

HOMO VIDENS

VINCENZO TINAGLIA

L'ultimo arco del XX secolo ha dato alla luce grandi trasformazioni: l'uso ormai esteso dell'informatica, l'affermazione mondiale di Internet e, più in generale, il ruolo centrale, propulsivo che il sistema dei media va assumendo nel gruppo delle società occidentali fanno pensare a un mutamento che mette le sue radici nella fisiologia stessa dell'uomo. Saremmo dunque entrati in una nuova epoca, che non è più quella *dell'homo sapiens*, ma è quella di una umanità dai tratti completamente inediti, quelli dell'*homo videns*.

La mutazione è genetica. La visione da schermo, la visione da display, le cose che impariamo dal computer hanno una straordinaria e ingannevole proprietà: ci sembrano molto più facili di quello che in realtà sono. Possiedono una forza d'attrazione che il libro ormai sta perdendo. *L'homo sapiens* si nutriva di parole, di segni scritti, dilatava la sua intelligenza attraverso l'uso del libro. *L'homo videns* si fa portare dal fiume travolgente delle informazioni e delle immagini, vive la frenesia di questo compulsivo elaborare dati, colori, forme e suoni legati tra loro da una logica che spesso sfugge al controllore.

In Italia Sartori e poi Raffaele Simone hanno trovato la prospettiva giusta da cui descrivere questo mutamento che, è innegabile, sta

crescendo sotto i nostri occhi. Il nostro futuro è sempre di più a cristalli liquidi, l'opinione pubblica vive di sondaggi, blog, mail, filmati etc... Diventa allora fondamentale pensare a come funziona il processo di selezione della "notizia": perché si seleziona proprio quel tipo di blog, quell'unico sondaggio, quel tipo di mail e filmati, facendo diventare verità qualcosa di presunto, creando quell'*effetto gregge* per cui un determinato comportamento sociale, una credenza, oppure un *subdolo* pregiudizio si realizzano a partire da una percezione falsata della realtà. E' in questo senso emblematico l'uso che spesso viene fatto in televisione delle video interviste nei mercati rionali, oppure per le strade e le piazze di città più o meno grandi del Belpaese. La pretesa è di farci sapere quello che dice la gente, nascondendo al meglio il parziale e banale punto di vista di chi ha selezionato le interviste. Il problema sta nel fatto che il meccanismo di selezione della notizia, la scelta di fondo e di parte del giornalista non viene assolutamente esplicitata. Il modo in cui la televisione e poi il computer, considerati gli "elettrodomestici gentili", ci inondano di informazioni può essere il più formidabile condizionatore di pensiero del mondo moderno. Basti pensare che questi strumenti della comunicazione non solo ci propongono i contenuti della nostra mente e cosa il più delle volte dimenticare, ma agirebbero sul nostro stesso modo di accedere alle informazioni, trasformandolo da analitico, strutturato, sequenziale e referenziale, in generico, vago, globale.

Due tipi d'intelligenza

Oggi è sempre più importante un modello comunicativo che sino a qualche decennio fa non veniva nemmeno classificato come linguaggio. E' il linguaggio senza scopo e senza fine che in Inglese sarebbe a dirsi col termine *chat*, che raccoglie il parlato della comunicazione informale e quotidiana. Questo modello del parlato, che prima era correlato alle relazioni familiari, agli amici intimi al giorno d'oggi ha subito una diffusione planetaria grazie all'influenza dei nuovi media. Se poi andassimo a guardare il linguaggio che viene utilizzato nelle *Chat lines* o nei *Blogs*, dentro la rete, ci accorgeremmo di come lo stesso parlato informale sia stato "formalizzato" nella conversazione scritta. Grazie poi agli *emoticons* (le icone con le faccine che rappresentano le emozioni) lo scritto ed il parlato tendono quasi a coincidere o a somigliarsi molto. Allora ci stiamo de-alfabetizzando?

