

t v

L'attività di mediazione

Nel settore degli studi sui mezzi audiovisivi al momento descrittivo è, come in ogni campo, successa una fase di riflessione globale: è opportuno che ogni mezzo sia esaminato, in quanto a « contenuti » ed « effetti », prima che in se stesso, nella sua relazione con gli altri che l'hanno seguito o preceduto. Si impone cioè una precisazione di ruoli che chiarisca le singole estensioni e virtualità non in chiave definitoria, ma ai fini d'una ricerca ordinata e d'una maggior comprensione dei fenomeni ancora in un momento di sviluppo e di espansione.

Un messaggio muta con il mezzo, anche qualora i contenuti siano identici: ogni mezzo di comunicazione, infatti, parla un suo linguaggio ed implica un atteggiarsi autonomo di fronte alla realtà, una « visione del mondo » peculiare non traducibile altrove se non per somiglianza. Oltre agli effetti diversi, diversi sono elementi e modalità espressive: diversi insomma, a qualsivoglia livello, i risultati.

I rapporti che si andranno via via stabilendo con gli altri mezzi consentiranno allora, una volta fissate le distanze, di meglio afferrare finalità e caratteri singoli. Lo schema di Laswell — *chi dice che cosa a chi e con quali effetti* — è indubbiamente esaustivo per lo studio ma implica un esteso lavoro di ricerca teoretica ed empirica: il *che cosa* soprattutto va integrato con una accorta

e prudente indagine sulle modalità della proposta, rifiutando presupposti astratti e rifacendosi costantemente a fattori concreti. Ogni esperienza drammaturgica è adempiuta da una triade — autore, attore, pubblico — che la riassume: ogni tipo di comunicazione risolve logicamente in modo diverso gli apporti dei componenti la triade. Nel fatto televisivo, apparentemente assente il pubblico, limitandosi generalmente l'autore a proporre il testo ed il regista a far opera di « intelligenza » e di organizzazione, del ruolo di maggior impegno è investito l'attore, che dal teleschermo porge direttamente i contenuti. I fattori peculiari in senso psico-sociologico dell'ascolto, le caratteristiche tecnico-espressive dell'immagine televisiva, come fu generalmente sottolineato da chi se ne è occupato, spingono l'uomo a divenir protagonista indiscutibile: e ciò succede non tanto per l'attore drammatico quanto per il presentatore-attore.

Si può parlare in sostanza d'una reale funzione di mediazione che si svolge su piani differenti; l'attore-presentatore, pur senza rivestirsi d'alcuno spessore tradizionalmente divistico, e forse appunto per ciò, acquista un valore di « presenza » che si afferma col peso d'una abitudine.

La prima mediazione è propriamente d'ordine intellettuale, compendosi fra il gruppo che propone ed il gruppo che riceve. Lo studio sugli effetti dei mezzi di massa ha sottolineato l'esistenza di numerosi criteri selettivi a livello di ascolto: perché il messaggio divenga utile patrimonio di una comunità e per l'adeguata circolazione delle proposte è

proprio da tale mediazione che potrebbe scaturire l'animosa convergenza delle opinioni.

Una seconda mediazione che potremmo definire affettiva si realizza fra la funzione dell'immagine e la viva realtà fattuale: l'impressione definitiva di certezza che l'immagine tende a dare è così temperata dal commento preciso o problematico e dal discorso interpretativo. La figura del presentatore televisivo, a qualsiasi livello ed in qualsiasi emissione, acquista così un'importanza crescente e si carica del ruolo più ingrato e suggestivo, non trattandosi più d'un personaggio cui l'attore presta voce e volto, bensì d'un ben preciso individuo che risponde responsabilmente di parole ed azioni.

Il commentatore politico del telegiornale, il moderatore o chi introduce o lega i programmi culturali d'ogni genere, sono imposizioni addirittura linguistiche del mezzo televisivo: l'unità che al cinema o al teatro è data dalla vicenda, è qui per lo più artificialmente costruita mediante un discorso logico rivolto al ricettore. Se fosse vero quanto affermavano J. P. Sartre e G. Anders, d'una presunta strutturazione dell'individuo da parte dei mezzi di massa a causa dell'inesistenza di reali rapporti interpersonali, ci troveremmo allora di fronte a veri leaders d'opinione, dotati nel contesto d'una data società d'un'influenza e d'un potere determinanti. Ricordando la particolare situazione psico-sociologica dell'ascoltatore televisivo che, come numerose ricerche empiriche hanno dimostrato, tende generalmente a conservare ed a rafforzare le proprie idee, indipendentemente dai contenuti trasmessi, è possibile avanzare alcune

ipotesi sulla sfera d'azione del commentatore a seconda del sistema sociale in cui opera.

