

MARIO MORCELLINI

LA FINE DEL CONGIUNTIVO E IL POPULISMO CULTURALE

È possibile che le nuove generazioni non conoscano più il valore dell'informazione ma crescano con l'idea che sia una cosa per pochi, al contrario della disinformazione, che è facile e popolare. A lanciare l'allarme sul futuro, oltre che sul presente, è Mario Morcellini, sociologo di lungo corso e di grande fama, esperto di media, studioso degli effetti della tv e dei nuovi mezzi di comunicazione sulla nostra società. È stato Commissario dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni dal 2017 al 2020 e ora è tornato alla Unitelma Sapienza, dove è direttore della Scuola di Comunicazione 'Advanced School in Communication and Digital Media'. Come annuncia in questo intervento, non intende smettere di portare avanti la sua battaglia per traghettare la 'buona informazione' anche tra i giovani e nel futuro.

L'informazione sta rischiando di perdere i suoi confini e il suo valore, attaccata com'è dalla disinformazione: partiamo dai confini tra informazione e disinformazione nell'era del digitale.

Una definizione approfondita della disinformazione oggi è difficile: è vero che si è sviluppato un certo dibattito pubblico, ma spesso è più un clamore che un serio tentativo di perimetrare il fenomeno. Il sistema più semplice è quello di soffermarsi sulle differenze con il passato, quando l'informazione era, se si può dire, meno infettata dalla disinformazione, perché eravamo più abituati a coltivare la verità e un minimo di rapporto con fatti documentabili. L'informazione era più controllata perché si rivolgeva ad un pubblico

che condivideva un sistema di regole e di comportamenti che rendevano impossibile proporgli merce troppo avariata. Però mi chiedo se, invece di ricercare la definizione di disinformazione, non sia meglio porsi un'altra domanda, e cioè: perché la disinformazione ha avuto tanta fortuna? Dunque, non perché esiste (e qui hanno ragione tutti i soloni che ci ricordano che c'è sempre stata), ma perché è diventata un fenomeno di massa.

Che cosa ci porta più facilmente oggi a credere alle notizie o alle informazioni che in fondo sappiamo che sono o possono essere false?

Qui entriamo nell'ambito della teoria della verità e dei valori di riferimento per l'azione. E ci troviamo subito in difficoltà, perché esiste una bella letteratura sull'adozione di credenze ma riguarda le scelte valoriali 'ultime', non facilmente trasferibili a comportamenti di routine come le propensioni all'informazione o alla disinformazione. È vero, tuttavia, che anche la disinformazione ha a che fare non con la post-verità, ma con la ricerca della verità.

Siamo curiosi, affamati come avrebbe detto Steve Jobs, e questo ci porta fuori strada?

La ricerca della verità, ispirata al celebre interrogativo '*quid est veritas?*', evoca la domanda autoassolutoria di Ponzio Pilato. Per quanto sia una questione ambiziosa, non possiamo certo trascurarla. Affrontiamo, allora, le cause della diffusione della disinformazione. Io ne vedo molteplici. La prima è il clima culturale che si respira in una società. Questa è una variabile alla quale gli studiosi tendono a sfuggire, perché è una definizione difficile da delimitare. Neppure Émile Durkheim, che pure è riuscito meglio di tutti a tematizzare la questione, ci può soccorrere con una definizione operativa di clima culturale. Si tratta di una sorta di spirito collettivo,

in qualche misura trascendente le scelte individuali come una vera e propria ideologia. Nel clima culturale che respiriamo in Italia, pesantemente influenzato dai media, si registra una radicale discontinuità con il passato: oggi sicuramente il clima è infettato da una forma di populismo, su cui il dibattito si è mosso invertendo i titoli, e cioè considerando il populismo politico come causa di tutto il resto.

Secondo lei, il populismo è prima di tutto un fenomeno sociale che poi si trasforma in un'ideologia?

