

Un'occasione di riflessione

Qualche anno fa fui invitata ad esaminare degli audiovisivi prodotti in alcune scuole superiori piemontesi sul tema dello sterminio nazista e della deportazione nei lager. L'esperienza fu imbarazzante. All'entusiasmo e alla buona volontà dei ragazzi e delle ragazze che si erano cimentati nell'impresa si era accompagnata, di norma, la totale inconsapevolezza del mezzo usato. I risultati, in genere poco interessanti, in alcuni casi erano decisamente inaccettabili. Mi toccò esplicitare pubblicamente il mio punto di vista nel corso di un convegno al quale partecipavano insegnanti e scolaresche. Fra il pubblico erano presenti anche i giovani autori degli audiovisivi che così poco, tranne alcune eccezioni, avevo apprezzato. La mia relazione in quella occasione non ebbe molto successo, e questo non solo perché mancarono, ovviamente, gli applausi da parte di quei tanti ragazzi che con le mie valutazioni avevo deluso, ma perché, all'opposto, ricevetti troppo calorosi applausi da parte di alcuni insegnanti che si vollero poi più direttamente complimentare con me dicendo pressappoco: "Brava, queste sono le cose giuste da dire, basta con la televisione a scuola che fa solo perdere tempo. Noi non la usiamo mai, certi nostri colleghi invece...".

Evidentemente anche la mia comunicazione era stata sbagliata. Ciò che volevo sostenere con il mio intervento era infatti esattamente un punto di vista opposto a quello espresso da quegli entusiasti insegnanti. Ritenevo infatti molto negativo il fatto che gli studenti erano stati del tutto abbandonati a se stessi nel momento in cui si erano misurati con una delle comunicazioni più complesse, quella audiovisiva, a causa dell'indifferenza o, più probabilmente, dell'incapacità dei loro docenti di mantenere il proprio ruolo rispetto all'uso di mezzi che prevedono codici diversi da quelli scritti. Mi sembrava d'altro canto del tutto legittima l'aspirazione dei più giovani di misurarsi con la comunicazione che a loro è più familiare, quella audiovisiva appunto; il fatto è che quella comunicazione non può essere lasciata al caso e all'improvvisazione. In altre parole, è mia convinzione che nell'insegnamento scolastico si dovrebbe dedicare un'attenzione specifica al mezzo televisivo e alla comunicazione audiovisiva. Credo che questo sia un "obbligo" e non un "optional". Cercherò nelle pagine che seguono di motivare questa affermazione.

In buona compagnia

Non ho idea se gli insegnanti che pensano di eliminare totalmente la televisione dal panorama scolastico siano attualmente la maggioranza né se siano particolarmente

numerosi. Credo che fra essi vi siano anche docenti eccellenti, impegnati nel tentativo di mantenere una zona franca dall'egemonia di una cultura, nutrita di banalità e volgarità, di cui la televisione degli anni Novanta è divenuta il simbolo, oltre che il canale principale, e forse anche il motore primo. La scuola, sotto questa chiave, potrebbe essere simile a una sorta di tempio o di chiesa in cui vescovi e sacerdoti hanno il compito di proteggere e tramandare un bene immateriale ma importante, e cioè la cultura conservata da quella istituzione, ponendo ogni attenzione a che non accadano contaminazioni provocate da ciò che sta "fuori". Se si preferisce si può usare anche la metafora del fortino circondato dagli indiani all'attacco.

Non si tratta di posizioni peregrine.

Un noto studioso americano teorico delle comunicazioni, Neil Postman, in un volume che ha riscosso non poco successo anche in Italia, oltre che negli Stati Uniti, dove è stato per la prima volta edito, fornisce più di una tesi a supporto di tali posizioni. Così si legge in *Technopoly*, il cui programmatico sottotitolo recita *La resa della cultura alla tecnologia*:

"A lunga scadenza, la televisione può portare gradatamente alla fine della carriera degli insegnanti, visto che la scuola è stata un'invenzione della stampa e quindi continuerà a sussistere o scomparire a seconda dell'importanza che continuerà ad avere la parola stampata. Per quattrocento anni gli insegnanti hanno fatto parte del monopolio della conoscenza creato dalla stampa, e ora assistono al crollo di quel monopolio". La televisione in altre parole è il "nemico mortale" degli insegnanti e della scuola, visto che ne minaccia l'esistenza stessa. Il fortino è destinato a essere espugnato e non sembra possano nutrirsi speranze sull'arrivo dei nostri.