L'invenzione più interessante, oggi, è la paginata di Internet. Quando si apre Internet la prima cosa che ci si presenta è una pagina, che si chiama "portale", che contiene una varietà di francobollini di testo, con delle immagini, qualche cosa che si muove, che lampeggia. Si vedono una serie di messaggi, che ci segnalano il loro *status*, che ci dicono se sono nuovi oppure no, e noi cliccando qua e là possiamo andare più avanti nell'approfondimento di questo o quel tema. Questo è lo schema tipico del modello di conoscenza attuale, dove si passa da un elemento all'altro: un modello ipertestuale, dunque, multimediale. Noi

possiamo leggere, guardare e cliccando in maniera appropriata possiamo ascoltare dei suoni, delle voci: possiamo muoverci insomma nei *media* attraverso una sorta di mappa, più o meno complessa, che alla fine ci riporta a un certo punto. Questa esplorazione ha una proprietà distintiva fondamentale rispetto al lavoro che si può fare coi libri e tra i libri. Quando si partiva da un testo per andare su un altro volume dove poter approfondire un dato argomento, si sapeva quale era il punto dove bisognava tornare. L'esplorazione era guidata per cui la ricerca era tale nella misura in cui permetteva di tornare poi al punto di partenza.

L'esplorazione in Internet in un certo senso è come l'esplorazione di Ulisse: noi partiamo, entriamo in una serie di sentieri più o meno sconosciuti, più o meno attraenti, più o meno misteriosi e interessanti. Non è affatto detto che torniamo al punto da cui siamo partiti. La nostra esplorazione, in questo caso, è un'esplorazione assolutamente libera ma rischia alla fine di essere perduta, nel senso vero e proprio del termine. È qui che si misura la differenza fra le generazioni. Può darsi che il gusto di perdersi nella foresta delle informazioni, non dispiaccia tanto, ma è così che la conoscenza diventa inebriamento, piuttosto che esplorazione e ritorno. Inoltre il contenuto del web non si può sottolineare, non dà la possibilità della scrittura a margine, non si possono fare le “linguette” sulle pagine. Spesso la pagina web deve soddisfare dei criteri di spazio, “fruibilità” da parte dell'utente che non permettono l'approfondimento degli argomenti.

Oggi sembra di essere tornati ad un uso della

vista più simile all'analisi di un quadro che alla lettura di un testo. C'è un ritorno forte ad un tipo d'intelligenza che è *simultanea*, quando si caratterizza per la capacità di trattare nello stesso tempo più informazioni, senza però essere in grado di stabilire una successione, una gerarchia e quindi un ordine.

L'intelligenza *sequenziale*, invece, quella che usiamo per leggere, necessita di una successione rigorosa e rigida che articola e analizza i codici grafici disposti in linea.

Sull'intelligenza sequenziale poggia quasi tutto il patrimonio di conoscenze dell'uomo occidentale. Ma questo tipo d'intelligenza, che fino a qualche anno fa sembrava un progresso acquisito e definitivo, oggi sembra entrare in crisi ad opera di un ritorno della simultanea, più consona all'immagine che all'alfabeto. Non a caso si assiste in tutto il mondo ad un arresto dell'alfabetizzazione che da diversi anni non si schiuda dal 47 per cento di analfabeti.

Si sta tornando al primato dell'udito rispetto alla vista, e riconducendo la vista dalla decodificazione dei segni grafici alla semplice percezione delle immagini che sugli schermi si susseguono, con conseguente modificazione dell'intelligenza la quale, da una forma evoluta, regredisce a una forma più elementare. Tutta la scienza legata al marketing ed alla pubblicità punta su questo modello elementare di uomo, capace di decidere in base ad una sollecitazione ripetuta di massimo sessanta secondi. La nostra capacità di riflessione critica sta sempre più diminuendo.

Acqua Nera

Occorre riflettere sui modi della nostra comprensione. Secondo Raffaele Simone sono tre i momenti chiave, rivoluzionari per il comprendere. Il primo dei cambiamenti rivoluzionari nel mondo della comunicazione, si è avuto quando dalle pitture rupestri la specie umana è passata alla scrittura. Platone nel IV secolo avanti Cristo, quindi in un'epoca immensamente lontana da noi, si chiese se l'acquisto della scrittura fosse un bene o fosse un male per la specie umana. A suo parere era un male perché spostava la conoscenza dal di dentro al di fuori della mente, trasferendo le informazioni, che prima bisognava tenere a mente "in nulla più che acqua nera", cioè inchiostro.