Il populismo politico non è che un epifenomeno, una conseguenza di un populismo culturale che avremmo dovuto più accuratamente individuare e studiare. Vedo innanzitutto tra le radici del populismo la scelta ideologica che ha portato ad una semplificazione delle espressioni della lingua, al suo uso sbrigativo, fino a una vera e propria forma di 'bullismo linguistico'. La prima traduzione di questo fenomeno è stata la rinuncia al congiuntivo. La perdita del congiuntivo non è solo una figata dei giovani. Quando nell'uso della lingua – nella sua spinta ad economizzare i fatti, cioè ad abbreviarne la narrazione – rinunciamo al congiuntivo, automaticamente riduciamo la forza del discorso e soprattutto la sua portata logica. Sminuiamo la densità del linguaggio al solo indicativo, come se usassimo la paratassi degli indiani: io vado al fiume, prendo l'acqua, torno a casa. Gli uomini sono andati avanti rispetto a questa paratassi e hanno inventato la sintassi (un termine militare e dunque ordinativo): schierare insieme, e cioè ordinare.

Dunque non è la lingua che si è evoluta, che si è modernizzata, semplificata, ma siamo noi che l'abbiamo sacrificata?

La rottamazione del congiuntivo è l'indizio della rinuncia alla sequenza logica, cioè al fatto che la lingua rischia di perdere peso già nel momento della sua costruzione men-

tale. Ma così la nostra capacità espressiva non racconta più il nostro mondo interiore. Senza il congiuntivo, finiamo per raccontarci solo le forme abbreviate di espressione, come gli slogan, ma soprattutto alimentiamo un fast food di parole non coordinate, che somigliano troppo al tam tam così caro al mondo digitale.

Non è che in passato tutti sapessero il congiuntivo. Chi non usa più il congiuntivo? Le élite, che una volta parlavano più correttamente di oggi?

C'è una complessiva perdita dell'aspetto retorico della lingua, quello che riusciva a farla diventare costruttrice di mondi. A questo si aggiunge una seconda causa della disinformazione: che è la vittoria dell'individualismo, e cioè di quell'idea per cui il soggetto moderno crede di avere il potere di disposizione della realtà, in nome di una presunzione malcelata rispetto a chi in passato viveva avendo come sistema di riferimento l'ordine e le istituzioni. Infine, non si può trascurare un terzo elemento: il digitale. Lo metto in un ordine diverso rispetto al ragionamento standard. Il digitale è arrivato e ha cambiato il mondo? A guardar bene non è così; o almeno, non lo avrebbe cambiato così profondamente se il contesto in cui è intervenuto non avesse già fatto una scelta di economizzare sia sulla lingua che sulla socialità.

Il mondo era pronto alla rivoluzione del digitale e anzi ha influenzato questa rivoluzione invece di esserne influenzato?

Le cause che ho esposto sono tutte e tre importanti, e dunque non sopravvalutiamo il ruolo del digitale che in fondo è soltanto un 'potenziatore' di aspetti critici che ha trovato nella società. Studiando per anni i consumi culturali di qualità ho notato che per chi ha scelto un sistema di comunicazione personale più consapevole (non rinunciando al congiuntivo!), il digitale funziona da amplificatore positivo.

Serve cioè a migliorare i consumi e ad aumentare le disponibilità e le opportunità. Dunque, il digitale si adatta alle mentalità che trova. È come un contenuto che si adegua ai contenitori che incontra – per dirla con Zygmunt Bauman –, anche se il concetto di ‘liquidità’ è ormai un po’ inflazionato.

Era già successo con l’introduzione nelle nostre società, nelle nostre vite e nelle nostre case della tv?

No, i media elettronici, a partire da quanto accaduto con la televisione – contro la quale legioni di studiosi, perfino della statura di Karl Popper, si sono scatenati, spesso senza capirci nulla – hanno fatto compagnia ai cambiamenti sociali, mentre il digitale sembra esercitare un’influenza diretta sui fenomeni collettivi.

Come si spiega questa differenza?

