

# Valutare la conoscenza

Stefano Grilli

*Se anche i bibliotecari abbracciano il dogma della produttività e della crescita illimitata...*

Biblioteca comunale Benincasa  
Ancona  
stefano.grilli@comune.ancona.it

Oramai le scelte politiche favoriscono le branche tecnologiche della ricerca, riservando scarsa attenzione agli studi umanistici e alle scienze non applicate.<sup>1</sup> “La letteratura è marginalizzata, collocata in sottordine”.<sup>2</sup> Si assiste alla diffusione della biblioteca digitale, “a cui si domandano servizi informativi per aumentare la conoscenza e le competenze professionali che sono richieste dalla produzione”.<sup>3</sup> L’attuale educazione genera “lettori a tempo parziale, lettori a metà” ai quali “sfugge l’accesso naturale non soltanto a gran parte della letteratura greco-latina, ma persino a interi periodi delle lettere europee”.<sup>4</sup> Lentamente, a cominciare dal termine della Seconda guerra mondiale, la “cultura popolare, o di massa, ha rotto i suoi confini creando quel circuito planetario che fino a non molto tempo fa era prerogativa della ‘grande tradizione’ dell’umanesimo e della scienza”.<sup>5</sup> Con la scolarizzazione di massa, almeno nei paesi occidentali, la cultura si è estesa, ma in forma sempre più diluita, e ha sempre più perso il suo prestigio nella coscienza dei cittadini. Le uniche conoscenze condivise dalle ultime generazioni, anche di nazioni diverse, sono i prodotti della musica pop, della televisione e del cinema. Oggi la creazione di materiali artistici destinati a un pubblico globalizzato ha completamente sconvolto i rapporti che, qualche decennio addietro, sussistevano tra ciò che era ritenuto opera d’arte e ciò che era ritenuto prodotto di intrattenimento. Chi prende decisioni per conto della collet-

tività non nutre alcun interesse nei confronti del sapere umanistico e delle scienze speculative, perché i principi che regolano la società consumistica sono inconciliabili con i presupposti d’una cultura che invita a riflettere sulla condizione umana e non condivide un ottimismo scontato. I mass-media mirano a incoraggiare, su scala planetaria, comportamenti serializzati, capaci di attrarre una maggioranza indistinta, facile da suggestionare. Il loro rumore assordante copre la voce isolata di chi vorrebbe uscire dal coro. Si sta formando una nuova classe dirigente i cui gusti coincidono con quelli della maggioranza dei governati. Lo squilibrio tra i ceti si accentua sul piano economico, mentre tende a svanire il divario nell’ambito delle competenze culturali. Le élite hanno (o fingono di avere) le stesse preferenze delle masse. La memoria della “grande tradizione” rischia di sparire dall’orizzonte delle nostre coscienze e di essere sostituita da altri principi formulati e prescritti da chi gestisce la comunicazione di massa. Dalla cultura sentita come tentativo di automiglioramento dell’individuo si è passati alla celebrazione dell’intrattenimento collettivo. La crescita delle conoscenze, ormai potenzialmente raggiungibili anche da ampie fasce della popolazione (basti pensare alle promesse di una più ampia acculturazione tramite il progresso delle nuove tecnologie), non sembra generare “un aumento dell’autonomia individuale e della capacità di assumere, grazie alla maggiore informazione, condotte più

razionali”.<sup>6</sup> Guardando il mondo attraverso l’occhio delle telecamere, per l’uomo comune diventa difficile distinguere la finzione dalla realtà, la notizia autentica dalla notizia confezionata. Gli organizzatori di spettacoli scialbi e ripetitivi si giustificano sottolineando gli alti indici di gradimento.

La scuola tende a trascurare tutto ciò che sembra non riguardare i nostri bisogni immediati. Le teorie scientifiche vengono formulate in linguaggio matematico e la matematica pare difficile da apprendere, almeno con le metodologie applicate nelle nostre aule. Solo pochi scienziati si sono rivelati capaci di spiegare la propria attività al profano. Le nozioni tecniche e le formule, in larga misura matematiche, “rendono artificiale e, fin troppo spesso, erronea la traduzione letterale del lavoro scientifico”.<sup>7</sup> Usare metafore approssimative equivale a “propagare falsità e incoraggiare l’illusione di poter capire”. Il trasferimento di conoscenze dagli esperti al vasto pubblico non può avvenire automaticamente e non può produrre gli stessi risultati in contesti diversi. La comunicazione non implica *ipso facto* la comprensione. Per di più nell’ambito del mondo scientifico si produce “una progressiva frammentazione delle specializzazioni, che si sviluppano l’una accanto alle altre” e, di conseguenza, “i molteplici rami del grande albero delle scienze si allontanano e divengono incomprensibili l’uno per l’altro”.<sup>8</sup> Lo stretto rapporto tra scienze e lettere comincia ad allentarsi nell’Ottocento. Da quel momen-

