

VALERIA ELEONORA DONDOLI

FOR A CULTURE OF NON-CONSUMPTION IN SOCIALIST GERMANY
BETWEEN SCHOOL AND PROPAGANDA (1945-1989)

PER UNA CULTURA DEL NON CONSUMO NELLA GERMANIA SOCIALISTA
TRA SCUOLA E PROPAGANDA (1945-1989)

The current research is carried out in a historiographic perspective with the help of ethnographic methodologies. It aims to highlight how consumer practices in East Germany have developed from the Socialist ideology. The close and inseparable link between education and the economy, the frequent urges promoted by the institutional apparatus that appealed to discipline and parsimony, the lack of raw materials and convertible currency with the Western Countries, the role of educational agencies, ubiquitous propaganda, as well as the limits imposed on cultural consumption; were co-authors of a consumption model (with the involved contradictions and related illicitnesses) that followed the footsteps of the Soviet model. The delicate issue of consumption thus engages also on a moral level, becoming a further pedagogical tool for Homo Sovieticus.

La presente ricerca, effettuata in prospettiva storiografica con l'ausilio delle metodologie qualitative di ricerca, si propone di mettere in luce come le pratiche di consumo nella Germania Est si siano sviluppate a partire dalla ideologia socialista. Lo stretto e inscindibile legame tra educazione ed economia, i frequenti solleciti promossi dagli apparati istituzionali che richiamavano alla disciplina e alla parsimonia, la mancanza di materie prime e di valuta convertibile con i paesi Occidentali, il ruolo delle agenzie formative, la propaganda onnipresente tanto quanto i limiti imposti ai consumi culturali e agli spostamenti, furono i più importanti fattori co-artefici di un modello di consumo (con le implicate contraddizioni che comportava e gli illeciti connessi) che ricalcava le orme del modello sovietico. La delicata questione del consumo s'innesta quindi anche a livello morale, diventando un ulteriore strumento di formazione pedagogica dell'Homo Sovieticus.

Key words: Socialism, GDR, SED, socialist education, parsimony, penury, practical education.

Parole chiave: Socialismo, DDR, SED, educazione socialista, parsimonia, penuria, formazione pratica.

Introduzione

In un contesto segnato da due dittature consecutive – quella nazista fino al 1945 e quella socialista fino al 1990 – la presente ricerca, ha investigato i modelli di educazione scolastica e le relazioni socio-pedagogiche volte alla formazione del consumatore della *Deutsche Demokratische Republik* (poi DDR). A tal fine è stata svolta una ricerca storiografica sul ruolo della scuola e delle varie agenzie formative che hanno educato e istruito per quarant'anni i cittadini della Germania dell'Est. Nello specifico si è messa a fuoco la funzione della scuola e di altre agenzie formative che, intrecciate indissolubilmente alle politiche economiche intraprese dal regime, hanno profondamente condizionato e determinato le pratiche di consumo dei cittadini, in linea con

i dettami del socialismo. Inoltre, sono state condotte cinque interviste¹ nella città di Lipsia (svolte a maggio e giugno del 2017) con lo scopo di rendere manifeste osservazioni e memorie sulle modalità di consumo – lecite e illecite – adottate dagli anni Settanta fino al crollo del muro del Berlino. Le narrative raccolte hanno fatto emergere informazioni importanti sugli espedienti di cui si sono serviti gli ex cittadini (tra i venti e i trent'anni) per ovviare alla mancanza cronica di beni ai tempi della dittatura ed ampliare l'orizzonte di consumo, il quale, «[...] sia pure con questa accezione riduttiva, diviene il termine che s'impiega non solo nel variegato arcipelago delle merci, ma anche, appunto, a tutto il settore dei servizi, del tempo libero, dei consumi culturali, della fruizioni dei media e via dicendo» (Minestrone 2006, 13). Il panorama politico, sociale ed economico all'interno del quale prendono forma i saperi che pedagogizzano le relazioni sociali e che consentono all'*Homo consumen-sovieticus* di soddisfare i propri bisogni, si articola sulla falsariga dell'ideologia socialista, la quale «in termini d'aspirazioni, [...] era intesa come ricerca di una comunità d'eguali nella quale siano abolite le differenze in termini soprattutto di ricchezza e potere» (Bobbio 2004, 114).

Nell'ex DDR, i dispositivi del potere prevedevano una economia completamente sottomessa alla politica; l'atto del consumo assumeva infatti connotati politici e civili nella misura in cui era previsto un atteggiamento d'obbedienza da parte del consumatore. Il rispetto dell'autorità, con la conseguente deferenza che si esplicita nella fenomenologia dell'obbedienza, infatti, ci rammenta Cambi, era tra i capisaldi della pedagogia socialista; caratterizzandosi per una «opposizione ferma contro ogni forma di spontaneismo, facendo leva invece sulla conformità, primato della disciplina e rispetto per l'autorità» (Cambi 2015, 123).

Pertanto, se il consumo diventa «il campo in cui viene combattuta la battaglia per definire la cultura e darle una forma» (Douglas, Isherwood 1984, 64), la domanda che soggiace alla ricerca riguarda proprio l'indagare le modalità di scelta e consumo adottate dagli ex cittadini della DDR, attribuendogli validità di statuto pedagogico in conformità con la dottrina socialista a partire, in primis, dal ruolo svolto dalla scuola e delle altre agenzie formative nell'educare il consumatore socialista.

La scuola socialista: tra sviluppo storico e profilo pedagogico

In un clima segnato dalla definitiva capitolazione del terzo Reich, in seguito ai trattati di Potsdam, il territorio tedesco venne spartito in quattro zone di occupazione militare. All'assegnazione dei territori parteciparono gli stati vittoriosi: Gran Bretagna, Stati Uniti d'America (poi USA), Francia e l'Unione Sovietica (poi URSS). All'impero sovietico fu assegnato uno spazio di circa 107.862 km², con una popolazione composta da sedici milioni di abitanti, di cui il cinquanta per cento donne in età attiva (Sch-

¹ Al momento della ricerca (2017), gli intervistati avevano un'età compresa tra i cinquanta e sessantacinque anni, avendo tutti concluso una formazione universitaria in diversi ambiti scientifici (fisica, ingegneria, psicologia, lingue e pedagogia musicale).

midt 2009). Una volta definite le priorità politiche, emersero due egemonie – USA e URSS – che ambivano a conservare e diffondere il loro ruolo di potenze mondiali (Sabbatucci, Vidotto 2008). I messaggi politici, economici e sociali degli USA possono essere racchiusi nella formula «dell’espansione della democrazia liberale, in regime di pluralismo politico, di concorrenza economica e di ampia libertà individuale, in base ad un’etica di successo a fondo individualistico» (Ivi, 205). Per quanto riguarda invece l’URSS, la dottrina di riferimento si basava su postulati opposti:

I vecchi assetti politico-sociali dovevano essere cambiati in nome del modello collettivistico, fondato sul partito unico e sulla pianificazione centralizzata, nonché su un’etica anti-individualistica della disciplina, sacrificio mossa dall’ideale della costruzione di una nuova società (*Ibidem*).

Nella Germania Est, in quanto *Sowjetische Besatzungszone* – zona assoggettata al governo sovietico fino al 1949 – l’egemonia politica era rappresentata dall’«Amministrazione militare sovietica in Germania» (Mählert 2009, 23), la quale svolgeva il compito di vigilare, legiferare, gestire e distribuire cibo e beni di prima necessità in quella Germania che maggiormente aveva subito devastazioni durante la guerra. Il 7 Ottobre del 1949 veniva fondata la DDR con capitale a Berlino Est. La Germania Est prevedeva un sistema politico «costruito sul modello delle democrazie popolari ma in pratica assoggettato ad un regime a partito unico» (Schmidt, 2009, 17).

La nuova Germania di matrice socialista dovette dotarsi di una nuova costituzione e di una nuova identità politica i cui presupposti erano racchiusi nella lotta al nazifascismo e al capitalismo (Grüning 2010). In base a queste premesse si edificò anche tutto il corpo scolastico ed educativo.

