



## QUEL VISIONARIO DI MC LUHAN

editoriale del direttore Giorgio Rinaldi



I sociologi, gli psicologi, gli esperti della comunicazione lo conoscono bene. Per quasi tutti gli altri è un illustre sconosciuto.

E' l'uomo che diversi decenni orsono conìò un ossimoro diventato famoso: il villaggio globale.

Tutti in costante comunicazione con tutti, dalla globalizzazione culturale indotta dai *media* a ciò che internet è capace di darci e che Mcluhan aveva solo intuito, in quanto vissuto in pieno inizio dell'era televisiva.

La tesi che ha reso famoso lo studioso dei mezzi di comunicazione è quella secondo cui "la comunicazione si identifica con il mezzo che la identifica" e, quindi, è lo stesso *medium* che è il messaggio.

Non è qui la sede adatta per disquisire sul pensiero di Mcluhan, ma le sue tesi, da egli stesso paradossalmente più volte confutate, tornano utili per tentare un ragionamento su alcuni avvenimenti cui –volenti o nolenti- dobbiamo fare i conti.

- 1) I non più giovanissimi ricorderanno, per esempio, l'apodittica affermazione che si soleva ripetere portandola a sostegno vittorioso di una qualche propria idea: l'hanno detto pure alla televisione !

Il vero dogma, quasi con connotazione divina, era citare quello che poi divenne il Tg1: l'ha detto il telegiornale !

Non era più ammessa prova contraria, il mezzo che aveva riportato l'informazione era superiore al contenuto stesso ovvero all'informazione stessa.

- 2) A proposito di notizie, è sempre il mezzo che rende la notizia tale o meno.

Prendiamo l'Iraq: non più di un anno fa occupava quasi quotidianamente ore ed ore di trasmissioni televisive e pagine e pagine di giornali.

Improvvisamente i *medium*, per overdose di notizie su quella guerra e quel paese, per progressiva perdita di interesse da parte del pubblico, per imposizione di altre notizie ritenute di più attualità o importanza, hanno cancellato ogni notizia sull'Iraq che così è letteralmente scomparso dai palinsesti e dagli indici di ascolto.

Per il mondo, quindi, ad eccezione dell'Iraq, Bagdad è ritornata ad essere la città di Ali Babà e delle "Mille e una notte".

La guerra ? Non esiste più, o forse non è mai esistita. La fame, la miseria, la disperazione, i morti, i mutilati ? Non esistono, o forse non sono mai esistiti.

- 3) Si parla continuamente, spesso a sproposito, di "social network", cioè di "comunità virtuali" che mettono in comunicazione e rapporto tra loro milioni di persone in tutto il mondo.

Si dice che i travolgenti avvenimenti di questi ultimi mesi, che hanno visto mettere a soqquadro il nord-africa e in molti altri stati africani e mediorientali le attuali dirigenze politiche temono per la propria sorte, sono stati pilotati dal più famoso di quelli: Facebook. La notizia è una vera e propria "bufala", come si dice quando si vuole stigmatizzare una grossolana falsità.

Basti solo considerare che chiunque può assumere l'identità di chiunque oppure mettere in "rete" una qualsiasi notizia, non vera o non adeguatamente controllata, per affermare qualsiasi cosa, o il suo contrario.

Senza considerare ipotesi di "oscuramento".

Possiamo solo lontanamente immaginare che in questo "gioco" di tecnologicamente avanzata "catena di Sant'Antonio" gli specialisti dell'informazione, i servizi segreti o le polizie al servizio di questo o quel dittatore siano rimasti a guardare e a far sì che una massa enorme di notizie ed informazioni mantenesse una genuina provenienza ed una mirata destinazione ?

E' difficile crederlo.

Come si può "lanciare" un appuntamento di massa in un dato luogo con il proposito di rovesciare un regime, allo stesso modo qualche interessato, molto più potente, può inserirsi nel "giochino" e "lanciare" indicazioni, parole d'ordine, provocare *rendez-vous* di segno totalmente opposto.

Meglio la posta elettronica o il telefono.

Intanto, Facebook è diventata un'industria miliardaria...

Oggi tra i più giovani si dice: l'ho letto su facebook.

La storia, a ben vedere, si ripete sempre.

Se, da un lato, il villaggio globale ha assunto le dimensioni intuite da McLuhan ed è possibile navigare nel web a caccia di

notizie, avere scambi di idee in tempo reale con persone che abitano nei luoghi più reconditi del globo, dall'altro c'è un serio problema del controllo dell'informazione che, per quanto riguarda i social network, è possibile effettuare con dei meccanismi informatici (software) che possono leggere e modificare quanto scriviamo in internet.

Nell'informazione tradizionale basta un direttore di testata al soldo di questo o di quello e qualche redattore genuflesso per manipolare le notizie (dandole prima o dopo, per intero o parzialmente, accostandole a quel contraddittore o..., etc.) per avere l'effetto sperato.

Poi, se il contenitore (TV, radio, giornali, libri, web) vanta un buon marchio (il Tg1 per esempio), l'utente continuerà a frequentarlo asetticamente e acriticamente, spesso accettando qualunque baggianata.

Come il tifoso di una squadra, che se la porta nel cuore anche se è composta solo da cosiddetti brocchi.