

Smith con il suo *Inside Chance* (2000). Il libro è una specie di cubo di Rubik che deve essere ruotato in varie direzioni per consentire al fruitore di seguire l'omonimo testo di Alberto Ríos. L'opera, ovviamente, cambia con il ruotare delle facce del dado rendendo possibile, in modo fisicamente elementare, diverse composizioni del testo, in una sorta di poetica ucronia.

*The Book as Art* «[...] è stato progettato per stimolare la fantasia degli spettatori e ampliare la comprensione e l'apprezzamento popolare di questa forma d'arte interdisciplinare», spiega Krystyna Wasserman, curatore della mostra e del catalogo, che con questo testo si propone di «di stuzzicare gli appetiti di potenziali nuovi collezionisti e ispirare giovani artisti».

ELISA BALDINI

**COREY ROSS, *Media and the making of modern Germany. Mass communications, society and politics from the Empire to the Third Reich*, Oxford, Oxford university press, 2008, XIII, 426 p., ill., ISBN 9780199278213, 67,00 £ (ed. paperback 2010, 26,00 £).**

dato alle stampe non più di una manciata di anni fa, lo studio di Corey Ross, docente di storia moderna presso l'Università di Birmingham, offre alla critica uno spunto di riflessione che si discosta da quelli convenzionalmente adottati per illustrare la diffusione, in età moderna, dei mezzi di comunicazione di massa. L'analisi che si snoda attraverso i capitoli del libro tenta di soddisfare quella dichiarazione d'intenti che l'autore, nelle vesti di storiografo, pone in apertura di volume; il riferimento va ad una trattazione che si allarghi a considerare il fenomeno nella complessità e nella totalità dei suoi sviluppi, come interrelazione tra nuove modalità di comunicare rispondenti a logiche diverse da quelle vigenti ed il tessuto politico e sociale della Germania, visione questa spesso rimasta frammentaria e sparsa nella molteplicità degli studi specialistici. I nuovi media divennero una componente socialmente e culturalmente rilevante nel tessuto civile, tanto da estendere la loro pervasività in ambiti ben più vasti di quello di loro stretta afferenza; basti pensare a come il loro impatto si fece sentire anche in relazione alla dinamica più generale riguardante il mutamento dei valori tradizionali della società.

Il terreno d'indagine che fa da sfondo alle osservazioni di Ross, alcune dal sapore inedito, è la Germania dell'età moderna, uno degli stati più all'avanguardia sotto il profilo culturale ed economicamente più prosperi del continente europeo. Il periodo preso in esame parte dagli

ultimi decenni dell'Ottocento e giunge alla metà del secolo seguente, coprendo un arco temporale in cui la nazione tedesca vide avvicinarsi alla sua guida governi politici diversi, dall'Impero all'avvento delle forze naziste passando attraverso quel tentativo di costituzione democratica che fu la Repubblica di Weimar. I mezzi di comunicazione di massa sono notoriamente un potenziale il cui controllo, ambito dalla classe al potere, è una costante della storia delle nazioni; la Germania tuttavia può vantare il primato europeo di Stato in cui l'affacciarsi dei nuovi media nella società fu altamente politicizzato, prendendo quest'ultimo parte attiva nella mobilitazione delle masse in vista dell'intervento tedesco nella prima guerra mondiale o nella campagna propagandistica del Nazismo, tanto per citare qualche esempio.

L'impatto dei mezzi di comunicazione di massa è stato spesso volte sfumato dalla ben più convenzionale interpretazione della strumentalizzazione che viene fatta della cultura e dei media a fini politici, visione che ha oscurato altre linee di indagine. È interessante notare come in questa sede parte inscindibile dell'analisi proposta sia il modo in cui i media vennero recepiti e adottati dalle masse che li usavano, assurgendo esse a divenire interlocutori attivi all'interno del processo di selezione dei prodotti culturali. Si tratta di un contributo interessante che va ad affiancare il più consueto approccio alle forme di comunicazione, lette con la semantica di un flusso unidirezionale di informazioni e messaggi che si riversa sugli spettatori, soggetti passivi. I gusti del popolo e la moda divennero criteri non più irrilevanti nel processo di appropriazione delle forme di divertimento da parte delle masse, divertimento proposto nelle multiformi varianti di produzione paraletteraria, cinema, musica. Da ciò consegue lo stretto rapporto che unì i produttori con la dimensione dei consumatori, nella costante ricerca di un terreno di comunicazione favorevole che permettesse di ottenere ottimi risultati nei termini del successo e, non ultimo, del profitto. Assumere questa prospettiva equivale a ridimensionare il potere accreditato alla classe dei produttori, il quale viene ora relativizzato all'interno di un sistema che vede domanda e offerta inseguirsi in una dinamica ciclica. Ciò non indica naturalmente un'equa distribuzione di potere e influenza, ma porta alla luce una reciproca interazione in cui nessuna delle due parti è del tutto dominante. Gli imprenditori di questa nuova industria culturale ben presto dovettero fare i conti con le preferenze dettate dal mercato dei consumatori, e impararono che la chiave del successo dei loro prodotti stava nel riuscire a soddisfare, sapendoli anticipare, i desideri dell'audience. Proprio da questo aspetto prende avvio l'analisi, dai principi che presiedettero alla commercializzazione dei prodotti culturali destinati alle classi salariate più povere, deliberatamente aventi l'obiettivo di rispondere alle loro aspettative.