Una volta chiarita la costellazione politica² che vide l’ascesa al potere del partito della SED, fu decretato che la scuola dovesse riavviare la sua funzione e il suo ruolo facendo ripartire l’anno scolastico il primo Ottobre del 1946 (Häder 1997). La SED si incaricò di gestire l’avviamento delle scuole in tutti i *Länder* (vigevo, come vige tutt’ora, il federalismo) e di dotare le agenzie scolastiche di un nuovo profilo pedagogico che meglio sapesse cogliere il vento di rinnovamento auspicato dalla nuova classe politica filosovietica. La «*Gesetz zur Demokratisierung der Deutschen Schule*»³ fu emanata il 22 maggio del 1946 (Quadrelli 2011) e, come si evince dalla denominazione della legge, non vi è nessun riferimento dottrinario di stampo filosovietico, se nonché, la volontà di epurazione antifascista, la diffusione di principi pacifisti e la profusione dello spirito democratico.

La pedagogia promossa dalla DDR si era posta l’obiettivo di una «*antifaschistische*

² Una volta conclusa la guerra possono essere individuati due gruppi politici che miravano ad assumere il potere nella Germania Est. La politica direzionale locale era composta principalmente da due grandi partiti della sinistra; il KPD (partito comunista) e il SPD (partito socialdemocratico). Il primo prese il sopravvento e attraverso la loro fusione (KPD e SPD) si formò il partito della SED (*Sozialistische Einheitspartei Deutschland*) che governerà incontrastato fino al crollo del regime. Si tratta di un partito il cui profilo politico presentava (almeno in un primo momento) un programma dichiaratamente antifascista e la cui dottrina di riferimento s’inquadra nelle ideologie marxiste-leniniste, il cui modello politico vigente nell’URSS era rappresentato dal partito unico PCUS (Quadrelli 2011).

³ «Legge per la democratizzazione della scuola tedesca». Proposta di traduzione dell’autrice.

Umerziehung»⁴ (Geißler, Wiegmann 1995, 159). Con la nuova legge, che prevedeva e proclamava implicitamente anche una riforma scolastica, l'obbligo scolastico fu innalzato dai quattro agli otto anni e l'iter scolastico primario andava svolto nella *Grundschule*. In seguito, lo studente avrebbe potuto frequentare quattro anni di *Oberschule* o, in alternativa, seguire un percorso di formazione professionale della durata di tre anni presso una *Berufsschule*. Il reclutamento degli insegnanti si rivelò un compito arduo nella misura in cui, tutti gli organi statali e le risorse umane, furono soggette a pratiche di denazificazione, le quali, spesso comportarono autentiche epurazioni. Fu così che, per garantire l'organico nelle agenzie scolastiche, furono formati, nell'arco di otto mesi, ventiquattromila nuovi insegnanti (Anweiler 1988). Inoltre, vennero anche intraprese politiche che anticiparono i processi di secolarizzazione che tanta influenza svolsero nella formazione della collettività socialista.

Occorre menzionare anche il ruolo che svolse, sempre a partire dal 1948, *die Pionierorganisation*, sotto la regia di Ernst Thälmann (Ansorg 1997), in quanto istituzione di massa che, in costante concorrenza con le agenzie religiose (di solito, data la regione geografica, di matrice protestante), si impegnava ad assicurarsi il monopolio formativo dei giovani studenti.

In base al principio per cui lo Stato si prestava a sostenere e promuovere i processi educativi e di cura del cittadino «*von der Wiege bis zur Bahre*»⁵ (Ivi, 15) la *Pionierorganisation* divenne un movimento di massa il cui obiettivo era formare un corpo di giovani studenti disposti a servire il partito della *SED* (Ivi, 17). Ad essi veniva richiesto di partecipare attivamente alle organizzazioni politiche e sociali promosse dal partito e ad aderire alle attività proposte dalle aziende (controllate dallo Stato) che pedagogizzavano le attività ludiche e ricreative (Grüning 2010). La pedagogia socialista si sviluppava e si propagava anche nelle aziende così come ci rammenta Caroli; «*l'entreprise étatisée constitue le lieu de base de l'organisation sociale et politique*» (Caroli 2014, 50). La prospettiva critica intrapresa da Ansorg (1997) colloca la *Pionierorganisation* all'interno di un sistema di potere che governava il paese in un'ottica egemonica. Il predominio politico condotto dalla *SED* non concedeva infatti spazio ad alternative nel sistema perché potevano metterne in pericolo l'integrità stessa. L'etica socialista diffusa nelle scuole rispondeva (durante la prima fase della dittatura) a principi anticapitalisti e antifascisti vigenti nei paesi occidentali, ed era sostenuta e «sancita dal sistema di diritto» (Grüning 2010, 23). L'adesione alla *Pionierorganisation* era formalmente libera pur compromettendo la carriera scolastica dei bambini che, per una serie di ragioni, non ne facevano parte e pregiudicando il loro futuro da adulti anche nelle pratiche di consumo. Le varie agenzie formative agivano in sinergia nel condizionare e forgiare la mentalità socialista. Nel luglio del 1958, durante il quinto congresso del partito, Walter Ulbricht, l'allora segretario generale del partito, durante il cui mandato fu costruito il muro, espose nei «Dieci comandamenti» (Mählert 2009, 73) la sua morale socialista. A menzione, il settimo di tali comandamenti, dichiara: «Tendi sem-

⁴ «Azione rieducativa ai principi dell'antifascismo» Proposta di traduzione dell'autrice.

⁵ «Dalla bilancia alla bara». Proposta di traduzione dell'autrice.

pre al miglioramento delle tue prestazioni, sii parsimonioso e consolida la disciplina socialista del lavoro» (*Ivi*, 74).

Una volta che il gap relativo al benessere tra le due Germanie divenne sempre più evidente, la scuola – attraverso una sottile propaganda dagli impliciti scopi morali – si adoperò soprattutto a mettere in cattiva luce la Germania Occidentale, che grazie agli aiuti del piano Marshall procedeva nei processi di ricostruzione e crescita a ritmi ben superiori rispetto alla Germania Est.

In un secondo momento, a partire dal 1949 fino al 1961, la scuola venne investita dal partito di ulteriori missioni, che auspicavano «il consolidamento ideologico del corpo docente» (Quadrelli 2011, 18). A tale scopo fu istituito l'obbligo di frequenza scolastico fino ai diciotto anni e si impose una scuola laica, gratuita che fosse in grado di abolire – in virtù dei principi di progresso di cui era connotato il socialismo – le preesistenti differenze di classe. Si assiste dunque, in un secondo momento, dopo aver lasciato alle spalle le asprezze della guerra ad una articolata e sapiente trama ideologia, che, all'insegna del carattere monopolistico, corrompeva ed invadeva le molteplici sfere dell'esistenza. Il postulato sociale della «*Chancengleichheit*» (pari opportunità) (Anweiler, Fuchs, 1992, 13) divenne negli anni Sessanta il *Leitmotiv* della riforma educativa ma esso venne tradito dall'amministrazione politica che cercava di dirigere le scelte scolastiche degli studenti in base, sia, alle esigenze di formare personale qualificato (che in massa espatriava nella Germania Occidentale), sia, in base al livello di adesione mostrato dagli scolari (e dalle loro famiglie di provenienza) ai principi e alle attività promosse dal partito. Le possibilità (solo intraviste) di poter usufruire delle agenzie scolastiche come strumento di sviluppo e ascesa sociale erano condizionate e determinate da un «atteggiamento partitico» (Quadrelli 2011, 35) che abbracciava l'intera famiglia, (passato compreso) dello studente;

Io e le mie sorelle, eravamo brave ragazze, ci davamo da fare, ma ricevevamo sempre voti bassi malgrado l'impegno nostro messo in pratica fosse di lunga superiore alla valutazione. Provenivamo anche da una famiglia colta, protestante. Per i protestanti le parole, la capacità di esprimersi, erano e sono principi importanti. Solo dopo che è crollato il muro il vecchio preside della mia scuola convocò i miei genitori. Si scusò, (ma sapevamo che non poteva fare altrimenti, pena la perdita del posto di lavoro) per i voti sempre bassi che ricevevamo, ma gli fu imposto dall'alto. Appartenevamo a una famiglia protestante perciò non potevamo ricevere, anche nel merito, valutazioni alte. Era il prezzo da pagare per non esserci piegati al regime (Anonima)⁶.