Anzitutto, perché il digitale e la rete sono arrivati in una società in cui le menti erano più disposte ad accettare ciò che è rapido e veloce rispetto a ciò che è complesso e faticoso. Il filosofo Massimo Cacciari definisce questo passaggio d’epoca come la «fine del potere di assimilazione della cultura». È una sintesi che trovo molto appropriata: in passato, la cultura incuteva rispetto ma in ogni caso ti coinvolgeva; oggi non pochi target esibiscono una vera e propria allergia quando sentono parlare di cultura e di esperti. Non è possibile che si tratti solo di un cambiamento delle psicologie individuali, quindi tra le cause deve esserci una specie di ideologia della semplificazione che ha coinvolto la nostra società, quella che appunto definisco «populismo culturale». Esso si rivela un’autentica ideologia, per recuperare un concetto liquidato dalle battute di spirito come «la fine delle ideologie», la cui sciagurata fortuna è forse la migliore riprova della sua sopravvivenza. La si chiama in causa come elemento proiettivo della scarsa voglia di studiare, di verificare ciò che

si pensa o di adottare spiegazioni. Non dimentichiamoci, al contrario, che le ideologie sono uno strumento fondamentale di interpretazione della realtà, al punto da presentarsi come la forma più elementare della sua costruzione.

Il populismo culturale portato alle estreme conseguenze conduce a quei fenomeni di negazionismo di cui siamo testimoni sempre più spesso?

I negazionisti sono i soggetti più coerenti nel mercato della disinformazione, perché portano alle estreme conseguenze la scelta di non verificare né di approfondire. Commettono, per di più, un errore aporetico, fondando la spiegazione del loro ragionamento sull'influenza dei grandi potentati che riescono a manipolare la realtà. Ma così finiscono per glorificare proprio quel potere che vorrebbero contestare, al di là di qualunque parametro di realtà.

Chi sono i potenti a cui pensano? Le forze del complotto, le piattaforme, i grandi players?

I negazionisti attaccano genericamente le élite, ma proprio l'esilità delle accuse rischia di renderle invincibili. È un bel paradosso. Basta pensare al successo di Trump nel 2016 e al seguito che ha comunque avuto anche recentemente. A dire il vero, non disponiamo di una spiegazione convincente di un tale fenomeno, più che politico, di rappresentazione e percezione sociale; ma sappiamo che la disinformazione è il modo con cui si presenta la più pericolosa delle ideologie, quella in cui un soggetto può raccontare il mondo senza essersi prima sottoposto alla fatica di averlo messo in ordine. Qui notiamo un'inversione nella dialettica tra ascolto e presa di parola, che evoca una fantastica frase di Franco Ferrucci tratta dalla sua *Lettera a un ragazzo sulla felicità*: «In perfetta buona fede, il ragazzo credeva di avere un sacco di cose da dire mentre aveva un gran bisogno

che gli si dicesse qualcosa». Siamo così arrivati più vicini ad una profonda comprensione del fenomeno, la scoperta di una infantilizzazione petulante dei negazionisti ma anche dei 'disinformatori da bar sport'. Parlano senza ascoltare, ignorano che la conoscenza è ricapitolazione. Entrambe le attività sono faticose, mentre l'ignoranza è prêt-à-porter.

Questa ideologia della semplificazione ha come fondamento anche la frustrazione, un desiderio di rivalse sociale, la delusione, l'invidia?

Certo, non avrebbe avuto fortuna se dietro non ci fossero stati straordinari alibi sociali. Mi sia permesso dire che il sociologo più rigoroso in questo campo è stato il Papa, che per primo ha usato la formula «periferie sociali ed esistenziali». Questa definizione era alla portata di molti studiosi, me compreso, ma noi non l'abbiamo chiamata in causa. Francesco l'ha detta in modo bruciante e ce l'ha insegnata. Il fatto che sia stato il Papa a trovare la definizione delle 'periferie esistenziali' è un indizio molto interessante e attesta un ritardo delle scienze sociali, ma soprattutto una difficoltà a portare una riflessione sui costi psicologici prima, e sociali poi, del cambiamento accelerato di una società e delle sue tecnologie. Se avessimo studiato il cambiamento sociale come la sociologia aveva fatto negli anni Settanta e Ottanta, saremmo stati in vantaggio nel capire queste patologie di sviluppo della nostra società. È vero che probabilmente studiosi come De Lillo, Gallino e Ardigò allora avevano di fronte un terreno più semplice da studiare: oggi l'impatto delle tecnologie e del potere delle multinazionali della comunicazione – il capitalismo cognitivo, e cioè i padroni degli immaginari contemporanei – arriva senza lasciarti il tempo di domandarti come lo devi contestualizzare, e dunque definire con gli strumenti della cultura: il primo passo per essere più liberi e autonomi.

