

Comunicazione e nuovi media

Abstract

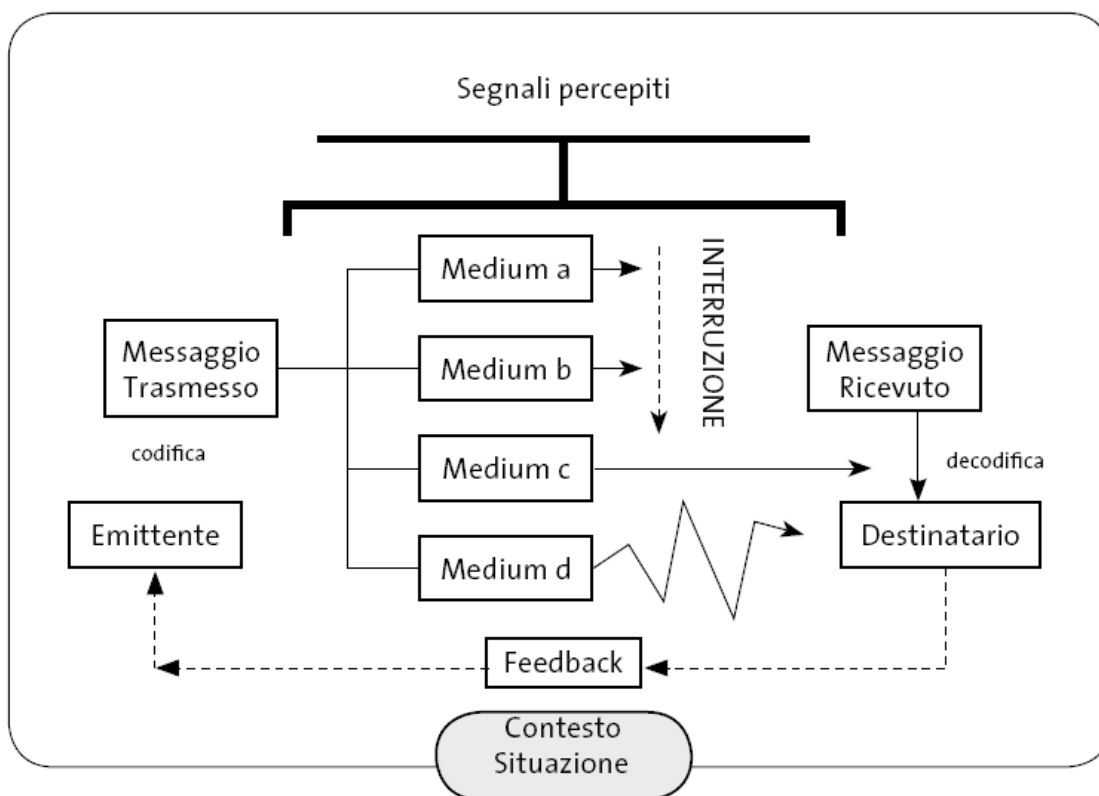
In questo primo modulo analizziamo il concetto di comunicazione e tracciamo il contesto storico e sociale che dalla fine dell'Ottocento ai giorni nostri ha visto l'affermarsi di "nuovi" media di comunicazione: la radio, il cinema e la televisione.

1. Che cos'è la comunicazione?

Partendo dal famoso assioma di Watzlawick-Beavin-Jackson (1971, p. 40), «è impossibile non comunicare », affrontiamo i concetti di comunicazione interpersonale e di massa.

La comunicazione rappresenta uno dei sistemi più importanti per la trasmissione di informazioni, ossia «la capacità di ridurre l'incertezza sullo stato del mondo» (Volli 2001⁴, p. 10)., oltre che per la costruzione di realtà intersoggettive e sociali. Nella sua definizione si contempla una varietà di accezioni e di campi di utilizzo.

Concettualmente in un dato contesto o situazione sociale un processo di comunicazione implica l'esistenza di un emittente e la trasmissione di un contenuto o messaggio ad un destinatario. Quest'ultimo riceve, in una forma e in un codice accessibili, un messaggio che nello stesso tempo può avvalersi di molteplici media, stratificando il significato e ampliandone la ricezione. I disturbi o rumori che possono interferire nel processo di comunicazione, a volte interrompendo del tutto o alterandone la trasmissione, sono di diversa natura: semiotica e tecnica. Il destinatario a sua volta tenta di ricostruire, decodificando, l'intenzione comunicativa dell'emittente, interpreta il messaggio accettandolo o rifiutandolo. Questo naturalmente può provocare un flusso inverso nel processo comunicativo, definito feedback o reazione di ritorno, per cui l'emittente diviene a sua volta ricevente (schema 1).



Schema 1. Processo di comunicazione umana.