Nel 1959 venne promulgata la seconda riforma scolastica «*Gesetz über das einheitliche sozialistische Bildungssystem*»⁷, che si predisponessa, si evince già dal titolo, in prospettiva socialista innalzando l'obbligo scolastico a dieci anni contro i precedenti otto. La scuola, unitaria, era chiamata la *Polytechnische Oberschule* (poi POS) alla

⁶ Intervista condotta con una pedagoga musicale di 50 anni nel maggio del 2017 nella città di Lipsia. L'intervistata, che desidera rimanere anonima, ci rende testimonianza degli ostacoli e dei pregiudizi che gli studenti subivano quando mancava nella famiglia atteggiamento partitico.

⁷ «Legge della scuola socialista unitaria». Proposta di traduzione dell'autrice.

quale si susseguivano due ulteriori anni scolastici (facoltativi) denominati «*Erweitere Oberschule*» (AA.VV., 1997) che avrebbero consentito l'accesso ad un corso universitario. Uno dei principi pedagogici maggiormente apprezzati della POS riguardava il modello di alternanza tra scuola e lavoro promosso dai modelli educativi sovietici; «i caratteri della politica scolastica dei paesi socialisti, seguirono le trasformazioni e le evoluzioni pedagogiche che si svilupparono in Russia intorno al '57/58 che richiama- vano ad una unità tra scuola e vita, cultura e lavoro» (Cambi 2005, 123). L'obiettivo primario della riforma scolastica e le conseguenze che avrebbe assunto anche nelle direttive educative promosse dalle altre agenzie educative, risiedeva, nell'intento pe- dagogico, d'intensificare il processo formativo all'insegna dei principi del socialismo. La scuola si svestiva dunque, di una (presunta) neutralità ideologica, per concorrere piuttosto nella formazione di una personalità socialista armonicamente sviluppata. Era stata introdotta, obbligatoriamente, una nuova materia, già presente nell'asilo, definita come *Heimatkunde*⁸ (Quadrelli 2011). Nella realtà dei fatti, venivano impar- tite, in maniera più o meno complessa (a seconda dell'età del bambino), nozioni e sentimenti patriottici, introdotte nozioni di diritto, proposti come esempi positivi eroi nazionali, diligenti collaboratori del regime ecc.. Il carattere della nuova scuola, ri- gorosamente laica, gratuita, obbligatoria, esprimeva la sua cifra in una formazione di carattere istruttivo e professionale. Inoltre, sulla scia dei maggiori esponenti del socialismo, lo scopo della scuola era di:

sottrarre l'educazione all'influsso della classe dominante e quindi quella borghesia che ri- produce anche all'interno della famiglia i capisaldi del capitalismo. Per tale ragione allora si propone una Educazione pubblica e gratuita per tutti i bambini [...]. Unificazione dell'edu- cazione e della produzione materiale (Marx Engels).

Infatti, nel sistema marxista, l'educazione e la pedagogia non sono concepibili come qualcosa di separato rispetto al contesto sociale e produttivo (Chiosso 2010). La DDR pur non facendo parte dell'URSS, stipulò con l'impero vari accordi⁹ e ne seguì fedelmente (escluse le riforme promosse da Gorbačëv che furono accolte con gelo), il modello politico, economico e pedagogico. Il paradigma educativo egemone si proponeva l'obiettivo di reintegrare l'uomo nei processi produttivi al fine di ren- derlo consapevole del proprio operato; in base a questa premessa, nella DDR, era per esempio pratica consuetudinaria avviare l'interesse dei bambini verso il lavoro produttivo, promuovendo attività manuali, lavori di falegnameria, giardinaggio, colti- vazione e raccolta della frutta. Questo tipo di attività prendeva il nome di *Einführung in die sozialistische Produktion*¹⁰ in quanto materia scolastica che venne introdotta con la riforma del 1959. Alle donne venivano impartite lezioni di cucito e agli uomini

⁸ «Storia-geografia della propria regione». Proposta di traduzione dell'autrice.

⁹ La Germania Est realizzò la propria cifra politica in qualità di paese satellite dell'impero sovietico con il quale contrasse il patto di Varsavia che sanciva una alleanza militare tra i due paesi ed entrò a far parte del *comecon*, consiglio di mutua assistenza economica stabilendo che l'Urss fosse il maggior partner commerciale (Sabbatucci, Vidotto, 2008).

¹⁰ «Introduzione alla produzione socialista» Proposta di traduzione dell'autrice.

insegnate faccende ritenute più idonee al genere maschile. Occorreva, attraverso l'educazione, rendere l'uomo consapevole del processo lavorativo di cui faceva parte, perché, «a differenza dell'animale è in grado di produrre artefatti e questa virtù va coltivata» (D'Addio 2002, 401). Venivano così formate e forgiate, mentalità, saperi e stili educativi che dipendevano innanzitutto dagli ambienti e dai contesti culturali di appartenenza e, come suggerisce più nello specifico Marx, anche dalla sfera economica, giacché, educazione ed economia non sono mai scisse. Il profilo del cittadino socialista che consuma, risulta essere formato in base alle risorse a disposizione. Gli oggetti rotti venivano riparati, con le stoffe si confezionavano vestiti, chiunque si improvvisava riparatore, e i rapporti tra i cittadini, si orientavano anche (forse in misura maggiore che altrove) in base alle esigenze di tipo pratico. Attraverso l'insegnamento della storia (trasmessa agli studenti tacendo tutta una serie di crimini commessi dal regime), la scuola elargiva ovviamente il suo sostegno a tali pratiche, contribuendo, da una parte, a mettere sotto cattiva luce l'Occidente (colpevole di sfarzi e consumi eccessivi) e, dall'altra, a formare studenti con nozioni e capacità pratiche necessarie ad un contesto, come vedremo, in costante penuria di materie prime e con limitate possibilità di consumo. Inoltre, per rimarcare il rapporto di stretta collaborazione tra la DDR e l'URSS fu reso obbligatorio l'insegnamento del Russo; la *Russisch-Klasse* come prima lingua straniera (AA.VV. 1997).

L'insegnante, che Stalin opportunamente definì come «*Ingenieur der Volkseele*» (Ivi, 36), ingegnere dell'anima del popolo, fu investito del delicato ruolo di conformare le personalità degli studenti ai principi del socialismo; «[...] *es geht nicht nur um Schule im engeren Sinne, sondern es gelten neue Beziehungen zwischen dem ganzen Volke, den Eltern, den Lehrern und der Schule*»¹¹ (Hohlfeld 1992, 84). Non è sicuramente casuale quindi che la DDR sia stata definita come:

uno stato educatore, (Erziehungsstaat), poiché l'educazione ideologica non si limitava alla scuola e all'Università, ma era un compito di tutte le istituzioni statali, delle associazioni, delle federazioni, delle aziende e delle organizzazioni di massa (Budke 2010, 52).

Storia del consumo e dello sviluppo economico

La Germania Est, in qualità di maggiore potenza esportatrice di tutto il blocco Orientale poteva essere ritenuto lo stato socialista economicamente più avanzato, dove la qualità di vita dei cittadini consentiva standard piuttosto alti, sebbene ancora imparagonabili rispetto a quelli della Germania Occidentale (Sabbatucci, Vidotto 2008, 205). Alla fine degli anni Settanta, l'indice di benessere degli stati, veniva valutato anche in base alla presenza nelle case di elettrodomestici, e nel 1979 «anche per quanto riguarda i beni di consumo come televisori (posseduti dal 90% delle famiglie), i frigoriferi (quasi 100%) o lavatrici (80%) la Germania orientale avrebbe potuto

¹¹ «[...] non ha a che vedere solo con la scuola in sé, piuttosto, riguarda le relazioni tra tutto il popolo, i genitori, gli insegnanti nella scuola». Proposta di traduzione dell'autrice.

competere con non pochi paesi occidentali» (Mählert 2009, 107). Un altro aspetto legato alle pratiche di consumo e che merita almeno un riferimento, riguardava i tempi di attesa per la fruizione di un bene. Se per una lavatrice occorrevoano circa due anni d'attesa, per una «*Trabant*» (auto tipica della Germania Orientale) ne occorrevoano dieci (Ivi, 108), fonti tratte dalle interviste parlano invece di 17 anni di attesa. I testi consultati e le interviste condotte rendono nota, che una volta compiuti i 18 anni, era prassi comune prenotare un'automobile e finire in una lista di attesa dai tempi biblici. Una volta però inseriti nell'elenco, si poteva, in base ai bisogni, vendere la propria prenotazione ad altri potenziali acquirenti, i quali disponevano più o meno dello stesso potere di acquisto. I compensi di medico e un laureato erano gli stessi di maestro o di un muratore e i processi di gentrificazione¹² urbanistica erano criteri estranei al regime.

