La tivù vince

Autore: Maria Rosa Pagliari
Fonte: Città Nuova

«Perché tra stampa, radio, Internet e televisione, quest’ultima ha ancora un impatto decisamente maggiore?».

Flavio – Palermo

Probabilmente le risposte sono molte, ma una, in particolare, che ribadiscono gli studiosi, mi sembra interessante: radio, stampa e Internet si avvalgono, prevalentemente, della parola, e la parola non riesce a spingersi là dove giunge invece l’immagine, la percezione visiva. E le immagini che passano in televisione oggi sono vincenti per l’uso stesso che noi tutti facciamo del mezzo televisivo.

Una ricerca infatti ci ricorda che ben il 76 per cento degli utenti accende la televisione con il desiderio di rilassarsi. Cosa significa questo? Che scegliamo il dispositivo che ci assorbe senza richiedere da parte nostra particolari sforzi. È probabilmente questo che rende il mezzo televisivo vincente rispetto agli altri media: la passività.
Ed è per questo che, nella maggior parte dei casi, le trasmissioni televisive, telegiornali compresi, sono sempre più costruiti in modo da non suscitare troppi problemi, omogeneizzando notizie e opinioni, deviando piuttosto verso l’effimero o i casi di cronaca nera (circoscritti ed eccezionali, nella loro brutalità).

Se l’utente si rende privo di pensiero critico davanti al mezzo tivù, ecco allora che questo può essere sfruttato allo scopo di lanciare messaggi senza però esplicitarli, come può essere il modello di uomo, di donna o di società vincente.
Tutto ciò ci deve far riflettere, specie come genitori ed educatori, su quanto la televisione sia un medium con un “peso” senza eguali, e che educarci innanzitutto a scegliere ciò che vogliamo guardare ci permette un uso più critico e consapevole. Ai bambini e ai ragazzi serve il nostro esempio, decidere con loro ciò che guardano e il costante interesse per ciò che hanno visto!

spaziofamiglia@cittanuova.it