to diventa impossibile per qualsiasi individuo padroneggiare l'intero scibile umano.<sup>9</sup> Di pari passo aumenta sempre più il divario tra la ricerca scientifica e la cultura media e ciò favorisce l'affermarsi dell'indifferenza o addirittura dell'ostilità nei confronti degli scienziati. Si profila la possibilità che si formino cerchie di specialisti sempre più isolati tra di loro e dal resto della popolazione.<sup>10</sup> La nostra coscienza, nei rari momenti in cui non è offuscata dalla propaganda, avverte il distacco tra la conoscenza accademica e l'esperienza del mondo, invaso dagli artefatti della tecnologia, che quotidianamente usiamo senza comprenderne il funzionamento. Sono in molti, oggi, a ritenere che il rapporto tra scienza e società sia in crisi, ma la soluzione di tale problema appare molto complessa. Nel mondo attuale si rivela sempre più marcata la distanza tra sviluppo tecnologico e diffusione di una mentalità scientifica. Tale separazione va attribuita anche ai metodi spettacolari e superficiali con cui certi mezzi di comunicazione si occupano di argomenti tecno-scientifici, ridotti spesso ad argomentazioni sensazionalistiche per attirare l'attenzione di ampi strati della popolazione generando magari certezze inattendibili e speranze infondate. Succede sovente che la divulgazione delle conoscenze più recenti venga affidata a estemporanei giornalisti, i quali per accrescere l'indice di ascolto o le tirature, presentano le nuove scoperte con accenti clamorosi, producendo nel pubblico timori o aspettative destinate a essere immancabilmente smentite.<sup>11</sup> Gli scienziati si convincono sempre più che il loro lavoro deve essere comunicato all'intera comunità, ma i risultati del loro impegno non si rivelano soddisfacenti. I ricercatori, quando vedono gli esiti delle proprie indagini riferiti da un quotidiano, trasmessi in un programma televisivo o radiofonico, rimangono solitamente

delusi. Si attenderebbero più cura nella terminologia, più esattezza nell'esposizione degli aspetti dei loro studi, meno sensazionalismo. Però "il linguaggio scientifico, i tempi e i modi di lavoro dello scienziato sono agli antipodi rispetto a quelli dei giornalisti".<sup>12</sup> Ma cosa si può comunicare a un pubblico indistinto, minacciato dal semianalfabetismo di ritorno, all'infuori di "mezze verità, grossolane semplificazioni o banalità"?<sup>13</sup> Nonostante la solerzia degli accademici, le risorse assegnate alla divulgazione, i tanti festival della scienza, il tentativo di colmare le lacune conoscitive del pubblico sembra conseguire scarsi risultati. L'esito dei periodici sondaggi, infatti, parla chiaro: la maggioranza della popolazione si dimostra ignorante sui temi che concernono la scienza e la tecnica.<sup>14</sup> Queste non sembrano provocare particolare attrattiva ed entusiasmo, nonostante cerchino di suscitare l'interesse collettivo e siano diventate determinanti nella vita di tutti i giorni.<sup>15</sup> L'uomo comune vive in una realtà confusa, circondato da strumenti che utilizza ignorandone i principi di funzionamento, attendendo un mi-

racolo che viene di volta in volta rinviato. Oggi la realtà è troppo complessa perché per un vasto numero di questioni non ci si debba affidare all'opinione altrui "senza possibilità di verifica".<sup>16</sup> Sovente i cittadini sono chiamati a pronunciarsi riguardo a questioni su cui non dispongono di alcuna competenza specifica. Si pensi al referendum sulla fecondazione assistita, alle controversie sulle centrali nucleari o sugli organismi geneticamente modificati. Coloro che non sono biologi, fisici nucleari o genetisti finiscono con il prendere "posizione su basi 'irrazionali', quali sono l'appartenenza ideologica a un partito, la fascinazione per chi è maggiormente persuasivo in televisione, la simpatia per un politico".<sup>17</sup> Oggi la legittimazione dei progetti di vita può basarsi soltanto sul consenso collettivo affidato alla voce instancabile della pubblicità. La cosiddetta società della comunicazione non ha per scopo la conoscenza, ma la conformità delle opinioni sulla organizzazione sociale. In un mondo che diventa sempre più intricato, gli spot pubblicitari promettono facilità e semplicità. Salvo minoran-



ze emarginate, tutti consumano (o aspirano a consumare) gli stessi prodotti, tutti condividono i comportamenti e le aspettative suggerite dai messaggi promozionali. Il tempo si proietta verso un futuro indeterminato, indistinto, in cui si realizzeranno tutte le buone intenzioni che dovrebbero garantire la felicità collettiva. Consumare è diventato un dovere sociale, perché la produzione non si può arrestare, anzi deve crescere incessantemente, se si vuole evitare un collasso del sistema. Una comunità così organizzata non può concedersi tentennamenti, deve godere di una approvazione integrale e universale, dove gran parte della popolazione segue i modelli reclamizzati.

