



Rivista di Studi Indo-Mediterranei XI (2021)

Plurilingual e-journal of literary, religious, historical studies. website:

<http://kharabat.altervista.org/index.html>

Rivista collegata al Centro di Ricerca in "Filologia e Medievistica Indo-Mediterranea" (FIMIM)

Università di Bologna

cod. ANCE (Cineca-Miur) E213139

ISSN 2279-7025

Rappresentazioni mediatiche

Il caso dei Taleban

di Emiliano Laurenzi

Riassunto. Questo breve saggio cerca di proporre una modalità di studio che analizzi come i media producono ed allestiscono la percezione, ed il portato politico di questo processo. La polarizzazione, l'irrazionalità, il collasso dei contesti, l'apparente dittatura del presente, le echo chambers e le filter bubbles. Questi sono alcuni degli effetti di un regime mediale che va innanzitutto contestualizzato in modo diacronico, sgranandone l'apparente astoricità e disinnescandone i meccanismi che irretiscono, incantano e manipolano le nostre capacità percettive e cognitive. Ho scelto la rappresentazione mediatica dei Taleban perché è un esempio efficace per individuare i punti di attacco dai quali iniziare a ripensare il metodo dell'analisi mediale.

Keywords. media, percezione, metodo, rappresentazione, Taleban, guerra ibrida, esperienza, consumo

Una volta che abbiamo consegnato i nostri sensi e i nostri sistemi nervosi alle manipolazioni di coloro che cercano di trarre profitti prendendo in affitto i nostri occhi, le orecchie e i nervi, in realtà non abbiamo più diritti. Cedere occhi, orecchie e nervi a interessi commerciali è come consegnare il linguaggio comune a un'azienda privata o dare in monopolio a una società l'atmosfera terrestre (Marshall McLuhan, Gli strumenti del comunicare)

Perché non capiamo cosa accade?

Perché a dispetto della enorme quantità di informazioni reperibili, della velocità con cui possono essere aggiornate ed utilizzate, del numero elevatissimo di contatti e confronti che si possono instaurare, sembra diventato così difficile avere idee chiare su determinati argomenti? Perché, soprattutto, sembra che in rete qualsiasi processo dialogico venga letteralmente fatto a pezzi, che la possibilità stessa di un processo dialettico sia azzerata, che l'idea medesima di libertà sia ridotta ormai alle corsie percorribili di un supermercato, o comunque a spazi che per quanto illegali, in ogni caso riconducono quasi esclusivamente a forme di consumo (penso al *dark web*)? Perché, a dispetto delle utopie ireniche e dei facili ottimismo in cui sono incorsi filosofi come Pekka Himanen¹, relativi ad internet come luogo creativo, di scambio e di conoscenza, a prevalere sono stati invece tutti gli aspetti deteriori: la polarizzazione violenta, l'estremismo, il settarismo, il consumo, l'azzeramento della capacità di memoria inversamente proporzionale alle capacità di memorizzazione degli apparati, un controllo asfissiante, una raccolta ed un uso dei dati incontrollabile (si pensi allo scandalo *Cambridge Facebook-Analytica*, ma anche all'inconsapevole messa in serie dei pc per il *mining* di *bitcoin* operata da soggetti terzi, per non parlare degli algoritmi di profilazione)? Sarebbe quasi che le peggiori prefigurazioni di cosa sarebbe divenuto il mondo dei dati elettronici abbiano preso forme ben più evolute di quelle pre-iconizzate anche da pensatori inclini a chiudere i conti con la tradizione del pensiero umanista classico, e penso proprio a Jean-François Lyotard². Questo scenario, ed i poteri che apertamente lo animano e gli danno forma, in effetti, è stato esaurientemente descritto da Shoshana Zuboff nel suo poderoso *Il capitalismo della sorveglianza*:

Questo potere che definisco *strumentalizzante* ha il compito di *strutturare e strumentalizzare il comportamento al fine di modificarlo, predirlo, monetizzarlo e controllarlo*. In questa definizione, il compito di "strutturare" spetta al burattino e alla sua architettura materiale di computazione senziente ubiquamente connessa che renderizza, interpreta e attiva l'esperienza umana. L'atto di "strumentalizzare", invece, denota le relazioni sociali che legano i burattinai all'esperienza umana, con il capitale della sorveglianza che impiega le macchine per trasformarci in mezzi da sfruttare. Il capitalismo della sorveglianza ci ha costretti a fare i conti con una forma di capitalismo senza precedenti.

Adesso il potere strumentalizzante che sostiene e rafforza il suo progetto ci impone di confrontarci una seconda volta con ciò che non ha precedenti.³

Quello che qui mi interessa, però, è capire, relativamente ad uno specifico tema, in che modo, ma soprattutto se questi scenari così complessi si traducano in opinioni, se non in certezze, in modo automatico, senza possibilità d'errore. In sostanza: sono questi processi del tutto efficaci?

¹Cfr. Pekka Himanen, *L'etica hacker e lo spirito dell'età dell'informazione*, Feltrinelli, Milano, 2003.

²Jean-François Lyotard, *La condizione postmoderna. Rapporto sul potere*, Feltrinelli, Milano, 2002.

³Shoshana Zuboff, *Il capitalismo della sorveglianza. Il futuro dell'umanità nell'era dei nuovi poteri*, Luiss University Press, Roma, p. 536

O meglio: sono davvero processi dalle dinamiche per così dire destinali, non modificabili? È proprio vero che all'interno di questo regime mediale ci diviene obiettivamente impossibile conoscere al di fuori degli schemi dati?

Una necessaria premessa: ripensare il metodo

Ritengo che una vicenda come quella relativa alla vittoria della guerra in Afghanistan da parte dei *Taliban* sia per certi versi esemplare per cercare di dare una risposta a queste domande. Gli ingredienti per dire che non esiste alcun determinismo tecnologico in questo senso, come illustrerò, ci sono tutti. Ma per poter arrivare a questa conclusione, occorre fare una premessa metodologica che in sintesi può essere descritta così: per capire l'attuale configurazione mediale e come essa plasma la nostra capacità di relazionarci ai fatti – perché sì, a differenza del *mainstream* sociologico odierno, ritengo che i fatti esistano eccome, anche se fa comodo pensare che se ne esperisca solo la loro rappresentazione mediale, perché in questo modo si evita l'aspetto centrale della riflessione – si deve assumere che questa dinamica abbia un valore politico, per quanto questo termine abbia ormai un valore per certi versi inedito, e che nulla di quanto avviene in questo processo sia autonomo dalle dinamiche del capitalismo di consumo e non solo, perché la totalità degli apparati con cui accediamo alla rete, dai *pc* ai *server*, è frutto di lavoro e mezzi di produzione e di materie prime tipici del più classico dei capitalismi di produzione, e la crisi attuale dei semiconduttori ne è la palese dimostrazione.