Nella trasmissione di informazioni non si può sfuggire al fenomeno della significazione, vale a dire alla produzione del segno quale unità imprescindibile di significante e significato. Il ruolo primario però è determinato dal destinatario che interpreta oggetti, fatti, eventi; nel processo interpretativo il soggetto assume come oggetto di inferenza un fatto o una cosa, costruisce le regole e traduce le conoscenze.

Un processo di significazione per essere tale deve prevedere un codice, ovvero un sistema di norme di significazione. Perché la comunicazione avvenga occorre che l'emittente e il ricevente condividano un contesto; per Jakobson esso coincide con quello di referente, una situazione necessaria all'esplicitazione di qualsiasi messaggio. Il significante è pertanto un'occorrenza concreta, un'immagine acustica e/o visiva che nella mente dell'emittente e/o del ricevente si associa ad un concetto, un'entità astratta, un prodotto culturale. In tal modo un processo segnico implica un'attività riflessiva ed interpretativa, vale a dire la comprensione dei messaggi.

La comunicazione dunque consente la trasmissione di informazioni ma, più propriamente, definisce la situazione che darà un senso e un significato al messaggio.

1.1 La comunicazione “uno a uno”

La comunicazione umana si fonda essenzialmente sulla trasmissione di un messaggio da un ricevente ad un destinatario e viceversa (“comunicazione uno a uno”). Tale forma di comunicazione è prevalentemente interattiva in quanto contempla la possibilità di interagire tra ricevente ed emittente.

1.2 La comunicazione “uno a molti” e “molti a molti”

La comunicazione di massa si configura invece come forma di trasmissione “uno a molti” (da un emittente a molteplici riceventi) e “molti a molti” (da molteplici emittenti a molteplici riceventi).

La comunicazione “uno a molti” appare essenzialmente unidirezionale, anche se forme di interattività sociale sono sempre più frequenti. Pensate ad esempio a comizi, spettacoli teatrali, conferenze, concerti, trasmissioni radio cinematografiche e televisive, cicli pittorici, monumenti... dove un dato emittente invia un messaggio a molti riceventi. La trasmissione di tale messaggio è essenzialmente unidirezionale anche se la reazione, più o meno esplicitata del pubblico, costituisce un feedback di ritorno.

La comunicazione “molti a molti” prevede il passaggio da un unico emittente a più emittenti che concorrono alla definizione del messaggio diretto ad un numero indefinito di riceventi che a loro volta diventano emittenti di un nuovo comunicato e così via... Pensate alle nuove forme di comunicazione multimediale ed ipermediale che oltre a prevedere la compresenza di due o più media semiotici (di cui almeno uno dinamico) ha una struttura non lineare, interattiva e a supporto elettronico.

2. Il linguaggio dei media nella società dell'informazione

La rivoluzione informatica che stiamo vivendo è l'espressione di una più ampia e complessa innovazione comunicativa che ha visto l'inferenza tra la tradizione orale e scritta, tra manoscritto e stampa. L'avvento delle nuove tecnologie ha prodotto non solo una conquista di ordine tecnico, ma ha avuto anche una ricaduta sui comportamenti percettivi ed educativi della società.

Walter Jackson Ong, il cui lavoro influenzò e a sua volta fu influenzato da quello di McLuhan, ha elaborato studi straordinariamente ricchi sul passaggio dall'oralità alla scrittura, stabilendo che ciascuna delle due incrementa modi differenti della conoscenza umana. Ong fa osservare come la diffusione dell'alfabetismo, prima

innovazione tecnologica, riguardi anche l'organizzazione sociale, la definizione comune della conoscenza e la concezione stessa dell'individuo, in quanto richiede un tempo (un prima e un dopo) ed uno spazio (un dove), mentre l'oralità necessita della sola dimensione mnemonica (Ong 1986). Non solo il passaggio da un tipo di linguaggio all'altro, ma anche il passaggio tecnico dal rotolo al codice e quello materico dal papiro alla pergamena verificatisi nel IV secolo d.C., alterano le modalità di produzione, trasmissione e ricezione della comunicazione. La civiltà che si esprimeva mediante rotoli era detentrica di una cultura essenzialmente orale e la lettura era condivisa socialmente. Era consuetudine che uno schiavo desse pubbliche letture per una platea e a scuola si imparava a leggere ad alta voce e a declamare brani a memoria.

Con l'uso del codice si origina una lettura mentale e meditativa che si configura come personale e introspettiva rispetto a quella sociale determinata dall'uso del rotolo.

