

# Capire i media

## UNDICESIMA LEZIONE

prof. Peppino Ortoleva

[peppino.ortoleva@gmail.com](mailto:peppino.ortoleva@gmail.com)

# Capire i media

I media sono anche veri e propri **ambienti** nei quali ci muoviamo, che sono parte del nostro più grande ambiente di vita: a sua volta questo ambiente è sempre più ricco di informazione, che ci viene fornita da una quantità crescente di forme e canali di informazione.

E' importante ragionare in termini di ambiente perché la nostra relazione con i media è un processo di continuo **adattamento**: ci aggiustiamo alle possibilità che ci offrono e alle regole che ci impongono, e cerchiamo di piegarli alle nostre esigenze.

E' un adattamento non sempre consapevole.

# Capire i media

ci è facile capire questa idea dei media come ambiente se pensiamo al *web* e a quello che facciamo nella e con la rete prima di tutto “entriamo” nella rete accendendo il computer, attivando la connessione, e

attivando il *browser*, che in origine viene definito con un termine preso dal libro

*to browse*=sfogliare  
del resto si continua a parlare di “pagine”, no?

ma quel che facciamo non è sfogliare  
è muoverci tra le informazioni



# Capire i media

facciamo un piccolo esperimento

nei prossimi giorni una volta che “andate” in Internet magari per cercare qualche informazione segnate poi i movimenti successivi, tutti: motori di ricerca, voci di wikipedia, pagine varie da cui passate ad altre informazioni vi accorgete che solo in parte farete quello che vi eravate prefissi inizialmente di fare, e man mano sarete spinti da stimoli diversi (curiosità, bisogno di verifica, bisogno di conoscenza) a seguire percorsi imprevisti



# Capire i media

all'inizio la metafora più usata, di sapore letterario, era “navigare”: sottolineava il movimento ininterrotto che è in effetti caratteristico della rete, ma lo paragonava a un'attività relativamente rara e anche elitaria poi si è anche parlato di “surfare”





# Capire i media

le metafore sono significative e insieme sono da trattare con molta attenzione

sono significative perché indicano l'immagine che abbiamo di un fenomeno, ma dobbiamo sempre stare attenti perché tendiamo a prenderle alla lettera



# Capire i media

il *web* è un ambiente informativo nel quale ci muoviamo ininterrottamente non per il piacere di farlo in sé ma passando da un'informazione all'altra, tenendo conto

- dell'immensa quantità di dati che continua ad arricchirsi ininterrottamente
- dello sviluppo di strumenti che conducono da un'informazione all'altra, e che sono le vere chiavi di volta della rete, come i motori di ricerca, i *social network*, i grandi depositi informativi a loro volta indicizzati come You Tube

solo pensandolo come **ambiente** possiamo capirne la logica



# Capire i media

possiamo tornare così al pensiero di McLuhan:  
secondo lui nelle epoche calde l'informazione è “coltivata” e  
organizzata in modo strutturato, suddivisa in libri,  
biblioteche, musei

secondo il modello introdotto  
nel neolitico con la nascita di  
agricoltura e allevamento





# Capire i media

nella nostra epoca fredda stiamo tornando a un modello apparentemente più primitivo, quello della caccia e raccolta



solo che l'oggetto della caccia e della raccolta è diverso

è l'informazione nella quale viviamo immersi e che raccogliamo man mano che ci serve



# Capire i media

M. McLuhan, *Understanding Media*, 1964

“We have become like the most primitive Paleolithic man, once more global wanderers, but information gatherers rather than food gatherers”.

McLuhan scriveva prima della rete, aveva intuito questa tendenza dalla televisione; oggi con la rete si tratta di una definizione difficile da mettere in discussione.



# Capire i media

Vediamo le principali conseguenze di questo cambiamento:  
-in una fase “neolitica” centrata sul testo il controllo dell’informazione andava a chi deteneva la proprietà dei contenuti, oggi va piuttosto a chi controlla i punti di passaggio lungo i percorsi: come i motori di ricerca, i *social network*, i grandi depositi di ricerca indicizzati

# Capire i media

-anche se continuiamo a essere influenzati dal vecchio modo di pensare e continuiamo a interpretare il *web* in termini di “pagine” statiche, e a contare i lettori di ogni pagina, quello che veramente importa sono i movimenti che si compiono, come lettori che possono diventare man mano spettatori, ascoltatori, autori essi stessi

