



## IL LEMBO DEL MANTELLO

di Carlo Maria Martini

### DIALOGHI COL TELEVISORE

### DIALOGO DI UN FEDELE CON IL SUO TELEVISORE

#### 7) I “media” da mezzi ad ambiente

Sono passati appena trent'anni dai primi programmi televisivi e i *media*, soprattutto la TV, non sono più quelli di ieri.

Ti osservo e mi accorgo di quanto sei cambiato. Vorrei provare ad esprimere questo mutamento. Alle origini avevi una funzione autorevole di informazione e formazione, di mezzo e veicolo di conoscenze. Oggi sei un paesaggio, determini una cultura, un modo di pensare e di vivere. Radio, TV, computer, videoregistratori, ecc. fanno parte dell'arredo della nostra casa, ci accompagnano in ogni momento. Nelle grandi stazioni delle metropolitane europee, mentre si aspetta il treno, diversi schermi televisivi riempiono l'attesa con spot pubblicitari o video clip. La stessa cosa avviene in certi supermercati. Più che guardare siamo costantemente guardati da tanti piccoli o grandi schermi.

Tale paesaggio che da ogni parte ci avvolge ha una caratteristica: è eccitazione, stimolazione sensoriale. Il luogo dove questa caratteristica è maggiormente evidente – e non a caso è tra i luoghi più amati e frequentati dai giovani – è la discoteca con il suo *mix* di musica, effetti luminosi, video. Il linguaggio elettronico dei *media* non si rivolge anzitutto all'intelligenza bensì ai sensi e all'emotività, è eccitazione ben prima di essere concetto.

I *media* non sono più uno schermo che si guarda, una radio che si ascolta. Sono un'atmosfera, un ambiente nel quale si è immersi, che ci avvolge e ci penetra da ogni lato. Noi stiamo in questo mondo di suoni, di immagini, di colori, di impulsi e di vibrazioni come un primitivo era immerso nella foresta, come un pesce nell'acqua. E' il nostro ambiente, i *media* sono un nuovo modo di essere vivi. Ma vivi come? Di recente è stata sviluppata la seguente tesi: come l'ideologia dispensa dal pensare, come la burocrazia dispensa dall'agire, così i *media* dispensano dal sentire (cf M. PERNIOLA, *Del sentire*, Einaudi, Torino, 1991). I sentimenti superficiali scacceranno quelli più profondi?

Qualche anno fa, quando anche da noi comparvero i primi *walkman*, molti si stupirono e di indignarono. Questi ragazzi che con la cuffia incollata agli orecchi ascoltano musica mentre vanno per la strada o in bicicletta, magari assumendo nell'andatura e nella postura del corpo il ritmo della musica, questi ragazzi non ascoltano musica, ma diventano musica. Il linguaggio eccitante, stimolante che ci avvolge, che cosa produce in noi, soprattutto nei nostri ragazzi?

**TV.** *Ma non puoi negare che dai media vengono parole, contenuti, messaggi che si rivolgono anche all'intelligenza.*

Sì, ma dietro le parole e le immagini c'è la modulazione che, per lo più, sfugge al controllo della nostra coscienza. Dicono gli esperti che tale modulazione, nei *media*, rappresenta il 70% del messaggio. Più che le idee, più che i contenuti conoscitivi, conta la modulazione.

La comunicazione mediale non è allora anzitutto trasmissione di conoscenze da un emittente a un ricevente. Comunicare è sempre più trasmettere stimolazioni, condividere intense vibrazioni. E questa cultura, fatta di vibrazione emotiva e, perciò, fortemente coinvolgente, comporta seri interrogativi soprattutto per le giovani generazioni. Il pericolo è quello di appiattire la verità sulle mie sensazioni, sul mio vissuto emotivo.

Spesso capita di sentir dire: "E' vero, perché io lo sento vero". Quante persone legano le loro scelte, anche religiose, a uno stato d'animo, al fatto di "sentirsi...". Così si finisce per considerare vero solo ciò che è filtrato attraverso il proprio vissuto soggettivo ed emotivo. Non poche esperienze religiose più recenti si affidano più al "contagio" emotivo di gruppo, alla vibrazione sensibile, che alla forza obiettiva e persuasiva della Parola. Perciò in questi anni è stato chiesto a tutti, particolarmente ai giovani, di mettersi alla Scuola della Parola. Guai a chi trascura la forza creativa e formativa della Parola.

(Libera scelta e trascrizione a cura di Giovanni Corallo)