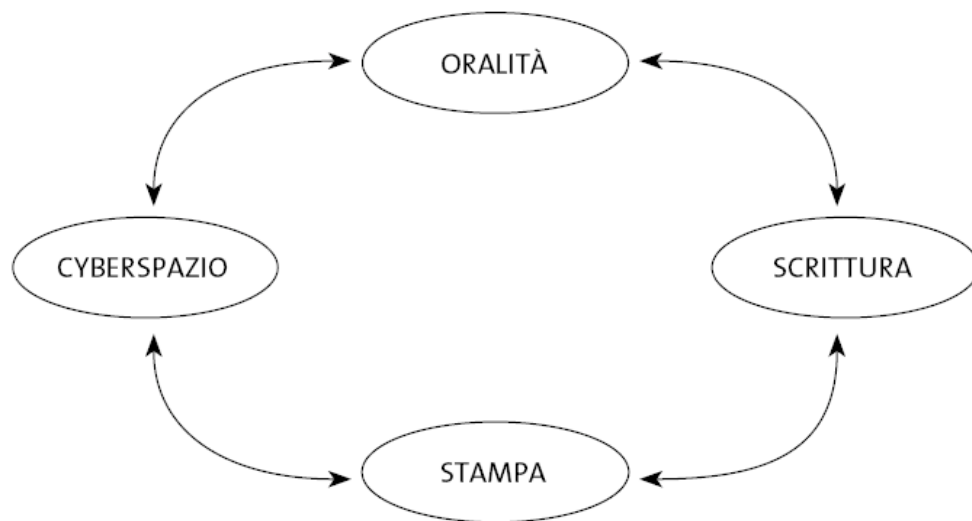
Chaytor sostiene che il transito, apparentemente meno drammatico verso la stampa, cambia nuovamente le modalità di comunicazione orale e di scrittura, introduce il concetto di riproducibilità, permette di trasmettere in modo più efficace l'idea di struttura formale, mette in evidenza i diversi piani di lettura, crea una nuova nozione di autorità e proprietà intellettuale stimolando lo sviluppo del sentimento nazionalista e modificando l'interazione parola-pensiero (Chaytor 1945).

Ong, osservando la maniera in cui i media di comunicazione elettronica trasformano i modelli di pensiero e di organizzazione sociale, descrive le similitudini e le differenze tra "l'oralità primaria" delle società pre-alfabetizzate e "l'oralità secondaria" propria dell'introduzione dei media elettronici in società alfabetizzate (Ong 1986, p. 191). A tal proposito, Landow mette in evidenza come l'evoluzione della scrittura elettronica nella forma ipertestuale, anziché massimizzare l'affidamento della parola allo spazio e ottimizzare la sequenzialità analitica, permetta di leggere e pensare in maniera non lineare annientando l'isolamento artificiale del testo dai suoi contesti (Landow 1998, pp. 116-117).

«La scrittura, l'alfabeto, la stampa, il cyberspazio», osserva Pierre Lévy, «ogni strato integra il precedente e conduce ad una nuova espansione e diversificazione culturale» (Lévy 2000, p.210) .

Il cyberspazio integra tutti i media precedenti e i meccanismi della loro comunicazione, supporta tecnologie intellettuali che accrescono la memoria, l'immaginazione, la percezione e la creazione; consente forme comunicative

ipermediali di tipo "uno a uno", "uno a molti" e "molti a molti" su larga scala e l'interconnessione in tempo reale (schema 2).



Schema 2. Relazione continua intercorrente tra i diversi media, i loro contenuti e la tecnologia.

3. Media statici e dinamici

Che cos'è un medium? .

Da un punto di vista semiotico comunicativo il termine medium indica i differenti componenti di un comunicato (medium verbale, sonoro, grafico...) essi possono essere di carattere statico (cose) o dinamico (processi).

I **media statici**, come ad esempio un dipinto, sono eminentemente spaziali. Questi si distinguono in due ulteriori sottogruppi: quelli che nel processo di significazione e di interpretazione non devono essere necessariamente convertiti in processi e quelli che lo devono essere.

I **media dinamici** si distinguono *in media necessariamente dinamici e non necessariamente dinamici*. Essi sono rispetto ai media statici eminentemente **temporali** (ad es. la musica).

4. La radio

La radio è il primo strumento di comunicazione di massa di natura immateriale, fondata cioè sulla trasmissione di onde elettromagnetiche ricevute e decodificate da un terminale remoto (l'apparecchio domestico).

Nel 1895 Guglielmo Marconi (Bologna, 1874-1937) applica la scoperta delle onde elettromagnetiche effettuata un decennio prima dal fisico tedesco Heinrich Hertz (1887) al suo "telegrafo senza fili" che nel 1909 gli valse il premio Nobel per la fisica insieme a Karl F. Braun. Lo scienziato ed imprenditore bolognese fonda a Londra nel luglio del 1897 The Wireless Telegraph and Signal Co. Ltd. insieme al cugino Henry Jameson Davis. Marconi fonda la sua compagnia con l'intento di lanciare l'invenzione su vasta scala. Il nuovo sistema di trasmissione acquista grande popolarità nel luglio 1898 in occasione delle regate del Royal Yacht Club: Marconi, a bordo di un piroscafo, trasmette telegraficamente le fasi della corsa al Daily Express di Dublino, che riesce a pubblicare i risultati della gara prima che le imbarcazioni tornassero al porto. Si tratta della prima radiocronaca sportiva e di una importante affermazione dell'utilità della telegrafia senza fili per i servizi marittimi. Si tratta sempre, però, di una trasmissione verbale (tramite il codice alfabetico Morse) e non ancora vocale di tipo "uno a uno"