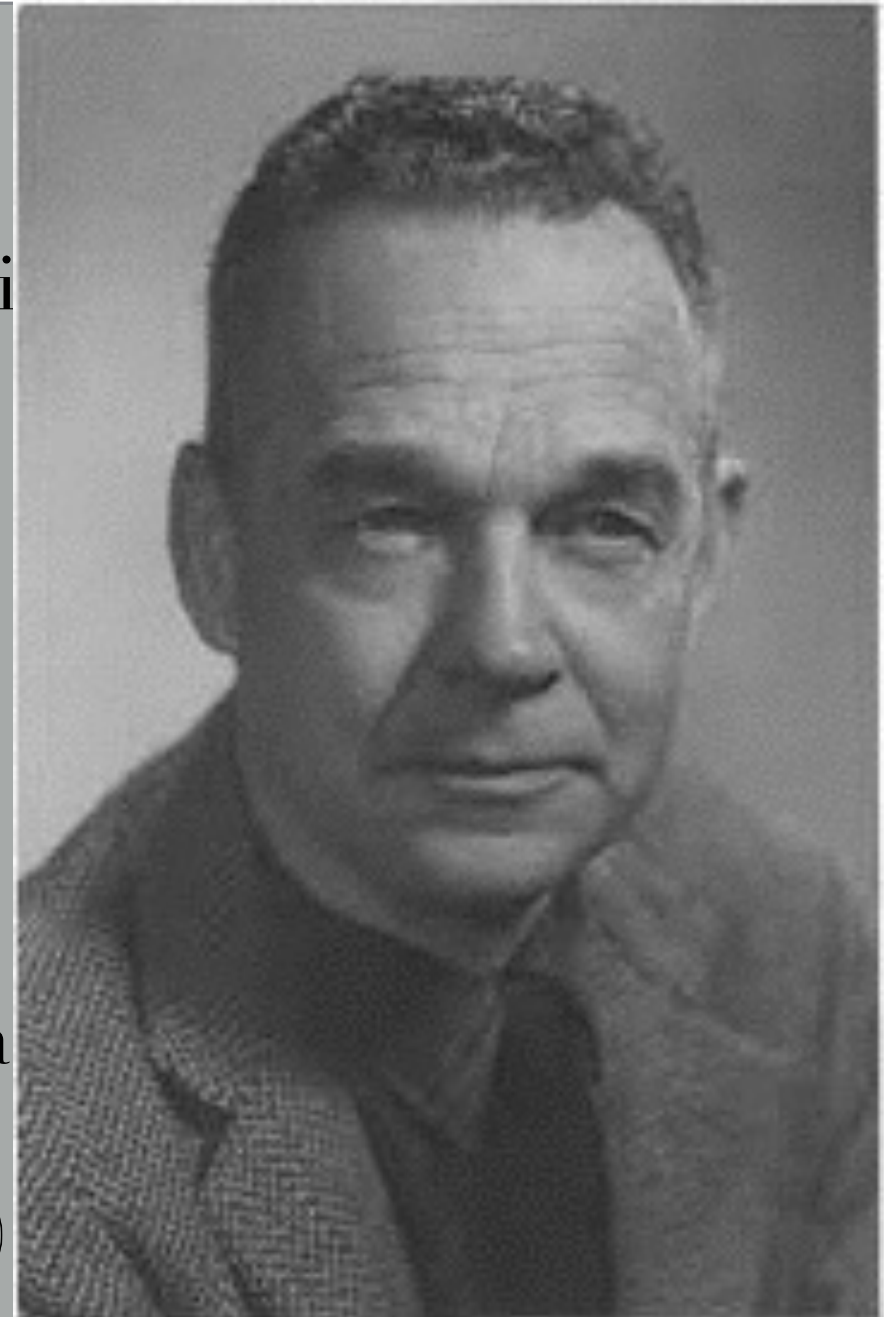


# Capire i media

con il web il punto di vista prevalente non può essere più quello statico: il lettore “segue” un testo che è sempre uguale a se stesso anche a distanza di secoli, assiste passivamente a un film, eccetera dobbiamo considerare la dinamica e i movimenti, e dobbiamo chiederci se questo non valga anche per altre forme di comunicazione, se non siamo in realtà *sempre* in movimento anche quando non ce ne rendiamo conto

a capirlo ci aiuta uno studioso che ha modificato la nostra conoscenza della percezione umana

