

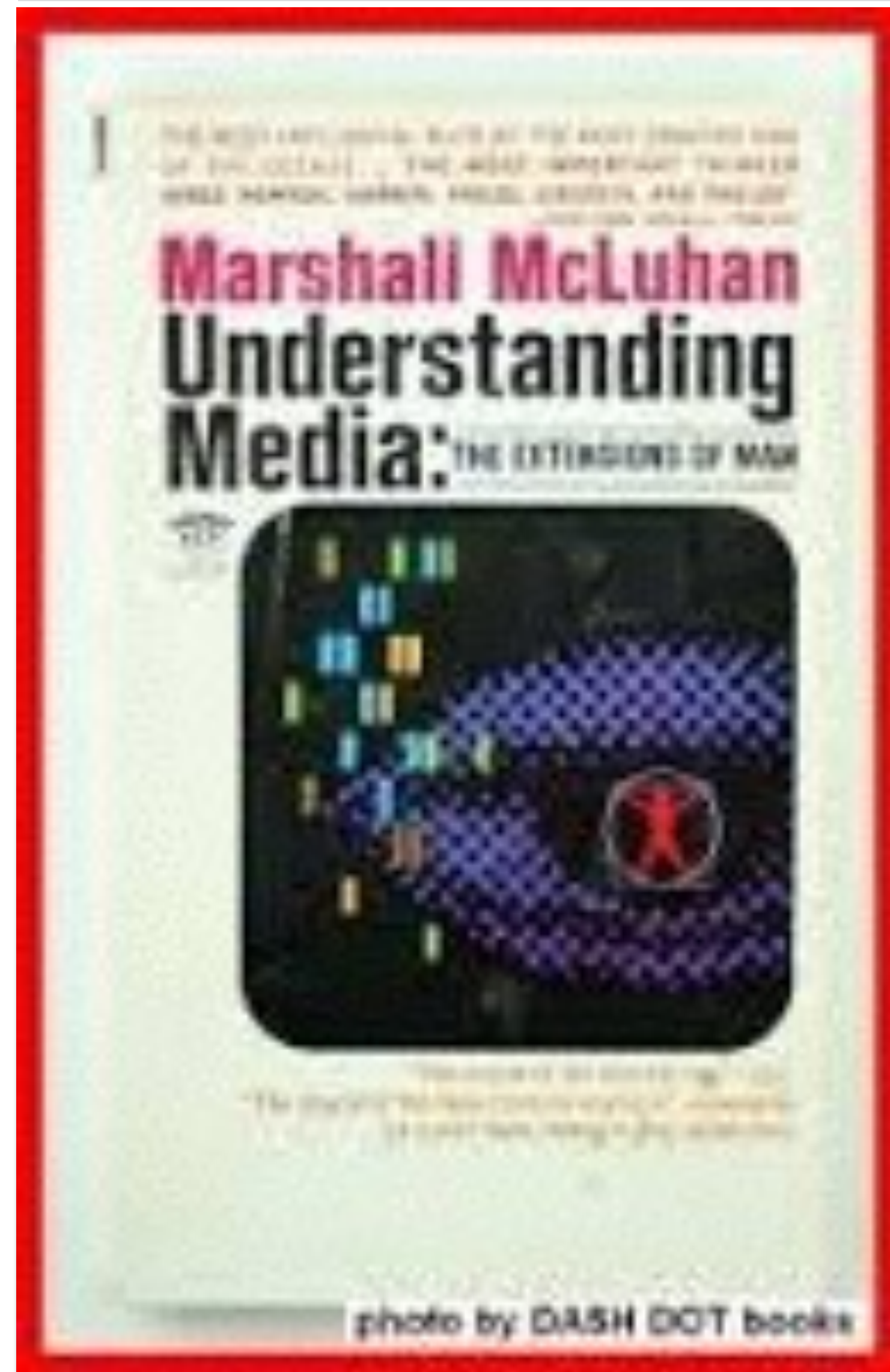
Capire i media

QUINTA LEZIONE

prof. Peppino Ortoleva

peppino.ortoleva@gmail.com

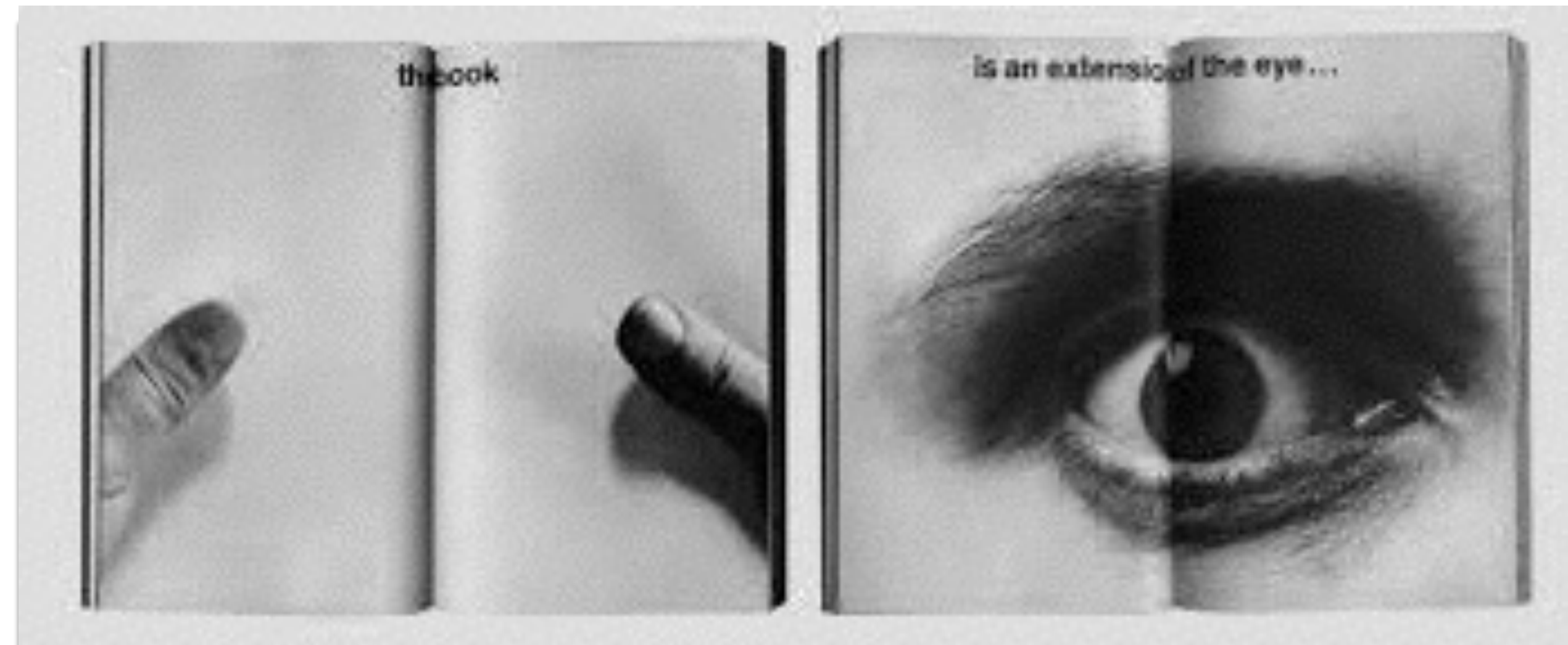
Capire i media



“Capire i media”, *Understanding Media*, il titolo di questo corso è ispirato all’opera di un autore classico, il canadese Marshall McLuhan. Il libro è del 1964.

Il sottotitolo è *The Extensions of Man*: per McLuhan i media sono prolungamenti dell’umanità, soprattutto prolungamenti dei sensi.

Capire i media



ma per McLuhan i media non sono solo quegli strumenti che dichiaratamente portano messaggi, sono anche molti altri strumenti che l'umanità usa, dai vestiti ai mezzi di trasporto (la ruota è un'estensione del piede) e che comunque hanno messaggi impliciti

Il libro è un'estensione dell'occhio, come la radio lo è dell'orecchio



Capire i media



Non leggeremo il testo di McLuhan e neppure altri suoi lavori fondamentali come *Gutenberg Galaxy*: è un autore non facile da capire. Ma nella lezione di oggi cercheremo di sintetizzare alcuni dei suoi concetti fondamentali e di spiegare perché è uno dei maggiori classici per lo studio dei media e della comunicazione. Intanto notiamo una cosa:

Capire i media

Proprio come i media nel senso stretto del termine *comunicano* non solo con quello che *dicono* ma anche attraverso messaggi impliciti, così altri strumenti presenti nella vita umana possono *comunicare* messaggi impliciti.



Un'arma puntata contro di noi non è solo una minaccia diretta, ci dice anche qualcosa: ci invita ad andarcene o a fare un gesto di sottomissione come alzare le mani: E' un messaggio di potere.

Capire i media



la scelta di un vestito formale o meno formale come sappiamo implica anch'essa una serie di messaggi non necessariamente sempre uguali per esempio presentarsi vestiti "in tiro" a una bevuta tra amici può avere un valore ironico

la disposizione della merce in un mercato o in un negozio può servire non solo ad attrarre l'attenzione ma anche a comunicare messaggi ulteriori, di eleganza, di novità, di unicità, più efficaci della stessa pubblicità



Capire i media



per McLuhan, armi, vestiti, abitazioni sono tutte “estensioni dell’uomo”, come lo è il gioco, l’estensione per antonomasia prima di tutto perché è attraverso il gioco che i piccoli dell’umanità si impadroniscono del mondo e imparano a comunicare, e inoltre perché anche per gli adulti il gioco è uno strumento importante per mettersi in relazione con gli altri, e con se stessi

