

# comunicare le cose nell'era dei *new media*

*Mino Ianne*

La tecnologia della comunicazione e l'uso generalizzato dei *new media* impongono l'adozione di un paradigma di scrittura diverso da quello tradizionale. Il modello di scrittura di tipo giornalistico – le cui peculiari caratteristiche linguistiche e stilistiche ne fanno un vero e proprio genere letterario – risponde alle esigenze di immediatezza, chiarezza, semplicità e rapidità richieste dal sistema informatico e dagli stili di vita contemporanei. L'adozione generalizzata, e non più soltanto professionale e settoriale, di questa tecnica di scrittura viene incontro a quella oralità di ritorno della dinamica mediatica odierna, fatta di immediatezza, interattività, intimità. Sotto certi aspetti essa – procedendo più per analogie che per implicazioni formali – meglio favorisce il rapporto con le cose.

*Parole chiave:* new media, scrittura giornalistica, cose.

The communication technology and the widespread use of *new media* push toward the adoption of a writing system which differs from the traditional one. The journalistic writing model – which has its own linguistic and stylistic features that make it a proper literary genre – succeeds in giving the outrightness, vividness and quickness that the information system and the other contemporary life styles demand. The general adoption of this writing technique, not any longer limited to the professional and specialized use, meets the modern media dynamics, which is immediate, interactive, and deep. In some respects – reasoning by analogies rather than formal implications – it better suites the interrelation.

*Key words:* new media, journalistic writing, things.

I *new media* e la nuova tecnologia della comunicazione offrono le condizioni per agevolare il diffondersi di uno stile di scrittura, di una forma letteraria, con caratteri di diversità rispetto agli stili tradizionali di composizione di un testo. Gli stili tradizionali, pure generalmente efficaci nella composizione di elaborati di complessa riflessività destinati a target di nicchia, sono espressione di una modalità della comunicazione che risente di forme sociali e tecnologiche diverse dalle attuali<sup>1</sup>.

Le modalità compositive che fanno parte del comune corredo formativo non sempre sembrano favorire le esigenze proprie della comunicazione contemporanea, tanto più su Web, che richiedono chiarezza, semplicità, brevità, capacità di catturare immediatamente l'attenzione, caratteristiche proprie della scrittura di tipo giornalistico.

La loro assenza rischia di compromettere l'efficacia comunicativa del messaggio. Può accadere che la comunicazione non "passi" quando un testo presenta un periodare molto ragionato, con abbondanza di subordinate, di aggettivi, di lunghe descrizioni. Accade, talora, di leggere testi in cui il fatto fondamentale, l'argomento centrale della comunicazione, si trova alla fine di un lungo, a volte tortuoso, periodare; o, peggio, in cui il fatto centrale è diluito in tutta una serie di argomenti e periodi tale da rendere perlomeno faticosa la lettura e l'immediata comprensione. Talvolta la scarsa familiarità con la scrittura induce a usare un linguaggio distaccato e lontano da quello parlato e quotidiano; per non parlare della punteggiatura e dei capoversi, che vengono usati con tale parsimonia da rendere il testo un "mattone" pesantissimo. Tutto questo è l'esatto contrario di ciò che richiede la scrittura mediatica.

Eppure accade che note informative, dirette ad un pubblico eterogeneo, diffuse da soggetti privati o pubblici (per esempio comunicati stampa), siano scritte esattamente in questo modo; spesso anche l'informazione degli Enti della Pubblica Amministrazione risulta ostica ai più per la scarsa chiarezza dello stile.

Analogo inutile diluvio parolaio in burocratese è facile da trovare sul Web. Per non parlare dei siti, per esempio di aziende o gruppi sociali o istituzioni, realizzati come fossero una brochure, con testi scritti in

<sup>1</sup> L'imporsi della nuova tecnologia non è elemento che aggiunge o affianca il preesistente sistema, semplicemente lo cambia in radice, cfr. N. Postman, *Technopoly. The Surrender of Culture to Technology*, Vintage Books, New York 1992; trad. it. *Technopoly*, Bollati Boringhieri, Torino 1993, pp. 15 s.

forma assolutamente non chiara o così noiosa da risultare illeggibili per molti<sup>2</sup>.

Cosa accade in questi casi? Accade semplicemente che la comunicazione rischia di fallire. E fallire nella comunicazione vuol dire fallire l'obiettivo prioritario.

Le esigenze del moderno sistema della comunicazione, e lo stile di vita che ne è sorto, verosimilmente potrebbero essere meglio soddisfatte dall'adozione della modalità di scrittura sorta con i *media*: la tecnica giornalistica. Una tecnica compositiva che sembra presentare elementi di validità che travalicano l'ambito mediatico e assumono, in qualche modo, valore generale nella dimensione sociale odierna, che richiede chiarezza e immediatezza espressiva.

Del resto il giornalismo, non casualmente, è uno dei settori più significativi della cultura moderna<sup>3</sup>, le cui peculiari caratteristiche linguistiche e stilistiche ne fanno un vero e proprio genere letterario<sup>4</sup>, con una storia già consolidata e celebri esponenti.

Il diffondersi, oggi, di queste specifiche caratteristiche linguistiche e stilistiche ben oltre il ristretto ambito professionalizzato del giornalismo fa pensare – sul piano epistemologico – al progressivo determinarsi di un nuovo paradigma<sup>5</sup> di composizione letteraria, che potrebbe prevalere su altri procedimenti compositivi di trasmissione dei saperi, delle conoscenze e delle informazioni. Esso sembra essere, infatti, lo stile che, oggi, può meglio avvicinare alla realtà, spiegare le cose, descrivere le

<sup>2</sup> L'importanza che, anche per la Pubblica Amministrazione, riveste una buona comunicazione tramite videoscrittura è stata ben argomentata già da A. Fioritto, *Manuale di stile*, il Mulino, Bologna 1997, che fornisce le coordinate per la giusta impaginazione e strutturazione del testo.

<sup>3</sup> Secondo D. McQuail, *Mass Communication Theory*, Sage, London 1983; trad. it. *Le comunicazioni di massa*, il Mulino, Bologna 1993, pp. 112 ss., i mezzi di comunicazione di massa hanno colonizzato le altre forme culturali, fino a costituire una nuova tipologia culturale; i media sono diventati, per la maggior parte della gente, le uniche fonti della conoscenza della realtà e del passato.

<sup>4</sup> Sui tratti essenziali dello stile giornalistico e della sua evoluzione, soprattutto in relazione ai *new media*, nell'abbondante bibliografia, si può vedere: F. Carlini, *Lo stile del web. Parole e immagini nella comunicazione di rete*, Einaudi, Torino 1999; R. Staglianò, *Fare informazione al tempo di Internet*, Carocci, Roma 2002; M. Pratellesi, *New Journalism*, Mondadori, Milano 2008; A. Papuzzi, *Professione giornalista. Le tecniche, i media, le regole*, Donzelli, Roma 2010 (v ed.).

<sup>5</sup> Sul concetto evolutivo della scienza che procede per paradigmi, cfr. T. Kuhn, *The Structure of Scientific Revolutions*, Chicago University Press, Chicago 1970; trad. it. *La struttura delle rivoluzioni scientifiche*, Einaudi, Torino 1979, in particolare pp. 119 ss.

situazioni, sintetizzare concetti, esporre con chiarezza e precisione, catturare l'interesse, facilitare la scrittura e la lettura.

Se oggi scriviamo poco e male forse è anche perché il nostro paradigma di composizione letteraria si presenta meglio funzionale a un sistema sociale, intellettuale e tecnologico diverso da quello odierno.

