

# L'immagine televisiva

LUIGI TASSONI

**A**LCUNE RIFLESSIONI SUL MEZZO TELEVISIVO COME PRODUTTORE DI «IMMAGINI» A PIÙ CODICI (DALLA BASE AUDIOVISIVA, ALLA MESCOLOANZA DEI GENERI NELLE TRASMISSIONI TELEVISIVE E PERSINO DELLE LINGUE) TOCCANO DA VICINO LA DIMENSIONE DELLO SPETTATORE EUROPEO, IN MODO PARTICOLARE, DATA LA COMPONENTE MULTIETNICA E, ORMAI, MULTILINGUISTICA CHE CARATTERIZZA TANTO LA RICEZIONE QUANTO LA PRODUZIONE.

Sarebbe inevitabile, anche nell'ottica che ci siamo proposti in questo saggio, non tenere conto di quell'oggetto adibito a produrre immagini tanto prepotenti da entrare nel nostro quotidiano. Parlo, è evidente, della televisione: *mezzo* tanto amato quanto deprecato, talvolta temuto talvolta capace di creare vere e proprie dipendenze, e in ogni caso *mezzo per*, ovvero straordinaria potenzialità a tutto campo.

Quale tipo di immagine insinua nel nostro privato la televisione? E soprattutto: quale processo semiotico si stabilisce nel «patto» televisivo tra trasmissione e ricezione?

Non desidero qui affrontare problemi complessi che riguardano il campo della comunicazione in ambito sociologico, né naturalmente valutarne la portata psicologica, come è stato già fatto da esperti ferratissimi in materia. Lo scopo di questo breve saggio è meno ambizioso e riguarda semplicemente la considerazione dell'immagine televisiva, in quanto essenzialmente immagine audiovisiva, in rapporto ad un *attore potenziale* ossia il ricevente. Dunque, in questa prospettiva si darà meno rilievo ai cosiddetti *effetti di realtà* prodotti dal mezzo televisivo a danno o a vantaggio del telespettatore (cfr. Eco, 1964 (1990 c, pp. 317–357), e 1990 b (2), pp. 163–179, nonché Volli, 2000, pp. 282–284).

Quando normalmente si considera che la televisione, cioè il messaggio audiovisivo da essa trasmesso, possa produrre degli effetti di realtà si indica il fraintendi-

mento secondo il quale, con il patto di veridicità accettato dall'attore potenziale e passivo, il complesso delle sollecitazioni provenienti dal mezzo mirerebbero a riprodurre quella realtà esterna composta da referenti accessibili, comprensibili e percepibili dal telespettatore stesso. Ora, accettiamo già in partenza che così non è in quanto la televisione può essere considerata un manipolatore di referenti e un produttore di referenti che vengono solo momentaneamente scambiati per reali dall'attore potenziale, e possibili in virtù dell'azione combinata di vari tipi di significanti che sembrano ma non sono effetti di realtà. Sono invece, anche se il telespettatore lo realizza in ritardo e con attenta elaborazione mentale, effetti di una strategia narrativa, secondo le strategie possibili nei generi televisivi, sui quali torneremo più avanti. Per ora diciamo che il mezzo si riferisce a (cattura) referenti presunti reali, che agisce mediante significanti materiali audiovisivi (imitazione, documentazione, ecc.), e contemporaneamente produce referenti propri, interni alla tipologia di immagine elaborata entro lo schermo, persino in modo autoreferenziale.

Lo schermo: può lo spettatore accettare immagini schermate, fuggevoli, precarie e tuttavia presenti, senza sforzo da parte sua, là dove egli collochi un apparecchio televisivo? Lo schermo rappresenta la possibilità di ricevere la gran massa di significanti, rielaborati dal ricevente come referenti altri, referenti di uno schermo, che sembrano il mondo ma non lo sono.

La televisione è necessariamente autoreferenziale. Ma c'è una maniera del tutto opposta di creare autoreferenzialità fra il linguaggio della televisione e il linguaggio della poesia. In quest'ultimo caso il discorso e la parola configurano il Senso nella più completa inconsapevolezza del tipo di lettore a cui sarà destinato il testo, anzi provocando spesso una rottura che non mira al consenso; mentre la gratificazione, il consenso, il soddisfacimento, l'attenzione sono prerogative di quel Senso prodotto dal genere televisivo che deve andare a bersaglio verso un gruppo – tipo di riceventi (e qui casca l'asino: la poesia esige lettori il più possibile attivi, mentre la televisione no, e anzi pone la passività fra le ipotesi possibili per la trasmissione del messaggio).

