

JOACHIM KNAPE

## LA TEORIA DELLA RETORICA: QUESTIONI BASILARI

La retorica come disciplina universitaria tramonta nel XVIII secolo, quando materie filologiche e altre discipline prendono il suo posto. Oggi la retorica, intesa come scienza, deve essere riscoperta, anche se nella prassi è sempre stata presente in svariate forme. Le moderne società democratiche hanno bisogno della retorica come strumento che l'uomo ha per indurre altri a prendere delle decisioni. Ma queste decisioni rientrano nella sfera del potere e, in maniera aperta e pacifica, devono essere elaborate nel corso della comunicazione quotidiana. In una delle mie definizioni la retorica viene indicata come il metodo comunicativo per ingenerare il cambiamento (la *metabolé*) in modo pacifico. Naturalmente intendo il cambiamento di opinione. E poi esiste un paradosso: la retorica è anche il procedimento utile a produrre un nuovo legame (*systasis*) dopo l'avvenuto cambiamento.<sup>1</sup>

Il tema che vorrei trattare in questa sede è la teoria della retorica. Che cosa è una teoria nelle *humanities*? Che cosa si intende per teoria della retorica?

Una teoria si riferisce ad un determinato ambito, lo circoscrive nella sua interezza, o solo in una delle sue parti, e ancora lo incorpora all'interno del sistema del sapere.

Una teoria raccoglie enunciazioni relative a un dato ambito di studio e contemporaneamente ne sviluppa una terminologia specifica.

Una teoria sistematizza e ordina i fenomeni di quell'ambito, ne accerta le regolarità e sviluppa modelli strutturali.

Una teoria offre spiegazioni per i fenomeni e le regolarità.

Una teoria può poi anche formulare pronostici sul verificarsi di determinati fenomeni all'interno dell'ambito in questione.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> J. KNAPE, *Zwangloser Zwang. Der Persuasions-Prozeß als Grundlage sozialer Bindung*, in G. UEDING – T. VOGEL (Hrsg.), *Von der Kunst der Rede und Beredsamkeit*, Tübingen 1998, pp. 54-69, alle pp. 60-65; KNAPE, *Was ist Rhetorik?*, Stuttgart 2012 (2000<sup>1</sup>), pp. 85-86.

<sup>2</sup> KNAPE, *Allgemeine Rhetorik. Stationen der Theoriegeschichte*, Stuttgart 2000, pp. 12-22.

La teoria della retorica è teoria della comunicazione. Ma attenzione! La teoria della retorica non è una teoria generale o generica della comunicazione, è una teoria della comunicazione molto particolare e specifica. Lo studio della retorica analizza aspetti specifici della comunicazione. La teoria della retorica si riferisce solo a questi determinati aspetti. E proprio di questi desidero parlare ora.

Già l'antichità greca e romana aveva individuato le questioni di fondo della retorica – e tali sono rimaste anche per noi. A quei tempi si sapeva molto sulla comunicazione umana, in certi casi perfino più di noi. Quintiliano intorno al 100 d.C. nella sua *Institutio oratoria* pubblica la summa delle antiche dottrine sulla retorica. Egli focalizza 3 aspetti principali che espone nel secondo libro definendoli: 1. *Teoria della disciplina/Ars*, 2. *Esperto della disciplina/Artefix*, 3. *Opera/Opus*.<sup>3</sup> Vorrei soffermarmi su questi concetti.

### 1. Teoria della disciplina (Arte /Ars)

Quintiliano, con evidente riferimento all'antica contrapposizione *natura - arte*, afferma che il termine latino *ars*, greco *téchne*, definisce ciò che può essere insegnato come *disciplina*. Con il termine *natura* si intendono le naturali attitudini dell'uomo che non sono modificabili. Questo aspetto interessa le scienze naturali e non la retorica teorica. La teoria della retorica tratta solo questioni attinenti alla comunicazione che possono essere definite tecnicamente e si possono apprendere ed essere trasposte nella prassi in maniera del tutto consapevole. Questo perché la retorica si occupa solo di atti comunicativi pianificabili e intenzionali. La scienza della retorica deve studiare come avviene la comunicazione, come si possono pianificare e costruire strumenti comunicativi (testi)<sup>4</sup> adeguati e come l'uomo li possa adoperare con successo per i suoi scopi comunicativi. In breve: la teoria della retorica sistematizza tutto il sapere di cui si ha bisogno per risultare efficaci con dati 'strumenti' comunicativi.