Dobbiamo aspettare il 1906-1907, quando l'invenzione del triodo, o audion (una valvola termoionica che trasforma la voce in un segnale elettrico), da parte dell'americano Lee De Forest, permette la trasmissione senza fili della voce da un luogo all'altro. Naturalmente nel corso della prima guerra mondiale la radiotelegrafia ha un grande sviluppo al servizio degli eserciti. Nel periodo seguente, in un regime di totalitarismo, la comunicazione assume un carattere "industriale", aumenta non solo la produzione, ma anche il "bacino di utenza", il rapporto tra potere politico e comunicazione si fa sempre più stretto. In questa ottica l'impiego sistematico e deliberato di forme di comunicazione di vario tipo con lo scopo di diffondere determinate idee presso l'opinione pubblica (propaganda) assume un'importanza sempre maggiore, essendo un potente mezzo di sostegno degli interessi bellici e del sentimento nazionalista. Il fascismo e il nazismo fanno un uso massiccio dei media, definendo vere e proprie procedure metodologiche: stampa, radio, cinema, teatro e pubbliche manifestazioni sono "adattati" per servire la propaganda delle proprie ideologie.

Al termine della guerra le industrie radioelettriche si impegnarono nella produzione seriale di semplici apparecchi di ricezione domestica. Il loro funzionamento è ben diverso dalle comunicazioni telegrafiche e telefoniche (trasmissione di tipo "uno a uno" priva di un contenuto predefinito). Le apparecchiature radio domestiche ricevono "musica e parole" tramite il broadcasting via etere, rappresentato dalla classica rete piramidale che contempla al vertice la stazione emittente ed alla base tanti piccoli strumenti riceventi diffusi sul territorio a formare una prima rete

immateriale di informazione domestica (trasmissione di tipo "uno a molti" e veicolo di un messaggio musicale e verbale predefinito).

Si tratta di una rivoluzione sociale di enorme portata: la radio diffonde le informazioni in tempo reale raggiungendo contemporaneamente più utenti nel loro ambito privato e richiede un basso grado di concentrazione ed attenzione.

La radio "privata" e commerciale nasce in America negli anni Venti del Novecento tramite la creazione di tre grandi network che poi diventeranno anche canali televisivi: NBC, CBS, ABC. Ciascun network è affiliato ad un gran numero di stazioni locali che ripetono il segnale. Le emittenti "affiliate" trasmettono parte della programmazione giornaliera dei grandi network, comprensiva di pubblicità, e parte dei programmi locali con relativa pubblicità.

Mentre in America si sviluppa la radio "privata" sostenuta prima dalle industrie produttrici degli apparecchi di ricezione poi dalla pubblicità radiofonica, in Europa si afferma la radio come monopolio diretto o indiretto dello Stato sovvenzionata da una tassa o da un canone di abbonamento. Nel 1926 nasce in Inghilterra la BBC (British Broadcasting Corporation) impresa pubblica detentrica del monopolio delle trasmissioni radiofoniche. La radio è vista come servizio pubblico pedagogico che lo Stato eroga al fine di istruire, informare ed intrattenere i propri cittadini).

In Italia è l'URI (Unione Radiofonica Italiana) la prima società concessionaria della radiodiffusione, fondata il 27 Agosto 1924 dalle maggiori compagnie del settore: Radiofono, e SIRAC (Società Italiana Radio Audizioni Circolari).

La prima trasmissione radiofonica italiana, composta da musica da camera, da un bollettino meteorologico e da notizie di borsa, è diffusa il 6 Ottobre del 1924 con la voce di Maria Luisa Boncompagni.

Nel gennaio 1925 nasce il Radiorario (settimanale ufficiale dell'URI) e si trasmette, oltre che da Roma, anche dalle sedi di Milano (1925), Napoli (1926) e Torino (1929).

Con l'avvento del fascismo, nel gennaio 1928, l'URI diventa EIAR (Ente Italiano per le Audizioni Radiofoniche). La radio diventa sempre più uno strumento propagandistico del regime sia nelle piazze, dove vengono montati grandi altoparlanti, sia nelle case.

Durante la seconda guerra mondiale accanto all'EIAR nasce il servizio radiofonico dell'Italia liberata: Radio Bari, Radio Napoli e Radio Roma e la neonata RAI (Radio Audizioni Italia) nata dopo la liberazione di Roma.