Le cose non sono andate come Platone prevedeva, perché la scrittura ha permesso un'enorme accelerazione della conoscenza, e quindi possiamo considerarla non una perdita, ma un acquisto tra i più poderosi che la nostra specie abbia mai immaginato.

Da Platone in poi l'occhio e l'orecchio si contesero il primato nella comunicazione.

La scrittura rese possibile il passaggio dalla tradizione orale, custodita attraverso la memoria individuale, ad un quadro nuovo della conoscenza, molto più complesso ed articolato. E' interessante notare che con la scrittura il *vedere* (l'occhio) acquista un'importanza di gran lunga superiore al *sentire* (l'orecchio). La vista venne profondamente trasformata, poiché si trattava di sviluppare un'intelligenza capace di tradurre in significato ciò che alla (normale) visione risultava essere un semplice segno. Con

la scrittura si sviluppò un modello ben distinto di visione, che con le parole di Simone possiamo definire *visione alfabetica* (ma anche le lingue non alfabetiche come il cinese appartengono a questo insieme). Per effetto della scrittura, la visione alfabetica (legata ad un'intelligenza di tipo sequenziale), ampliò le modalità di percezione preesistenti. Si trattava della capacità di saper decodificare una sequenza lineare di simboli visivi attraverso la quale “leggere” la realtà. In precedenza attraverso la vista, quando la visione era *non alfabetica*, si percepivano gli oggetti nella loro *simultaneità*, ma non si poteva avere quel grado di astrazione che solo la codificazione della scrittura poteva dare.

Il secondo passaggio fu quello legato all'invenzione della stampa. Si ebbe il vantaggio di rendere immediatamente popolare un sapere che prima di allora era riservato a pochissime persone. L'invenzione di Gutenberg e i suoi sviluppi aprirono improvvisamente le porte della conoscenza e del sapere a masse gigantesche di persone. Nessuno si accorse che la mente dell'uomo stava cambiando insieme al modo di leggere e scrivere. Senza la stampa la Riforma Protestante, per esempio, non si sarebbe diffusa così rapidamente tra le popolazioni tedesche, grazie alla traduzione della Bibbia in volgare fatta da Lutero.

La *terza fase* appartiene all'ultimo quarto del secolo scorso. L'arrivo del computer, l'inizio dei processi di diffusione telematica dei messaggi in posta elettronica, Internet, come nel caso della scrittura e della stampa, hanno modificato le potenzialità della mente stessa, perché ci

fanno sembrare insignificante il supporto stampato, che torna davvero ad essere "acqua nera" sulla carta, come Platone pensava. I modi del pensiero cambiamo ed in questo caso la forma è assolutamente sostanza.

Noi siamo tutti inconsapevolmente attratti da quello che si vede sul video. Non è un cambiamento tecnologico soltanto. E' la mente stessa che cambia. Per ore ci "rilassiamo" di fronte ad uno schermo parlante, facciamo zapping sulla rete o con il telecomando e quando troviamo qualcosa che ci interessa la mente si riposa per un massimo di cinque o dieci minuti su quanto ci viene proposto. Una miriade di bottoncini sul portale ci aprono altri mondi nei quali perdersi navigando. Questo caos diventa realtà compresa, percezione.

I Promessi Sposi e Pasolini

Noi siamo abituati a deprecare lo strumento televisivo, ma in realtà la televisione in Italia è stata un agente catalizzatore dell'unificazione linguistica. Prima di allora solo le persone istruite e colte parlavano e scrivevano nel fiorentino di Dante, Petrarca, Boccaccio (poi ripreso ne "I promessi sposi" da Manzoni, che andò "a sciacquarsi i panni in Arno"). Quando la televisione, invece, entrò nella maggior parte delle case italiane ecco che quell'italiano di Dante divenne popolare. Prima di allora la maggior parte degli italiani pensava e parlava nel dialetto locale. Solo in un momento successivo la televisione, secondo Pasolini, è diventata la causa primaria dell'omologazione.

