

La Televisione

Telegiornale della notte

*Mi dispiace,
non c'è niente di nuovo da dire
è già stato detto tutto:*

- la strage degli innocenti*
5 *l'inutilità della guerra*
gli spari dei fucili
i corpi stesi a terra. [...]

*Migliaia di miglia di pellicola
milioni di riprese e di sequenze
la storia del ventesimo secolo
assassini, torture, violenze.*

- 20 *Appena si sente l'inizio degli spari
si manda sul luogo la troupe televisiva.
Oggi è Sarajevo e domani, chissà,
potrebbe essere la tua città.*

- E se di notte dormi male*
25 *o ti svegli urlando
per sogni non voluti,
ricorda, li hai veduti
all'ultima edizione
del tuo telegiornale.*

R. McGough, *Gattacci*, Einaudi

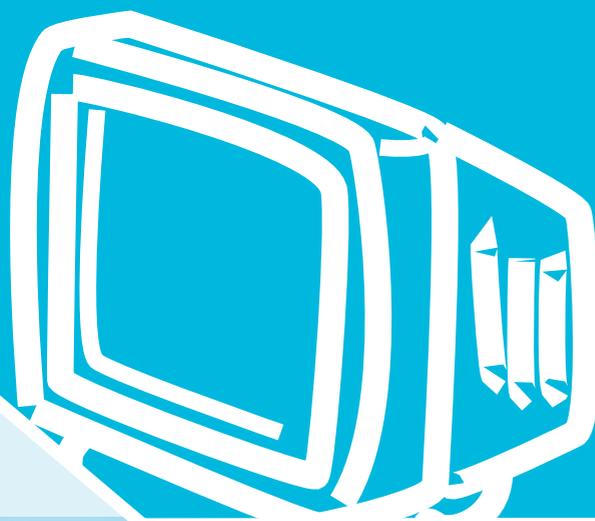
Da un cinquantennio o quasi ogni famiglia, poche sono le eccezioni, si siede a tavola con la televisione oppure conclude la sua giornata davanti ad essa. La televisione è amata, odiata, criticata, accusata più o meno giustamente, spesso le si addebitano colpe di altri, eppure un'occhiata allo schermo durante la giornata, i più, la danno. Quindi, in considerazione dell'influenza che ha sulla vita quotidiana e sulle diverse società è importante conoscere la storia e l'evoluzione della televisione e individuarne aspetti positivi e negativi.

Gli scritti su questo fenomeno di massa sono molti e il nostro discorso intende essere solo una sollecitazione per invitare a riflettere sulla sua incidenza sulla società e a guardare la televisione con piacere ma con occhio attento e critico.

I ragionamenti sulla televisione intendono essere uno stimolo a:

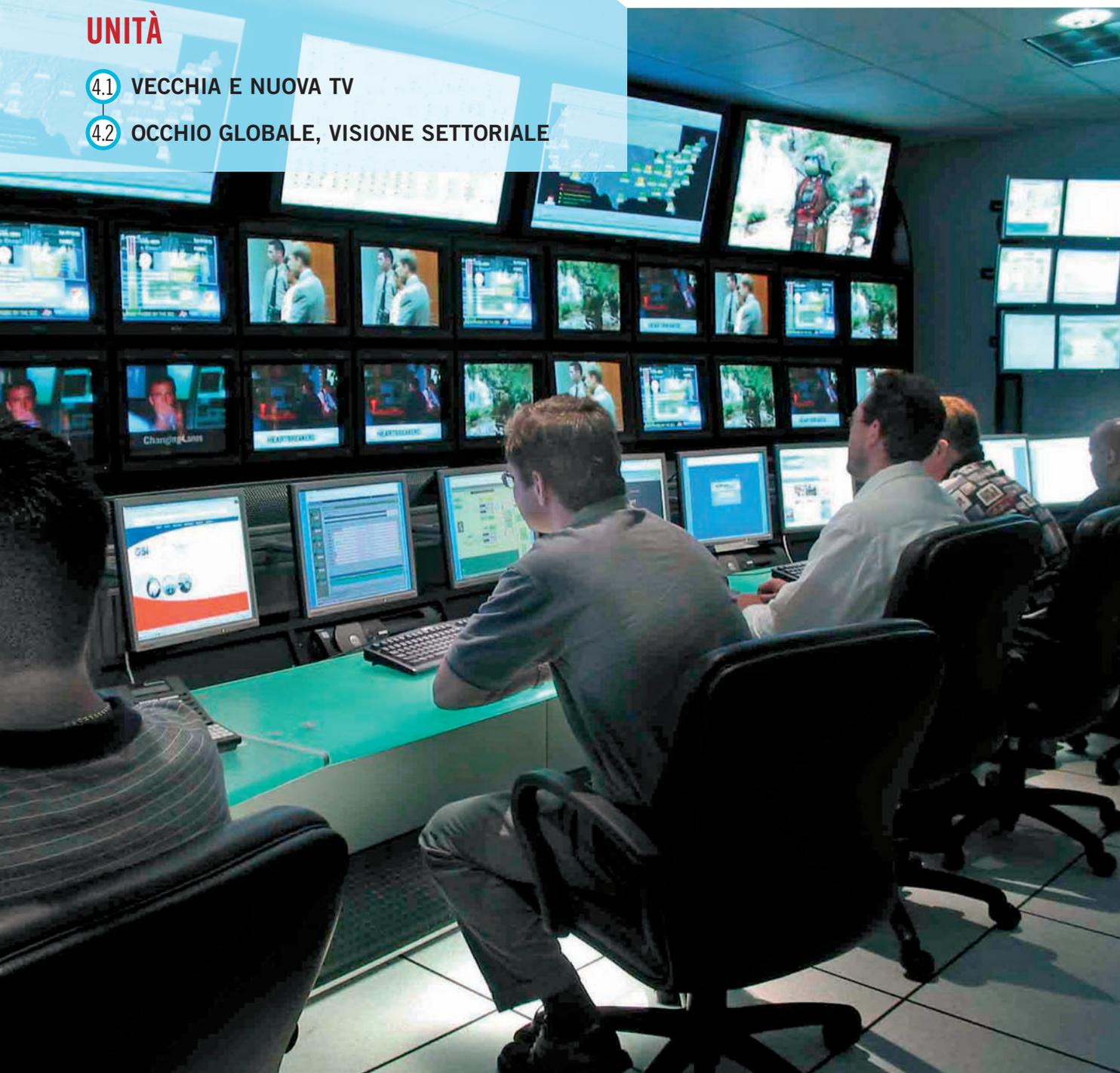
- *cogliere i diversi punti di vista che su uno stesso argomento emergono dalle numerose reti,*
- *cogliere i molti messaggi più o meno espliciti, i loro diversi emittenti e destinatari,*
- *individuare le performance ingannevoli,*
- *valutare i programmi,*
- *argomentare sul mezzo televisivo,*
- *compiere scelte critiche nella visione dei programmi.*

Modulo 4



UNITÀ

- 4.1 VECCHIA E NUOVA TV
- 4.2 OCCHIO GLOBALE, VISIONE SETTORIALE



4.1

Vecchia e nuova tv

La televisione: consensi e rifiuti

La tv italiana, nata sessant'anni fa tra lo scetticismo dei più e la diffidenza di molti intellettuali, attualmente è considerata il fenomeno culturale tra i più significativi della società contemporanea come afferma Aldo Grasso, scrittore e critico del «Corriere della Sera», docente dell'università cattolica di Milano:

*Per molti anni, la televisione italiana si è identificata con la Rai. In quale clima culturale è nata questa Rai-tv? Un'epigrammatica affermazione di Alberto Moravia degli anni Cinquanta ne racchiude l'essenza: «L'Italia televisiva è una sotto-Italia, un'Italia di serie B». La prima constatazione – oggi di sapore beffardo – è appunto che la televisione è nata fra la ritrosia e l'ostilità degli intellettuali: troppo occupati dal riscatto delle masse, troppo legati al valore catartico dei vari «realismi», troppo ingenuamente romantici. Lo ha ammesso con franchezza Beniamino Placido: «Quando la televisione arrivò e si affermò (in pratica, nella seconda metà degli anni Cinquanta), [mi ammalai] della stessa malattia contagiosa di cui si ammalarono tutti quelli come me, allora: il misoneismo. Ovvero: l'odio, la diffidenza per le cose nuove. Una epidemia che si ripresenta, puntualissima, ad ogni nuova invenzione, nelle comunicazioni di massa. Si tratti del libro, del cinema, del disco. Ogni volta si dice che l'invenzione di prima, la penultima, quella sì che era buona e propizia allo spirito. Mentre l'ultima invenzione, per esempio la televisione, porterà con sé la fine del mondo. E il trionfo della materia. Affetto da misoneismo febbrile come tutti gli altri, non volevo avere una televisione in casa, come tutti gli altri intellettuali (si fa per dire) colpiti dal morbo» (Aldo Grasso, *Storia della Televisione Italiana*, Garzanti).*

Il cinema si difende facendo pronunciare ai suoi attori battute feroci su quella che nel tempo diventerà la sua nemica più pericolosa.

«In genere mangia solo?» “No, no, no: qualche volta cenò con Eisenhower, a volte con Billy Wilder, o con Perry Como. L'altra sera ho cenato con Greta Garbo.” (Jack Lemmon e Shirley MacLaine, in *L'appartamento*, 1960).

«Cominciate a credere che la tv è la realtà, e che le vostre vite sono irreali. Voi fate tutto quello che la tv vi dice: vi vestite come in tv, mangiate come in tv, tirate su bambini come in tv, persino pensate come in tv! Questa è pazzia di massa.» (Peter Finch, in *Quinto potere*, 1976).

«Bisognerebbe raccogliere 500.000 mila firme per far inserire la televisione nell'elenco delle droghe pesanti.» (un intellettuale, in *La terrazza* 1980).

Per tutti Orson Welles sintetizza con acume l'essenza stessa della televisione in una frase ironicamente lapidaria: *Odio la televisione. La odio come le noccioline. Ma non riesco a smettere di mangiar noccioline.* (Orson Welles, in «New York Herald Tribune», 1956).

▼ 3 gennaio 1954: sui televisori comparve il monoscopio della Rai, Radiotelevisione italiana: permetteva di sintonizzare con precisione il proprio apparecchio tv.



La paleotelevisione

I primi rudimentali esperimenti in Italia di trasmissione a distanza delle immagini risalgono al 1929, mentre programmi sperimentali vanno in onda nel 1939 e nel 1949 in occasione dell'XI e XII Mostra Nazionale della Radio. Il 12 aprile 1952 un impianto trasmittente installato a Milano dirama l'inaugurazione della Fiera Campionaria. Dopo queste «prove» la televisione italiana inizia a trasmettere ufficialmente alle 14,30 del **3 gennaio 1954**. In programma vi è una rubrica settimanale di interviste a famosi



◀ Nel 1955 Mike Bongiorno inizia con *Lascia o raddoppia?* la inesauribile vita dei quiz in tv.

dere i quiz o il festival di Sanremo o le «partitissime».

Gli italiani seguono con interesse ed euforia i **quiz**, tanto che il giovedì molti cinematografhi interrompono la programmazione per trasmettere il telequiz *Lascia o raddoppia?* condotto da Mike Bongiorno in onda dal novembre 1955 fino al 1959. La partecipazione è generale: tutti parlano dei concorrenti e della loro memoria formidabile.

La televisione dei primi anni,

poiché la si vede insieme ad altri, è uno mezzo che aggrega, mentre quella degli anni successivi presente in ogni stanza della casa, dissocia. Torna ad essere aggregante solo in questi ultimi anni, all'arrivo della **pay-tv**, che per gli alti costi dell'abbonamento viene vista nei bar o in casa di amici.

