

TEMA

LA LETTURA OGGI IN ITALIA: UN ICEBERG DA ESPLORARE

di MADEL CRASTA* e GIOVANNI PERESSON**

Questo numero di Economia della Cultura nasce con l'intento di fare il punto sulla «questione lettura» in Italia e sulle ricadute che, non da ora, ha sulla fisionomia complessiva del Paese e su quella che è la prima industria culturale italiana e la sua filiera. È un tema che tocca molti aspetti e vede protagoniste diverse categorie – autori, editori, librai, biblioteche e bibliotecari, insegnanti – con funzioni differenti nell'organizzazione sociale (profit e no-profit, pubblico e privato), diverse catene del valore, saperi e processi produttivi consolidati nei secoli. Il tessuto del libro e della lettura collega oggettivamente queste categorie, ma al suo interno convivono storie, culture e interessi diversi, non sempre convergenti. Ruoli e professioni che insistono proprio sulla faglia in cui i radicali processi di cambiamento oggi in atto provocano intense discontinuità toccando proprio i modi e luoghi della trasmissione del sapere. Si trovano dunque in una posizione precaria in cui il nuovo, ancora in fieri, deve coesistere con i tradizionali processi di produzione e circolazione. Tenendo ben presenti le numerose sedi in cui i problemi sono stati rappresentati, cerchiamo di interrogarci su possibili prospettive o anche strade non ancora percorse. Proviamo ad aggiornare le numerose analisi, i dati, le politiche e gli interventi legislativi sullo stato della lettura in Italia e, confrontandoci anche con i parametri europei, osserviamo da vicino gli aspetti della trasformazione digitale con l'incommensurabile quantità di contenuti immateriali che circola come mai prima.

Un tema questo, affrontato nelle prossime pagine da numerosi punti di vista che non esauriscono certo le prospettive di indagine. Tantomeno esauriscono le possibili linee di approfondimento per ciascuno dei contributi portati, e di cui i curatori di questo numero sono pienamente consapevoli. Al centro di tutte le riflessioni la «lettura» (un comportamento) e il «lettore» (una persona con le sue relazioni, con il suo tempo a disposizione per una precisa attività).

153

* Comitato di Direzione di Economia della Cultura – Via della Dogana Vecchia 5 – 00186 Roma, e-mail: crastamadel@gmail.com

** Direttore dell'Ufficio studi Associazione Italiana Editori – Corso di Porta Romana 108 – 2022 Milano, e-mail: ufficiostudi@aie.it

Emergono da pressoché tutti gli interventi, sia pure con accenti diversi, due aspetti. Viviamo, da un lato, le tensioni più estreme che vanno a connotare l'attività del leggere. Ci muoviamo lungo i confini che stanno ridisegnando il paradigma stesso di lettura e di accesso ai contenuti. Sperimentiamo i nuovi e mutevoli mix tra parola e immagine, tra carta e digitale, tra libri e smartphone, tra Wattpad e romanzo, tra fumetto, graphic novel e fanfiction, tra romanzo e serie tv, tra letture pubbliche, audiolibri e podcast. Sperimentiamo politiche di promozione (cioè di allargamento della domanda a volte innovative e poco o mai percorse) e situazioni di abbandono della lettura (la concorrenza nell'uso del tempo, la carenza di competenze alfabetiche).

Dall'altro, sperimentiamo come parlare di lettura e di lettori significa interrogarci sulla «domanda» di contenuti editoriali e di storie che proviene dal mercato. Significa interrogarci sui prodotti, sulle narrazioni, sui bisogni, che il mercato – il corpo dei lettori - esprime. Significa dare nel modo più preciso dei numeri del (dei) fenomeni. Continuare a osservare la lettura e il lettore (solo) nei modi consueti, rende difficile cogliere le trasformazioni che sono avvenute nei decenni scorsi, quelle che stanno avvenendo, quelle prossime future¹.

Siamo proprio sicuri che la risposta su dove sono andati a finire i 5 milioni di lettori di libri che hanno smesso di dichiararsi lettori sia: Hanno smesso di leggere? E se la domanda (proposta ogni anno e su cui ora scriviamo) non fosse più in grado di intercettare le molteplici forme che ha assunto oggi quella stessa formula di fronte a nuovi generi o sottogeneri editoriali? Se noi stessi, che commentiamo i dati sulla lettura, lo facciamo ma avendo una nostra idea di lettura e di libro? E su questo misuriamo il tutto? Se fosse una domanda in cui l'intervistato non si riconosce più? Una domanda incapace di intercettare la lettura dentro i diversi generi editoriali che la rendono praticabile? La domanda intercetta i tanti modi in cui il lettore (più o meno «colto») accede (legge) materiali «editorialmente» importanti e curati? Già oggi i Millennials, la generazione Z, coloro, che saranno i clienti di editori e librerie nei prossimi anni: quanto si riconoscono in una tale domanda? Già oggi coloro che indirettamente pagheranno il diritto d'autore agli aventi diritto si muovono e navigano in un nuovo ecosistema che ha (e avrà) modelli di business ben diversi da quelli tradizionali.