Altro nodo della questione, messo adeguatamente in rilievo, è il modo in cui le élite culturali del paese furono chiamate a rapportarsi con il

nuovo orientamento commerciale della cultura popolare, guardato come temibile nei confronti di una più aristocratica tradizione nazionale. A questo aspetto fa da pendant la problematica inerente alla diffusa distribuzione e al facile accesso alle nuove risorse, che minarono la posizione di privilegio di coloro che detenevano il controllo della vita culturale, fino ad allora suoi principali arbitri e quasi esclusivi fruitori. Il ruolo che ebbero i media non è da ritenere predeterminato, ma fu un prodotto delle circostanze politiche e sociali e delle relazioni che essi instaurarono con la cultura dominante del tempo. In questo risiede la specificità del fenomeno tedesco all'interno del panorama internazionale. La messa in discussione del vigente sistema gerarchico non poté che suscitare accesi dibattiti e forti polemiche, sentiti con forza in virtù dell'associazione che si poneva in essere tra i mass media e quella cultura ritenuta valore fondante della nazionalità tedesca. Non a tutti era gradito lo slittamento dalla missione di elevazione culturale e spirituale da attribuire alla cultura, al puro strumento di profitto moderno che di fatto essa si ritrovava ad essere. Primi bersagli dell'avversione dell'opinione pubblica erano la razionalità della logica meramente economica, unita al presunto danneggiamento morale che sarebbe derivato alla popolazione dalla frequentazione con materiale che faceva appello esclusivamente ai sensi e alle svariate passioni che dominano l'individuo. Sull'aspetto dell'affermazione della cultura commerciale a scapito della tradizione culturale l'autore si sofferma diffusamente, facendo di questo uno dei punti di svolta del processo di massificazione del godimento del tempo libero, consolidatosi ormai nei primi decenni del Novecento. Il valore dei prodotti di intrattenimento, fossero essi film o opere scritte, si misurerà d'ora in avanti nei termini del guadagno che essi riusciranno ad attirare nelle tasche dei produttori, a prescindere dal giudizio sul merito artistico, astratto da ogni tornaconto economico e fino ad allora assegnato da un'oligarchia culturale che talvolta guardava persino con sospetto certe forme di imprenditoria culturale.

Non ne conseguì tuttavia una condanna della mercificazione della cultura e dei mutamenti che si registrarono nelle pratiche di lettura e di fruizione di quelli che ormai erano diventati mezzi di svago. Si lascia spazio al contrario ad alcune osservazioni che suonano piuttosto come lucide intuizioni. E così la nuova stampa quotidiana, fatta di giornali popolari le cui pagine si animavano della quotidianità, di articoli brevi su argomenti poco impegnativi o addirittura frivoli, di giochi divertenti, fece proseliti non tanto tra i lettori dei giornali letterari quanto tra coloro che poco erano avvezzi alla serietà delle testate vecchio modello, dal contenuto tutto intellettuale. Le nuove pubblicazioni di massa ebbero dunque il merito di avvicinare una nuova fetta di popolazione alla pratica della lettura, attraverso il ricorso a generi giudicati più attraenti da una classe poco acculturata.

Dallo studio si evince inoltre come uno degli obiettivi sia quello di sostenere l'ambivalenza politica del concetto di cultura di massa, affine tanto alle idee democratiche quanto al più rigido regime dittatoriale, e non inquadrabile in una rigida definizione che rischia di far perdere la complessità della sua entità. Sebbene i mezzi della grande comunicazione siano spesso stati oggetto di manipolazioni per fini altri da quelli pedagogici, è innegabile al contempo che essi siano prerequisito di una società aperta che legittima i gusti popolari.

La veloce modernizzazione economica e tecnologica e l'urbanizzazione furono elementi propulsori dell'affacciarsi sulla scena delle nuove modalità di fruizione della cultura, esplose nei primi anni del Novecento come fenomeno dilagante nella società tedesca. Da questa stessa modernizzazione fu assicurata la loro diffusione su larga scala, grazie ad un sempre più maturo mercato orientato al consumo da parte degli strati popolari meno agiati; i nuovi media non furono soltanto un prodotto bensì la prima espressione culturale dell'industrializzazione. Caratteristica di valore del volume è la connotazione di ampio respiro attribuita alla trattazione, che valuta sullo stesso piano la presa sociale che ebbero le differenti forme di intrattenimento e, piuttosto che scinderle in approfondimenti singoli, presenta il loro intrecciarsi reciprocamente nel corso del tempo. Non è la storia dei mass media in sé ma quella di come essi trovarono una propria collocazione all'interno del contesto sociale fino a dare forma alla moderna cultura di massa. Non manca il supporto di tutto un apparato di dati storici e statistici di cui avvalersi per meglio comprendere l'impronta lasciata dall'avvento dei nuovi generi e delle modalità della loro diffusione. Con accuratezza di dettagli vengono presentate le linee dell'evoluzione dei vari apparati mediatici, la cui esplosione si colloca negli anni Ottanta dell'Ottocento; ci si sofferma diffusamente su come cambia l'industria editoriale della stampa quotidiana, sulla nascita della tecnica cinematografica e sulla percezione che se ne ebbe, sull'esordio del fonografo quale simbolo del mutamento delle modalità di ricezione della cultura musicale. In modo altrettanto approfondito viene dato conto dei tentativi che le classi al governo misero in campo per provvedere a forme di regolamentazione della diffusione dei contenuti dei nuovi media, le quali sfociarono non di rado nella censura.

FABIOLA MATALONI