Secondo la tesi generale di Postman, sottesa alla citazione sopra riportata, l'Occidente sta attraversando una grave crisi culturale dovuta al venire meno delle istituzioni il cui compito è stato in passato quello di esercitare il "controllo", ovvero vigilanza e protezione rispetto a un'informazione che oggi, anche per il moltiplicarsi dei canali di comunicazione, ha assunto i caratteri di una vera e propria inondazione: la società per questo risulterebbe sommersa da una molteplicità infinita di informazioni più o meno importanti, significative, in totale assenza di gerarchie e di saperi consolidati. Ciò che è venuta meno, secondo Postman, è la capacità di discriminare, ovvero di selezionare quelle informazioni utili al raggiungimento dei fini che la società si assegna. La scuola sarebbe una delle istituzioni arresesi.

Più in particolare Postman sostiene che l'istituzione scolastica, pubblica o semipubblica, si è socialmente affermata in Inghilterra nel XVII secolo proprio a partire dalla prima "inondazione di informazione" provocata dalla moltiplicazione dei volumi a stampa. Compito dell'istituzione scolastica era esplicitamente quello di governare la tradizione, tramandando e conservando tutte le opere significative giunte fino ad allora, selezionando accuratamente ciò che di positivo veniva edito, trascurando e ponendo ai margini il molto che non valeva la pena conservare.

La funzione fondamentale dell'insegnamento per lo studioso americano era dunque quella di esercitare un controllo a partire dalla prima inondazione dell'informazione, quella dovuta all'invenzione di Gutenberg. Dal momento in cui l'informazione principale non è più quella scritta, la scuola per come essa è stata concepita, perde a giudizio di Postman la sua funzione e la sua stessa esistenza viene costantemente minacciata.

Adottando le stesse premesse si può giungere a conclusioni esattamente opposte rispetto a quelle dell'autore. Se è vero che tra i fini dell'istituzione scolastica vi è la formazione di cittadini capaci di partecipare alla vita democratica, in grado di distin-

guere fra il bene e il male, fra il falso e il vero, fra il giusto e l'ingiusto, è essenziale fornire gli strumenti per orientarsi rispetto a quel diluvio di informazioni di cui si parla in *Technopoly*. Ciò può avvenire solo attraverso l'acquisire di consapevolezza rispetto ai diversi modi e canali di comunicazione. È per questo che la scuola non può ignorare la televisione, perché essa è oggi il canale principale di informazione come ieri lo era l'editoria. Ieri la scuola forniva gli strumenti per governare il codice scritto e selezionare rispetto ai prodotti a stampa, oggi, accanto a quegli irrinunciabili primi strumenti, deve fornire quelli per governare la comunicazione audiovisiva e per sapere discriminare rispetto all'ancora più copiosa inondazione di offerta di prodotti.

Lettori e spettatori

Ancora Postman:

"Da una parte sta il mondo della parola stampata che punta sulla logica, i rapporti di successione, la storia, l'esposizione, l'obiettività, il distacco e la disciplina. Dall'altro sta il mondo della televisione, imperniato sulla fantasia, il racconto, la contemporaneità, la simultaneità, l'intimità, la gratifica immediata e la rapida risposta emotiva".

Le affermazioni sulla contrapposizione e inconciliabilità fra codice scritto e televisione non sono particolarmente originali, direi anzi che si rifanno a luoghi comuni datati. Senza fare ricorso alle tecnologie che consentono la multimedialità (e dunque all'idea di avere, sullo stesso supporto o canale la compresenza di testi scritti, immagini in movimento e comunicazione audio) vale la pena ricordare che il semplice uso di un videoregistratore fa sì che la comunicazione televisiva non possa essere più considerata, con impotenza, semplicemente solo un "flusso", a cui abbandonarsi emotivamente senza poter mai essere sottoposta a esame razionale.