Dalla fine della guerra all'avvento della TV, la radiofonia in Italia subisce un'enorme trasformazione. Nel 1949 la RAI, società a capitale privato controllato dalla SIP (Società Idroelettrica Piemonte), provvede, in soli 4 anni, alla ricostruzione totale dei trasmettitori distrutti o danneggiati dalla guerra. Nel 1950 diffonde, tramite la nuova rete a modulazione di frequenza (FM), il Terzo Programma, a cui segue un anno dopo i tre Programmi Nazionali.

Le trasmissioni si diversificano dal giornalismo al varietà, con la messa in onda anche dei quiz per lo svago e l'intrattenimento.

Nel gennaio del 1954 iniziano le trasmissioni televisive e Radio Audizioni Italia diventa la Radiotelevisione Italiana. Ma la radio non scompare, cambia e si trasforma sviluppando nuove tecniche e tecnologie rivolte ad un utenza giovanile.

In america sin dagli anni Cinquanta la radio diviene il veicolo principale di diffusione del rock and roll. Programmi quasi elusivamente musicali animati da disc jockey fidelizzano una nuova fascia di pubblico: quella giovanile. La diffusione sul territorio americano nel 1953 della modulazione di frequenza FM permette di avere un audio stereofonico e l'introduzione nel 1957 della radio FM a transistor portatile, a cui segue nel 1979 il walkman, fa della radio il primo *personal medium* mobile.

I nuovi programmi tendono a catturare sempre più l'attenzione dei giovani e delle casalinghe. Sono gli anni del boom economico, dell'automobile che non è più privilegio di pochi e si diffonde l'autoradio. La radio diventa espressione di libertà, colonna sonora del desiderio di spostamento. Per la radiofonia è come una seconda giovinezza.

Nonostante la novità e l'impatto della TV, la radio regge grazie ai trent'anni di attività consolidata e ad un pubblico affezionato e fedele. La RAI decide di caratterizzare i tre programmi: il primo si specializza sull'informazione; il secondo punta su prosa, musica e varietà; il terzo canale, diffonde messinscena di compagnie teatrali di recente formazione come il Piccolo di Milano. Si arriva a programmi culturali, ospitando ai suoi microfoni scrittori e intellettuali del momento.

Nel 1962 la Presidenza del Consiglio dei Ministri affida alla RAI la produzione dei notiziari e servizi informativi per l'estero.

Con la filodiffusione e con il transistor che fa della radio un oggetto piccolo e leggero, nasce una cultura giovanile affascinata soprattutto dai suoni. Il pubblico cambia e si affermano i nuovi generi: sull'onda delle manifestazioni studentesche, il talk show approda alla radio.

Nei primi anni '70 la radio sembra attraversare un periodo di stasi. Nascono programmi come Radiomattina che porta ad una inversione delle fasce d'ascolto che si concentrano soprattutto nelle prime ore della giornata. Nasce la figura del regista autore, chiamato ad inventare nuove modalità di montaggio su una suggestiva partitura di voci, musica e suoni. Con queste premesse vengono trasmesse dal 1973 al 1975 una serie delle "Interviste impossibili": dialoghi fantasiosi e coinvolgenti con grandi personaggi del passato, ideati e realizzati da intellettuali prestigiosi (Sanguineti, Calvino...) e letti da attori famosi (ricordiamo il colloquio tra Umberto Eco e la Beatrice di Dante).

Con la libertà d'antenna nel 1975, emergono in pochi anni centinaia di stazioni e il modo di ascoltare e fare radio ancora una volta si modifica. Sempre maggiore importanza assume la determinazione dei palinsesti per la riqualificazione e la conquista del pubblico. Nascono le tre reti e le tre testate radiofoniche: Radiouno, Radiodue, Radiotre, GR1, GR2, GR3.

Negli anni ottanta le novità in campo tecnologico superano di gran lunga quelle di contenuto. Con il diffondersi delle radio private l'ascolto nel suo insieme conosce un effettivo declino. Nel 1982 la RAI tenta il rilancio con Raistereouno, Raistereodue e Raistereonotte, una scelta che si rivela vincente determinando la tenuta del servizio pubblico.

Nel 1991 entrano in esercizio gli ultimi decodificatori, il servizio RDS (Radio Data System), su tutti e tre i programmi a modulazione di frequenza.

Attualmente le trasmissioni vanno in onda su tre canali nazionali: RADIOUNO, RADIODUE E RADIOTRE ai quali si affiancano 22 programmi regionali e 3 locali, i programmi del Notturmo italiano, la Filodiffusione, Isoradio e una vasta gamma di programmi diffusi all'estero o prodotti per l'estero. Oggi RadioRai è realizzata nei quattro centri di produzione di Roma, Milano, Torino, Napoli e, per quel che riguarda l'informazione, presso altre sedi regionali.