Le pianificazioni economiche di carattere quinquennale, i disagi, le distruzioni provocate dalla guerra, gli smantellamenti di linee ferroviarie e delle industrie che furono trasportate nell'URSS così come i beni, il blocco imposto, la mancanza di divise, non facilitarono la ripresa che malgrado tutto avvenne. Inoltre, l'acquisizione e la fruizione di beni, anche di carattere culturale, si pensi per esempio ad un concerto, risultava talvolta il risultato di un «favore negoziato» (Maier 1997, 77). Nelle interviste svolte emerge spesso questo aspetto. I privilegiati erano soprattutto i collaborati del regime nelle pratiche di spionaggio a favore della *Stasi*¹³ (Ivi, 97). Il dispositivo politico creò spazi ambigui per manovrare, distribuire privilegi che potevano assumere anche la forma di beni di consumo arrivando così a «mettere in atto manipolazioni di tipo politico tra la sfera pubblica e privata dei cittadini sminuendo e svilendo i legami di solidarietà» (Ivi, 82).

Le modalità di consumo si orientavano quindi anche secondo queste norme (tacite), incrementando ulteriormente i malumori che agitavano la popolazione. Ma la sensazione di inappagamento dei desideri di consumo, una volta lasciate alle spalle le asprezze della guerra, era alimentata anche dalla mancanza di beni e dalle lunghe attese nei punti vendita.

Uno dei propositi della ricerca risulta quello di fotografare la quotidianità nelle sue modalità di scelta e di consumo mettendo in luce le carenze che affliggevano la popolazione. La scelta, – che rimanda sempre ad azioni di individuazione e selezione tra più elementi – implica quindi una condizione di pluralismo. Osservare “antropologicamente” il fenomeno del consumo nella DDR presuppone quindi un ritratto della società che si orientava sul segno cardinale della omogeneità *versus* pluralismo (Merkel 1999, 11).

¹² Con il termine gentrificazione si intende un fenomeno sociale che investe i quartieri delle città dove una classe sociale (di solito alta) con il tempo sostituisce quella precedente (di solito più modesta) operando trasformazioni di rango significative sul quartiere. Nella Germania Est solo ai politici era data la possibilità di vivere in case risanate e più abbienti.

¹³ Acronimo di *Staatssicherheitsdienst*, ovvero ministero della sicurezza, si trattava di un organo che si occupava anche di spionaggio. I numero di persone coinvolte contava 91.000 dipendenti e 180.000 collaboratori informali (Maier 1997). Per un piacevole approfondimento si rimanda al film *La vita degli altri* (*Das Leben der Anderen*) 2006, regia Florian Henckel von Donnersmarck.

I momenti cruciali della storia del consumo e della pianificazione economica possono essere brevemente presentati.

Nel 1945, quando il destino del territorio era sottomesso alla volontà dei sovietici, fu impartito l'ordine di gestire le cooperative di consumo secondo il principio che il consumo avrebbe riguardato solo le provvigioni basilari (Ludwig 2006, 13). Nel 1947 una riforma economica sosteneva, «un incremento della produzione agricola, industriale e artigianale» secondo il motto «produrre di più, distribuire in modo più equo, vivere meglio» (*Ibidem*, 13). I luoghi di distribuzioni di beni di consumo erano costituiti dalla *Handelsorganisation* (poi *HO*) e dalle *Konsumgenossenschaften* (poi *KG*). Con le *HO*, definibili come enti commerciali, si fa riferimento a «spazi adibiti alla vendita al dettaglio di proprietà pubblica» (Anselmi 2007, 26) mentre le *KG* erano più propriamente conosciute come cooperative di consumo; luoghi adibiti sia alla produzione che alla vendita di prodotti. In entrambi i casi la gestione e la ragione commerciale, dipendevano dalla sfera politica. Il piano economico del partito si era dato l'obiettivo di raggiungere l'ottanta per cento della produttività del 1936 (Mähler 2009). Nella zona di occupazione sovietica erano 33 le cooperative di consumo ed aumentarono a 62 entro la fine dell'anno (Ludwig 2006). Entro il 1948 si contavano 487 panifici, 119 macellerie, 119 pescherie. Nel 1949, in seguito alla fondazione ufficiale della Germania Est, si assiste ad un cambiamento sostanziale; infatti, le cooperative di consumo cambiano statuto, da *Konsum-Verteilungsstellen* – luoghi di distribuzione – a *Konsum-Verkaufsstellen* – luoghi adibiti alla vendita – (Anselmi 2007). Il tentativo era quello di recuperare una cultura del consumo che si era assopita durante la guerra. I problemi principali, oltre alla mancanza di materie prime, risiedevano in una non adeguata distribuzione della merce. Succedeva spesso che alcuni esercenti fossero colmi di specifici beni che invece erano completamente assenti in un'altra città (*Ivi*, 28). Esito finale allora, contraddiceva in pieno gli obiettivi della pianificazione, e i cittadini, per prevenire future carenze di beni, si rifornivano in eccesso della mercanzia presente contribuendo a creare «una mentalità ed una educazione al consumo che spingeva il consumatore ad acquistare una merce anche quando non ne aveva bisogno» (Schmidt 2009, 139). L'accumulazione di merci può essere decifrata come un'abile strategia che avrebbe permesso futuri scambi con le risorse in sovrabbondanza. L'apparato politico adottò piani di produzione quinquennali, dispose calmieri e intraprese una politica economica che si basava sulla previsione.

Agli inizi degli anni Cinquanta (seconda fase), una volta migliorata la condizione di base dei cittadini, il partito *SED* si propose di incrementare il trattamento economico, il potere di acquisto e l'offerta di beni di consumo nel tentativo di bloccare l'emorragia di cittadini specializzati che in massa migravano verso la Germania Occidentale (Mähler 2009) e per placare gli animi di una parte della popolazione che si riteneva insoddisfatta. Furono alzate le pensioni, ridotti i prezzi del carburante, importati beni dall'URSS, costruite più abitazioni e portato avanti il processo di emancipazione femminile¹⁴. Il

¹⁴ La questione femminile riveste un ruolo centrale nella storia del socialismo tedesco malgrado la mancanza di rappresentanza politica. In seguito alla guerra la popolazione femminile attiva della Germania Orientale contava il

partito continuò ad aggredire il rivale, ovvero la Germania Occidentale, incolpandola di aver sottratto allo stato risorse di specialisti, e pertanto rea di deliberati atti di sabotaggio nei confronti dell'economia della DDR. Nel 1958 si concludono i processi di collettivizzazione forzata e lottizzazione al seguito della ripresa economica dopo la guerra.