Postman inoltre parla di due "mondi" separati. Ma a cosa si riferisce? Al mondo dei destinatari, lettori e telespettatori? o al mondo dei produttori, della carta stampata e della televisione? In che modo verificare l'incompatibilità e la totale differenza fra i due mondi?

È un luogo comune diffuso, confermato spesso dall'esperienza soggettiva, quello secondo cui oggi si legge molto meno perché si guarda molta più televisione. Se però si dà un'occhiata alle statistiche relative al numero dei lettori dei quotidiani in Italia in un periodo in cui l'offerta televisiva si è moltiplicata a dismisura, e cioè dagli anni settanta agli anni novanta, le percentuali dei lettori sul totale della popolazione risultano costantemente in crescita. Più sensibili sono gli aumenti che riguardano le donne (dal 46,1% del 1972 al 55,5% del 1992), coloro che appartengono a condizioni socioeconomiche inferiori (dal 23,9% del 1975 al 49,5% del 1992) e coloro che hanno il titolo di studio elementari nessun titolo (dal 45,6% al 56,5%). In quelle stesse fasce della popolazione si concentrano più numerosi i cosiddetti "teledipendenti", ovvero coloro che, insieme ai bambini, risultano più esposti al mezzo televisivo.

Sembrirebbe dunque, dando credito alle statistiche, che al di là delle impressioni soggettive, l'aumento del consumo televisivo non impedisca un aumento del consumo dell'informazione scritta. Anzi, c'è chi sostiene che a governare i comportamenti non sia per niente la logica dell'esclusione di un mezzo a vantaggio di un altro ma, all'opposto, la cosiddetta "logica di implementazione", di cui parla il sociologo milanese Marino Livolsi:

"Dall'essere esposti a molte e differenti proposte provenienti dai diversi media deriverebbe una spinta all'autorafforzamento complessivo individuale, in quanto le molte

zione e/o età e/o genere...) con gli altri lettori del medesimo libro che non piuttosto con gli altri spettatori del medesimo programma.

Lo studioso americano Joshua Meyrowitz valuta molto positivamente la funzione di rottura esercitata dai media elettronici dei "sistemi informativi specialistici e separati creati dalla stampa":

"Oggi le informazioni sono molto più condivise dai diversi settori della popolazione. Ciò che molti individui apprendono e sperimentano attraverso i media elettronici dipende relativamente poco dall'età, dal tipo di istruzione e dalla posizione sociale. Per esempio, se analizziamo che cosa le persone guardano alla televisione e per quale durata, le analogie tra gruppi diversi per età, razza, sesso e classe sociale sono molto più importanti delle differenze⁵³.

Per dirla con uno slogan, la carta stampata divide, la televisione mischia. La prima crea pubblici specialistici e separati, inaccessibili a volte per buona parte della popolazione; la seconda non consente alcun permanere di quelle divisioni. I bambini ad esempio, esclusi dalla comunicazione scritta degli adulti (a loro è destinata un settore di editoria specializzata: i libri per bambini, i giornali per bambini, ecc.), non hanno esclusioni di sorta rispetto dalla comunicazione televisiva. Ciò non è affatto valutato negativamente da Meyrowitz. Merito della TV è avere imposto la rottura di alcune discriminanti e di alcune barriere forti sia tra i generi sia fra le generazioni: ha svelato ai bambini e alle donne la parte dei "retroscena" degli adulti e dei maschi. Li racconta per come sono, non solo per come essi si rappresentano.

Nello specifico l'opinione dello studioso americano è che una parte del cambiamento dei costumi avvenuto a partire dagli anni '60, compreso il '68, sia derivata proprio dal fatto che la gioventù del mondo aveva avuto attraverso la TV l'accesso al mondo degli adulti in modo più diretto e privo di veli, per questo era stato più difficile il mantenimento di alcune relazioni gerarchiche fondate su principi di autorità indiscussi.