Ma una eventuale correzione di rotta non richiede l'abbandono del patrimonio classico della cultura e della composizione letteraria, semmai la sua valorizzazione integrale. Non è richiesto, cartesianamente, di rompere con la tradizione, ma di recuperarla tutta quanta, a cominciare dai principi e dai canoni della più genuina composizione retorica. Il meglio dello stile codificato di scrittura giornalistica deriva i suoi principi e i suoi metodi dalla retorica antica e dalla sua rimodulazione contemporanea<sup>6</sup>. Il criterio retorico del bello stile e della persuasione, della topica, delle figure e dei tropi, appare funzionale alle attese della società mediatica avanzata e, del resto, esserne conoscitivamente sguarniti significa essere ancora di più esposti alle forme di condizionamento propri della tecnologia della comunicazione di massa.

<sup>6</sup> Come è noto, è agli studi sulla logica informale di Perelman che si deve il recupero sistematico, nel xx secolo, del valore argomentativo e linguistico della retorica, cfr. Ch. Perelman, L. Olbrechts-Tyteca, *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique*, Presses Universitaires de France, Paris 1958; trad. it. *Trattato dell'argomentazione. La nuova retorica*, Einaudi, Torino 2001 (1 ed. 1966); Ch. Perelman, *L'empire rhétorique. Rhétorique et argumentation*, Vrin, Paris 1977; trad. it. *Il dominio retorico*, Einaudi, Torino 1981. Cfr. anche gli studi di R. Jakobson, *Essais de linguistique générale*, Minuit-Point, Paris 1970; trad. it. *Saggio di linguistica generale*, Feltrinelli, Milano 1992 (IV ed). L'allargamento del campo di interesse del linguaggio ha consentito di mettere a tema non solo gli aspetti locutivi, ma anche illocutivi e perlocutivi; la linguistica, così, non si ferma più ai soli aspetti semantici, ma va al fondo di tutta la situazione comunicativa e delle sue occorrenze fattuali, che è il dominio proprio della retorica, cfr. il classico studio di J. L. Austin, *How to Do Things with Words*, Oxford University Press, Londra-New York 1975; trad. it. *Come fare cose con le parole*, Marietti, Genova 1987. Fondamentali sono anche il ben noto Groupe µ, *Rhétorique générale*, Larousse, Paris 1970; trad. it. *Retorica generale. Le figure della comunicazione*, Bompiani, Milano 1976 e il compendio di H. Lausberg, *Elemente der literarischen Rhetorik*, Max Hüber Verlag, München 1967; trad. it. *Elementi di retorica*, il Mulino, Bologna 2002 (1 ed. 1969). Oltre agli autori già citati, si vedano anche, tra i testi più recenti, O. Reboul, *Introduction à la rhétorique: théorie et pratique*, Presses Universitaires de France, Paris 1994 (IV ed. 2009, con ampia bibliografia aggiornata); trad. it. *Introduzione alla retorica*, il Mulino, Bologna 2002 (1 ed. 1996); R. Graf, A. E. Walzer, J. M. Atwill, *The Riability of the Rhetorical Tradition*, SUNY Press, New York 2005; S. Crowley, *Communication Skills and a Brief Rapprochement of Rhetoricians*, in "Rhetoric Society Quarterly", 34, 1, 2004, pp. 89-103; N. Stefanel, *L'attualità della retorica*, Levante, Bari 2008.

Perché scriviamo poco e male? Primo, perché le idee sono poche e confuse (manca un sufficiente *background* intellettuale, una buona cultura generale che scuola e università non riescono più a trasmettere). Poi perché la pratica della scrittura è stata così tanto abbandonata che il panico si fa strada davanti al foglio bianco (cartaceo o virtuale che sia). Se le idee non mancano, queste si presentano affastellate in un disordinato scorrere che non si riesce a incasellare. E ancora: le idee e i fatti come esporli in modo efficace, quali vanno prima e quali dopo? In che modo le informazioni vanno modulate in relazione al pubblico cui ci si rivolge?

Questi interrogativi corrispondono esattamente al livello della tradizionale partizione retorica, *inventio*, *dispositio*, *elocutio*, che insegna le regole della corretta ricerca degli argomenti, della loro organizzazione in una giusta strategia argomentativa, della buona esposizione letteraria, capace di rendere il testo piacevole da leggere e persuasivo negli argomenti che espone.

Analogamente e per altro verso, le famose 5 W del giornalismo anglosassone – efficace esemplificazione dei principi retorici dell'*inventio* – possono costituire un buon orientamento di partenza per un qualunque testo che voglia comunicare delle informazioni; come una griglia vuota da riempire per dare chiarezza, rapidità e precisione, che sono le regole inderogabili non solo della scrittura giornalistica, ma soprattutto della composizione su Web<sup>7</sup>. La scrittura computerizzata è facilitata dall'ausilio di una buona strutturazione della grafica che, facendo ricorso a schemi e tabelle, non solo aiuta la lettura per il senso di ordine che esprime ma, soprattutto, aiuta a maturare l'elaborazione del pensiero e le strategie di composizione del testo. Quest'ultimo, sul Web, cresce e si espande non in lunghezza (i testi lunghi in Rete non comunicano e hanno ben pochi lettori), ma in profondità, grazie all'ipertesto. La strutturazione ipertestuale ben realizzata tiene conto del target di riferimento, di chi sia il potenziale lettore, di quali siano le sue priorità di conoscenza e i suoi interessi<sup>8</sup>. In questo senso si può dire che l'era della multimedialità non favorisce – in linea di principio – il depotenziamento della comunicazione scritta, ma il riconoscimento della sua centralità, pur nella multiformità del linguaggio, degli stili e delle forme

<sup>7</sup> Cfr. M. Pratellesi, *New journalism: teorie e tecniche del giornalismo multimediale*, Mondadori, Milano 2004, pp. 41 s.

<sup>8</sup> Per gli studi sull'ipertesto cfr. G. Landow, *Critical Theory and New Media in an Era of Globalization*, Johns Hopkins University Press, Baltimore 2005, in particolare pp. 234 ss.

testuali diverse<sup>9</sup>. Per altro verso va sottolineato, però, che l'uso dei blog ha prodotto un tipo di scrittura reticolare, collaborativa, nella quale la soggettività dell'autore viene dispersa in una inclusività senza limiti<sup>10</sup>, che porta i soggetti a interagire senza mediazioni<sup>11</sup>; né pare di aiuto una multiformità disordinata di elementi grafici che disciolgono il testo e ne disperdono la centralità.

Il *writer*, se ha padronanza delle forme della comunicazione mediatica, possiede già un buon orientamento per una concreta adesione ai fatti, per un più preciso approccio alla realtà e alle cose, in risposta alle attese di pertinenza e di perfetta comprensibilità di un elaborato. Un testo che sia così modulato deve avere quelle caratteristiche di coerenza, coesione e progressione che sono l'essenza di un buon testo giornalistico. Ma queste sono anche le norme stilistiche fondamentali di una buona composizione retorica, così come vengono dettate dalla ciceroniana (o pseudociceroniana) *Retorica a Gaio Erennio*: brevità (*syntomia*), chiarezza (*saphéneia*), verosimiglianza (*pithanóthes*)<sup>12</sup>. La brevità – dice, in sintesi, l'autore del celebre trattato – è data dalla esposizione che non parte da troppo lontano, ma comincia da dove è strettamente necessario, dalla narrazione che non si prolunga oltre il dovuto, dalla omissione di digressioni superflue. La chiarezza consegue dalla giusta progressione logica e cronologica, evitando confusione e sovrapposizione o il passaggio da un argomento all'altro, che porta a dilungarsi oltre l'opportuno. La verosimiglianza nasce da una ragionevole illustrazione dei fatti, dalla pertinenza di tempi, luoghi e persone di cui si parla<sup>13</sup>.

<sup>9</sup> G. Acerboni, *Progettare e scrivere per Internet*, McGraw-Hill, Milano 2005, pp. 76 ss.