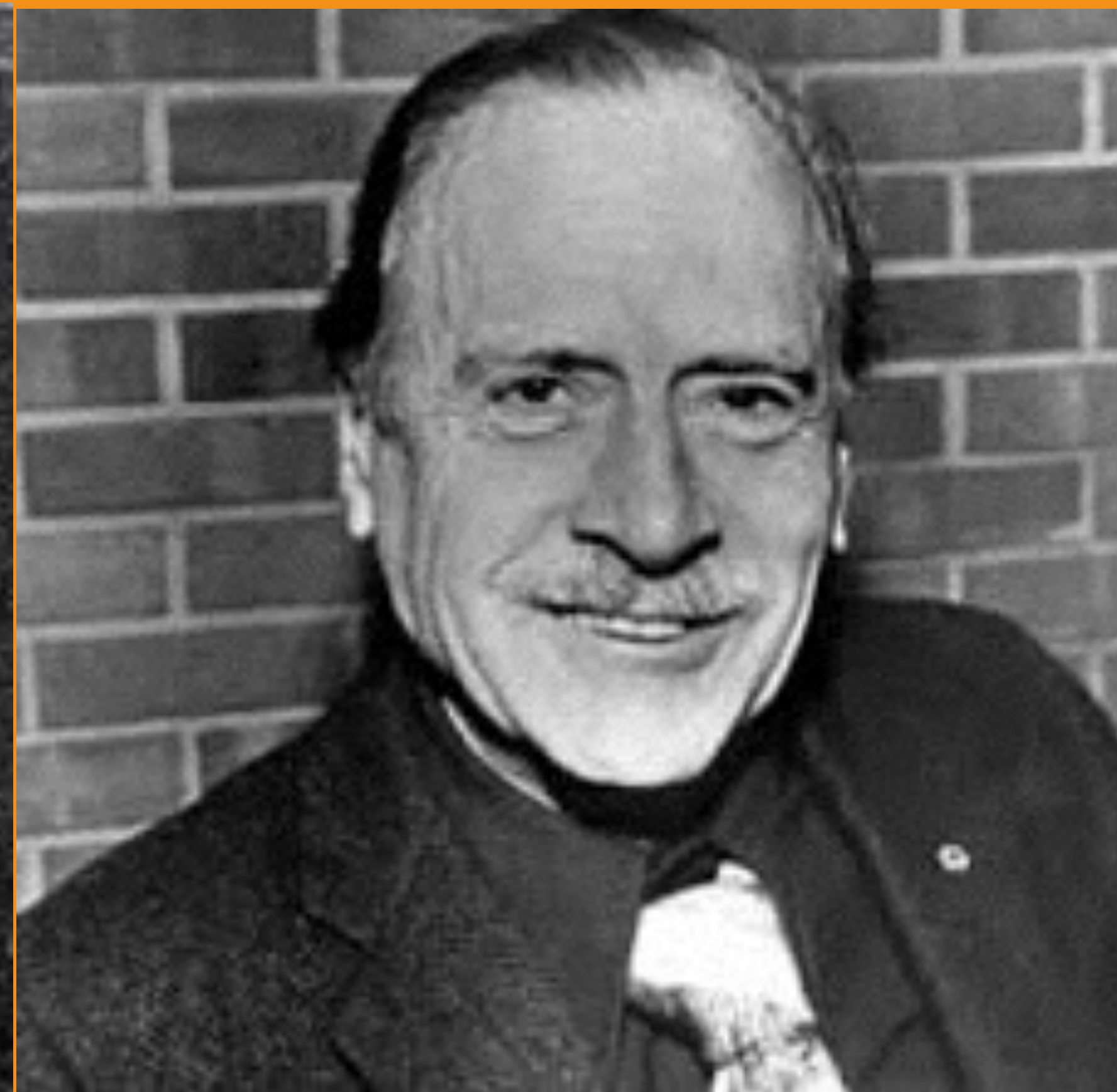
Capire i media



quando uscì in Italia la traduzione di *Understanding Media*, nel 1967, il titolo fu tradotto *Gli strumenti del comunicare*, la parola media era ancora quasi ignota nel nostro paese

in generale le reazioni furono negative: per lo stile della scrittura, ma anche per la tesi di fondo del libro

Capire i media



Marshall McLuhan (1911-1980)

Capire i media

“Il medium è il messaggio”. McLuhan espresse così, quasi con uno slogan, la sua tesi.

Ogni medium, oltre a essere un'estensione dell'essere umano e in particolare dei sensi, veicola *propri* messaggi.

Mentre gli studi sulla comunicazione si erano fino ad allora concentrati sul linguaggio, sui soggetti interessati, sui contenuti, McLuhan spostò l'attenzione sul canale (il medium) e anche sull'ambiente (il contesto).

Capire i media significa da una parte ragionare sul ruolo del singolo mezzo, dall'altra cercare di vedere la comunicazione in termini *globali*: nel senso di unitari e in quello di planetari.

Capire i media



Questo è il noto schema della comunicazione del linguista Roman Jakobson secondo il sociologo Harold Lasswell ciò che conta è chi dice che cosa a chi attraverso quale canale per ottenere quale effetto.

Le scienze della comunicazione in generale hanno privilegiato i soggetti, il contenuto, il linguaggio, eventualmente il cosiddetto “effetto”.