La mia definizione di retorica è perciò: “Nella prassi, la retorica è la padronanza di processi comunicativi orientati strategicamente al successo. La retorica è l'opportunità comunicativa dell'individuo di far valere, in un dato contesto sociale, un desiderio che egli considera giusto e importante – il fine oratorio (il *télos*) – liberando così se stesso, almeno nel momento del successo comunicativo, dal condizionamento o determinismo sociale. Fin dall'inizio la retorica è l'uscita dell'uomo dallo stato di mancanza della parola in società; e l'imperativo retorico recita: *perorare aude!* Abbi il coraggio di ricorrere liberamente alla tua capacità espressiva!”<sup>5</sup>

<sup>3</sup> QUINT. 2, 14, 5 e 12, 10, 1; cfr. KNAPE, *Modern Rhetoric in Culture, Arts, and Media. 13 Essays*, Berlin-Boston 2013, alle pp. 4 e 12.

<sup>4</sup> Per *testo* come categoria retorica vedi KNAPE, *The Medium is the Massage? Medientheoretische Anfragen und Antworten der Rhetorik*, in KNAPE (Hrsg.), *Medienrhetorik*, Tübingen 2005, pp. 17-39, alla p. 19; KNAPE, *Rhetorik der Künste*, in U. FIX – A. GARDT - KNAPE (Hrsg.), *Rhetorik und Stilistik / Rhetoric and Stylistics. Ein internationales Handbuch historischer und systematischer Forschung / An International Handbook of Historical and Systematic Research*, 1. Halbbd. / Vol. 1., Berlin - New York 2008, pp. 894-927, alle pp. 896-897 (= HSK. *Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft / Handbooks of Linguistics and Communication Science* 31.1).

<sup>5</sup> KNAPE, *Was ist...cit.*, alla p. 33.

## 2. Esperto (*Artefice / Artifex*)

Quintiliano riassume il secondo aspetto principale della retorica nel concetto di *artefice*. L'*artefice* è lo 'specialista', l'esperto della comunicazione retorica, che nel suo agire comunicativo è guidato dalle teorie dell'*arte* (cioè della teoria retorica), che ben conosce. Con questo siamo giunti al primo punto fermo della retorica, ovvero alla figura del comunicatore che, con Quintiliano, definiamo 'oratore'. L'altro importante teorico romano, Cicerone, nelle sue teorie si concentra interamente su di lui, lo testimoniano anche i titoli usuali dei suoi libri: *De oratore*, *Orator*, *Brutus* etc.

La retorica muove qui dall'agire retorico dell'individuo. Il punto di vista centrale della retorica è quello dell'uomo che comunica strategicamente e che, secondo il modello classico della comunicazione, viene chiamato 'mittente' (= 'M') o nella teoria retorica 'oratore' (= 'O'). Le tre istanze di questo modello sono proposte dalla 'teoria del linguaggio' del 1934 di Karl Bühler, e, nel 1949, vengono trasposte nel modello attuale da Shannon/Weaver in *The mathematical theory of communication*<sup>6</sup> (grafico nr. 1). Il grafico n. 2 mostra la mia variante del modello.

