

**L'intervento del Prof. Dr. Golo Maurer,
Direttore della Biblioteca, Bibliotheca Hertziana, Istituto Max Planck per la storia dell'arte,
in occasione della presentazione del sondaggio
realizzato dall'Istituto Piepoli su incarico
dell'Ambasciata della Repubblica Federale di Germania a Roma
"La Germania secondo gli italiani"
- Roma, 26 settembre 2018 -**

"Gran ignoranza, ma denari assai..."

Eccellenza, gentili Signore, gentili Signori,

sono lieto di accogliervi e darvi il benvenuto alla Bibliotheca Hertziana anche a nome dei nostri direttori, Tanja Michalski e Tristan Weddigen, che si scusano per non poter essere presenti. La Bibliotheca Hertziana è onorata di poter ospitare questo evento organizzato dall'Ambasciata della Repubblica Federale di Germania a Roma. Alle nostre congratulazioni associamo l'auspicio che il dibattito sui temi che saranno affrontati oggi venga portato anche fuori dalle aule accademiche – per evitare il fenomeno che gli inglesi chiamano "preaching to the choir".

Da parecchi anni ho l'opportunità di osservare la mia patria e i miei compatrioti da una prospettiva almeno in parte italiana. Ogni tanto, posso permettermi di dirlo, ho quasi l'impressione che né le istituzioni tedesche né gli individui sembrano troppo preoccupati della figura che fanno all'estero, soprattutto in Italia. In prospettiva storica – la mia prospettiva essendo come storico dell'arte eminentemente uno storico – mi sembra tuttavia di poter affermare che ci siano pochi popoli così ansiosi della loro immagine nel mondo.

Anche il grande Goethe, che si considerava tedesco solo in terza o quarta linea, notava con attenzione cosa si diceva sulla Germania in Italia. Secondo un'indagine non rappresentativa da lui fatta a Napoli il 25 febbraio 1787, il napoletano medio era "convinto d'avere per sé il paradiso e si fa un'idea ben triste delle terre del settentrione: «Sempre neve, case di legno, gran ignoranza, ma danari assai». Così si figurano il nostro stato; per l'edificazione dell'intero popolo di Germania ho voluto annotare tale caratteristica." (Napoli, 25 febbraio 1787; la citazione è in lingua italiana anche nell'originale tedesco).

Chi si fa un'immagine dell'altro, lo fa per forza (anche se spesso in modo inconsapevole) tramite l'immagine che si è già fatto di se stesso. Si entra qui nella fabbrica degli stereotipi, individuali e collettivi, stereotipi non solo sull'altro ma anche su se stesso. È proprio da questo meccanismo che scaturiscono in un secondo momento i sentimenti di superiorità e di inferiorità, che quasi sempre compaiono insieme.

Se analizziamo il giudizio dei napoletani sulla vita nel profondo nord riferito da Goethe e lo invertiamo, possiamo provare a ricostruire quell'immagine che forse lo stesso napoletano

medio interpellato da Goethe aveva di se stesso, avendo scelto come *tertium comparationis* paradigmi importanti per la sua cultura e per il suo tempo, come le condizioni meteorologiche, l'architettura, l'educazione e cultura delle persone, e infine la situazione economica: sempre sole, palazzi di pietra, se non di marmo, genio e cultura – solo i denari mancano ogni tanto. Sembra molto difficile sostituire queste immagini prefabbricate con delle esperienze vere, proprio perché spesso queste esperienze sembrano confermare lo stereotipo.

Lo stereotipo infatti è già pronto nelle nostre teste e condiziona la nostra percezione senza che noi ci rendiamo conto. Possiamo fare la prova: Se siamo convinti che il tedesco medio in terra italiana si comporti da tedesco, sarà facilissimo individuare nostri connazionali che commettono una gaffe dopo l'altra, parlano troppo forte, prendono il cappuccino dopo pranzo, portano i sandali con le calze, preferibilmente bianche. Tutto questo è senza dubbio vero, essendo allo stesso momento non tutta la verità.

Il primo passo dunque per superare questi stereotipi, cioè per non fermarsi o accontentarsi di essi, è di riflettere sui meccanismi della percezione. Qui naturalmente servirebbero dati più precisi e soprattutto più attuali di quelli registrati da Goethe. Per sapere di più sulla loro immagine all'estero i tedeschi hanno una certa tendenza a prendere loro stessi l'iniziativa. Un esempio notevole in questo senso è l'opus magnum di Klaus Heitmann, romanista a Heidelberg, "Das italienische Deutschlandbild in seiner Geschichte", uscito in finora quattro volumi da Tacito a Berlusconi, naturalmente in lingua tedesca (Heidelberg 2002-2016). Heitmann si basa su un approccio strettamente storico, legato in prima linea alle fonti scritte. Sappiamo bene che le fonti scritte sono sempre il prodotto di strutture di potere. Chi vince, decide cosa rimane scritto, almeno nel passato. Tanto più importanti sembrano i dati rappresentativi basati sulla cosiddetta *vox populi*, che da tanti e per tanto tempo è stata disprezzata come *vox bovi*. Speriamo dunque che da questa e simile iniziative possa nascere una nuova curiosità per l'altro, che permetterà di superare storici stereotipi. Anche in Germania alcuni case di marmo si trovano, e anche lì "i denari" ogni tanto mancano.