

# Capire i media

## SESTA LEZIONE

prof. Peppino Ortoleva

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

# Capire i media

## Media

da dove arriva questa parola?

negli anni Sessanta ancora pochi la conoscevano, tanto che *Understanding Media* venne tradotto con *Gli strumenti del comunicare*

è una parola latina

medium, plurale media = ciò che sta in mezzo

Gli usi dell'espressione *medium* sono molteplici

per esempio nelle sedute spiritiche il (o spesso la) *medium* è la persona per mezzo della quale parlano gli spiriti.

# Capire i media



Questa è una *medium*  
in stato di *trance*,  
una perdita dei sensi  
spesso seguita  
da manifestazioni  
come il parlare con  
una voce diversa e  
portare un supposto  
messaggio  
dall'al di là.

# Capire i media



Alla fine dell'800 lo spiritismo aveva un largo seguito, le *medium* spesso erano seguite da grandi pubblici in veri e propri spettacoli teatrali. Ora il fenomeno è molto marginale, ma l'idea di potere "comunicare" con l'"al di là" non è morta.

# Capire i media

Negli anni tra le due guerre la parola media, al plurale, cominciò a essere usata soprattutto dalla sociologia americana. Si parlava di

*mass media*

cioè mezzi di comunicazione di massa.

Successivamente la parola è entrata nel linguaggio comune anche in Italia

ma porta ancora tracce di quello strano percorso,  
dal latino attraverso l'inglese

# Capire i media

Per esempio molte persone pensano che la pronuncia giusta sia *midia* all'inglese, non *media*.

Per esempio se vi chiedono che cosa sono i media tenderete a rispondere: i giornali, il cinema, la televisione, forse il *web* ma non il telefono o la posta: cioè media per un largo pubblico non interpersonali.

L'aggettivo “mediatico” viene usato generalmente in senso dispregiativo per indica un personaggio o un messaggio che mira a catturare l'attenzione dei *mass media*: dire che un personaggio “mediatico” significa in sostanza dire che è più apparenza che sostanza, in altri termini “tutta fuffa”.

# Capire i media

A volte però gli usi correnti di una parola contengono una verità: per esempio il fatto che tendiamo a parlare di media più al plurale che al singolare: esiste sempre una varietà di mezzi che possono integrarsi tra loro o competere per inviare messaggi simili.



# Capire i media

In altri termini la comunicazione umana è *sempre* multimediale. Questo aggettivo è diventato di moda qualche anno fa, per parlare della tendenza a usare unitariamente diverse forme di comunicazione, ad esempio in mostre e musei, o anche nel *web*, come se in precedenza tutti i media venissero sempre usati in modo distinguo e separato. Ma non è così, nessun medium è usato in isolamento assoluto. Il discorso sui media è pieno di parole di moda ingannevoli.





# Capire i media

Torniamo all'oralità.

Quando una persona ci parla la comunicazione passa non solo per la **VOCE**

che a sua volta ci veicola le **parole**

e i **toni**

e le peculiarità della voce stessa

ma anche per

**gesti**

**movimenti**

**espressioni**



# Capire i media



E' insomma multimediale già la comunicazione orale, apparentemente la più semplice e diretta. Ed è anche *multisensoriale*. Mentre parliamo con una persona mettiamo in moto -naturalmente l'udito che ci fa sentire le parole dette dall'altro -ma anche la vista che ci fa seguire espressioni e gesti -c'è anche un aspetto tattile che la psicologia sta approfondendo: percepiamo per esempio espressioni e gesti solo visivamente o anche per una forma di simpatia muscolare e cognitiva? Infine il parlare è anche un modo di seguire l'altro. Cioè???

# Capire i media

Quando due persone si parlano, tendiamo a pensare che ci sia una sorta di turno, prima parla una poi l'altra e così via, Prima una parla e l'altra ascolta, poi parla la seconda e la prima ascolta... Questo è del resto quello che vediamo generalmente nei dialoghi cinematografici e televisivi, dove generalmente la cinepresa inquadra di volta in volta la persona che parla, e noi ascoltiamo col suo interlocutore.

E' vero naturalmente che in una conversazione educata ciascuno cerca di lasciare spazio alle parole dell'altro. Le pause servono anche a quello. Ma la conversazione è una forma di *interazione*.

Le nostre parole servono anche a capire l'altro, oltre che a farci capire. E a segnalare che lo seguiamo. Parlare è parte dell'ascoltare.



