).

Questa citazione dell'intellettuale situazionista Guy Debord, che ha dedicato i suoi studi alla definizione della “società dello spettacolo”, introduce il concetto di un immaginario collettivo basato sulle rappresentazioni e le immagini provenienti dai media. Anche in Italia, nel medesimo periodo, Pasolini, ne “Gli scritti corsari”, prevedeva una società dominata dalle rappresentazioni del reale indotte dalla televisione. I situazionisti hanno affinato questo pensiero ricollegandolo all'abbattimento della dialettica, citando Simonetti: “la forma di spettacolo è impermeabile all'esperienza, dogmatica ed inafferrabile al senso comune, di più, altera il tempo e lo spazio del vissuto frantumando la coscienza critica del suo *continuum*. Ciò equivale ad un annientamento del senso che presiede i comportamenti conseguenti e la capacità di giudizio” e ancora “in termini cognitivi si conviene sul fatto che un valore è una sintesi di elementi di per sé privi di valore” (Simonetti, 1998, pag.9,11) Questa sintesi acquista la forma di valore perché in assoluto si configura come la più conveniente, tende a strutturarsi, ed è assimilabile, nel giudizio di merito, ad una qualità.... Nello stesso modo la forma di spettacolo è la sintesi di una società arbitraria a ragione delle premesse mercantili che la instaurano e ridotta a rappresentazione...in questo modo nella forma di spettacolo si consolida il paradosso per cui le cose sono costantemente più precarie e meno consistenti dei loro valori, con la conseguenza che la struttura del reale non rispecchia più i suoi caratteri dialettici, quelli fondativi del vero” (Simonetti, 1998, pag.11).

Il pensiero di Simonetti contiene, apparentemente, dei passaggi critici, in relazione alle premesse epistemiche adottate, nel momento in cui si riferisce alla dimensione del “vero”. Tuttavia il “vero”, in questa accezione, non è immutabile nelle varie epoche ma dipende dal continuo mutamento dei sistemi culturali – rappresentazionali ed a questo riguardo cita, non senza preoccupazione, l'abbattimento dei principi dialettici a fondamento del reale e la perdita di capacità di giudizio.

Ricordando le varie definizioni di cultura a cui si fa riferimento, come “negoiazione di significati” (Mantovani, 1998) o di comunicazione come processo interpretativo (Geertz, 1983, Eco, 1985), Simonetti sembra voler sottolineare il dissolversi di questi concetti in una società, quella dello spettacolo, dove ogni forma artistica o espressiva, anche quella prodotta dalle cosiddette avanguardie, viene inglobata nelle logiche mercantili che ne consentono la diffusione. Il “vero” inteso da Simonetti è proprio quello che scaturisce, in termini di significato, dall'adozione di un codice comune successivo all'interpretazione e alla negoziazione dei significati tra i comunicanti, in senso macrosociale, un “vero” sancito dagli equilibri dinamici tra le forze in campo⁹, quindi per sua natura continuamente mutabile.

⁸ Occorre precisare che la presenza di alcuni *status symbol* in una società, come la casa ad esempio, è implicita nel livello tecnologico e organizzativo della società stessa. Gli *status symbol* che sono ‘inoculabili’ tramite un processo di influenza sono quelli che emergono dal divario tra livelli diversi di ricchezza e tecnologizzazione di due o più società, così i giovani marocchini potrebbero invidiare l'ultimo modello di cellulare o di scooter, visti nei programmi occidentali, anche perché in Marocco non possono acquistarlo facilmente.

⁹ Con il termine forze si fa riferimento a quelle istanze provenienti dai grandi gruppi sociali, siano essi di tipo religioso, etnico, politico.

Questo equilibrio non può sussistere se ogni forma di protesta o di avanguardia sociale viene rapidamente assimilata o meglio, “dedialettizzata” dalla cultura dominante, in modo tale da perdere le sue potenzialità di cambiamento dell’ordine costituito. Una delle conseguenze di questo processo sarebbe, secondo i situazionisti, la mancata percezione della continuità temporale, come se l’uomo moderno (o postmoderno), vivesse in un eterno, acritico presente, quindi non è possibile assumersi la responsabilità di “esserci come effetto dell’essere conseguente....questo stato di cose è aggravato dall’azione degli strumenti mediatici che relegano l’individuo in un eterno presente dedialettizzato e destrutturato in una successione senza scopo di momenti astratti dentro i quali si consuma la pratica di ogni processo cognitivo” (Simonetti, 1998, pag.16). Nella prima citazione di Simonetti è riportata una definizione di valore molto utile; se si vogliono ricercare le forme di cambiamento di una società tradizionale, o semi-tradizionale, come quella marocchina, occorre individuare i valori su cui si basa storicamente e successivamente reperire gli strumenti per analizzare quanto questi valori siano radicati nelle nuove generazioni.