Già nei primi anni '70 questi aveva intuito i cambiamenti sociali e culturali prodotti dalla massificazione televisiva. Questi iniziò ad accorgersi che tutti i giovani di borgata avevano iniziato a vestire, comportarsi, pensare in modo analogo. Se prima di allora si poteva distinguere un proletario da un borghese, oppure un comunista da un fascista, già agli inizi degli anni'70 non lo era più: la società italiana si stava già omologando. Si stava assistendo ad una vera e propria *mutazione antropologica* della società. La mutazione genetica in biologia è determinata dalla variazione prima e dalla fissazione poi. Nel caso della "mutazione antropologica" quindi la variazione delle mode e dei desideri della collettività è decisa prima nei consigli d'amministrazione delle reti televisive nazionali e poi viene fissata nelle menti dei telespettatori con messaggi subliminali e pubblicità. Ma questo non accade solo con la televisione, ma con qualsiasi mezzo dei mass-media (anche giornali e rotocalchi).

Forse il più grave problema causato dalla televisione moderna è la proposizione ai bambini di modelli comportamentali non filtrati, capaci di scatenare comportamenti violenti. K.Popper in *Cattiva Maestra Televisione* , analizzando i contenuti dei programmi e gli effetti sugli spettatori televisivi, giunse alla conclusione che il piccolo schermo fosse diventato un potere incontrollato, capace di immettere ingenti dosi di violenza nella società. Il rischio per le giovani generazioni è quello di una loro disumanizzazione collegata ad una forte propensione per la violenza e l'indifferenza. Nella famiglia moderna,

composta nella maggior parte da padre, madre e figlio sarebbe proprio la televisione a fare da baby-sitter sadica ai bambini. Non si può dimenticare che il tempo trascorso dai bambini davanti allo schermo è di circa 40 ore settimanali e che secondo la psicologia moderna, per una mente ancora in fase di formazione come quella del bambino, assistere continuamente a spettacoli violenti causa 4 effetti:

- la difficoltà permanente a distinguere la verità dalla finzione (visto che spesso nessun adulto è presente e fa da mediatore e chiarificatore);
- deumanizzazione orientata sul soggetto: di fronte a tanta violenza il bambino può acquisire una vera mancanza di empatia nella sofferenza altrui.
- deumanizzazione orientata sull'oggetto: il bambino può iniziare a ritenere che in fondo gli altri sono oggetti, reificando quindi il prossimo, che diventa ai suoi occhi una cosa e non una persona;
- la televisione violenta potrebbe di conseguenza diventare istigatrice a sua volta di azioni aggressive .

I bambini da soli di fronte alla televisione non sono ancora capaci di distinguere la verità dalla finzione. Se i direttori dei palinsesti ed i consiglieri delle reti televisive ritengono di poter continuare a trasmettere programmi ad alto tasso di violenza e a basso contenuto pedagogico ed informativo, motivando ciò dicendo di dare alla gente quello che la gente vuole, si dimenticano che dovrebbero mettere da parte la logica dell'audience e far valere i principi della

democrazia democratica. Secondo Popper, infatti, nella democrazia non c'è nessuna regola sancita, che vieti a persone, che dispongono di maggiori conoscenze, di offrirne a chi ne ha di meno. La democrazia infatti, almeno teoricamente, dovrebbe dare a tutti indistintamente uguaglianza di possibilità, uguaglianza nel permettere a tutti lo sviluppo della propria unicità e diversità. Il rischio è quello di uno scadimento collettivo delle coscienze critiche di un paese: è noto che il sonno della ragione genera mostri.

Sulla televisione italiana occorre dire che è stata caratterizzata negli ultimi anni dalla televisione del dolore e dal cretinismo. Per quanto riguarda la televisione del dolore parliamo dell'"incessante ricerca di speculare e spettacolarizzare "casi umani": programmi strappalacrime a forza di calci negli stinchi, sotto il tavolo, dei conduttori agli ospiti. I problemi però non vengono mai risolti dalla televisione del dolore. L'importante è utilizzare il buonismo ipocrita per aumentare l'audience. L'altro problema è quello del *cretinismo*. Programmi televisivi costruiti su storie quotidiane, i cui protagonisti non sono persone autentiche, ma bensì pseudo-attori, a cui viene pagato l'albergo, la discoteca, la cena, gli svaghi per andare davanti le telecamere a recitare una parte, che potrebbe recitare chiunque.

Questi tipi di programmi vanno in onda durante le ore della così detta "fascia protetta" che è anche quella che contiene la dose più massiccia di pubblicità relative a prodotti dolciari di vario tipo, giochi e quant'altro per i bambini. Forse la fascia è protetta per l'uso e consumo dei pubblicitari.