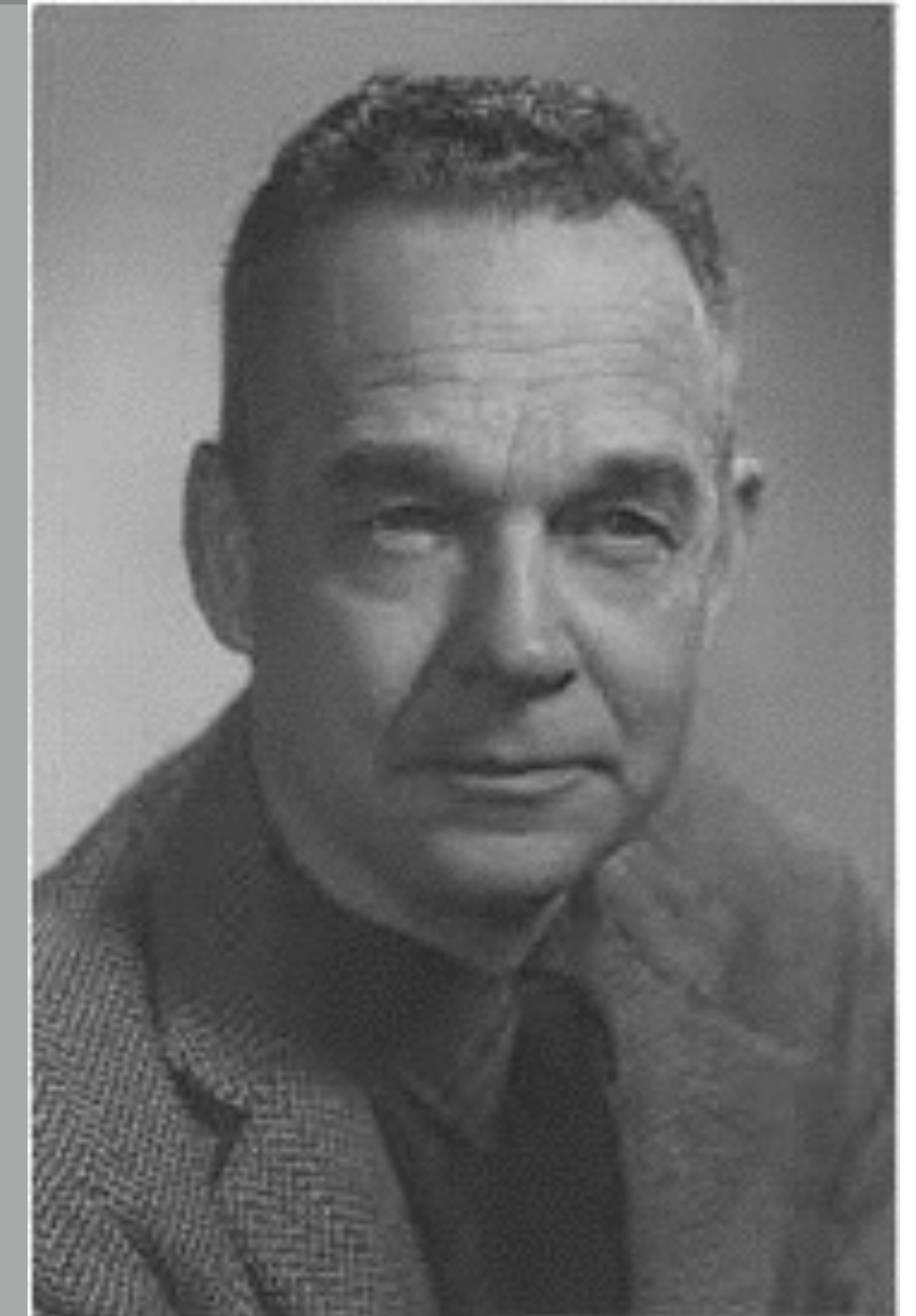
J.J. Gibson (1974-78)



# Capire i media

“The textbooks and handbooks assume that vision is simplest when the eye is held still, as a camera has to be. Vision is studied by first requiring the subject to fixate a point and then exposing momentarily a stimulus or a pattern of stimuli around the fixation point. I call this **snapshot vision**.

When no constraints are put on the visual system, we look around, walk up to something interesting and move around it so as to see it from all sides, and go from one vista to another. That is **natural vision**”.



J.J. Gibson, *The Ecological Approach to Visual Perception*, 1979



# Capire i media

la percezione umana non è mai del tutto statica, interagisce sempre, magari inconsapevolmente, con gli ambienti nei quali opera questo è evidente in alcuni sensi come il tatto e il gusto meno evidente per esempio per la vista che sembra pura ricezione di quel che gli occhi “si trovano” di fronte, solo che in una grande quantità di circostanze la vista è condizionata dal nostro muoverci verso l’oggetto che guardiamo o via da esso, o dai movimenti della testa, o dai movimenti degli occhi, anche in una situazione apparentemente “passiva” come il cinema del resto la visione del cinema è fatta di messaggi ma anche di ambienti, come la sala cinematografica, o lo spazio domestico l’ascolto musicale è fatto di messaggi ma anche di ambienti, come lo spazio dei concerti, o la stanza dove siamo o quel particolare ambiente che sono le cuffie

# Capire i media

se adottiamo questo modo di ragionare capiamo che non ci sono media totalmente statici



Michel de Certeau (1925.1986)

nel 1980 l'intellettuale francese Michel de Certeau nel libro *L'invenzione del quotidiano* mise in discussione la rappresentazione diffusa del lettore di libri che si limita a “seguire” il testo, riga dopo riga e pagina dopo pagina

secondo lui ci muoviamo sempre molto più liberamente di così, come “bracconieri” che seguono un po' il testo, un po' saltano, ecc.



# Capire i media



ma le cose stanno proprio così?  
la nostra libertà non è un po' limitata?  
per esempio quando saltiamo delle  
pagine o corriamo alla fine non ci sentiamo  
in colpa? saremo bracconieri ma anche  
guardiacaccia di noi stessi

imparando a leggere  
abbiamo interiorizzato anche  
delle regole che violiamo spesso  
ma sapendo di violarle

?



# Capire i media

i media sono strumenti e veicoli  
ma anche **ambienti** in cui ci muoviamo vincolati in parte dalle loro regole e  
dai loro confini  
regole culturali, giuridiche, economiche

ma non bisogna mai dimenticare i movimenti che ci consentono

insomma non esistono media puramente “passivi”

e non esistono media totalmente “interattivi”