<sup>10</sup> Cfr. C. Baldi, *Penne digitali: dalle agenzie ai blog. Fare informazione nell'era di Internet*, Centro di documentazione giornalistica, Roma 2005; G. Granieri, *Blog Generation*, Laterza, Roma-Bari 2005, in particolare pp. 78 ss.

<sup>11</sup> Sulla struttura ipertestuale non gerarchica si fonda la nozione di "universale senza totalità" resa nota da P. Lévy, *Cyberculture*, O. Jacob, Paris 1997; trad. it. *Cybercultura*, Feltrinelli, Milano 1999, pp. 238 ss. Già W. J. Ong, *Orality and Literacy. The Technologizing of the Word*, Methuen, London-New York, 1982; trad. it. *Oralità e scrittura. Le tecnologie della parola*, il Mulino, Bologna 1986, aveva messo in luce che «la trasformazione elettronica dell'espressione verbale ha accresciuto quel coinvolgimento della parola nello spazio che era iniziato con la scrittura, e ha contemporaneamente creato una nuova cultura, dominata dall'oralità secondaria» (ivi, p. 190).

<sup>12</sup> *Ad Herennium*, I, 14: «Tres res convenit habere narrationem, ut brevis, ut dilucida, ut veri similis sit; quae quoniam fieri oportere scimus, quemadmodum faciamus, cognoscendum est».

<sup>13</sup> *Ad Herennium*, I, 14-16.

Del resto erano proprio queste le nozioni che insegnava un buon professore di scienza della comunicazione quale era Quintiliano, il quale – anticipando, quasi alla lettera, le regole giornalistiche delle W, che per lui erano più di cinque – invitava a non spaziare in modo dispersivo nelle argomentazioni, ma a restringere il campo tematico, tenendo presente il contesto, l'ambiente, la situazione, in modo che la concreta fisicità del reale non venisse oscurata<sup>14</sup>.

Questi suggerimenti appaiono, anche oggi, tanto più opportuni se si pensa che la scrittura elettronica favorisce il flusso dei pensieri, che possono prendere forma senza seguire una pianificazione preliminare. Mentre la vecchia scrittura su carta non consentiva radicali trasformazioni testuali e perciò induceva l'autore a produrre testi già ben strutturati e di giusta lunghezza, la scrittura al computer supera questa difficoltà, a vantaggio di una continua revisione, che accresce il rischio dei voli fantasiosi.

Le esigenze della chiarezza, della concretezza, della rapidità, della persuasività – proprie e comuni alle regole giornalistiche e a quelle retoriche – rispondono alla logica intrinseca della scrittura odierna, soprattutto su Web, dove solo chi cattura l'attenzione del lettore nei primi trenta secondi riesce a trattenerlo sulla pagina. Soprattutto in Rete sono la rapidità e la persuasività che fanno la differenza (laddove per capacità di persuasione non va considerata soltanto l'abilità tecnica, ma soprattutto la forza dimostrativa)<sup>15</sup>.

Va tenuto presente, inoltre, come da tempo ha chiarito Jakob Nielsen, che la capacità di lettura sullo schermo si riduce del venticinque per cento rispetto a un testo su carta<sup>16</sup>. Il lettore-navigatore passa con grande rapidità da un paragrafo all'altro del testo che appare sul monitor, senza bisogno di arrivare fino in fondo per capire se l'argomento lo

<sup>14</sup> Quintiliano IV, 1, 52: «Hoc adicio, ut dicturus intueatur cui, apud quem, pro quo, contra quem, quo tempore, quo loco, quo rerum statu, qua vulgi fama dicendum sit, quid iudicem sentire credibile sit, antequam incipimus; tum, quid aut desideremus aut deprecemur». Sulla teoria e sulla pratica della scrittura in Quintiliano cfr., nella vasta bibliografia, G. Cipriani, T. Ragno, *Comunicare l'ars scribendi. Su alcune similitudini della scrittura nell'Institutio oratoria di Quintiliano*, in "Quaderni di didattica della scrittura", 2, 2004, pp. 37-57 (con più specifico riferimento al libro X e con ampi rimandi bibliografici e testuali).

<sup>15</sup> Già Euripide, *Ecuba*, vv. 816-817, diceva che la persuasione (*peithò*) è la vera padrona (*týrannon*) dell'animo umano, ma nessuno si sforza seriamente di impararla a fondo.

<sup>16</sup> J. Nielsen, *Designing Web Usability: The Practice of Simplicity*, New Riders, Indianapolis 2000; trad. it. *Web Usability*, Apogeo, Milano 2000.

interessa<sup>17</sup>, tanto più che, in Rete, il navigatore ha una immediata disponibilità di notizie, in un flusso ininterrotto nelle ventiquattro ore. Per attrarre l'interesse del lettore potenziale, un testo scritto in Rete deve essere corredato da una buona grafica e da immagini significative, tale da fornire insieme un nucleo informativo unitario che aiuta a fermare lo sguardo<sup>18</sup>. Nei programmi di videoscrittura, infatti, la fruizione di contenuti implica anche una buona dose di coinvolgimento multisensoriale, che costituisce un cambiamento sostanziale rispetto ai testi scritti a mano o a stampa, perché induce a cambiare lo stesso tipo di approccio alla composizione, alla lettura e alla diffusione dell'elaborato<sup>19</sup>.

Queste peculiarità della lettura *on line* richiedono una scrittura (e una grafica) ben calibrata in termini di concisione e lucidità espositiva, impostata, secondo il noto suggerimento di Nielsen, sul sistema della piramide rovesciata<sup>20</sup>. *L'incipit* deve già contenere le conclusioni, il fatto in sintesi (le 5 W), per poi procedere via via a dettagli sempre più ampi, in un ordine decrescente di importanza. L'inizio, impostato nel modo detto, funge da *lead*, da guida per lo svolgimento dell'argomento. Ma questo metodo induttivo è tutt'altro che semplice e richiede molto esercizio, soprattutto perché il paradigma al quale siamo stati formati ci ha abituati alla pratica esattamente contraria, basata sul sistema logico deduttivo dell'argomentazione dialettica di tipo aristotelico. Ma Aristotele, oltre a insegnare il ragionamento sillogistico, che vale per le discussioni di carattere scientifico, ha anche illustrato il ragionamento

<sup>17</sup> E. Carelli, *Giornali e giornalisti nella Rete*, Apogeo, Milano 2004, p. 30.

<sup>18</sup> L. Carrada, *Scrivere per Internet*, Lupetti, Milano 2000, pp. 48 ss.

<sup>19</sup> Il passaggio alla scrittura elettronica ha implicazioni tali da provocare una vera e propria evoluzione antropologica, cfr. P. Lévy, *L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*, La Découverte, Paris 1994; trad. it. *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, Feltrinelli, Milano 1996. La nozione di mutazione antropologica, in relazione all'imporsi della società dei media, si è affacciata, nel secolo XX, con la riflessione dei francofortesi sul tema dell'industria culturale e con le successive intuizioni di P. P. Pasolini, *Lettere luterane*, Einaudi, Torino 1976; tra gli studi più recenti, cfr. V. Marrali, *Quale crescita per i bambini*, in F. Pira, V. Marrali (a cura di), *Infanzia, media e nuove tecnologie. Strumenti, paure e certezze*, Franco Angeli, Milano 2007, pp. 65 ss.; N. Postman, *The Disappearance of Childhood*, Delacorte Press, New York 1982; trad. it. *La scomparsa dell'infanzia*, Armando, Roma 1984 (la TV assimila bambini e adulti con le stesse informazioni e con gli stessi messaggi: ivi, pp. 98 ss.); D. Christakis, *The Hidden and Potent Effects of Television Advertising*, in "Journal of the American Medical Association", April 2006 (il bambino virtuale si perde nell'irrealtà del chiuso della sua stanza: ivi, pp. 1698-9); G. Sartori, *Homo videns*, Laterza, Roma-Bari 1997; K. Popper, J. Condry, *Cattiva maestra televisione*, Reset, Milano 1996.