Come già sottolineato, durante la fine degli anni Cinquanta, malgrado una lente ripresa, si registrava, comunque, un'insofferenza nella popolazione dovuta alla scarsità dei prodotti e alle lunghe file di potenziali e desiderosi consumatori nei luoghi addetti alle vendite. Gli slogan pubblicitari recitavano «*Klein im Preis*» (prezzi bassi)¹⁵, e Walter Ulbricht si impegnò affinché la merce fosse sufficiente e distribuita con criteri più sensati. Intanto, nel 1961 furono gettate le basi per costruire il muro che «rappresentò una seconda fondazione del regime» (Maier 1997, 55). Nel 1962 fu lanciata una campagna con il titolo *Gewa Aktion* che si proponeva da un lato di ridurre le perdite e dall'altro di educare alla morale socialista come già le cooperative si impegnavano a fare (Ludwig 2006). Nel 1963, Ulbricht presentò il nuovo programma di riforme economiche che prevedeva un decentramento del potere politico sulla gestione economica, favorendo, (esiguamente) l'autonomia delle imprese in virtù dello sviluppo delle tecnologie (*ibidem*). Fu introdotto, come elemento modernizzante del settore commerciale, il *self-service*. Con la sua introduzione nella Germania Occidentale e nei paesi Scandinavi, si era riscontrato che il cliente spendeva di più e che i costi del personale erano diminuiti così come i tempi dedicati alla spesa (*ibidem*). Il sistema di *self-service* rimandava a termini come modernità ed efficienza ed entro la metà degli anni Sessanta furono avviate 12.500 attività commerciali secondo questo principio (*ibidem*); questa crescita vertiginosa comportò difficoltà di reclutamento di personale non specializzato nelle vendite e nella gestione delle risorse umane. Durante gli anni Sessanta furono aperti degli *Intershopläden* all'interno dei quali, era possibile acquistare merce in valuta della Germania Occidentale e si potevano acquistare articoli di difficile reperibilità o di provenienza Occidentale (Manz 1992).

Il regime, proseguendo nel tentativo di modernizzazione del paese, avviò la costruzione di moderni centri commerciali, le cosiddette *Kaufballen*, una versione Orientale dei supermercati Occidentali (Ludwig 2006). Furono anni durante i quali si sperimentò una nuova modalità d'acquisto e di consumo attraverso la distribuzione di cataloghi. Ma, ci fa riflettere Ina Merkel (1999), la logica del commercio, così come veniva attuata (ovvero attraverso l'imposizione di calmieri), elimina alla radice la ragione commerciale (che prevede un guadagno) dello scambio. La politica dei prezzi fissi e

cinquanta per cento degli individui. Anche la costituzione, già a partire dal 1949 dichiarava parità giuridica e di salario. Il sostegno più grande che le donne ricevevano riguardava le strutture di cura e formazione dedicate ai bambini. Secondo i dati riportati dal sito della *Bundesregierung*, ovvero del governo federale, nell'ex DDR, fino al 1989, c'era la più grande rete europea di servizi dedicati all'infanzia, l'ottanta per cento bambini in età di asilo nido erano inseriti in apposite strutture le donne, il novant'un per cento circa lavoravano, erano in formazione o studiavano. Data la «supremazia numerica» svolsero anche un ruolo chiave nei processi e di consumo. «La donna, lavoratrice e consumatrice, i giovani fruitori e creatori di destabilizzazione sociale e culturale, nella DDR come in tutto il mondo Occidentale negli anni Sessanta e Settanta, sono stati degli agenti di trasformazione sotterranea ma, non per questo, meno efficaci di altri soggetti storici» (Anselmo 2007, 11).

¹⁵ Proposta di traduzione dell'autrice.

la consuetudine delle sovvenzioni non nascevano solo con l'esigenza di mantenere un controllo stabile sugli importi (affinché fosse consentito a tutti un livello minimo di sussistenza), ma divennero nel tempo un chiaro (e controproducente) strumento di propaganda politica a favore del regime.

La terza fase del regime (e della storia del consumo) è segnata dal passaggio di potere avvenuto tra Walter Ulbricht ed Erich Honecker nel 1971. Il nuovo programma politico mirava al miglioramento e al risanamento delle condizioni materiali del popolo. Il cavallo di battaglia si muoveva sotto lo slogan «*Warm, sicher, trocken*»¹⁶ (Schmidt 2009, 156). A metà degli anni Settanta, il programma dell'edilizia promosso quasi un quinquennio prima, cominciava a dare i suoi frutti. I redditi e le pensioni crescevano nonostante la politica dei prezzi fissi in – in vigore da oltre un ventennio – e le istituzioni scolastiche e le agenzie formative offrivano alle famiglie una vita più agevolata (Maier 1997, 118).

Le molteplici possibilità di consumo promosse, introdotte e garantite dal regime, poggiavano su un debolissimo impianto economico, nella misura in cui, furono rese possibili, solo grazie al debito che la DDR contrasse con la Germania Occidentale.

La mancanza di beni ritenuti fondamentali davano adito a piccole rivolte indette dai consumatori; «Il mercato funzionava come un sismografo politico»¹⁷ evidenzia la Merkel. In un singolare articolo intitolato «*Kaffeekrise 1977*» vengono raccontati curiosi aneddoti che riguardano piccoli atti di disobbedienza nei confronti del regime. Il regime poteva tollerare queste brevi eversioni a patto che, non si mettesse in discussione la sostanza della politica socialista. Correva l'anno 1977, la scena è ambientata sull'autostrada che giunge a Berlino Est,

Una signora entra in una aerea di servizio ed ordina un «*Kaffee komplett*» (Volker 2003), ovvero un caffè servito con due zollette di zucchero e del latte. Il cameriere arriva, porge il caffè alla cliente dallo spiccato accento sassone e torna dietro il bancone. La cliente afferra la tazza, la porge alle labbra, sorseggia brevemente ed esclama ad alta voce: «*Dieser Kaffee schmeckt wie alte Pilze!*»¹⁸ (Ivi 240).

I cittadini si lamentano, protestano, scrivono lettere ai ministeri. Al posto della miscela *Kosta* fu messo in commercio il *Kaffee-Mix* che suscitò accesi malumori nella popolazione (Barcarini 2011, 12). La miscela infatti era stata modificata ed una parte di caffè fu combinata la segale modificando inevitabilmente il sapore e l'aroma della bevanda (*Ibidem*). Il consumo del caffè, rimandava a pratiche di convivialità e nella Germania Orientale un momento tipico che scandiva i tempi della giornata, faceva riferimento al «*Kafferrunde*»¹⁹. Occorre infatti riconoscere tutta una serie di pratiche sociali legate sia alla preparazione che al consumo di cibo e bevande e il venir meno di queste ritualità interrompe un *Habitus*. Il caffè era considerato merce di lusso, un lusso però ritenuto indispensabile perché fungeva da balsamo per altre privazioni.

¹⁶ «Caldo, sicuro, asciutto». Proposta di traduzione dell'autrice.

¹⁷ Proposta di traduzione dell'autrice.

¹⁸ «Questo caffè ha il sapore di funghi vecchi!» Proposta di traduzione dell'autrice.

¹⁹ «Giro di caffè». Proposta di traduzione dell'autrice.

Inoltre il caffè è da sempre uno dei primi beni la cui reperibilità diventa incerta in tempi di crisi (Wenzel 1993)²⁰. Campanelli d'allarme per la popolazione che si era sentita promettere, una volta conferito potere al nuovo Walter Ulbricht, che il benessere della Germania Orientale sarebbe ulteriormente cresciuto, e con il benessere, il potere di acquisto. «*Non è forse vero che il Pil, la misura ufficiale del benessere della nazione, si misura in base alla quantità di denaro che le persone si scambiano le une con le altre?*» (Bauman 2007, 23). Per placare gli animi dei consumatori, nel 1971, furono importati, e venduti nel giro di tre giorni, 150.000 paia di blue jeans bollati per anni dal regime come «simbolo della decadenza Occidentale» (Mählert 2009, 96). Negli anni Settanta, per quanto la diffusione del benessere avesse raggiunto dei livelli significativi, i cittadini continuarono a mostrarsi insoddisfatti. Le misure adottate dal partito si adoperarono per poter finanziare nuove prestazioni sociali come la seconda busta paga, appartamenti nuovi, articoli a prezzi calmierati, servizi gratuiti e colonie estive per i bambini (*ibidem*).