La moderna civiltà delle immagini si atteggia in maniera diversa di fronte all'apprendimento. "Chi legge ha un rapporto singolare con le parole. Può fermarsi, mentre chi vede no. La lettura vuole il silenzio, la calma, la solitudine, la concentrazione, il vedere no. La modernità ha fatto sparire dalla vita di ognuno ogni residuo momento di indugio, nessuno sfugge più al flusso martellante dei messaggi mediatici, i linguaggi della velocità e della vitalità si sono risolti in spettacolo continuato, in straripante comunicazione pubblicitaria, accumulo di messaggi decentrati o effimeri, oppiacei, piacevoli, divertenti".<sup>18</sup> Oggi l'interesse dell'educazione, nel suo complesso, è rivolto verso il sapere scientifico e tecnologico. Tuttavia la scienza diviene "sempre più complessa e impervia al profano".<sup>19</sup> Allo stesso tempo, il distratto spettatore delle "diete multimediali" non s'accorge delle astuzie della propaganda, che mira a estorcergli in ogni circostanza il consenso. La letteratura rimane ancora lo strumento migliore per opporsi agli intenti di una "cultura semplificata e omologante".<sup>20</sup> Non bisognerebbe dimenticare che "ogni forma di arte, di musica e di letteratura è un atto criti-

co... l'artista elabora la sua creazione come un'affermazione contrapposta al mondo".<sup>21</sup> L'universo artistico e filosofico non fornisce le conoscenze necessarie per essere sempre più rispondenti alle richieste dell'apparato, ma la "capacità di interrogare e di argomentare in forma autonoma, senza affidarsi a quei giudizi che sono il precipitato ridotto in pillole dell'informazione televisiva".<sup>22</sup> Leggere non è mai un'attività banale, un semplice trasferimento delle parole dell'autore nella memoria del lettore. Richiede concentrazione e impegno: sovente occorre arrestarsi, tornare indietro per rivedere l'interpretazione di un passo precedente, riesaminare il senso di una frase o di una parola, soppesare le alternative del significato. In cambio ci consente di riconoscere le tecniche del discorso altrui formando e migliorando il nostro spirito critico, "ci sottrae alla consuetudine di accogliere passivamente affermazioni inverificabili [su cui si fonda la forza della propaganda], ci dà una mano insomma per non essere manipolati".<sup>23</sup> Dovremmo riflettere sul fatto che "sapere non vuol dire avere parole su tutto, ma dire a tempo e a luogo quelle giuste, e, ancor più importante, avere la sagacia di riconoscere quelle sbagliate".<sup>24</sup> Alla stessa maniera della filosofia e delle scienze umane la letteratura "è pensiero e conoscenza del mondo psichico e sociale in cui viviamo".<sup>25</sup> I libri costituiscono uno dei più validi rimedi contro l'ineluttabile "povertà" di ogni singola esistenza. Il loro contatto a volte suscita "scintille, illuminazioni mentali e affettive" che si riflettono sulla nostra personalità contribuendo a foggiarla e a costruire i nostri progetti di vita. Leggere equivale a immergersi in altri tempi e in altri luoghi non necessariamente per evadere dal mondo, ma per ampliare i nostri orizzonti.<sup>26</sup> La lettura, pertanto, non è un'attività inconcludente e noiosa,

una distrazione non più permessa in una società che corre sempre più velocemente e mira a risultati tangibili. "Descrivendo un oggetto, un avvenimento, un personaggio, lo scrittore non formula una tesi, ma stimola il lettore a farlo: propone e non impone, lasciandolo così libero e al tempo stesso invitandolo a essere maggiormente partecipe".<sup>27</sup> Non può esserci alternativa se riteniamo "che la vocazione dell'essere umano esiga da lui che impari a pensare autonomamente, invece di accontentarsi delle visioni del mondo già pronte che trova guardandosi intorno".<sup>28</sup> Non pare possibile prendere decisioni equilibrate su come conseguire nella migliore maniera i propri obiettivi nella vita senza una certa dose di conoscenze. "Un interesse di base per la libertà richiede che si sia anche attenti al modo in cui abbiamo accesso alle credenze e al modo in cui le trasmettiamo, e ciò incoraggia un accesso più libero possibile all'informazione".<sup>29</sup> D'altra parte la scuola, rifiutando qualsiasi tipo di selezione, non mira all'eccellenza dei propri allievi, ma alla loro omologazione all'ideologia vigente. La convergenza tra "lassismo buonista" e "pedagogismo burocratico" ormai le impedisce di formare lettori "forti" e di conservare un saldo rapporto tra letteratura del passato e letteratura del presente.<sup>30</sup> Si è tenacemente convinti che l'uso delle tecnologie più recenti faciliti tutte le attività umane. Con la loro applicazione si crede che ogni forma di apprendimento diventi agevole e priva di fatica.<sup>31</sup> Si sorvola sul fatto che "di solito, studiare non è divertente, studiare richiede impegno, disciplina, dedizione, da parte sia degli insegnanti sia degli studenti... Non c'è alcuna scorciatoia per un'istruzione di qualità".<sup>32</sup> La superficiale educazione impartita alle masse si propone non di emanciparle, ma di renderle più succubi agli interessi dei potenti di tur-