Le grandi periferie sociali ed esistenziali descrivono il fallimento della riflessione che non ha colto che la tecnologia poteva dividere la società o segnalano anche il fallimento nella formazione dei cittadini di fronte a questi nuovi fenomeni: un'impotenza della scuola e dell'educazione?

La risposta è problematica. Le colpe essenziali sono da rintracciare nella progressiva vanificazione di 'antenne conoscitive' da parte sia dei politici sia degli studiosi: i partiti hanno incredibili responsabilità. Mentre i populistici provano ad abitare le periferie, anche se spesso cinicamente e ai fini di un plusvalore elettorale, i partiti 'democratici' hanno smarrito i sensori di un mondo divenuto così senza rappresentanza. Le periferie sociali non esisterebbero se percepissero di poter attivare interazioni con le istituzioni. Senza i sensori non riusciamo più a vederli, aumentando la loro frustrazione e la nostra impotenza. Non vedendoli non elaboriamo culturalmente i loro problemi, costruendo veri e propri apartheid. La scuola ha qualche responsabilità perché non riesce ad essere ben sintonizzata sui più deboli. Purtroppo, il modello didattico prevalente (semplificando un'analisi di cui non mancano le prove) è ancora aggrappato alla ripetizione piuttosto che all'innovazione e finisce per riprodurre le distanze sociali o addirittura per costruirne di nuove. Il rischio è che a questo punto il digitale sia percepito come canale comunicativo molto più semplice ed 'economico' rispetto a quello formativo. La rete pratica uno sconto di pena rispetto all'ignoranza, mentre la cultura può riscattarla. Questo non vuol dire però che la scuola di massa sia fallita. Tutt'altro: per un pezzo rilevante della società ha funzionato quale crescita di abilità e partecipazione. Non vale però per tutti, e la scuola è sconfitta se finisce per ratificare le differenze di partenza.

Così allora la scuola di massa – come anche l'Università aperta nelle intenzioni ma non nei fatti – è in realtà classista?

Almeno l'Università ha provato a ridurre le distanze. Mi permetto di fare un esempio personale: oggi uno come me, proveniente da un paesino umbro e da un ambiente tutt'altro che agiato, avrebbe difficoltà più serie a costruire un percorso inclusivo. Sono aumentati i costi dell'istruzione di qualità e serpeggia la sfiducia nella sua funzione di ascensore sociale. Questa 'dinamica bloccata' finisce per compromettere quei margini di possibilità che la tradizione democratica, negli ultimi decenni, ha garantito al Paese. Faccio rivivere come esempio un contadino di Ficulle, un segretario amante delle metafore dell'allora Pci, che, per presentarmi in una riunione, coniò questa epigrafe: tu hai mangiato pane e vocabolario. Aveva chiarissimo cosa fosse un vocabolario, pur non avendo mai adeguatamente studiato, e senza saperlo ne esaltava il potere di repertorio e di costruzione di cosmologie.

Quali sono gli effetti di questo scenario? Clima culturale predisposto, individualismo e, come moltiplicatore, il digitale finiscono per dare un enorme potere al 'capitalismo cognitivo' di cui parlava prima?

Non credo che lo strapotere di Amazon, Google o Facebook, cioè le aziende che forniscono servizi e contenuti agli utenti attraverso la rete Internet, sia un effetto di questa situazione. Sono piuttosto gli interpreti di un clima d'epoca, che sanno leggere a livello industriale, ma sono anche degli imprenditori/innovatori che non pensano al solo impatto sociale delle loro scelte. Hanno in mente innanzitutto il budget. Da questo emerge che il clima culturale del Paese è anche una vera e propria economia politica. E tocca allora alla ricerca e all'università, così come alla politica e alle istituzioni europee, interrogarsi sugli effetti di questo clima,

guardando anzitutto agli individui. Senza cultura adeguata, senza una preparazione e un'educazione alla comunicazione, alla lettura dei media, tutto è lasciato alle chances individuali che non sempre sono all'altezza; per di più questo laissez-faire da mercato dell'usato rischia di far pagare alle differenze individuali il 'pizzo' della crisi. Le élite del passato non hanno capito che educare ai media significava in qualche modo anticipare molte delle criticità che abbiamo descritto. E invece oggi ai giovani è di fatto precluso di credere in una cosa che si chiama 'informazione'. Nascono in un tempo in cui sono autorizzati a pensare che informazione e disinformazione siano la faccia di una stessa medaglia, quasi un pezzo della modernità. Possono credere che l'informazione interessante sia di casta, mentre la disinformazione è a portata di mano: non ti chiede il sussidiario, non ti impone di studiare, non ti sottopone alla disciplina.