Le modalità di educazione al consumo facevano riferimento alla morale socialista immancabilmente parsimoniosa e alla censura applicata ai consumi sia di natura culturale che di natura prettamente oggettuale. La censura agiva pertanto come strumento di legittimazione o di proibizione di determinati prodotti, attribuendo valore morale positivo o negativo alle scelte di consumo. I jeans sono stati un indumento lungamente vietato e quando fu permesso lo smercio del prodotto, la massa esultò «purché si vendessero i Levis»²¹. Determinati testi e romanzi non erano ammessi e poteva essere molto rischioso se trovati in possesso. Si pensi ai romanzi di Franz Kafka, Max Frisch, Robert Musil, Günter Grass, George Orwell con il suo 1984 ecc. L'esistenza di testi inseriti nelle liste nere e di cui era vietata la vendita quanto il possesso, è comprovata dalle interviste. Esisteva pertanto, una zona di scambio e consumo parallela al mercato ufficiale. I prodotti culturali non autorizzati venivano scambiati e consumati, la musica, i libri, si muovevano in zone d'ombra illecite, e lo scambio avveniva solo in un clima di comprovata fiducia. Alcune intervistate rendono noto, che per avvallarsi del servizio di certe figure professionali (per poter rimediare ad un guasto), e scavalcare le liste e i tempi d'attesa, bastava promettere un bene di consumo non sempre facilmente trovabile, o assicurare il pagamento della prestazione con valuta della Germania Occidentale. Nelle zone rurali, dove il controllo statale si faceva più tenue, per i contadini era più facile organizzare e gestire forme di baratto che permettevano anche consumi illeciti e sottratti allo sguardo del partito. Alcuni dei prodotti culturali illeciti provenivano, o dalla Germania Occidentale, oppure erano scampati alle perquisizione che il regime metteva in atto ogni volta che fosse stato insospettito da qualche individuo. In una singolare intervista condotta con un ex cittadino della DDR, emerge un aspetto a mio avviso rilevante. Come già precedentemente menzionato, il socialismo corrompe-

²⁰ Gli anni Settanta infatti furono protagonisti di ripetute crisi di petrolio che coinvolsero tutti gli stati. Nel 1970 un barile di petrolio veniva venduto per 2-3 dollari, nel 1979 il prezzo salì a 17-18 dollari e nel 1980 si raggiunse il prezzo di 34-35 dollari (Wenzel 1993).

²¹ Intervista condotta con L. H., libera professionista. Lipsia, 5 Giugno 2017.

va la sfera privata attraverso atti negoziati. L'intervistato, I.H.²² infatti sosteneva, che talvolta capitava che suoi conoscenti o compagni di università trovassero all'improvviso dei biglietti (introvabili) per dei concerti. L'esperienza suggeriva, che chi vi riusciva era molto probabile fosse legato, nolens volens, alla *Stasi*. L'organo dunque, svolgeva altresì, il ruolo di erogatore di piaceri e favori. Alle donne che collaboravano venivano spesso offerte della calze di Nylon, un bene così difficilmente reperibile, oppure, venivano regalati accessori o macchinari per la cucina. Il consumo perciò, nell'ex DDR si sgancia (in parte) dalle facoltà economiche e si innesta in una spirale politica che lascia intravedere poche possibilità di uscita, pena atti di ritorsioni incontestabili.

Lo sconforto che affliggeva la popolazione, (malgrado negli anni Settanta si registra un notevole e percepibile livello di benessere), in misura maggiore le donne, che stentavano a trovare abbigliamento o accessori tipicamente femminile, si pensi ai prodotti cosmetici, era alimentato anche dalla quotidiana trasmissione di programmi e pubblicità televisiva, che se pur provenienti dalla Germania Occidentale erano trasmessi anche dalle reti locali. Per quanto la DDR fosse lo stato del *Comecon*, con lo standard di vita più alto di tutto il blocco sovietico, il malcontento era alimentato fondamentalmente da due fattori; l'impegno promosso dal partito di continuare a migliorare le condizioni economiche della popolazione, che malgrado gli sforzi non raggiungevano mai il traguardo sperato, e l'accesso dei cittadini ai canali televisivi Occidentali che mostravano un tenore di vita, appena varcato il muro, ben superiore al proprio (Mählert 2009). Nel 1981, il debito pubblico con la Germania Ovest ammontava a 23 miliardi di marchi, contemporaneamente le provvigioni di petrolio e gas provenienti dall'URSS si ridussero notevolmente in seguito a due anni di economie precarie (Maier 1997). Gli esponenti del governo socialista furono costretti a vendere all'Ovest sangue e plasma donati dai cittadini Orientali a fin di bene, prodotte e vendute armi e importati rifiuti tossici dalla Germania Occidentale per essere smantellati (Knoop 2005). «In definitiva, la performance complessiva della DDR non fu affatto brillante dopo il 1985» (Maier 1997, 115).

Il ruolo della pubblicità nella formazione del consumatore socialista

La DDR è presa in una morsa tra l'Ovest revanscista che con cinque canali televisivi e più di trentacinque stazioni radio ci attacca senza sosta e la controrivoluzione alle spalle (Polonia).
(Mählert, 2009, 110)

Malgrado i rigidissimi e diffusi controlli governativi, i cittadini Orientali, avevano accesso ai canali televisivi dell'Occidente. Questo tipo di connessione, costante, comportava per i tedeschi dell'Est un confronto telematico quotidiano con la Germania Occidentale che veniva percepita molto più prosperosa, ma analogamente, anche più

²² Intervista condotta con I. H., fisico. Lipsia, 6 Maggio 2017.

superficiale perché infrangeva il codice morale socialista della parsimonia.

Uno degli aspetti curiosi e incoerenti della storia del socialismo tedesco riguarda proprio l'impiego di simbologie, estetiche, rappresentazioni, linguaggi e costumi Occidentali a fini pubblicitari e di propaganda. Un nemico quindi, contestato nella sostanza ma plagiato nella forma, soprattutto quella estetica e comunicativa; «Il consumo socialista sentiva l'impellenza del suo spettacolo» rimarca Anselmo (2007). Il primo Settembre del 1945 fu fondata la *DEWAG-WERBUNG*, un'agenzia statale che controllava, gestiva, promuoveva le varie forme pubblicitarie (Randhage 2013). Definibile a livello legale come una agenzia del Partito della *SED*, sarà responsabile negli anni successivi, e fino allo scioglimento del regime socialista, della propaganda dello stesso. Una delle distinzioni che furono intraprese nel campo della pubblicità, riguardava le differenziazioni che venivano attribuite alle merci, e allo loro relative reclami destinate al mercato interno o esterno (*Ivi*, 19). L'agenzia, a partire dal 1973, anno in cui si concluse la totale quanto delicata fase di statalizzazione di tutte le imprese del territorio tedesco, esercitava sulle dinamiche pubblicitarie un approccio monopolista. Monopolista in definitiva per due ragioni, la prima, nella misura in cui si la mercanzia veniva prodotta e smerciata solo dalle aziende statali, la seconda ragione, perché de facto, la pubblicità, operava in un contesto privo di concorrenza.

Uno degli usi e prestazioni della *réclame* consisteva nel manovrare le scelte dei consumatori. Propongo l'illustrativo esempio di una delle campagne del partito a favore di un incremento di consumo di uova, che comportava dei costi di produzione e confezionamento inferiori rispetto alla carne. Lo slogan recitava così; «Prendi un uovo in più! Le uova sono deliziose, facile da preparare, sostanziose, per cui prendi un uovo in più»²³.

Si servivano di manifesti, prospetti, striscioni, vetrine, annunci e pochi spot televisivi (che erano gli stessi visualizzati nei cinema) e un livello di differenziazione nella forma e nei contenuti si stabilì solamente nella pubblicità volta al commercio estero, il quale era giustificato (dato che si trattava dell'avversario e perciò occorreva una legittimazione), dal «*Prinzipien der friedlichen Koexistenz*»²⁴ (Randhage 2013, 23). Uno dei sinonimi proposti da più dizionari del termine pubblicità rimanda inevitabilmente alla funzione della propaganda. Per definizione infatti, la pubblicità era così indicata «*Sozialistische Werbung ist parteiliche Werbung*» (*Ivi*, 24)²⁵. La ragione di tale asserzione va cercata nelle pubblicità che promuovevano, non solo i prodotti ma anche sport, passatempi, attività ricreative promosse dall'*État-Parti* anche se quest'ultimo ambito «è stato [...] uno degli anelli deboli nella realizzazione della pianificazione economica tanto dal punto di vista produttivo che di consumo» (Anselmo 2007, 12).

