master COPY COPISTERIA

LE ORIGINI DELLA SOCIETÀ DI MASSA

REDDITI E CONSUMI

XX secolo, società hanno una struttura complessa:

- alla base operai e braccianti, non qualificati-
- variegato ceto medio (impiegati pubblici/privati, tecnici e operatori delle industrie,agenti di commercio, contadini benestanti ecc..)
  -tra cui si stanno facendo largo impiegate, infermiere, maestre.
- élite di professionisti, banchieri, imprenditori con netta dominanza maschile

-ceto medio e èlite- reddito buono se non decisamente apprezzabile.
-in questo periodo anche i salari degli operai attraversano una fase positiva, mantenendosi costanti o addirittura a salire di livello. -> per effetto della fase di grande espansione produttiva di fine 800/inizi 900.
-perfino i salari dei contadini riescono a mantenersi in un buon livello (nelle campagne, coloro che non emigrano e riescono a conservare il lavoro mantengono buoni livelli di retribuzione).

inoltre anni 70-80 dell'800 i prezzi del mercato prima scendono, poi riprendono a salire lentamente:

germania 1880-1913:

- i prezzi calano fino al 1895, mentre i salari sono stabili o in crescita.
- dal 1895 i prezzi riprendono a crescere, ma i salari di operai e contadini crescono più rapidamente.

l'incontro tra i due fenomeni **prezzi contenuti-retribuzione in crescita** comporta che il numero di famiglie di operai e di contadini che possono destinare una quota di reddito in beni superflui "voluttuari" o di consumo durevole (macchina per cucire-bicicletta) aumenta.
-> ad esso si devono aggiungere le famiglie di ceto medio-alto che hanno già un reddito favorevole per l'acquisto di questi beni.

quindi-> numero crescente di famiglie che dopo aver comprato il pane, la carne, i beni di prima necessità può permettersi anche dei vestiti migliori o una bicicletta, o un abbonamento per l'energia elettrica e magari dei biglietti per il luna park-> nuovi consumatori.

questo nuovo mercato di consumatori comincia ad avere i tratti di un mercato di massa: nel senso che i nuovi compratori sono molto più numerosi della tradizionale élite della ricchezza (che già da secoli possono permettersi questi beni).

si sta creando un mercato che attira subito l'attenzione di imprenditori più svegli (che vedono nuove potenzialità economiche in questo mercato appena sviluppato), capaci di costruire luoghi commerciali nuovi: *i grandi magazzini.*

I Grandi magazzini
(nati nella seconda metà dell'800 a Parigi, Londra, Berlino) sono spazi commerciali
ampi che mettono a disposizione degli acquirenti una grande varietà di merci (dall'abbigliamento ai prodotti per la casa);

gli imprenditori che organizzano queste cattedrali del commercio trovano soluzioni di vendita adatte ad un nuovo consumo di massa:

- **Riducono i prezzi per attirare più clienti** (capiscono che vendere un grande volume di merce con margini di profitto contenuti alla fine dia risultati economici migliori).
- **Prezzo fisso,** le commesse/i non sono autorizzate a trattare, (addetti ad accogliere il cliente con il sorriso) i clienti possono regolarsi da sé sulla base dei cartellini che indicano il prezzo della merce esposta.
  filosofia commerciale descritta a pieno dai magazzini Fenwick di Newcastle: "Une benvenuto ai clienti, i commessi non sono autorizzati a parlarvi, Curiosate pure senza comprare, potete farlo un'altra volta".
- **Guardare le merci**: I clienti devono partecipare ad un vero e proprio spettacolo , perciò diventano essenziali **le vetrine.**

LA PUBBLICITÀ

i grandi magazzini hanno bisogno di richiamare l'attenzione di tutti, anche di chi non può passare davanti alle vetrine, per questo è importante **la pubblicità**-> affidata ad immagini, testi pubblicati sul giornale, manifesti affissi ai muri o trasformati in cartelloni da appendere ai margini delle strade.