# Capire i media

Con lo sviluppo delle tecniche di comunicazione si sono moltiplicati gli strumenti capaci di veicolare messaggi simili tra loro. Vediamo un esempio

Narrami, o Musa,  
l'uomo dall'agile mente che a lungo  
andò vagando, poi che cadde Troia,  
la forte città, e di molte genti vide le terre  
e conobbe la natura dell'anima,  
e molti dolori patì nel suo cuore  
lungo le vie del mare, lottando per tornare  
in patria coi compagni



# Capire i media

Ha scritto il grande storico dell'arte Ernst Gombrich:  
“Il compito dell'arte greca fu quello di fare dello spettatore un testimone oculare di eventi che egli conosceva da Omero e da altri poeti”.

La poesia epica e la pittura su vaso sono media differenti, le storie che narrano si diffondevano nell'ambiente culturale ellenico per una via *multimediale*, testi scritti e poesia cantata, teatro, pittura e scultura.

Si trattava di un'inutile ripetizione di storie già conosciute? O invece quelle storie acquistavano la loro potenza mitica anche dal rimbalzare da un medium all'altro?



# Capire i media

Perché la comunicazione umana ha bisogno di più media?

Perché comunicare significa agire su diverse facoltà, intellettuali ed emotive, e perché ogni mezzo di comunicazione non solo veicola i messaggi diversamente, ma veicola messaggi almeno in parte diversi.

E perché i mezzi di comunicazione agiscono su sensi differenti.

Abbiamo visto messaggi principalmente verbali e uditivi sovrapporsi ad altri principalmente visivi. Ciascuno ci parla in modo differente; quelli verbali ci sembrano più facili da interpretare razionalmente ma gli altri non sono meno indispensabili.