no. La credenza basilare della cultura occidentale moderna, che prometteva per il futuro una sorta di redenzione laica, si è rivelata infondata. Le vicende del secolo scorso hanno dimostrato che l'acculturazione e l'accesso alla conoscenza non sono sufficienti a preservare l'umanità dalla barbarie, anzi, talvolta, hanno permesso di esercitare una barbarie più forte ed efficace.<sup>33</sup> Per gli esperti del marketing i cittadini sono soltanto cavie della pubblicità, tanto più appetibili quanto più sono privi di autodifesa.<sup>34</sup> Nel mercato reale non sono sempre i migliori prodotti a prevalere: una campagna propagandistica efficace o la semplice fortuna svolgono un ruolo importante. Lo stesso avviene per le idee: "talvolta, è la persona con la voce più alta, non l'opinione migliore, quella che viene ascoltata".<sup>35</sup> D'altronde la crisi dell'educazione può essere considerata tale soltanto se la si osserva nell'ottica della cultura tradizionale, mentre nell'ottica della società consumistica questa crisi non è che l'adeguamento a un nuovo sistema di valori, che nel vecchio sistema non scorge alcuna utilità, anzi comincia a intravedervi pericoli in quanto, per adesso implicitamente, contrario ai principi che ne regolano il funzionamento.<sup>36</sup> "Una vita collettiva ossessionata dall'accumulo di oggetti, di percezioni che devono essere continuamente consumati e sostituiti da altri oggetti, percezioni, situazioni: il vorticoso e ripetitivo offrirsi di possibilità e di occasioni sembra destinare la letteratura ad essere gettata via, a perdere le stesse ragioni della propria presenza".<sup>37</sup> Le strategie per esercitare la persuasione sono divenute più occulte, ma allo stesso tempo più pervasive fino ad insinuarsi nel nostro inconscio, fino a farci sembrare ovvietà quelle che sono sue imposizioni. Mirano a conseguire un controllo assoluto dei nostri comportamenti, garantendo la massima ef-

ficienza del sistema.<sup>38</sup> Il diffondersi su scala mediatica della psicologia contribuisce all'omologazione della società, al consenso incondizionato dei singoli individui. Le comunicazioni di massa "colonizzano l'immaginario senza preoccuparsi di diffondere lo spirito critico o, addirittura, cercando intenzionalmente di ottunderlo".<sup>39</sup> La cultura che diffondono è regolata da interessi economici più che da un gratuito desiderio di conoscenza, si volge sull'effimero e sull'intrattenimento, rifiutando qualsiasi atteggiamento critico. L'uso entusiasta della tecnologia può coesistere con la completa ignoranza della scienza che c'è dietro. Oramai "l'utente dei media finanziati e nei fatti diretti dal mondo delle merci è il migliore dei consumatori che il mondo delle merci potrebbe augurarsi".<sup>40</sup> Per mettere in discussione gli intenti della pubblicità bisognerebbe fare affidamento su individui che scorgano nell'educazione un'importanza superiore a qualsiasi principio di utilità. "L'istruzione consiste nell'acquisizione non tanto di nozioni e idee quanto di una disposizione di spirito che riconosce valore allo studio di cose non direttamente legate alla sfera pratica".<sup>41</sup> Chi nutre simili convinzioni non osserverà con entusiasmo il quotidiano connubio tra cultura e intrattenimento celebrato dalla società dello spettacolo. L'essenza stessa dell'*evento* dove la propaganda viene confusa con la qualità adeguandola alle norme degli affari si differenzia dalla riflessività che accompagna un sapere meditato. Il cittadino deve essere convinto che vive nel migliore dei mondi possibili, nella società del benessere generalizzato; non deve in nessun istante dubitare che l'Universo sia stato creato per soddisfare i suoi bisogni, che il futuro abbia in serbo doni sempre più meravigliosi. Il consumatore ha necessità di essere continuamente stimolato, sedotto da oggetti sempre nuo-

vi, sempre più sofisticati, da prestazioni che appaiano straordinarie, di modo che lo stupore mascheri la loro breve utilità. Persiste nella mente dei pubblicitari la certezza che il mondo sia completamente malleabile e perfezionabile anche se hanno un'idea molto confusa della perfezione.

Parecchi bibliotecari, convinti che questa sia l'unica maniera per riscattare le biblioteche dall'indifferenza generale, hanno abbracciato una concezione utilitarista della conoscenza, asservita al dogma della produttività e della crescita illimitata. La nostra sarebbe la "società dell'apprendimento" in cui l'informazione diventa il valore fondamentale e le singole persone sono obbligate a imparare per l'intero arco della loro vita, altrimenti "non potranno mai tenere il passo con il futuro sempre più tecnologicamente complesso che ci aspetta".<sup>42</sup> Gli attuali governi approntano strategie per estendere la maggiore quantità di informazione al maggior numero possibile di individui. Questa "società dell'apprendimento" deriverebbe in parte dalla convergenza delle tecnologie della comunicazione e dell'informazione, ma ancor di più da una strategia delle classi politiche mondiali, che avrebbero scorto l'unica garanzia di progresso nella competizione "sulla base di conoscenze più evolute e maggiore produttività".<sup>43</sup> Secondo questa concezione "la parola d'ordine è: incrementare la produttività, accrescere la produzione, moltiplicare i beni indipendentemente dalla loro necessità".<sup>44</sup> È il ritornello che ogni giorno ci ripetono i mass-media, entusiasti quando possono annunciare che il prodotto interno lordo è, seppure minimamente, cresciuto o quando intervistano l'esperto di turno, che ribadisce la sua ricetta per la ripresa della produzione, garante della felicità generale. La pubblicità, su cui i vari mass-media si reggono, non fa che re-