Come in un iceberg, è sempre più rilevante – almeno per dimensioni, per numero di persone coinvolte – la parte sommersa della lettura e dei lettori. Una parte che coincide sempre meno con le forme di lettura più tradizionali e strutturate. Ma al tempo stesso non le esclude dalla pratica quotidiana, tanto che nel 2021 sono state comprate 16 milioni di copie in più di libri (a stampa) rispetto al 2019.

Quello che appare evidente è la divaricazione strutturale tra le due linee. I «libri» (e la loro molteplicità di generi, manuali, forme, ecc.) rappresentano ormai sempre meno la «lettura». Una parte invece che il digitale ha esponenzialmente ampliato. Ma non ha certo ampliato in direzione degli e-book immaginati come naturale sostituto al libro e di biblioteche «infinite» da portare con sé.

Al di là di quella parte – tutto sommato fatta da un mix di lettura di libri, e-book e di ascolto di audiolibri – troviamo altre forme di lettura (e di scrittura e di ascolto: i podcast) anche molto articolate e complesse. Queste sì in crescita. I testi che posso trovare su blog specializzati in segnalazioni di libri, quelli dei book influencer, o di eventi culturali, di geopolitica, sul cinema o sul teatro, sulle scienze sociali, ecc. Letture che richiedono – anche nella loro brevità – impegno e attenzione. E poi testi di fan-fiction o di narrazioni che hanno come piattaforma Wattpad, o Instagram, ecc.; siti di quotidiani e periodici che affiancano la possibilità di acquistare la testata in edicola a quella di consultare (in tempo reale) articoli e studi su temi e argomenti i più diversi e disparati. Anche queste forme (e modi) le posso (o le devo) riconoscere come lettura? E le riconosce come lettura chi si dichiara non lettore?

La domanda che in realtà dobbiamo porci nel ragionare su questi dati è sempre più: di «quale lettura sta parlando in questo momento il nostro lettore». Ciò che implica riconoscere il nuovo statuto di poliedricità della lettura e del lettore. E se la «liquidità» non fosse (solo) del libro (o dei generi, o delle storie, e anche delle storie degli universi professionali), ma del lettore? Se fosse lui a esser diventato «liquido», liquido nel momento in cui si definisce come lettore? Nel momento in cui deve rispondere alla fatidica domanda: «Lei ha letto un libro, un e-book, ascoltato un audiolibro nei 12 mesi precedenti?»

La lettura (e di soli libri) esaurisce – o no – la rappresentazione che ci diamo della domanda di lettura proveniente dalla società e dai clienti degli editori, del suo declinarsi su formati editoriali sempre più eccentrici rispetto alla tradizionale forma libro (tendenzialmente di narrativa più o meno letteraria, o di saggistica più o meno di cultura)? Che cosa ci dice della domanda di lettura la parte sommersa dell'iceberg? Quali progetti editoriali mi suggerisce? Quei numeri che troverete nelle prossime pagine riescono a rappresentare le nuove modalità di lettura in cui il lettore si trova immerso, le nuove dimensioni autoriali che stanno emergendo (il riferimento agli youtuber a Wattpad è perfino scontato)?

In tutto ciò servono dati, osservazioni, misure. Basti una sola considerazione e una domanda. La convinzione, generalizzata e diffusa nei primi due decenni del secolo, di uno spostamento definitivo del formato di lettura dalla pagina del libro a quella dello schermo degli e-reader che peso ha avuto nel determinare gli spostamenti degli investimenti industriali nel settore cartario di cui oggi paghiamo le conseguenze?

Economia della Cultura non può che rimarcare il rapporto, evidentemente non così ovvio, che la lettura ha con la dimensione economica della società, sull'organizzazione delle imprese e con la qualità dello sviluppo. Per una visione prospettica e per agire sul cambiamento, si è cercato di coinvolgere sguardi diversi sulle condizioni che potrebbero oggi, negli anni Venti del nuovo secolo (che forse ruggenti non lo sono ancora), portare a un largo impegno partecipato sia sugli indici di lettura (nella attuale multi-modalità), sia sulla capacità di con-prensione dei testi. La preoccupazione per la dif-

fusa povertà educativa è infatti largamente condivisa per le sue evidenti ricadute sui caratteri dello sviluppo economico e sociale. In quest'ottica l'impegno istituzionale ha bisogno di interagire con un tessuto professionale, imprenditoriale, e sociale coeso per incidere sui diversi canali in cui i contenuti immateriali si distribuiscono. Emerge chiaramente da molte pagine che la fisionomia italiana, così fortemente caratterizzata dalle sue specificità/diversità, richiede l'azione combinata delle sue componenti, tanto più nella complessa realtà dei territori. In conclusione, questo numero ha cercato di raccogliere analisi e idee espresse da quella trama di relazioni che incidono sullo stato dell'arte e ne determinano le traiettorie.

Note

¹ Per un' esplorazione recente del contesto v. *L'Italia multiscreen: dalla smart-tv allo schermo in tasca, così il Paese corre verso il digitale*, Quarto Rapporto Auditel-Censis, Roma 19 novembre 2021.

Keywords: reading, technical and social innovation, measurement and data, human capital, publishing industries, education, inequalities, public policies, libraries