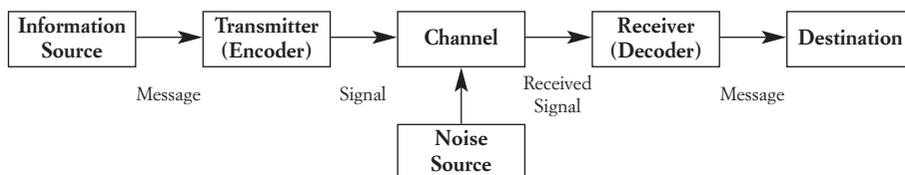


Grafico 1

Il modello della comunicazione secondo Claude E. Shannon / Warren Weaver:  
The Mathematical Theory of Communication. Urbana 1949

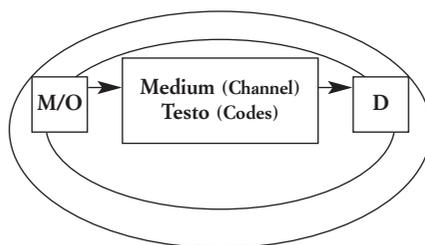


Grafico 2  
Retorica estrinseca

La questione principale della retorica *non* è come funziona generalmente la comunicazione e come si svolge l'interazione tra le 3 istanze. Questi sono aspetti che riguardano la teoria generale della comunicazione, i cui risultati prendiamo in considerazione solo dallo specifico punto di vista retorico. La retorica, intesa come specifica teoria della comunicazione, ha solo una questione di fondo dalla quale deriva tutto il resto: il 'mittente', che chiamiamo 'oratore', come può comunicare in maniera strategicamen-

<sup>6</sup> C.E. SHANNON-W. WEAVER, *The Mathematical Theory of Communication*, Urbana 1949.

te efficace? Questo è un punto fermo da cui partire per tutte le riflessioni teoriche sulla comunicazione. Noi consideriamo la comunicazione *sub specie oratoris*, e cioè dal punto di vista del comunicatore strategico, dell'oratore. Guardando al modello comunicativo ci concentriamo quindi in particolar modo sul lato sinistro dell'ellisse interna del grafico n. 2, ovvero sul mittente e sui suoi strumenti comunicativi, *medium* e *testo*.

Il campo di analisi che si presenta davanti ai nostri occhi lo chiamiamo *retorica estrinseca*, cioè una retorica che guarda verso l'esterno, una retorica in cui lo sguardo dell'oratore si rivolge al mondo esterno per comunicare.<sup>7</sup> Per questo tipo di retorica è valida la definizione antica superiore: la retorica è una *ars persuadendi* ('un'arte di persuadere').<sup>8</sup> L'oratore vuole convincere altri e lo fa in un campo di interazione sociale. Ciò che assume importanza sono qui chi agisce, le azioni, il campo d'azione e le circostanze dell'azione (attanti, azioni, campi d'azione e condizioni dell'azione). L'ellisse esterna del grafico n. 2 sta ad indicare questo universo comunicativo esterno, l'universo del discorso all'interno del quale si trova l'oratore. I suoi riceventi o i suoi destinatari (= 'D') sono parte dei fattori esterni del contesto comunicativo o *frame* esterno.

Il primo capitolo teorico della retorica è dunque una teoria sull'oratore, sul comunicatore strategico. Le questioni di fondo sono qui due: 1. la questione teleologica e 2. la questione dei ruoli.<sup>9</sup>

Ad. 1:

L'individuo diventa oratore quando prova a far valere sotto il profilo comunicativo un *obiettivo* (télós) e anche un desiderio che ritiene importante. Dal punto di vista teorico si tratta qui, soprattutto, di quei problemi sociali che sono collegati alle intenzioni umane e alla influenza dell'individuo, ma non alla manipolazione maliziosa. Sullo sfondo c'è sempre la questione del potere.<sup>10</sup> Ci si interroga soprattutto sui limiti degli obiettivi comunicativi: Che cosa è eticamente permesso in relazione all'obiettivo? Quali obiettivi sono tollerabili politicamente o legalmente? Esistono in assoluto limiti agli obiettivi retorici?

A questi interrogativi si collega la questione dei metodi comunicativi. Punto di partenza di tutte le discussioni su questo tema deve essere *l'imperativo categorico politico* di Immanuel Kant nel suo *Zum ewigen Frieden* ('Per la pace perpetua'), da cui cito: "Tutte le azioni relative al diritto di altri individui la cui massima non è compatibile con la pubblicità sono ingiuste."<sup>11</sup> Dal punto di vista retorico questo postulato è molto importante perché implica la discussione sulla manipolazione.<sup>12</sup> Possiamo affermare che chi 'manipola' ha intenti nascosti, non agisce apertamente e comunica con stratagemmi illeciti. Tali obiettivi e metodi sono permessi in democrazia? Dove sono tracciati i confini tra persuasione retorica e manipolazione demagogica?