A un grande poeta come Andrea Zanzotto, riflettendo in alcune pagine della fine degli anni Settanta proprio su questa relazione, veniva fatto di scrivere:

La televisione è un mezzo che potrebbe essere particolarmente attivo e creativo per *favorire un clic* nello stesso tempo individualizzato e «comunitario», dopo aver fornito i mezzi più precisi e opportuni per compiere tutti i *gradus ad Parnassum*, in maniera da arricchire il clic anche dell'auspicabile fondazione motivazionale entro una lucida consapevolezza. (Zanzotto, 1999, pp. 1329–1330)

Il clic di cui parla il poeta può scattare là dove il linguaggio produce come proposta non persuasiva ma problematica una apertura del Senso normativo e dunque anche della significazione. Qui sta il sottile atto di contraddizione della televisione: essa è in grado di elaborare la più dinamica e colossale delle semiosi ma per far ciò non deve rinunciare alla persuasività, alla chiusura del Senso ovvero alla diffusione di una norma del messaggio, alla conclusività della significazione (la poesia, si sa, è essenzialmente inconcludente, sperimentalmente inconcludente e perciò produttiva). Deve insomma indirizzarsi.

Ciò che ho appena detto è una elaborazione dinamica e colossale della semiosi poggia sul «potere» dell'immagine che è però un'immagine tanto visiva quanto uditiva, cioè configurata tanto da significanti della visività quanto da significanti acustici. E perciò a tentare di definirla, la televisione, si deve tenere conto di questa caratteristica fondante di un mezzo tra i più quotidiani, familiari, introiettivi, piacevoli e legati alle umane abitudini. Tuttavia, come fa notare Ugo Volli, «qualunque discorso sulla televisione come mezzo non può che essere ambiguo e finisce col muoversi contemporaneamente su diversi piani, ingenerando facilmente confusione» (Volli, 2000, p. 282). Il perché lo dimostra la definizione di televisione approntata dal semiologo:

Quel che chiamiamo genericamente televisione è insieme un certo sistema tecnico di trasmissione delle immagini in movimento, l'apparecchio domestico che ci permette di ricevere queste immagini, l'apparato che le produce, il complesso dei contenuti che vi circolano, la forma concreta che questo sistema tecnico ha assunto in termini di generi, di organizzazione nel tempo (*palinsensti*), di effetti cercati sul pubblico, di struttura economica e sociale. (Volli, *ibidem*)

Ma direi prima di tutto che dal punto di vista semiotico la televisione ingenera un discorso ambiguo in quanto essa è un paradosso domestico: porta in casa nell'arco completo delle 24 ore tali e tante immagini audiovisive che non si può sapere fino a che punto un individuo normale posto di fronte a tale ondata riuscirebbe a sopportarne l'urto. Insomma, prima di tutto la televisione produce un eccesso: un eccesso di codici, di messaggi, di segni, un ipercodificazione in direzioni culturali diverse, nonché un supercodice interno, a uso e consumo dell'attore che premendo il tasto del telecomando accetta il patto, e in modo del tutto differente rispetto al lettore che sfogliando la prima pagina del romanzo accetta il patto della lettura, o dello spettatore che comprando il biglietto accetta quello cinematografico.

Una delle diversità sta nella pratica dello *zapping*: si interrompe, si riprende si sostituisce, si salta per interferenze che possono spezzare ogni intenzione di coerente trama narrativa. Davanti alla TV si passa da un frammento all'altro, come per brevi scosse di indicatori audiovisivi, ma non si approda a nulla. L'attore ha riempito il tempo e forse si è riempito di immagini, ma possiede un pieno vuoto, senza direzione, senza percezione effettiva di segno.

L'immagine televisiva è diventata sempre più con il tempo il risultato di una manipolazione tecnologicamente sapiente sia sul piano visivo che su quello acustico (nella realtà raramente vediamo immagini così ravvicinate e udiamo suoni o rumori così distintamente). Perciò l'immagine, nell'intersezione di significanti audiovisivi, risulta una amplificazione. Pensiamo a una partita di calcio, con la moviola che pochi secondi dopo l'azione trasmessa in diretta secondo una diversa angolatura ravvicinata, ci dà la concentrazione assoluta sull'azione, ossia blocca l'azione stessa, il tempo, la dinamica. Il movimento dell'immagine si pone al centro del mondo, maggiormente se procede verso la stasi.

Di paradossi la televisione ne propina in gran quantità. Prendiamo quello della ripetizione delle immagini. Mentre in un normale processo comunicativo e creativo esse assumono una tipologia di progressione del discorso (Deleuze parla appunto

di ripetizione che differenzia a partire dal linguaggio letterario), entro il mezzo televisivo la ripetizione convince, cioè in qualche modo chiude o addirittura blocca il discorso in atto, indirizzandolo verso l'esterno (in pubblicità, ad esempio, verso l'acquisto del prodotto in commercio).