clamizzare prodotti, incitare al loro consumo convincendo i compratori che più si spende, più si guadagna, ignorando che questo benessere non può essere esteso al mondo intero, perché se tutta l'umanità adottasse il tenore di vita dei paesi occidentali, "il pianeta si accartocchierebbe su se stesso in pochi decenni".<sup>45</sup> Questa convinzione sui benefici della produzione a oltranza costituisce il nucleo mitologico di una cultura che inquadra le vicende globali nella dialettica "competizione-innovazione-progresso".<sup>46</sup> Su tali basi si prospetta una concorrenza spietata e, di anno in anno, "un'accelerazione dei ritmi di prestazione".<sup>47</sup> I messaggi pubblicitari, sempre più fitti, sempre più invasivi, diffondono una "visione *paneconomica*" del mondo spingendola fino all'assurdo. Quando ogni azione acquista un senso in vista del consumo, l'esistenza finisce con il precipitare nell'insignificanza. L'unico scopo diventa acquisire più denaro, comprare più merci per dimostrare il proprio *status* sociale.<sup>48</sup> Anche la lettura diventa un obbligo civico allorché si tenta di dimostrare che le regioni dove si legge di più manifestano una maggiore crescita economica.<sup>49</sup> Agli intellettuali integrati è stato affidato il compito di salvaguardare da qualsiasi critica questa certezza, aggirando con motivazioni *ad hoc* i fatti che potrebbero smentirla. L'unica cosa che conti è la merce. "E niente e nessuno, meno che mai l'educazione, deve frenare lo sviluppo economico".<sup>50</sup> Il vero problema non consiste soltanto nell'adeguarsi allo spirito del tempo, che vuole scorgere in ogni attività un affare, ma anche "nel *motivare all'apprendimento* persone che in realtà, nella loro vita di tutti i giorni, dell'apprendimento possono benissimo fare a meno".<sup>51</sup>

Quando a prevalere sono le norme del mercato non c'è da stupirsi se la conoscenza viene considerata una

semplice risorsa dell'economia. I beni culturali che attirano l'industria dell'intrattenimento non sfuggono alla spettacolarizzazione per attrarre il maggior numero possibile di persone e indurle a consumare i loro prodotti. Il rumore e l'agitazione prevalgono sulla tranquillità e la riflessione. Naturalmente gli spettacoli, dopo un breve tempo, cominciano ad annoiare e devono essere sostituiti da nuovi spettacoli che contengano un maggior numero di effetti speciali. Riducendoci a semplici spettatori, l'industria culturale ci costringe a emozionarci senza agire.<sup>52</sup> L'afflusso incontrollato di informazioni, di cui la nostra società va tanto fiera, "la facilità con la quale le informazioni possono essere assimilate e sostituite con altre, riduce la vita a un eterno presente senza memoria", così che "la democrazia dell'informazione può essere non un alleato bensì il peggiore nemico di una reale acculturazione".<sup>53</sup>

Ci sono stati periodi in cui la conoscenza era considerata superiore alla ricchezza.<sup>54</sup> Attualmente qualsiasi sapere che non arrechi vantaggi quantificabili viene ripudiato come sterile. "Non si contano le presentazioni o gli articoli in cui si spiega che la grande novità, anzi la svolta epocale cui stiamo assistendo è che la 'conoscenza' è diventata la nuova fonte della ricchezza delle nazioni".<sup>55</sup> Di pari passo si crede che l'umanità raggiunga una condizione migliore aumentando e complicando i propri bisogni.

Quanto più rapidamente vengono distribuite le informazioni, tanto più ci si illude di trovarsi al centro degli avvenimenti. Mentre, per difenderci dalla routine e dai giochi del potere "un sapere inutile, [diventa] per questo utilissimo, perché crea distanza".<sup>56</sup>

La convinzione che la conoscenza dovesse adattarsi ai principi dell'economia era già diffusa nei primi decenni dell'Ottocento. Contro di essa si è in più occasioni rivolta l'i-

ronia del "malpensante" Giacomo Leopardi. Nel preambolo allo "Spettatore fiorentino", composto nel maggio 1832, si precisa che il nuovo giornale, che progetta di pubblicare, non mira "né all'aumento dell'industria, né al miglioramento degli ordini sociali, né al perfezionamento dell'uomo... perché, quando tutto è utile, resta che uno prometta l'inutile per ispeculare".<sup>57</sup> Dal momento che l'utile è legato al piacere, quasi sempre irraggiungibile, "la nostra privata opinione è che il dilettevole sia più utile che l'utile".<sup>58</sup> In queste affermazioni compaiono "contrapposti, da una parte la dignità di esistenza del singolo individuo, dall'altra il potere omologante delle moderne dottrine sociali e politiche".<sup>59</sup> Leopardi, nelle pagine dello *Zibaldone*, elaborò un "principio di inutilità", a cui si mantenne fedele nel corso di tutta la sua opera, scendendo talvolta in aspra polemica contro gli intenti della cultura del suo secolo, convinta di garantire, con il proprio impegno, il costante aumento del benessere sociale.<sup>60</sup>