Questa valenza strettamente capitalista dell'uso della rete è colta in maniera acuta da Byung-Chul Han quando scrive a proposito della libertà e della comunicazione:

Dagli smartphone, che promettono più libertà, deriva una costrizione fatale: la costrizione a comunicare. Nello stesso tempo, abbiamo un rapporto quasi ossessivo, coatto con il dispositivo digitale. *Anche qui la libertà si rovescia in costrizione*. I social network rafforzano enormemente questa costrizione alla comunicazione: essa è prodotta, in ultima analisi, dalla logica del capitale. Più comunicazione significa più capitale: la circolazione accelerata di comunicazione e informazione porta alla circolazione accelerata del capitale.⁴

Questa è dunque la cornice che definisce pratiche d'uso e forme di vita odierne relative a comunicazione ed informazione. Il fenomeno degli smartphone ne è solo una sineddoche, per quanto icastica. La sociologia dei processi culturali, proprio là dove si confronta con società differenti dal modello euro-atlantico come quella afghana, deve articolare metodologie di lavoro che assumano una volta per tutte il ruolo dei media rispetto al regime capitalistico, cioè al sistema-mondo attuale. Questo ruolo è quello di una potente e pervasiva attività di transcodifica (per niente neutra, né per questo foriera, di per sé, di istanze liberatorie, anzi!) rispetto ad una vera e propria matrice. Ignorare i modi con cui questa matrice opera, significa privarsi definitivamente di qualsiasi capacità critica, cioè, in ultima analisi, conoscitiva ed euristica. Questo perché se le società manifestano e conservano loro proprie specificità – ed il dilagare di sovranismi, identitarismi, fondamentalismi ed ogni genere di possibile sottolineatura

⁴Byung-Chul Han, *Nello sciame. Visioni del digitale*, Nottetempo, Milano, 2015, p. 51.

della propria unicità ne è un esempio di natura per appunto reattiva – lo fanno comunque attraverso questa matrice. E i media ne costituiscono l'intelaiatura planetaria. Non solo una mera struttura di comunicazione ed informazione, bensì un vero e proprio sistema nervoso esteso, per riferirci a Marshall McLuhan che per primo prefigurò questo sviluppo del passaggio da un'era alfabetico-meccanica ad un'era elettrica, dominata da media audio-visuali. Scriveva infatti già nel 1964:

Nelle ere della meccanica, avevamo operato un'estensione del nostro corpo in senso spaziale. Oggi, dopo oltre un secolo di impiego tecnologico dell'elettricità, abbiamo esteso il nostro stesso sistema nervoso centrale in un abbraccio globale che, almeno per quanto concerne il nostro pianeta, abolisce tanto il tempo quanto lo spazio. Ci stiamo rapidamente avvicinando alla fase finale dell'estensione dell'uomo: quella, cioè, in cui, attraverso la simulazione tecnologica, il processo creativo di conoscenza verrà collettivamente esteso all'intera società umana, proprio come, tramite i vari media abbiamo esteso i nostri sensi e i nostri nervi⁵

Un'era elettrica che nel regime digitale-informazionale dispiega oggi la sua massima potenza ed è giunta alle soglie di una maturità in cui si intravedono già mutazioni e difficoltà oggettive in termini di riarticolazione della percezione, mentre l'abolizione di ogni dimensione storica e diacronica (l'abolizione dello spazio e del tempo) pare ormai costituirsi come un vero e proprio paradigma conoscitivo. Un paradigma che nella sua declinazione deteriorata, però, affligge come una peste gli stessi studi di mediologia, ormai accecati da analisi sincroniche, incapaci di qualsiasi elaborazione che contempra trasformazioni così come processi conflittuali, subordinati a discorsi descrittivi ed all'elaborazione di modelli con un tasso di obsolescenza misurabile in mesi.

Occorre dunque pensare diversamente al modo stesso con cui noi rappresentiamo a noi stessi quel che accade. Si tratta di un processo ad alto tasso cognitivo, dunque ad alto tasso di criticità, perché si tratta prima di tutto di lavorare all'elaborazione di un metodo, che è sempre un'operazione non solo scientifica, nel nostro caso, ma anche politica nel senso più attuale, come detto in apertura. Non si tratta di scardinare quella che Derrick de Kerckhove chiamava *brainframe*⁶, bensì di individuare, proprio sulla base di come funziona questa nostra struttura cerebrale che sta a monte della stessa elaborazione di forme concettuali, un certo tipo di uso dei media che su di essa insiste. Un uso per nulla innocente e che costituisce l'elemento principale, la punta di diamante, di quello che nella teoria delle relazioni internazionali si chiama *soft power* ed il cui uso è ampiamente comprovato e spesso decisamente efficace. Ma anche, più banalmente ed in modo enormemente più diffuso e determinante, quello che allestisce e costituisce allo stesso tempo l'orizzonte del conoscibile per chi vive all'interno di un certo regime mediale, sotto la stessa cappa informativa, per così dire, ed assiste ad una ben precisa messa in scena della realtà, in altre parole ad una rappresentazione mediale. Il caso della rappresentazione mediale relativa ai *Talebani* è esemplare, in questo senso, per differenza

⁵Marshall McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, Il Saggiatore, Milano, 1987, p. 16.

⁶Cfr. Derrick de Kerckhove, *rainframes, Mente, tecnologia e mercato*, Baskerville, Bologna 1993.

sociale, religiosa, geografica, culturale, ma soprattutto per estensione temporale e un'oscillante e poco chiara definizione dell'oggetto da rappresentare. Attraverso i *Taliban* ed i modi in cui sono stati rappresentati, possiamo intravedere di riflesso la nostra immagine.

Fra percezione e pensiero astratto: i millisecondi che fanno la differenza

Qual è il “punto di attacco” su cui vertono queste rappresentazioni mediatiche? McLuhan ci aveva visto giusto già una sessantina di anni fa: è il modo in cui il nostro organismo reagisce agli stimoli percettivi attraverso il sistema neuro-muscolare. Il fondatore della mediologia svolse riflessioni pionieristiche sulle modalità con cui il nostro cervello processa informazioni, ricercando in questo un fondamento fisiologico, ancor prima che meramente culturologico, ai suoi studi relativi all'elaborazione della tetrad⁷. Suo figlio Eric McLuhan, per altro, formulò, sulla base dell'esperimento Fordham del 1967/68⁸, la differenza di elaborazione emotiva e concettuale fra gli spettatori che vedevano un film al cinema e lo stesso film alla televisione, delineando già la “fisiologia” che presiede alla differenza fra media caldi e media freddi. Marshall McLuhan arrivò anche a misurare sperimentalmente la relazione fra esposizione alla televisione e reazione fisiologica del corpo. Ragionò quindi sulla sfasatura fra risposta fisiologica – battito cardiaco, dilatazione delle pupille, frequenza respiratoria, movimento oculare, contrazioni muscolari, ecc. – e sistemazione concettuale di ciò che si sta vedendo ed ascoltando. La percezione fisica precede infatti la rielaborazione “razionale” di ciò che viene percepito. Questa assunzione è fondamentale. Ed è fatta di millisecondi.