Altri quiz lasciano il segno nella storia della nascente tv, come il *Musichiere* o *Telematch* (1957) che si collega alle piazze della provincia dove «un oggetto misterioso», il cui nome viene indicato nella puntata successiva, diventa il tormentone della settimana. *Campanile sera* (1959), proponendo una sfida fra un Comune del Nord e uno del Sud, convoglia nelle rispettive piazze tutti gli abitanti, vivaci tifosi del loro paese, risolti a farsi immortalare dalle telecamere, pronti a biasimare o a esaltare i protagonisti locali della trasmissione a seconda della loro risposta ai quiz. Il 4 novembre del 1961 si inaugura il secondo canale che consente di scegliere tra due palinsesti. Il linguaggio televisivo è serio e austero, vengono censurate parole ritenute troppo ardite e viene esercitato un severo controllo sull'abbigliamento, che deve essere castigato. La satira politica, anche se velata, viene osteggiata o vietata.

Nei primi anni televisivi sono poche le famiglie che si possono permettere un apparecchio dal costo medio di duecentocinquanta lire: tanto, se si considera che lo stipendio di un operaio si aggira in questo periodo intorno alle venti-venticinquemila lire mensili; però sono ugualmente molti i telespettatori che in certe serate si radunano nei bar dove è esposto un televisore, per ve-

Altri quiz lasciano il segno nella storia della nascente tv, come il *Musichiere* o *Telematch* (1957) che si collega alle piazze della provincia dove «un oggetto misterioso», il cui nome viene indicato nella puntata successiva, diventa il tormentone della settimana.

Campanile sera (1959), proponendo una sfida fra un Comune del Nord e uno del Sud, convoglia nelle rispettive piazze tutti gli abitanti, vivaci tifosi del loro paese, risolti a farsi immortalare dalle telecamere, pronti a biasimare o a esaltare i protagonisti locali della trasmissione a seconda della loro risposta ai quiz.

Il 4 novembre del 1961 si inaugura il secondo canale che consente di scegliere tra due palinsesti. Il linguaggio televisivo è serio e austero, vengono censurate parole ritenute troppo ardite e viene esercitato un severo controllo sull'abbigliamento, che deve essere castigato. La satira politica, anche se velata, viene osteggiata o vietata.

Il linguaggio televisivo è serio e austero, vengono censurate parole ritenute troppo ardite e viene esercitato un severo controllo sull'abbigliamento, che deve essere castigato. La satira politica, anche se velata, viene osteggiata o vietata.

Il linguaggio televisivo è serio e austero, vengono censurate parole ritenute troppo ardite e viene esercitato un severo controllo sull'abbigliamento, che deve essere castigato. La satira politica, anche se velata, viene osteggiata o vietata.

I docenti universitari Stefano Pivato e Anna Tonelli offrono un'acuta analisi del linguaggio televisivo e dei contenuti cultural-moraleggianti, ma anche astutamente politici della prima televisione.

Arriva mamma tv

La programmazione dei primi anni televisivi riguarda soprattutto un tipo di intrattenimento adatto alla famiglia, immediato e spensierato, in grado di soddisfare un pubblico esteso, anche non acculturato. Delle 28 ore settimanali occupate dal servizio televisivo degli esordi, la maggior parte è dedicata ai varietà, ai giochi e ai quiz che entrano a far parte dell'immaginario collettivo. Si tratta di programmi con una struttura elementare, basata sul ruolo centrale del presentatore e sulla facilità dei contenuti. L'esempio più significativo è rappresentato da *Lascia o raddoppia?* che nel 1955 inaugura l'era del quiz televisivo. [...]

Oltre alla capacità di intrattenimento, la televisione comincia a diffondere anche un nuovo tipo di linguaggio che in poco tempo andrà a cambiare il lessico comune. Espressioni folcloristiche o allocuzioni gergali come «nientepopodimenoche» di Mario Riva o il «fiato alle trombe» di Bongiorno entrano a far parte del frasario quotidiano, che inizia in questi anni la sua repentina omologazione nei confronti del linguaggio televisivo.

È vero, come è stato da più parti sottolineato anche seguendo le considerazioni del linguista Tullio De Mauro, che il nuovo mezzo contribuisce all'unificazione linguistica delle classi popolari, trasformando l'italiano nella lingua nazionale. Ma tale unificazione avviene anche attraverso l'adozione di espressioni e neologismi che di lì a poco muteranno (anche in senso negativo) la lingua italiana, portando a quell'appiattimento di linguaggio che oggi caratterizza il modo di esprimersi delle giovani (e meno giovani) generazioni.

Tralasciando i giudizi di merito, va riconosciuto comunque il ruolo centrale che la televisione ha assunto anche nel trasformare alcuni aspetti della vita quotidiana. Nella sua funzione di veicolo di intrattenimento, il servizio televisivo doveva raggiungere un pubblico vasto, interessando analfabeti e acculturati, professori e contadini. Un obiettivo ampiamente raggiunto, nonostante un'iniziale programmazione non particolarmente varia. Sino alla fine degli anni Cinquanta, infatti, le ore dedicate all'intrattenimento sono ancora poche. Esistono due fasce orarie, dalle 17,30 alle 19 con trasmissioni dedicate ai ragazzi, e dalle 20,45 alle 23 con programmi per adulti, con l'unica fascia mattutina domenicale per la tradizionale funzione religiosa. Lo schema giornaliero rimane fisso per parecchio tempo, spaziando dal quiz alla serata di prosa, dallo sceneggiato alla rivista di varietà, con intermezzi dedicati ai film, agli avvenimenti sportivi e ai documentari.

L'obiettivo di chi si occupava della programmazione era soprattutto quello di combinare l'intrattenimento con un intento pedagogico. I programmi, infatti, dovevano divertire, ma anche promuovere e diffondere quei valori morali sui quali l'Italia aveva costruito la propria identità. Valori improntati naturalmente alla serietà, allo spirito di sacrificio, al rigore, al senso della misura, alla morigeratezza nei comportamenti, filtrati attraverso programmi in linea con la morale corrente.

In questa direzione fondamentale è il ruolo della Democrazia Cristiana, il partito che per primo ha intuito l'importanza della televisione ai fini politici e di consenso, che inserisce propri uomini ai vertici della tv inaugurando una prassi che rimarrà immutata fino ai nostri giorni. I governi cattolico-moderati, appoggiati a questa funzione dalla Chiesa, trasformano la televisione in un mezzo efficace di controllo ideologico e di persuasione, capace di influenzare i comportamenti attraverso una selezione attenta dei programmi da mandare in onda.

I film e gli sceneggiati, ma pure i varietà e i quiz, dovevano far immedesimare lo spettatore in un mondo ovattato ma moralmente corretto, lontano dagli sfarzi e dagli eccessi della sempre più criticata *american way of life*.¹ Il modello americano, spregiudicato e libertino, costituisce infatti l'ossessione dei cattolici (ma anche, pur per ragioni differenti, dei comunisti) che combattono quell'influenza e voglia di imitazione anche attraverso la proposizione di modelli alternativi. Le ore passate davanti al piccolo schermo devono essere rassicuranti, in grado di divertire o commuovere, ma soprattutto di incentivare e insegnare uno stile di vita consono al buon cristiano. Funzionali a tal proposito sono gli sceneggiati che, riproponendo romanzi ottocenteschi o inventando nuove storie, celebrano i buoni sentimenti. Il *dottor Antonio* tratto dal romanzo di Giovanni Ruffini o, più tardi, *Piccolo mondo antico* o ancora *Umiliati e offesi* sono scelti per promuovere il modello sociale cristiano improntato all'idea dell'unità della famiglia e della purezza dei costumi.

Non è un caso che vengano diffuse delle vere e proprie «norme di autodisciplina» della Rai-tv, da utilizzare come guida per i censori per cancellare o proibire scene o linguaggi troppo trasgressivi, capaci di sollecitare «bassi istinti» e «sottintesi scurrili od osceni».

Nella grande campagna per la moralizzazione dei costumi, avviata dalla DC nel dopoguerra, rientra dunque anche l'attenzione alla televisione, il cui compito era quello di impedire quei comportamenti giudicati immorali, suggeriti dalle nuove mode dilaganti.

Questo non significa che la tv sia ancorata solo a schemi arcaici, prefigurando realtà ormai superate dai tempi. Anzi, pur con le comprensibili cautele, la neonata televisione rispecchia quella società dei consumi di cui è in qualche modo «figlia», trasformandosi, come sostiene Monteleone, in «grande occasione per coniugare valori morali e modernità».

Le immagini propongono case superaccessoriate, tavole imbandite, abbigliamento curato, per citare solo alcuni dei motivi ricorrenti in tutte le «forme» di televisione. A «santificare» i costumi arriverà poi *Carosello*, che dal 3 febbraio 1957 inaugura l'era della pubblicità sotto forma di racconto. Due minuti di ministoria trasmessa subito dopo il telegiornale, in un appuntamento che diventa parte integrante della vita degli italiani, fino a scandirne addirittura il tempo («andare a letto dopo *Carosello*»). Sullo sfondo delle piazze o dei monumenti più o meno celebri d'Italia si ambientano le scene che, con protagonisti o simboli che entrano di prepotenza nell'immaginario nazionale, sono finalizzate a propagandare questo o quel prodotto. Una maniera moderna di diffondere la pubblicità, attraverso un linguaggio innovativo in grado di coniugare i valori domestici con quelli consumi-

note

1 ▶ *american way of life*: lo stile di vita americano.

stici ed edonistici. Anche *Carosello* però si uniforma alle regole ferree di una televisione che non vuole suscitare nei telespettatori invidie e desideri di beni di lusso, ma convincere di poter partecipare ad una vita capace di dare a tutti le medesime opportunità. Tali aspettative coincidevano, infatti, con il passaggio dell'Italia rurale all'Italia consumistica, con tutte le conseguenze implicite in un accelerato processo di modernizzazione.

da Stefano Pivato, Anna Tonelli, *Italia vagabonda*, Carocci

La neotelevisione

Negli anni Settanta nascono in modo incontrollato e avventuristico le prime **televisioni private commerciali**: *Telebella* (1971), *Tele Ivrea*, *Tele Alessandria*, *Tele Vercelli*, *Telemilanocavo*, *Teleancona*, *Antenna 3 Lombardia*, *TeleNapoli*, *TeleBari* ecc. che mandano in onda, via cavo, insieme a un vero e proprio bombardamento pubblicitario, film e telefilm, giochi e spettacoli improvvisati che richiamano quelli della tv nazionale.

In breve tempo i **network** privati, attraverso l'impiego di massicci capitali, diventano delle imprese con una struttura razionale, con palinsesti dignitosi e conduttori di grido, spesso sottratti grazie a contratti favolosi alla Rai, che nel frattempo ha inaugurato le trasmissioni a colori (1977) e il terzo canale (1979).

Il 14 aprile 1975 la Rai, in seguito alla concorrenza privata, elabora una riforma, legge 103/75, in cui sancisce il passaggio di controllo della tv di Stato dal Governo al Parlamento, concede inoltre **l'autorizzazione all'esercizio a emittenti private via cavo** con una zona di utenza non superiore ai 150 mila abitanti. La legalizzazione delle televisioni via cavo di fatto però era già superata, perché nel frattempo si erano moltiplicate, anche se perseguite, le **emittenti private via etere**, che vengono legittimate, in ambito locale, l'anno successivo con la sentenza 202.