L'edizione originale del libro di Meyrowitz è del 1985. In effetti molte cose sono cambiate da allora nel mondo della televisione. In tutto l'occidente, e in questo l'Italia è stata "all'avanguardia", il numero dei canali televisivi si è moltiplicato in modo esponenziale. Oggi le nuove tecnologie di comunicazione consentono l'offerta di canali "mirati" per pubblici di "nicchia" disposti a pagare per le singole trasmissioni. Ciò significa che il pubblico dei telespettatori è in parte destinato a perdere quelle caratteristiche di "genericità" che lo aveva così differenziato dal mondo dei lettori e presumibilmente al suo interno si formeranno sempre più differenti pubblici di consumatori, con alto grado di omogeneità al loro interno.

In prospettiva, dunque, quelle caratteristiche che sembravano così differenziare il mondo della carta stampata da quello della televisione sembrano destinate a perdersi.

Giornalisti e TV

Se non sono separati i mondi di chi, nelle varie forme e attraverso i vari mezzi, consuma informazione e comunicazione, commissioni e interdipendenze risultano essere quanto ma evidenti anche fra chi quell'informazione e quella comunicazione per mestiere produce.

Anche per i giornalisti della carta stampata si registra infatti un serio problema di "tele-dipendenza" indicato come una delle cause profonde del mestiere di giornalista.

Così Umberto Eco in una delle sue "Bustine" pubblicate sull'"Espresso" nel 1992:

"L'agenda dei quotidiani è fissata dalla televisione. Chiunque può decidere cosa andrà

suggerzioni porterebbero a più variegati interessi da soddisfare in vari modi (...). I diversi mass media potrebbero essere considerati come una sorta di 'parte specialistica' del sistema globale dei media, che si presenta in tal modo, sempre più come un insieme".

In altre parole gli stimoli e le soddisfazioni provenienti da un canale di informazione fanno sì che si cerchino altri stimoli e altre soddisfazioni attraverso altri prodotti e altri mezzi. Ma è probabile, sempre secondo Livolsi, che si sviluppino, in senso opposto, "sinergie di consumo monotematiche", ovvero che aumenti il consumo di tutti i mezzi di informazione a partire dall'interesse per un singolo mezzo o un singolo tema. Questo, per esempio, spiegherebbe il successo di una rivista come "Sorrisi e Canzoni TV", il settimanale di gran lunga più venduto in Italia: i "teledipendenti" prolungherebbero il proprio interesse esclusivo per la TV attraverso l'acquisto della rivista specializzata sulla televisione.

Nell'uno e nell'altro caso - diversificazioni del consumo dei mezzi a partire da interessi diversi o diversificazione del consumo dei mezzi a partire da un unico interesse - si è sempre comunque di fronte a "mondi" non divisi, a comportamenti che riconoscono funzioni specifiche a mezzi di comunicazione diversi all'interno di un unico sistema, quello dei media.

Dopo aver sostenuto l'impossibilità di concepire come mondi inconciliabili e separati quello dei lettori e quello dei telespettatori occorre precisare che non si intende in alcun modo l'eguaglianza e l'indistinguibilità totale fra i due tipi di pubblici a cui, lo ricordiamo, le persone possono contemporaneamente aderire.

Se facciamo riferimento alle statistiche sopra ricordate a proposito dei lettori di quotidiani (e cioè coloro che al momento del sondaggio hanno letto almeno un quotidiano nei giorni sette giorni) è facile notare come l'identikit del forte consumatore è, nonostante gli incrementi nelle fasce sopra citate, sempre quello del maschio adulto, laureato, di condizione socioeconomica superiore, abitante nelle regioni del nord del paese. Impossibile è invece delineare i contorni netti del forte consumatore dei telegiornali. Il pubblico infatti risulta omogeneamente distribuito fra tutte le fasce sociali, fra le varie generazioni di adulti, fra i vari gradi di istruzione e anche fra i generi.

In altre parole il pubblico della carta stampata è tendenzialmente omogeneo e l'omogeneità risulta molto più grande se si distingue all'interno delle varie testate giornalisti che o ancor più all'interno dei vari generi di lettura mentre, all'opposto, il pubblico della televisione è tendenzialmente disomogeneo. L'accesso al codice scritto è ostacolato da vari livelli di difficoltà, che finiscono per discriminare e selezionare i vari pubblici, non così l'accesso all'informazione visiva che non sembra porre ostacoli alla comprensione, non esclude nessuno e quindi non differenzia. Ricordiamo inoltre che, oltre ai codici adottati, una differenza significativa nella composizione dei pubblici è determinata anche dalle forme di commercializzazione: un prodotto a stampa si acquista di volta in volta, implica quindi, sempre, un momento di decisione economica, non così un prodotto televisivo (almeno per quanto riguarda la TV generalista ancora predominante) che implica al massimo il pagamento (quando si paga) di un canone una volta per tutte, molto simile al pagamento di una tassa (che non implica nessuna "scelta" personale).