Oggi gli studi in questo senso sono estremamente più raffinati e complessi – tanto da mappare le aree del cervello che entrano in azione, spesso in modalità sinergiche, ed a volte misurando anche con che intensità, quando siamo esposti a determinate stimolazioni – ma in sostanza il dato incontrovertibile è che in base al tipo di stimolo, il nostro apparato neuro-muscolare reagisce con notevole anticipo rispetto a qualsiasi elaborazione astratta, diciamo così, concettuale: il farsi un'idea di quanto si è esperito, insomma, viene molto dopo e può essere non solo errato, ma manipolato e sviato. Questa considerazione, per nulla innocua, individua infatti la sorgente principale da cui sgorga l'emotività e l'apparente irrazionalità che denota il comportamento degli abitanti dell'infosfera odierna.

La vecchia propaganda, per capirci, manipolava i contenuti razionali, contraffaceva le fonti sviando l'interpretazione dei fatti o, nella sua versione più raffinata, quella che veniva chiamata dagli apparati di sicurezza sovietici *dezinformatsjia* – disinformazione – ingenerava finzioni e dissimulazioni attraverso notizie false o manipolate (un aspetto dopotutto ironico). Queste tecniche erano già di per sé potenti, e se ne tende a sottovalutare l'efficacia e soprattutto i loro effetti durevoli. Basti pensare ad un testo come i *Protocolli dei Savi di Sion*. A dispetto del fatto che si trattava apertamente di un falso realizzato dalla polizia segreta zarista – l'Ochrana – e che poco dopo la sua pubblicazione nel 1903 fu smascherato come tale, divenne in breve

⁷Cfr. Marshall McLuhan, *La legge dei media. La nuova scienza*, Edizioni Lavoro, Roma, 1994.

⁸Cfr. Eric McLuhan, *The Fordham Experiment*, in *Proceedings of the Media Ecology Association*, Volume 1, Janet Sternberg and Mark Lipton, 2000, pp. 23-27:
<https://www.mediaecology.org/resources/Documents/Proceedings/v1/v1-04-McLuhan.pdf>

tempo, ed è ancora oggi, uno dei testi di riferimento dell'antiebraismo più virulento, che lo considera autentico e lo attribuisce ad una fantomatica internazionale ebraico-massonica. Oggi una rappresentazione mediale può andare molto oltre. Basti ricordare, a monito di questa potenza e della sua tragica efficacia, l'immagine storica di Colin Powell che agita la fantomatica provetta – che avrebbe dovuto contenere antrace! – al Consiglio di Sicurezza dell'Onu. Uno dei momenti topici di una rappresentazione mediatica martellante, durata mesi, tesa a costruire il *casus belli* necessario allestendo veri e propri fattoidi, ovvero fatti fittizi di natura squisitamente mediale.

Oggi il nostro apparato percettivo è in una situazione semi-immersiva nell'ambiente mediale inedita: gli effetti di questa sfasatura fra risposta fisiologica e sistemazione concettuale riconfigurano l'intera nostra percezione del mondo, così come la rappresentazione di fenomeni, processi, fatti, attraverso particolari interazioni uomo-macchina e macchina-macchina, e come precisa volontà di chi detiene la possibilità di articolare narrazioni medialì, soprattutto nel *Main Stream Media* (MSM).

«Vede, io so che questa bistecca non esiste. So che quando la infilerò in bocca Matrix suggerirà al mio cervello che è succosa e deliziosa. Dopo nove anni sa che cosa ho capito? Che l'ignoranza è un bene» - dal film Matrix.

Se il regime della comunicazione aveva abituato almeno tre generazioni a correlare fisicità ed elaborazione concettuale (il McLuhaniano “*the message is the massage*”), il regime informazionale odierno martella proprio ed esclusivamente in quell'area minutamente fisica, ma non ancora razionale, riconducibile al sistema limbico, cioè a quelle parti e funzioni cerebrali che regolano le emozioni, la memoria a breve termine, l'umore. Paura, tenerezza, eccitazione, sconcerto, angoscia, odio, passione: tutto l'universo che mette in crisi l'elaborazione linguistica e concettuale è costantemente evocato, sollecitato, stimolato. In sostanza emotività a vagonate. Un'emotività che però, in modo paradossale, non è frutto di un'esperienza concreta, diciamo così, sedimentata nel tempo quasi in una sorta di movimento, di andata e ritorno fra percezione e sistemazione della percezione – che è la natura eminentemente storica dell'esperienza – bensì un'esperienza puntiforme, come slegata dal tempo, atemporale, puramente emozionale. Questa valenza emotiva e potentemente anti-esprienziale della comunicazione, una caratteristica acuitasi in modo esponenziale attraverso l'informazione, era uno dei temi centrali della riflessione di Walter Benjamin⁹. A proposito delle prime animazioni di Mickey Mouse, scriveva con la sua consueta e quasi profetica lucidità:

Questi film sconfessano ogni esperienza in modo più radicale di quanto sia mai accaduto. In un tale mondo non vale la pena di fare esperienze.¹⁰

⁹Cfr. Walter Benjamin, *Charles Baudelaire. Un poeta lirico nell'età del capitalismo avanzato*, Neri Pozza, Vicenza, 2015.

¹⁰Walter Benjamin, *Mickey Mouse*, il Nuovo Melangolo, Genova, 2014, p. 37.

L'universo mediale contemporaneo è un ambiente sfaccettato, multiforme e in cui intervengono differenti registri tecnologici. Un ambiente molto meno inclusivo di quanto si pensi, ma anzi costantemente all'opera per omogeneizzare la merce-informazione. È questa l'operazione che contribuisce a quella che il filosofo tedesco definiva come riduzione della *Erfahrung* (l'esperienza come movimento anche pericoloso, che si ripete nel tempo,) a *Erlebnis*, cioè una sorta di "esperienza vissuta", momentanea e singolare, del tutto assimilabile a quella del consumo. Una degradazione che sta alla base, per fare un esempio, dell'attivismo da poltrona, o come si dice oggi "da click", e connota perfettamente lo scenario nel quale allestire una rappresentazione mediatica, possibile, in effetti, solo in presenza di consumatori sostanzialmente incapaci di un'esperienza formativa, quella che fa pericolare sul baratro.