In seguito a questa sentenza nascono numerose tv private, che operando in una carenza legislativa, spesso entrano in conflitto tra loro, perché attive sullo stesso canale. Nel 1978 viene inaugurata via etere *TeleMilano* che nel 1980 di fatto inizia a trasmettere su scala nazionale, mediante l'acquisizione di altre emittenti, raggruppate sotto la denominazione di *Canale 5*.

Dal 1983 le tv commerciali guadagnano grosse fette di ascoltatori a scapito di quella pubblica. Il linguaggio delle tv private è colloquiale, amichevole, ammic-

cante tale da coinvolgere il pubblico che deve essere allettato dalle **proposte pubblicitarie**.

Il mondo televisivo cambia decisamente rispetto ai suoi primi vent'anni: la censura si allenta, negli spettacoli di varietà si consentono allusioni satiriche e termini maliziosi, si affrontano apertamente argomenti politici e sociali in relative rubriche, vanno in onda programmi provocatori, film un tempo proibiti e la comunicazione con il pubblico perde la rigidità iniziale per diventare più confidenziale. Ne risulta che **la lingua parlata in televisione diventa più vicina a quella comune**, talvolta, a seconda del conduttore e degli ospiti, si avvale anche di un linguaggio che mostra derivazioni dialettali.

Caratteristica della **neotelevisione** è il **talk-show**, uno spettacolo in cui gli ospiti, guidati da un abile conduttore, sono invitati a parlare tra di loro di argomenti legati all'attualità, al sociale e soprattutto alla sfera privata. Nei vari canali abbondano le confessioni di gente comune che ha in tal modo il suo quarto d'ora di celebrità, oppure è un personaggio conosciuto a rivelare il suo privato al pubblico curioso.

È Maurizio Costanzo a iniziare l'era del *talk-show* nel 1976 con *Bontà loro*, cui seguono *Acquario*, e *Maurizio Costanzo Show*.

Molte trasmissioni televisive richiamano il modello comunicativo del *talk-show*: l'argomento trattato è politico in *Samarconda*, *Tempo reale*, *Moby Dick*, *Ballarò*; sportivo in *Il processo del lunedì*, *Quelli che il calcio...*; di attualità in *Porta a porta*. Viene messo in scena il privato in modo più o meno impudente in *Amici*, *I fatti vostri*, *Harem* ecc.

Altra innovazione apportata alla neotelevisione è il **programma «contenitore»** ovvero un programma di

lunga durata formato dall'unione di tanti servizi (intervista, inchiesta, documentario, film, notiziari, giochi, quiz, intrattenimento musicale, consigli agli utenti...) legati tra loro dalla presenza di un abile e simpatico conduttore. Questa formula, che sostituisce il rigido susseguirsi di trasmissioni e rubriche tipico della vecchia televisione, è stata utilizzata per la prima volta nel 1976 con *Domenica in poi* con *L'altra domenica* e attualmente occupa gran parte della tv mattutina e pomeridiana.

Altri cambiamenti dei programmi Rai provocati dall'incremento delle tv commerciali sono una **programmazione estesa a tutte le ore diurne e notturne** e la presenza martellante della pubblicità. Ciò è determinato dal fatto che le tv private, non usufruendo di un **canone**, si finanziano con le entrate derivate dagli sponsor, e di conseguenza anche la Rai, per permettersi programmi concorrenziali, accresce la pubblicità.

Aumenta anche il numero degli apparecchi televisivi: in ogni casa ce n'è più di uno, perché ogni componente della famiglia vuole avere l'opportunità di vedere, sempre più spesso nella solitudine di una «sua» stanza, ciò che più gli interessa. La conseguenza è che il **palinsesto** non ha più il fine di educare e di informare, ma quello di **conquistare la fiducia e l'interesse dell'utente**, ovvero del probabile acquirente

di ciò che viene pubblicizzato. Più un programma ottiene un'alta **audience**, più successo avranno i suoi spot pubblicitari.

Per tutte queste ragioni si rende necessario conoscere che cosa guarda il pubblico. Nel dicembre 1986 l'ascolto dei programmi televisivi inizia ad essere rilevato con il sistema **Auditel** che, attraverso un apparecchio applicato al televisore registra le scelte fatte dagli utenti campioni, rappresentativi della popolazione italiana. Presso l'Auditel sono disponibili i dati di ascolto, minuto per minuto.

L'Auditel, riportando quanti sono gli utenti sintonizzati su determinate trasmissioni, rivela le loro preferenze, ma non esprime giudizi sulla qualità dei programmi. Solo nel 2008 dovrebbe entrare in vigore un metodo per valutare la qualità dei programmi, anche se l'esigenza di conoscere le opinioni del pubblico su ciò che la Rai manda in onda si era avvertita anche in passato ed erano stati istituiti l'*indice di ascolto*, l'*indice di gradimento*, l'*indice di soddisfazione* che fornivano dati attraverso interviste concernenti determinati programmi.

L'indice di qualità dovrebbe segnare un mutamento nella scelta dei prodotti e nell'organizzazione del palinsesto: i contenuti mediocri dovrebbero diminuire mentre programmi destinati alla seconda serata potrebbero passare ad orari più accessibili.

▼ Un momento del *talk-show* televisivo *Porta a Porta*, condotto dal giornalista Bruno Vespa sulla prima rete Rai e un'edizione degli anni Settanta di *Domenica in*, il primo programma «contenitore» in Italia.



Gli ultimi anni televisivi sono caratterizzati dall'abbondanza delle **fiction**, dall'incremento della tv-verità o **real-tv** (*Chi l'ha visto?*, *Telefono giallo*, *Un giorno in pretura*, *Blu notte...*) che cerca di portare in scena il vero e dall'invadenza dei **reality show** che basandosi su situazioni reali, le rimodella e le adatta alle esigenze dello spettacolo.

I *reality show* sono di tanti tipi: *Stranamore*, *C'è posta per te*, *Carramba! Che sorpresa*, *Scherzi a parte*, *Per tutta la vita*, *Il brutto anatroccolo*, *Grande Fratello*.

Quest'ultima trasmissione, messa in onda nel 2000, ha incontrato il favore del pubblico soprattutto dei più giovani e dà inizio ai *reality* della nuova generazione. Telecamere nascoste spiano costantemente dieci o più persone che vivono in una casa, rilevando confidenze e rapporti interpersonali, rivelando amicizie, attriti e relazioni tra i componenti del gruppo, che sono man mano selezionati in vista di un vincitore finale.

Sulla scia di *Grande Fratello* si affermano *L'isola dei famosi*, *La fattoria*, *La pupa e il secchione* ecc. Lo spettatore si diverte a seguire questi personaggi catapultati in un complesso ambiente di sfida, a spiargli mentre elaborano strategie per superare prove stravaganti, o stabiliscono fittizie relazioni sociali che permetterebbero loro di non essere esclusi e quindi di vincere il premio finale. Sono spettacoli dal **linguaggio banale, spesso grossolano**, che non temono di presentare situazioni del tutto improbabili a volte anche volgari, ma che indubbiamente, visto il loro successo, piacciono a molti.

Nella lettura che segue la docente universitaria, Nora Rizza compie una lucida e dettagliata analisi dei «mali» della neotelevisione e dei suoi eccessi, criticando però anche l'incapacità della carta stampata di reggere l'urto del confronto con la televisione.

Enfatizzazione della tv

È opportuno ora aggiungere qualche breve considerazione relativa alla dinamica espansiva della televisione negli ultimi quindici anni, non soltanto perché questo rappresenta in sé uno dei fenomeni socialmente più rilevanti del nostro tempo, ma anche perché la trasformazione della tv ha prodotto una metamorfosi dell'intero sistema mediale.

L'avvento della televisione commerciale e la conseguente accesa concorrenzialità tra questa e la televisione pubblica, la moltiplicazione dei canali, l'espansione della durata di programmazione hanno innescato un processo di profonda trasformazione delle logiche di programmazione e del senso della comunicazione televisiva. La tv è diventata parte integrante del paesaggio domestico, colonna visivo-sonora della vita quotidiana; il consumo di televisione ha perso la ritualità degli orari canonici; il telespettatore si è trasformato in *teleselezionatore* di programmi – o di segmenti di programmazione all'interno di un flusso plurimo e continuo. Si è così trasformata – se non addirittura vanificata – la nozione di opera e di testo, è mutato il rapporto tra teleschermo e pubblico, si è specializzata e diversificata la qualità della domanda. In questo passaggio dalla «**paleotelevisione**» alla «neotelevisione», l'esperienza italiana si è distinta da quella di altri paesi europei per una sorta di ostinata «coltivazione dell'eccesso». Tutto è sembrato impetuoso ed eccessivo nella televisione italiana degli anni '80. Eccessivo il numero di canali televisivi: sei grandi televisioni nazionali, i tre canali pubblici della Rai e i tre privati della Fininvest; stazioni televisive formalmente straniere, ma in realtà emittenti in lingua italiana per il pubblico italia-

► L'inizio, in Italia, dei *reality* di nuova generazione: è l'anno 2000 e siamo alla prima edizione del *Grande Fratello*, trasmissione da molti esaltata e da molti aspramente criticata per la grossolanità e l'estrema superficialità dei contenuti.



no; alcune emittenti interregionali e centinaia (in alcuni periodi se ne sono contate quasi un migliaio) di emittenti televisive locali.

Eccessiva, davanti a un simile sconvolgimento strutturale del sistema televisivo, la durata della latitanza del potere legislativo, protrattasi per quindici anni dalla fine del monopolio¹ e sino al '90, quando è stata finalmente varata la legge di regolamentazione dell'emittenza televisiva, nata vecchia dopo una così lunga e laboriosa gestazione e, come oggi sappiamo, alquanto deforme...

Eccessive le risorse impiegate e sprecate nei momenti più aspri della concorrenzialità fra Rai e Fininvest; enorme la lievitazione dei costi, sia per gli acquisti di programmi sui mercati internazionali, sia per i diritti di trasmissione degli eventi sportivi, sia per i contratti di presentatori, attori e di giornalisti della carta stampata chiamati a condurre programmi di informazione. Con il tempo, la competizione ha innescato alcune dinamiche comunicative dirette ad «alzare la temperatura» dei programmi per acquisire audience: nasce di qui la tv urlata, la tv spazzatura, la spettacolarizzazione della realtà, del dolore, della vita privata e la coltivazione del voyerismo² dello spettatore.

Eccessivo il potere attribuito ai presentatori dei programmi di intrattenimento, padroni incontrastati del video almeno sino alla seconda metà degli anni '80, contesi a peso d'oro, idolatrati dal pubblico, corteggiati dai politici.

note

1 ► monopolio: il monopolio televisivo è caratterizzato dalla presenza di un unico operatore-produttore di servizi. In Italia il monopolio dell'etere era della Rai fino al 1976, quando una

sentenza della Corte costituzionale ha liberalizzato l'etere e determinato l'ingresso delle televisioni private nel mercato. Quando finisce il monopolio Rai nasce la *neotelevisione*.

2 ► voyerismo: guardare la televisione con un atteggiamento da spia, da osservatore segreto, che gioisce nel vedere personaggi famosi mettere a nudo le loro emozioni.

note

3 ► **cahier de charge**:
carta delle regole.

Eccessiva – e per giunta non regolata da nessun *cahier de charge*³ – è parsa soprattutto l'offerta globale di televisione, conseguente a questa smodata moltiplicazione di canali.

