

Chi parla a chi?

Walter Lorenzoni

Su queste pagine siamo tornati a più riprese sul problema del lettore delle riviste e, più in generale, sul destinatario delle attività culturali. A chi si rivolge un'associazione quando promuove un'iniziativa o una rivista quando pubblica un fascicolo? Non sempre gli operatori culturali, però, mostrano di avere un reale interesse ad approfondire la questione. Quando ci siamo trovati a sollecitare in proposito un parere da altri periodici e soggetti culturali, ci è capitato spesso di ricevere risposte generiche, come se si trattasse, tutto sommato, di cose di poco conto. Le ragioni di un tale atteggiamento sono, a mio parere, diverse. In genere, succede che l'attenzione è rivolta, innanzi tutto, al contenuto della proposta culturale piuttosto che al contesto entro cui essa si iscrive. Ma in molti altri casi va detto che sembra esserci una preliminare rinuncia a confrontarsi sul terreno del discorso pubblico, preferendo l'autoreferenzialità, che pone al centro il momento della produzione a scapito di quello della ricezione, o tentando, tutt'al più, la creazione di microcomunità, tanto illusoriamente autosufficienti quanto nella realtà gbettizzate. Per noi, invece, il problema del lettore e delle circostanze in cui si svolge il lavoro culturale è risultato fondamentale fin da subito. Possiamo dire che "Il Gabellino" ha nel suo dna la riflessione sul "far rivista": sono lì a testimoniarlo le tante iniziative organizzate sul tema nel corso degli anni (mostra, convegno, seminari, dossier), che ci hanno procurato da parte di qualcuno, forse anche con qualche fondamento, l'accusa di "sociologismo".

La domanda qui in gioco, "A chi ci rivolgiamo e con quale scopo", ne sottintende, però, un'altra, anch'essa decisiva, "Chi parla e in nome di che cosa". Anche a quest'ultimo interrogativo abbiamo provato, in più di un'occasione, di dare delle risposte, partendo magari da un piccolo lavoro d'inchiesta che, tra le altre cose, ha portato, da un lato, a far emergere la nuova realtà in cui si viene a collocare l'agire culturale, segnato ormai dall'assenza di quelle organizzazioni politico-sociali che in passato ne avevano costituito il punto di riferimento, e, dall'altro, a focalizzare meglio l'attenzione sui soggetti che attualmente promuovono il lavoro culturale, tutti in qualche modo riconducibili all'intellettualità di massa nata nei processi di scolarizzazione della seconda metà del Novecento.

Per approssimarci più efficacemente alla conoscenza del problema, si è poi rivelato particolarmente utile spostare il punto di osservazione da un piano oggettivo, accessibile per lo più solo per piccoli campioni, ad uno soggettivo, in cui la domanda sul "Chi parla" diventa: "Come si autorappresenta chi parla e come vorrebbe che se lo rappresentassero gli altri". Anche qui, nel corso del tempo, qualche idea è venuta fuori, riflettendo, soprattutto, su come l'intellettualità

diffusa può pensare il proprio agire culturale. Volontariato, vista la somiglianza con altre esperienze della società civile che cataloghiamo sotto questo nome, o semplice passatempo per evadere dalla routine del quotidiano? Ricerca scientifico-intellettuale - legata, per esempio, alla storia del territorio, alle tecniche della scrittura, alla letteratura ecc. - o militanza in nome di un qualche progetto culturale, sociale, politico? O invece, come accade di frequente, diverse di tali alternative messe insieme?

Tuttavia, se questi sono alcuni dei possibili modi attraverso cui l'intellettualità di massa si autorappresenta, siamo sicuri che anche i fruitori della sua azione

culturale se la rappresentino allo stesso modo? La sensazione è che ci sia una difficoltà nella dialettica del riconoscimento tra emittente e destinatario. E che dire di quest'ultimo? A volte è un "interlocutore", co-protagonista più o meno attivo dell'impresa culturale, molto più spesso è un nudo "pubblico", terminale passivo di informazioni e proposte calate dall'alto. Questo cambiamento è iniziato a partire dagli anni Ottanta, con l'affermarsi della specializzazione delle attività culturali, e lo si può osservare, in modo esemplare, nel mondo dell'editoria, dove ricerca del profitto e mercato, favorendo sempre di più la logica del consumo immediato, hanno trasformato in una massa di clienti quella che era una comunità di lettori. È a cominciare da questo momento che l'azione dei gruppi intellettuali è riuscita sempre meno ad incidere

nella formazione di un sapere critico condiviso. Lo specialismo, determinando l'assenza di un reale confronto comune, ha reso difficilmente praticabile anche un discorso comune, perché ha settorializzato il pubblico in tante parti incomunicanti. Oggi, a mio parere, tali dinamiche, consolidate ormai da anni, hanno subito una brusca accelerazione, dovuta a quella sorta di "mutamento socio-antropologico" in atto che fa dell'individuo l'unico orizzonte di qualunque esperienza possibile.

Il "mutamento" risulta rafforzato dallo sviluppo e dall'uso delle nuove tecnologie, che danno all'individuo un senso di onnipotenza e di libertà che, anche se solo apparenti, non possono non modificare in profondità tutte le forme tradizionali della comunicazione culturale. La stessa funzione socializzante, che i gruppi culturali si erano ritrovati a svolgere dopo il declino della figura dell'intellettuale come coscienza critica della società, mi sembra seriamente messa in discussione dai processi in atto. Di fronte a questa radicale trasformazione del pubblico, mi pare che non ci si possa sottrarre, oggi, all'urgenza di ripensare a fondo la formula stessa della proposta culturale, tanto sul piano della organizzazione che della comunicazione.



Edizione del 1957