È come se vivessimo in un'interfaccia materiale e processuale: qualsiasi pretesa di realtà e concretezza diviene di per sé banale e pretestuosa. Una multi-dimensionalità che altera e distorce la dimensione temporale e spaziale, diluendone la concatenazione che permette il ragionamento causale. In altre parole innesca *sic et simpliciter* il regno del desiderio come esclusivo supplente di qualsiasi capacità logica di leggere gli eventi. Questa deriva totalizzante delle dinamiche non-dialettiche o decisamente anti-dialettiche, in effetti, è riconducibile a quella che ho individuato come la matrice capitalista – frutto del pensiero liberale e della sua ormai incontrastata egemonia – ed alla sua esplicitazione sociale più evidente: il mercato. Un'esplicitazione che assume i connotati storici di una ipostatizzazione materiale e simbolica del reale – o se si preferisce, del percepibile – per riconsegnarlo totalmente alle dinamiche del capitale. Il regime mediale attuale, e di conseguenza le rappresentazioni mediali che lo accompagnano, è il frutto maturo di un'evoluzione storica che ha ormai più di duecento anni. Su questa connotazione tendente all'assolutizzazione del mercato come concretizzazione delle dinamiche del capitale, scrive in maniera incisiva il teologo e economista Franz Hinkelammert:

Quando il neoliberismo intende il mercato come mercato totale, mette in moto una dinamica che è presente in qualche modo in ogni liberismo, anche se in forma non esplicita. Nel Diciannovesimo secolo, realtà e mercato sono connessi in modo tale che le crisi economiche, che distruggono o mettono disordine nel mondo della soddisfazione delle necessità, devono essere corrette per mezzo di riforme adeguate del mercato e con eventuali interventi statali. Le crisi economiche, che si ripetono costantemente, si sono trasformate, per conseguenza, nel punto di partenza di una lunga storia di interventi economici che perseguivano l'intento di correggere il mercato senza mettere in dubbio la validità dell'automatismo del mercato. Il keynesismo ha dato maggior sviluppo a questa politica di riforma.

Il neoliberismo attuale, però, prende sul serio in modo completamente nuovo e dogmatico l'idea dell'automatismo del mercato. In tal modo cambia il punto di partenza dell'ideologia di mercato. Improvvisamente, essa dichiara che le crisi economiche non sono conseguenza dell'automatismo del mercato, nel qual caso dovrebbero essere affrontate attraverso correzioni del mercato e interventi, ma sono conseguenza di un insufficiente radicamento di quello stesso automatismo del mercato. Non si deve più correggere il mercato in nome della realtà e del mondo della soddisfazione delle necessità, ma è la realtà a dover adattarsi alle necessità del mercato. Se si vuole perfezionare la realtà, bisogna rafforzare l'automatismo del mercato. Il mercato è

considerato come un'istituzione perfetta. Non resta che imporlo in termini totali e perfetti. La realtà (povertà, disoccupazione, sottosviluppo, distruzione dell'ambiente) non si aggiusta mediante la soluzione concreta di tali problemi ma sacrificando tale soluzione ed estendendo i meccanismi del mercato. Le necessità devono adattarsi al mercato e non il mercato alla soddisfazione delle necessità. Non è il mercato che deve essere corretto, bensì la realtà. Dal carattere perfetto del mercato deriva un «guai alla realtà!».¹¹

Quando dico che informarsi è consumare e che le rappresentazioni medialiali, fosse pure di un soggetto così “altro” come i *Taleban*, non sono che bolle all'interno delle quali ci aggiriamo senza passato né futuro, incantati dall'iridescenza di forme che massaggiano la nostra percezione, sebbene con effetti di continuo shock, di ansia, di paura, di insoddisfazione – le chiavi di violino dello spartito consumistico – intendo esattamente mettere in rilievo la loro natura prettamente capitalistica. Non solo sono costituite di elementi e dinamiche funzionali alla matrice di cui ho parlato. Ma il loro *target* è alimentare un perenne stato di “come se”. Lo stato del desiderio frustrato. Quello di chi non è in grado di conoscere e non è interessato, perché costitutivamente intriso di comportamenti esclusivamente di natura consumistica, al punto da non rendersene neanche conto. Costui assimila anche quella che un tempo era chiamata politica internazionale ad un qualsiasi prodotto (spesso fornito anche di *merchandising* come magliette, berretti, petizioni, appelli al rispetto di questo o quel diritto; ma anche di stagioni diverse, varianti sul tema, ecc.) da acquistare, in cui credere, con cui identificarsi. Ripensiamo agli ultimi venti anni e capiremo in che modo quella che nel vocabolario del politicamente corretto viene sciattamente indicata come pura e semplice islamofobia, ad esempio, non sia che la sedimentazione di uno zoccolo duro di “consumatori del prodotto”, effetto di un ventennio martellante di rappresentazioni mediatiche anti-islamiche. Non a caso furono proprio i *Taleban*, fino a poche settimane prima soggetti neutri della politica estera statunitense, ad essere utilizzati in questo senso. Per essere venduti come nemico avevano tutte le caratteristiche, od almeno, così si pensava, senza tenere conto che lo si sarebbe dovuto fare per venti anni, una durata inedita per questo tipo di azioni.

Da questo punto di vista, dunque, le rappresentazioni mediatiche sono uno strumento politico formidabile nella creazione di nemici immaginari, pronti a divenire incubi reali con una consequenzialità sempre più rapida, come ci hanno insegnato gli ultimi dieci anni, dalle cosiddette primavere arabe fino ai recenti avvenimenti in Kazakistan, passando per *Occupy Wall Street*, il golpe di piazza Maidan ed un classico, in questo senso, come la minaccia russa. I giganti del *Main Stream Media*, le professioni che vi operano e l'élite di oligarchi planetari dei media, sono perfettamente consapevoli del fatto che la percezione avviene in questo modo e delle implicazioni politiche e militari che questo comporta. La loro prossimità ormai strutturale con gli apparati militari e di sorveglianza lo testimonia: Amazon, Microsoft, Facebook ed in particolare Google, collaborano attivamente con il Pentagono, dall'implementazione di *AI* per organizzare e processare le informazioni raccolte dai droni, ai *cloud* di condivisione dati per i

¹¹Hugo Assmann, Franz Hinkelammert, *Idolatria del mercato. Saggio su economia e teologia*, Castelvechi, Roma, 2020, pp. 249-250.

software destinati all'operatività, cioè alle operazioni di guerra, come il JWCC, *Joint Warfighting Cloud Capability*, ma anche il Progetto *Maven*, conosciuto anche come *Algorithmic Warfare Cross-Functional Team* (AWCFT), fino alle applicazioni più *hardware*, come i robot destinati ai militari prodotti dalla Boston Dynamics, azienda collegata a Google. Studi e ricerche di istituti e fondazioni privati e militari su questo campo, così come in relazione alla predicibilità ed in un certo modo alla plasmabilità del nostro comportamento in rete, sono ampiamente finanziati ed implementati, rientrando a pieno titolo fra gli elementi di quella che viene definita "guerra ibrida"¹². Che questo aspetto dell'evoluzione degli apparati mediatici, così come delle sue implicazioni non solo teoriche e niente affatto pacifiche, venga largamente trascurato dal mondo accademico, non è un fatto dovuto a mera impreparazione culturale. Il mondo economico-finanziario e il complesso militare-industriale hanno competenze e capacità di gestione di e in questo settore molto sviluppate, oltre che finanziate in maniera pressoché illimitata. Lavorano all'affinamento di un vero e proprio arsenale, di tattiche e strategie, in tutto e per tutto assimilabili alle necessità ed ai fini della guerra.