Per il pubblico, l'euforia indotta dall'abbondanza, se non sempre dalla varietà, dell'offerta televisiva è diventata – perlomeno nella fase iniziale – analoga a quella di chi, abituato a far la spesa in tranquilli e modesti negozi di paese, si trova d'un tratto in un grande magazzino. C'è di tutto e tutto è esposto simultaneamente. Si può entrare e uscire, percorrere con facilità i diversi piani di esposizione usando la scala mobile, soffermarsi nei reparti più interessanti. Non è semplice diventare consapevoli dell'esistenza di raffinate tecniche di esposizione e di dislocazione delle merci in vendita, né saper riconoscere il ruolo giocato da queste tecniche quando, all'uscita, ci si accorge di aver acquistato qualcosa di più o di diverso dal previsto.

Eccessivo il rilievo tributato dalla stampa alle vicende, ai programmi e allo *star system* del mondo televisivo, in un chiacchiericcio continuo che ha contribuito non poco alla «costruzione della rilevanza sociale» della televisione, persino paradossalmente – quando le intenzioni erano orientate a sminuirne il peso. Questa enfaticizzazione della tv – che in questa misura non si riscontra in nessun altro Paese – ha peraltro trasformato l'identità della carta stampata, ponendola in larga misura al traino dell'agenda dettata dalla televisione. A ciò si aggiunga che anche lo stile di presentazione delle notizie, di scrittura, di conduzione delle interviste, di impaginazione, si è «televisizzato», laddove – in una logica di diversificazione – la carta stampata avrebbe potuto e dovuto esprimere la propria differenza accentuando la capacità di approfondimento che la parola scritta consente.

da Nora Rizza, *Mass media e mutamento culturale*,
in *Questo nostro tempo*, a cura di Massimo Ariati e Ilaria Negrini, Coop.editoriale «I Martedì»

La televisione del terzo millennio

Il 1991 segna un'importante tappa televisiva: parte *Telepiù*, la prima televisione italiana a pagamento che trasmette soprattutto film; ad essa si aggiunge *Stream* nel 1994. La presenza di due diverse emittenti e l'eccesso di offerte gratuite o semigratuite messe in onda dalle reti tradizionali rivolte a un pubblico indifferenziato, rallentano l'utilizzo dei canali a pagamento che si affermano solo nel 2003, quando dalla fusione di *Telepiù* e *Stream* nasce *Sky Italia* che diventa gestore unico titolare dei diritti di trasmissione delle partite del campionato di calcio. Il pubblico delle **pay-tv**, «tv a pagamento», è in crescita, ma per ora è ancora poco diffuso. Le tv ad accesso condizionato da un **abbonamento** hanno un carattere per lo più tematico: film, sport, informazione, musica per giovani, cartoni animati, quasi sempre

non interrotti dalla pubblicità. I programmi di interesse maggiore vengono ripetuti nel corso della giornata o della settimana in orari diversi in modo da agevolare lo spettatore nella visione dei temi per i quali ha pagato.

Il moderno telespettatore ha inoltre la possibilità di accedere a qualunque programma in qualunque momento del proprio tempo libero, attraverso l'ultimissimo **video on demand**, «video a richiesta», che consente la visione in un qualsiasi orario della giornata di un programma televisivo a pagamento, scelto dall'utente in un ampio archivio messo a disposizione dall'editore, premendo i tasti del telecomando.

C'è poi la **pay per view**, «pagare per vedere», che consente la visione di un programma televisivo a pagamento ad orari stabiliti dal **provider** televisivo.

Innovazioni tecnologiche: televisione terrestre, via cavo e satellitare

A seconda del metodo di trasmissione usato per raggiungere l'utenza si può distinguere la televisione in:

- **terrestre**, quando si avvale di un insieme di onde radio emesse da trasmettitori situati sulla superficie terrestre;
- **satellitare**, quando le onde radio sono emesse da trasmettitori posti su satelliti artificiali;
- **via cavo**, se il metodo di trasmissione del segnale non avviene via etere ma si serve di un cavo per telecomunicazioni.

La televisione, sia essa terrestre, satellitare o via cavo, può inoltre essere:

- **analogica**, è la televisione dei primi cinquant'anni nella quale i segnali sono trasmessi come impulsi magnetici e i valori utili che li rappresentano sono continui e non numerabili;
- **digitale**, consiste nell'applicazione della tecnologia numerica all'emittenza radiotelevisiva via etere o via

cavo, che utilizza segnali digitali come quelli dei computer, di **Internet**, dei CD e della telefonia mobile.

L'introduzione del digitale consente di usufruire di un maggior numero di programmi, di una migliore qualità dell'immagine e del suono e di servizi aggiuntivi ora possibili solo con il computer collegato ad Internet. La televisione del futuro sarà quella digitale, perché offre una tecnologia avanzata e con essa servizi quasi infiniti. Per esempio il fruitore, finora passivo, nel nuovo millennio potrà **interagire con la tv**, come già avviene con *teletext*, che offre agli utenti vari contenuti testuali, dalla guida ai programmi televisivi, alle diverse informazioni di utilità sociale.

Il giornalista Giovanni Giovannini analizza i pro e i contro della tv a pagamento rispetto alla tv tradizionale, penalizzata dal fattore economico che la limita nell'acquisto di diritti e contenuti di pregio.

Dalla tv generalista all'integrazione inter-mediale

E la stessa tv generalista¹ (quella, come si è detto, nata e prosperata in tutti i paesi nell'epoca della scarsità delle frequenze, per cui ogni canale doveva tendenzialmente soddisfare le esigenze di tutti) non sembra affatto intenzionata a morire: se è vero che il suo pubblico mostra in diversi mercati avanzati segni di stanchezza e di disaffezione anche nel *prime-time*,² se è vero che nella guerra ossessiva dell'audience essa si è abituata a clonare sempre più se stessa e a limitare le opzioni reali del pubblico pur in una gamma di scelte superficialmente vasta, è altrettanto vero che la televisione generalista continuerà sempre a rappresentare lo strumento insostituibile per la fruizione collettiva e istantanea di un gran numero di eventi e, nelle sue espres-

note

1 ▶ tv generalista: è la televisione tradizionale in cui l'editore dell'emittente televisiva sceglie quali programmi televisivi fornire agli utenti e a quale ora. Tutti gli utenti fruiscono dei medesimi programmi al medesimo orario. Nella *pay-tv* il consumatore può accedere a un programma dietro paga-

mento. La *pay-tv* è tematica ed è un'alternativa alle televisioni generaliste. Nella *tv on demand* a pagamento è l'utente che sceglie il programma televisivo e l'orario di visione.

2 ▶ prime-time: convenzionalmente la giornata televisiva viene divisa in *day-time*, dal-

le 7.00 alle 20.30; *in prime-time* dalle 20.30 alle 22.30; *in night-time* dalle 22.30 alle 7.00. Alcune emittenti, come la Rai, articolano la fascia oraria in altro modo: *prima mattina*, *seconda mattina*, *meridiana*, *primo pomeriggio*, *secondo pomeriggio*, *preserale*, *prima serata*, *seconda serata*.

sioni migliori, per la creazione di consapevolezza diffuse sul piano nazionale e internazionale.

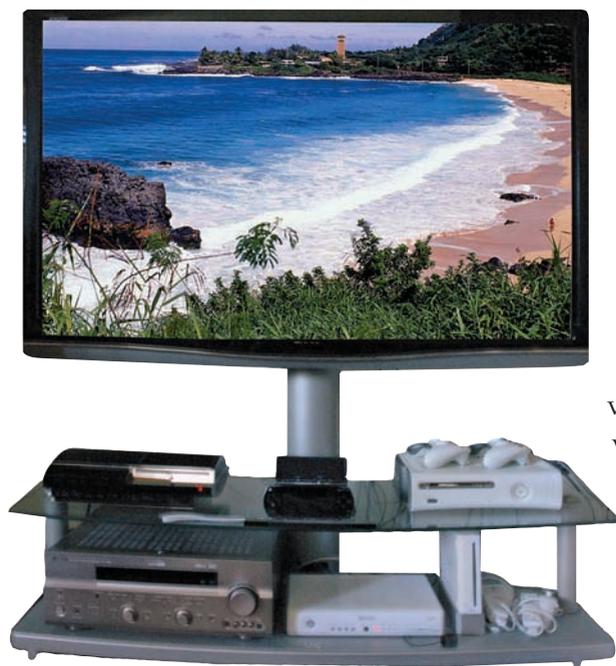
Piuttosto, quello che minaccia sempre di più la televisione generalista è il già rilevato fattore economico-finanziario, legato alla trasformazione della civiltà televisiva in una *pay-per-society*³ (per usare il titolo di un ormai vecchio libro profetico di Vincent Mosco). La tv generalista, finanziata dalla pubblicità o dal binomio canone/pubblicità, potrà infatti acquisire diritti e contenuti pregiati in numero sempre più ridotto, impoverendo la sua offerta gratuita o semi-gratuita, che sarà sempre più destinata alle fasce socio-economiche più deboli sia dei paesi ricchi che dei paesi poveri. La «forbice» si allargherà ulteriormente penalizzando in via definitiva la «democraticità» del mezzo televisivo e contribuendo, in modo ancora più odioso di oggi, a dividere in classi e caste una Società dell'Informazione che già fortemente risente delle nuove, strutturali sperequazioni del *digital divide*, della «frattura digitale».⁴

Questa complessità socioculturale del consumo televisivo non potrà non incidere sugli strumenti di cui il pubblico vorrà dotarsi nella propria casa e sul luogo di lavoro. Si assisterà ad una generale moltiplicazione degli apparecchi televisivi per ogni unità abitativa (fenomeno che è già ampiamente in atto in alcuni paesi avanzati), per assecondare le sempre maggiori divergenze di fruizione di fronte alla specializzazione dell'offerta. Si produrranno e venderanno apparecchi riceventi sempre più sofisticati

(con grandi schermi ad **alta definizione**, spesso appiattiti su una parete come un quadro multicolore) che incorporeranno in modo omogeneo i diversi strumenti tecnologici che si sono via via sedimentati nel processo evolutivo e che al momento sono dispersi in un «groviglio» di non semplice gestione per l'utente (apparecchio tv, videoregistratore, **decoder**, analogici e digitali per satellite, set-top-boxes⁵ dei sistemi via cavo, computer e suoi allacciamenti in rete ecc.).

Tale progressiva trasformazione sarà la base per l'evoluzione definitiva della «seconda ondata» della rivoluzione digitale, quando l'integrazione intermediale (cioè la convergenza di ogni modalità espressiva e di ogni mezzo di comunicazione, dal punto di vista sia tecnologico, sia economico-industriale, sia socioculturale) raggiungerà livelli tali che oggi sfuggono ad ogni ragionevole previsione.

da Giovanni Giovannini, *Dalla selce al silicio*, Libri Scheiwiller



▼ La televisione e la selva delle sue «propaggini»: decoder, videoregistratore, set-top-box, videogiochi, impianto stereo...

note

3 ► **pay-per-society**: società di paganti.

4 ► **«frattura digitale»**: la televisione digitale non tutti se la possono permettere per i costi elevati, ma spesso anche per la difficoltà ad usarla e ciò crea una spaccatura tra i telespettatori.

5 ► **set-top-boxes**: analogo al decoder, è l'apparecchio che serve per ricevere le immagini emesse dalle pay-tv.