Innis e McLuhan hanno dato al canale e al contesto un ruolo centrale.

Capire i media

Perché prestare tanta attenzione ai mezzi?

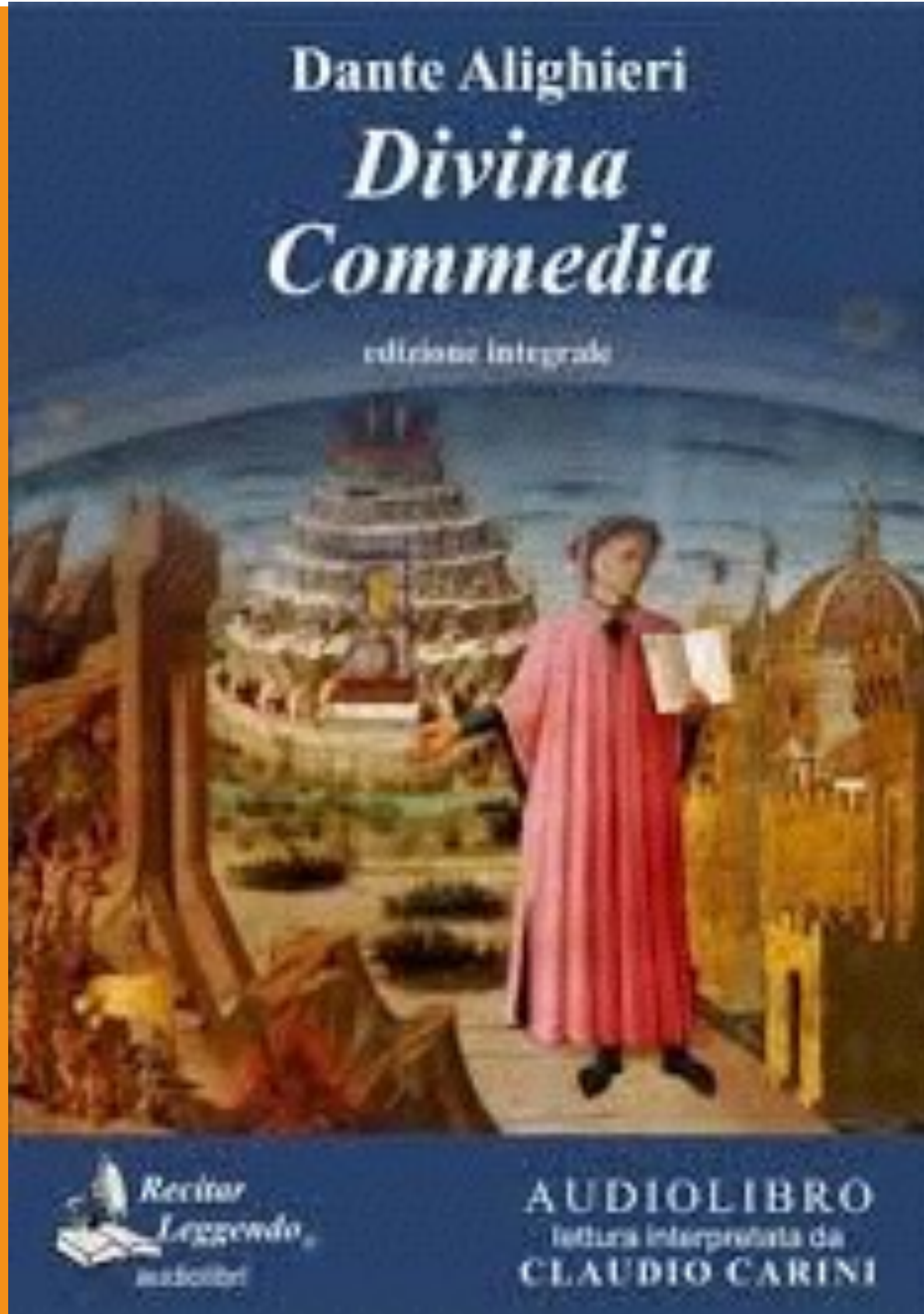
Non è più importante il contenuto?

Non è in fondo la stessa cosa se leggiamo la Divina

Commedia in manoscritto, a stampa, o in Internet?

O al limite in audiolibro?