I tentavi che le biblioteche compiono per attirare un pubblico, di per sé estraneo alla lettura, attraverso le strategie elaborate dai mass-media per promuovere il consumo sempre più rapido delle merci mi sembrano peccare di ingenuità nella convinzione "che gli scopi della cultura del libro possano essere realizzati attraverso mezzi che *nella loro essenza* le sono estranei o avversi".<sup>61</sup> Mentre l'unica forma di conoscenza su cui, ufficialmente, ci si modella, è quella garantita dal metodo analitico e razionale, mutuato dalle scienze naturali, la nostra vita di tutti i giorni viene regolata da convinzioni che non raggiungono mai la certezza assoluta. La pubblicità si impegna a manipolare l'opinione pubblica, sostituisce l'istruzione "con un'informazione sempre più sciocca e superficiale che non consente la formazione di una

coscienza critica”.<sup>62</sup> Il passaggio dal “mondo del pressappoco” al “mondo della precisione” non si è verificato nei nostri comportamenti quotidiani. “Anzi, se il pressappoco corrisponde a ciò di cui siamo incerti, possiamo dire che l’incertezza caratterizza, come vedremo, proprio la modernità”.<sup>63</sup> Proprio in seguito allo sviluppo tecnologico viviamo in un mondo di cui non possediamo un’esperienza diretta, sostituita sempre più spesso da descrizioni verosimili, mediate attraverso una rete globale. Così “da un lato l’incertezza degli eventi che si svolgono nella natura è stata ridotta, dall’altro abbiamo incrementato l’incertezza degli eventi che si svolgono nel mondo sociale”.<sup>64</sup> La vita di tutti i giorni non si fonda su conoscenze rigorose. “Si può essere fruitori entusiasti della tecnologia senza sapere nulla della scienza che c’è dietro”.<sup>65</sup> I nostri comportamenti sono regolati da convinzioni indotte da campagne pubblicitarie, non certo da teorie dimostrate *more geometrico!* Per quanto si invocano progetti dilazionati in un futuro prossimo o remoto, si procede nell’incertezza. Mescolando informazione e intrattenimento il mondo dei media si sottrae a qualsiasi comprensione critica. L’incertezza circonda in ogni caso la nostra esistenza individuale, ma può essere padroneggiata solo a condizione che l’ambiente in cui essa si svolge offra i requisiti di “una relativa stabilità... che riguardi sia i suoi aspetti materiali, sia quelli cognitivi o simbolici: che permetta insomma di prevedere quello che può succedere e di ritenere di saperlo interpretare senza essere smentiti a ogni passo”.<sup>66</sup> Paradossalmente l’incessante sviluppo tecnologico “dà oggi luogo alla percezione di rischi impreveduti” e, nello stesso tempo, fornisce “standard di benessere crescenti”,<sup>67</sup> accompagnati però dalla percezione di oscure minacce. “Forse il divario che si è aperto tra la scienza contemporanea e l’uo-

mo mediamente colto è già insormontabile”.<sup>68</sup> La scissione potrebbe essere ricomposta riformando l’insegnamento sia nei metodi che nei contenuti, tenendo in considerazione che “la lezione più importante che possono portare i primi anni di studio è di insegnare a imparare: chi impara a usare una lingua può apprenderne altre, chi impara il metodo di una scienza può acquisirne altre”.<sup>69</sup> Un lettore e uno spettatore che sappia discernere il senso delle parole, abbia familiarità con i testi scritti e multimediali, sia in grado di trovare da solo le informazioni e giudicare quelle che gli vengono fornite, potrà utilizzare proficuamente i media senza lasciarsi sedurre dalle loro inverificabili promesse.<sup>70</sup>

L’intelligenza esige l’indipendenza dalle comuni aspettative, l’esercizio sistematico del dubbio.

#### Note

<sup>1</sup> *Due lingue una cultura*, in *I classici e la scienza. Gli antichi, i moderni, noi*, a cura di Ivano Dionigi, Milano, Rizzoli, 2007, p. 14.

<sup>2</sup> GIAN LUIGI BECCARIA, *Per difesa e per amore. La lingua italiana oggi*, Milano, Garzanti, 2006, p. 306.

<sup>3</sup> Sono parole di Anna Maria Tammaro espresse in ALBERTO SALARELLI – ANNA MARIA TAMMARO, *La biblioteca digitale*. Nuova edizione interamente riveduta e ampliata, Milano, Editrice Bibliografica, 2006, p. 169.

<sup>4</sup> GEORGE STEINER, *No Passion Spent. Essays 1978-1996*, London-Boston, Faber and Faber, 1996; trad. it.: *Nessuna passione spenta. Saggi 1978-1996*, Milano, Garzanti, 2001, p. 23-24.

<sup>5</sup> CLAUDIO GIUNTA, *L’assedio del presente. Sulla rivoluzione culturale in corso*, Bologna, Il Mulino, 2008, p. 108.

<sup>6</sup> Remo Bodei, nel suo intervento a *Lo stato della democrazia nell’era della conoscenza*, contenuto nell’insero speciale di “La rivista dei libri”, 15 (2005), n. 12, p. III.

<sup>7</sup> GEORGE STEINER, *Lessons of the Masters*, Cambridge (Mass.), Harvard University Press, 2003; trad. it.: *La lezione*

*dei maestri. Charles Eliot Norton Lectures*, Milano, Garzanti, 2004, p. 155-156.

<sup>8</sup> GEORGE STEINER, *Le due culture: cause e forme della dicotomia*, in *I classici e la scienza...*, cit., p. 22.

<sup>9</sup> LUCA e FRANCESCO CAVALLI SFORZA, *Scienza e Umanesimo: oltre le “due culture*, in *I classici e la scienza...*, cit., p. 56.

<sup>10</sup> ANTONELLO LA VERGATA, *Scienziati, politici, cittadini*, “Rivista di filosofia”, 93 (2002), n. 2, p. 257.