La radio del Duemila si sta spostando sempre più verso il digitale. Una delle tecnologie più interessanti e promettenti relativa a questo settore è senz'altro il DAB (Digital Audio Broadcasting). Esso prevede l'impiego di trasmettitori terrestri e satellitari in modo da essere ricevuto da semplici antenne non direzionali. Concepito per l'era multimediale, il DAB trasmetterà non solo segnali audio, ma anche testi, foto, dati e filmati e consentirà, anche in auto, la ricezione di programmi radio con la stessa qualità di un CD (cfr. <http://www.radio.rai.it/storiadellaradio/>).

5. Il cinema

Mentre la radio si afferma come intrattenimento privato il cinema domina quello pubblico.

Il cinema nasce ufficialmente alla fine del XIX secolo, in occasione della proiezione pubblica dei primi film, per lo più a carattere documentario, proiettati dai fratelli Lumière il 28 dicembre del 1895 presso il Grand Caf  sul Boulevard des Capucines a Parigi (grande scalpore suscita la proiezione di: *L'arrivo del treno alla stazione di la Ciotat*). Il cinematografo: dei Lum re nasce dal connubio tecnologico tra fotografia ed elettricit . Erede di antiche tecniche e strumenti atti a riprodurre l'illusione del movimento (dal teatro delle ombre al Fantascopio di Robertson, al thaumatropio del 1827, al primo dagherrotipo del 1837, al fenachistoscopio del 1833, al daedalum del 1834, al prassinascopio del 1877 e alla cronofotografia di Muybridge del 1878 che riprendeva un cavallo al trotto), la proiezione cinematografica dei Lum re proietta su uno schermo bianco una sequenza di immagini distinte, impresse su una pellicola stampata tramite processo fotografico, in modo da creare l'effetto del movimento. Esso passa tramite l'invenzione, da parte di Thomas Edison (1889), di una cinepresa (detta Kinetograph) in grado di scattare in rapida successione una serie di fotografie e del Kinetoscope una macchina che ne consente la visione ad un solo spettatore per volta. Ai fratelli Lum re si deve comunque l'idea di proiettare la pellicola, cos  da consentire la visione dello spettacolo ad una moltitudine di spettatori.

Il cinema a differenza dello spettacolo teatrale, basato sull'interpretazione originale dell'attore, fonda la sua ragion d'essere sulla riproducibilit  tecnica data dalla cinepresa.

Come scrive Walter Benjamin (1961, p.31):

... la presentazione artistica dell'interprete teatrale viene presentata definitivamente al pubblico da lui stesso in prima persona; la presentazione artistica dell'attore cinematografico viene invece presentata attraverso un'apparecchiatura. Quest'ultimo elemento ha due conseguenze diverse. L'apparecchiatura che propone al pubblico la prestazione dell'attore cinematografico non   tenuta a rispettare questa prestazione nella sua totalit . Manovrata dall'operatore, essa prende costantemente posizione nei confronti della postazione stessa. La serie di prese di posizione che l'autore del montaggio compone sulla base del materiale che gli viene fornito costituisce il film definitivo.

I primi ad intuire le enormi potenzialit  del cinematografo quale mezzo di intrattenimento di massa sono il francese Georges Méliès e l'americano David W. Griffith (cfr. *La nascita di una Nazione* del 1915). Con i primi grandi successi del

cinema muto, nascono le sale di proiezione stabili (1910) che sostituiscono le proiezioni nelle fiere itineranti, le prime star (uno su tutti: Rodolfo Valentino) e, di conseguenza, lo star system.

Negli anni Venti le avanguardie artistiche incontrano il cinema dando vita a nuovi linguaggi e nuove tecniche di ripresa. Nasce tra il 1913-1915 il "cinema d'arte": il pittore francese di origine russa Leopolde Survage progetta cinque film astratti dal titolo *Rytmes colorerés*, dove al movimento della luce all'interno del film corrisponde il ritmo della musica. Il progetto abbandonato a causa dello scoppio della guerra viene ripreso negli anni Venti dal cinema astratto tedesco (Eggeling, Richter, Ruttmann).

In Italia, nel 1916, Marinetti pubblica il "manifesto della cinematografia futurista" volto a teorizzare un cinema impressionista, sintetico e dinamico. Marinetti, Chiti, Ginna, Balla, Settemelli e Corra girano a Firenze *Vita futurista*.

Da qui nascono le prime sperimentazioni di decontrazioni filmiche, dove al montaggio classico narrativo si preferisce la logica associativa (*L'Etoile de Mer* di Man Ray). Questa linea di ricerca, volta a "far uscire il quadro dalla sua cornice", viene ripresa negli anni Cinquanta e Sessanta, preceduta dal secondo manifesto spaziale del 1948.

Alla fine degli anni Venti il cinema muto lascia lo schermo al sonoro: nel 1927 esce *Il cantante di jazz* di Alan Crosland. Con l'introduzione nel 1930, del doppiaggio e della sonorizzazione la tecnica viene ulteriormente perfezionata. Segue negli anni Quaranta la stereofonia e la registrazione magnetica, come pure l'utilizzo di tecniche di registrazione e proiezione sempre più coinvolgenti (come il cinerama e il cinemascope). L'uso del colore introdotto con il Technicolor negli anni Trenta, si afferma in modo definitivo solo dopo il 1958.