Nell’analisi antropologica, tramite gli studi di Crapanzano (1980) e Geertz (1983), ne sono stati individuati alcuni e la scala di atteggiamento può essere uno strumento valido per misurarne le variazioni. La definizione di valori, intesi come aggregato di elementi in sé privi di valore, induce a immaginarli come contenitori vuoti o pieni a seconda delle epoche, delle contingenze, dei regimi, ma se è plausibile che non siano solo i nuovi valori indotti dai media e provenienti da altri popoli a modificare il sistema culturale marocchino o arabo, allo stesso modo è altrettanto plausibile che non sia solo la televisione satellitare con i suoi nuovi contenuti a incidere in maniera così evidente sugli atteggiamenti dei giovani appartenenti a questa cultura. Ogni messaggio che non sia recepito in un contesto atto a riceverlo perde il suo potenziale comunicativo, quindi il suo contenuto non è sufficiente a modificare atteggiamenti o comportamenti, occorre, perché questo avvenga, un sistema culturale, come quello marocchino, adatto ad inserire tale contenuto nelle fratture di un mondo che diventa sempre più anacronistico rispetto alle nuove generazioni e che vede proprio nei giovani gli stessi artefici del suo mutamento.

2.5 Teoria della coltivazione

Secondo la teoria della coltivazione, i cui esponenti principali sono Gerbner, Gross, Morgan & Signorielli (1986), i mezzi di comunicazione di massa dominano “l’ambiente simbolico della vita moderna, essi sono agenti di socializzazione in grado di plasmare le percezioni, gli atteggiamenti, i valori e le azioni dell’*audience* in quanto presentano delle immagini del mondo relativamente uniformi che, con il tempo, vengono fatte proprie dagli spettatori” (Arcuri, Castelli, 1996, pag.82). I due concetti cardine sono il *mainstreaming* e la *resonance*.

Con *mainstreaming* si intende il processo tramite il quale la visione televisiva conduce ad una omogeneizzazione delle concezioni dell’*audience*. Per testare questa ipotesi ci si basa sullo scarto che separa le concezioni delle persone che fanno un ampio uso del mezzo televisivo (*heavy viewers*) dalle concezioni di coloro che invece ne fanno un uso relativamente ristretto (*light viewers*). Questi due gruppi dovrebbero avere idee diverse sul mondo dovute alla differente quantità di esposizione. La visione televisiva ridurrebbe le differenze nelle concezioni che differenziano determinati gruppi sociali, un uso massiccio del mezzo televisivo indurrebbe un processo di omogeneizzazione anche tra coloro che storicamente, politicamente o etnicamente sono distanti. Questa ipotesi è confermata dagli studi intergruppo su bianchi e neri in America; le loro differenti opinioni sulla tendenza a ritenere le persone opportuniste, inaffidabili e guidate solo dai propri interessi, sono attenuate nei sottogruppi di bianchi e di neri che fanno un uso massiccio del mezzo televisivo (Gerbner, Morgan, Gross, Signorielli, 1986).

Resonance fa riferimento all’accentuazione degli effetti dei media nei casi in cui vi siano altri fattori esterni che si muovano nella medesima direzione. Emerge qui un effetto dell’esposizione televisiva legato alle tematiche di questo lavoro. Secondo la teoria della coltivazione, il gruppo dei giovani marocchini potrebbe avvicinare i propri atteggiamenti, circa gli argomenti più disparati, a quelli di giovani provenienti da culture diverse ma che guardano i medesimi programmi. Definire le precise dinamiche di tale omologazione è compito difficile, questo lavoro si concentra sui processi

di ibridazione culturale, ovvero sul progressivo mutare del sistema culturale originario verso quello “nuovo” tramite una serie di passaggi graduali durante i quali i due sistemi si mischiano assumendo caratteristiche intermedie, fino ad un periodo di assestamento in cui si genera una forma di equilibrio tra vecchio e nuovo. Questo corrisponde a quello un occhio ingenuo può osservare camminando nelle strade marocchine, entrando nelle case, nei locali, nelle sale giochi: una forte ostentazione di *status symbol* occidentali quali cellulare, automobili, abbigliamento ispirato alla moda dei rapper americani, ma nello stesso tempo l’ineludibile traccia dell’Islam e l’attaccamento ai costumi originari.