Capire i media



Inferno

Purgatorio

Paradiso

Monografia

Capire i media

Ma proviamo veramente a pensare a quello che facciamo quando leggiamo un testo che è apparentemente lo stesso, mediato da questi diversi mezzi, o canali:

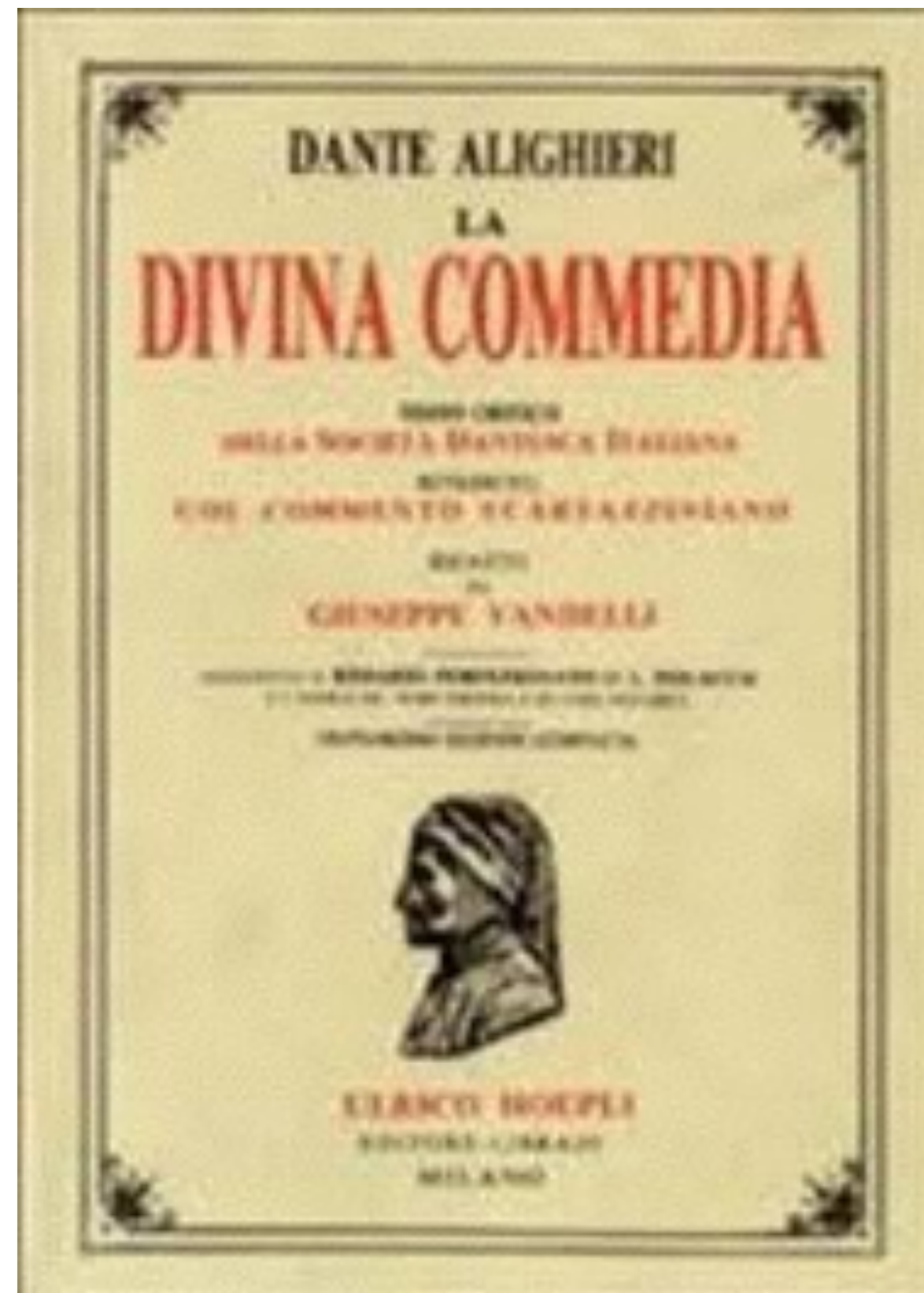
il manoscritto ci colpisce talmente per la sua rarità che difficilmente ci concentriamo sulle parole ma piuttosto sull'oggetto

Il testo in formato elettronico si presta anzi invita a una lettura in movimento, che ci conduce dalle parole di Dante a informazioni che troviamo sulla rete.

Anche il testo a stampa contiene oltre alle parole originali informazioni aggiuntive, le note, che però sono stabilite dal curatore e sono le stesse per tutti quelli che leggono quella certa edizione.

L'audiolibro è recitato e aggiunge elementi espressivi sonori.