Non serve solo ad informare i potenziali clienti dell'esistenza di quella merce, li vuole far sognare, convincere di entrare in un nuovo mondo dotato di uno stile di vita che il possesso di quella particolare merce può assicurare loro. (è triste invitare le persone a proiettare sogni e ambizioni su puri e semplici oggetti, ma è un sistema che ha un successo strepitoso)
-> nei magazzini Fenwick di Newcastle, quando introducono le tecniche di vendita già in uso a parigi le presenze dei clienti aumentano enormemente-> da 300 ingressi giornalieri a 3000 ingressi.

la grande maggioranza degli ingressi ai magazzini è di donne:

- hanno tanto tempo a disposizione, specie se appartenenti a famiglie borghesi;
- in misura diversa hanno risorse da dedicare agli acquisti.
- La moda mostra una variabilità maggiore nell'abbigliamento femminile; e negli accessori per la cosmesi (comincia ad entrare nel mercato proprio ora).

tutto ciò aumenta la curiosità e la voglia di andare a fare shopping. inoltre:

- è un modo per uscire dalla prigionia domestica, per incontrare persone e per variare l'orizzonte visivo.
- è un momento di indipendenza, uno dei rari casi in cui le donne borghesi possono andare in giro da sole, senza il marito a fianco.

GRANDI MAGAZZINI E NEGOZI TRADIZIONALI

il paradosso delle grandi distribuzioni-> coprono ancora uno spazio percentuale ristretto sul totale degli scambi commerciali (tra 2% e 5% in generale)- (10% e il 15% se ci si limita alle merci prevalentemente vendute nei nuovi centri di distribuzione commerciale.

-> questo fa sì che molti si dirigono ancora al mercato rionale, o nei piccoli negozi.

ma è chiaro che i grandi magazzini sono il futuro, e che si imprimono a fondo nell'immaginario collettivo, sui quali la pubblicità fa colpo aprendo spazi per la fantasticheria e il desiderio.

DIVERTIMENTI DI MASSA

I nuovi consumatori dopo aver acquistato beni di prima necessità e aver fatto un giro nei grandi magazzini possono:

- comprare quotidiani, se sanno leggere e scrivere, una risorsa essenziale per informarsi sulle vicende politiche o economiche del giorno.
- comprare riviste specializzate, sofisticate e piene d'immagini per il pettegolezzo politico o mondano, cronaca nera o sport ("Illustrazione Italiana" dal 1873; il britannico "Daily Mail"

dal 1896; "Domenica del Corriere" dal 1899 come supplemento di un quotidiano italiano; "Corriere della sera")

SPETTACOLI

i nuovi consumatori possono desiderare di assistere a qualche nuovo spettacolo. Sin dalla prima metà del'800 l'Europa è stata attraversata dalla passione per il Melodramma (dramma cantato con accompagnamento musicale, o opera lirica) -> grande diffusione di teatri (anche in paeselli sperduti) -> es. in Italia già nel 1886 ci sono 942 teatri, distribuiti in 650 comuni diversi.

prezzo variabile. per il loggione (balcone più alto dell'emiciclo) ha un prezzo accessibile per gli operai/ ceto medio. Così chiunque può andare ad ascoltare un'opera di Rossini, Puccini, Verdi, Wagner.

le mode si susseguono-> Wagner diventa compositore di culto per i più raffinati, Puccini conquista ogni ascoltatore con gli intrecci e le arie che sceglie.

il Melodramma ha una **diffusione globale**- a distanza di pochi anni, possiamo assistere alla rappresentazione di un'opera lirica in diverse parti del mondo "il Sigfrido di Wagner"

MA all'inizio del '900 il Melodramma incontra un valido competitore: **IL CINEMA**, nascono le prime sale cinematografiche. (1910 in Germania, circa 2500 sale cinematografiche con 200 posti circa)

SPORT

il divertimento di massa che attira più spettatori e imprenditori è lo spettacolo sportivo.
i riformatori sociali ottocenteschi hanno insistito: sport come mezzo per temperare corpi e menti, e abituare ai valori della lealtà e del rispetto-> per questo in diverse scuole (soprattutto in America e Inghilterra) vengono svolte attività ginniche, corsa e canottaggio-> scelta di insegnare uno sport pratico.