<sup>11</sup> DANIELA GIUSTINI – ANNARITA LIBURDI, *Tra ricerca scientifica e divulgazione. Un nuovo ruolo per le biblioteche degli enti di ricerca?*, “Biblioteche oggi”, 21 (2003), n. 9, p. 19 e 22.

<sup>12</sup> YURIJ CASTELFRANCHI – NICO PITRELLI, *Come si comunica la scienza?*, Roma-Bari, Laterza, 2007, p. 18.

<sup>13</sup> GEORGE STEINER, *Language and Silence. Essays on Language, Literature, and the Inhuman*, New York, Atheneum, 1967; trad. it.: *Linguaggio e silenzio. Saggio sul linguaggio, la letteratura e l’inumano*, Milano, Garzanti, 2006, p. 45.

<sup>14</sup> YURIJ CASTELFRANCHI – NICO PITRELLI, *Come si comunica la scienza*, cit., p. 71.

<sup>15</sup> GIORGIO ISRAEL, *Chi sono i nemici della scienza? Riflessioni su un disastro educativo e culturale e documenti di malascienza*, Torino, Lindau, 2008, p. 81.

<sup>16</sup> CLAUDIO GIUNTA, *L’assedio del presente*, cit., p. 54.

<sup>17</sup> UMBERTO GALIMBERTI, *I miti del nostro tempo*, Milano, Feltrinelli, 2009, p. 218.

<sup>18</sup> GIAN LUIGI BECCARIA, *Per difesa e per amore*, cit., p. 291.

<sup>19</sup> ANTONELLO LA VERGATA, *Scienziati, politici, cittadini*, cit., p. 257.

<sup>20</sup> GIAN LUIGI BECCARIA, *Per difesa e per amore*, cit., p. 18.

<sup>21</sup> GEORGE STEINER, *Real Presences*, Chicago, University of Chicago Press, 1989; trad. it.: *Vere presenze*, Milano, Garzanti, 1999, p. 24 (corsivo nel testo).

<sup>22</sup> UMBERTO GALIMBERTI, *I miti del nostro tempo*, cit., p. 376.

<sup>23</sup> GIAN LUIGI BECCARIA, *Per difesa e per amore*, cit., p. 297.

<sup>24</sup> SALVATORE NATOLI, *Il buon uso del mondo. Agire nell’età del rischio*, Milano, Mondadori, 2010, p. 241.

<sup>25</sup> TZVETAN TODOROV, *La littérature en péril*, Paris, Editions Flammarion, 2007; trad. it.: *La letteratura in pericolo*, Milano, Garzanti, 2008, p. 66.

<sup>26</sup> REMO BODEI, *La forza della parola scritta*, “Il Mulino”, 59 (2010), n. 1, p. 163.

<sup>27</sup> TZVETAN TODOROV, *La letteratura in pericolo*, cit., p. 67.

<sup>28</sup> *Ivi*, p. 68.

<sup>29</sup> MICHAEL P. LYNCH, *True to Life. Why Truth Matters*, Cambridge (Mass.), Massachusetts Institute of Technology, 2004; trad. it.: *La verità e i suoi nemici*, Milano, Cortina, 2007, p. 251.

<sup>30</sup> GIULIO FERRONI, *Prima lezione di letteratura italiana*, Roma-Bari, Laterza, 2009, p. 150.

<sup>31</sup> CLIFFORD STOLL, *High – Tech Heretic. Why Computers don't Belong in the Classroom and Other Reflections by a Computer Contrarian*, New York, Doubleday, 1999; trad. it.: *Confessioni di un eretico high-tech*, postfazione di Raffaele Simone, Milano, Garzanti, 2001, p. 17.

<sup>32</sup> *Ivi*, p. 18.

<sup>33</sup> MIGUEL BENASAYAG – GERARD SCHMIT, *Les Passions Tristes. Souffrance psychique et crise sociale*, Paris, Editions La Découverte, 2003; trad. it.: *L'epoca delle passioni tristi*, Milano, Feltrinelli, 2005, p. 61.

<sup>34</sup> CLAUDIO GIUNTA, *L'assedio del presente*, cit., p. 57.

<sup>35</sup> MICHAEL P. LYNCH, *La verità e i suoi nemici*, cit., p. 250.

<sup>36</sup> CLAUDIO GIUNTA, *L'assedio del presente*, cit., p. 11.

<sup>37</sup> GIULIO FERRONI, *La prima lezione...*, cit., p. 146.

<sup>38</sup> UMBERTO GALIMBERTI, *I miti del nostro tempo*, cit., p. 115.

<sup>39</sup> REMO BODEI, *La forza della parola scritta*, cit., p. 167.

<sup>40</sup> CLAUDIO GIUNTA, *L'assedio del presente*, cit., p. 24.

<sup>41</sup> *Ivi*, p. 132.

<sup>42</sup> ALBERTO SALARELLI – ANNA MARIA TAMMARO, *La biblioteca digitale*, cit., p. 155.

<sup>43</sup> *Ivi*, p. 156.

<sup>44</sup> SALVATORE NATOLI, *Il buon uso del mondo*, cit., p. 36.

<sup>45</sup> BRUNO ARPAIA, *Per una sinistra reazionaria*, Parma, Guanda, 2007, p. 133.