<sup>7</sup> KNAPE, *Modern Rhetoric...* cit., alle pp. 5-6 e 88.

<sup>8</sup> ARIST. *Rhet.* 1, 2, 1; CIC. *De Orat.* 1, 138; QUINT. 2, 13, 2-5, 2, 15, 3-22; cfr. KNAPE, *Poetik und Rhetorik in Deutschland 1300 bis 1700*, Wiesbaden 2006, pp. 51-52 (= *Gratia* 44).

<sup>9</sup> KNAPE, *Modern Rhetoric...* cit., pp. 6-7.

<sup>10</sup> KNAPE, *Machiavelli und die Rhetorik*, in R. FRANCESCHINI-R. STILLERS-M. MOOG-GRÜNEWALD-F. PENZENSTADLER, N. BECKER - H. MARTIN (Hrsg.), *Retorica: Ordnungen und Brüche. Beiträge des Tübinger Italianistentags*, Tübingen 2006, alle pp. 183-201; KNAPE, *Gewalt, Sprache und Rhetorik*, in J. DIETRICH-U. MÜLLER-KOCH (Hrsg.), *Ethik und Ästhetik der Gewalt*, Paderborn 2006, pp. 57-78.

<sup>11</sup> Allegato II. Cfr. KNAPE, *Was ist...* cit., p. 80. La traduzione italiana del passo è tratta da I. KANT, *Per la pace perpetua*, Roma 1945, alla p. 95.

<sup>12</sup> KNAPE, *Gewalt, Sprache...* cit., pp. 57-78; KNAPE, *Modern Rhetoric...* cit., alle pp. 26 e 195.

Ad. 2:

Anche il *ruolo* dell'oratore è oggetto della discussione teorica. Come considerare il ruolo sociale del comunicatore strategico che agisce? La teoria della retorica sviluppa ulteriormente la teoria generale dell'azione. Si può pensare per esempio alla teoria sociologica dell'*Actor*, di Talcott Parsons, fondatore della teoria dei sistemi, al *Symbolic Interactionism* della scuola di Herbert Mead, ovvero di Charles Morris.

In questo campo si pongono svariate domande: come vengono modellati i ruoli dell'oratore dalla società? La funzione dell'oratore è connessa alle professioni (prete, insegnante e politico)? Come si acquisisce il ruolo di oratore (accesso al ruolo di oratore)? Chiunque e ovunque può essere un oratore, e cioè chiunque può cercare ovunque di imporre il proprio punto di vista? Come è organizzata la concorrenza tra gli oratori in una società?<sup>13</sup> In una dittatura tutto ciò viene ritenuto pericoloso e la possibilità di diventare oratore è controllata severamente. Durante il Medioevo esistevano specifiche restrizioni di genere sessuale: la maggior parte delle donne non poteva accedere al ruolo di oratore. In uno stato democratico c'è invece il diritto costituzionale dell'essere umano alla libertà di opinione, questo vuol dire che certamente esiste l'opportunità di accedere liberamente al ruolo di oratore. Tuttavia, nella pratica vigono regole restrittive, esempio importante sono i sistemi mediatici: non tutti possono scrivere per la stampa o comparire in televisione o parlare alla radio.

