

Arte e Cultura

“Assassini nati” fra cinema e televisione

GIUSEPPE FERRIGNO

Summary – “NATURAL BORN KILLERS” BETWEEN CINEMA AND TELEVISION. Starting from the discussed movie of Oliver Stone, *Natural Born Killers*, arranged by Quentin Tarantino, we deal with the complex problem of those negative effects which violent movies or television scenes can arouse in under age public, spurring imitative behaviours. A critical analysis of the movie is preceded by a comparative confrontation between cinema and television as means, considering the features of the language of those *media* and the resulting psychosociological implications.

Keywords: CINEMA-TELEVISION, VIOLENCE, NEGATIVE EFFECTS

I. 1. Premessa

Il film di Oliver Stone *Assassini nati**, sceneggiato da Quentin Tarantino, regista a sua volta del più noto *Pulp Fiction*, riapre il complesso problema degli effetti negativi che scene cinematografiche e televisive particolarmente violente possono provocare sul pubblico, stimolando comportamenti imitativi. Il film *Assassini nati* è spesso citato a sostegno della tesi di un potere ipnotizzante dei *mass media* sull'*audience*, portando come prova i numerosi tafferugli accompagnati da morti e feriti, scatenati, secondo “alcune” cronache giornalistiche, da bande di ragazzini americani all'uscita dal cinema. Riteniamo che un'analisi critica del film sia possibile soltanto attraverso un preventivo raffronto comparativo fra il mezzo cinema e il mezzo televisivo, che costituisca una premessa teorica sulle caratteristiche di linguaggio e di fruizione dei due *media* e sulle implicazioni psicosociologiche che ne derivano.

* *Assassini nati* (tit. orig. *Natural Born Killers*), regia di OLIVER STONE, sceneggiatura di QUENTIN TARANTINO, 1994.

I. 2. *Il cinema e il suo potere di fascinazione*

Sonnambulismo coatto, passività, fantasticheria o sogno di veglia, paralisi della riflessione, soggezione onirica, ipnosi sono, in generale, le definizioni negative attribuite al cinema in relazione agli effetti, indipendentemente dai suoi contenuti: i fenomeni di suggestione che il film riesce ad attivare sono più intensi rispetto a quelli prodotti dagli altri mezzi, il che significa che un film in virtù delle sue “caratteristiche tecniche” suscita un’influenza più rilevante, essendo dotato di una sua connaturata facilità a suggestionare [7, 8, 9, 10, 24, 25, 26, 29, 30, 31, 32, 38].

L’oscurità della sala, la luminosità intermittente dello stimolo, il movimento ritmico delle sequenze, la progressiva scomparsa delle stimolazioni sensoriali determinerebbero una maggiore sensibilità alla realtà filmica e parallelamente una diminuzione della normale percezione dell’ambiente circostante [31]. Tutto ciò provocherebbe, da un lato, un abbassamento della capacità di controllo della coscienza vigile sulle dinamiche inconsce, dall’altro, un impoverimento dei poteri critici e, quindi, un’indiscriminata assimilazione di ogni tipo di contenuto trasmesso. La fruizione filmica agevola, sicuramente, processi di identificazione e proiezione: le inquadrature proposte dalla macchina da presa guidano lo sguardo dello spettatore che, immobilizzato nella sua poltrona, si limita, perciò, a un atteggiamento di passiva attesa *percettiva* [7, 24]. Arrivati a questo punto, è opportuno soffermarci sulla differenza fra l’immagine cinematografica e l’immagine televisiva.

I. 3. *Lo specifico cinematografico, televisivo e l’illusione di realtà*

L’immagine filmica e quella televisiva vivono entrambe in virtù della stessa formula di racconto iconico di natura proiezionale che, seguendo le leggi della trasposizione geometrica di un solido tridimensionale su di un piano bidimensionale, altera e deforma i volumi e gli spazi del reale che, quindi, è rappresentato nella sua *illusorietà finzionale* in entrambi i *media* [8, 10]. Si verifica, di fatto, che oggetti schermici *irreali* siano percepiti per il loro carattere mobile e il loro interesse narrativo “come se” fossero *reali* a scapito dei parametri statici dello spettatore: le poltrone, le strutture architettoniche della sala, il suo corpo seduto etc. [8, 29, 31].

