

Connessioni → Linguaggi e Salute

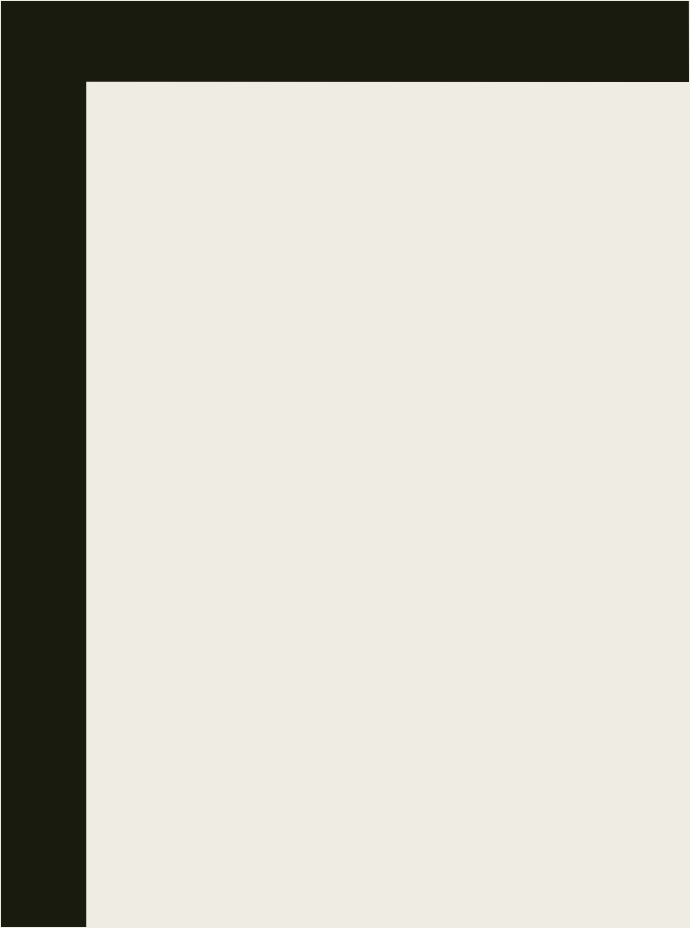


Michele Marangi | Collegno | 11 ottobre 2024

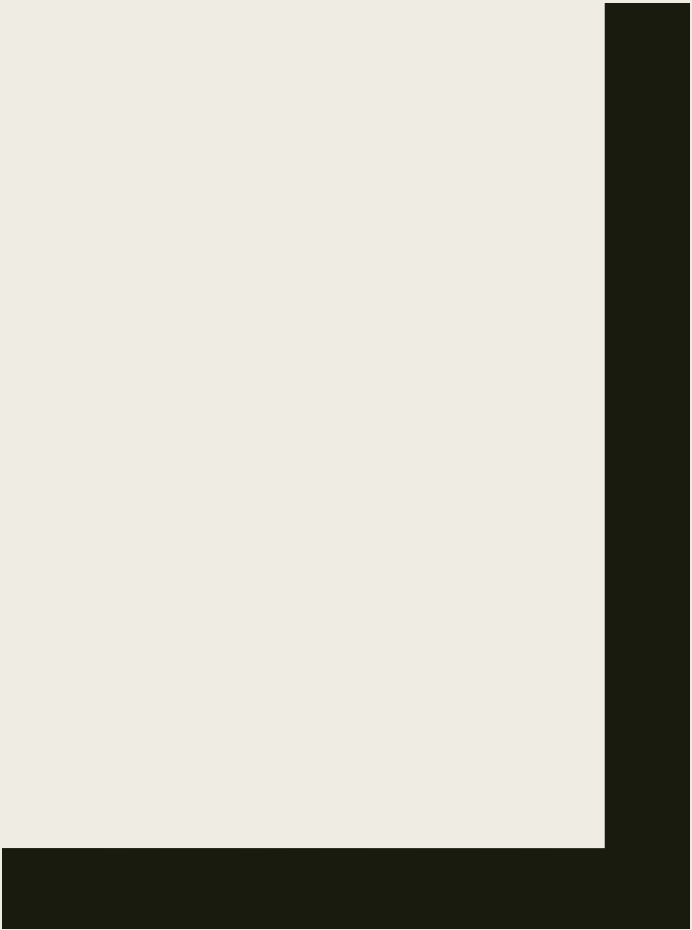


Linguaggi

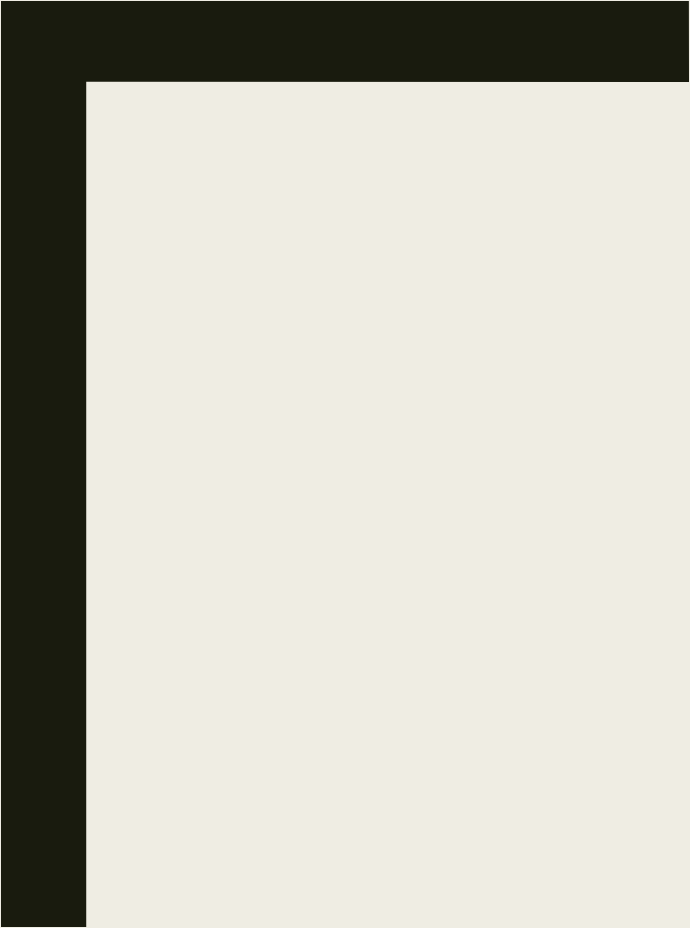
- Un linguaggio non è una lingua, non ha regole definitive, non ha grammatica in senso proprio, si adatta e aggiorna continuamente. L'efficacia del linguaggio e della comunicazione va situata, non postulata.
- Il dinamismo tipico dei linguaggi richiede di considerare il contesto di utilizzo, gli obiettivi da raggiungere, l'eterogeneità delle audience cui sono rivolti. Non solo il contenuto che veicolano e lo stile che li caratterizza.