Capire i media



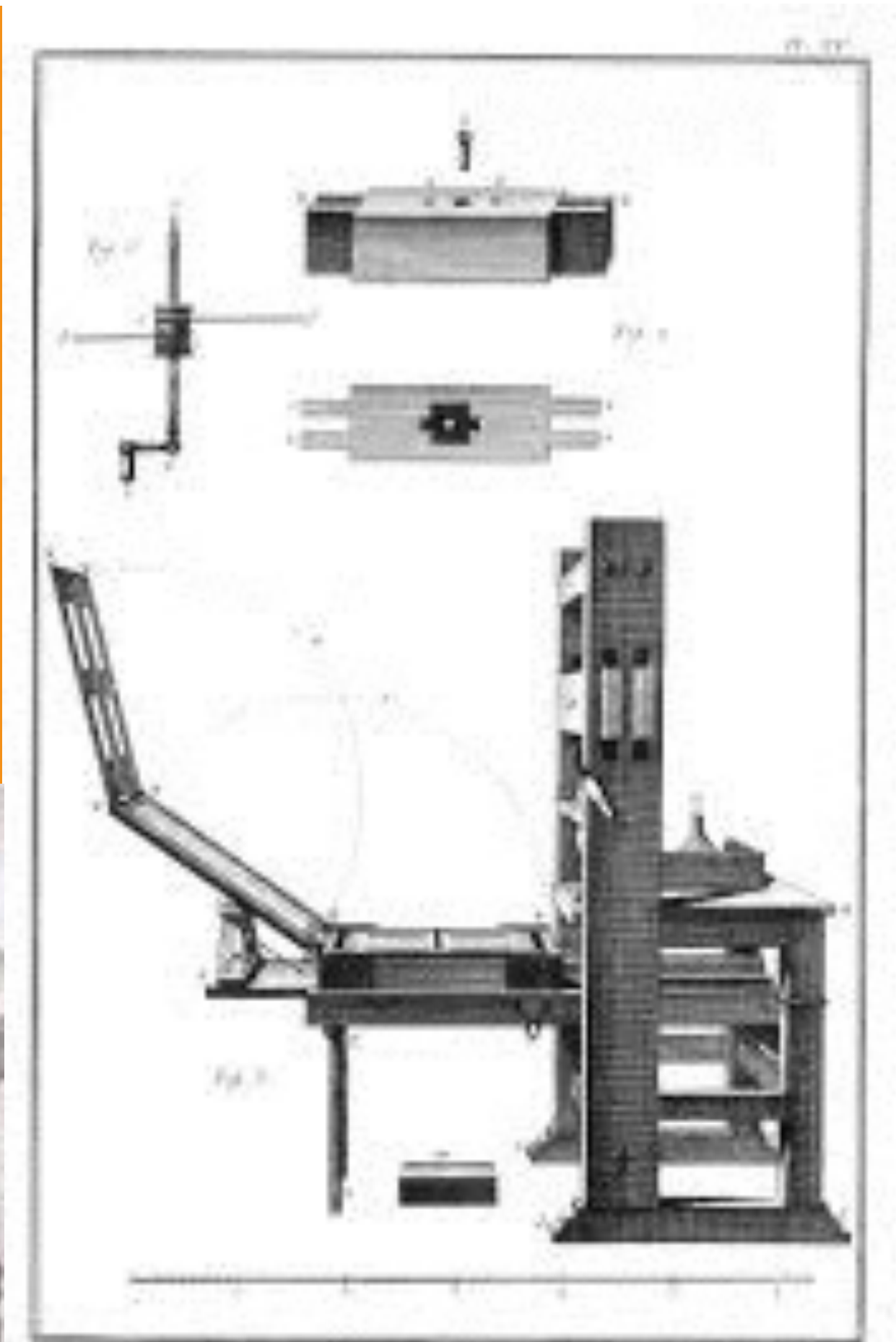
Per ora, è la stampa il modello standard della nostra cultura. E' soprattutto con la stampa che si è affermata l'idea per cui ogni paese ha una stessa lingua (rispetto alla quale le varietà regionali sono semplici "dialetti"), per cui ogni testo deve avere un autore, che ha un diritto di proprietà su quel testo, per cui leggere è un'attività individuale.

Proprio nell'epoca in cui altre forme di comunicazione, elettroniche, venivano a mettere in discussione il primato della stampa è diventato possibile vedere quanto rivoluzionaria fosse stata l'invenzione di Gutenberg a metà '400.

Capire i media

Un mezzo di comunicazione è fatto di tanti elementi: c'è la tecnologia certamente, ma non solo. L'affermazione della stampa per esempio è stata legata anche allo sviluppo, fino all'obbligatorietà per tutti, della scuola.

La tecnologia da sola non avrebbe cambiato molto se non ci fossero stati i lettori. E alla nascita del giornale moderno oltre che alla trasformazione del libro



Imprimerie, projet pour le site de Valenciennes.

Capire i media

Per McLuhan esistono due tipi di media, quelli *cool* o “freddi” e quelli *hot* o “caldi”. La distinzione gli venne suggerita da due tipi diversi di jazz, quello tradizionale, *hot jazz*, e quello moderno, *cool jazz*.



Capire i media

Per McLuhan esistono due tipi di media, quelli *cool* o “freddi” e quelli *hot* o “caldi”. La distinzione gli venne suggerita da due tipi diversi di jazz, quello tradizionale, *hot jazz*, e quello moderno, *cool jazz*.

<https://www.youtube.com/watch?v=GohBkHaHap8>

<https://www.youtube.com/watch?v=D8VMhCnvjfY>

Capire i media

Lo *hot jazz* riprende un brano, lo elabora certo ma conservandone la struttura di fondo. Le sue variazioni sono previste, fanno parte per così dire del testo, anche le sue improvvisazioni sono tessute man mano a partire da una melodia rispettandola comunque, e quanto un musicista improvvisa tutto il resto resta stabile.

Il *cool jazz* può partire da un brano ma lo esegue ogni volta diversamente, lasciando tutti i musicisti liberi di improvvisare. In questo modo il brano viene di volta in volta frammentato e ricostruito, scoperto mentre viene reinventato e inventato mentre lo si esplora.