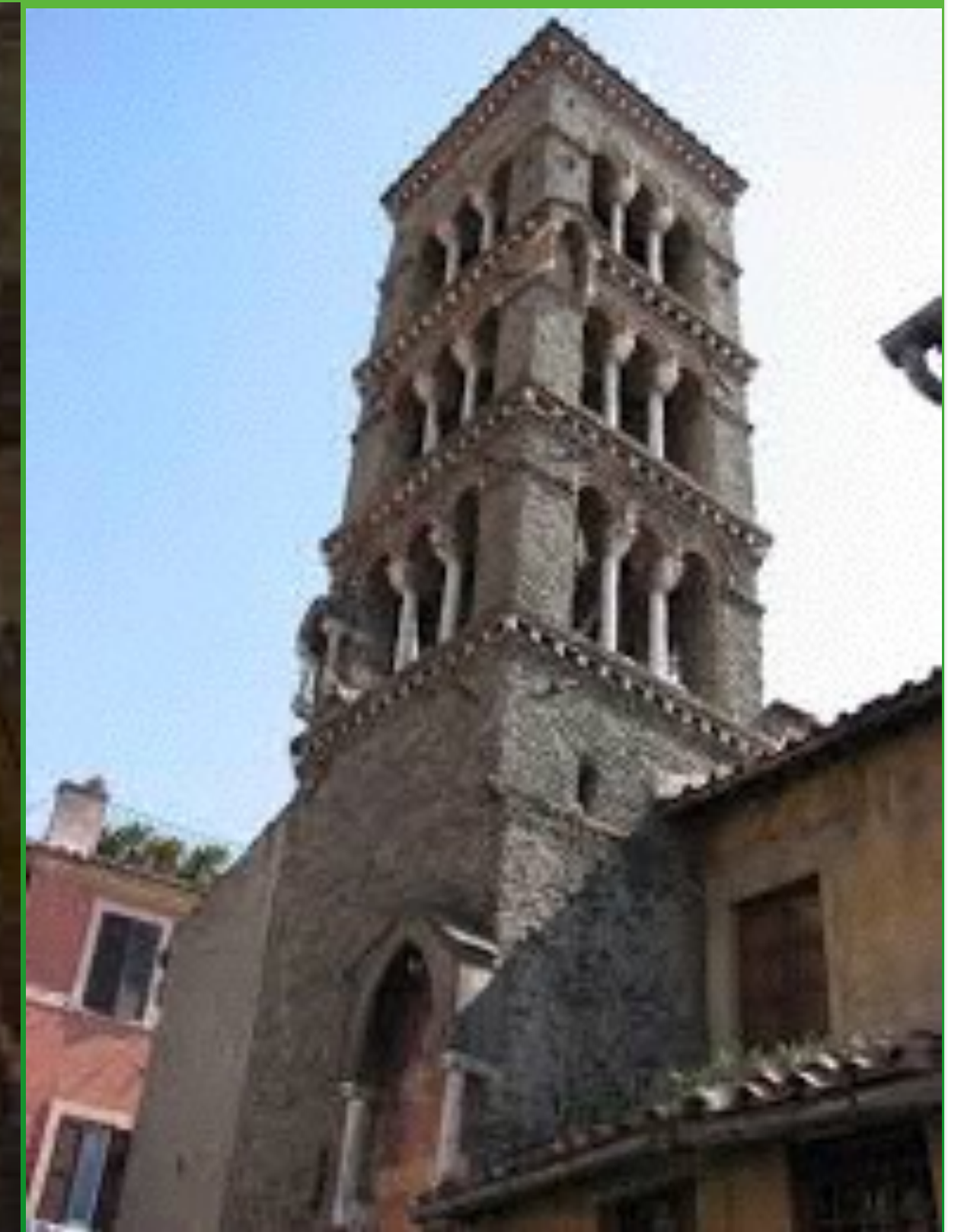
# Capire i media

L'umanità si muove tra ambienti comunicativi, raccogliendo man mano le informazioni con i suoi diversi sensi ed elaborandole più o meno consapevolmente. I diversi media non solamente agiscono su sensi (o gruppi di sensi) differenti ma ci raggiungono in momenti differenti e in differenti situazioni. Alcuni di essi sono capaci di raggiungere solo una parte delle persone /ad esempio la scrittura non parla agli analfabeti). La multimedialità è un modo di fare circolare messaggi convergenti



# Capire i media

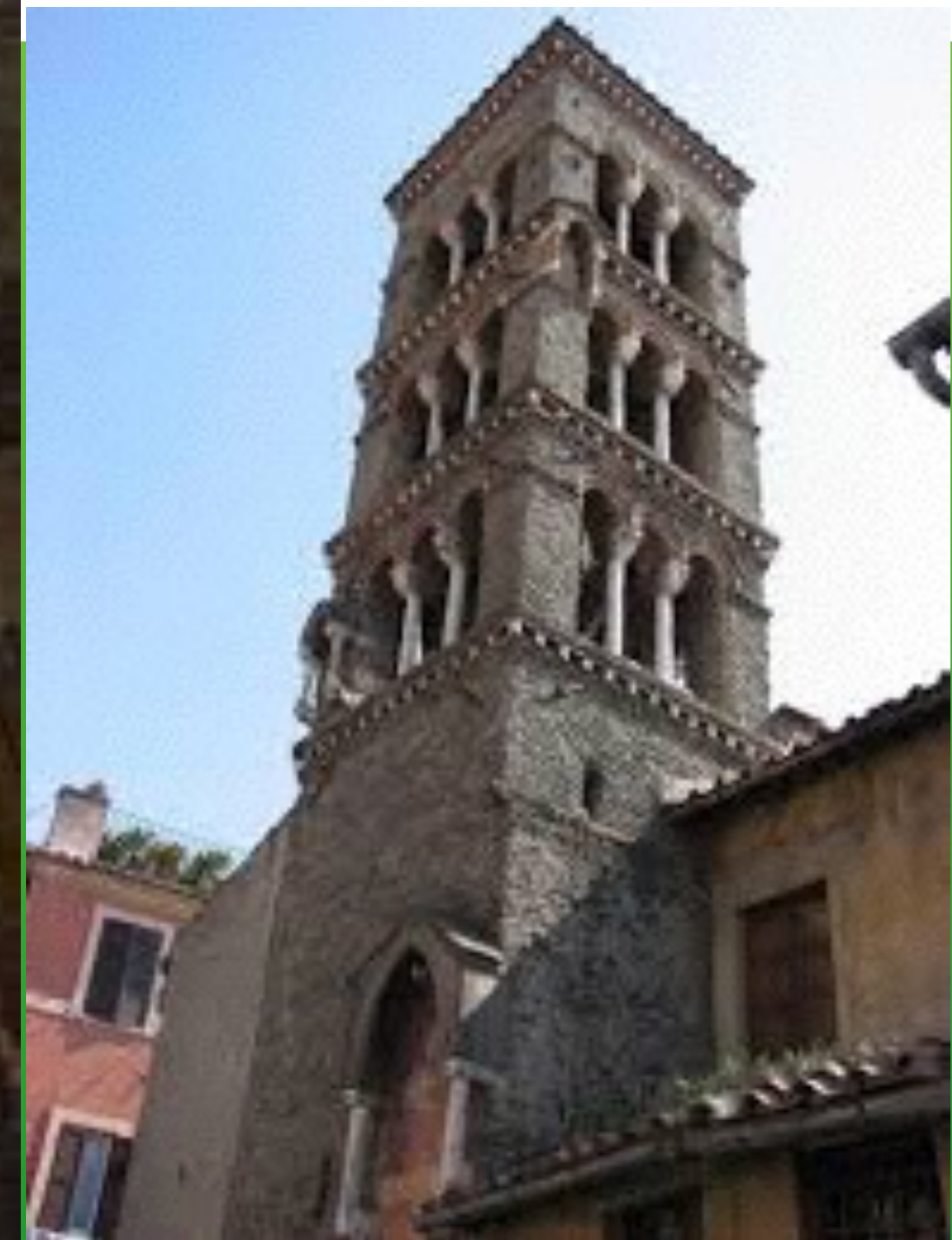
Per esempio per secoli la Chiesa cattolica ha affidato la sua comunicazione solo in parte alla parola scritta, riservata a ceti ristretti, molto alla parola