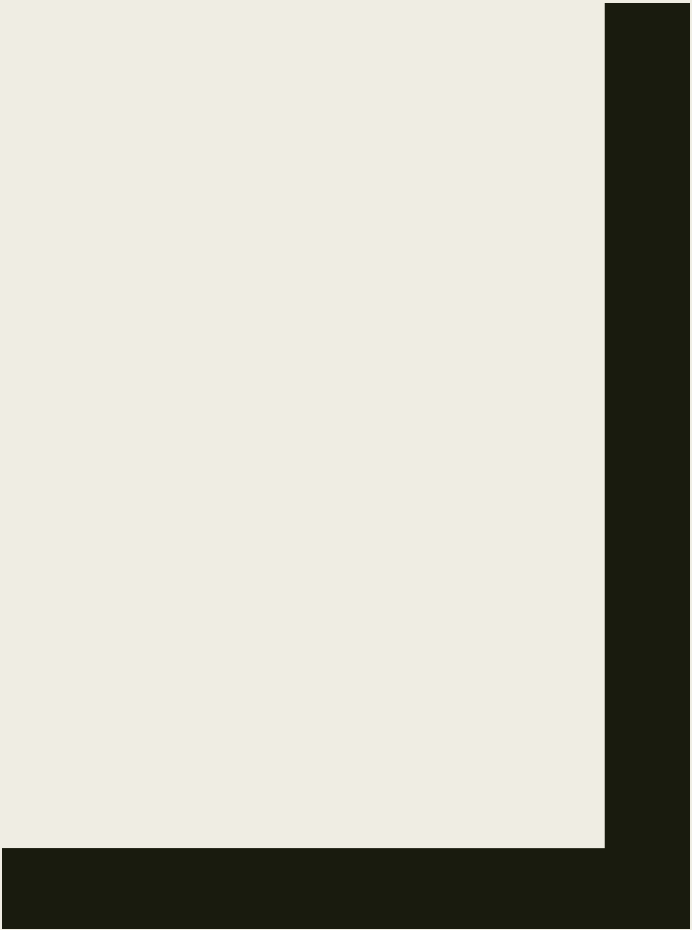
Medium



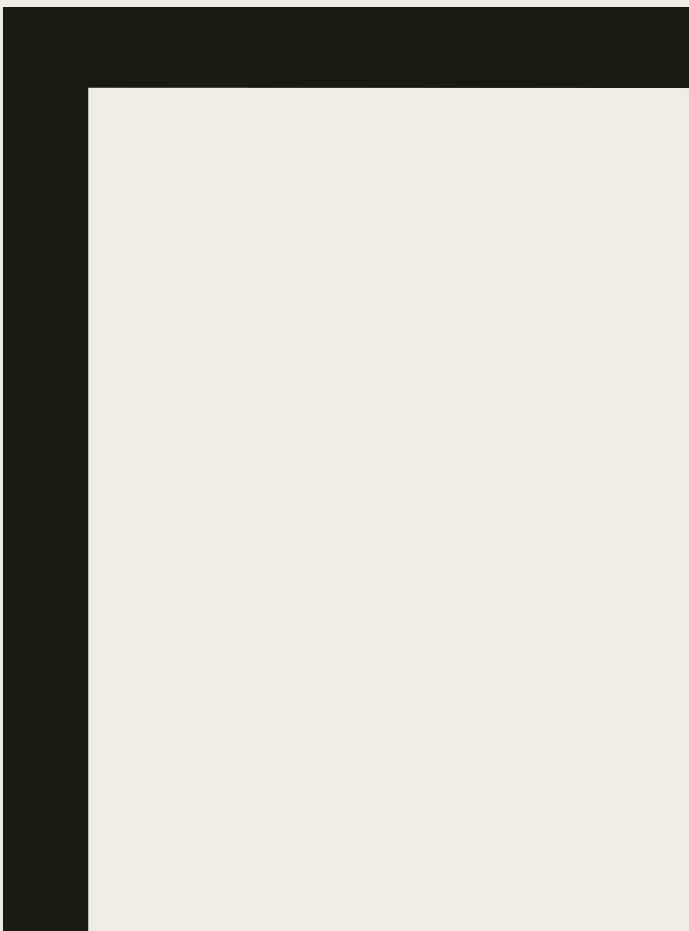
- Oltre i media, l'idea di mezzo. Creare o sviluppare collegamenti, favorire accesso, offrire opportunità. L'importanza della fisicità del reale: luoghi, corpi, relazioni.
- Ma anche l'idea di mediazione: attivare connessioni, orientare l'utilizzo. La strutturazione dei dispositivi (Foucault, 1975), la progettazione delle affordance (Gibson, 1979). Con la consapevolezza di vivere in un'epoca caratterizzata dalla disintermediazione.



Modi



- Oltre la multimedialità, che permette l'utilizzo di differenti formati mediali, va considerata la multimodalità (Kress, 2010), che considera i differenti modi di percepire la stessa realtà comunicativa.
- La differenza di percezione è sia biologica che cognitiva. Differenti intelligenze (Gardner, 1983) e modalità di percepire si intrecciano con differenti modi di significare, su cui impattano scelte valoriali e presupposti socio-culturali.