ma tra fine ottocento e inizio '900 importante cambiamento-> **lo sport diventa spettacolo**, ci si può interessare alle attività sportive anche senza praticare.

tale cambiamento appartiene alla cultura che favorisce la diffusione dei grandi magazzini: gli imprenditori capiscono che la costruzione di uno stadio, o la commercializzazione dello spettacolo sportivo può essere un buon affare
(tanto più quando i miglioramenti dei mezzi di circolazione permettono a chiunque di raggiungere gli stadi-di solito nelle periferie)

IN EUROPA

tra gli sport più seguiti: IL CALCIO
1888-> nasce, in Inghilterra, la Football League, che sancisce la professionalizzazione dello sport:
-chi vi partecipa riceve un compenso
-chi guarda paga un biglietto
(prima divisione raccoglie 12 squadre, seguite in media da 4-5000 spettatori, vent'anni dopo 20-25000 spettatori a partita).

dall'Inghilterra al resto d'Europa il gioco si diffonde, in italia: Juventus (1897) Genoa (1893)

intorno al calcio si concentrano subito notevoli interessi economici:

- Nascita stampa sportiva
- Scommesse
- Notevoli effetti pubblicitari grazie al proprio nome (dell'imprenditore) o nome della ditta associato ad una squadra di calcio -> così che i produttori di birra inglese cominciano a

sostenere alcune squadre (tra loro John Davies che salva nel 1902 il Manchester United dal fallimento e concede finanziamenti per la costruzione dello stadio Old Trafford-sempre del Manchester)

il grande fascino, specie tra le classi popolari, sta nel fatto che:

- si propone come un ambito dove **può avvenire la più assoluta e la più egualitaria delle ascese** sociali: ogni giocatore ha la stessa identica possibilità di diventare una stella (dai poveri ai ricchi) ognuno può sognare; questa possibilità è legata solo dalle proprie capacità fisiche e atletiche.
- si propone come uno **scontro "tribale-civilizzato"** : mantiene caratteri di dura fisicità, ma all'interno di un contesto di regole che impongono il fair play: rispetto per il gioco, per l'arbitro.
- non conta partecipare, conta vincere: uno dei principi fondamentali della società borghese capitalista è il **raggiungimento del successo**-> Henry Ford, obiettivo di vendere la merce con costi di produzione più bassi possibile ad un prezzo di vendita migliore.
  allo stesso modo, la squadra di calcio e i suoi tifosi non importa giocar bene, ciò che conta è risultare vincitori

  ed ecco che nel calcio, come ogni sport commerciale di massa, **domina il culto delle Performance, del risultato e del successo. (come nel mercato capitalistico)**

  inoltre il fatto che esistano regole manifeste, osservate, o infrante sotto gli occhi di tutti ed esistono gesti nobili e doveroso rispetto che rendono il culto della partita più nobile, più ricco di reminiscenze romanzesche-> quasi come chi insegue la palla sul campo risulti l'erede di un cavaliere che sfidava gli avversari in un torneo.
- infine il **carattere simbolicamente bellico** dello scontro fra due squadre (due piccoli eserciti che si fronteggiano) e la fisicità molto dura del gioco (richiede esibizione di resistenza , di coraggio e di sopportazione della sofferenza) che ne fa **uno spettacolo quasi esclusivamente maschile. (mentre la donna a fare spese ai grandi magazzini)**

AMORE, FAMIGLIA E SESSUALITÀ

Ogni tanto uomini e donne possono incontrarsi al **Luna Park**, alle **Sale Da Ballo** o nei **parchi a tema**, tutti luoghi che a fine secolo nascono numerosi nelle grandi città.
i luoghi di divertimento di massa cominciano a prosperare solamente dopo i progressi significativi dei mezzi di trasporto.