Capire i media

Per McLuhan i media “caldi” fissano i loro contenuti, e costituiscono una forma di comunicazione stabile, i lettori o spettatori leggono o guardano senza modificare niente. Come nello *hot jazz* il lettore o lo spettatore rispettano le linee fissate dagli autori.

I media “freddi” danno spazio al pubblico per modificare i messaggi, che sono ogni volta diversi grazie alla sua partecipazione. Come nel *cool jazz* il lettore o lo spettatore o l'interlocutore *partecipa* alla comunicazione in modo assolutamente essenziale, il messaggio cambia ogni volta grazie alla sua azione.

Capire i media

E' un medium "freddo" la parola parlata, "caldo" la scrittura. "Freddo" il telefono, "caldo" la fotografia. Il cinema che ci mostra immagini ad alta definizione, è "caldo", al contrario della televisione, le cui immagini vengono integrate dalla nostra mente.

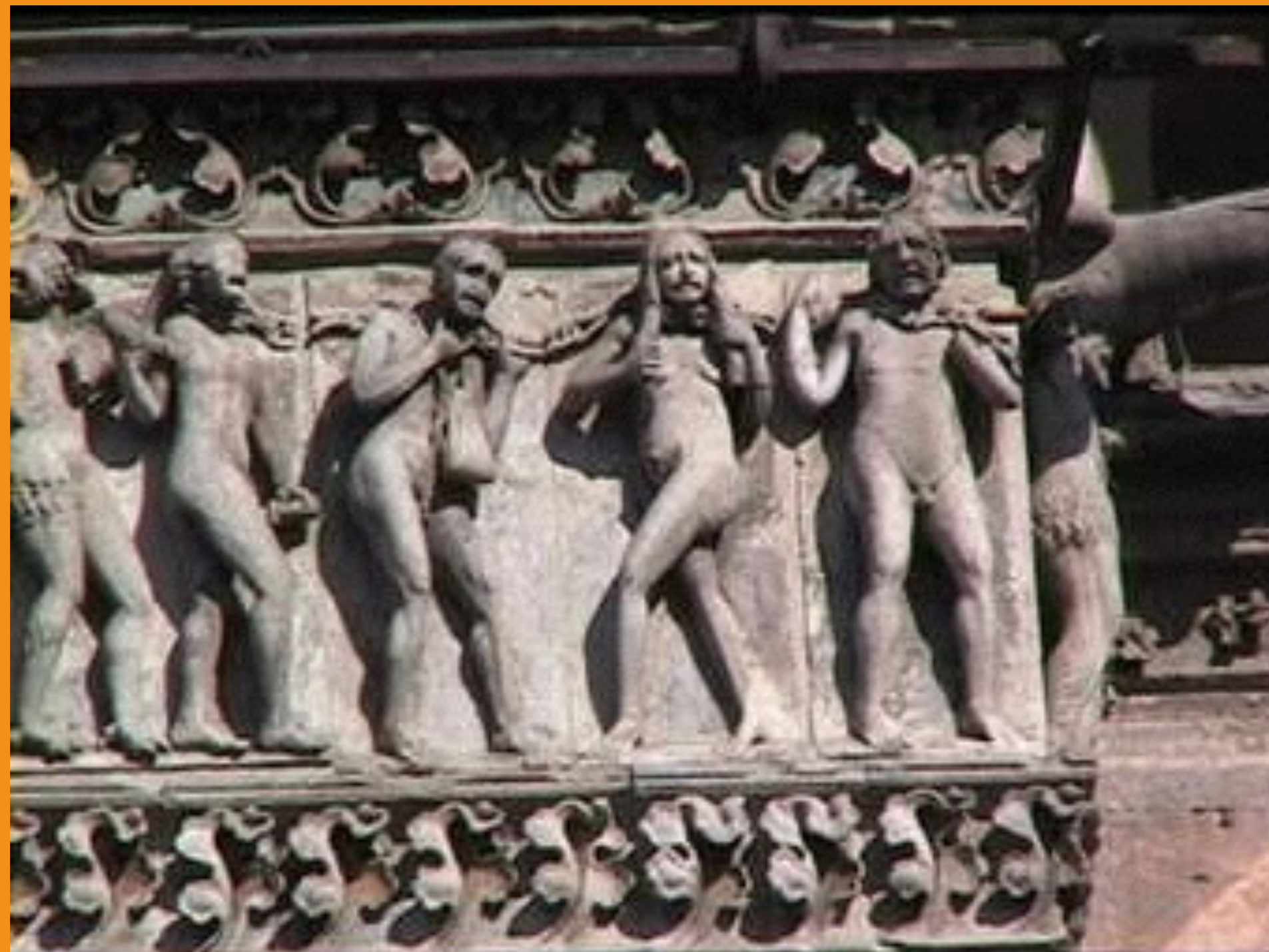
Con la televisione e poi con il computer siamo entrati in un'epoca "fredda": questo ci ha portati paradossalmente a forme di comunicazione e civiltà antiche, ma con tecnologie e cultura moderne: "un villaggio globale".