Un vero e proprio taglio netto tra generazioni.

Un danno generazionale gravissimo, perché così togliamo ai nuovi venuti uno dei diritti che invece noi abbiamo potuto vivere e riconoscere. Qui bisognerebbe anche riprendere la tematica dei nuovi diritti, quella di cui ci parlava Stefano Rodotà. Ovviamente il danno non riguarda solo l'informazione, ma anche la politica, rimasta senza voce, nel senso che in un tempo come questo se non è comunicazione, non è. Non a caso, ho intitolato un numero recentissimo della rivista «Paradoxa» 'La comunicazione al posto della politica', senza aggiungere il punto interrogativo. È ormai una realtà.

Il populismo non rischia anche di 'intaccare' le istituzioni?

Vedo alla lunga anche un rischio per le istituzioni che oggi patiscono meno della politica, ma che sono il passo inesorabilmente successivo. Se si toccano gli individui, la società e cioè l'educazione e la politica, di fatto si scuote tutto il

mondo che abbiamo conosciuto. Potremmo dire che siamo in una fase radicalmente rivoluzionaria senza che nessuno l'abbia annunciata e riconosciuta. Nelle rivoluzioni del passato, c'era sempre un leader a impugnare la bandiera in nome di valori che potevano convocare altri. Oggi questa rivoluzione avviene senza un libretto di istruzioni per il cambiamento.

C'è una rivoluzione in corso, ma gli intellettuali che dovrebbero costruire una cornice ideologica sono rimasti a casa? Si potrebbe anche dire che è una rivoluzione contro gli intellettuali.

Ammetto amaramente che gli intellettuali si sono ritirati prima ancora di essere disprezzati pubblicamente, in anticipo rispetto all'onda comunicazionale anti-esperti. Si sono chiusi in casa e forse una spiegazione c'è: il cambiamento di oggi si presenta in sembianze non compatibili con gli studi che abbiamo fatto. Siamo abituati a catalogare le novità in cornici pronte per inquadrarle. Ma qui non è questione di andare a ripescare nei propri studi che cosa avrebbero detto Weber o Durkheim. Loro, come tutti i classici, abbigliano la nostra mente e la rendono più forte, ma le risposte vanno cercate anche mettendo in discussione quel che abbiamo studiato in passato.

Lei da dove partirebbe?

C'è un eccesso di confusione tra giornalismo e comunicazione. In passato, l'integrazione di stili comunicativi nuovi è stata una benedizione perché ha democratizzato la risorsa informazione. Ma ora, a forza di giocare sulla commistione tra entertainment e attualità, c'è il rischio di rendere quest'ultima non più definibile con precisione e di trasformarla in una risorsa non più capace di creare e gratificare un bisogno nel pubblico. Un tempo, il bene/giornale

ha provocato forme di dedizione straordinaria: leggere la stampa era un modo per sentirsi partecipi e contemporanei agli eventi. Non è possibile che questo bisogno sia caduto improvvisamente senza una responsabilità industriale e culturale di adeguamento. Tra l'altro, il bisogno di approvvigionamento informativo non è diminuito: mettendo insieme i lettori e i consumatori di informazione mainstream (cartacea, televisiva e radiofonica), più quanti vanno in rete a cercare notizie, i numeri non parlano di una sconfitta. Anzi, la somma di coloro che allungano le mani per 'avere informazione' è più alta che in passato. Il problema è un altro: troppi hanno rinunciato a credere che ci sia bisogno di un mediatore per l'informazione, compiendo così il primo passo per gonfiare la platea della disinformazione.

Un pubblico che pensa di informarsi da solo, di trasformarsi in giornalista, di non dover pagare le notizie.