Considerare l'oratore come individuo, a questo punto, non basta più, bisogna considerare istituzioni più ampie, organizzate retoricamente (oratore collettivo). Ma chi adempie alla funzione del comunicatore (oratore) strategico all'interno di quelle che sono ormai vere e proprie macchine della comunicazione al cui interno vige la suddivisione del lavoro? In questo caso non diventano tutti semplici operatori del sistema?<sup>14</sup>

A questo punto va affrontato il secondo importante capitolo teorico della moderna retorica: la teoria della resistenza nel caso retorico (i. e. in un caso con persuasione).<sup>15</sup> Dalla prospettiva dell'oratore la migliore e più efficace soluzione al raggiungimento del proprio obiettivo sarebbe una comunicazione basata sul modello *stimulus-response* del classico *Behaviorism*. In altre parole: Io intraprendo un preciso atto comunicativo ed ottengo subito l'effetto desiderato. Questo è il sogno dell'oratore che però solo raramente viene esaudito. Normalmente l'oratore incontra moltissimi ostacoli che intralciano la riuscita della comunicazione. Numerosi fattori durante l'atto comunicativo possono ostacolarlo e impedirgli di avere successo.

La retorica studia in che modo l'oratore deve affrontare questi ostacoli. Fondamentalmente si tratta di impedimenti occasionali (frutto del mutare delle circostanze) e di impedimenti strutturali (causati da condizioni strutturali invariabili, per esempio *primary frames* secondo il Goffman).<sup>16</sup> L'analisi delle resistenze retoriche deve

<sup>13</sup> KNAPE, *Was ist...cit.*, pp. 81-82; KNAPE, *Kann der Orator tolerant sein? Zur Toleranzfrage aus rhetoriktheoretischer Sicht*, in F. SCHWEITZER - C. SCHWÖBEL (Hrsg.), *Religion – Toleranz – Bildung*, Neukirchen-Vluyn, pp. 39-56, alla p. 54 (= *Theologie interdisziplinär* 3).

<sup>14</sup> KNAPE, *Katastrophenrhetorik und Strukturdeterminiertheit der Medien. Der Fall des 11. September 2001*, in KNAPE (Hrsg.), *Medienrhetorik...cit.*, alle pp. 240-241.

<sup>15</sup> KNAPE, *Persuasion*, in *Historisches Wörterbuch der Rhetorik* 6 (2003), col. 874-875; KNAPE, *Modern Rhetoric...cit.*, alle pp. 188-189 e 205.

<sup>16</sup> E. GOFFMAN, *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*, Cambridge, MA, 1974.

esaminare empiricamente in quali circostanze la comunicazione strategica sortisce un effetto o fallisce. Può, quindi, individuare i fattori contrastivi i cui influssi devono essere analizzati, e che elenco di seguito:<sup>17</sup>

1. L'ostacolo *situativo*: Le condizioni della concreta situazione oratoria nel contatto *face-to-face* (come l'abbiamo noi in questo momento mentre vi sto parlando) possono diventare un problema. In sala può esserci un pubblico ostile a cui non piaccio, oppure il momento della mia relazione è scelto male, oppure il luogo dove sto parlando non è adatto etc.
2. L'ostacolo *mediale*: Nella comunicazione *dimissiva* (cioè nella comunicazione a distanza, senza presenza del oratore)<sup>18</sup> ho bisogno di media, i. e. di strumenti tecnici o il corpo del oratore se stesso. Media posseggono però una limitazione strutturale:<sup>19</sup> il telefono 'classico', per esempio, invia solo testi acustici (non visivi), il giornale trasmette solo testi visivi e non acustici, il televisore è inodore. Attraverso i media si perdono quindi sempre delle informazioni e questo è da considerare un ostacolo, una resistenza.
3. L'ostacolo *testuale*: Quando costruisco un testo, se voglio che la comunicazione riesca, devo tenere presente precisi modelli di genere e altre forme convenzionali che rispondono a delle aspettative. Ma questo può diventare per me un ostacolo nel momento in cui provo ad esprimere il mio pensiero.
4. L'ostacolo *linguistico*: Nessun parlante dispone liberamente della lingua. Già l'utilizzo della prima parola di un determinato codice linguistico, che non ho inventato io stesso, mi rende dipendente dal sistema di tale lingua. Noi troviamo già pronto un idioma e dobbiamo accettarne le regole se vogliamo che gli altri ci comprendano. Tuttavia, molte cose che percepisco e penso le vorrei esprimere diversamente da come permette l'uso della mia lingua. Come supero questo ostacolo? Come posso esprimere in maniera soggettiva dei concetti personali e, allo stesso tempo, essere comunicativamente efficace?
5. L'ostacolo *cognitivo*: La teoria del *costruttivismo radicale* ci insegna che noi uomini siamo dei sistemi cognitivi chiusi e, in fondo, del tutto impossibilitati, o adatti solo con grosse difficoltà, a scambiare informazioni. Introdursi nel chiuso sistema cognitivo di un altro individuo costituisce dunque un fattore di ostacolo notevole. Come posso conseguire un risultato?