<sup>46</sup> FRANCO CASSANO, *Modernizzare stanca. Perdere tempo, guadagnare tempo*, Bologna, Il Mulino, 2001, p. 16.

<sup>47</sup> UMBERTO GALIMBERTI, *I miti del nostro tempo*, cit., p. 290.

<sup>48</sup> SERGE LATOUCHE, *L'invention de l'économie*, [Paris], A. Michel, 2005; trad. it.: *L'invenzione dell'economia*, Torino, Bollati Boringhieri, 2010, p. 221-222.

<sup>49</sup> EDOARDO GAFFEO – ANTONELLO SCORCU, *Il ritorno economico della lettura*, in *Investire per crescere. Materiali per*

*una discussione*, a cura dell'Ufficio studi dell'Associazione italiana editori, Milano, AIE, 2006, p. 12-27. Di Scorcu si veda ora *Quanto vale la lettura?*, relazione tenuta al Convegno "Verso un'economia della biblioteca. Finanziamenti, programmazione e valorizzazione in tempo di crisi" (Milano, 11-12 marzo 2010).

<sup>50</sup> MIGUEL BENASAYAG – GERARD SCHMIT, *L'epoca delle passioni tristi*, cit., p. 97.

<sup>51</sup> CLAUDIO GIUNTA, *L'assedio del presente*, cit., p. 132 (corsivo nel testo).

<sup>52</sup> PAOLO JEDLOWSKI, *Un giorno dopo l'altro. La vita quotidiana fra esperienza e routine*, Bologna, Il Mulino, 2005, p. 51.

<sup>53</sup> CLAUDIO GIUNTA, *L'assedio del presente*, cit., p. 11.

<sup>54</sup> Cfr. ad esempio RICCARDO DA BURY, *Philobiblon o L'amore per i libri*, introduzione di Mariateresa Fumagalli Beonio Brocchieri, traduzione e note di Riccardo Fedriga, Milano, Rizzoli, 1998, cap. 2., p. 46: "Ergo nec divicie nec delicie sapientiam antecellunt".

<sup>55</sup> GIORGIO ISRAEL, *Chi sono i nemici della scienza?*, cit., p. 153.

<sup>56</sup> SALVATORE NATOLI, *Il buon uso del mondo*, cit., p. 46.

<sup>57</sup> GIACOMO LEOPARDI, *Tutte le poesie e*

*tutte le prose*, a cura di Lucio Felici e Emanuele Trevi, Roma, Newton & Compton, 1997, p. 1032.

<sup>58</sup> *Ibid.* Principi simili vengono espressi anche nella lettera del 24 luglio 1828 a Pietro Giordani.

<sup>59</sup> MICHELE MONSERRATI, *Le cognizioni inutili. Saggio su "Lo Spettatore fiorentino" di Giacomo Leopardi*, Firenze, Firenze University Press, 2005, p. 56.

<sup>60</sup> ROLANDO DAMIANI, *Leopardi e il principio di inutilità*, Ravenna, Longo, 2000, p. 10.

<sup>61</sup> CLAUDIO GIUNTA, *L'assedio del presente*, cit., p. 132 (corsivo nel testo).

<sup>62</sup> *Ivi*, p. 10.

<sup>63</sup> PAOLO LEGRENZI, *Credere*, Bologna, Il Mulino, 2008, p. 46.

<sup>64</sup> *Ivi*, p. 130.

<sup>65</sup> ANTONELLO LA VERGATA, *Scienziati, politici, cittadini*, cit., p. 256-257.

<sup>66</sup> PAOLO JEDLOWSKI, *Un giorno dopo l'altro*, cit., Bologna, p. 27.

<sup>67</sup> *Ivi*, p. 34.

<sup>68</sup> GIAN LUIGI BECCARIA, *Per difesa e per amore*, cit., p. 55.

<sup>69</sup> LUCA e FRANCESCO CAVALLI SFORZA, *Scienza e Umanesimo*, cit., p. 64.

<sup>70</sup> CLAUDIO GIUNTA, *L'assedio del presente*, cit., p. 43.

## Abstract

Nowadays political choices favour technological fields rather than humanities. Literature is neglected; education produces uncertain readers, unable to understand greek-latin literature and the European cultural heritage. The media encourage imitative behaviours to influence people pushing them to indiscriminate consumption. From culture as self-improvement we have passed to collective entertainment. For ordinary people it becomes difficult to distinguish the true news from the false one. Scientific theories are formulated in mathematical language, while today it seems difficult to learn mathematics at school. These circumstances increase the gap between scientific research and average knowledge, between the experts and the rest of the population. Despite the campaigns of popularization and the festivals of science, the effort to bridge the gap seems to get poor results. The average citizen lives in a confused world, where he uses technological tools without knowing the principles of their operation. For a large number of problems he must rely on experts without a possibility of verification. From marketing point of view, people are only guinea pigs of advertising. The distracted viewer of multimedia programs does not discover the tricks of propaganda. Questioning the purposes of advertising requires individuals that find education more important than any principle of utility. Many librarians, believing to redeem libraries from the general indifference, have adopted an utilitarian conception of knowledge, embracing the dogma of unlimited growth and productivity. When the rules of market prevail, knowledge is considered only an economic resource. But to defend ourselves against the games of power, an "useless" knowledge becomes very useful, because it creates distance.