2.6 La categorizzazione di sé per gli individui appartenenti al “gruppo dei giovani marocchini”

Turner nel testo “Riscoprire il gruppo sociale” (1987), esprime alcuni assunti meta-teorici che sottendono la teoria della categorizzazione di sé: “essa dimostra che il postulato che i processi psicologici appartengono solo agli individui è pienamente compatibile con l’idea di una discontinuità psicologica tra gli individui che agiscono come ‘individui’ e quelli che agiscono come membri di gruppo. Il comportamento di gruppo è psicologicamente diverso dalle relazioni interpersonali e non è riducibile ad esse (...). se la teoria si dimostra valida, allora il gruppo possiede una *realtà psicologica*, nel senso che esiste un processo psicologico specifico, un processo di categorizzazione di sé o di assegnazione di sé ad un gruppo, che corrisponde a ed è alla base degli attributi distintivi del comportamento di gruppo” (Turner, 1987, p. 86).

A questo punto può essere interessante citare altri assunti e ipotesi che hanno portato Turner alla formulazione della sua teoria. Nell’assunto 7.1 si afferma che “la formazione di categorie dipende dal confronto tra stimoli e segue il *principio di meta contrasto*: cioè, all’interno di un dato sistema di riferimento, una collezione qualsiasi di stimoli ha maggiore probabilità di essere caratterizzata come entità (gli stimoli sono raggruppati come identici) nella misura in cui la differenza tra quegli stimoli in dimensioni di confronto pertinenti (differenze intraclasse) sono percepite minori delle differenze tra gli stimoli del raggruppamento e altri stimoli (differenze interclassi)”. Nell’assunto 7.3 si afferma che “le categorizzazioni di sé personali sono basate su confronti tra se stessi e i membri dell’*ingroup*, le categorizzazioni a livello di *ingroup-outgroup* sono basate su confronti con altri esseri umani” (nel nostro caso i giovani occidentali). Secondo l’ipotesi 2: “i fattori che aumentano la salienza delle categorizzazioni *ingroup - outgroup* tendono ad accrescere l’identità percepita (somiglianza, equivalenza, intercambiabilità) tra sé e i membri dell’*ingroup* (e la differenza rispetto ai membri dell’*outgroup*) e così depersonalizzano la percezione di sé individuale nelle dimensioni stereotipiche che definiscono l’appartenenza categoriale pertinente (...). Depersonalizzazione si riferisce al processo di ‘stereotipizzazione di sé mediante il quale le persone arrivano a percepirsi più come esemplari intercambiabili di una categoria sociale che come personalità uniche definite dalle loro differenze individuali rispetto agli altri” (Turner, 1987, pp. 65-69).

Se si analizzano i sistemi di rappresentazione attorno ai quali i giovani marocchini impostano i processi di categorizzazione di sé, si osserva che questi appartengono a due classi principali: da una parte c’è l’insieme di tradizioni, valori e tratti stereotipici che li rendono “marocchini” ad un determinato livello di inclusione, dall’altra ci sono le immagini provenienti dal mondo occidentale tramite i media per cui essi appartengono al “gruppo mondiale dei giovani”, ad un livello inclusivo più elevato. Alcune caratteristiche delle due distinte “classi di stimoli” prima citate, sono in pieno contrasto, ad esempio per una ragazza marocchina, islamica, tradizionalmente inferiore all’uomo, mettersi una minigonna o uscire da sola la sera, azioni comuni per una ragazza europea o americana e facilmente rappresentati nei programmi occidentali, potrebbero essere considerati comportamenti *outgroup*, perché in evidente contraddizione con i valori che dovrebbero caratterizzare il gruppo di giovani marocchine.

Per Turner è probabile che: “i modi principali in cui le persone interiorizzano le appartenenze di gruppo siano semplicemente il risultato di comunicazioni persuasive da parte di altri credibili, prestigiosi o attraenti e basati sul comportamento pubblico come membri di gruppo che porta ad un cambiamento privato dell’atteggiamento verso se stessi”; inoltre “il sé e gli altri sono valutati positivamente nella misura in cui sono percepiti come prototipici della categoria di sé più inclusiva

valutata positivamente, categoria nei termini della quale essi si sono confrontati”(Turner, 1987, pp.72-77). Questo è il nodo del problema. Il fatto di essere sottoposti a due classi di informazioni comunicative differenti produce, nei giovani marocchini, uno slittamento di inclusività verso il livello superiore dei giovani mondiali, nell’atto di categorizzare se stessi, e nello stesso tempo una svalutazione dell’*ingroup*, questo avverrebbe perché i giovani occidentali risultano più attraenti e sono quindi valutati più positivamente dei membri dell’*ingroup*. Parte dei giovani marocchini, probabilmente quelli più istruiti e residenti nelle grandi città, si rifiutano in parte di considerarsi tali, in favore di un’immagine di se stessi più moderna e di successo.

