



Il saggio

C'era una volta
il giornalismo culturale

NELLO AJELLO

Dalle gazzette letterarie del Settecento all'introduzione di discorsi intellettuali e rassegne di libri in apposite rubriche dei quotidiani fino ai fasti attuali del web, non c'è aspetto del tema che Giorgio Zanchini trascuri nel denso volume *Il giornalismo culturale* (Carocci). Risalta l'evoluzione che hanno subito, lungo i secoli – e con particolare rapidità negli ultimi – sia il concetto di “cultura” sia la figura dei giornalisti che la divulgano. Con lo sbiadirsi dell'originario sentore di élite, quel concetto ha assunto connotati di massa, cui si è adeguata l'attività dei redattori del ramo. Si è passati «dallo stretto rivo della letteratura» – scrive con rapida sintesi l'autore – «nel mare del business». E, a volte, non si sa cosa preferire. Non tutti i giornali si sono subito piegati al cambio; e questo magari è un merito. Una resistenza forse soverchia all'innovazione, che già albeggiava da oltre un secolo nei “media” anglosassoni, si è presentata nell'Italia del Novecento, dove il fascino della discussa e rarefatta “terza pagina” ha tardato fin troppo a dileguarsi. Ma oggi, con il “sistema digitale” che incalza, è come parlare di archeologia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL GIORNALISMO CULTURALE

di Giorgio Zanchini

Carocci, pagg. 160, euro 11