«La ripresa “monoculare” dell’obiettivo [...] cinematografico comporta una riduzione di profondità e, di conseguenza, una sovrapposizione più accentuata degli oggetti in prospettiva. A sua volta, questa ridotta profondità implica una perdita della “costanza” nella dimensione degli oggetti. Se dalla percezione delle forme e delle grandezze passiamo, poi, a quella dei colori è evidente che

l’acromatismo del bianco e nero fa dell’oggetto filmico o televisivo qualcosa di ancora più irreali. [...] La percezione cinematografica [e televisiva] offre in sé e per sé solo un gioco di ombre e di luci. Ciononostante, il fatto di un’“impressione di realtà” resta ineludibile» (29, pp. 157-158), sebbene la percezione filmica e televisiva elabori rapporti di spazio e di tempo differenti rispetto alla percezione normale e più simili alle modalità attraverso le quali *l’immaginario* [18, 19, 29] compone in unità immagini mentali, che costituiscono una sintesi spaziotemporale del potere creativo dell’uomo.

Al cinema il continuo mutamento del punto di osservazione, reso attraverso l’acavallarsi di inquadrature dalla durata ellittica o pleonastica, determina la definizione d’un “tempo cinematografico” sempre frutto di una *costruzione* mai coincidente con il “tempo reale” tranne nel caso in cui si utilizzi per motivi ideologicostilistici il piano-sequenza. Solo nei piani-sequenza il “tempo reale” coincide col “tempo cinematografico”: registi come Godard, Antonioni, Losey [10], rinunciando agli acrobatismi spettacolari di un montaggio emotivamente coinvolgente, li hanno usati abbondantemente per preservare, con un effetto brechtianamente *straniante*, «lo spettatore dai rischi proiettivi del linguaggio filmico, dal pericolo di un’identificazione totale tra la vita psichica del fruitore e l’azione proposta dallo schermo» (29, p. 224).

Solo in questo caso l’immagine filmica si avvicina maggiormente all’immagine televisiva di uno spettacolo “aperto”, il cui *specifico* [8] consiste, invece, nel riprendere “in diretta” un avvenimento e trasmetterlo *contemporaneamente* alla sua effettiva evoluzione spaziotemporale: si pensi alla diretta televisiva di una partita di calcio. La peculiarità dell’immagine televisiva si basa, infatti, sul rispetto dell’*unità temporale*, in quanto il *montaggio* si sviluppa simultaneamente all’*evento* ripreso e alla *fruizione* da parte del pubblico, diversamente dall’immagine cinematografica che è sempre il prodotto “manipolato” di un *montaggio a posteriori*: *ripresa*, *montaggio* e *fruizione* hanno carattere diacronico. L’immagine televisiva, quindi, è *unica* e *irripetibile*, in quanto legata all’*hic et nunc* d’un evento peculiare in via di svolgimento, mentre l’immagine cinematografica è *perennemente ripetibile* nella sua immutabilità predefinita in qualsiasi contesto di fruizione.

La differenza fra gli “specifici” dei due *media* non implica, tuttavia, l’equazione *televisione-verità*, *cinema-finzione* né una maggiore manipolazione del reale da parte del cinema per il fatto che esso si serve di un *montaggio a posteriori*: la ripresa e il montaggio televisivi di un avvenimento “irripetibile” che evolve simultaneamente alla fruizione da parte del pubblico non garantisce l’“obiettività”. Si tratta, in ogni caso, di *illusione di realtà* [8, 9, 10, 29].

I. 4. *La fruizione cinematografica e la fruizione televisiva*

Abbiamo visto come le caratteristiche tecnicolinguistiche del mezzo-cinema agevolino certi processi di suggestione e di allontanamento dalla realtà secondo percorsi elaborativi simili alle costruzioni *finzionali* dell'immaginario, il tutto naturalmente facilitato, come vedremo, dal tipo di fruizione indotto dal contesto situazionale in cui si svolge la decodifica del messaggio trasmesso. La ricezione televisiva avviene attraverso la mediazione di un "piccolo" schermo, che spinge il fruitore verso un certo tipo di comportamento psicologico e l'autore verso scelte linguistiche specifiche. «L'immagine dimensionalmente ridotta perde tutto quello straordinario potere di costrizione critica e di suggestione che possiede nel caso dello spettacolo cinematografico: il tempo di lettura della fruizione televisiva è generalmente inferiore a quello consumato dallo spettatore cinematografico al fine di apprendere tutto il contenuto di informazione [...] che il regista ha condensato nell'immagine schermica. Lo spettatore televisivo si trova così in una condizione di grande libertà critica nei riguardi di quanto vede e ascolta e può permettersi la formulazione di giudizi immediati già sufficientemente consci e meditati» (8, p.132), il tutto facilitato dall'ambiente in cui avviene la fruizione. Il telespettatore, infatti, riceve generalmente la comunicazione televisiva nella propria casa, in una stanza confortevole e familiare, in un bar, dove si trova tra amici o conoscenti, con cui il dialogo nasce spontaneo durante lo stesso svolgimento della trasmissione.