Le pubblicità degli anni Cinquanta riguardavano il trenta per cento prodotti cosmetici, mentre negli anni Sessanta l'attenzione si focalizza sui macchinari da cucina (Randhage 2013).

²³ <https://www.youtube.com/watch?v=I1Z0zomERu8>, *Flotter Osten DDR-Werbung der 60er-Jahre*. Una raccolta di pubblicità degli anni Sessanta. Proposta di traduzione dell'autrice.

²⁴ *Ivi*, p. 34. «Principio della coesistenza pacifica». Proposta di traduzione dell'autrice.

²⁵ *Ivi*, p. 24. «La pubblicità socialista è pubblicità del partito». Proposta di traduzione dell'autrice.

Al di là delle difficoltà riscontrate nei costi della produzione pubblicitaria, la seconda grande preoccupazione del regime era procurata dalle reti televisive della Germania Occidentale che potevano essere guardate indisturbatamente anche dai cittadini della DDR.

La delicata questione legata alle manovre di orientamento dei fabbisogni verteva su un dilemma teorico; come pubblicizzare un prodotto, e quindi sostenere il consumo, pur tuttavia educando alla personalità socialista? Il dilemma si aggravò durante gli anni Settanta, quando il regime pubblicizzava il benessere della nazione di fronte ad una realtà che tout-court, era invece penalizzata da carenze che riguardavano anche generi alimentari. Si invitava pertanto la popolazione a consumare quello che non era possibile consumare contribuendo così, inevitabilmente, a creare maggiore frustrazione e desolazione.

Fenomenologia e strategie relazionali nelle pratiche di consumo

Nelle interviste condotte con le donne, che sono state la categoria più penalizzata nella dimensione del consumo, spesso viene menzionato il *Westpaket* come strategia messa in atto per alleviare alla mancanza di beni. Si trattava di un pacco spedito dalle famiglie o cittadini della Germania Occidentale alle famiglie o cittadini della Germania Orientale. Di solito venivano inviate merci a seconda delle richieste e delle esigenze. Le famiglie con bambini piccoli ricevevano pannolini usa e getta, biberon in plastica, caffè, dolciumi, lenzuola, rullini per macchine fotografiche. Nelle interviste effettuate, emerge come elemento ricorrente, il ricordo legato al profumo che emanava il *Westpaket*, l'esalazione rimandava sempre a "qualcosa di buono", così come le confezioni in cui erano impacchettate le merci. Le lenzuola, la cosmetica, il caffè, le barrette di cioccolata, il tutto era avvolto da una fragranza gradevole. Il consumo si legava quindi, anche ad una dimensione olfattiva ed estetica (trascurate entrambe dall'economia socialista) che creò maggiore discernimento, nell'immaginario collettivo, tra le merci della Germania Occidentale e Orientale.

Uno degli aspetti che spesso viene rimarcato dagli intervistati (con una certa ironia per giunta) riguarda proprio gli stipendi ricevuti durante il periodo socialista, alte retribuzioni, affitti irrisori, costi della merci basse, ma poche opportunità di consumo. Il regime creava l'illusione del benessere con paghe alte che purtroppo non trovavano occasione di spendibilità.

A placare gli animi desiderosi di consumo rivestono un ruolo cruciale gli *Intershopläden* che, se da un lato servivano a mitigare le insoddisfazione dei cittadini permettendo anche l'acquisto di merce Occidentale, (evitando quindi la comparsa del mercato nero), dall'altra parte, esponeva i consumatori Orientali alle merci prodotte nella ricca Germania aumentando il senso di frustrazione (Bispinck 2012). La presenza di questi luoghi di spaccio di merci comportò oltremodo, anche una distinzione tra i cittadini dividendoli in due classi, quella che disponeva di valuta occidentale e quella che ne era priva. Possedere valuta occidentale assicurava enormi vantaggi per quanto

riguardava l'accessibilità a prodotti di qualità superiore o di fatto maggiormente ambiti. Di solito erano i pensionati a possedere la tanto pregiata valuta, per il semplice fatto, che a loro i viaggi nella Germania Occidentale erano concessi, il permesso invece non era accordato alla classe attiva della popolazione per paura che gli specialisti, una volta varcato il muro, non facessero più ritorno.

La valuta Occidentale, risultava essere così preziosa anche per lo stato-partito, che furono introdotte delle limitazioni di cambio. Durante le permanenze in altri stati dell'URSS si poteva convertire solo una prestabilita somma al giorno, per impedire appunto, fughe di valuta di valore negli altri stati. Per quanto riguarda invece il consumo legato alla dimensione turistica, nell'intervista condotta con E. H.²⁶ emergono aneddoti particolari relativi alla fruizione dei viaggi. La signora in questione, rammenta che l'Ungheria era una delle mete più ambite dai tedeschi Orientali, là si potevano acquistare merci e prodotti introvabili nella madrepatria.

Osservazioni conclusive

Il ruolo dei dipendenti, e soprattutto delle commesse, svolgeva una funzione centrale nelle modalità di approvvigionamento delle merci. La conoscenza di qualcuno inserito nei contesti di vendita era indispensabile e le relazioni assumevano rilievo strategico nella individuazione e distribuzione delle risorse ritenute prestigiose. Riuscire a mantenere rapporti di una certa levatura con le commesse «come diceva la vox populi: *Vitamin B-come- le Beziehungen* (relazioni o contatti giusti)» (Schmidt 2009, 139) garantiva di entrare in possesso di certe merci, sì, presenti nel mercato, ma in quantità irrisorie.

Le fenomenologie del consumo nell'ex-DDR, come abbiamo già avuto modo di vedere, assumono tratti e caratteristiche che non fanno necessariamente riferimento a disponibilità economiche dei soggetti ma si innestano in un sistema macro-politico così come di seguito espresso; «*La consommation est ainsi subordonnée à la sphère productive et au pouvoir politique*» (Koot 2011, 53). I soggetti quindi consumano quando gli è data possibilità di farlo, con prodotti e merci non sempre necessari o desiderati. Le pratiche di consumo assumono statuto pedagogico, nella misura in cui, prende forma la dimensione del «consumatore comandato», così come suggerita da Anselmo (2007). Il carattere politico con cui si esprimeva la *SED*, con la sua spirale manipolatoria e coercitiva, corrompeva la sfera privata attraverso favori che il partito elargiva, o negava, ai suoi cittadini, legando una parte delle pratiche di consumo alla sfera dell'esercizio del pubblico potere. Una delle conseguenze della politica della pianificazione economica riguardava i tempi di fruizione di un bene. Il dispositivo temporale venne viziato dalle logiche del mercato interno che non garantiva immediatezza, o tempi brevi, per il consumo di determinate merci, educando così all'attesa e incoraggiando la formazione di cittadini, che nei limiti del possibile, riuscirono, anche

²⁶ Intervista condotta con L. H., libera professionista. Lipsia, 5 Giugno 2017.

grazie al contributo scolastico, a supplire alle mancanze del sistema. L'improvvisarsi sarti, elettricisti, falegnami erano pratiche culturali all'ordine del giorno che permettevano di deridere i cittadini della Germania Occidentale (in gergo *Wessi*) sì, inseriti in un contesto di benessere al limite dello sfarzo, ma anche altrettanto incapaci di supplire alle mancanze materiali perché viziati appunto da logiche di consumismo sfrenato, e pertanto, invalidati nell'arte dell'improvvisazione. Il ritratto che emerge della società della Germania Orientale, in relazione alla modalità e dinamiche di consumo, mette in luce caratteristiche e saper fare locali, legati all'ambiente economico e alle risorse del territorio dove la «superiorità etica del socialismo non andava misurata e comprovata dai beni di consumo disponibili e usufruibili ma da una morale che voleva sì che i beni avessero un elevato valore d'uso» (Mählert 2009, 73) In base al motto «di necessità virtù» non solo si assiste alla formazione di cittadini conformi ai principi socialisti, ma si viene a configurare un soggetto storico ed antropologico, con uno spiccato senso pratico, creativo, a tratti spartano, illustrabile con la locuzione «*Homo sovieticus-faber-creativus*».