Nei sistemi totalitari egli diviene rapidamente, né potrebbe essere altrimenti, portavoce di opinioni preesistenti: la capacità di mobilitare i cittadini circa fini ed opinioni prestabilite non gli viene esclusivamente dal mezzo né dalla sua personalità, benché entro certi limiti contino pur qualcosa, bensì da una ideologia attivamente o passivamente da tutti condivisa. Si tratta d'un potere e d'una influenza formali, fondati su valori indiscutibili e subordinati a chi possiede realmente il potere istituzionale.

Nei sistemi pluralistici, ove c'è un consenso di fondo su valori e norme ed ove le fazioni si differenziano in misura talvolta minima sui mezzi per raggiungere i medesimi fini, la mobilità politica è consuetudine normale; in tal caso il commentatore politico gode di una sensibile influenza anche personale sulle opinioni dei singoli più recettivi.

In Italia, ove si può certo parlare di pluralismo, ma c'è un'ampia e radicale differenziazione fra i vari settori dell'opinione pubblica, è da escludersi la possibilità d'una influenza: i « contenuti » finiscono per essere scavalcati dall'incontro, dall'appuntamento con una figura nota le cui opinioni si condividono o meno già preliminarmente. Lo stesso ricorso alla suggestiva persuasione trova una barriera pressoché invalicabile nell'immersione dell'ascoltatore in una situazione di realtà che mantiene desto lo spirito critico, nell'ideologia singola o nei pregiudizi. U. Zatterin, W. De Luca, G. Vecchiotti sono nomi e volti a tutti noti, ma non è difficile ipo-

tizzare una loro scarsissima influenza o addirittura il sorgere di atteggiamenti negativi.

Di vera e propria influenza possiamo al contrario parlare a proposito degli esperti nelle varie discipline: i motivi son però da ricercare al di fuori della TV, nell'importanza che oggi si attribuisce alla specializzazione, nella fiducia nella competenza specifica di chi sa al punto da meritarsi la ribalta d'un organismo potente ed a diffusione nazionale.

D'una popolarità diversa e certamente assai più estesa godono al contrario le annunciatrici; il rapporto che con esse si istituisce è quello d'un quotidiano e lieto ritrovarsi. La grazia sorridente ed il loro costante apparire suscitano nello spettatore sentimenti amicali. Il fenomeno divistico acquista allora una nuova dimensione di familiarizzazione, diviene più disincantato e quieto.

Dell'ipotesi circa la realtà d'un tale processo di familiarizzazione è conferma il tipo particolare di successo attribuito ai presentatori di trasmissioni leggere. M. Bongiorno divenne il primo importante divo della TV appunto per le sue doti di immediatezza, per il suo essere e proporsi come *common man*; né la sua vita privata né la sua abilità specifica avrebbero potuto altrimenti giustificare una così clamorosa fortuna. Oggi un identico successo personale po-

trebbe difficilmente giustificarsi, data l'abitudine del pubblico televisivo a personaggi simpatici e « comuni », se pur non eccessivamente scanzonati, e l'assuefazione degli stessi divi a formule collaudate, ritenute, non sempre a ragione, linguisticamente congeniali al mezzo. Dati del servizio opinioni risalenti a qualche mese fa sembrano verificare tali ipotesi. P. Baudo, proprio per le sue doti di fresca spontaneità e di serena semplicità, e per di più grazie ad un programma nato con fini prevalentemente riempitivi, ha finito per godere dei maggiori suffragi, che sono per esempio sempre mancati ad E. Tortora, il quale rischia spesso, con la sua manifesta « intelligenza », di tradire le aspettative d'un pubblico inteso in questa sede all'evasione gioiosa ed irriflessa.

Non è qui il luogo per eventuali giudizi di valore; in ogni caso comunque si avverte la necessità che il presentatore, sia che agisca nel settore politico o culturale o in quello dello spettacolo, tenda a trasformarsi, alla maniera « americana », in vero e proprio animatore: che cioè, rispettoso della molteplicità di gusti e di idee, sia in grado di impostare con misura e proprietà qualsiasi programma, preoccupandosi di provvedere — e questo purtroppo pare per ora un sogno irrealizzabile — a che il pubblico abbia ad ogni livello gli strumenti adatti per un giudizio consapevole.

Giuseppe Cereda