Perché è un pubblico che reclama il *tutto gratis*; si tratta, se li vogliamo definire, di negazionisti a basso dosaggio, convinti di essere in grado di costruirsi da soli quella selezione delle informazioni che sono potenzialmente infinite, per la quale altri, soprattutto professionisti, si sono preparati con anni di studio e disciplina. A ben vedere, l'autoinformazione è il punto più clamoroso della perdita di senso: denota un eccesso di potenza di un soggetto che crede di essere in grado di fare a meno di una competenza esperta e professionale. Da lì il passo di considerare i giornalisti come 'mondo di mezzo' del potere è breve.

Non è soltanto una responsabilità dei lettori, però.

Non mancano responsabilità da parte dei giornali e delle tv: troppo spesso prestano un'attenzione eccessiva a non perdere ascoltatori e copie, senza un'adeguata capacità di innovare il racconto. Colpisce, ad esempio, che persino stu-

denti universitari e giovani che pure guardano con interesse all'informazione, non recepiscono tutto ciò che è approfondimento. Eppure non leggono pochi libri. Ebbene, il libro è fatto della stessa pasta dei giornali; ma, mentre questi ultimi sono in crisi, l'editoria libraria, rispetto al paniere dei consumi culturali moderni, è tutt'altro che in ritirata.

In questo panorama che lei descrive, come si fa a non soccombere alla disinformazione?

Ho in mente due proposte. Non vedendo una ricetta per l'immediato, bisogna attivare politiche di medio periodo, anche a rischio che sembrino inadeguate rispetto alla rapidità dei cambiamenti. Una riguarda la scuola, perché il problema dell'informazione in Italia è squisitamente culturale; l'altra è una risposta di politica economica. Una crisi del genere in un settore strategico per la democrazia necessita di un sostegno coraggioso e che non tema l'etichetta dell'assistenzialismo. La cura della mente delle persone deve essere percepita come servizio pubblico quanto la scuola.

Che cosa si potrebbe fare a scuola?

Lavorare per avere, da qui a dieci anni, ragazzi abituati alla lettura dei giornali e a commentare le informazioni. Coraggiosi esperimenti di lettura nelle scuole non sono riusciti a diventare un altro canale di formazione. Se i politici hanno un minimo interesse non solo al domani, ma al dopodomani, debbono investire sulla media education e su una convinta educazione digitale.

E dal punto di vista economico che cosa si può fare per la buona informazione?

La mia idea è quella di lavorare sugli esempi in cui l'informazione continua ad essere, almeno in parte, economicamente redditizia. Bisogna trovarli, studiarli, lavorare sul

fatto che i giovani di oggi possono essere eccezionali produttori di contenuti culturali, magari con poca memoria del passato e pochi congiuntivi, ma se avessero accanto adulti competenti e attenti alla loro formazione, tutto cambierebbe: anche la drammatica tendenza dei giovani a sigillarsi entro propria generazione. Bisogna pensare a qualcosa di rivoluzionario: borse di studio per giovani per l'inizializzazione all'informazione, che già di per sé avrebbero la chance di innovare lo storytelling dell'Italia. I costi sono poca cosa rispetto alla possibilità di un movimento culturale che aiuti il rinnovamento della scuola, offrendo un modello di utilità differita nel tempo.

Non è troppo tardi? Sembrerebbe che i buoi siano già scappati. Ricostruire credibilità e immettere novità, come lei dice, richiede tempo; innanzitutto e soprattutto, un progetto di lungo periodo.

L'informazione non è condannata ad essere roba del passato. Esempi virtuosi negli Stati Uniti e nel mondo hanno cercato di approntare soluzioni e risposte alla crisi. Ma per difendere l'informazione bisogna uscire in campo aperto, non trincerarsi nella mera difesa sindacale. Devono essere le associazioni e le istituzioni dei giornalisti a incoraggiare i casi in cui l'informazione è comparativamente più redditizia. Quel che ci ha insegnato il Covid-19 è che le nostre scelte del passato non erano sostenibili e dunque dobbiamo guardare altrove, verso nuove priorità. Il lavoro che l'Alta scuola di comunicazione e tecnologie digitali di Unitelma Sapienza farà nei prossimi anni è proprio quello di diventare un laboratorio di futuro per giornalismo e media. E cioè per una nuova società.