Ovviamente si stanno descrivendo le conseguenze più estreme della “colonizzazione mediatica”, anche perché un tale processo avrebbe un esito definitivo e quindi si potrebbe parlare di vera e propria defezione dall’*ingroup*, solo nel momento in cui i giovani marocchini rifiutassero quei valori fondamentali descritti nella precedente analisi antropologica, ovvero l’adesione all’Islam e la polarizzazione di genere. Si è deciso quindi di valutare il tipo di atteggiamento verso questi due sistemi di valore, anche perché è plausibile sostenere che un cambiamento a livello di comportamento sociale che porti a imitazione, mobilità, o cambiamento sociale possa essere preceduto da un cambiamento di atteggiamento nella medesima direzione.

3. Obiettivi

L’obiettivo principale di questa ricerca riguarda la valutazione dell’influenza esercitata dai media occidentali sulla cultura tradizionale marocchina, che si è supposto essere connessa alla diffusione della TV satellitare in Marocco. Si ipotizza che l’esposizione ad immagini e contenuti provenienti da un’altra cultura possono produrre variazioni nella matrice di significati di riferimento del singolo marocchino e quindi generare dei processi di cambiamento dell’identità personale.

Parallelamente si organizzeranno dei modelli interpretativi per la comprensione dei fenomeni migratori; essendo elevato il numero di immigrati marocchini in Italia e contingentemente alle implicazioni socio economiche di tale fenomeno, può essere importante individuare i terreni comuni e le zone di confine tra due culture spesso diverse, ma compresenti sullo stesso territorio, nonché conoscere alcune situazioni che portano queste persone a migrare nel nostro paese.

Per raggiungere questi obiettivi si è partiti dal Marocco, percorrendo le varie tappe che portano un giovane marocchino verso i paesi occidentali e sondando quali possano essere le fonti attraverso cui egli attinge informazioni su questi paesi, prima di intraprendere la decisione di partire.

4. Strumenti e gruppo di ricerca

4.1 La scelta del metodo di indagine

In riferimento alla teoria della coltivazione, si sostiene l’ipotesi per cui un consumo massiccio e prolungato di programmi televisivi, ed in particolare di programmi occidentali, indurrebbe nei giovani marocchini uno scollamento dai sistemi di rappresentazione tipici della loro cultura, omologando le loro opinioni a quelle dei giovani occidentali. Si è pensato che il questionario potesse risultare uno strumento adeguato per testare questa ipotesi, poiché consente di raccogliere molte informazioni in un tempo relativamente limitato.

Il testo del questionario è scritto in francese, lingua ampiamente studiata dai giovani marocchini fin dai primi anni di scuola, tanto da essere considerata la seconda lingua nazionale. Il tempo di compilazione è stato stimato intorno al quarto d’ora, sono state poste domande chiuse, a scelta singola e multipla, scale a intervallo (Likert) a sette punti. La maggior parte dei questionari è stata compilata in presenza dell’intervistatore, in modo tale da sopperire alle eventuali incomprensioni del testo. Ai soggetti è stato chiesto se fossero disponibili a compilare un “veloce” questionario sulle loro abitudini televisive e sull’Islam in Marocco, tenendo ben distinti i due aspetti per evitare che gli intervistati percepissero eventuali collegamenti. Il questionario è diviso in due parti: la prima centrata sui dati anagrafici e sulle abitudini televisive contenente domande chiuse a scelta forzata e multipla, più tre scale di atteggiamento, la seconda parte contenente cinque scale di atteggiamento inerenti ai sistemi di rappresentazione presi in analisi.

Eventuali effetti d’ordine per le domande della seconda parte, sarebbe potuto sorgere con la categoria “Islam”, che si trova nelle prime due domande e che quindi avrebbe potuto influire sulle

risposte successive. Si è comunque deciso di non usare domande *buffer*, perché si può considerare la categoria Islam come “sempre attiva”, un musulmano tende a filtrare ogni episodio della sua vita, quindi anche le informazioni necessarie per rispondere ad una domanda, riferendosi ai principi della sua religione¹⁰.

Il linguaggio utilizzato nel questionario è molto semplice onde evitare incomprensioni dovute al sistema linguistico utilizzato, non conoscendo, quale potesse essere la reazione dei soggetti alla somministrazione e se fossero o meno avvezzi alla compilazione di strumenti di questo tipo. Per evitare di incorrere in tali errori si è condotto un *pre-test* su dieci soggetti marocchini in Italia, verificando, la loro reazione alle domande, se fossero comprensibili e non intrusive o se vi fossero evidenti effetti d'ordine.

La maggior parte dei questionari è stata somministrata nella città di Tangeri, presso un Istituto Superiore di Elettrotecnica, per i soggetti più giovani, e presso la Facoltà Universitaria di Lingue, per i più grandi, anche se la maggior parte degli universitari hanno compilato il questionario presso la Facoltà di Economia e Commercio della città di Tetouan.