Se si riflette sui comportamenti che ognuno di noi adotta è facile intendere meglio a cosa si sta facendo riferimento. Nessuno di noi, in genere, acquista un libro "a caso"; a noi non ha il piacere che veda "per caso" un certo programma televisivo. È, di con-

in prima pagina il giorno dopo mettendosi in mutande durante un'intervista con Pippo Franco (...).

I quotidiani hanno già il problema assai serio che arrivano in ritardo rispetto ai telegiornali e, per ovviare allo spiacevole inconveniente decidono di arrivare in ritardo anche rispetto alle trasmissioni di varietà⁴.

L'opinione di Umberto Eco è dunque che l'informazione a stampa ha perso nella concorrenza con l'informazione televisiva non solo perché quest'ultima raggiunge prima il pubblico ma soprattutto perché i giornali, nell'inutile tentativo dell'impossibile inseguimento, finiscono per essere del tutto condizionati: finisce per essere notizia qualsiasi cosa passa per televisione.

Da qui l'ansia di dire "tutto", che pare si respiri nelle redazioni giornalistiche: non è consentito "bucare" una notizia, la quale è tale solo perché il passaggio televisivo ha decretato la significanza.

Siamo di fronte a quel "diluvio dell'informazione" di cui parla Postman: si è invasi da informazioni che non subiscono alcun processo di selezione né sono sottoposte ad alcuna gerarchia di valori. Giorgio Bocca così esprime il suo disagio:

"La lettura mattutina dei giornali è come un mal di mare con occhi annebbiati e un po' di nausea (...) attenti al caravanseraglio dell'informazione globale che alla fine produce il nulla, attenti al caleidoscopio di facce, di interviste, interviste che alla fine diventano cortine fumogene".

La citazione di Bocca ci ricorda anche un altro aspetto particolare nella competizione fra i diversi mezzi di comunicazione: l'influenza che la TV esercita sulla carta stampata non si limita solo al condizionamento rispetto alla scelta delle notizie, o all'inseguimento della molteplicità delle informazioni, ma riguarda anche l'aumento di comunicazione visuale presente nella stessa carta stampata. I giornali sono sempre più stracarichi di fotografie, vignette, schemi, disegni, grafici. Il pubblico televisivo è un pubblico ormai abituato a una grande quantità di comunicazioni per immagini, la carta stampata cerca, anche grazie all'uso delle nuove tecnologie di composizione e all'uso della *computer graphic*, di adeguarsi a quella abitudine di comunicazione. Andiamo dunque in qualche modo verso un'informazione che, anche se a stampa, punta ugualmente a catturare la nostra attenzione attraverso elementi visivi.

Ma ritorniamo al tema del diluvio delle informazioni. La citazione che segue è di Alberto Papuzzi, giornalista de "La Stampa":

"Il vero nemico del giornalismo democratico non è più rappresentato dalle censure o dalla manipolazione: il nemico è interno al sistema informativo, è annidato nelle pieghe di un'espansione disordinata. Il rischio del giornalismo è di esplodere in una babele di notizie e di parole".

Il rischio dei giornalisti della carta stampata è anche quello di smarrire il senso del proprio mestiere. Quella che segue è la riflessione di un inviato del "Corriere della Sera":

"La guerra del Golfo mi ha fatto capire, più di ogni altro servizio, che noi inviati siamo veramente in estinzione. Quando la sera io telefonavo al "Corriere della Sera" la risposta era quasi sempre: "queste notizie le abbiamo già, l'abbiamo già vista su CNN" (...). La televisione per forza di cose ci precedeva".