Bibliografia

- AA.VV. 1997. *Bildungsgeschichte einer Diktatur*. Weinheim: Deutscher Studien Verlag.
- Aime, Marco. 2004. *Eccessi di culture*. Torino: Giulio Einaudi editore.
- Anselmo, Marcello. 2007. *Il consumatore comandato. Pratiche e immaginario della cultura del consumo realsocialista: Berlino est e DDR*. EUI PhD theses. Department of History and Civilization.
- Ansorg, Leonore. 1997. *Kinder im Klassenkampf. Die Geschichte der Pionierorganisation von 1948 bis Ende der 50 Jahre*. Berlin: GAM Media.
- Anweiler Oskar. 1988. *Schulpolitik und Schulsystem in der DDR*. Opladen: Leske + Budrich.
- Barcarini, Camilla. Anno accademico 2011/12. *L'organizzazione sociale della Repubblica Democratica Tedesca*. LUISS.
- Bauman, Zygmunt. 2007. *Homo consumen. Lo sciame inquieto dei consumatori e la miseria degli esclusi*. Trento: Erickson.
- Benner Dietrich, Merckens Hans, Schmidt Folker 1996, *Bildung und Schule im Transformationsprozeß, von SBZ, DDR und neuen Länder. Untersuchungen zu Kontinuität und Wandel*. Berlin: Freie Universität.
- Benner Dietrich. 1996, *Bildung und Schule im Transformationsprozeß, von SBZ, DDR und neuen Ländern: Untersuchungen zu Kontinuität und Wandel*. Berlin: Freie Universität Berlin.
- Bispinck, Henrik. 2016. *Die DDR im Blick der Stasi, die Geheimen Berichte an die SED-Führung*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG.
- Bobbio, Norberto. 2004. *Il dizionario di politica*. Torino: Utet libreria.
- Bongiovanni, Bruno. 2009. *Storia della guerra fredda*. Bari: Editori Laterza.
- Brodiez-Dolino, Axelle, Dumons. 2014. *La protection sociale en Europe au XX^e siècle*. Presses universitaires de Rennes: Rennes.

- Budke, Alexandra. 2010. *Und der Zukunft abgewandt. Ideologische Erziehung im Geographieunterricht der DDR*. Göttingen: V&R, Unipress.
- Cambi, Franco. 2005. *Le pedagogie del Novecento*. Bari: Editori Laterza.
- Chiosso, Giorgio. 2006. *Il novecento pedagogico*. Milano: Editrice la scuola.
- Dondoli, Valeria Eleonora. 2015. *Dinamiche storiche, politiche culturali e pedagogiche nella città di Lipsia. Resoconti etnografici presso il Kindergarten evangelico forum thomanum. Convinienze e tensioni di paradigmi pedagogici socialisti e contemporanei*. Tesi Magistrale. Firenze: Università di Firenze.
- D'Addio, Mario. 2002. *Storia delle Dottrine politiche*. Genova: ECIG.
- Douglas, Mary, e Baron, Isherwood. 1984. *Il mondo delle cose*. Bologna: Il mulino.
- Ebert, Elvir. 1997. *Einkommen und Konsum im Transformationsprozeß*, Opladen: Budrich + Leske.
- Frabboni, Franco. 2007. *Le parole della pedagogia. Teorie italiane e tedesche a confronto*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Galli Carlo. 2017. *Sulla guerra e sul nemico*. Testo, riveduto dall'Autore, della relazione tenuta presso il Dipartimento di Discipline Storiche dell'Università di Bologna il 18-XII-2003, all'interno della giornata di studi, organizzata in collaborazione con l'Istituto Gramsci dell'Emilia-Romagna, dedicata al tema: *L'immagine del nemico* <https://www.docsity.com/it/carlo-galli-sulla-guerra-e-sul-nemico/9454/>. Data accesso 14 Aprile 2017.
- Galli Carlo, Edoardo Greblo, e Mezzadra, Sandro. 2005. *Il pensiero politico del Novecento*. Bologna: Il Mulino.
- Geißler, Gert, Wiegmann, Ulrich, 1995. *Schule und Erziehung in der DDR: Studien und Dokumente*. Berlin: Hermann Luchterhand Verlag.
- Grammes, Tilman, Henning Schluß, e Vogler, Hans-Joachim. 2006. *Staatsbürgerkunde in der DDR*. Wiesbaden: GWV Fachverlage GmbH.
- Grüning, Barbara. 2010. *Diritto, norma, memoria. La Germania dell'est nel processo di transizione*. Macerata: Eum.
- Häder, Sonja, Tenorth, Heinz-Elmar, e Anweiler, Oskar. 1997. *Bildungsgeschichte einer Diktatur*. Weinheim: Deutscher Studien Verlag.
- Härtel, Christian, e Kabus, Petra. 2000. *Das Westpaket. Geschenksendung, keine Handelsware*. Berlin: Ch. Links Verlag.
- Helwig, Gisela. 1988. *Schule in der DDR*. Köln: Verlag Wissenschaft und Politik.
- Jeanette, Madarasz. 2009. *Economic, Politics and Company Culture: Tre problem of routinisation in Power and Society in the GDR, 1961-1979*. New York-Oxford: Berghahn Books.
- Knopp, Guido. 2005. *Goodbye DDR*. München: Hobby & Work.
- Ludwig, Andreas. 2006. *Konsumgenossenschaften in der DDR*. Köln: Böhlau Verlag GmbH & Cie.
- Mählert, Ulrich. 2009. *La DDR, una storia breve, 1945-1989*. Milano: Mimesis.
- Maier, Charles S. 1999. *Il crollo. La crisi del comunismo e la fine della Germania Est*, Bologna: Il Mulino.
- Manz, Günter. 1992. *Armut in der DDR-Bevölkerung. Lebensstandard und Konsumtionsniveau vor und nach der Wende*. Bremen: Maro Verlag.

- Marx, Karl, e Engels, Friedrich. 2001. *Manifesto del partito comunista*. Milano: Bur.
- Merkel, Ina. 1999. *Utopie und Bedürfnis. Die Geschichte der Konsumkultur in der DDR*, Köln: Böhlau.
- Müller-Enbergs, Helmut, Wielgoths, Jan, Hoffmann, Dieter, e Herbst Andreas. 2006. *Wer war wer in der DDR?* Berlin: Ch. Links Verlag.
- Nave-Herz, Rosemarie. 2002. *Kontinuität und Wandel der Familie in Deutschland: Eine zeitgeschichtliche Analyse*. Oldenbourg: De Gruyter.
- Quadrelli, Paola. 2011. *Il partito è il nostro sole*. Rimini: Aracne.
- Protokoll des Parteitages der Sozialistischen Einheitspartei Deutschland. 20. Bis 24. September 1947 in der Staatsoper zu Berlin, Berlin.
- Parmiggiani, Paola. 1997. *Consumo e identità nella società contemporanea*. Milano: FrancoAngeli.
- Randhage, Sabine. 2013. *Werbung im Sozialismus. Eine vergleichende Analyse ostdeutscher Werbesprache*. Frankfurt am Main: Peter Lang Edition.
- Sabbatucci, Giovanni, e Vidotto, Vittorio. 2008. *Storia contemporanea*. Bari: Editori Laterza.
- Schmidt, Christina. 2009. *Al di là del muro. Cinema e società nella Germania est 1945-1990*. Bologna: Clueb.
- Schultz, Helga, e Wagener, Hans-Jürgen. 2007. *Die DDR im Rückblick: Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur*. Berlin: Ch. Links Verlag.
- Steinhöfel, Wolfgang. 1993. *Spuren der DDR-Pädagogik*. Weinheim: Deutscher Studien Verlag.
- Wenzel, Siegfried. 1993. *Was war die DDR Wert?* Berlin: Das Neue Berlin.