Nel caso dei *Taliban*, così come nella costruzione mediatica di un nemico, la gestione delle loro rappresentazioni mediatiche e le narrazioni simboliche che le hanno accompagnate e tutt'ora li seguono, non sono mai state casuali o libere, né tanto meno lasciate ad una lettura razionale, storica e culturale, come dovrebbe ormai risultare chiaro, senza ovviamente scadere in complottismi di bassa lega, i quali per altro sono in qualche modo il contro-altare, la faccia oscura di quella che però è la stessa luna¹³. Su questo punto, è bene spazzare via il campo da qualsiasi illusione, o peggio da qualsiasi credenza in palese malafede, a riguardo dell'informazione libera, del giornalismo impegnato e via discorrendo. Quando nella prima Guerra del Golfo si assistette al fenomeno dei giornalisti che venivano eufemisticamente definiti *embedded*, si mostrava già all'epoca la dimensione di un fatto compiuto, quello cioè dell'integrazione dell'informazione nei ranghi dell'apparato militare. Nell'ambiente della guerra, quello che scontorna con precisione le dinamiche del capitale facendole emergere dalla foschia dei discorsi culturologici, l'informazione odierna rivelava un suo carattere costitutivo. Il legame fra capitale e guerra, d'altro canto, è un fatto storicamente assodato.

La rappresentazione mediale: codici e stereotipi, "glassatura simbolica", collasso spazio-temporale

Questo discorso è l'ineludibile premessa per delineare almeno l'inizio di una riflessione, nelle forme del politico come si squaderna oggi, su cosa vuol dire "rappresentazione mediale". In questa parte finale cercherò quindi di individuare, in modo spero chiaro e stringato, quali sono gli elementi che costituiscono una rappresentazione mediale, di quali strategie ci si serva, e se questo meccanismo sia efficace sempre e comunque.

¹²Cfr. Valery Vasilyevic Gerasimov, *The value of science is in the foresight. New challenges demand rethinking the forms and methods of carrying out combat operations*, in *Voenno Promyshlenny Kurer* n° 8, 27 Febbraio 2013. Link originale: <https://vpk-news.ru/articles/14632>.

¹³Cfr. Angela Nagle, *Contro la vostra realtà. Come l'estremismo del web è diventato mainstream*, Luiss University Press, Roma, 2018.

I *Taleban*, fin dalla loro irruzione nell'informazione *mainstream*, sono stati un complesso esercizio di narrazione e messa in scena, anche perché rispetto a coloro che avevano “dichiarato guerra” con gli attentati alle *Twin Towers*, costituivano un elemento accessorio, per altro in uno scenario che fino a pochi anni prima era stato per gli USA terreno di alleanze. Occorreva un'opera di profonda *rebranding*. Osama bin-Laden ed *al-Qaida* erano entrambe due soggetti troppo mediatici per poter essere messi in scena in maniera coerente. Il primo si era rivelato da tempo un astuto utilizzatore di media, capace di allestire una comunicazione estremamente efficace, anche se ad un occhio inesperto apparentemente rozza e primitiva. L'organizzazione terroristica *al-Qaida*, invece, rappresentava e tutt'oggi è per i media e per la definizione univoca di un nemico, un soggetto problematico. Si tenga ad esempio conto del fatto che la sua attuale incarnazione siriana, *Hayat Tahrir al-Sham* (HTS), è fra i soggetti che si sta tentando di rappresentare, attraverso la “ripulitura” del suo *leader* Mohammad Al-Julani, come parte dei “ribelli moderati”. Lo stesso nome, in questo senso, delinea la sua problematicità: *al-Qaida* in arabo vuol dire allo stesso tempo base, ad esempio base militare, ma anche “base dai”, come *database*. Inoltre il termine, per ammissione dello stesso Osama, richiamava le basi di addestramento dei *mujahedin* andati a combattere i sovietici in Afghanistan.

Si preferì dunque evitare di puntare l'obiettivo su di loro e ci si concentrò su chi a queste organizzazioni, in un certo senso, dava ricetta: i *Taleban*. Narrazioni e messe in scena mediatiche del nemico, infatti, non possono darsi senza attingere a simboli, archetipi e schemi culturali – una sorta di archivio sclerotizzato delle modalità conoscitive ed emotive del soggetto globalizzato – che però possono essere veicolati solo se disseccati di qualsiasi dubbio, ambiguità, contraddizione. Il permanere di questa linfa vitale in qualsiasi soggetto storico e processo sociale è radicalmente incompatibile col regime informazionale. Infatti la natura delle narrazioni e delle rappresentazioni mediatiche che le sostengono, come detto, sono strettamente consumistiche ed improntate alla processualità della loro matrice capitalista. A questo meccanismo non sfugge nulla, religione inclusa. Anzi, la natura più autentica di questa matrice, cioè del capitalismo, è proprio quella religiosa, tanto che si potrebbe in effetti assimilare le rappresentazioni mediatiche alle rappresentazioni che accompagnano il culto, in questo caso quello consumistico¹⁴.

Imputare dunque alla rappresentazione dei *Taleban* fatta dai media una scarsa coerenza e banalizzazione è del tutto fuori fuoco, perché presuppone una possibile obiettività, complessità e capacità conoscitiva che sono aliene sia alle tecniche in questione che agli strumenti. Fin dall'antichità il detentore del potere, o l'aspirante tale, ha fornito alla “sua parte”, o a chi intendeva legare a sé, narrazioni volte a dipingere il nemico in un certo modo, accordandosi alle tonalità espressive e valoriali coeve. Oggi è ancora così. Questa è una delle caratteristiche tradizionali del politico che non solo non è appassita, ma è anzi divenuta ipertrofica. E la sua forma è essenzialmente mediatica, ma in questo caso, con un'intensità, questa sì, del tutto inedita e che ha finito per sussumere in sé la categoria stessa del politico.

¹⁴Cfr. Emiliano Laurenzi, *Islamismo capitalista. Il wahhabismo in Arabia Saudita*, Manifestolibri, Roma, 2019.