<sup>20</sup> Nielsen, *Web Usability*, cit., pp. 121 ss.



entimematico, inerente quel vasto mondo della comunicazione umana per il quale non è richiesta o dovuta dimostrazione scientifica, ma realistica e persuasiva<sup>21</sup>.

Persuasive sono, aristotelicamente, quelle argomentazioni che presentano un solido fondamento veritativo, che non contraddicono la logica comune e l'evidenza; che sono, dice lo Stagirita, *eikós*<sup>22</sup>. Il verosimile aristotelico è ciò che è maggiormente vicino al vero, in forza, però, non di una dimostrazione universale (scientifica), ma di ciò che abitualmente avviene, che è ammesso da tutti o dai più, che si presenta secondo ragione e con solide prove<sup>23</sup>.

Per persuadere il frettoloso lettore, in un buon testo di retorica, così come in un buon testo su *word processor*, «sono necessari ragionamenti semplici, che vanno comunicati direttamente», in quanto la retorica, allo stesso modo di un testo giornalistico, «ha bisogno di prove, di indizi, di testimonianze, di esempi, di argomentazioni, che non sono del tipo logico-sillogistico, ma costituiscono ragionamenti più brevi, più semplici, che con il termine tecnico aristotelico chiamiamo entimemi»<sup>24</sup>.

<sup>21</sup> Aristotele, *Retorica* 1357a.

<sup>22</sup> La nozione di *eikós* nel senso di *veri similis* è traduzione che non rende pienamente giustizia del pensiero aristotelico, anche se è comunemente accolta in seguito alla sua formulazione nel compendio *Ad Herennium*, I, 16, il quale precisa che la credibilità dello scritto dipende dalla sua aderenza ai fatti e al modo comune di sentire e ne elenca gli aspetti che vanno considerati: «Veri similis narratio erit, si, ut mos, ut opinio, ut natura postulat, dicemus; si spatia temporum, personarum dignitates, consiliorum rationes, locorum opportunitates constabunt, ne refelli possit aut temporis parum fuisse, aut causam nullam, aut locum idoneum non fuisse, aut homines ipsos facere aut pati non potuisse. Si vera res erit, nihilominus haec omnia narrando conservanda sunt; nam saepe veritas nisi haec servata sint, fidem non potest facere: sin erunt ficta, eo magis erunt conservanda. De iis rebus caute confingendum est, quibus in rebus tabulae aut alicuius firma auctoritas videbitur interfuisse»; queste indicazioni, peraltro, dice l'autore, sono pure da tenere presenti nel caso in cui si scriva su cose inventate. Quintiliano IV, 2, 52, aggiunge che cose false verosimili acquistano maggiore credibilità di quelle vere se narrate nella forma dovuta; analogamente Cicerone, *De inventione*, I, 29.

<sup>23</sup> L'identificazione della prova come nocciolo razionale della retorica è proprio di origine aristotelica e successivamente ripresa in Quintiliano; cfr. C. Ginzburg, *Rapporti di forza. Storia, retorica, prova*, Feltrinelli, Milano 2000, p. 79, il quale, con O. Angermann e F. Solmsen, e contro J. Cousin, si schiera per la dipendenza dell'opera quintiliana dalla *Retorica* di Aristotele (cfr. ivi, n. 25, con i relativi rimandi bibliografici); secondo l'autore l'assunzione del ruolo marginale dell'oggettività della prova è dovuta all'influenza della concezione ciceroniana della retorica come tecnica del solo convincimento emotivo (ivi, p. 80).

<sup>24</sup> E. Raimondi, *La retorica d'oggi*, a cura di A. Toscani, il Mulino, Bologna 2002, p. 21. Sulla piacevole costruzione letteraria consentita dall'entimema, che offre al lettore la suadente impressione di procedere egli stesso alla graduale scoperta veritativa del reale,

L'entimema aristotelico è ciò su cui gli uomini sono generalmente d'accordo, perché è passato nell'uso ed ha una ben maggiore evidenza dimostrativa del singolo esempio, in quanto dotato di una certa forma di universalità e di ancoraggio alla realtà e, perciò stesso, alla verità, in quanto, per Aristotele, l'intelletto umano è capace di cogliere la verità che, per natura, è più forte dell'errore<sup>25</sup>. La semiotica contemporanea ha smarrito il realismo del concetto aristotelico di *eikós* in funzione della nozione di opinione della maggioranza, che prescinde dalla conoscenza dell'universale probabile e della realtà<sup>26</sup>. Per questa via è aperta la strada alla comunicazione mediatica contemporanea, soprattutto televisiva, dove lo spazio di manipolazione e di modulazione falsificante appare con maggiore evidenza nelle cosiddette TV-verità; scrittori e sceneggiatori partono da idee, opinioni e tematiche ritenute di maggior interesse e le proiettano sulla realtà, fingendo di attingerle da essa, in modo tale che la TV, più che rispecchiare la realtà, la costruisce<sup>27</sup>.

L'immagine sostituisce la realtà. Le cose sono non come il soggetto le vede, ma come vengono presentate. «L'essere stesso sembra risiedere e risolversi nell'apparire, vale a dire che lo statuto ontologico della realtà trova piena corrispondenza e dissolvenza nello *status ottico*. Esiste soltanto quel che viene visto, in grado di rendersi evidente, mediante delle immagini»<sup>28</sup>.

Poiché i media introducono non alla concreta fisicità delle cose, ma solo alla realtà virtuale, anche la scrittura, nei sistemi elettronici, assume caratteristiche di verosimiglianza, manipolabilità, credibilità; è una scrittura emancipata dalla realtà, perché i media stessi sono la nuova forma della realtà. Un tale approccio costituisce una modalità del tutto inedita per la tradizione gnoseologica occidentale, per la quale è l'intelletto, per il tramite del linguaggio, a rappresentare la realtà, secondo la celebre definizione tomista della verità come *adaequatio rei et intellectus*: «La realtà virtuale, allora, specchio della realtà mondana, svolge analoga funzione di adeguamento e di conformità. L'unica

cfr. R. Barthes, *L'ancienne rhétorique*, in "Communications", 16, 1970; trad. it. *La retorica antica. Alle origini del linguaggio letterario e delle tecniche di comunicazione*, Bompiani, Milano 2006 (1 ed. Rizzoli, Milano 1972), p. 69.

<sup>25</sup> Cfr. G. Bettetini, A. Fumagalli, *Verità e comunicazioni di massa*, in "Il Nuovo Areopago", 1, 1995, dedicato a *Retorica Verità Persuasione*, pp. 16-7.

<sup>26</sup> Cfr. *ivi*, p. 17.

<sup>27</sup> *Ivi*, pp. 31-3.

<sup>28</sup> P. D'Alessandro, *La manipolazione tecnologica della realtà fenomenica*, in P. D'Alessandro, A. Potestio (a cura di), *Filosofia della tecnica*, LED, Milano 2006, p. 154.

differenza sembra risiedere nel fatto che mentre la facoltà intellettuale, rispecchiando le cose, produce essa stessa le immagini, in vista della loro rappresentazione, la realtà virtuale produce immagini in vista della loro simulazione»<sup>29</sup>.