Spesso ai giornalisti della carta stampata, smarrita la funzione di fornire le ultime notizie, è sembrato che l'unica possibilità di continuare il proprio mestiere fosse quella di utilizzare la scrittura puntando sull'emozione e sull'intrattenimento.

Vale a questo punto la pena ricordare la citazione di Postman dalla quale si sono prese le mosse. In essa si contrapponevano il mondo della parola stampata "che punta

sulla logica, i rapporti di successione, la storia, l'esposizione, l'obiettività, il distacco e la disciplina" e il mondo della televisione "imperniato sulla fantasia, il racconto, la contemporaneità, la simultaneità, l'intimità, la gratifica immediata e la rapida risposta emotiva". Pare proprio che quelle caratteristiche positive indicate da Postman per la carta stampata siano del tutto dissolte e poca differenza possano ormai farsi fra i due mondi fortemente omologati. Le critiche che Postman rivolgeva al mondo televisivo non sono diverse da quelle che nei confronti della carta stampata giungono da parte di coloro che per mestiere a quel mondo appartengono. Metafore, come quella del caravanseraglio o della torre di Babele, non rinviano infatti esattamente a logiche di ordine e disciplina e la critica al ritorno delle "belle penne" e dei commentatori brillanti la cui virtù principale è quella di essere accattivanti non fa pensare ad esposizioni che puntano sulla logica e sul distacco.

Conclusione

Chi scrive si augura di essere riuscita ad argomentare in modo soddisfacente il proprio punto di vista, e cioè la necessità che nelle scuole si consideri con specifica attenzione la comunicazione televisiva, l'impossibilità di considerare separati i mondi della carta stampata e quelli televisivi, l'impossibilità di ritenere aprioristicamente superiore (e portatrice di valori) la comunicazione scritta, in quanto razionale, nei confronti della comunicazione audiovisiva, in quanto emozionale.

Tutto ciò, ovviamente, ha il valore di premessa. Il problema da risolvere è come nelle scuole si possa, nel concreto, affrontare un percorso didattico nei confronti del linguaggio audiovisivo in genere e televisivo in particolare predominante nella nostra società. In altre parole, come addestrare all'esercizio di quell'opera di selezione e discriminazione, e cioè di controllo sul "diluvio di informazione", che si fonda sulla capacità di valutare una comunicazione che appare naturale e semplice ma che invece è straordinariamente complessa per la presenza di più codici e per esser frutto di un processo di lavorazione (o di manipolazione, se si preferisce e se si considera il termine in modo neutro) di cui sovente non si ha alcuna consapevolezza?

Gli insegnanti non hanno avuto nessuna "istruzione" specifica a riguardo né, in molti casi, l'esperienza personale è di grande aiuto. Inoltre, spesso possono avere la sensazione di essere "alla pari" con gli allievi, se non, addirittura, in una condizione di inferiorità. Già un bambino, davanti ad un televisore, esercita le sue "competenze": sa sovente usare il videoregistratore, riconosce i generi delle trasmissioni, sa scegliere il proprio palinsesto.

Il fatto che esistano difficoltà e limiti non è comunque sufficiente per decretare l'impossibilità di una pratica didattica o la rinuncia al proprio ruolo di docenti. La soluzione del problema non può che essere un forte impegno nell'aggiornamento e nella sperimentazione.

¹ Neil Postman, *Tecnopoli. La resa della cultura alla tecnologia*, Torino, Bollati-Boringhieri, 1993, pag. 16

² *Ibidem*, pag. 22

³ Fonte Isegi, in M. Livolsi, "I lettori della stampa quotidiana e periodica (1972-1992)", in V. Castronovo e N. Tranfaglia, *La stampa italiana nell'età della TV 1975-1994*, Roma, Laterza, 1994, p. 544

⁴ *Ibidem*

⁵ J. Meyrowitz, *Oltre il senso del luogo. L'impatto dei media elettronici sul comportamento sociale*, Bologna, Baskerville, 1993

⁶ U. Eco, "L'Espresso", 23 agosto 1992

⁷ G. Bocca, "L'Espresso", 8 novembre 1992

⁸ A. Papuzzi, *Il mestiere del giornalista*, Roma, 1993

⁹ E. Mo, "Galassia", 12 dicembre 1992