dei predicatori, o alle immagini dipinte dipinte o scolpite, o alle campane.



# Capire i media



Il suono delle campane, che scandisce il tempo e si sente da lontano, occupa tutto l'ambiente comunicativo, i dipinti riempiono di contenuto lo spazio sacro delle chiese, la predica è pronunciata in momenti rituali,

# Capire i media

Ma i messaggi sono convergenti, e per secoli hanno tutti contribuito a “cristianizzare” la vita degli abitanti di città e campagne d’Europa.



# Capire i media

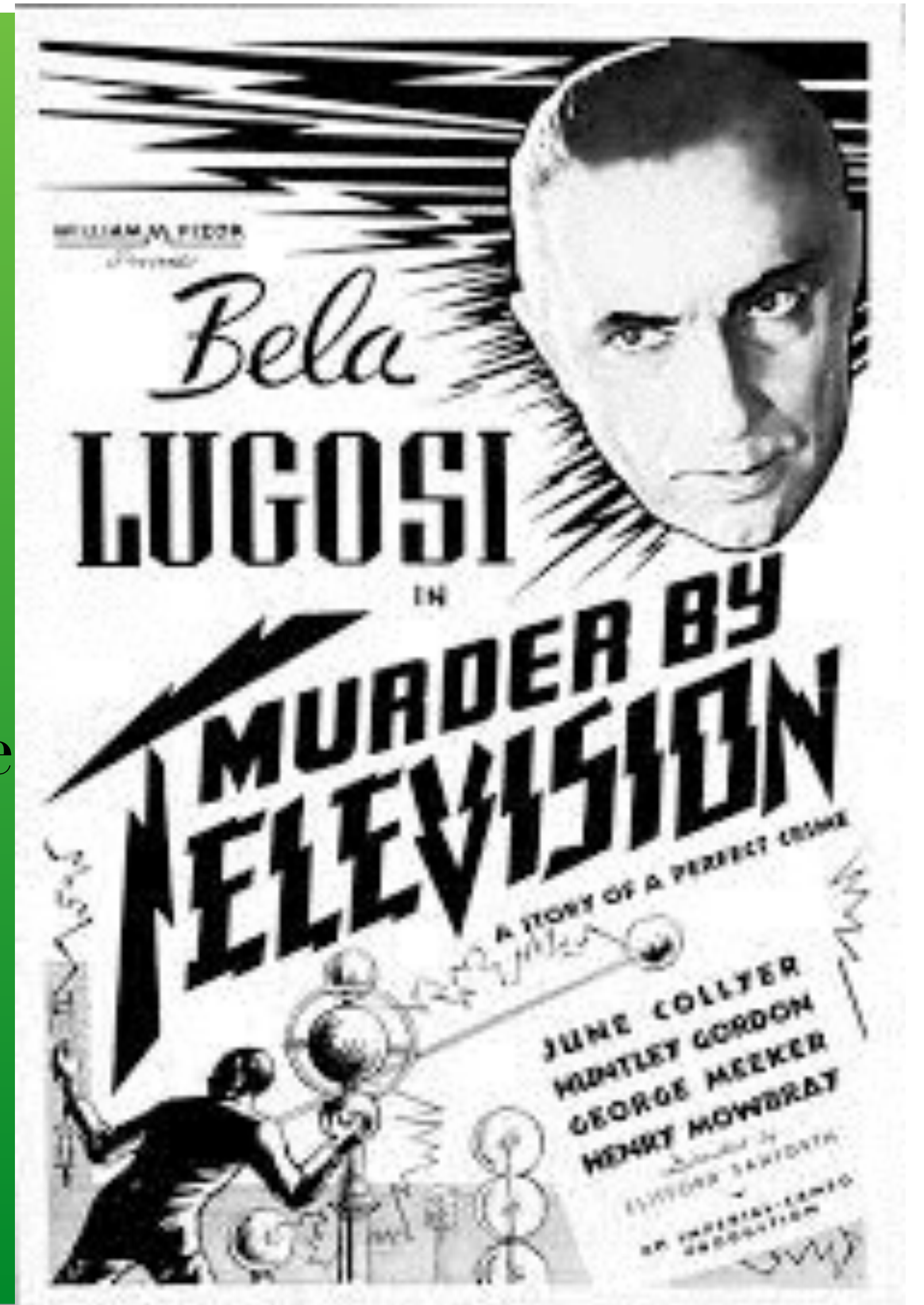
Ogni civiltà dispone non solo di una varietà di mezzi di comunicazione, ma di un proprio sistema dei media.