Questi luoghi attraggono soprattutto ragazzi e ragazze delle classi operaie o dei ceti medi, meno rigidamente controllati dai genitori, e che nel tempo libero s'incontrano in posti come questi, dove è facile intrecciare nuove relazioni e nuovi flirt.

in questi ambienti le storie d'amore nascono e vengono interpretate attraverso l'ideologia dell'amore romantico: due cuori che s'incontrano e si amano si trasformeranno in una solida relazione matrimoniale. ma non sempre è così

I rapporti sessuali prematrimoniali, possono portare a gravidanze non previste con conseguenze che portano la giovane donna ad essere abbandonata dall'uomo e costretta a vivere di stenti come ragazza-madre o indotta a portare il proprio figlio in un orfanotrofio.
ma spesso avviene che questa gravidanza porti al matrimonio della giovane coppia.

Tra l'élite borghese comportamenti così disinvolti non sono nella norma.

- molto più sotto lo stretto controllo dei genitori

- le figlie sono costantemente proposti come norme assolute di comportamento: i valori della castità e della

tuttavia anche in questo contesto sociale l'ideale dell'amore romantico si è ormai imposto come norma nella scelta del futuro compagno (ma ci sono sempre delle regole).

- il matrimonio devono avvenire all'interno della stessa cerchia sociale di appartenenza.

i più duri conflitti con i genitori adesso nascono perché i figli o le figlie vogliono esercitare il loro diritto all'amore romantico superando il confine immateriale che separa la propria classe da quelle ritenute socialmente inferiori.

Nel complesso tutto ciò non è molto facile che avvenga: i giovani borghesi difficilmente frequentano gli stessi ambienti dei giovani operai o degli impiegati. Fanno scuole e Università diverse, praticano sport costosi e d'élite (canottaggio) difficilmente vanno ai balli all'aperto (di solito vanno a feste da ballo, ricevimenti al chiuso organizzati ed è lì che maturano storie d'amore)

il fidanzamento ha caratteri estremamente formali; gli incontri tra fidanzati sono controllati, gravidanza prematrimoniale-> sciagura da nascondere. (evento che accompagna felicemente le coppie-> per le classi operaie).

TASSI DI NATALITÀ E CONTRACCEZIONE

i controlli o le ingiunzioni morali non impediscono che si verifichi un fenomeno che preoccupa molto **i teologi, i giornalisti o i politici**.
ovvero-> **la caduta del tasso di natalità.**

nascono meno bambini perché ?
-nelle campagne si può ipotizzare un rapporto tra la crisi agraria e il desiderio di migliorare il tenore di vita dei figli. il tutto plausibile anche per gli effetti prodotti dalla discesa del tasso di mortalità infantile: (Medioevo e età moderna, necessario che una donna mettesse al mondo tanti figli perché almeno qualcuno sopravvivesse fino all'età adulta) ora è probabile che sopravviva più della metà dei figli (se non tutti)
per alcuni nuclei familiari questo è un carico economico insopportabile, ma anche per famiglie con un tenore di vita alto può diventare un peso economico troppo gravoso.
ecco che nasce **l'idea di pianificare il numero delle nascite.**

-avere l'idea di una limitazione della dimensione familiare è favorita pure dalla rivoluzione affettiva(sin dai primi anni dell'800): avere pochi figli significa poterli curare adeguatamente->gli standard culturali impongono l'immagine di una buona madre e di un buon padre come persone responsabili del futuro dei loro figli.

L'insieme di questi fattori spinge molte coppie ad adottare migliori tecniche anticoncezionali.
il processo di vulcanizzazione per rendere elastica la gomma trova applicazione anche nella produzione dei profilattici e nel XX secolo si comincia a disporre diaframmi di buona fattura.
contraccettivi tradizionali consentono:

- di pianificare la dimensione della famiglia;
- una parte dei giovani possono avvicinarsi, in modo più sistematico, all'esperienza del sesso con una minore ossessione verso gravidanze indisiderate.
- L'uso dei contraccettivi separa per la prima volta la dimensione dell'erotismo dalle paure connesse a gravidanze, alle complicazioni del parto, e alle morti durante il parto.

potenzialmente è l'annuncio di una vera e propria **rivoluzione nei comportamenti sessuali**
si può immaginare il sesso come una dimensione propria e più autonoma rispetto a quella del concepimento.