4.2 La scelta del gruppo di ricerca

Il tipo di indagine a cui ci si è affidati è *non probabilistica*, infatti, il gruppo di soggetti che ha compilato il questionario è non casuale. Essi sono stati accuratamente scelti in base ad alcune caratteristiche anagrafiche ben precise, principalmente età, provenienza e istruzione¹¹. Inoltre la maggior parte dei questionari è stata somministrata in ambiti scolastici e universitari, sempre in contesti cittadini¹², poiché si sono ritenuti questi soggetti più sensibili all'elaborazione dei contenuti televisivi occidentali e alla loro esposizione. Nella lettura dei risultati si è tenuto conto di questa arbitraria limitazione del campo di indagine onde evitare errori di estendibilità dei risultati. Il gruppo è costituito da 234 soggetti, di cui 141 maschi e 93 femmine. L'età dei soggetti varia dai 16 ai 28 anni, con una media di 20 anni, la gran parte di essi è attualmente studente.

4.3 Ipotesi di ricerca e domande

Le specifiche ipotesi che sono state analizzate sono le seguenti:

- ❑ i soggetti esposti in maniera prolungata alla visione di programmi occidentali, tramite la televisione satellitare, dovrebbero riportare punteggi bassi nelle scale di atteggiamento nella seconda parte del questionario (tranne nella domanda 13, in cui un punteggio alto denota un atteggiamento negativo verso il modo di vestire tipico marocchino)¹³, manifestando così uno scollamento dai sistemi di rappresentazione più specificatamente marocchini;
- ❑ i soggetti che scelgono l'opzione “televisione” come fonte privilegiata per ricevere informazioni dall'occidente dovrebbero riportare punteggi bassi nelle ultime scale (esclusa dom.13);
- ❑ i soggetti che concentrano di più la visione della TV su programmi in lingua straniera dovrebbero riportare punteggi più bassi nelle scale finali (esclusa dom.13);
- ❑ i soggetti che ritengono molto interessanti, istruttivi, utili i programmi occidentali dovrebbero riportare punteggi bassi nelle scale finali (esclusa dom.13), infatti, secondo il modello *elm* di Petty e Cacioppo (1986), le informazioni giudicate importanti per la vita del soggetto sono anche quelle meglio recepite e che permangono più a lungo, è lecito quindi ipotizzare che contribuiscano in qualche modo alla formazione dei sistemi di rappresentazione;

¹⁰ Per ulteriori approfondimenti circa tale argomento vedi “Tecniche dell'intervista e del questionario”, Zammuner, (1998).

¹¹ Quest'ultima variabile non rientra nel questionario poiché praticamente tutti i soggetti sono stati intervistati in ambiti scolastici e universitari, inoltre ad ognuno di essi veniva anticipatamente chiesto se era studente dell'istituto dove si svolgeva l'intervista. Per quanto riguarda i soggetti intervistati in ambiti diversi da quello scolastico, prima della somministrazione, è stato chiesto loro se avevano frequentato le scuole superiori o l'università, in caso di risposta negativa ad entrambe le domande non avrebbero proceduto alla compilazione.

¹² In Marocco il divario tra città e campagne per quanto riguarda il processo di modernizzazione è ancora molto ampio.

¹³ Tale effetto di inversione per la dom. 13 si riproporrà anche per le ipotesi successive

- ❑ risulta più complesso formulare ipotesi rispetto alla domanda 9, riguardante la scelta del tipo di programma, tuttavia si può ipotizzare che film, varietà e pubblicità dovrebbero incidere maggiormente sulla rappresentazione dei giovani occidentali come soggetti da emulare e quindi contribuire a produrre punteggi bassi nella seconda parte del questionario (esclusa dom.13).