Un sistema è un insieme di elementi diversi che dipendono l'uno dall'altro: il comportamento di ciascuna delle parti non può essere compreso senza tener conto di quello delle altre.

L'uso di ciascun medium influenza a volte in modo evidente, a volte in modo implicito, gli usi degli altri media. In certe situazioni può sembrare soprattutto che si aiutino a vicenda in altre che si facciano la guerra ma le cose non sono mai così semplici.

# Capire i media

Non sempre i media si sostengono a vicenda: a volte possono apparire invece in concorrenza tra loro, per esempio quando compare un nuovo medium che sembra destinato a prendere il posto di un altro, Così per molto tempo si pensò che la televisione avrebbe preso il posto del cinema, chi sarebbe uscito di casa per vedere un film che poteva vedere comodamente a casa? Nel 1935 la TV era ai suoi timidi esordi e già Hollywood girava un film con un grande attore dell'orrore, la televisione veniva presentata come terribile e minacciosa.



# Capire i media

In effetti quando una quindicina di anni dopo la TV si affermò realmente negli USA, il cinema rispose cercando di attirare il pubblico nelle sale, con i film a colori che la TV ancora non poteva trasmettere e con nuovi formati spettacolari possibili solo nelle sale come il Cinemascope e con i primi esperimenti di cinema in 3D.



# Capire i media

Ma ben presto nacquero generi televisivi che venivano prodotti proprio a Hollywood, come *Le avventure di Rin Tin Tin*, e tra cinema e televisione si stabilì una sorta di divisione del lavoro: in Italia la RAI trasmetteva film solo in quelle sere in cui le sale cinematografiche non temevano la concorrenza, come il lunedì.



Quando nel 1955 *Lascia o raddoppia* ottenne un successo inatteso fu spostato dal sabato al giovedì per le proteste dei gestori del cinema: il sabato era la sera di maggiore afflusso.

# Capire i media

Quando avviene un cambiamento importante nei media i giornali e il senso comune tendono a pensare a una specie di duello in corso: un mezzo di comunicazione ucciderà il precedente,



uccidere la “vecchia” radio, ora la videocassetta è un oggetto *vintage* e la radio c’è ancora.

Nel 1979 il duo britannico *The Buggles* ottenne un grande successo con la canzone *Video Killed the Radio Star*, che celebrava le novità del momento: le videocassette e il videoclip,

destinati secondo la canzone a

la radio c’è ancora.

# Capire i media

Analogamente, oggi si discute sulla “morte” della televisione grazie al trionfo di Internet, e così via.

In realtà le cose non sono mai così semplici: per esempio i più grandi successi di questi ultimi venti anni è stato un incontro tra “vecchi” media:

radio (1895) + telefono (1878) = telefono mobile, e poi  
telefono mobile (anni 1970) + personal computer (anni 1980) = smart phone.

I media costituiscono un sistema nel quale tra i diversi mezzi si stabiliscono forme di interdipendenza di diversi generi oltre e più che di competizione.