Brave new World

Seppure da un'angolatura differente, Noam Chomsky è sempre stato un critico severo del sistema informativo globale. Secondo il suo parere nei paesi della libera informazione esiste un accordo consensuale tra gli operatori dell'informazione e le strutture di potere. Se nei sistemi dittatoriali il potere è ad uso e consumo delle gerarchie, nelle democrazie occidentali è invece necessario non solo controllare cosa fa il popolo ma soprattutto quello che pensa. Lo stato democratico non sarebbe in grado di garantire l'obbedienza con la forza, per cui crea una cornice di valori e credenze all'interno della quale la sua egemonia sarebbe pressoché totale. L'obiettivo è quello di limitare il pensiero all'accettazione della sua ragion di stato.

Il mondo nel quale viviamo assomiglia ben poco al SOCIN di "1984" di Orwell. Il condizionamento sociale non si palesa col terrore capillarmente amministrato da uno stato di polizia. Lo spirito del nostro tempo si avvicina molto di più al clima delineato in un altro capolavoro distopico: in "*Brave new world*" di A. Huxley il condizionamento psico-fisico degli individui inizia sin dal concepimento per poi proseguire durante l'infanzia attraverso la ripetizione *ipnopedica* continua di slogan; ogni individuo viene indottrinato ad amare la propria collocazione sociale, il colore della propria uniforme, la vita cui sarà destinato per la casta cui appartiene. L'infelicità non è possibile per il semplice motivo che nel Nuovo Mondo non c'è spazio per le contraddizioni, la critica. Il motto dello

Stato Mondiale è: “ Comunità, Stabilità, identità”. Il collegamento col vissuto odierno appare molto forte se volessimo puntare l’indice sulle forme più o meno evidenti di un condizionamento che si “limiterebbe” a lasciare inalterate le fondamenta del nostro sistema e a ridurre al minimo la percezione di tutto ciò che è ingiusto.

L'umanità che venera Henry Ford, che ha radicato il cristianesimo per venerare il consumo produttivo, sarebbe quindi finalmente libera da preoccupazioni, sana, tecnologicamente avanzata, priva di povertà e guerra, permanentemente felice. L'ironia di Huxley sta nel fatto che questa condizione ideale è ottenuta sacrificando le cose che generalmente consideriamo importanti per ogni essere umano: la famiglia, l'amore, la diversità culturale, l'arte, la religione, la letteratura e la filosofia. I cittadini del Mondo Nuovo non hanno alcuna nozione della storia passata, salvo sapere, per il condizionamento avuto, che nel passato sono successe cose orribili e che quello di oggi è il migliore dei mondi possibili.

La devastazione spirituale è spesso provocata da chi ha un sorriso perennemente stampato sulle labbra.

I Meccanismi della disinformazione

Il punto di partenza è l’analisi di come sia possibile spacciare, a livello di mass media, la menzogna per verità. In tal senso è utile fare alcune considerazioni su chi sono i proprietari delle grandi aziende d’informazione, sui legami che queste hanno con le burocrazie di governo e

la classe politica in generale, infine su quale sia l'obiettivo primario di tali aziende: il profitto. In uno dei suoi testi più famosi ("La fabbrica del Consenso"), Chomsky ci dice che *“ se i potenti sono in grado di fissare le premesse del discorso, di decidere che cosa la popolazione in generale deve poter vedere, sentire e meditare, e di dirigere l'opinione pubblica mediante regolari campagne di propaganda, il modello tipico di come il sistema deve funzionare è in contrasto con la realtà”*.

Il produrre informazione è un processo che crea l'opinione pubblica. Pensare che questo sia possibile dal basso è ormai utopico. L'epoca in cui per scrivere un giornale bastavano quattro pagine con una decina di articoli, che si potevano ciclostilare nella cantina di casa, è ormai finita da un pezzo. Progressivamente le agenzie d'informazione sono cresciute insieme ai costi di gestione e questo ha portato alla concentrazione del potere mediatico, il così detto Quarto potere, nelle mani di pochi spesso accomunati dalla medesima ideologia. La necessità di ingenti risorse per poter *fare* un giornale, una radio oppure una televisione ha reso gli stessi strettamente dipendenti dagli introiti provenienti dalle inserzioni pubblicitarie e quindi ancor più condizionabili dal potere che risiede nel mercato. Se negli anni '70 era possibile dar vita ad una stazione radiofonica dal proprio condominio, adesso il solo costo delle concessioni radiofoniche richiede investimenti che vanno ben oltre le risorse della "proprietà" individuale.

