

Fuori Collana

17

*(Collana diretta da Dino Paris)*

© 2005 Oreste Sagramola

ISBN: 88-7853-041-7

I<sup>a</sup> edizione settembre 2005

Edizioni **SETTE CITT**

Via Mazzini 87

01100 Viterbo

tel 0761354620

fax 0761270939

[info@settecitta.it](mailto:info@settecitta.it)

[www.settecitta.it](http://www.settecitta.it)

*Oreste Sagramola*

# MASS-MEDIA E INFANZIA

EFFETTI POSITIVI E RISCHI DELLA TELEVISIONE.

COME TUTELARE I MINORI.

**SETTE CITT**



## INTRODUZIONE

L'espressione "Mezzi di comunicazione di massa", oggi largamente in uso benché non esente da aspetti di ambiguità e discutibilità, possiede una sua pregnanza semantica nei tre termini che la compongono: comunicazione, mezzi, massa.

Il comunicare è un bisogno connaturato nell'individuo in quanto essere sociale. Nella sua forma essenziale, la comunicazione, consistente nello scambio di messaggi, consta di tre elementi: un emittente, un ricevente, un messaggio.

L'emittente è la sorgente della comunicazione, il ricevente ne è il destinatario, il messaggio è ciò che si trasmette o si riceve.

Nella sua struttura più complessa e articolata, l'atto comunicativo include pure un apparato di trasmissione, un apparato di ricezione, un canale, ossia il veicolo in cui transita il messaggio. Quest'ultimo può avere un codice verbale, iconico, sonoro, a seconda che i suoi segni siano parole, immagini, suoni.

Il processo comunicativo si articola nelle due grandi fasi dell'emissione (*output*), dell'immissione (*input*) ed è regolato da un meccanismo di autocontrollo: *feedback*. Nel pro-

cesso comunicativo può interferire, ai vari livelli e momenti, una variabile di disturbo.

Per comunicare, l'uomo si serve di mezzi che si evolvono nel tempo. Inizialmente la comunicazione avviene solo con i mezzi fisiologici (parola, orecchio), poi, con l'invenzione della scrittura, il messaggio si traduce in segno grafico. L'invenzione della stampa riproduce i messaggi e ne consente la moltiplicazione e la diffusione. Oggi, nella nostra civiltà tecnologica, gli strumenti moderni del comunicare sono elettronici (radio, TV, cinema, computer) e rappresentano, come afferma M. McLuhan, un'estensione dei sensi umani. È, la nostra, l'era della comunicazione di massa che supera ogni barriera sociale e geografica per rivolgersi ad un pubblico numeroso e indifferenziato, raggiungendo dimensioni planetarie.

Tra i media elettronici, la televisione, che realizza un uso combinato dei codici verbale, iconico e sonoro, è quella che, per antonomasia, si rivolge ad un pubblico di massa, definito da Wright "vasto, eterogeneo, anonimo".

La televisione è una realtà assai importante ed incidente nel nostro paesaggio culturale. Essa avvicina i popoli, facendo del mondo un "villaggio globale" (McLuhan), unifica linguisticamente, arricchisce culturalmente e informativamente, adempie a funzioni di svago, di informazione, di istruzione.

Il fenomeno televisivo segna un epocale cambiamento di prospettiva culturale, portando alla preminenza dell'immagine sulla parola.

Notevoli sono gli effetti che la televisione produce nell'educazione e nella scuola: modifica la situazione di apprendimento e il ruolo del docente; con gli altri audiovisivi dà vita alla cosiddetta "scuola parallela" (Friedman).

La televisione influisce notevolmente sulla vita e la formazione dei bambini e degli adolescenti, con effetti positivi congiunti a rischi e danni. Per i primi, il video accresce le conoscenze, stimola gli apparati senso-percettivo e intellettuale, è accattivante con la presa suggestiva delle sue immagini. Ma un impiego eccessivo e non razionale della TV può provocare nei minori danni di natura fisica (obesità, miopia, problemi uditivi), psichica (calo delle capacità di concentrazione e attenzione, effetti ipnoidi, passivizzanti e conformizzanti che possono pregiudicare i poteri critici e creativi dei soggetti in formazione), morale (veicolazione di messaggi e immagini pornografici e violenti). Da qui la necessità di una adeguata tutela dei minori dai danni del video, che chiama in causa i genitori, la scuola, le istituzioni pubbliche.

La famiglia non deve lasciare da solo il bambino nella fruizione televisiva, ma assisterlo e guidarlo nell'uso critico di essa, offrendo altresì alternative, nel tempo libero dei figli, quali letture, svaghi all'aperto, rapporti con i coetanei, ecc.

La scuola, mediante l'opera degli insegnanti, deve svolgere una funzione di filtro critico e di mediazione pedagogica nei confronti della televisione, integrandone i programmi e le proposte in una opportuna e positiva programmazione educativa.

Gli erogatori del servizio televisivo e le agenzie pubblicitarie hanno doveri di rispetto dei minori e responsabilità di controllo e moralizzazione delle emissioni. Importante, in quest'ultimo senso, è il Codice di autoregolamentazione TV e minori che, predisposto da esperti dei media e studiosi delle problematiche giovanili, si propone di tutelare i minori dai danni della televisione, rispettandone il diritto ad un sano e sereno sviluppo fisico, psichico, morale e sociale.

In presenza di alcuni elementi, che indubbiamente attestano un'accresciuta attenzione alle esigenze dei minori nel

loro impatto con la TV, è plausibile affermare che si possono dischiudere prospettive concrete per una televisione veramente a misura del bambino? Ciò è possibile se il servizio televisivo rispetta fino in fondo i bisogni del minore, gli dà spazio e imposta il rapporto TV-utenza infantile non solo in termini di fruizione della televisione da parte dei ragazzi, ma, creativamente, anche in termini di valorizzazione delle capacità e possibilità dei bambini di “fare” televisione, come dimostrano alcune valide esperienze innovative condotte anche in Italia.

L'Autore.



PRIMA PARTE  
LE COMUNICAZIONI DI MASSA