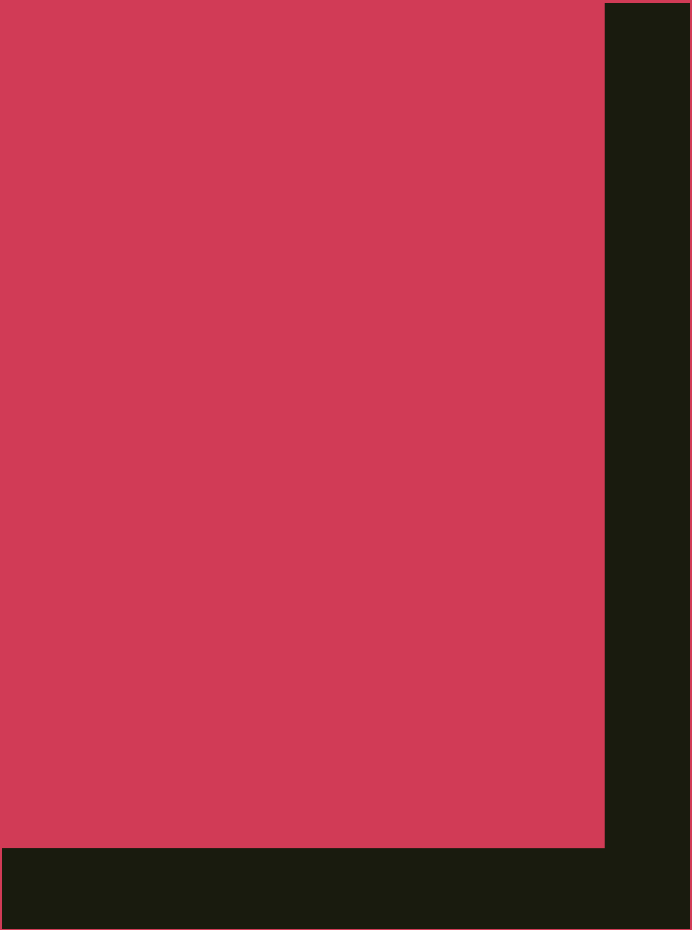


Post



- Post medialità (Eugeni, 2015). I media si frammentano e ricompongono continuamente, difficilmente isolabili e identificabili, nel flusso continuo di una comunicazione ininterrotta.
- Post digitale. Viviamo onlife (Floridi, 2014), nella continua ibridazione tra ciò che accade offline e online. Non è una trasformazione solo tecnologica, ma identitaria e comportamentale, economica, sociale e culturale. Il digitale non è più uno strumento o un ambiente, ma il tessuto connettivo del quotidiano.

- Post verità: la scelta e la sopravvalutazione delle informazioni o degli aspetti di realtà che confermano il proprio punto di vista e le proprie attese. Vivere nelle filter bubble, nelle echo chambers (Pariser, 2011).
- Post realtà: la convinzione che la realtà sia coerente con quel tipo di informazioni e convinzioni, oltre ogni evidenza "scientifica" o "oggettiva". La normalizzazione del simulacro (Baudrillard, 1981).



Che fare?

Comunicazione situata

Centralità delle audience

Coinvolgimento attivo

Praticabilità delle azioni

Costanza comunicativa

Eterogeneità dei linguaggi

- Baudrillard, J. (1981). *Simulacres et Simulations*, Éditions Galiée, Parigi.
- Eugeni, R. (2015). *La condizione postmediale*, La Scuola, Brescia.
- Floridi, L. (2014). *La quarta rivoluzione. Come l'infosfera sta trasformando il mondo*, Raffaello Cortina, Milano 2017.
- Foucault, M. (1975). *Sorvegliare e punire. La nascita della prigione*, Einaudi, Torino 1976.
- Gardner, H. (1983). *Formae Mentis. Saggio sulla pluralità dell'intelligenza*, Feltrinelli, Milano 1987.
- Gibson, J.J. (1979). *Un approccio ecologico alla percezione visiva*, Mimesis, Milano 2014.
- Kress, G. (2010). *Multimodalità. Un approccio socio-semiotico alla comunicazione contemporanea*, Progedit, Bari 2015.
- Pariser, E. (2011). *Il filtro*, Il Saggiatore, Milano 2012.



michele.marangi@unicatt.it