Le notizie che ci vengono comunicate passano attraverso differenti processi di selezione. In

primo luogo il sistema di concorrenza tra un'azienda e l'altra, invece di rendere l'informazione più plurale, spesso porta all'uniformità della notizia, poiché per paura di "bucare" un argomento si pubblica quello che anche gli altri dovrebbero. Questa tendenza a "copiare l'altro per non essere da meno" si riflette, per esempio, sulla qualità dell'intrattenimento televisivo che spesso è omologato e scadente: le novità faticano a venir fuori e l'audience la fa da padrone. Inoltre il giornalismo stesso si fa portatore di idee e valori che, se fedelmente condivisi da tutti, generano sicuramente un modello d'informazione non pienamente plurale.

Le emergenze

Il condizionamento delle informazioni è totale quando si verificano le così dette situazioni di emergenza. Il caso più emblematico è quello di una nazione coinvolta in una guerra oppure partecipe di un'alleanza coinvolta in un conflitto. Quando ciò avviene si ha una convergenza pressoché totale delle agenzie informative per il sostegno del governo nazionale. Ognuno dei conflitti avvenuti nel Golfo Persico testimonia tale fenomeno. A qualche anno di distanza dall'Undici Settembre 2001 è molto più chiara l'omogeneità di fini e strategie tra chi era al potere e chi doveva informare. La tendenza a manipolare la percezione della realtà si fa in questi casi più forte ed ingombrante.

Esistono diversi modi per modificare la conoscenza del reale.

Il Filtro: ogni informazione che passa attraverso i telegiornali nazionali, i quotidiani ed i settimanali passa sempre attraverso una selezione, fatta da pochi che scelgono per tutti. In questo caso diventa fondamentale capire che in cambio di qualcosa che ci viene concesso di sapere, molte informazioni vengono cancellate. Qui vogliamo accennare al tema delle problematiche a cui dar voce, delle così dette scelte editoriali e di quanto possano essere influenzate da fattori non proprio giornalistici.

In realtà è lo stesso sistema, per come è costruito, ad essere incompleto. Noi siamo quotidianamente bombardati da notizie provenienti da quei luoghi del mondo in cui è presente un inviato ed esiste almeno la possibilità di mandare un fax all'estero. Ma non sappiamo nulla di quei luoghi del mondo che non hanno corrente elettrica, dove la "civiltà" si è poco affermata. Questi diventano automaticamente paesi di serie B, che non fanno parte del "nostro" mondo: buona parte dell'Africa Centrale, dell'Asia, alcune dittature (per esempio la Corea). Danno voce a questi paesi "inferiori" le ONG, oppure altre associazioni di solidarietà.

La modulazione: ogni notizia viene "preparata" attraverso una selezione del linguaggio da usare, della collocazione nella scaletta radiotelevisiva o nell'impaginazione. Inoltre alcuni temi possono essere più o meno frequenti a causa di ben precise "scelte" editoriali.

L'assemblaggio: una notizia è fatta da una scansione di eventi, immagini, parole. Il modo in cui vengono collocati questi fattori è assai

rilevante.

La Propaganda: in ultimo non bisogna mai scordarsi che si può dare le informazioni per creare consenso su certi fatti che suscitano entusiasmo ed insieme preoccupazione. In questo caso è chiaro l'intento di spostare l'attenzione dell'opinione pubblica su fatti e questioni che si ritengono prioritarie all'interno di un disegno politico, di marketing etc...

Leggere o non leggere

Il libro è stato per le generazioni passate il punto di snodo fondamentale per la crescita culturale ed intellettuale. Sarà ancora così?