Eco ha individuato [cfr. Eco, 1964 (1990 b), pp. 164-165] due categorie basilari di programmi televisivi: quelli di informazione e quelli di fantasia o di finzione. Sostanzialmente tutte le tipologie possibili in tutte le combinazioni possibili si rifanno a queste due elementari categorie di base, all'interno delle quali il semiologo sottolinea una concomitanza in comune: in entrambi i casi ci troviamo di fronte a qualcuno che parla guardando in camera o a qualcuno che parla senza guardare in camera:

coloro che non guardano in camera fanno qualcosa che si ritiene (o si finge di ritenere) che avverrebbe anche se la televisione non ci fosse, mentre chi guarda in camera sottolinea il fatto che la televisione c'è e che il suo discorso «accade» proprio perché c'è la televisione. (Eco, 1990 b, p.166)

Dunque, la televisione c'è, e quell'immagine esiste perché la camera e il microfono l'hanno scelta. Possiamo dire che rispetto all'immagine scelta la televisione è una *conditio sine qua non*? Sì, possiamo dirlo, e aggiungeremo che la tecnologia televisiva non si limita a *prendere* l'immagine come referente ma la condiziona come abbiamo visto: manipolazione, amplificazione, contestualizzazione. Siamo ancora all'eccesso di produzione segnica, e probabilmente anche alla dispersione prevista di alcuni elementi significanti, come a volte la parola che diventa inutile, se arriva meno velocemente dell'immagine visiva. Talvolta in un telegiornale la notizia in sé non vale quanto un brandello di carne umana.

E però con il progredire delle tecnologie non solo il video quanto anche l'audio è oggetto di attenzioni capillari. L'immagine è sempre più prodotto della reciprocità dei due costituenti. Non a caso l'industria cinematografica se ne è servita in pieno, e proprio l'identificazione dell'immagine come insieme di significanti audiovisivi ha decretato il successo (basato sul fattore emozionale) di film come *Lo squalo*, *Salvate il soldato Ryan*, *Gladiator* o *Any given Sunday* (film che però, passati alla proiezione televisiva, non avranno lo stesso «tipo» di immagine).

E cosa accade se si decide di spegnere la televisione, di rinunciare al flusso delle immagini audiovisive, al fiume di significanti audiovisivi? L'opposto del rumore televisivo è il silenzio, il silenzio popolato del proprio *habitat* naturalmente, dunque un silenzio relativo, ma comunque subentrato a quell'effetto di straniamento e a quella percezione dell'estraneità del sé anche come fisicità che il rapporto di dipendenza televisiva produce nello spettatore.

La televisione moltiplica la possibilità di immagini, le impone sulla superficie del tessuto neuronale. Ma la mente avrà il tempo di considerarle? In effetti l'interruttore mentale non si spegne così facilmente come l'interruttore dell'apparecchio televisivo.

Dunque il mezzo televisivo può essere considerato un contenitore pullulante di segni a livello audiovisivo, di immagini-segno, di un'infinità di significanti messi

in opera attraverso vari codici utilizzabili nella narratività televisiva. Questo enorme produttore di inferenze, di tracce semiche, di semiosi, emette però messaggi virtuali dal momento che essi partono anche se nessuno li richiede, e arrivano in milioni di case con un effetto virtualmente previsto. La televisione naturalmente sfrutta al massimo le possibilità di previsione di una soglia di ricezione, di un ben individuato orizzonte di attesa, che per quanto produca messaggi medi e spesso mediocri, allo stesso tempo conosce anticipatamente un determinato pubblico, una tendenza, il ventaglio della richiesta. In questo senso possiamo dire che la televisione sorprende prevalentemente quando fornisce un «prodotto» (un programma) mirato. Eppure spesso genera una equivoca confusione sul riferimento. Possiamo infatti dire che lo sforzo maggiore dell'immagine audiovisiva sta nel manipolare adeguatamente dei referenti servendoli bell'e fatti e credibili sul piatto di un pubblico prevedibile. In questo necessita di una buona dose di passività abitudinaria da parte del pubblico.

La cosiddetta televisione interattiva è un'utopia, un'illusione creata a bella posta per rassicurare lo spettatore sulla sua stessa passività (in questo senso l'illusione è la medesima provocata dai videogiochi che sembrano giochi aperti a tutte le possibilità, mentre in effetti si basano su un prefissato circuito chiuso). Tuttavia la televisione è anche narrazione: e qui il codice narrativo audiovisivo, per esempio nel caso di inchieste o di *talk-show*, mostra volentieri anche il proprio meccanismo metanarrativo (frasi come «il bello della diretta», la camera in movimento, la *consolle* del regista, lo specchio segreto).

