

femiglie ricche ed intellettuali acquistavano l'apparecchio radio. Ma in America, dove si svilupparono le radio libere che, per la concorrenza spietata, trasmettevano molta musica – una ricchezza apprezzata da tutti – gli utenti impararono a fabbricarsi le radio a galena, come fecero poi in Italia al tempo della guerra per sentire Radio Londra nel paese in guerra! Quindi, gli effetti sono limitati dalla storia che caratterizza le ricezione, effetti che possono essere calibrati così da modificare i difetti che emergono nella formazione dei media.

Bisogna però riconoscere che la teoria dell'inoculazione va citata perché la capacità propagandistica e pubblicitaria dei media è fortissima e non è paragonabile a quella di altre forme di cultura: basta però paragonare il sapere scolastico e il sapere mediatico per capire che quel che rende senza confronto il successo della TV è proprio l'aver elaborato e seguito il metodo di rivalutazione dell'interesse e del gioco – che inizia, nel mondo della scuola, da Pestalozzi ed Herbart, cioè poco dopo la Rivoluzione Francese. Mentre la scuola non ha proseguito l'applicazione della ricerca sul gioco nemmeno ai grandi, non ha dato l'acceleratore sui metodi che fanno appello alla stimolazione dell'interesse degli allievi sull'obbligo a studiare, la televisione ha trasformato il sapere in un gioco. Non essendo la RAI un ente formatore, e tanto meno le TV private, non ci sono educatori o pedagogisti o formatori coinvolti nella programmazione; risulta evidente che così il gioco è diventato povero di cultura, di cultura seria, e troppo spesso la tv è un formatore che propaga una cultura poco condivisibile, i cui effetti iniziano a vedersi nel disorientamento dei giovani. Comunque, la televisione ha fatto bene il suo mestiere commerciale: oggi però chi si occupa di formazione deve meditare e capire dai buoni programmi realizzati nel mondo dei media che molte cose possono essere prese e trasformate in momenti di formazione. L'esempio più chiaro è comporre testi come i documentari tra quelli che si compongono a scuola, favorire l'educazione estetica, da sempre apprezzata come amore e pratica delle arti, considerandola però lo spunto della conoscenza creativa. Occorrono insomma nuove didattiche, tra cui quella della conversazione, praticata in talk show guidati da approfondimenti precedenti e successivi.

Si dice infatti che la conversazione sia scomparsa mentre è evidente che è il genere televisivo più diffuso, ma è spesso una cattiva conversazione, che non ne conosce le regole. Non usare parole straniere era una regola nel classico gioco della conversazione praticato ad Oxford, ma erano altri tempi, quando queste parole erano non note a tutti, e quindi escludevano alcuni conversatori; la società multiculturale invece spesso adopera termini senza tradurli proprio per richiamare accenti speciali. Ecco che le nuove abitudini, la nuova storia, rende le lingue permeabili e capaci di arricchirsi a vicenda. Ma le regole devono comunque salvaguardare nella conversazione il turno di intervento, quindi non si deve parlare di persone conosciute da pochi, fare conferenze, parlare del proprio lavoro senza dar spazio agli altri. Alcune trasmissioni televisive salvaguardano

i tempi, ma altre regole non son spesso rispettate, come la buona educazione indispensabile ai conversatori per continuare la loro attività.

Se si guarda alle lingue europee, si trova che play, che vuol dire gioco, come anche jeu e Spiele, indicano insieme anche la scena teatrale o filmata: il gioco si arricchisce di temi come fantasia, ripetizione, scena, regole, tecnica, witz-arguzia – tutti percorsi centrali dell'estetica. Il gioco si mantiene diverso nella paidia, sottolinea Caillois, la risata di gola dei bambini dopo la corsa, quel divertirsi con nulla, cui basta la gioia di vivere e di vincere – che resta nella mente come ebbrezza della vittoria anche quando si è stati sconfitti. Perché lì davvero quel che conta davvero è solo giocare.

Parlando di comunicazioni di massa, così attraversate dalle scene teatrali, ha quindi molto senso arlare del gioco; Il piacere della vittoria è tipico del gioco come l'impegno, si accompagna alla coazione a ripetere, il negativo del gioco, quel che genera la malattia da gioco, cioè il desiderio di vincere facile e senza impegno. Godere il piacere dei giochi di rischio - senza il rischio, insegna anch'esso molte cose. La vittoria è conquistare la signoria del mondo fantastico in cui si vuole vivere, esser padroni della televisione, studiata in modo da chiamare tutti al gioco, ciascuno attratto da un play adatto a lui, grandi e piccoli giovani e vecchi.

Ma soprattutto la grande relazione dei media col gioco è la lingua, che perde tutte quelle caratteristiche di bellezza arzigogolata che veniva richiesta dalla retorica, per mostrare tutto e subito il livello di cultura del parlante. Non c'era il motore di ricerca a vantare le doti di ognuno, il forbito parlare ed argomentare diceva subito quanto si era assimilato e quanto personalmente elaborato studiando. I media riducono tutti al silenzio, o a dire così poco da essere difficile mostrarsi migliori, con grande vantaggio degli svantaggiati... e sembra un pregio democratico l'ignoranza... la televisione usa sempre il linguaggio del gioco, brevi dialoghi, molte immagini, invito a giocare senza troppo riflettere – ecco perché le scienze dell'educazione devono illuminare il cammino con i risultati delle ricerche sul vissuto nel mondo dei media. Testi consigliati per approfondire (continua)

C.Gily Reda (autore o curatore, sono free in www.oscom.unina.it) :

AGON, Graus editore, 2007

Cosa vuol dire formazione, in M.Cappuccio, A.Sarti, Remo Cantoni, CUEN, 2007

Ecologia dei media, Pironti 2004

In-lusio, Il gioco come formazione estetica, Graus editore 2002, 2° www.scriptaweb.it 2006

Manuale di Ludodidattica dei media, Graus 2003

Techné, teorie dell'immagine, www.scriptaweb.it, 2007

Tecnologia umanistica per l'educazione alla complessità, Graus 2007

Associazione
BLOOMSBURY
Editore



OSCOM-ONLUS
Osservatorio di
Comunicazione

QUINDICINALE ON LINE
DIRETTORE FRANCO BLEZZA

Anno XIX Numero 13

MONDO AMBIENTE

autorizzazione 5003 del Tribunale di Napoli – ISSN 1874-8175 del 2002

DIRETTORE RESPONSABILE CLEMENTINA GILY

WOLF

1-15 LUGLIO 2020