La risposta è: in qualità di oratore devo calcolare come proiettarmi<sup>20</sup> nell'ottica di destinatario e ricevente; cioè devo immedesimarmi nella psiche del mio destinatario e poi elaborare una strategia retorica che gli si adatti. Tuttavia, questo calcolo contiene sempre un grado di incertezza e di rischio. Prima di tutto, il calcolo si deve riferire agli strumenti comunicativi e quindi soprattutto ai testi che sono adatti ad influire sul mio destinatario o ricevente.

<sup>17</sup> Vedi KNAPE, *Was ist...cit.*, pp. 58-63; KNAPE, *Modern Rhetoric...cit.*, pp. 8-9.

<sup>18</sup> Per la *situatività* e la *dimissività* come i due setting basilari della retorica vedi KNAPE, *The Medium is the Massage? Medientheoretische Anfragen und Antworten der Rhetorik*, in KNAPE (Hrsg.), *Medienrhetorik...cit.*, alle pp. 30-31.

<sup>19</sup> KNAPE, *Katastrophenrhetorik...cit.*, alla p. 235.

<sup>20</sup> KNAPE, *Was ist...cit.*, alla p. 55.

Con questo siamo giunti alla teoria degli *Organon* retorici, cioè alla teoria degli *strumenti* comunicativi retorici.

### 3. Opera/Opus

Ciò che viene chiamato qui strumento comunicativo si collega alla terza categoria retorica principale di Quintiliano, l'*opus*. L'*opus* è la prestazione, ovvero l'opera dell'oratore. Cito dalla *Istitutio oratoria* di Quintiliano: "L'opera (*opus*) è ciò che viene prodotto dall'esperto retore (*artifex*) cioè un buon testo in prosa (*bona oratio*)".<sup>21</sup> L'oratore deve elaborare un 'buon testo', una *bona oratio*. Ma che cosa si intende con il termine 'buono'/'bonus'? Il nesso contenutistico di questo punto rende evidente come un testo si possa definire 'buono' se viene costruito nel rispetto della teoria retorica.

A questa affermazione si riferisce la seconda, ma subordinata definizione della retorica diffusa nell'antichità che considera la retorica una *ars bene dicendi*, un'arte di parlare bene e con 'parlar bene' si intende la stesura di un testo basata sulle regole della retorica.<sup>22</sup> L'analisi di queste regole e di questi principi della formulazione fa parte della *retorica intrinseca* (vedi grafico n. 3). La retorica intrinseca orienta lo sguardo verso l'interno, in poche parole si può dire che esamina gli strumenti comunicativi dell'oratore. Per questa ragione si può anche parlare, usando un termine greco, di dottrina retorica dell'*Organon*.

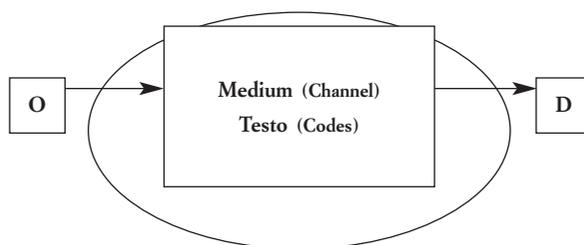


Grafico 3  
Retorica intrinseca

Dal punto di vista storico la retorica intrinseca ha suscitato sempre maggiore interesse, addirittura l'intera retorica, in età moderna, si è limitata sempre più a questa parte intrinseca. Tutta la retorica fu considerata sempre più come una pura teoria della formulazione testuale (*elocutio*) con le sue figure e la sua fraseologia (*compositio*). Da questo deriva il famoso pregiudizio che la retorica sia solo un gioco di parole privo di contenuto, ma sappiamo che questo preconcepto è sbagliato.