L'effetto di simulazione è corroborato da testi scritti che danno al recettore la rassicurante sensazione di verità<sup>30</sup>. A questo scopo viene usato uno stile a volte anche notarile, si ricorre a descrizioni dirette, si fanno parlare i testimoni dei fatti, si danno dati precisi (orari, cifre, età, nomi propri ecc.), si citano autorità; l'uso dello stile impersonale, l'assenza di aggettivi, la citazione virgolettata delle fonti, dunque la costruzione stilistica, hanno la forza di convertire il testo in riflesso oggettivo della realtà. L'impressione della realistica rappresentazione dei fatti passa attraverso l'uso di un linguaggio assertivo, presentando argomenti, tesi, inchieste, reportage come "verità" e non come indagini e rappresentazioni soggettive e parziali<sup>31</sup>. Affermazioni dichiarative, enunciati constattivi e assertivi fanno da sostegno alla "costruzione" della verità, che trova appoggio nell'uso abbondante di verbi deontici, di schemi sintattici semplici, che danno l'impressione dell'evidenza chiara e distinta che si manifesta.

È la tecnologia stessa che convince il fruitore della possibilità di trasformare l'immaginazione in realtà, di interagire tra sogno e oggetto sognato, di dare forma tridimensionale alla fantasia; la realtà viene costruita per via virtuale e la verità è ciò che appare, così che la tecnologia e il sistema linguistico informatico divengono il fattore decisivo dell'agire e del pensare umano<sup>32</sup>.

<sup>29</sup> D'Alessandro, *La manipolazione tecnologica della realtà fenomenica*, cit., p. 155.

<sup>30</sup> Cfr. T. Van Duk, *News as Discourse*, Lawrence Erlbaum, Hillsdale 1980, pp. 53 ss.

<sup>31</sup> Sul tema dell'oggettività e della sua deformazione in oggettivismo, cfr. G. Galdon, *Informazione e disinformazione: il metodo del giornalismo*, Armando, Roma 1999, pp. 86 ss. Il mito della oggettività della informazione giornalistica è, in radice, privo di fondamento in quanto, nella scrittura giornalistica, la rappresentazione di un evento, la notizia, non costituisce il vero evento ma, appunto, solo una sua rappresentazione; l'idea dell'autore della notizia circa l'evento costituisce il vero evento che il recettore riesce a cogliere. Questo stesso evento, nella elaborazione giornalistica, viene sottoposto a una ulteriore rappresentazione – prima di essere presentato allo "sguardo" del lettore-recettore – per via dei modi entipologici. Questi sono l'insieme delle caratteristiche grafiche e di collocazione di un testo nell'economia del giornale, che attribuiscono all'evento di cui si parla maggiore o minore risalto ed enfattizzazione. La scelta dei modi entipologici ha una influenza diretta sull'impatto, maggiore o minore, che il fatto ha sui recettori.

<sup>32</sup> Cfr. E. Rullani, *Il valore della conoscenza*, in "Economia e politica industriale", 82, 1994, pp. 43 ss.

L'intelligenza umana si fa intima e identifica se stessa con l'informazione connessionale<sup>33</sup> e tra i due ambiti la differenza non appare più con evidenza<sup>34</sup>, tanto che ormai da tempo questa metamorfosi della condizione umana ha assunto la definizione di *homo tecnologicus*<sup>35</sup>, in cui la realtà appare invasa e razionalizzata dal tecnopolio<sup>36</sup>. L'etica lascia definitivamente spazio alla razionalità tecnica di tipo performativo, fondata sul principio del risultato e dell'efficienza, al quale l'uomo appare sottomesso<sup>37</sup>.

Questa mutazione sostanziale della condizione umana indotta dai *new media*, in cui macchina e pensiero si identificano, appare tanto più evidente se si considera che il concetto occidentale di soggettività identifica l'uomo con la sua capacità di pensare<sup>38</sup>; cartesianamente, l'essere e

<sup>33</sup> T. Sherry, *La vita sullo schermo: nuove identità e relazioni sociali nell'epoca di Internet*, Apogeo, Milano 2005, p. 79.

<sup>34</sup> L'idea che l'uomo diventi una delle componenti della macchina, del sistema tecnologico, modifica sostanzialmente la prospettiva suggerita da Marshall McLuhan, Harold Hinnis, Erich Havelock, Walter J. Ong, per i quali è la tecnologia dei *media* ad essere protesi naturale del corpo umano, cfr. l'efficace rassegna in A. Abbruzzese, A. Miconi, *Zapping. Sociologia dell'esperienza televisiva*, Liguori, Napoli 1999.

<sup>35</sup> H. Jonas, *Philosophical Essays: From the Ancient Creed to Technological Man*, Chicago 1974; trad. it. *Dalla fede antica all'uomo tecnologico*, il Mulino, Bologna 2001 (1 ed. 1974); N. Negroponte, *Essere digitali*, Sperling & Kupfer, Milano 1995; G. O. Longo, *Faccia e interfaccia*, in "Aut-Aut", 289-290, 1999, p. 28.

<sup>36</sup> Postman, *Technopoly*, cit., p. 91. Per la verità, la visione totalizzante che, soprattutto i nuovi media e i *social media*, assumerebbero nei confronti, in particolare, delle nuove generazioni, appare attenuata dai risultati della ricerca *Relazioni comunicative e affettive dei giovani nello scenario digitale*, condotta dal Dipartimento di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo dell'Università Cattolica e coordinata da Chiara Giaccardi, con l'ausilio dei diversi Centri di ricerca sulla comunicazione dello stesso Ateneo; la ricerca è stata presentata in occasione del convegno della Conferenza episcopale italiana "Testimoni digitali" dell'aprile 2010, cfr. C. Giaccardi (a cura di), *Abitanti della rete. Giovani, relazioni e affetti nell'epoca digitale*, Vita e Pensiero, Milano 2010 (il rapporto completo sulla ricerca è alle pp. 133-84). La ricerca ha consentito di superare una certa rigida dicotomia *on line-off line* presente in letteratura; nella pratica le nuove generazioni hanno fatto dei *new media* luoghi antropologici, spazi umani reali, che superano la divisione del pubblico e del privato; non sono i media a dominare, ma essi sono usati dai giovani in vista di attese relazionali che superano la contrapposizione pubblico-privato.

<sup>37</sup> L. Polo, *Pensare classico e pensare moderno*, in "Il Nuovo Areopago", 1, 1982, pp. 39 ss.

<sup>38</sup> La fondazione platonica del concetto di anima, come sede delle scelte intellettuali e morali dell'uomo, è all'origine dell'idea stessa di Europa, cfr. J. Patocka, *Platone e l'Europa*, prefazione e introduzione di G. Reale, trad. di M. Cajthmal e G. Girgenti, Vita e Pensiero, Milano 2007. La struttura della lingua greca, che richiede la presenza delle vocali nella scrittura, è stata intellettualmente proficua; De Kerckhove ha suggerito che l'alfabeto totalmente fonetico favorisce l'attività dell'emisfero cerebrale sinistro, alimen-

il pensiero coincidono e la parola, tanto più la parola scritta, è disvelativa della realtà<sup>39</sup>. In particolare nella tradizione occidentale, sin dal tempo di Platone, la scrittura è stata considerata inseparabile dal pensiero e quest'ultimo dalla mente e dall'io<sup>40</sup>. Ma la perfezione tecnologica, il dominio mediatico, l'opulenza informativa non solo modificano la prassi della scrittura ma, soprattutto, sembrano decretarne l'oblio<sup>41</sup>. Mentre prima si scriveva per riflettere su pensieri e comunicare notizie, informazioni, fatti tratti dalla realtà, oggi la scrittura informatica consente di ricevere, a ritmi velocissimi, una miriade ininterrotta di informazioni<sup>42</sup>,

tando, così, sul piano neurofisiologico, il pensiero teoretico, cfr. D. De Kerckhove, *A Theory of Greek Tragedy*, in Id., *Sub-Stance*, University of Wisconsin, Madison 1981; sul punto, cfr. anche Ong, *Oralità e scrittura*, cit., pp. 137 ss.; K. Robb, *Le origini poetiche dell'alfabeto greco: ritmo e abbecedario dalla Fenicia alla Grecia*, in E. A. Havelock, J. P. Hershbell, *Arte e comunicazione nel mondo antico. Guida storica e critica*, Laterza, Roma-Bari 1992, pp. 35-50.

