

direzioni

LEGGERE, COSA E COME
Giorgio Zanchini

Donzelli 2016, 19 euro

È un dato di fatto che l'informazione stia attraversando una fase di profonda trasformazione. Non a caso l'analisi di questo stravolgimento epocale ha dato spazio a valanghe di saggi volti a ricercare la direzione di questo mutamento. Il breve saggio di Giorgio Zanchini si inserisce in questa marea inarrestabile. Non potrebbe essere altrimenti, d'altronde. La rivoluzione digitale sta cambiando il rapporto stesso tra gli esseri umani, un rapporto fondato anche (forse soprattutto) sullo scambio di informazioni. Cosa leggere, come informarsi, a chi dare credito, attraverso quali strumenti e canali, sono dunque domande basilari per l'avvenire. In particolare, l'autore si concentra su giornalismo ed editoria, partendo da una domanda a suo e a nostro giudizio cruciale: l'espansione incontrollata di internet sta annullando il ruolo della *mediazione* culturale? Più in generale, il concetto stesso di mediazione nelle società post-industriali sta venendo meno. Dalla politica alla cultura, la fruizione diretta, non mediata, sembra essere un dato di fatto che si

va sedimentando. Ma è davvero così? O stiamo piuttosto attraversando una fase di ri-definizione dei canali della mediazione, che genererà altri mediatori piuttosto che la loro scomparsa? Come evidente, domande a cui è difficile dare una risposta secca, dato che stiamo *dentro* questa trasformazione senza riuscire a coglierne davvero la direzione. Eppure, Zanchini una risposta la articola attraverso un'analisi breve ma non per questo meno profonda dell'attuale fase. Per l'autore il ruolo del giornalismo sopravvivrà sotto altre forme ma non andrà incontro a scomparsa. La selezione di notizie, la sua gerarchizzazione, nonché l'aggregazione di informazioni da fonti differenti, rimarranno strumento imprescindibile per dare senso alla realtà, che è uno degli istinti primordiali dell'uomo, quello cioè si procedere a sintesi interpretative di fronte alle miriadi di fatti particolari. Incanalare i fatti in un «orizzonte di senso» è un approccio umano che non andrà scomparendo di fronte alla valanga di notizie in cui affoghiamo quotidianamente e in tempo reale. Se questa è la tendenza, la realtà attuale ci dice però altro. I mediatori non scompaiono, ma in attesa di definire nuovi canali della mediazione, oggi questi vengono occupati militarmente dalla sproporzionata dimensione economica dei soggetti che di fatto controllano i flussi informativi. Google e Facebook, in particolare, sono al momento di fatto gli unici aggregatori globali di notizie, le selezionano,

indirizzano l'attenzione pubblica. L'estrema socializzazione informativa per cui ognuno, attraverso i *social*, diviene fonte di notizie, «giornalista» indipendente di un processo partecipativo apparentemente orizzontale, è una delle questioni che andrebbero sottoposte a verifica. Nella marea incontrollata e incontrollabile di contenuti che internet mette a disposizione, la selezione e la diffusione di questi è uno delle principali opere di controllo sull'opinione pubblica, controllo oggi egemonizzato da pochissime multinazionali private dell'informazione. Il «modello *Trip Advisor*» dell'informazione contemporanea, in cui ciascuno pubblica in rete notizie, consigli, recensioni, polemiche, dà a chi controlla le redini della visibilità reale un potere immenso, che è anch'esso una forma di mediazione ma che, al contrario di quella «tradizionale», non viene riconosciuta come tale. Un fatto, questo, a cui dare la giusta

rilevanza nella comprensione del presente. Giorgio Zanchini dimostra grande abilità nel districarsi in un argomento liminare, scivoloso, perennemente a rischio di finire nel «sociologismo» o nel «culturalismo». Serve un'esperienza data proprio dall'essere parte di quel mondo della mediazione in via di ri-definizione. Un mondo oggi disarticolato e che rischia di produrre più povertà culturale che ricchezza informativa socializzata.

ALESSANDRO BARILE