Codici e stereotipi

Nella costruzione mediale degli studenti guerrieri è stata fin da subito palese la messa in funzione di diversi meccanismi di cooptazione dell'emozione da un lato – gli aspetti riconducibili al sistema limbico – e di significazione pseudo-razionale da un altro. Per far funzionare questi meccanismi (di natura emotivo-cognitiva) i media ricorrono all'uso di una varietà di figure stereotipiche e codici volti a fornire una sorta di rebus all'apparenza complesso, ma che segue strutture standard, sulla falsariga dei morfemi, ma anche dei sintagmi. Chiunque abbia visto un certo numero di film, per fare un esempio “classico” della nostra paideia mediale, sa che in base al genere ci sono situazioni che ricorrono in certi momenti, che alcune situazioni si evolvono entro certi schemi, alcuni momenti sono sottolineati da particolari inquadrature o musiche. Non c'è niente di nuovo in tutto questo e aveva inaugurato questo tipo di considerazioni Vladimir Propp ormai quasi un secolo fa, quando nel 1928 pubblicò *Morfologia della fiaba*¹⁵. Quello che cambia è l'enorme complessificazione di questi morfemi o, assimilando il flusso mediale al flusso discorsivo, di questi sovrasegmentali, e la loro ricorsività temporale, tutti basati appunto su strutture di senso univoche, sebbene presentate in chiave ironica, drammatica, patetica, angosciante, e via su tutta la scala emotiva che ho sopra menzionato. *Don't Look Up*, recente film Netflix, è in questo senso esemplare di queste strategie di rappresentazione mediatica.

Rispetto ai *Taliban*, questa apparente complessità è resa ad esempio con l'esoticità, la spietatezza, ma anche con le forme del paesaggio: tre elementi icastici e ricorrenti, guarda caso, per tutta la storia della presenza europea in Afghanistan, fin dai tempi del Teatro delle Ombre o Grande Gioco¹⁶. Questo rebus, però, è costruito in maniera isomorfa alle risposte emozionali che si intende suscitare. In sostanza la definizione delle caratteristiche attribuite ai *Taliban* nelle rappresentazioni mediatiche non differiscono molto da quelle che si utilizzano per definire un prodotto. E per fare questo si usano codici che fanno apertamente appello all'emozione. Lo stereotipo dell'esoticità, per altro, può anche essere declinato per sollecitare una risposta emotiva positiva. Tutti gli elementi di questo tipo possono essere utilizzati in modi fra loro diversi, se non addirittura opposti, proprio perché in sé non hanno alcun potere conoscitivo, ma svolgono una mera funzione tipizzante e di stimolo, sulla falsariga dell'uso di colori e musiche, *headline* pubblicitari, tecniche di *branding*, ecc.

La “glassatura” simbolica

Da un lato dunque viene allestito il messaggio visibile, aggregato per codici discreti – il kalashnikov, la barba, i sandali, le donne col burqa, i rifugi nelle montagne. Anche in questo caso, si tratta di elementi utilizzati in modo per l'appunto codificato, o, come si tende a dire, iconico: pure immagini la cui funzione, in ultima istanza, è zittire alla fonte ogni tentativo di articolare un discorso. Questo messaggio, quindi, lo si può riferire ad una figura stereotipica – il primo mullah Omar era esemplare, essendo anche orbo da un occhio, ma si pensi anche alla celeberrima Sharbat Gula, la ragazza ritratta poco più che bambina e di nuovo, nella stessa

¹⁵Cfr. Vladimir Ja. Propp, *Morfologia della fiaba*, Einaudi, Torino, 2000.

¹⁶Cfr. Peter Hopkirk, *Il Grande Gioco*, Adelphi, Milano, 2004.

posa, 30 anni dopo. Infine il messaggio viene “glassato” di elementi simbolici: i *Taleban* che pregano ad intendere la loro connotazione religiosa, il loro picchiare pubblicamente le donne, l’associazione ai campi di oppio, o la cancellazione delle immagini pubblicitarie. Questa “glassatura” serve a dare sapore alla narrazione, per altro attraverso un repertorio anche questo abbastanza fisso di edulcoranti, una specie di pantone delle emozioni, ed a colorire la rappresentazione con venature emozionali che fanno le veci dei valori nei quali il consumatore – nella fattispecie noi – ci identifichiamo, o sarebbe più adeguato dire amiamo identificarci: il laicismo, l’emancipazione della donna, l’opposizione ad una cultura della droga, la fiducia nelle virtù taumaturgiche dell’economia di mercato.

Nel caso della presa di Kabul, l’arrivo dei *Taleban*, cioè del soggetto maligno (un morfema tipico delle rappresentazioni mediatiche, o se si vuole anche un *topos*), era simbolizzato dal panico – una dimensione della massa rispetto alla quale si può più facilmente provare compassione rispetto alle storie individuali – che dilagava all’aeroporto, ma soprattutto dai corpi che cadevano dai cargo, tragedia che simbolicamente costituiva una sutura con i corpi che cadevano dalle *Twin Towers*, una vera e propria ricucitura simbolica. Inutile dire che nessuna di queste “glassature” intendesse restituirci il senso di quella immane e drammatica catastrofe, farcene capire la genesi, restituircene appunto il valore intenso, storico e conoscitivo di quella *Erfahrung* di cui parlava Benjamin. Se la “glassatura” simbolica ha un referente, questo, invece, risiede proprio nell’*Erlebnis*, cioè in quella pura esperienza emotiva che ciascuno di noi normalmente vive di fronte allo spettacolo della sofferenza altrui, senza per altro accrescere o diminuire di una virgola quello che sappiamo relativamente a quella sofferenza. Come elemento concreto di questa separazione fra ciò che non abbiamo esperito e ciò di cui invece abbiamo solo fruito, elemento ineludibile anche rispetto ad una rappresentazione mediatica, c’erano i militari che sorvegliavano armi in pugno gli accessi all’aeroporto, sparando anche sulla folla. Non a caso per risarcire di questa nota così stridente perché così spigolosa da gestire, si è isolato – ancora una volta la dinamica puntiforme, la storia individuale, il dettaglio che abolisce l’insieme, sospende il tempo, ci commuove e ci rende immemori – l’episodio del bambino consegnato dalla madre al *marine* americano. Un tema anche recentemente ripreso da alcuni media per narrare la storia di quel bambino e della sua famiglia.

Questa operazione di lucidatura simbolica, come si vede, però, nel caso dei *Taleban* si è rivelata sempre piuttosto complessa e non è andata sempre per il verso giusto. Le ragioni di questa difficoltà non risiedono però nella scarsa eticità dell’operazione o nel suo scollamento da quanto in concreto accadeva. Diciamo che nello specifico caso dei *Taleban* le ragioni di questa difficoltà sono fondamentalmente tre, e stanno a testimoniare, non necessariamente in modo da contraddire quanto ho delineato fin qui, di quanto però sia complesso far scomparire davvero il territorio, il conflitto in tutte le sue dimensioni e soprattutto il fare a meno delle funzioni classiche del politico. I fattori individuabili sono dunque sostanzialmente tre: l’enorme abisso culturale da colmare sul vacillante ponte di un’immaginazione meramente emotiva; la difficoltà di sostenere quest’immaginazione durante un lasso di tempo incommensurabile rispetto ai tempi dei media (venti anni); l’obiettivo incertezza di obiettivi e finalità dell’intervento occidentale che ha spesso significato non saper come rappresentare, di là dal

catechismo dell'esportazione della democrazia e dei diritti particolari, chi realmente fosse il nemico (di per sé un fallimento politico).