<sup>39</sup> L'unità di *res* e *verba* è parte essenziale della tradizione di pensiero occidentale, che dal *Fedro* di Platone giunge fino all'età degli umanisti italiani; la scissione tra linguaggio e realtà è diventata, invece, nozione generalmente accolta dal pensiero moderno e contemporaneo. Per un recupero, in termini nuovi, del rapporto *res-verba*, cfr. E. Grassi, *Macht des Bildes. Ohnmacht der rationalen Sprache. Zur Rettung des Rhetorischen*, Wilhelm Fink Verlag, München 1979; trad. it. *Potenza dell'immagine. Rivalutazione della retorica*, Guerini e Associati, Milano 1998, pp. 181 ss., 225ss., dove l'autore, con Vico, ripropone l'efficacia dimostrativa della ragione topica; Id., *Rhetoric as Philosophy. The Humanist tradition*, The Pennsylvania State University Press, University Park-London 1980; trad. it. *Retorica come filosofia. La tradizione umanistica*, La Città del Sole, Napoli 1999, pp. 79 ss.

<sup>40</sup> E. A. Havelock, *Preface to Plato*, Harvard University Press, Cambridge (MA) 1963; trad. it. *Cultura orale e civiltà della scrittura. Da Omero e Platone*, Laterza, Roma-Bari 1995, p. 193.

<sup>41</sup> I tempi, i ritmi e le forme della società sono a tal punto condizionati dallo sviluppo tecnologico da rendere impossibile una comparazione storico-sociale con le epoche precedenti, cfr. G. O. Longo, *Reti e cultura*, in "Pluriverso", 2, 1996, pp. 82 ss.

<sup>42</sup> L'abbondanza di stimoli multimediali e l'enorme quantità di informazioni che, quotidianamente, l'uomo riceve dai media hanno un riverbero negativo sul cervello che, sovraccaricato, non riesce a elaborare più nemmeno i drammi, cfr. sul punto il sito <http://www.ilverobenessere.com>. È stato calcolato che, ogni giorno, il cervello viene bombardato, mediamente, da 100.500 parole, modificando la capacità di concentrazione, che diviene sempre più scarsa; vale la pena di riportare quanto scrive, al riguardo, F. Macrae, *The 100,000 Words a Day that are Changing our Brains and Ruining our Concentration*, in "Daily Mail", 13 December 2009, che sintetizza i risultati di una ricerca condotta dall'Università della California: «Having trouble concentrating on this story? It could be because your brain is bombarded with more than 100,000 words a day. The average adult hears or reads 100,500 words a day, research shows. And the "day" takes into account only waking hours outside work – meaning the true figure is much higher. Researcher Roger Bohn estimated the amount of information people are exposed to inside and outside the home, for activities other than work. Trips to the cinema, listening to the radio, talking on the phone, playing video games, surfing the internet and reading the newspaper were all factored in

tanto che sembra difficile distinguere tra fatti reali e virtuali. Anzi la realtà finisce per essere considerata poco interessante, perché incapace di suscitare quelle emozioni forti che offre la Rete<sup>43</sup> e offrono le TV; con la spettacolarizzazione sistematica di tutto la tensione e l'attenzione sono sempre tenute alte<sup>44</sup>. Il predominio dell'emozione rende inutili i sentimenti e non consente di comprendere se i messaggi visivi sono originati dalla realtà o dalla virtualità; tra i due ambiti non c'è più differenza e ciò che si vede acquista valore assoluto<sup>45</sup>.

Più in generale, le nuove tecnologie sembrano rappresentare una sostanziale involuzione nel processo di apprendimento e di comunicazione delle conoscenze, delle parole e della realtà oggettiva, in virtù dello scarto tra sapere disponibile, estroflesso nella rete del sistema informatico e nelle memorie del PC, e sapere effettivamente posseduto<sup>46</sup>; un sapere introflesso scarno e disarticolato anche sul piano della capacità linguistica e grafica di esprimersi.

Questo cambiamento epocale della condizione umana mette a disagio, disorienta e rende necessaria una riflessione analoga a quella che, a suo tempo, fece Platone, protagonista, come noi oggi, di un cambiamento epocale nella tecnologia della comunicazione. Per il filosofo ateniese

to create a "snapshot of the information revolution". It concluded that the average adult was exposed to more than 100,000 words daily and 34 gigabytes of information – or a fifth the storage capacity of a notepad computer. There are concerns our brains are being overloaded and even that their structure is being changed by the flood of data. Susan Greenfield, one of Britain's most eminent scientists, has repeatedly warned that social networking sites may be harming children's brains by shortening attention spans encouraging instant gratification and making young people more self-centred. Constant computer use may also be "infantilising" the brain, making it harder to learn when things go wrong. Professor Bohn, from the University of California, said: "I think one thing is clear: Our attention is being chopped into shorter intervals and that is probably not good for thinking deeper thoughts". Oxford University neuroscientist Professor Colin Blakemore added: "The brain can grow and increase in size depending on how it is used. Perhaps dealing with this new information will cause new nerve cells to be born"».

<sup>43</sup> G. Luca, *Padroni della menzogna, il gioco delle identità e dei mondi virtuali*, Meltemi, Roma 1997.

<sup>44</sup> Sulla spettacolarizzazione mediatica, cfr. N. Postman, *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*, Viking Press, New York 1985; trad. it., *Divertirsi da morire. Il discorso pubblico nell'era dello spettacolo*, Marsilio, Venezia 2002.

<sup>45</sup> Se un individuo si trova in condizione ansigena o di affaticamento da stress è maggiormente portato a rifugiarsi nella TV e nella Rete per cercare momenti di serenità e di svago; è un rifugio nel virtuale per obliare la realtà o per creare una realtà a propria misura, cfr. J. Baudrillard, *La comunicazione uccide la realtà*, Reser, Milano 1995, in particolare pp. 35 ss.

<sup>46</sup> B. Ruggeri, *Scrittura e nuovi Media*, in "KAOS. Giornale di confine", 1, 2005-06.

il problema era l'avvento della scrittura, per noi è il tramonto se non della scrittura, almeno di un certo tipo di scrittura e, soprattutto, l'indigenza scritturale che caratterizza i più. Come Platone nel *Fedro*, possiamo dire che le nuove tecnologie rappresentano una involuzione nel processo di apprendimento e di comunicazione del sapere; ma, proprio come fece il grande scolarca, non si tratta di esorcizzare la tecnologia, quanto di criticarla dal di dentro, avendo di essa piena padronanza e coscienza delle potenzialità positive che racchiude. Evocare il fondatore dell'Accademia in questo contesto, allora, non significa fare inutile scavo archeologico, ma farsi aiutare da chi ha avuto, più e meglio di tutti, la capacità di guardare molto lontano sull'evoluzione della tecnologia della comunicazione. In questo senso, anzi, l'approccio di Platone alla scrittura andrebbe letto con la categoria ermeneutica gadameriana della "storia degli effetti" (*Wirkungsgeschichte*), come chiave di lettura della contemporaneità.

Il riferimento a Platone, negli studi mediologici, serve spesso per evidenziare la contrapposizione tra due mondi, quello dell'oralità e quello della scrittura e della nuova tecnologia e sui processi di cambiamento che intervengono nei momenti di transizione<sup>47</sup>. In realtà il punto di vista platonico è più complesso<sup>48</sup> e, per questo, consente il giusto approccio ermeneutico alla genesi di alcune dinamiche essenziali della trasformazione tecnologica che ineriscono il mondo della scrittura e della formazione pedagogica.