4.3.1 Variabili indipendenti

- ❑ Anagrafiche:
 - ❑ sesso;
 - ❑ età;
 - ❑ provenienza;
 - ❑ studi (dom. 1,2,3).
- ❑ Abitudini televisive:
 - ❑ *presenza o meno di una televisione satellitare in casa, presenza o meno di una televisione normale in casa (dom. 4 e 5).* Queste domande sono servite a rilevare la percentuale di apparecchi satellitari posseduti dai giovani intervistati. Qualora entrambe le domande avessero avuto risposta negativa, i soggetti erano invitati a compilare direttamente la seconda parte del questionario;
 - ❑ *tipo di fonti per ricevere informazioni sull'occidente¹⁴ (dom. 6).* Tramite questa domanda si è cercato di capire quali fossero le fonti informative maggiormente implicate nella formazione di rappresentazioni del mondo occidentale. Le varie scelte (televisione, radio, giornali, altro) comprendevano anche l'opzione "racconti di amici e parenti", si è infatti considerato da una parte l'alto tasso di immigrazione marocchina verso l'occidente, dall'altra il ruolo determinante giocato dallo scambio comunicativo *faccia a faccia* nella diffusione delle informazioni. Tale domanda conteneva nell'ultimo punto anche un'integrazione, nella quale veniva chiesto di specificare una preferenza tra le risposte prescelte;
 - ❑ *tempo di esposizione (dom.7).* Ai soggetti è stato chiesto di specificare, su una scala nominale di quattro punti (da meno di un'ora a più di tre ore), il loro tempo di esposizione al mezzo televisivo. Questa operazione è stata condotta per poter suddividere il campione in *high viewers* (più di tre ore) e *low viewers* (meno di un'ora), sono state considerate le categorie intermedie, tra 1 e 2 ore e tra 2 e 3 ore come tempo di esposizione medio-basso e medio-alto;
 - ❑ *tipo di canale (dom.8).* Con questa domanda a scelta forzata si intendeva conoscere il tipo di canali su cui i soggetti si sintonizzano maggiormente, se in lingua araba o in lingua straniera;
 - ❑ *tipo di programma (dom.9).* Oltre al tipo di canale si è chiesto ai soggetti di specificare le preferenze per le varie tipologie di programmi trasmesse dalle TV straniere. La domanda era a scelta multipla con la possibilità di scegliere più di un'opzione di risposta;
 - ❑ *atteggiamenti sui programmi occidentali (dom.10).* Tramite l'utilizzo di tre scale Likert a sette punti si è provato a sondare gli atteggiamenti dei soggetti per i programmi occidentali da loro visti, rispettivamente circa quanto li ritenessero interessanti, istruttivi, utili. L'impostazione teorica che fa da sfondo a queste domande deriva dal modello di elaborazione dell'informazione di Petty e Cacioppo (1986).

4.3.2 Variabili dipendenti

Le variabili dipendenti sono costituite dagli atteggiamenti dei soggetti nei confronti di alcuni aspetti della cultura marocchina:

¹⁴ Tale domanda non rientra specificatamente nelle abitudini televisive, riguarda piuttosto il rapporto più generale tra il gruppo di intervistati e il consumo di informazione, tuttavia, come si vedrà nei risultati, la maggior parte di essi ha scelto la TV come mezzo per ricevere informazioni sull'occidente.

- ❑ *il ruolo giocato dalla religione musulmana nella vita quotidiana di un giovane marocchino (dom.11).* Questa domanda è riferibile all'importanza del sistema di rappresentazione legato all'Islam per la vita dei giovani marocchini, come emerge dall'analisi sui valori tradizionali nella precedente indagine antropologica;
- ❑ *il ruolo giocato dalla religione musulmana nelle scelte politiche del Paese (dom.12).* Anche questa domanda riguarda il sistema di rappresentazione islamico, tuttavia è maggiormente legato al rapporto tra Stato e religione;
- ❑ *il modo di vestire tradizionale del Marocco (dom.13).* Questa domanda è inerente ad un aspetto formale della cultura islamica e riguarda una questione di costume che non sta alla base dell'ordine sociale, (come la polarizzazione di genere);
- ❑ *la condizione della donna (dom.14).* Questo quesito ci serve a capire quanto i soggetti ritengano giusta la condizione della donna in Marocco, è riferibile quindi al sistema di rappresentazione sulla polarizzazione di genere;
- ❑ *il livello di stimoli per un giovane marocchino in patria (dom.15).* Tale domanda serve a comprendere la portata delle tendenze etnocentriche dei giovani marocchini, anche se è vero che un individuo può amare il suo paese e contemporaneamente doverlo abbandonare per motivi di sussistenza.

In riferimento alla teoria della categorizzazione del sé, si è cercato di porre queste domande in modo tale da ottenere risposte non tanto riferibili all'esperienza personale dei soggetti, ma piuttosto alla loro appartenenza ad un gruppo (di marocchini o di giovani marocchini), non si è chiesto ad esempio “quanto ritieni importante la religione musulmana nella tua vita”, oppure “quanto è stimolante per te vivere in Marocco”, ma “quanto ritieni importante la religione musulmana nella vita dei giovani marocchini” e “quanto ritieni stimolante vivere in Marocco per un giovane della tua età”.

Per quanto riguarda la scelta degli argomenti, si è fatto riferimento all'analisi antropologica dei sistemi di rappresentazione marocchini e in particolare a quelli che differenziano il mondo musulmano da quello occidentale. Come strumento di misura si è optato per una scala Likert a sette punti.

5. Analisi dei dati

L'analisi dei dati è stata condotta usando una correlazione lineare, confrontando scale a intervallo con scale nominali.

L'ipotesi principale, ovvero quella per cui un uso massiccio della TV produrrebbe un allontanamento dai valori tradizionali, risulta parzialmente confermata. Correlando la variabile tempo di esposizione con le singole scale di atteggiamento si osserva una relazione significativa per quanto riguarda il ritenere “fuori moda” il modo di vestire tipico del Marocco e il fatto di ritenere poco stimolante per i giovani marocchini la vita nel loro Paese (Tab. 1). Non si sono individuate relazioni tra l'uso massiccio di TV e il fatto di ritenere l'Islam poco importante nella vita quotidiana o poco influente nelle decisioni politiche del Paese e neppure con il ritenere ingiusta la condizione femminile in Marocco.

