

**"TIT-BITS". JAMES JOYCE,
UN'EPOCA E I SUOI MEDIA**di *Elisabetta d'Erme*

Roma, Bulzoni Editore, 2008.

SCAFFALE DI *NEVAL BERBER*.

Il sensazionalismo, la febbre della notizia e dell'informazione in tempo reale, l'equiparazione pubblicità/progresso e molto altro che oggi associamo al concetto di "cultura di massa" nasce all'epoca della regina Vittoria. Eppure, non solo nell'Inghilterra ottocentesca prendeva vita questa "mediamorfosi" (A. King e J. Plunkett), bensì anche in Irlanda, la più controversa e ambigua colonia inglese, che nel tardo periodo vittoriano si era andata plasmando in una forza politica che pretendeva la liberazione da uno status di totale dipendenza politica dal Regno Unito, rivendicando il diritto al *Home Rule*. E in questo fu aiutata proprio dall'evoluzione dei "media vittoriani", in modo particolare dalla stampa, che a Dublino ebbe una diffusione simile e svolse senz'altro lo stesso importante e incisivo ruolo politico, sociale e culturale della stampa (e dei *media* più in generale) londinesi.

Da questi dati storici si sviluppa il libro di Elisabetta d'Erme, *"Tit-Bits". James Joyce, un'epoca e i suoi media*, che guarda al ruolo della stampa e della pubblicità nell'opera di James Joyce, che a Dublino il 22 gennaio del 1901 compiva diciotto anni, mentre a Londra moriva la regina Vittoria. Il libro si propone quale approfondimento di un aspetto già noto ai cultori di Joyce, ma che meritava di essere messo meglio a punto, vale a dire il legame tra l'opera dello scrittore irlandese e la cultura di massa, e rappresenta in questo senso un significativo contributo alla "Piccola Biblioteca Joyciana" diretta da Franca Ruggeri, collana che nasce come sezione separata nella "Collana di Studi Joyciani" per accogliere testi monografici brevi sull'opera di James Joyce. Quello di d'Erme è il quinto della serie.

Elisabetta d'Erme situa i quotidiani irlandesi ("The United Irishman" etc.) e inglesi ("Times" ecc.), riviste illustrate ("Illustrated London News" ecc.) e femminili ("The English Woman's Domestic Magazine" ecc.), nonché giornali comici ("Punch"), nel contesto inglese e in quello irlandese. Considera la loro importanza per la vita di Joyce e ricerca le loro esistenze parallele nella sua opera. Si sofferma in modo particolare sul noto settimanale "Tit-Bits", rilevando l'importanza del giornale sia per la vita di Joyce che per i contenuti di *Ulisse*. Come ricorda l'autrice, si trattava di un giornale che, seppure concepito per le masse, attirava l'interesse degli intellettuali, tra cui anche Joyce. Pensato per emancipare ed educare i propri lettori, "Tit-Bits" ospitava rubriche dedicate alla letteratura e offriva premi in denaro per i contributi letterari più originali. Lo stesso Joyce presentò un racconto: *Matcham's Masterstroke*, il quale fu però rifiutato, cosa d'altronde già successa a contemporanei non meno noti come Virginia Woolf e Joseph Conrad. Fu soprattutto da questo giornale, di cui, come ricorda d'Erme, si trova riferimento in molti episodi cruciali di *Ulisse*, a essere attratta la fantasia di Joyce che nella "molteplicità di notizie prive di qualsivoglia collegamento" trovò una fonte di ispirazione per la "ricerca di uno stile narrativo che

[« HOME](#)[ARCHIVIO](#)[EVENTI](#)[INFORMAZIONI](#)[NEWSLETTER](#)[PERCORSI TEMATICI](#)[REDAZIONE](#)[RISORSE ONLINE](#)[RUBRICHE](#)

Nessuna categoria

[FEEDS RSS](#)[Tutti gli articoli](#)**IPERSTORIA**

© 2020 Iperstoria

[Informazioni tecniche](#)Powered by [WordPress](#)Compliant: [XHTML](#) & [CSS](#)[Collegati](#)**SEARCH**

riproducesse in qualche modo il sincronismo del reale, la simultaneità e diversità dei processi mentali e dell'agire" (p. 81). Non meno interessanti sono le osservazioni dell'autrice circa il ruolo della pubblicità nei testi joyciani. In un'epoca in cui la pubblicità iniziava ad associare la merce a un 'messaggio' e "la *réclame* trasformava l'atto dell'acquisto in un'esperienza eccitante che tramutava l'acquirente in 'consumatore'" (p. 96), Leopold Bloom, il protagonista dell'*Ulisse*, trascorre una buona parte del proprio tempo riflettendo sui messaggi pubblicitari. Anche perché era un *canvasser*, piazzista pubblicitario per il "Freeman's Journal". Elisabetta d'Erme ottiene così dalle sue analisi risultati originali, alcuni dei quali appena ricordati e che sono dovuti alla importante, anche se non così comune, capacità dell'autrice di osservare l'opera di Joyce in un contesto politico-culturale-sociale che non necessariamente la delimita al periodo nel quale lo scrittore opera, bensì fa anche riferimento all'epoca vittoriana, quell'epoca che Joyce ha spesso denigrato, ma che inevitabilmente è entrata nei suoi testi e della quale, come ha mostrato d'Erme, è assolutamente necessario tenere conto quando si studiano certi aspetti della sua opera, come per esempio l'impatto dei *media* sulla struttura narrativa di *Ulisse*. Servendosi degli studi che contestualizzano la stampa e la pubblicità nel tardo Ottocento, d'Erme esce dal testo joyciano per poi rientrarvi e guardarlo da un'altra angolatura visiva. Con questo approccio euristico l'autrice mostra anche come, per certi tipi di indagini letterarie, sia assolutamente necessario tenere conto del contesto storico in cui l'opera nasce. Simili movimenti circolari permettono allo studioso di letteratura di avvicinarsi al testo letterario con una consapevolezza storico-culturale diversa, senza però mai perdere di vista il focus della propria indagine. Proprio ciò che D'Erme dimostra di saper fare, grazie anche alla sua conoscenza dettagliata dell'opera joyciana, quando osserva come alle formule pubblicitarie banali vengono attribuiti da Joyce molteplici significati simbolici o quando rileva il disprezzo di Bloom per gli uomini-sandwich, simboli della pubblicità vittoriana immortalati da Charles Dickens, riportando così il complesso quadro dei fenomeni mediatici tardo-vittoriani direttamente tra le pagine dei testi di Joyce.

Uno sguardo ampio quindi sulla vita culturale e politica tra la seconda metà dell'Ottocento e i primi anni del Novecento ha permesso all'autrice di affrontare il tema dell'importante ruolo dei fenomeni *mediatici* nell'opera joyciana con grande acume. D'Erme ha potuto così rilevare come James Joyce, nonostante abbia vissuto nel clima culturale d'inizio Novecento, è in fondo anche un nostro contemporaneo essendo il suo lavoro indissolubilmente legato ai fenomeni mediatici che tanto ci riguardano oggi e che però nascono ai tempi della regina Vittoria. E così anche le illuminanti intuizioni di Joyce rispetto alla complessità della vita umana nell'epoca moderna, incarnate in particolare dal personaggio di Bloom, trovano infine la loro origine in un'epoca complessa come il Vittorianesimo.

22 Febbraio 2009

« [LO SGUARDO DI GIANO. SAGGI SU CARL SCHMITT](#)
[IL WESTERN AMERICANO NELLA CRITICA](#) »

© 2006 Iperstoria