PROPOSTE DI LAVORO

- 1** Sviluppa un'indagine tra i compagni della tua classe ed eventualmente estendila a tutta la scuola al fine di analizzare con quale *modalità* avviene la fruizione televisiva dei ragazzi.
 - a) Si concentrano esclusivamente sulla televisione e guardano interamente un programma.
 - b) Fanno *zapping* da un canale all'altro per seguire più offerte.
 - c) Fanno altro e di quando in quando guardano il video.
 - d) Alternano l'uso del computer e della televisione.
 - e) La fruizione è solitaria.
 - f) La fruizione avviene con altri familiari, amici...
- 2** Svolgi un'indagine tra i compagni della tua classe ed eventualmente estendila a tutta la scuola al fine di analizzare le *motivazioni* che inducono i ragazzi alla fruizione televisiva.
 - a) La televisione è usata per lo svago e il divertimento che essa offre.
 - b) La televisione è utilizzata come un mezzo di apprendimento.
 - c) La televisione è accesa per avere un rumore di sottofondo, delle immagini in movimento che allontanano la sensazione di solitudine.
 - d) L'uso della televisione è un modo per sfuggire alla noia.
 - e) Il consumo televisivo è un modo per sfuggire i problemi personali.
 - f) Il consumo televisivo favorisce la socializzazione attraverso la conversazione che può vertere su tematiche, vicende trattate nelle varie rubriche o su valutazioni di programmi.
- 3** Realizza un'indagine tra i compagni della tua classe ed eventualmente estendila a tutta la scuola dopo avere predisposto un questionario al fine di analizzare quali emittenti sono più viste (tv generalista, tematica, a pagamento, pubblica, commerciale), quali programmi sono più seguiti, quante ore settimanali sono mediamente dedicate alla televisione e quante ore ad altri media come computer, videogiochi, Internet, quante ore sono dedicate allo sport, quante allo studio, quante alla lettura personale di libri e giornali e quante all'incontro con gli amici.
- 4** Avvalendoti delle indagini proposte ai punti 1, 2, 3 esponi le tue considerazioni sul rapporto dei giovani con il mezzo televisivo e sull'utilizzo del loro tempo, evidenziando inoltre qual è la tua relazione con la tv e l'organizzazione del tuo tempo.
- 5** Nell'articolo che parla della nascente televisione italiana (*Arriva mamma tv*) si dice che l'obiettivo dei primi dirigenti della televisione era quello di accordare l'intrattenimento con l'intento pedagogico, ovvero che i programmi dovevano divertire ma anche promuovere e diffondere valori improntati a serietà, rigore e morigeratezza. Ti sembra che oggi la televisione persegua ancora questo obiettivo? Oppure ne persegue altri?
- 6** Quali sono i motivi che assicurano il successo delle *soap operas*?
- 7** Le tv commerciali sussistono in quanto hanno degli sponsor che pagano lo spazio pubblicitario. Il costo è più o meno elevato a secondo della durata del messaggio: alcuni messaggi sono sintetici, urlati, aggressivi, altri ampi con toni smorzati, ma ammiccanti, alcuni fanno prevalere la parola sull'immagine, altri prediligono il linguaggio iconografico a quello verbale, altri si avvalgono di effetti sonori. Dopo avere visto e ascoltato tre messaggi pubblicitari che abbiano caratteristiche diverse, commentali riferendoti al prodotto reclamizzato, al destinatario, alle immagini, al ruolo dei personaggi, al testo, allo slogan, agli effetti sonori e alla loro funzione, agli effetti raggiunti e al tuo gradimento.
- 8** Di quando in quando in televisione sono programmate rubriche dedicate ai libri, in cui vengono letti testi tratti da romanzi classici o recenti, vengono recensite alcune opere per invogliare alla lettura. Ti è capitato qualche volta di assistere a queste trasmissioni? Ti hanno invogliato all'acquisto di qualche libro? Ritieni che sia utile e piacevole dare spazio a simili trasmissioni?

4.2

Occhio globale,
visione settoriale

■ La tv va alla guerra

Il 17 gennaio 1991 a notte tarda inizia la «guerra in tv», quando via satellite il telespettatore viene immerso in una Baghdad bombardata da aerei americani.

Immagini di bombardamenti, distruzioni, scorribande aeree che richiamano sequenze filmiche vengono diffuse dai telegiornali dei canali pubblici e privati, Rai e tv commerciali gareggiano nell'allestimento di dibattiti e di interviste alla gente di strada che a domande ovvie risponde con pareri altrettanto scontati. *Telemontecarlo* in collegamento con la **CNN** trasmette ininterrottamente per 48 ore.

Con la guerra nell'ex Jugoslavia che, iniziata nel giugno del 1991, dà l'avvio a un decennale conflitto etnico nei Balcani, lo spettatore televisivo si trova in diretta di fronte alle aberrazioni dei campi di concentramento.

Quando nel 1992 la televisione trasmette la guerra in Somalia, la massa del pubblico si rende conto di fatti di cui fino a quel momento aveva solo sentito parlare: la fame, la morte diventano terribili realtà solo quando le si vedono in televisione.

L'11 settembre del 2001 si assiste in diretta al dramma delle *Twin Towers*, inquadrato da molte cineprese amatoriali mentre due aerei le squarciano.

Segue entro breve termine la guerra in Afghanistan dove i filmati si soffermano su lunghe file di fuggitivi, su macerie fumanti.

Poi va in onda la guerra in Iraq nel 2003 con filmati sul volto ormai familiare dei corrispondenti che con voce concitata diramano bollettini di guerra e notizie su esplosioni, tragiche esecuzioni, aggressioni, morti, assuefacendo il pubblico a crimini e atrocità. Con la guerra irachena lo spettatore televisivo comincia a capire che la realtà si mescola alla falsità di immagini manipolate e che la «buona televisione» si mescola alla «cattiva televisione».

Proliferano negli studi televisivi le inchieste con filosofi, politici, religiosi, sociologi, opinionisti e le interviste a specialisti nell'arte militare.

Lo spettatore accorto, tra tante immagini e notizie, dubitando delle verità trasmesse e confrontando le informazioni, si fa una propria opinione; quello sprovveduto dà credito a tutto, un altro fa *zapping* sui vari canali senza lasciarsi prendere da alcuna emozione. L'abitudine alle immagini di guerra sta rendendo l'uomo pericolosamente **indifferente alle tragedie che si consumano in ogni parte del mondo**, alcune enfatizzate dalla televisione, altre ignorate e quindi apparentemente inesistenti. C'è però anche la speranza che qualcuno, messo di fronte alle sofferenze prodotte dalle guerre, si assuma le proprie responsabilità, si ponga interrogativi etici e si adoperi per la pace.

Zygmunt Barman e Ennio Remondino puntano il dito sul ruolo eclatante ed altamente emotivo dell'informazione televisiva, mettendo però anche in rilievo l'insostituibile capacità della tv di testimoniare l'atrocità della guerra, il «male dei mali».

◀ Reporter di guerra: accompagnata da alcuni militari una troupe televisiva filma il decollo di un elicottero da combattimento americano.



Noi spettatori del male

Circa mezzo secolo fa, assistendo alla nascita di una rete planetaria di emittenti radio, Alfred Weber (fratello minore di Max Weber, anch'egli brillante sociologo benché meno celebre) osservò che il mondo si era molto rimpicciolito, e perciò era quasi impossibile in tutta onestà fingere di ignorare quello che succedeva. Non ho sentito parlare Alfred Weber; posso solo ritrovare le sue affermazioni in testi a stampa. Eppure, leggendolo, colgo nella sua voce una mescolanza di due emozioni: ansia e speranza.

Ansia: fragili come sono, gli esseri umani saranno all'altezza della nuova sfida? Saranno capaci di sopportare con pazienza, integrità e dignità l'enorme peso dell'informazione – di conoscere tutta la miseria umana, il male commesso quotidianamente e le sofferenze delle vittime? O non cercheranno – in modo vile, meschino e deprecabile – di sottrarsi a quel peso con calunnie reciproche, insulti, inutili polemiche e aperte rivalità, scorgendo colpevoli e malfattori ovunque tranne che in casa propria?

E speranza: non potrebbe darsi che, finalmente, ora che tutti conosciamo le sofferenze altrui, e non possiamo più addurre l'ignoranza a nostra discolpa, ci assumeremo le nostre responsabilità e correremo a portare aiuto a chi soffre quando e dove ce n'è bisogno, e a chiunque ne abbia bisogno? Che ci mostreremo all'altezza della sfida etica che il nostro nuovo sapere comporta? [...]

Non è solo che il volume dell'informazione prodotta, trasmessa e distribuita è cresciuto in modo esponenziale negli ultimi decenni. La quantità di informazione «disponibile» ha raggiunto un livello davvero senza precedenti; ma ancora più gravido di conseguenze è il cambiamento della qualità dell'informazione che oggi in tutto il mondo raggiunge le nostre case.

La radio, come i giornali e le riviste, raccontava: e i suoi racconti potevano essere considerati molto o poco credibili, importanti o irrilevanti, emozionanti o noiosi. La televisione trasmette immagini – vivaci, luminose, nitide, esplicite, drammatiche, spettacolari; immagini «più vere del vero», in certi casi tecnicamente «più perfette» di quanto la realtà potrà mai sognare di essere. Oggi sono le immagini televisive a fissare i parametri in base ai quali misurare la qualità di ciò che «è reale». [...]

Così oggi siamo tutti – consciamente o no, volontariamente o no – spettatori globali; testimoni oculari del male inflitto agli esseri umani ovunque nel mondo. Non ne sentiamo soltanto parlare – vediamo il male nel momento in cui viene compiuto, anche se facciamo poco, o niente del tutto, per rimediare alle sue conseguenze, e meno ancora per prevenirne i danni.

Nella replica quotidiana del dramma mondiale dell'umana sofferenza siamo scaraventati nel ruolo di spettatori. Il male ci è mostrato in azione, assistiamo alle sue conseguenze terrificanti e non possiamo più farci scudo dell'ignoranza: il non sapere sarebbe solo una dimostrazione di cattiva volontà, visto che potremmo sapere, e sapremmo, se solo volessimo.



▲ New York, 11 settembre 2001: le cineprese di molte tv stavano riprendendo la prima torre incendiata, quando la seconda veniva a sua volta squarciata da un altro aereo di linea dirottato dai terroristi.

note

1 ► *quod erat demonstrandum*: ciò che volevasi dimostrare.

Essere spettatori significa esporsi a una gigantesca sfida etica. Vedere il male in azione pungola la coscienza, la percuote. Posso fare qualcosa per fermarlo? Quanto contano le mie azioni (o la mia inerzia)? Hanno forse contribuito, per quanto indirettamente, al compimento del male? [...]

Ci sono anche altri sintomi: per esempio, lo spettacolare successo del titolo di un articolo pubblicato su un oscuro periodico da Edward Lorenz, un paio di decenni or sono: *Il battito di ali di una farfalla in Brasile può causare un tornado in Texas?* L'«effetto farfalla» è diventato da allora un modo di dire comune e oggi è familiare a chiunque. Per assurgere a tanta celebrità, l'espressione deve aver toccato un tasto sensibile facendo affiorare qualcosa che era stato sepolto nelle buie profondità del subconscio. Non siamo un po' tutti come la farfalla brasiliana? Allegrì e spensierati agitiamo le ali; dopo qualche giorno apprendiamo del tornado in Texas, ma il dubbio che le due cose siano collegate non ci sfiora nemmeno. Con un si-

mile sospetto è difficile vivere in pace; perciò, chi non cercherà, ostinatamente e perfino disperatamente, di allontanarlo e ricacciarlo indietro? E quale modo migliore, volendolo bandire dalla vista e dal pensiero del negarne la verità, malgrado tutte le prove del contrario? O, in alternativa negare di sospettare, e tanto meno di conoscere, tale verità?