Si potrebbe interpretare questo primo risultato come la conseguenza dell'inattaccabilità dei valori dominanti, ovvero l'Islam e la polarizzazione di genere, mentre altri aspetti più marginali o formali, come il modo di vestire o il desiderio di divertimento ed emancipazione, potrebbero risultare maggiormente influenzati da un'esposizione prolungata alla TV.

In base alla seconda ipotesi si sarebbe dovuto riscontrare una correlazione positiva tra lo scegliere la TV come mezzo privilegiato per ricevere informazioni sull'Occidente e l'allontanamento dai valori tradizionali. Questo è avvenuto per la percezione dell'Islam come poco importante nella vita dei giovani marocchini, per la scarsa relazione tra Islam e scelte politiche e per il fatto di ritenere “fuori moda” il modo di vestire tipico marocchino, non si sono riscontrate relazioni significative per le altre due scale di atteggiamento.

Gli indici riguardanti la terza ipotesi sono risultati particolarmente interessanti, infatti la visione di programmi in lingua straniera è correlata con un allontanamento dai valori tipici in tutte le scale

esaminate (tranne sull'ultima, con correlazione debole) ed in particolare in quelle relative alla condizione della donna e alla percezione di importanza della religione. Sembrerebbe quindi che la variabile lingua sia la più influente rispetto ad un allontanamento complessivo dai valori tradizionali (Tab.1).

La correlazione tra le scale di atteggiamento nei confronti dei programmi occidentali e le scale finali non è risultata significativa, se non per la scala di utilità per cui sono emerse correlazioni significative con le prime due variabili dipendenti. Chi ritiene maggiormente utili i programmi occidentali visti in TV manifesta un generale allontanamento dai sistemi di rappresentazione legati alla percezione del ruolo della religione islamica in Marocco. Per quanto concerne le correlazioni tra il tipo di programma e le variabili dipendenti, si osserva che alla visione di film e di telegiornali stranieri corrisponde una percezione di minore importanza rispetto al ruolo dell'Islam nella vita quotidiana dei giovani; la visione di telenovela e telefilm sembrerebbe influire sul fatto di ritenere ingiusta la condizione della donna (Tab. 1).

Si potrebbe pensare che tale risultato dipenda dalla rappresentazione della figura femminile che emerge dai telefilm occidentali, come emancipata, generalmente paritetica all'uomo e spesso in carriera e che si contrappone alla rappresentazione sociale della donna marocchina in cui essa figura in gran parte sprovvista di tali libertà.

F(x)	Importanza religione islamica	Legame tra stato e religione	Modo di vestire	Condizione della donna	Stimoli in Marocco
Tempo	0,1820	0,1069	<u>0,1275</u>	0,083	0,0382
Mezzi preferiti	0,0354	<u>0,0066</u>	<u>0,0951</u>	0,0712	0,1035
Lingua programmi	<u>0,0269</u>	<u>0,0317</u>	<u>0,0558</u>	<u>0,0237</u>	0,0475
Att.prog.:interesse	<u>0,1503</u>	<u>0,1625</u>	0,0807	0,036	<u>0,1628</u>
Att.prog.:istruttivi	0,1338	0,003	0,1662	0,0318	0,0623
Att.prog.:utilità	0,2626	0,9357	0,1662	0,0318	0,0623
Visione film	<u>0,0259</u>	0,346	0,0471	0,0892	<u>0,0666</u>
Visione tg	<u>0,0015</u>	<u>0,0030</u>	0,0715	<u>0,0451</u>	0,084
Visione varietà	<u>0,0358</u>	<u>0,0104</u>	0,0073	0,7031	<u>0,0136</u>
Visione telefilm	0,1358	0,0406	0,0547	0,0068	0,0284

Tabella 1. Risultati ottenuti dalla funzione di correlazione lineare ($p < 0.05$), gli indici riportati sono ottenuti incrociando le variabili indipendenti indicate nelle ipotesi (prima colonna) con le scale di atteggiamento (prima riga). Gli indici sottolineati sono quelli statisticamente più significativi

6. Interpretazione dei risultati

L'ipotesi principale, ovvero quella per cui una prolungata visione della televisione può interagire con i sistemi di rappresentazione dei giovani marocchini nella direzione di un allontanamento dai valori tipici è confermata in alcuni suoi aspetti. La variabile più rilevante corrisponde con la lingua dei programmi visti, chi guarda programmi in lingua straniera manifesta un allontanamento complessivo dai valori tradizionali.