L'immagine televisiva rappresenta nell'abitazione uno dei tanti centri di attenzione e, sebbene il suo potere di suggestione sia mediamente superiore a quello degli altri elementi che fanno parte dell'ambiente, «lo spettatore televisivo è potenzialmente molto più distraibile dalla sua concentrazione sullo spettacolo che non la persona seduta di fronte a un palcoscenico aperto o, rapporto ancor più significativo, seduta di fronte ad uno schermo gigantesco, che ne ottunda riflessi e reazioni critiche. La composizione umana del gruppo di ascolto è, inoltre, quasi sempre uniforme o, comunque, si riferisce ad entità note a tutti quanti vi partecipano: l'aspetto più caratteristico di questa alternativa sociologica è addirittura il nucleo familiare. I rapporti di conoscenza, di amicizia e di parentela che condizionano la formazione del gruppo di fruitori consociati incidono sensibilmente sul loro comportamento durante la ricezione dello spettacolo televisivo: la possibilità di formulare e di ascoltare giudizi su quanto lo schermo propone durante lo svolgimento del racconto iconico favorisce infatti un incremento sensibile del potenziale critico di ogni spettatore e del suo desiderio di applicarlo» (*Ibid.*, p. 133).

Lo spettatore televisivo riesce, inoltre, a personalizzare il tipo di ascolto rispetto al comportamento percettivo dello spettatore cinematografico: può regolare luminosità e contrasto in relazione al suo gusto personale, elevare e abbassare il

volume del sonoro, limitando la fruizione esclusivamente a un atto visivo o viceversa, cambiare canale, servirsi, con un atto di magica onnipotenza, dello *zapping*, alla ricerca del programma migliore. In breve, le caratteristiche originali del messaggio trasmesso subiscono un condizionamento di forma da parte dello spettatore televisivo, che assume, quindi, una sorta di indipendenza psicologica nei confronti della sollecitazione informativa. Lo spettatore televisivo cosciente e maturo si trova di fronte a un veicolo di comunicazione iconica che è molto più controllabile criticamente dello spettacolo cinematografico, al quale gli è possibile accedere solo attraverso un atto di volontario allontanamento dalle confortevoli pareti domestiche, accompagnato dall'acquisto di un biglietto che gli consente l'ingresso in un ambiente, non più familiare, in cui egli entrerà a diretto contatto con un pubblico eterogeneo, di cui ignora età, sesso, caratteristiche socioculturali, modalità reattive e con cui non gli è consentito, come avviene, invece, durante la *distratta* fruizione televisiva, comunicare o scambiare commenti. I messaggi trasmessi, *immutabili* e *immodificabili*, già preventivamente sottoposti, durante o dopo il *montaggio a posteriori*, a filtro censorio che può impedirne la fruizione ai minori di 14 o 18 anni, scorrono su uno schermo gigantesco e fagocitante, indipendentemente dalla volontà e dall'influenza dello spettatore cinematografico.

I. 5. *Processi di identificazione e proiezione*

La possibilità offerta allo spettatore di staccarsi dalle angustie della vita quotidiana per entrare a far parte di un mondo, di una vicenda a lui completamente estranea è definibile con il termine di *evasione* [24]: si può evadere da uno stato d'animo, da una situazione contingente, pur rimanendo vigili e dotati di autonomia di giudizio. Ci sono, però, casi in cui la personalità dei fruitori può essere completamente “assorbita” dalla vicenda. In televisione e, soprattutto, al cinema [32] l’“identificazione di gelosia” con l’individuo-rivale al cui posto vorremmo trovarci e l’“identificazione per simpatia” con colui che sentiamo vicino alla nostra sensibilità consentono allo spettatore di rivivere in prima persona i sentimenti del protagonista. Attraverso l’“identificazione di consolazione” è possibile, inoltre, identificarsi con l’individuo, amato e perduto, che appare come un modello irraggiungibile, oggetto per le sue caratteristiche fisiche o spirituali di grande ammirazione [7, 32]. La fruizione televisiva e cinematografica avrebbe, quindi, come corollari, pregnanti fenomeni di evasione, proiezione, identificazione, che determinerebbero un’alterazione della consistenza “normale” dell’individuo, che rifluirebbe fino a un certo punto nel film o nello spettacolo televisivo medesimo: “Io sono come lui”, “Egli è come me” [7, 24, 32].