Vale la pena di fare qui una digressione, riflettendo su come i *Taliban*, espressione tribale e religiosa di una cultura rigorosamente aniconica, siano come scomparsi per quasi venti anni, riapparendo poi in modo folgorante e vincente, mettendo in crisi la capacità di simbolizzazione di una cultura bulimica di immagini come la nostra. Una cultura dell'immagine che specialmente nelle sue componenti seriali – di cui le rappresentazioni mediatiche sono un'espressione – ha radici sostanzialmente religiose, come già altrove ho sottolineato¹⁷, ed i legami fra queste sue radici e la loro fioritura estetica è un dato assodato. Di questa eredità se ne intuiscono solo in questa apertura di XXI secolo le prime derivate, di cui le stesse rappresentazioni mediatiche sono un sintomo. L'universo mediatico, specialmente nella sua componente scopica, in ogni caso è nato e si è sviluppato fondamentalmente nell'alveo delle culture cristiane, e specificatamente a partire da una sola delle tre religioni abramitiche: il Cristianesimo. Questo aspetto, così come quello inerente il più che millenario addestramento del nostro sguardo, non va mai dimenticato. In questo senso riflessioni attualissime e colpevolmente ignorate dalla mediologia odierna erano state espresse Régis Debray nel suo *Vita e morte dell'immagine. Una storia dello sguardo in Occidente*¹⁸. Quello su cui non riflettiamo abbastanza, però, è che fenomeni apparentemente così evanescenti e concettualmente fragili come sembrano essere per l'appunto le rappresentazioni mediatiche, sono invece l'esito – sulla necessità di quest'esito non mi sento di invocare però alcuna forma di teleologia della storia – di tradizioni millenarie, allo stesso modo con cui lo è l'aniconismo islamico – che per altro non impedisce alla stragrande maggioranza dei musulmani di fruire di immagini di ogni tipo, tanto che uno dei primi net-work televisivi satellitari è stato proprio *Al Jazeera*. Su questo legame fra religione ed estetica, cioè fra un insieme di credenze ed il modo con cui esse si relazionano a ciò che studia la percezione e il mondo sensibile (e già sulla natura sensibile dell'estetica, fra Cristianesimo ed Islam c'è una netta divisione), Massimo Campanini, uno dei massimi islamologi italiani, ha scritto nel suo ultimo libro, dedicato proprio all'estetica islamica, parole che mi aiutano a dare il necessario spessore alla riflessione che sto chiudendo e che vale la pena citare per esteso perché individuano i nuclei generativi di due intere costellazioni estetiche, così come dei termini e delle forme del loro conflitto, attualmente in via di ibridazione attraverso la matrice capitalista:

Se è vero che il cristianesimo si regge sul concetto essenziale di *mediazione*, l'idea di incarnazione è decisiva per colmare il salto ontologico che separa Dio – uno e trascendente – dal molteplice mondo creato, ma da un certo punto di vista può anche metterne a rischio la trascendenza e la stessa unità. *Pericolosa* addirittura, infatti, in questa prospettiva, risulta secondo l'Islam l'idea di un Dio trinitario, idea che nel cristianesimo nasce anche, se non soprattutto, come modo di dare ragione, per quanto possibile, alla natura divina di Cristo, ma poi diviene,

¹⁷Emiliano Laurenzi, *Tra Roma e Bisanzio: il nuovo statuto dell'immagine*, in *H-ermes journal of communication*, n.20, anno 2021, pp. 55-74. Link: <http://siba-ese.unisalento.it/index.php/h-ermes>

¹⁸Cfr. Régis Debray, *Vita e morte dell'immagine. Una storia dello sguardo in Occidente*, Magonza, Arezzo, 2020.

nella riflessione agostiniana in particolare, contenuto e strumento per un vero ribaltamento, connotato filosoficamente in senso platonico, nel modo di concepire il Dio semitico della Bibbia (ebraica), il mondo e i loro rapporti. La struttura trinitaria diventa la forma pura della relazione analogica che in Agostino collegherà tra loro i diversi livelli di un essere abbassato dalla trascendenza assoluta nel mondo, e consentirà di radicare in Dio anche la molteplicità e il movimento che caratterizzano la regione sublunare. E per l'ennesima volta siamo ricondotti al tema della diversità ontologica, del movimento, del tempo; una concezione rigidamente monoteista e assolutamente trascendente di Dio o, filosoficamente, del principio assoluto, come quella islamica, sarà inevitabilmente sospettosa di fronte a un modo, come quello agostiniano, di concepire Dio che mette in forse entrambe i caratteri.

L'islam infatti acuisce la dissimilitudine. Dio non è né sostanza né relazione, ma è eterogeneo e irriducibile rispetto a qualsiasi qualificazione. D'altro canto, da un punto di vista musulmano, relazioni e mediazioni rischiano di pluralizzare l'essenza di Dio. Il pensiero teologico islamico è attentissimo a garantire la totale diversità ontologica tra Dio e le creature. Essa dipende da una diversità delle loro essenze. La superiore essenza di Dio lo rende irriducibile alla materialità e addirittura impossibilitato a materializzarsi (cioè a incarnarsi: il dio-uomo è inconcepibile). Nella teologia islamica, dunque, a parte la funzione comunicativa attraverso la profezia, il *Logos* si risolve nella trascendenza della parola e della sua ipostatizzazione non in un uomo, Gesù Cristo, ma in un Libro, il Corano. Così, l'analisi del Corano consente di cogliere la manifestazione dell'Essere attraverso il linguaggio.¹⁹