Il punto di vista di Platone, si potrebbe dire sinteticamente, è che i media, in se stessi, non sono né buoni né cattivi; il loro valore sta nell'uso che l'utente riesce a farne. Un buon uso richiede una buona competenza; richiede, platonicamente, un sapere (tanto nel senso della *téchne* che in quello della *phrónesis*), che non è quello della semplice tecnica manipolatoria (per esempio del computer), ma quello, ben più profondo, della cultura<sup>49</sup>. Queste osservazioni, nel *Fedro*, acquistano via via

<sup>47</sup> Cfr. D. De Kerkhove, *La civilisation vidéo-chrétienne*, Editions Retz, Paris 1990; trad. it. *La civilizzazione video cristiana*, Feltrinelli, Milano 1995; Havelock, *Cultura orale e civiltà della scrittura*, cit.; Ong, *Oralità e scrittura*, cit.; Postman, *Technopoly*, cit.

<sup>48</sup> Per capire il senso della discussione platonica non si può restringere il campo alla sola critica della scrittura esposta a partire dal passo 274b del *Fedro* che, peraltro, in alcuni passaggi (come brevemente esponiamo più avanti) contiene anche l'elogio della scrittura; occorre considerare anche la critica all'oralità poetico-mimetica del Libro x della *Repubblica* e dello *Ione*. Havelock ha dimostrato che l'intera epistemologia platonica si fonda sul rifiuto del vecchio mondo della cultura orale e delle interazioni personali, cfr. Havelock, *Cultura orale e civiltà della scrittura*, cit., pp. 194 ss.

<sup>49</sup> C. Stoll, *Confessioni di un eretico high tech*, postfazione di R. Simone, Garzanti,



consistenza nel dialogo che viene intrecciandosi tra il dio Theuth e il re Thamus, uno “integrato”, l’altro “apocalittico”<sup>50</sup>; l’uomo, fidando sulla potenza della nuova tecnologia, la scrittura, affiderà ad essa la propria memoria e i propri saperi (274e-275a), che dunque risulteranno indeboliti e dispersi, proprio nel momento in cui avranno l’illusione scienziata di essere conoscitori di molte più cose di prima, mentre accade esattamente il contrario (275a-b).

Nel linguaggio del XXI secolo questo significa che i *new media*, di per sé soli, non incoraggiano la cultura e non aiutano la memoria, sebbene essi contengano, al loro interno, una enormità di saperi, memorizzati in modo illimitato. A livello dei più (*oí polloí*, come direbbe Platone), i media favoriscono una cultura della superficie, dell’effimero e del banale, dando però al fruitore la sensazione contraria<sup>51</sup>, con uno scarto che si dilata sempre di più tra sapere disponibile e sapere effettivamente posseduto.

Dunque Platone farebbe oscurare Internet, come un odierno dittatore mediorientale?

No, soltanto ripeterebbe l’allegoria dei *giardini di Adone* (276b-d): i semi piantati per gioco in un vaso crescono rapidamente in otto giorni, quelli piantati con serietà dal contadino e facendo uso di tutte le tecniche dell’agricoltura, senza risparmiare lavoro e fatica, crescono lentamente in otto mesi. Rispetto alla serietà del sapere, la Rete è soltanto un gioco, non è essa la fonte né del sapere né della conoscenza, acquisita rapidamente e a poco prezzo con un semplice “navigare”. Chi impara con serietà lo fa studiando sui libri, con fatica e molto tempo; è solo la cultura dello scrivere che consente di acquisire quei contenuti che l’alfabetizzazione informatica non può dare. Studiare dal libro è imprescindibile per un vero possesso delle conoscenze nelle diverse materie, a cominciare da quelle storico-letterarie, in quanto gli strumenti informatici non sono in grado di condurre alla sostanza dei problemi, né aiutano a memorizzare quelle nozioni e quei principi spirituali che fanno parte del patrimonio costitutivo

Milano 2001, ha chiarito a sufficienza che, per saper usare i *new media* non occorre alcuna istruzione e alcuna particolare intelligenza; il computer, a suo avviso, non aiuta a crescere, a imparare, a educare e, questa è la sua conclusione, non è di alcuna utilità per le scuole sul piano formativo.

<sup>50</sup> Cfr. U. Eco, *Apocalittici e integrati*, Bompiani, Milano 1977.

<sup>51</sup> «Della sapienza, poi, tu procuri l’apparenza non la verità; infatti essi diventeranno per mezzo tuo uditori di molte cose senza insegnamento, crederanno di essere conoscitori di molte cose, mentre, come accade per lo più, in realtà, non le sapranno e sarà ben difficile discorrere con essi, perché sono diventati portatori di opinioni invece che sapienti» (*Fedro* 275a-b, trad. it. di G. Reale).



della nostra cultura<sup>52</sup>. “Navigare” può essere utile come richiamo alla memoria di chi già possiede le giuste conoscenze (275a e 275d), diversamente si saltella qui e là senza costruito. Chi già a monte non possiede le giuste conoscenze non sa nemmeno cosa cercare in Rete, non sa riconoscere e non sa discernere, e finisce soltanto per essere alluvionato da un mare infinito, senza comprendere e trattenere nulla.

Ben più importante e più serio è il testo scritto, fermato sulla carta, che consente lettura, rilettura, riflessione e sguardo olistico sul messaggio dell'emittente; dunque, strutturalmente sfugge all'area dell'effimero per situarsi su un profilo psico-cognitivo che favorisce l'apprendimento concettuale<sup>53</sup>.

Diversamente, scrivere al computer può essere utile per smontare e rimontare parti di testo, copiare, incollare e ritagliare con rapidità<sup>54</sup>, ma non per produrre una scrittura sequenziale per concetti.

Quali sono, per Platone, le condizioni di una buona scrittura?

La prima condizione, che sovrasta tutte le altre, è essere competenti, possedere il giusto sapere, circa l'argomento trattato (259e-260a), altrimenti la scrittura o è inutile oppure diventa un'arma per persuadere e per dominare, incurante del vero e del falso (258c-d; 260c-e; 261c-d).

La seconda condizione consiste nella giusta conoscenza dell'anima dell'interlocutore (259e), per sapere in anticipo come calibrare il testo, quale linguaggio usare e a quale livello di profondità attestarsi, in modo che la lettura possa avere una piena comprensione. Ciò implica che gli argomenti di maggiore spessore, le cose che, per lo scrivente, hanno grande valore e importanza, devono essere comunicate solo a chi è in grado di comprenderle, a un'anima adatta (*psychè prosékusa*, 276e). Lo scritto, ancora di più quello immesso in Rete, finisce sotto lo sguardo di chiunque, di chi è in grado di comprendere e di chi no; ma le cose di maggior valore non possono essere messe nelle mani di chi non le sa apprezzare (275e). La comunicazione autentica non è quella di chi legge

<sup>52</sup> Sul ruolo prioritario della memorizzazione nel processo formativo, cfr. C. Laneve, *Dal banco alla cattedra: il ruolo della memoria nella pratica d'insegnamento*, in R. Cipriani, U. Margiotta (a cura di), *La ricerca pedagogica in Italia*, Mazzanti, Venezia 2007, pp. 133 ss.; C. Laneve, S. Pastore, *Memoria e insegnamento universitario. Dalla didattica dalla parte del banco a quella dalla parte della cattedra*, in “Orientamenti pedagogici”, 4, 2008, pp. 589 ss.

<sup>53</sup> D. Corno, *Scrivere e comunicare. Teoria e pratica della scrittura in lingua italiana*, Mondadori, Milano 2002, pp. 56 ss.