Il fulcro teoretico della retorica intrinseca, già nell'antichità, era la menzionata dottrina della produzione testuale che si suddivideva nelle 6 fasi compositive e produttive dell'oratore (*officia oratoris*). Queste sono rappresentate nella colonna centrale del grafico n. 4 come i 6 processi produttivi e anche performativi. La fase zero è la fase della progettazione ampia. Le seguenti sono le fasi di produzione di testo. La fase *cognitiva*

<sup>21</sup> QUINT. 2, 14, 5.

<sup>22</sup> QUINT. 2.15.38, 2.17.23.

della produzione punta alla ricerca degli argomenti, al loro sviluppo e alla realizzazione della struttura testuale. A questa fase appartiene anche la dottrina delle parti testuali (*partes orationis*), così come le riflessioni sull'utilizzazione di date "super strutture"<sup>23</sup>, cioè su: quando racconto (narrazione)? Quando dimostro logicamente (argomentazione)? Quando mi limito solamente a descrivere (descrizione)? La terza fase *semiotica* si occupa di certe particolarità della formulazione, per esempio dell'impiego di figure retoriche (metafore etc.). Oggi partiamo dal presupposto che spesso queste fasi non siano separate temporalmente, ma che si svolgano contemporaneamente durante il processo produttivo. L'antica analisi degli elementi testuali che si consideravano di ostacolo alla riuscita dell'atto comunicativo ha portato alla raccolta di strutture linguistiche considerate particolarmente efficaci nella comunicazione. Ad esse sono stati dati numerosi nomi e sono state riepilogate nelle cosiddette 'figure retoriche'.

Realizzazione delle fasi produttive	Processi compositivi (Officia Oratoris)	Risultati
Cognitiva	0. Intellectio (programmazione)	COMPLESSIVI PROCESSI COMUNICATIVI
Cognitiva	1. Inventio (scoperta) 2. Dispositio (disposizione/ strutturazione)	TESTO
Semiotica	3. Elocutio (formazione del testo/ produzione)	TESTO
Esecutiva	4. Memoria (memorizzazione) 5. Actio (esecuzione)	ESECUZIONE ATTRAVERSO UN MEDIUM

Grafico 4  
Opera / Opus (produzione ed esecuzione)

Possiamo chiamare tutto questo ambito 'retorica del testo'.<sup>24</sup> Si pone solo un quesito di fondo: Come si trasforma 'l'intenzione' dell'oratore in un testo? Lo studio della retorica testuale deve concentrarsi su questa domanda, e teorie di riferimento possono essere qui, per esempio, la teoria dell'*intenzionalità* e quella dello *speech-act*. Così, la forma gram-

<sup>23</sup> T.A. VAN DIJK, *Textwissenschaft. Eine interdisziplinäre Einführung*, Tübingen 1980, p. 128 e ss. (ed. or. *Tekstwetenschap. Een interdisciplinaire inleiding*, Utrecht 1978).

<sup>24</sup> KNAPE, *Was ist...cit.*, pp. 107-135; KNAPE, *Modern Rhetoric...cit.*, pp. 13-15.

maticale dell'imperativo può essere considerata come una diretta trasformazione linguistica dell'intenzione di un oratore. Tuttavia, la questione della diretta conversione dell'intenzione in strutture testuali efficaci diventa molto difficoltosa se si tratta di testi complessi.