Le generazioni di oggi imparano una parte delle cose che sanno attraverso altre fonti. Sarebbe interessante, se potessimo fare un referendum rapido, capire in che percentuale gli allievi di una classe credono di avere imparato dal libro o da qualcosa di somigliante quel che sanno e in che percentuale invece pensano di averlo imparato da altre fonti. Su questo si può misurare un enorme scarto generazionale. Oggi nella società dell'informazione le fonti alternative al libro non sono fatte di simboli alfabetici soltanto, ma d'immagini, d'immagini in movimento, di video e di ipertesti - che, per lo più, sono immagini combinate fra di loro - e così via. Il sapere è oggi di per sé multimediale, cioè è fatto da più fonti, alle quali si deve accedere secondo le necessità. La scuola dovrebbe avere più familiarità con le nuove tecnologie, per essere in grado di integrarle con il sapere del libro.

Le immagini sono sempre state usate dalla

specie umana, tanto prima dell'invenzione della scrittura. Le rappresentazioni rupestri delle più diverse zone del globo, servono a mostrare delle cose che non si possono, diciamo così, scrivere a parole. C'è poi stata un'epoca, essenzialmente il Medioevo, in cui in talune rappresentazioni si associava l'immagine col testo (si pensi all'uso delle immagini nei libri copiati dagli amanuensi). E' interessante soffermarsi su una tradizione importante nel Medioevo, quella delle cosiddette *Bibliae pauperum*, le *Bibbie dei poveri*: rappresentazioni di scene bibliche, che si dipingevano sulle pareti di qualche chiesa - molto dettagliate, molto ricche di particolari, anche narrativi, di dettagli quotidiani, in maniera tale da attirare profondamente l'attenzione di chi guardava - che servivano a raccontare la Bibbia a chi non era in grado di leggerla. L'immagine, nella storia ha sempre lavorato a vantaggio di chi non sapeva leggere o di chi aveva bisogno di aiutarsi con qualche cosa di non alfabetico per capire di che cosa si trattasse. Oggi la situazione sembra essere differente, ma se proviamo ad esaminarla più in profondità ci accorgiamo che ci sono dei punti di contatto. Nel caso della conoscenza non alfabetica di origine medievale, il fine principale era quello di educare i discepoli alle verità bibliche. Questo si otteneva attraverso quella semplificazione ed immediatezza del messaggio che contraddistingue anche la maggior parte delle pagine web, informazioni pubblicitarie e televisive del mondo della società di massa. Potremmo dire che la tecnica è sostanzialmente la stessa. La moderna società

di massa veicola un sapere immediato, di facile fruizione molto simile a quello delle *Bibliae pauperum*, con conseguenze che potrebbero essere molto gravi per la capacità di apprendimento di chi si lascia bombardare da questa inebriante pioggia di luci ed immagini. E' molto facile stupirsi mentre sembra impossibile fermarsi e riflettere, oggi.

La lettura, quando è una lettura impegnata, seria, concentrata, consiste essenzialmente in uno scambio di domande e risposte fra il libro e il lettore, dove spesso è il libro che dice: "Come la pensi tu? Chi sei tu? Come ti poni rispetto a ciò che io rappresento?" Quindi, queste sono doti particolari e difficili a riprodursi in un ambiente come quello della società contemporanea, dove il silenzio viene spesso guardato con sospetto. Il medium visivo è invece un medium che non richiede solitudine, non richiede concentrazione, non richiede l'appartarsi e lo star da sé. Si tratta quindi di due modelli completamente diversi. Da un lato il solitario, il lettore, che anche se sta in una metropolitana affollatissima col suo libro davanti può sentirsi in un qualche periodo completamente solo; dall'altro lato invece la persona che vede il multimediale che sta in compagnia, in contesti rumorosi, privo di concentrazione ma spesso sovraeccitato, e così via. Si tratta di due modelli completamente differenti, ognuno adatto ad uno scopo particolare. Il problema si ha quando, come al giorno d'oggi, si percepisce il rischio che il modello visivo possa diventare totalizzante.

consenso, Marco Tropea Editore, 1998.

Aldous Huxley, *Il Mondo Nuovo*, 1933 Arnoldo Mondadori

Pierpaolo Pasolini, *Lettere Luterane*, 1976 Einaudi

Karl Popper, *Cattiva maestra Televisione*, 1994 Reser

Giovanni Sartori, *Homo Videns*, 1997 Laterza

Raffaele Simone, *La Terza Fase*, 2000 Laterza

Bibliomanie.it