

Dalla cultura tipografica alla cultura di massa

Il processo che ha portato alla capillare diffusione dei mezzi di comunicazione, tanto da definire la cultura che su questi media si struttura come “di massa”¹, è in realtà un processo avviatosi nel corso del Settecento con lo sviluppo del sistema editoriale, alimentatosi con la diffusione dell’alfabetizzazione ed evolutosi in un crescendo di innovazioni tecnologiche (a partire dal telegrafo che, oltre ad aver introdotto l’elettricità come supporto per la comunicazione, ha permesso ai giornali di essere aggiornati in tempi rapidi su novità lontane nello spazio) fino a culminare con l’avvento e la diffusione di radio, cinema e televisione.

Ad ogni innovazione e diffusione di una tecnologia cognitiva si sono affiancati i dibattiti, i quali sembrano essersi concentrati su due principali questioni:

- da una parte ci si chiede se l’istanza democratizzante, implicita nella diffusione di un medium, non comporti necessariamente una ricaduta nella qualità culturale delle comunicazioni;
- dall’altra si teme un’influenza totalizzante e manipolante dei media sulle masse.

La prima questione emerge nel momento in cui lo sviluppo editoriale spinge l’editore, figura professionale che si separa dalle altre funzioni dello

¹ Si fa spesso notare che la definizione di “comunicazioni di massa” è ambigua: infatti i confini tra comunicazioni intrapersonali, interpersonali e «comunicazioni che coinvolgono grandi masse non sono affatto così scontate come si potrebbe pensare»; ad ogni modo per “comunicazioni di massa” si intendono «*le tecnologie di comunicazione a larga scala organizzate in broadcasting*». Ugo Volli, *Il libro della comunicazione. Idee, strumenti, modelli*, Milano, Il Saggiatore, 1994, pp. 203-211.

stampatore, del curatore e del libraio, a modificare la sua attività in senso imprenditoriale e a favorire le prime forme di editoria di massa: affiorano in questo periodo, insieme all'entusiasmo per la democratizzazione dell'informazione e della cultura, le prime preoccupazioni sull'abbassamento della qualità che alcuni generi letterari e giornalistici sembrano favorire. Come scrive Cadioli:

Nessuno può dire che la produzione di libri nel Settecento e nell'Ottocento fu di "massa" nel senso novecentesco, ma si può tuttavia sottolineare che sempre, in presenza di un'estensione della diffusione della cultura, della letteratura, della divulgazione scientifica o filosofica, emergono problemi che riguardano il difficile equilibrio tra innovazione e qualità dei prodotti offerti².

² Alberto Cadioli, *Dall'editoria moderna all'editoria multimediale*, Unicopli, Milano 1999, cit. in Giulio Lugli, *Parole on line. Dall'ipertesto all'editoria multimediale*, Milano, Angelo Guerrini e associati, 2001, p. 31.