#### 4. Retorica dei media

Alla fine dell'intero processo produttivo, insieme agli ultimi due processi che nell'antichità venivano chiamati *memoria* e *actio*, si colloca la fase dell'esecuzione. In questa fase viene memorizzato il testo, precedentemente salvato, e poi eseguito, per esempio recitato o declamato. Esiste una teoria moderna per questo aspetto della retorica? Sì, si tratta della teoria dei *media*, poiché questi sono in grado di salvare i testi e inviarli a distanza. Dobbiamo quindi sviluppare una moderna 'retorica dei media'.<sup>25</sup> Questa studia quale sia la funzione dei *media* in quanto tali, quale delle loro prestazioni si adatti a determinati intenti comunicativi e come sia il rapporto tra l'oratore e gli strumenti a cui si ricorre. In base a questi presupposti lo studioso di retorica deve formulare delle teorie in grado di prevedere i potenziali ostacoli e l'efficacia di determinati media in precisi scopi comunicativi.

Il più famoso teorico dei *media* del XX secolo, Marshall McLuhan, paragona, metaforicamente, il *medium* ad un 'massaggio'<sup>26</sup>. Un massaggio però viene comunemente definito come una manipolazione dei tessuti del corpo attraverso l'interferenza meccanica. In senso traslato questa definizione è applicabile alla retorica.

Immaginiamoci un oratore, un esperto della comunicazione retorica che voglia fare arrivare a destinazione un suo testo. Per essere più chiari prendiamo un pubblicitario che deva reclamizzare un prodotto. Egli deve riflettere bene a quale mezzo sia più idoneo per diffondere efficacemente il suo testo pubblicitario. Deve quindi rispondere alle seguenti domande: con quale medium pubblicizzo? Quale ha maggiore risonanza sul pubblico? Quale ha la giusta valenza sociale o il giusto appeal che si addice al mio proposito (scelgo un libro o un sacchetto di plastica)? Come trasforma il medium il mio testo? Quale medium dà forza al mio testo pubblicitario, quale lo indebolisce? Decido di usare un giornale o un volantino pubblicitario oppure la radio, la televisione o la pubblicità del cinema? Se scelgo la televisione mi devo domandare a che ora faccio trasmettere la pubblicità (in *primetime*? – in Germania sarebbe verso le ore 20:00), all'interno di quale format (cioè durante quale programma? per esempio durante un film poliziesco?), con quale frequenza la faccio mandare? E quanto dura il video clip? Come deve essere realizzato il video clip perché le caratteristiche del mezzo televisivo non danneggino la mia pubblicità? La gente potrebbe spegnere la TV o semplicemente cambiare canale. Come affronto i costi del mezzo televisivo? etc. Da questo esempio si vede come le domande retoriche sull'utilizzazione dei *media* possano avere risvolti molto concreti nella prassi.

Se si considera l'intera retorica come disciplina, esistono ben più questioni di quante io ne abbia potute trattare in questa sede. Nel titolo della mia relazione avevo

<sup>25</sup> Un abbozzo di una teoria retorica di media in KNAPE, *Modern Rhetoric...* cit., pp. 251-269; KNAPE, *The Medium...* cit., alle pp. 17-39.

<sup>26</sup> M. McLuhan - Q. Fiore, *The Medium is the Massage. An Inventory of Effects*, Corte Madera 1996 (1967).

promesso di proporre delle ‘questioni’ e spero di averne sollevate abbastanza, ma adesso, a conclusione del mio intervento, posso solo chiedere al pubblico di cercare insieme a me ulteriori risposte.<sup>27</sup>

ABSTRACT

This article is dealing with the modern concept of rhetoric as a term for a specialized branch of communication. Rhetoric is the method of persuasion by texts and media. Its most important categories are the strategic communicator (*orator*) including his activities, the communicative resistance and the persuasive instruments of communication.

Der Beitrag beschäftigt sich mit dem modernen Verständnis von Rhetorik als Kategorie für einen spezifischen Bereich von Kommunikation. Rhetorik ist die Persuasionsmethode, die sich Texten und Medien bedient. Ihre wichtigsten Begriffe sind der strategische Kommunikator (*Orator*), einschließlich seiner Aktivitäten, der kommunikative Widerstand und die persuasiven Kommunikationsinstrumente.<sup>27</sup>

KEYWORDS: media, oratore, resistenza, retorica (definizione), retorica (disciplina), teoria.

<sup>27</sup> Il testo è stato tradotto dal tedesco da Arianna Di Bella.