<sup>54</sup> Le operazioni di tagliare e incollare sono quelle che Platone indica come proprie di chi possiede un sapere superficiale, ma non appartengono al dialettico (278d-e).

e non comprende, ma quella che riesce a scrivere sull'anima, che permette conoscenza vera del Bello, del Buono e del Giusto (276c) e che, una volta acquisita, rimarrà possesso per sempre; per richiamarla alla memoria, basterà un semplice segno iconico (276d)<sup>55</sup>.

La terza condizione platonica per una buona scrittura consiste nella coerenza e nella progressione discorsiva, in modo che la composizione risulti un insieme armonico e unitario (263c).

Da ultimo l'elaborato deve saper sviluppare l'argomento nella forma propria del ragionamento dialettico, che è il procedimento proprio del filosofo, il quale dal particolare giunge all'universale, per comprendere tutte le cose nell'unità della loro essenza; e dall'universale ridiscende al particolare, per divisioni successive (265d)<sup>56</sup>. Questa è la scrittura efficace, che non è più nella solitudine del figlio abbandonato, ma vive in compagnia del padre, il *logos*, che viene in soccorso quando il testo viene interrogato e messo alla prova (275e)<sup>57</sup>; diversamente dalla cattiva scrittura, artificiosa e vuota di sapere, la buona scrittura coinvolge la natura del pensiero e l'atto stesso del pensare.

Il metodo platonico, come è evidente, segue un procedimento sequenziale lineare, che favorisce la riflessione e il concetto, mentre il procedimento dei sistemi informatizzati è reticolare, con una infinita moltiplicazione di approcci e partenze, che richiedono soltanto disarticolazioni e assemblaggi testuali; richiedono, cioè, da parte dell'operatore, più l'abilità del saper fare che competenze cognitive. Ciò condiziona negativamente sia la capacità analitica, sia la capacità di sintesi, assicurate nei tradizionali metodi di insegnamento e apprendimento, proprio perché il pensiero critico è alimentato solo dalla cultura della scrittura<sup>58</sup>, la quale non promette quella facilità di comprensione che sembra essere, invece, l'arma seduttiva dei nuovi media<sup>59</sup>.

<sup>55</sup> L'argomento è valido tanto per un testo scritto che per un discorso orale, in quanto la vera differenza è «quella che oppone il sapere dell'anima – l'unico che possa essere considerato un vero sapere – e il presunto sapere che si pretende depositabile in un discorso, non importa se orale o scritto», F. Trabattoni, *La verità nascosta. Oralità e scrittura in Platone e nella Grecia classica*, Carocci, Roma 2007, p. 91 (la tesi dell'autore è in opposizione all'ermeneutica platonica dei filologi di Tubinga).

<sup>56</sup> Sui suggerimenti del *Fedro* per una buona scrittura, cfr. G. Reale, *Platone. Alla ricerca della sapienza segreta*, Rizzoli, Milano 2004, pp. 88-91.

<sup>57</sup> Cfr. le osservazioni di J. Derrida, *La pharmacie de Platon*, in Id., *La dissémination*, Seuil, Paris 1972; trad. it. *La farmacia di Platone*, Jaca Book, Milano 1985, pp. 58-9.

<sup>58</sup> Cfr. D. Corno, *La scrittura. Scrivere, riscrivere, sapere di scrivere*, Rubbettino, Soveria Mannelli 1999, pp. 12 ss.

<sup>59</sup> Platone, nel *Protagora* 313c-314b, mette a confronto l'apprendimento veloce e a buon

I nuovi media si presentano come una nuova agenzia formativa<sup>60</sup> che propone un tipo di offerta analitico-sinestetica, in sostanziale alterità rispetto alla *ratio studiorum* scolastica post-tridentina di tipo teorico-concettuale, la quale, di fatto, perde la sua centralità. Il sistema istituzionale dell'istruzione deve, allora, saper ristrutturare i suoi compiti in una direzione che sappia riagganciare l'ambiente; ciò significa, tra l'altro, riuscire ad adattare la razionalità tecnologica alle attese di pedagogizzazione dell'uomo contemporaneo che, seppure ammalciato, avverte le ambiguità della comunicazione di massa.

La didattica della scrittura è uno dei domini senza concorrenti in possesso del sistema scolastico; dominio che, disperso in questi decenni, va recuperato per impostare un curriculum formativo in grado di portare l'istruzione a recuperare i fondamenti della cultura, in quanto la scrittura è l'esercizio che meglio si presta a consolidare il processo formativo e a dare espressività compiuta ai saperi guadagnati<sup>61</sup>. Le proprietà cognitive e formative della scrittura, infatti, aprono al pensiero, alla cognizione intenzionale, che porta lo scrivente a interpretare, valutare, dialogare con se stesso e con l'ambiente<sup>62</sup>. Le agenzie formative tradizionali, la famiglia e la scuola, devono tornare a privilegiare la scrittura come abilità centrale, oggi forse più che in altre epoche, per il processo formativo di apprendimento, articolazione e gestione delle conoscenze. Il mondo tecnologico dell'immagine, del contatto, dell'interfaccia, dell'interattività, richiede il giusto spazio del sapere procedurale della pratica; dunque i due saperi centrali, quello pratico e quello teorico, devono camminare di pari passo e qui, ancora una volta, l'apprendimento della scrittura si presenta come percorso curricolare flessibile che inerisce tutte le materie<sup>63</sup>. La pratica della scrittura multimediale va oltre il solo saper scrivere

mercato con quello lungo e difficile, grazie al quale soltanto si giunge al possesso del vero, la lunga via che porta in alto, *Repubblica* x, 621c5.

<sup>60</sup> Cfr. J. Meyrowitz, *No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, Oxford University Press, New York 1985; trad. it. *Oltre il senso del luogo. L'impatto dei media elettronici sul comportamento sociale*, Baskerville, Bologna 1993, pp. 45 ss.

<sup>61</sup> Per uno sguardo di sintesi, nella molteplicità degli studi disponibili, sulla scrittura come processo pratico e conoscitivo, cfr. D. Corno, *Alcuni aspetti della ricerca sulla composizione scritta rilevanti per l'attività didattica*, in F. Mandelli, L. Rovida (a cura di), *La bella e la brutta. Il processo di scrittura nella scuola di base*, La Nuova Italia, Firenze 1997, pp. 1-21.

<sup>62</sup> Sugli aspetti dialogici della scrittura cfr. B. M. Garavelli, *La parola d'altri. Prospettive di analisi del discorso*, Sellerio, Palermo 1985.

<sup>63</sup> Cfr. C. Laneve, *Scrittura e pratica educativa. Un contributo al sapere dell'insegnamento*, Erickson, Trento 2009, pp. 59 ss., con ampi rimandi bibliografici.

per coinvolgere abilità poietiche nell'approccio agli strumenti tecnologici e nell'uso delle risorse grafico-espressive che essi consentono.

Così il saper scrivere che oggi è richiesto chiama in causa una capacità di strutturazione testuale facilitata dalla tecnologia che va dalle immagini alle tabelle, al colore, ma anche al cancellare, copiare, incollare, modificare, riscrivere. Ma una struttura del testo così disponibile acquista valore e importanza solo in un ambito contenutistico significativo, che va dimensionato in una consapevole strutturazione retorica. Vengono così chiamati in causa: il target di riferimento al quale il testo si rivolge, il suo pubblico; il genere di discorso corrispondente alla natura del messaggio e dell'interlocutore; gli scopi che si propone di conseguire la composizione, la sua capacità di comunicare e, perciò, la sua forza persuasiva.

Contenuti e tecnologia sono la *symploké* che attende il sistema educativo contemporaneo, oggi in crisi in entrambi gli ambiti. Un sapere non veicolato dalla tecnologia diventa parola senza suono o scrittura senza inchiostro; ma la tecnologia non è il sapere; è solo supporto ancillare all'approfondimento delle competenze, delle conoscenze, delle specializzazioni, che sono il bisogno maggiormente avvertito nella moderna società tecnologica e multimediativa.