6. La televisione

Con l'introduzione, alla fine degli anni Venti, del sonoro accanto alle immagini cinematografiche la radio intravede nella televisione un'evoluzione dei propri palinsesti. La TV, infatti, eredita dalla radio target d'utenza ed usi sociali. Negli anni Trenta, tra il 1936 e il 1939, in Germania, Inghilterra e Stati Uniti, sono diffuse le prime trasmissioni, bruscamente interrotte dallo scoppio della Seconda guerra mondiale. Soltanto nel dopoguerra si assiste al vero e proprio decollo della televisione.

Negli Stati Uniti il modello televisivo, sviluppatosi velocemente tra il 1948 e il 1952, riprende le caratteristiche di quello radiofonico fondato su network indipendenti finanziati da investitori pubblicitari. Le televisioni indipendenti americane tendono a fidelizzare il proprio pubblico in modo da garantirsi sicuri introiti pubblicitari attraverso

la messa in onda di game and quiz show, varietà e fiction ad elevata serialità. Accanto, però, all'entertainment, l'indipendenza dei network e l'alto livello del giornalismo americano contribuiscono allo sviluppo di notiziari ed inserti dedicati ad eventi sportivi, culturali o politici in diretta e curati dai così detti anchorman, cronisti dalla forte personalità e spiccata professionalità.

In Europa la Tv mantiene le caratteristiche, proprie della radio, di monopolio e di servizio pubblico.

L'offerta televisiva italiana ha inizio il 3 gennaio del 1954 alle ore 11.00 sull'unico Programma nazionale. Il servizio è in bianco e nero ed è limitato ad un determinato numero di ore con un palinsesto settimanale, e non giornaliero, continuamente sottoposto a ripensamenti e modifiche. Diversamente dalla fruizione continua proposta dalla Tv americana il palinsesto italiano ogni sera prevede un diverso genere in modo che la televisione sia un evento da attivare solo quando si è interessati. Si trasmette grandi eventi, cerimonie, cronache sportive e si adatta al piccolo schermo opere musicali e teatrali. Lo sceneggiato italiano da *Piccolo mondo antico* a *I promessi Sposi* (cfr. http://it.wikipedia.org/wiki/Sceneggiato_televisivo) progenitore della fiction televisiva è in auge dal 1954 al 1970; si propone inizialmente con un linguaggio mutuato dal teatro televisivo (cfr. <http://it.wikipedia.org/wiki/Teleteatro>), per poi servirsi di un linguaggio più strettamente televisivo. L'informazione mantiene una veste ufficiale accanto ai rotocalchi ed alle rubriche settimanali dedicati all'approfondimento di determinati argomenti o notizie. L'intrattenimento annovera spettacoli periodici di varietà e quiz realizzati acquistando format americani e caratterizzati all'inizio da un alto grado di cultura per poi diventare sempre più semplici. Nonostante la RAI sia sin dagli anni Settanta produttore cinematografico la programmazione di film in Tv non è mai stata promossa si è preferito colmare i palinsesti con l'acquisto delle fiction americane.

Dapprima, criterio di autovalutazione della Tv italiana è il gradimento dei programmi a conferma dell'interesse qualitativo e pedagogico-sociale che si attribuiva a tale servizio, oggi, così come per la televisione americana, è l'indice d'ascolto e la vendita degli spazi pubblicitari un tempo assai esigui. Si ricorda il *Carosello*, spazio serale dedicato agli annunci pubblicitari, andato in onda dal 1957 al 1977 (cfr. <http://www.sipra.it/eventi/carosello/spot.html>).

Dagli anni Cinquanta la diffusione della TV cresce a ritmi stupefacenti, nonostante sia ancora un bene di lusso che pochi italiani possono permettersi, molti si

riuniscono nei bar o nelle case dei vicini per vedere alcuni tra i programmi più popolari (cfr: *Il Musichiere* di Mario Riva e *Lascia o raddoppia* di Mike Buongiorno).

Negli anni '60, con il progresso dell'economia, il televisore diventa un apparecchio domestico comune e la messa in onda di programmi come *Non è mai troppo tardi* (1959-1968), condotto dal maestro Alberto Manzi contribuisce alla diffusione della lingua italiana in un Paese ancora fortemente caratterizzato dai dialetti locali. Il 4 novembre 1961 cominciano le trasmissioni del Secondo Programma mentre nel 1964 si assiste in California alla nascita della prima pay-tv.

Nel 1966 viene fondata "Telediffusione Italiana Telenapoli", la prima televisione libera italiana via cavo (cfr. http://it.wikipedia.org/wiki/Televisione_via_cavo), che inizia a trasmettere a colori già dal 1971, con 6 anni d'anticipo rispetto alla RAI (1977).