Ma la tecnica del «non sapevo», un tempo tra le più diffuse forme di negazione della colpa, è diventata oggi del tutto inutilizzabile a causa dell'esplosione delle comunicazioni. Perciò la sua funzione è stata rimpiazzata dall'espulsione dei sofferenti dal campo dell'obbligo morale: soffrono, questo è vero, ma sono essi stessi la causa dei propri mali – per passività, debolezza, pigrizia o disonestà. Non sono davvero umani, non «in pieno», non nel modo in cui noi lo siamo – perciò non hanno diritto al trattamento dovuto agli esseri umani. Di conseguenza, non fare nulla per alleviare il loro dolore non è una colpa, un difetto morale, *quod erat demonstrandum*.¹ Il fascino di questa giustificazione è grande, e cresce con il numero delle vittime della cui sorte, grazie a immagini onnipresenti ed esplicite, siamo consapevoli. La tentazione sembra irresistibile; ma è una tentazione odiosa che dobbiamo respingere, se non vogliamo che l'esplosione dell'informazione aggiunga la beffa al danno, producendo ancora più inumanità e insensibilità nello stile del «sono-solo-uno-spettatore». In quanto induce ad accampare simili scuse, la tanto decantata «esplosione dell'informazione» è un pericolo per l'umanità, e non fa presagire niente di buono per la comunità umana. Invece di facilitare la comprensione, l'aumento dell'informazione rischia di renderla ancora più difficile.

da Zygmunt Barman, *Noi spettatori del male*, in «la Repubblica», 29 marzo 2004

La guerra senza immagini, rischia di non esistere

La guerra e la televisione sembrano nate per andare a braccetto, tanto da chiedersi che senso avessero le guerre prima della televisione. Le Torri gemelle di New York penetrate dai due aerei kamikaze sono l'immagine incubo del conflitto in corso e ne rappresentano ormai l'universale memoria collettiva. La guerra, oggi, la conosci in telecronaca diretta, e se di uno dei suoi diversi episodi manca l'immagine, quel passaggio sarà presto dimenticato. La sfida terroristica ha scelto come primi bersagli gli obiettivi d'immagine assoluti, quelli più «televisivi», e soltanto dopo ha colpito il bersaglio militare del Pentagono. L'aereo bomba, in quel caso, non è stato filmato, e la voragine aperta nell'orgoglio della superpotenza statunitense fa ormai parte dei dettagli del racconto, cronaca per specialisti.

La guerra senza immagini rischia di non esistere. L'intervento militare della Nato contro la Jugoslavia di Milosevic ha avuto bisogno delle riprese ripetute dei profughi dal Kosovo per ottenere il consenso politico e popolare alle sue motivazioni ufficiali. Le poche scene sugli effetti di quei bombardamenti hanno ridotto la discussione sull'opportunità e le conseguenze dell'intervento a una pura questione ideologica fra partiti e schieramenti preconcepiuti. Chi era contro e chi era a favore, senza documenti e testimonianze che potessero provocare ripensamenti. Lo scannatoio della Bosnia, con le sue 250 000 vittime e i suoi milioni di profughi, è stato certamente il dramma europeo più cruento dopo la seconda guerra mondiale. Eppure, quel massacro è marcito per quattro anni prima di produrre lo sdegno necessario a interromperlo. Guerra poco televisiva, quella di Bosnia, inquadrature strette di mille piccole tragedie e poco spazio per le immagini simbolo.

Quando la guerra ha già l'immagine simbolo che la motiva e la circonda di consenso, come nel caso delle Torri gemelle di New York, l'intervento televisivo può essere di troppo, addirittura sgradito. Nel conflitto in corso, per il suo primo round in Afghanistan, ha avuto un ruolo determinante Al-Jazeera, la cosiddetta «CNN araba». Questa emittente libera del Qatar, che in precedenza aveva dovuto subire gli attacchi di molti governi mediorientali autoritari, in questa guerra finisce nel mirino del governo americano, che cercherà a più riprese di «ammorbidirla» e di fare pressioni sulle televisioni americane perché non riprendano i suoi filmati sulle vittime civili di Kabul e le sue interviste a Osama bin Laden. Qualche voce libera ha provato ad indignarsi, eppure tutto era già stato scritto e preannunciato. «Non sarà una guerra per le televisioni», ammonì a settembre il presidente americano Bush. Come a dire: questa volta facciamo sul serio, anche a costo di giocare apertamente sporco, e non voglio rompiscatole attorno a sollevare dubbi se una cosa sia giusta. «Fin dall'inizio, Washington ha detto chiaro e tondo che su molte cose non saremo mai informati», afferma Peter Arnett, il volto televisivo della guerra del Golfo. «È una situazione senza precedenti.» Ma è ancora Bush il più lapidario, quasi a voler mettere le mani avanti: «Quando potremo, vi diremo cosa stiamo facendo, quando non potremo non vi diremo nulla, e se sarà necessario arriveremo a mentirvi». Finalmen-

▼ Il giornalista statunitense Peter Arnett, famoso per le corrispondenze, per la CNN, dalla prima Guerra del Golfo (1990-1991). Unico a possedere un telefono satellitare, fu il primo ad annunciare l'avvenuto attacco americano e a mostrare i bagliori delle esplosioni notturne che fecero il giro del mondo.

te un capo di Stato e di eserciti che parla chiaro. Avevano sempre agito così, ma nessuno lo aveva mai annunciato prima.

Gli assaggi della nuova strategia della forza nei confronti dei media sono già stati numerosi. Nessuna troupe televisiva al seguito dei marines, fu l'impegno minaccioso di Bush. Ad attacco avvenuto, nell'ottobre 2001, il Pentagono ammise che un certo numero di giornali e di televisioni americane e inglesi erano state informate con quarantotto ore di anticipo dell'inizio dei bombardamenti sull'Afghanistan, e i loro corrispondenti erano stati invitati sulle portaerei in azione nel Golfo Arabico, a patto di mantenere rigorosamente il segreto. Interessante vedere la «lista degli invitati»: le principali televisioni americane, le due agenzie di stampa internazionali Aftn e Reuters (americana e inglese), il «New York Times», il «Baltimore Sun», il «Wall Street Journal» e il «Times». Informazione gestita fra gli amici di casa, ma soprattutto un «patto del silenzio» fra una parte del mondo dell'informazione americana e



inglese e i loro governi. Mai accaduto, o mai ammesso prima. Una sorta di autocensura «patriottica» che aiuta a spiegare i molti vuoti di memoria e di racconto che sembrano circondare le cronache, soprattutto televisive, della guerra in corso.

La televisione non ha certo inventato la guerra, ma ne è diventata ormai la sublimazione, lo strumento indispensabile per confermare o distruggere le ragioni stesse di un conflitto, per esaltarne valori (o bugie) etici e umanitari, per enfatizzare un atto esemplare. La guerra di Troia ha avuto Omero e, prima

e dopo di quella, ci sono stati

mille altri cantori per mille altre guerre, ma dove erano allora le immagini in diretta? Ogni evento bellico oggi, per essere tale, deve poter essere vissuto dal grande pubblico, ricevuto e consumato a domicilio. La guerra ha bisogno della televisione per uscire dall'anonimato dello scannatoio e potersi fregiare di quel titolo. Avete mai sentito parlare di guerra in Africa? Solo «scontri tribali» per quei dimenticati. Dal 1945 alla fine secolo, ci sono state nel mondo più di 165 guerre. Nell'ultimo decennio nel mondo ci sono stati circa 60 conflitti, che hanno causato centinaia di migliaia di morti e 17 milioni di profughi. Guardando e facendo televisione, confesso di non essermi accorto di quelle guerre.

Se vuoi evitare che una guerra risulti tale, basta badare che attorno non vi siano telecamere o che vi siano soltanto quelle controllabili.

Tv e società

Si può affermare che la tv ha un ruolo importante nella formazione della società e della cultura di massa. Sia nel passato che nel presente non sono mancati detrattori ed estimatori di questo medium. Qualcuno l'accusa di favorire

la vita sedentaria, negativa soprattutto per i giovani e gli anziani, e di portare all'isolamento dalla società. Qualche altro ne ha osannato la capacità di portare l'informazione anche agli individui meno acculturati, altri ancora l'hanno accusata di trascinare nelle case la violenza, la volgarità.

Per la molteplicità di stimoli che offre, la **tv influisce certamente sugli stili di vita e sul mondo dei valori**, disinibendo sia il comportamento che il linguaggio e rendendo comuni atteggiamenti e parole che non sempre sono condivisibili. Se in passato la televisione ha avuto il merito di fare conoscere **la lingua italiana** a tutto il Paese ora la si accusa di infarcire l'italiano di neologismi, di sgrammaticature, di intercalari dialettali, di espressioni grossolane. Questo avviene in quei programmi chiamati comunemente «tv spazzatura», ma il palinsesto contiene anche programmi dignitosi, dove il conduttore si avvale di un linguaggio corretto, di toni sobri, misurati e guida gli eventuali ospiti a mantenere un eloquio rispettoso dell'utente.

I docenti universitari Valeria Della Valle e Giuseppe Patota nel saggio *L'italiano* (Sperling & Kupfer) individuano tre varietà di italiano «televisivo».

1. *La lingua delle trasmissioni di informazione e divulgazione politica, culturale o scientifica medio-alta: è l'italiano di programmi come Tv7, Quark, Elisir, Passepartout, un italiano che, utilizzando una formula coniata da Francesco Sabatini, attuale presidente dell'Accademia della Crusca, possiamo qualificare come «parlato serio semplice».*

2. *L'italiano delle trasmissioni di intrattenimento, dai telequiz ai cosiddetti talk show, dai varietà ai reality show, un italiano di livello direttamente proporzionale alla qualità del programma che veicola: si va dal parlato sciolto e colloquiale di alcuni conduttori (i migliori) al parlato trascurato e sciatto del pubblico di trasmissioni come Uomini e donne o La vita in diretta o dei*



◀ Molte tv, molti reti, molti programmi: ognuno di questi utilizza un differente livello di «italiano televisivo».

protagonisti delle varie edizioni del Grande fratello, dell'Isola dei famosi e programmi affini.

3. *L'italiano di quelli che un tempo si chiamavano sceneggiati o teleromanzi e oggi si chiamano obbligatoriamente fiction, una varietà anch'essa molto differenziata al suo interno: si va dal «parlato formale» di Incantesimo (non sorprenda questa curiosa associazione, confermata dal fatto che anche la letteratura rosa è tradizionalmente più attenta alla norma grammaticale della letteratura senza aggettivi) al «parlato medio» di Un medico in famiglia fino al «parlato quasi reale» di Un posto al sole.*

Occorre inoltre aggiungere che l'utenza è formata da tanti individui diversi, per cui i vari programmi hanno un pubblico diverso, non è detto che chi guarda Corrado Augias e Milena Gabanelli o Piero Angela faccia parte dello stesso pubblico che staziona su un *reality show*.

La televisione fa nascere desideri e di conseguenza nei più vulnerabili fa insorgere frustrazioni. I più esposti ai danni di un sovradosaggio televisivo sono quei bambini e adolescenti che consumano il medium senza il filtro della famiglia, senza una **valutazione critica dei modelli proposti**.

L'eccessiva offerta di *fiction* e di *reality* può rendere difficoltosa **la distinzione tra finzione e realtà**, la visione di troppe scene violente può **assuefare all'aggressività**. Le fasce sociali più sprovvedute inoltre hanno difficoltà a **differenziare le notizie dalle opinioni**, a riconoscere le manipolazioni. In Italia è sorta da tempo l'Associazione Italiana Ascoltatori Radio e Telespettatori (**AIART**) con il compito di difendere gli interessi degli utenti in materia di pubblicità, violenza, tutela dei minori.

Il giornalista Eugenio Arcidiacono, intervistando Aldo Grasso, spiega l'evoluzione dei contenuti televisivi, mettendone in discussione la valenza pedagogica. Il docente universitario Massimo Baldini propone invece una visione negativa della televisione nei confronti dei bambini, sui quali produce effetti deleteri.