Collasso dello spazio-tempo: *echo chambers* e *filter bubbles*

Lo sbriciolamento della struttura spazio temporale, infine, porta a sciogliere ogni capacità di ragionamento causale, e rappresenta sia la condizione per la creazione delle rappresentazioni mediali che la loro ultima funzione, quella che permette di articolare narrazioni. Il termine narrazione è stato usato ed abusato in questi anni, quasi a voler ricondurre in un ambito di discorsività intima, cioè privata, qualsiasi forma di costruzione del senso che intendesse andare oltre le coordinate date dalla matrice. Le narrazioni che sortiscono dalle rappresentazioni mediatiche, dovrebbe essere ormai chiaro, suscitano però esclusivamente immaginari e sono l'esatto contrario delle ideologie, essendo costitutivamente incapaci di sedimentare consapevolezza. Un immaginario è metaforizzabile nell'iridescenza della bolla all'interno della quale le narrazioni ci tendono ad isolare, e nelle quali troviamo allo stesso tempo la nostra *comfort zone* fatta di quell'universo di emotività che ho delineato in principio. Un'iridescenza, nel suo riflettersi, che non ha però alcuno spessore: è pura narcosi narcisistica. In sostanza le narrazioni mediatiche producono forme di identificazione in chi le consuma e generano un effetto assimilabile a quello delle *echo chambers* in termini di polarizzazione (che è la versione odierna, "degenerata" del vecchio *narrocasting*, quando regnava l'ottimismo rispetto ad Internet). Allo stesso tempo, in dimensioni macro, le narrazioni mediatiche viaggiano attraverso la modellizzazione dei consumi di rete prodotta dagli algoritmi, e sono uno dei più diffusi prodotti di consumo all'interno delle *filter bubbles*, l'insieme delle quali costituisce quella sorta di cappa sotto e dentro la quale viviamo. Queste tendenze dell'informazione, ad un primo

¹⁹Massimo Campanini, *Estetica islamica. Astrazione e realtà*, Morcelliana, Brescia, 2021, pp. 62-63.

esame come lanciate verso un universo astratto e virtuale, se si guarda bene tendono invece ad essere isomorfe all'evoluzione del tessuto metropolitano, altra grande palestra per la nostra capacità di percepire, sono state brillantemente investigate in un recente articolo di Emiliano Ilardi dal titolo *Dal sobborgo americano alle echo chambers e alle filter bubbles. Come l'evoluzione urbana ha dato forma alla platform society*²⁰, nel quale per altro si illustrano i punti sui quali la teoria dei media digitali ha creduto di potersi concentrare, e si è concentrata, esclusivamente sulla dimensione virtuale, ignorando la concretezza del territorio e delle sue pratiche, due dimensioni che sono per così dire l'incarnazione dello spazio-tempo così come lo esperisce l'essere umano. Non a caso è anche su queste due caratteristiche così come incarnate e vissute del soggetto *Taliban* che le rappresentazioni mediatiche hanno incontrato le maggiori difficoltà. Non si può rendere conto di alcun territorio, siano le periferie di una metropoli che le valli afgane, né di un conflitto, siano i *riot* che le formazioni talebane nel loro opporsi all'occupazione americana, ignorandone del tutto la dimensione spazio-temporale. Li si possono rappresentare, per l'appunto, narrare mediaticamente. ma entrambe questi processi non allargano la conoscenza né incrementano la consapevolezza. Di nuovo la benjaminiana degradazione dell' *Erfahrung* in *Erlebnis*, possibile quando il nesso spazio-temporale viene abolito, per quanto questa operazione lasci comunque scorie e possa altresì non riuscire fino in fondo.

Le dinamiche qui appena sbazzate, nel caso dei *Taliban* hanno espresso il massimo delle loro possibilità, mostrando spesso il loro limite. La ragione di questa saturazione sta certamente nella necessità di replicare per venti anni ed oltre un'opera di rappresentazione mediatica non sostenuta, da parte di chi ne ha gestito e ne articola tutt'ora la messa in scena sui *Main Stream Media*, da una chiarezza di intenti e finalità. Un aspetto, questo, che parla di quelle rappresentazioni anche come forma di rispecchiamento. Che le narrazioni mediatiche non siano sorrette da razionalità, infatti, non vuol dire assolutamente che non possano e debbano venir mosse, specialmente nel MSM, da una volontà chiara e coerente. Il proliferare, recentissimo, di immagini bizzarre come i *Taliban* sulle autoscontro al luna-park, che sembrano fare il baciavano ad una donna col *burqa* (si tratta presumibilmente del passaggio di una cannuccia nascosto in parte da un bicchiere), si prostrano a terra in lacrime dopo la conquista di Kabul, appaiono in diretta in uno studio televisivo, o guidano maldestramente un elicottero su di una pista d'aeroporto, sono tutte segnali di un tentativo di risintonizzazione, parallelo al loro riposizionamento politico nell'agenda occidentale e non solo.

Chi è oggi il nemico?

Chi è oggi, dunque, il nemico? Questa la domanda che dovrebbe ispirare una coerente rappresentazione mediatica del cattivo di turno. Dopotutto la più classica delle domande politiche. Già le vesti bianche e composte dei rappresentanti dei *Taliban* durante gli accordi di Doha del 2020 – in sostanza la pace firmata fra *Taliban* ed USA e l'impegno di questi ultimi a ritirarsi dall'Afghanistan – suggerivano un diverso futuro per i vecchi nemici. Il loro

²⁰Emiliano Ilardi, *Dal sobborgo americano alle echo chambers e alle filter bubbles. Come l'evoluzione urbana ha dato forma alla platform society*, in *Between*, vol. XI, n. 22 (novembre/November 2021), pp. 67-88.

accreditamento come interlocutori affidabili per tutti gli attori occidentali, così come per Cina e Russia, è già iniziato. Minerali, pedaggi, oppio, geopolitica, infrastrutture: il registro economico pare adesso ispirare ed innervare la loro investitura come detentori del potere. Fanno capolino addirittura le parole sicurezza e pace, in netto controcampo rispetto a tutta la narrazione precedente. Certo, le recrudescenze degli scontri e delle violenze con le rimanenti cellule dello Stato Islamico dell'Iraq e del Levante - Provincia di Khorasan (Iskp, in sostanza l'Isis locale) non fanno che alimentare il solito copione, ma l'impressione è che non si trovi ancora una narrazione mediatica coerente per i *Talebani* e per l'Afghanistan nel suo complesso. La smemoratezza si mostra intanto in tutto il suo accecante sfolgorio mediale, vera dispersione entropica dell'insieme dei processi di rappresentazione e narrazione mediatici. Si è stratonati ora qui, nella costante imminenza di una guerra con la Russia, ora lì, nel recentissimo tentativo di golpe in Kazakistan, costretti a prendere posizione all'interno della cupola mediale sotto cui vive, in un assordante bailamme consumistico. Il regime informazionale, e questo specifico caso lo mostra, non risulta meno credibile se è entropico – come postula un'inetta teoria dell'informazione – ma anche il suo stesso funzionamento si basa sul rendere razionalmente inintelligibile il presunto messaggio.

Il focus si sposterà dunque sul nuovo candidato possibile a minaccia di turno – probabilmente il cosiddetto Stato Islamico della Provincia del Khorasan, Iskp – e nel frattempo la macchina della rappresentazione mediatica zoomerà su questioni minori, laterali, o meramente emotive, suscitando altri scenari, finalmente liberata dal gravoso ed insostenibile fardello della coerenza razionale che venti anni di guerra di occupazione le hanno imposto, portandone alla luce i limiti e la sua strumentalità.