La nota legge 103/75 del 14 aprile 1975 avvia il processo legislativo che sancisce il passaggio dalla tv di Stato dal Governo al Parlamento, la costruzione di una terza rete pubblica e la legittimazione delle emittenti private via etere in ambito locale.

La terza rete tv è messa in onda tra la fine del 1979 e l'inizio del 1980 in concomitanza con la nascita delle prime emittenti private (cfr. Telemilano 58 poi Canale 5 http://www.mediaset.it/corporate/chisiamo/storia_it.shtml).

Il decennio successivo vede lo sviluppo e l'affermazione delle emittenti private. Nel 1984 la Fininvest poi Mediaset raggiunge lo stesso numero di reti della RAI ma la supera naturalmente per quanto concerne il fatturato pubblicitario. Questa bipolarità nella gestione della TV influenza lo sviluppo del linguaggio televisivo tanto da creare uno iato ed una diversa terminologia. Umberto Eco, infatti definisce paleotelevisione tutta la TV antecedente al monopolio e neotelevisione quella seguente (Eco 1983, pp.163-179).

La neotelevisione, sia privata che pubblica, si qualifica sempre più per uno spiccato carattere d'intrattenimento che tende ad inglobare tutti gli altri generi. Essa si rivolge ad un pubblico indistinto a cui somministra programmi che ritiene gradevoli per la gran parte degli utenti.

Nel 1986 anche in Italia viene introdotto come termine di valutazione l'indice di ascolto ad opera di una società indipendente l'Auditel. (cfr <http://it.wikipedia.org/wiki/Auditel>). Negli anni Ottanta-Novanta aumentano le ore di trasmissione e gli utenti ma muta profondamente il modo sia di fare che di vedere la televisione.

La trasmissione viene suddivisa in tante sezioni o frame, aventi ciascuno un significato a se stante, riproposte ciclicamente, senza un vero inizio né una vera fine, in modo da essere immediatamente compresi dai telespettatori in qualsiasi momento si colleghino. Al contempo la visione è casuale, distratta continuamente ripartita tramite uno zapping frenetico.

All'inizio degli anni Novanta (1991 Telepiù 1) si affianca al tradizionale broadcasting una nuova forma di comunicazione televisiva definita narrowcasting: con canali tematici ed a pagamento (pay TV – in abbonamento e pay per view – pagando solo ciò che si vuol vedere). In Italia la TV digitale si afferma soltanto nel 1997: Questa si caratterizza per una maggiore trasmissione di dati all'interno di ogni singolo canale, per immagini ad alta risoluzione, per audio multicanale ed impianti home-theatre, per forme multimediali di interazione tra media diversi (testo, video ed immagini) e tra TV digitale ed utente, (cfr. http://it.wikipedia.org/wiki/TV_digitale).

Attualmente la televisione sta cambiando nuovamente grazie alla sempre maggiore interazione con la rete Internet e con la comunicazione mobile (telefonini, palmari etc...) .

Bibliografia

- Benjamin W. (1961). *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi, Torino.
- Catolfi A. (2005). *Old media, new media. Tecniche e teorie dai vecchi ai nuovi media*, Quattroventi, Urbino.
- Chaytor H. J. (1945). *From Script to Print. An Introduction to Medieval Vernacular Literature*, Cambridge, University Press.
- Eco U. (1983), *Sette anni di desiderio*, Milano, Bompiani.
- Eco U. (1999¹⁷), *Trattato di semiotica generale*, Milano, Bompiani.
- Landow G. P. (1998), *Hypertext 2.0. The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*, Baltimora, The Johns Hopkins University Press, 1997; trad. it. *L'ipertesto. Tecnologie digitali e critica letteraria*, Milano, Bruno Mondatori.
- Lévy P. (2000), *Les technologies de l'intelligence. L'avenir de la pensée à l'ère informatique*, Paris, Editions La Découverte, 1990; trad. it. *Le tecnologie dell'intelligenza. Il futuro del pensiero nell'era dell'informatica*, Verona, Ombre corte.
- Menduni E. (2005). *I linguaggi della radio e della televisione. Teorie, tecniche*, Laterza, Roma-Bari.

- Ong W. J. (1986). *Orality and Literacy. The Technologizing of the Word*, London-NewYork, Routledge, 1982; trad. it. *Oralità e scrittura: le tecnologie della parola*, Bologna, Il Mulino.
- Volli U. (2001⁴). *Manuale di semiotica*, Roma-Bari, Gius. Laterza & Figli.
- Watzlawick P., Helmeick Beavin J., Jackson D. (1971), *Pragmatic human communication*, New York, Norton & Co, 1967; trad. it. *Pragmatica della comunicazione umana*, Roma, Astrolabio.