Come cambiano i gusti televisivi degli italiani: ne parliamo con Aldo Grasso

Com'era bella la tv di una volta: c'erano i varietà del sabato sera, i grandi sceneggiati, *Carosello*... Ora, invece, solo violenza e volgarità. Quando si parla di televisione si cade spesso in luoghi comuni e facili moralismi che non spiegano un bel niente.

«L'unica nostalgia che provo è per la professionalità: in passato, chi faceva tv doveva passare dalla gavetta, mentre oggi il talento non è più necessario. Ma tolto questo, non c'è paragone: prima c'era una censura spaventosa, e un'offerta infinitamente inferiore per varietà e vivacità. Solo che, come spesso accade, la moneta cattiva scaccia quella buona: tutti sono impegnati a lagnarsi dei *reality* e non si accorgono di quanti programmi interessanti vanno in onda».

Parola di Aldo Grasso, critico del «Corriere della Sera», docente all'università cattolica di Milano e autore del provocatorio saggio *Buona maestra. Perché i telefilm sono diventati più importanti del cinema e dei libri* (Mondadori), in cui scrive: «La tv, nel suo insieme, è divisa in due grandi emisferi: quello del *trash* (*talk*, *reality*), il cui unico vero scopo è quello di fare il solletico alla vita, non si pone più problemi estetici e quindi etici. Non ci si scandalizza più se, nel corso di una trasmissione, una cerimonia sacrale come il matrimonio si trasforma in una farsaccia, se i bambini finiscono in canaglieschi primi piani, se una procace velina viene offerta in pasto al nonnetto; l'unica cosa che conta è che sia una *good story*, una buona storia, costruita bene e raccontata meglio». Il telefilm, invece, «è arte, ma non lo dà a vedere, questa è la sua sublime raffinatezza». Grasso si riferisce in particolare alle serie americane degli ultimi anni, da *E.R.* a *C.S.I.*, da *Lost* a *Dr. House*, che «ci aiutano a comprendere la realtà, ci interrogano come e più del cinema e della letteratura». L'eccellenza di questi prodotti riguarda innanzitutto il livello formale: sceneggiatura, regia, recitazione.

«Gli americani hanno capito che per realizzare un prodotto «consumabile» su supporti diversi dalla tv, come il dvd, Internet, i cellulari, occorre puntare solo sulla qualità. Da noi, invece, c'è ancora l'ossessione di capire a quale pubblico rivolgersi. Il risultato è una mortificazione del brutto». [...]

Tra le serie americane, grande successo riscuotono i *teen drama* come *Smallville*, *Dawson's Creek*, *O.C.*, prodotti rivolti a un pubblico di adolescenti che, come scrive Grasso, sono colmi di citazioni e strutture narrative tratte dalla grande letteratura, dalle opere di Stendhal, di Conrad, di Kafka. «In questi telefilm i problemi dei giovani non vengono mai posti come tali, ma inseriti in una struttura narrativa. Ai ragazzi piacciono perché sentono che non c'è nessuno che vuole ammaestrarli e i valori passano perché si sentono protagonisti di una storia, proprio come accade con i grandi

da Eugenio Arcidiacono, *Inchiesta/tv. La ricetta del dottor House*, in «Famiglia cristiana», anno LXXVII, n. 17, 29 aprile 2007

La televisione è una «ladra di tempo», una «serva infedele» e una «cattiva maestra»

Contro la televisione hanno scritto scienziati della comunicazione e psicologi, pedagogisti e sociologi, ma in questi ultimi anni hanno lanciato i loro strali contro questo medium elettronico anche noti filosofi, come Hans-Georg Gadamer, e celebri epistemologi, come Karl R. Popper. Per Gadamer la televisione è «la catena a cui l'uomo moderno è legato dalla testa ai piedi. E chi ha le chiavi di questa catena è la moderna élite delle informazioni. Una élite che esiste solo per schiavizzare l'umanità con le immagini».

Da parte sua Popper già negli anni Ottanta aveva tenuto una conferenza alla Camera dei Lords in cui sosteneva che la televisione era una «cattiva maestra» perché educava i giovani alla violenza. «La mia tesi era, ed è – egli confessò qualche anno più tardi – che noi stiamo educando i nostri bambini alla violenza attraverso la televisione e gli altri mezzi di comunicazione. Dissi allora, e penso tuttora, che purtroppo noi abbiamo bisogno della censura. Mi dispiace dirlo proprio perché sono un liberale e non sono favorevole alla censura. Il fatto è che la libertà dipende dalla responsabilità. Se tutti fossero pienamente responsabili per il modo in cui vivono – in cui dovrebbero vivere – se considerassero gli effetti delle loro azioni sui bambini non avremmo bisogno della censura. Ma purtroppo le cose non stanno così e la situazione è andata sempre peggiorando: la gente vuole sempre più violenza, chiede alla televisione di mostrare più violenza. Non possiamo accettare che si vada avanti così.» Successivamente Popper è ancora tornato su questi temi. A suo avviso, la causa della perdita delle funzioni educative da parte del medium televisivo deve essere attribuita al fatto che ci sono troppe reti televisive e che queste trasmettono per un numero di ore troppo alto. Un tempo le poche reti televisive presenti sul mercato trasmettevano molti programmi di valore, ma poi il livello è sceso perché per mantenere l'audience «dovevano produrre sempre più materia scadente e sensazionale. Il punto essenziale è che difficilmente la materia sensazionale è anche buona».

Le televisioni per accaparrarsi i telespettatori hanno finito così con l'offrire spettacoli dove la violenza è sempre più presente. «Grazie alla televisione – scrive Charles S. Clark – un bambino americano assiste in media a 8 mila omicidi e a 100 mila atti di violenza prima di aver terminato le scuole elementari.» Di fronte a questa bancarotta educativa Popper ha avanzato recentemente una nuova proposta, quella di istituire un albo per chi fa la televisione, un albo simile a quello che già da tempo esiste per i medici. Questi ultimi, egli ha scritto, «sono controllati dalle proprie organizzazioni secondo un metodo che è altamente democratico. I medici hanno infatti un grande potere sulla vita e la morte dei loro pazienti, che deve necessariamente essere sottoposto a un controllo. E in tutti i Paesi civili c'è una organizzazione attraverso la quale i medici controllano se stessi e c'è anche, naturalmente, una legge dello Stato che definisce le funzioni di questa organizzazione. Io propongo che una organizzazione simile sia creata dallo Stato per tutti coloro che sono coin-

volti nella produzione di televisione. Chiunque sia collegato alla produzione televisiva deve avere una patente, una licenza, un brevetto che gli possa essere ritirato a vita qualora agisca in contrasto con certi principi».

La patente di cui parla Popper dovrebbe essere rilasciata solo dopo un corso di addestramento che si dovrebbe concludere con un esame ed essa dovrebbe essere presa non solo dai «produttori di televisione, che hanno la più elevata responsabilità nelle decisioni sui programmi, ma da tutti i lavoratori, anche i tecnici e i cameraman, perché tutti coloro che sono coinvolti nella produzione televisiva ne portano una responsabilità».

Infine, per Popper, la televisione è divenuta «un potere politico colossale», forse il più importante di tutti e «nessuna democrazia può sopravvivere se all'abuso di questo potere non si mette fine».

Le riflessioni di Popper poggiano, per sua stessa ammissione, sulle ricerche portate a termine da John C. Condry negli anni Ottanta. [...]

Per Condry la televisione [...] ha un enorme potere anche perché la scuola non funziona come dovrebbe e perché la famiglia abdica ai suoi compiti formativi. La televisione non sollecita nei suoi fruitori nessuna curiosità, non lascia spazio al mistero, vive «nel presente, non ha rispetto per il passato e ha scarso interesse per il futuro». Essa mette i bambini, che ormai la guardano mediamente per ben 40 ore settimanali, di fronte a 25 atti di violenza l'ora, inoltre essa distorce «gravemente le situazioni della vita reale». La tv insegna a essere belli, essere giovani, essere sexy, privilegia i valori «egoistici e auto-orientati (ad esempio la felicità personale, una vita intensa o il riconoscimento sociale)» e non i valori «più altruistici come l'uguaglianza o l'amicizia».

La televisione, in breve, è «una ladra di tempo: deruba i bambini di ore preziose, essenziali per imparare qualcosa sul mondo e sul posto che ciascuno vi occupa. E questo sarebbe già abbastanza negativo. Ma la tv non è soltanto ladra: è anche bugiarda. Guardando la televisione i bambini vi scorgono una fonte ragionevole di informazioni sul mondo. Questo non è vero, ma loro non hanno modo di capirlo. Per quel po' di verità che la televisione comunica, c'è molto di falso e di distorto, sia in materia di valori che di fatti reali».

La televisione è uno «strumento di socializzazione pessimo», essa provoca sui giovani un danno «personale, sociale, fisico e mentale». Oltre che una *ladra di tempo* e una *emerita bugiarda* è anche una *serva infedele* che educa male i bambini che le vengono affidati. I genitori non dovrebbero mai dimenticarsi che essa «è un'istituzione che serve gli interessi delle imprese da cui è sponsorizzata molto più di quelli del pubblico. Fin dal suo avvento, la televisione ha usato violenze eccessive e gratuite come strumento per attirare l'attenzione, e ha continuato a farlo anche davanti alla riprovazione diffusa dell'opinione pubblica».

Per Condry i genitori debbono sempre *mediare* gli spettacoli televisivi guardandoli e commentandoli insieme ai figli, ma soprattutto devono insistere con i loro figli affinché guardino meno la televisione e devono offrire loro «altre idee su come passare il tempo. I bambini hanno bisogno di conoscere il mondo; e queste informazioni si ottengono soltanto agendo nel mondo, cioè tramite l'interazione reale fra esseri umani. I bambini hanno bisogno di più esperienza e meno televisione».

da Massimo Baldini, *Storia della comunicazione*, Newton Compton

PROPOSTE DI LAVORO

- 1 **I giovani, generalmente, seguono solo saltuariamente oppure distrattamente il telegiornale. Eppure l'informazione su aspetti della realtà quotidiana aiuta a conoscere, a formarsi una coscienza critica, stimola ad approfondire determinate tematiche e a confrontarsi in modo dialettico con gli altri contribuendo, unitamente a tante altre sollecitazioni, a formare la nostra personalità. La seguente attività viene proposta per avvicinarti al telegiornale.**
 - 1) Registra almeno un paio di telegiornali trasmessi nella stessa giornata su reti diverse, quindi dopo avere appuntato il nome della rete, la data, l'ora di inizio e di fine di ogni telegiornale annota i tuoi commenti riguardanti:
 - a) la sigla di apertura, che può essere più o meno gradevole e coinvolgente;
 - b) il saluto del giornalista televisivo: simpatico, disinvolto, compassato, freddo...;
 - c) le prime due notizie di ciascun telegiornale (non è detto siano le stesse). Annota a quale settore si riferisce ogni notizia, come viene trasmessa, se vi sono immagini, collegamenti esterni, interventi in studio, quanto tempo occupa, com'è, mentre la riferisce, l'atteggiamento del giornalista riguardo alla mimica facciale, corporea, gestuale, all'intonazione della voce, com'è il linguaggio (commosso, distaccato, pacato veloce, chiaro, tecnico, comprensibile e altro...);
 - d) commenti personali.
 - 2) Discuti successivamente con i tuoi compagni quanto hai annotato, le notizie e le modalità con cui sono state date. Nel corso dell'anno scolastico l'esercizio si può estendere al telegiornale intero.
- 2 **La televisione, portando la guerra nella nostra quotidianità, produce generalmente un effetto di saturazione nei confronti del «male». È così anche per te? Quando guardi riprese di guerre che sono in atto quali domande ti poni? Credi a tutto? Pensi che l'informazione ricevuta sia neutrale o difenda particolari interessi politico-finanziari? Cerchi in seguito di documentarti anche sulla stampa? Oppure cambi canale?**
- 3 **La tv ha messo in crisi il cinema o, più precisamente, le sale cinematografiche, perché i film sono ancora visti volentieri da giovani e meno giovani. Taluni si accontentano dei film trasmessi dalle tv generaliste, altri si sintonizzano su una pay-tv tematica e scelgono film recenti da godersi circondati dalle comodità della casa. Tu ami i film trasmessi in televisione? Opti tra quelli in programma sui canali pubblici e commerciali o tra quelli delle tv a pagamento? Quale genere prediligi? Scegli in base al genere, agli attori, al regista? Vi assisti solo o con i famigliari, oppure con gli amici? Dopo la visione commenti quanto hai visto con qualcuno? Giudichi il film in base al contenuto o anche in base alla recitazione degli artisti, alla musica, agli effetti sonori e tecnici?**
- 4 **Riflettendo sulla qualità delle attuali proposte televisive, sugli enormi guadagni legati alla pubblicità, commenta la seguente notizia:**