Si è esposto precedentemente come non sia solo la TV a determinare un'influenza più o meno diretta su questi giovani, ma vi siano altri fattori che intervengano in questo processo, come la subordinazione del Marocco alle nazioni occidentali, la cui natura è sia storica (il colonialismo), sia economica e politica. D'altra parte è evidente che il ruolo giocato dall'informazione e dagli strumenti del comunicare è determinante nel formare le rappresentazioni dell'Occidente presso i popoli arabi. Durante la raccolta dei dati è emerso come i soggetti lamentassero mancanza di libertà, sia fondamentali che secondarie. Si ipotizza che l'assenza di queste libertà sia un motivo sufficiente, oltre alle ristrettezze economiche, per decidere di emigrare.

Considerando come la conoscenza avviene attraverso l'individuazione di differenze, un elemento cruciale sembra essere rappresentato dal confronto, come potrebbero i giovani marocchini desiderare maggiori libertà se non avessero la percezione che la loro vita in patria è limitata rispetto a quella dei ragazzi di altre nazioni? Il fatto che la televisione sia il mezzo privilegiato per ottenere informazioni sull'Occidente e che il vedere programmi in lingua straniera influisca

sull'allontanamento dai valori tradizionali possono essere chiari indici del fatto che la TV è il mezzo principale attraverso il quale si articola tale confronto.

Per quanto concerne i limiti di questo lavoro, ci si è più volte trovati a riflettere circa l'adeguatezza dello strumento utilizzato. Sono emersi dubbi inerenti al fatto che fenomeni complessi appartenenti al campo dell'influenza sociale sono difficilmente quantificabili e codificabili tramite indici numerici. Senza scadere nel relativismo ateoretico, si può affermare che il dover esprimere valutazioni circa aspetti così importanti della società marocchina, come il ruolo della religione islamica o la condizione della donna, semplicemente ponendo un segno su una scala numerata, può risultare riduttivo rispetto alle rappresentazioni individuali provenienti dalla loro esperienza. Tale aspetto di eccessiva generalizzazione si ripropone se si pensa che le domande, inerenti ai sistemi di rappresentazione tipici, sono state pensate da un occidentale in una forma linguistica che non è di certo quella araba. Il questionario impone una "forma concettuale", ovvero una forma entro la quale si tendono a racchiudere concetti complessi come quelli trattati e che orienta gli intervistati verso una determinata visione del mondo, quella del ricercatore.

7. Conclusioni

L'obiettivo principale della ricerca è stata l'analisi di come la visione prolungata di programmi occidentali, tramite la TV satellitare, potesse concorrere a produrre modificazioni nei sistemi di rappresentazione dei giovani marocchini, nella direzione di un allontanamento dai valori tradizionali. Un altro obiettivo, sviluppato nella riflessione teorica e parzialmente nella ricerca, è stato lo studio di quali potessero essere le situazioni e le condizioni entro le quali i marocchini abbandonano il proprio paese.

I risultati suggeriscono che non è tanto la visione prolungata di televisione a produrre tali modificazioni nella cultura marocchina, ma piuttosto il fatto che i programmi visti siano in lingua straniera e che rappresentino i costumi e lo stile di vita di altre nazioni, per lo più occidentali.

Si può ipotizzare che il contatto televisivo con altre culture generi dei processi di cambiamento dell'identità dei giovani marocchini¹⁵.

Da un punto di vista teorico, può risultare complesso studiare i processi che sottendono i cambiamenti del concetto di identità ed il senso di appartenenza ad un determinato popolo. In Marocco ad esempio, il concetto di identità nazionale è difficilmente riconducibile a quello occidentale, dato che l'universo antropologico marocchino risulta frammentato in sotto-gruppi spesso diversi tra loro.

Dalla lettura dei dati si comprende come l'identità personale non possa essere intesa come una proprietà del singolo marocchino, ma come i processi di organizzazione del sé siano in costante relazione con la matrice culturale di riferimento. Le narrazioni attraverso cui i giovani si raccontano mutano con l'irrompere del mondo occidentale, tramite il mezzo televisivo, nel mondo musulmano. Questi cambiamenti vedono il soggetto come un elemento attivo nei processi di ridefinizione dell'identità e non come un ingranaggio passivo inserito in un fenomeno di colonizzazione culturale.

Un naturale sviluppo della ricerca dovrebbe indirizzarsi verso lo studio delle rappresentazioni dell'Occidente da parte dei giovani marocchini, per comprendere attraverso quali dimensioni raccontino il mondo occidentale.

¹⁵

Va specificato che i programmi televisivi non sono la "causa" di tale cambiamento culturale, bensì uno dei mezzi attraverso i quali si articola il confronto tra il gruppo dei giovani marocchini e quello dei giovani occidentali.