Capire i media

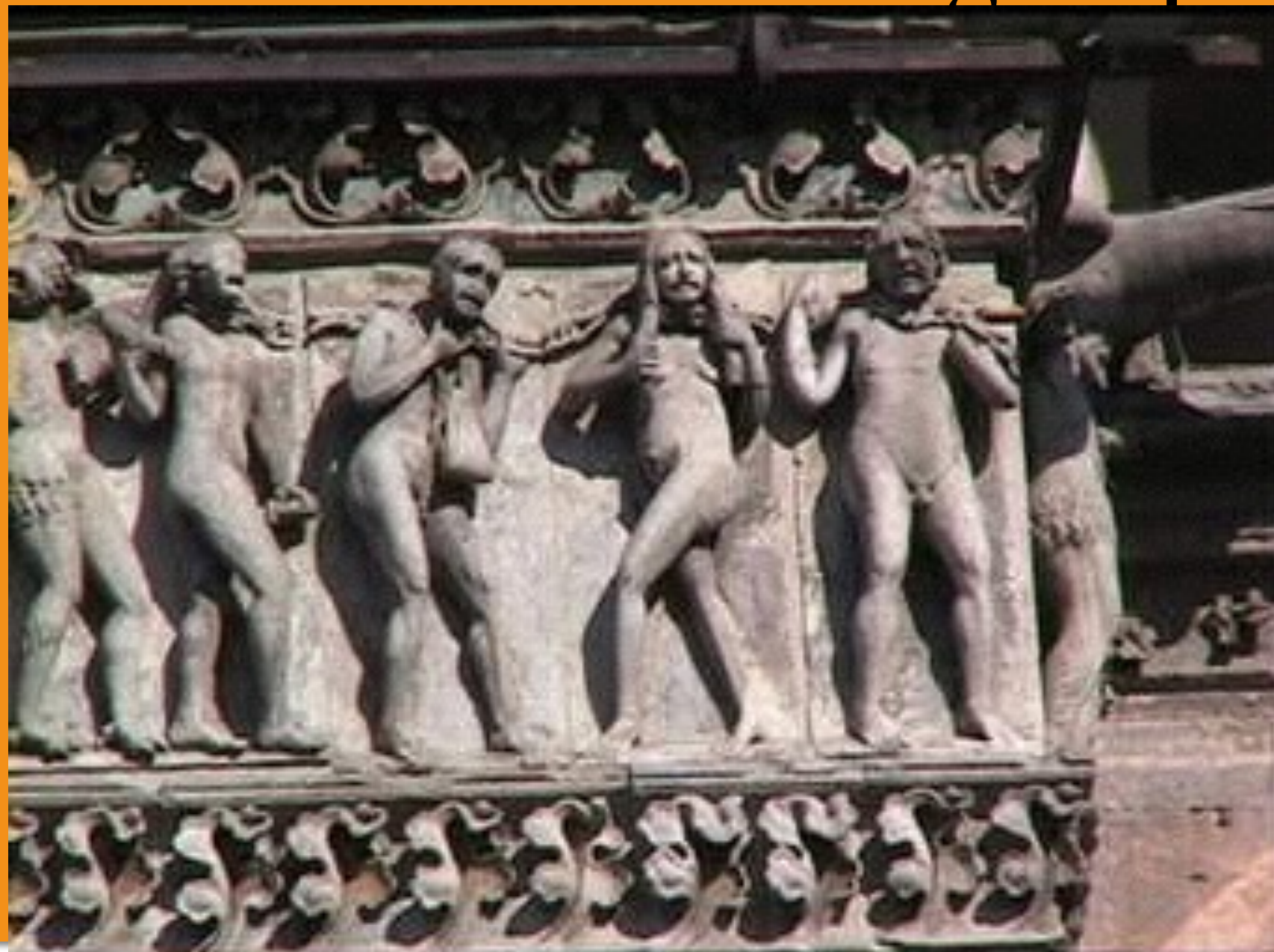
In tutte le epoche i media “caldi” e quelli “freddi” convivono, almeno dalla nascita della scrittura in poi.

Secondo McLuhan però ci sono epoche dominate da forme di comunicazione fredda, e altre da forme di comunicazione calda.



Capire i media

Così il Medio Evo, nel quale la scrittura aveva una presenza limitata, mentre dominava la parola parlata è stata un'epoca fredda, con la nascita della stampa e con il Rinascimento si è affermata una lunga epoca calda.



Capire i media

Con l'elettrificazione, e poi con l'avvento di media elettronici a cominciare dalla televisione, stiamo entrando in una nuova epoca fredda, interattiva, partecipativa, planetaria. A questa si riferiva McLuhan parlando del “villaggio globale della comunicazione contemporanea”.

Lo studioso canadese è morto prima dell'avvento del *personal computer* e del *web*: con la rete in particolare l'idea del “villaggio globale” si è imposta in piena evidenza.