Il 2008? Passerà alla storia come l'anno del sorpasso: quello di Internet ai danni della televisione. È quel che sostiene l'ultima ricerca della School of Management del Politecnico di Milano e della Nielsen, secondo la quale il 54 per cento degli Italiani (27 milioni di individui dai 14 anni in su) ormai al piccolo schermo preferisce di gran lunga il web. [...] La scoperta più incredibile? La maggior parte di loro naviga in rete fra le 8 e le 11 di sera, cioè durante la cosiddetta prima serata, così importante per i network televisivi.

(Da Jaime D'Alessandro, *Web-tv l'anno del sorpasso*, in «la Repubblica», 2 gennaio 2008).
- 5 **E se per un mese si spegnesse la televisione? Saresti d'accordo? Svolgi un'indagine nella tua classe, avvalendoti delle voci proposte che organizzerai in una scheda. Utilizzando le voci qui proposte, stendi una relazione in cui analizzi i risultati ed esprimi le tue considerazioni.**

Alunni favorevoli. Alunni sfavorevoli. Vantaggi per gli alunni e perché. Svantaggi per gli alunni e perché. Soggetti esterni alla classe che ne trarrebbero vantaggio e perché. Soggetti esterni alla classe che ne trarrebbero svantaggio e perché.
- 6 **Rifletti sul fatto che la maggior parte della produzione televisiva, soprattutto dei cartoni animati per ragazzi, è di produzione straniera, giapponese e statunitense. Questo comporta che vengono trasmessi valori e modelli di comportamento spesso estranei alla nostra tradizione, ma anche a quella del Paese in cui nascono. Sono prodotti commerciali che devono venderli in ogni luogo, quindi i lineamenti dei personaggi non sono né asiatici né occidentali, ma sono deformati: spesso hanno grandi occhi simili a quelli degli animali. Dopo avere scelto tre cartoni trasmessi abitualmente dalle diverse reti televisive e avere annotato il Paese di produzione di ognuno, scrivi alcune riflessioni sull'aspetto dei personaggi, sul loro comportamento abituale, sul loro ruolo e sul tuo gradimento, che motiverai.**

La Televisione: glossario

- Abbonamento** ■ O *canone* di abbonamento, è il tributo annuale e obbligatorio versato dall'utente televisivo che usufruisce del servizio pubblico radio-televisivo. Le televisioni commerciali non si avvalgono di alcun canone, perché vivono grazie alla pubblicità. Un utente, che voglia vedere una *pay-tv*, deve abbonarsi presso l'emittente privata.
- ADSL** ■ Modalità di trasmissione ad alta velocità per mezzo della linea telefonica e un modem. Essa permette di ricevere sul computer immagini televisive *on demand*.
- AIART** ■ Associazione Italiana Ascoltatori Radio e Telespettatori, ha l'obiettivo di difendere gli interessi degli utenti in materia di pubblicità, violenza, tutela dei minori.
- Alta definizione** ■ È lo standard televisivo che trasmette immagini perfette simili a quelle delle pellicole cinematografiche. La definizione delle immagini dipende dal numero di linee da cui è composto il quadro e dal numero di quadri al secondo; aumentando i parametri si ottimizza la qualità delle immagini.
- Audience** ■ Termine che designa l'utenza di un programma in un dato momento.
- Auditel** ■ Quantifica il numero di fruitori dei diversi programmi in ogni momento televisivo.
- BBC** ■ Importante emittente inglese.
- Canone** ■ Vedi *abbonamento*.
- CNN** ■ Importante emittente statunitense satellitare, dedicata all'informazione.
- Contenitore** ■ Programma televisivo della durata di parecchie ore, contenente diverse proposte unificate dal conduttore. È l'alternativa alla rigida successione di trasmissioni di generi nettamente distinti. Programmi contenitore sono per esempio *Uno mattina*, *Quelli che il calcio...*
- Criptare** ■ È l'azione che rende illeggibili i segnali emessi dalle *pay-tv* da parte degli apparecchi televisivi che non hanno sottoscritto un abbonamento.
- Decoder** ■ O decodificatore, è un apparecchio utilizzato dagli abbonati alle *pay-tv* che consente di leggere un'immagine televisiva *criptata*.
- Diritti televisivi** ■ Diritti di trasmissione che ogni emittente ha sui programmi che essa produce o che ha acquistato.
- Etere** ■ È lo spazio teorico, diviso in intervalli di frequenza, attraverso il quale viaggiano i segnali trasmessi dalle emittenti.
- Fibra ottica** ■ Sottile filamento in fibra di vetro capace di trasmettere segnali digitali ad altissima velocità per mezzo di impulsi luminosi e con una capacità di portata duemila volte superiore a quella dei cavi coassiali di rame. I cavi formati da fibre ottiche non necessitano di ripetitori.
- Generalista** ■ Emittente televisiva quali *Raiuno*, *Canale 5* che si rivolge a un pubblico indifferenziato. Si contrappone a tv tematica o a tv mirata.
- Interattività** ■ È la possibilità che ha l'utente televisivo di scambiarsi informazioni con un'emittente, evento realizzabile con il *video on demand*.
- Internet** ■ Abbreviazione dell'espressione inglese *international network* che significa «rete internazionale». Sistema mondiale che collega tra loro reti telematiche locali e computer per la trasmissione a distanza di informazioni, immagini, suoni... Nata negli anni Sessanta per scopi militari si è sviluppata dagli anni Ottanta in tutto il globo. Offre diversi servizi telematici: posta elettronica, conversazione, accesso a banche dati, biblioteche, musei, città... Il collegamento con Internet avviene attraverso una rete informatica intermediaria, il *provider* a cui l'utente versa un abbonamento.

- Larghezza di banda** ■ Capacità di un canale, telefonico, satellitare, radio, via cavo di trasmettere dati. Si misura in bit o byte al secondo. La maggiore o minore larghezza di banda di un canale indica la possibilità di inviare file «pesanti», ovvero con un numero alto di bit. Per una comunicazione vocale di alta qualità bastano 64 mila bit al secondo, mentre la musica ad alta qualità ne richiede 1 milione e 200 mila.
- Neotelevisione** ■ Il termine definisce la televisione pubblica impostasi dopo il 1975 e in concorrenza con le reti commerciali.
- Network** ■ È costituito da un insieme di emittenti televisive interconnesse per potere mandare in onda le stesse trasmissioni su tutto il territorio nazionale. In Italia esiste il *network* delle tre reti Rai e il *network* di Mediaset con *Canale 5*, *Italia 1*, *Retequattro*.
- Opinionista** ■ È colui che esprime il proprio parere su eventi politici, sportivi, di costume, fatti di attualità. Solitamente è un giornalista, ma può essere un personaggio più o meno famoso, legato al mondo della cultura, dello spettacolo, dello sport; talvolta è richiesta l'opinione anche di individui comuni. Ci sono opinionisti che espongono il loro pensiero dopo avere studiato a fondo il problema, altri che esternano la loro opinione in maniera superficiale e istintiva, dicendo anche delle banalità.
- Paleotelevisione** ■ Definisce la televisione italiana nel periodo del monopolio di Stato, dal 1954 al 1975.
- Palinsesto** ■ È l'insieme dei programmi televisivi proposti da una rete per un dato periodo, un giorno, una settimana, più mesi.
- Pay per view** ■ Equivale a «pagare per vedere». Esso consente la visione di un programma televisivo a pagamento ad orari stabiliti dal provider televisivo.
- Pay-tv** ■ Televisione a pagamento. È un'emittente che fornisce i propri programmi solo a quegli utenti che sottoscrivono un abbonamento. Per ricevere i segnali occorre un *decoder* o *decodificatore* che converta i segnali criptati.
- Prime-time** ■ È la fascia oraria che va dalle 20,30 alle 22,30 o 23.
- Provider** ■ Fornitore del servizio di accesso a *Internet*. Fa capo a una rete informatica locale intermediaria tra l'utente e una rete telematica più ampia.
- Set top box** ■ O *decoder*, serve per ricevere le immagini emesse dalle *pay-tv*.
- Telematica** ■ Disciplina che studia i fenomeni tecnici e scientifici dell'integrazione tra telecomunicazioni (televisione e telefono) ed elaborazione elettronica.
- Tv analogica** ■ È una modalità di trasmissione dei dati attraverso la variazione continua di un segnale, a somiglianza con un determinato fenomeno fisico, tipo l'oscillazione, la fluttuazione di pressione delle onde acustiche. La televisione terrestre analogica è dotata di un ricevitore predisposto a ricevere segnali, trasmessi come impulsi magnetici, attraverso l'antenna. Essa è destinata a cedere il posto gradualmente alla *tv digitale*, *satellitare* e *via cavo* per la qualità d'immagini e i molti servizi che queste saranno in grado d'offrire.
- Tv digitale** ■ Nella tv digitale le immagini sono tradotte in forma numerica attraverso il codice binario (sistema, utilizzato nei calcolatori, di numerazione posizionale in cui si impiegano le cifre 0 e 1) e apposite formule. La traduzione del segnale televisivo in forma numerica o digitale occupa meno spazio rispetto a quello analogico, consente di ricevere suoni e immagini di alta qualità e di avere più canali disponibili. Permette inoltre la partecipazione attiva del fruitore che può interagire con i programmi in onda e può accedere a servizi di pubblica utilità, attraverso un particolare *decoder* o *set top box*.
- Tv satellitare** ■ È caratterizzata dalla trasmissione dei dati con una connessione satellitare. La tecnologia si basa su un sistema composto da un satellite artificiale che riceve e ritrasmette i programmi indirizzati agli utenti e da un'antenna parabolica con cui i fruitori si collegano al sistema.
- Tv terrestre** ■ Si avvale di onde radio emesse da trasmettitori posti sulla superficie terrestre.
- Tv via cavo** ■ Quando il metodo di trasmissione delle immagini e del suono televisivi non avviene via etere ma si serve di un cavo per telecomunicazioni. Esso può essere un cavo coassiale oppure un cavo in *fibra ottica* che, rispetto al primo, ha una maggiore potenza per la grande capacità e velocità di trasmissione. I fruitori possono avere una trasmissione digitale e una relazione interattiva con l'emittente.
- Zapping** ■ Passaggio attraverso il telecomando da un canale all'altro.