Non possiamo perciò non considerare il grande potenziale informativo e cognitivo posto in essere dall'immagine televisiva, e proprio a livello di immagine come insieme di significanti audiovisivi, capaci di trasmettere il racconto di un mondo per molti altrimenti invisibile se non inimmaginabile.

Al polo opposto della semiosi complessa che si genera riguardo all'immagine televisiva troviamo il silenzio.

Il silenzio come assenza, pausa, sospensione, parentesi, quel silenzio che nel mondo della televisione non è concepibile, e dunque non lo si ammette quasi mai perché corrisponderebbe al vuoto, in un mezzo in cui il vero potere sta nel pieno. I significanti audiovisivi sono costretti a una continua emissione materiale sollecitata dal fatto che, qualora ci fosse silenzio (il video nero o l'assenza di audio), il mezzo televisivo si riterrebbe spento e improduttivo. E qualora una delle due masse di significanti anche separatamente cessasse di far sentire la propria presenza, ci sarebbe sempre l'alternativa del solo audio in assenza di video, o del solo video in assenza di audio. E perciò avremmo sempre un certo tipo di immagine: visiva o uditiva.

Il problema fondamentale di ogni teoria dell'immagine, come ho più volte detto (per esempio in Tassoni 1999, e 2000), è il predominio assegnato da chi la studia all'impero del visivo, mentre sappiamo ormai che ogni immagine si forma o si interpreta (selettivamente) con il concorso di più fattori e domini percepibili.

È chiaro che nel caso della televisione la connessione e il potenziamento della pratica video-audio sono esclusivi perché escludono ogni altro principio percettivo.

Secondo Luis Prieto nell'immagine cinematografica il referente interviene come mezzo (Prieto, 1991, p. 144). Ora, pur senza addentrarci molto nella definizione

che meriterebbe qualche puntualizzazione, possiamo dire che nell'immagine televisiva il referente deve essere manipolato al punto da creare una referenzialità di tipo televisivo che non sempre corrisponde alla strategia narrativa messa in atto dal programma ma alla referenza dominante della televisività. Giustamente Umberto Eco ha parlato di *simulacri* dell'enunciazione messi in scena dai programmi in cui finzione e informazione si intrecciano (per esempio le serie del tipo *Chi l'ha visto?*) (Eco, 1990 b, p. 169). Ma possiamo accettare la conclusione che la televisione passa da specchio della realtà a produttore di realtà? (Eco, *ivi*, p. 170)

La questione è inquietante. Non credo che la televisione sia mai stata uno specchio della realtà né che la realtà messa allo specchio proponga una immagine identica di se stessa, fedele e veritiera. D'altra parte non credo che la televisione si limiti in generale a produrre una realtà, sia pure fittizia e televisiva (gli psicodrammi in diretta, ma anche le *telenovelas*, ad esempio), né che, per i motivi appena esposti, si possa parlare di «imperialismo dell'immagine» (cfr. Caprettini, 2001, p.139). È invece pertinente parlare della televisione come produttrice e diffusore di «simulacri», appunto di immagini come simulacri, immagini destinate a sparire come fantasmi, come apparizioni, forse a brandelli conservate in una infinitamente piccola percentuale in qualche ricettacolo della memoria. È così che il cervello rielabora le realtà, che sono appunto molteplici. Quanto ai simulacri della televisione, come dimenticare che sono *solo* immagini?

## BIBLIOGRAFIA DI RIFERIMENTO

- CAPRETTINI G. P. (2001), *Totem e tivù Cronache dell'immaginario televisivo*, Roma, Meltemi
- ECO U. ID. (1990 a), *Sugli specchi e altri saggi*, Milano, Bompiani
- ID. (1990 b), *Sette anni di desiderio*, Milano, Bompiani
- ID. (1990 c), *Apocalittici e integrati*, Milano, Bompiani (1964)
- MARONE G. (2001), *Corpi sociali. Processi comunicativi e semiotica del testo*, Torino, Einaudi
- PONZIO A. (1999), *La comunicazione*, Bari, Edizioni B.A. Graphis
- PRIETO L. J. (1991), *Saggi di semiotica. II Sull'arte e sul soggetto*, Parma, Pratiche
- TASSONI L. (1999), *Senso e discorso nel testo poetico*, Roma, Carocci
- TASSONI L. (2000), *Breve storia dell'immagine semiotica*, in «Nuova Corvina», n. 8, Budapest, Istituto Italiano di Cultura, pp. 113–131
- VOLLI U. (2000), *Manuale di semiotica*, Bari, Laterza
- ZANZOTTO A. (1999), *Le poesie e le prose scelte*, Milano, Meridiani Mondadori