Alcuni studiosi [5] sostengono che soprattutto l’esperienza cinematografica rappresenta un’allarmante situazione di carattere *ipnoide* e che il film in virtù del

suo connaturato potere di fascinazione attiverebbe pericolosi processi identificatori, accompagnati dall'alterazione dell'equilibrio psichico e da una diminuzione del potere di vigilanza, che in certi casi giunge a una vera e propria situazione simile al sogno. I risultati di ricerche sperimentali elettroencefalografiche all'Istituto di Filmologia di Parigi dimostrano che un profondo interesse all'evento filmico provoca una desincronizzazione del "ritmo alfa" cerebrale. «Le ricerche in parola hanno indicato che sul 100% del "ritmo alfa", corrispondente alla vita normale, la partecipazione cinematografica porta ad un emergere di un 36% di "ritmo beta" (corrispondente a elementi filmici che producono delle turbe emotive), un 16% soltanto di "ritmo alfa", un 40% di "ritmo teta" (corrispondente a sentimenti di aggressione, o di prostrazione, o di gioia, o di profonda emotività), e anche un 8% di "ritmo delta" (corrispondente a sentimenti penosi)» (7, p. 219). Le prove elettroencefalografiche, in ogni caso, non rendono attendibili, a nostro avviso, le conclusioni, perché manca un raffronto analogo con la situazione che si viene a creare durante la fruizione televisiva, pittorica, letteraria etc.

A prescindere dalle ipotesi apocalittiche sopra esposte, è l'*impressione di realtà*, attivata dal segno iconico, a determinare una perdita di coscienza personale situata, inducendo lo spettatore a identificarsi e a proiettarsi [29]. I *fittizi* segni iconici dello schermo, non appena si mettono in movimento, sono immediatamente vissuti come *reali*, sopprimendo la coscienza della loro irrealtà e spingendo, a volte e secondo gradazioni diversificate, lo spettatore, che dimentica di essere "altrove", nelle sala, fra altri uomini e altre cose, a viverli in quelle realtà, in quei personaggi rappresentati. La coscienza si situa dove l'interesse l'ha spinta, il personaggio diventa l'epicentro primario, mentre lo spettatore diventa l'epicentro secondario [29]. Nel caso in cui vinca la forza mobile dello schermo, la realtà della platea o della stanza ben presto è oscurata. Anche il sogno è legato a un'*impressione di realtà* [13, 17, 18], sebbene in alcuni casi lo si viva da *spettatori* "come se" si fosse al cinema. «Il sogno ha un carattere di vero spettacolo e ben presto colui che sogna non vi partecipa oppure vi si trova coinvolto, in questa o in quella scena. Il sognatore assiste, così, al proprio sogno. D'altra parte e nello stesso tempo egli lo vive come soggetto, donde la sorpresa di molti sognatori che rifiutano la responsabilità dei propri sogni e si confondono quando si fa notare che in definitiva ne sono ben essi gli autori» (25, p. 52).

I. 6. *Evoluzione, trasformazione e abuso del mezzo cinematografico e televisivo: contenuti e contaminazioni*

Abbiamo visto come, a parità di condizioni e di contenuti trasmessi, il mezzocinema, date le sue caratteristiche tecnolinguistiche e le modalità di fruizione,

dovrebbe possedere, in teoria, rispetto al mezzo-televisivo un maggior potere di fascinazione. Ci chiediamo, però, se il principio sia ancora valido in seguito alle trasformazioni socioeconomiche e culturali intervenute in questi ultimi anni. La televisione è uno strumento incomparabile che stimola l'apprendimento ed è «in grado di inviare stimoli di ogni natura ai suoi telespettatori di tutte le età. È indubbio, infine, che la televisione sia una vera e propria “finestra sul mondo” che ha consentito a culture lontanissime per distanza geografica e tradizione di avvicinarsi, almeno nella reciproca conoscenza» (34, p. 33).

«Fino a circa duecento anni fa, la maggior parte dei bambini trascorrevano [...], il tempo nelle comunità e nei villaggi in cui era nata, osservando gli adulti nelle loro attività di lavoro e di gioco. I bambini acquisivano le capacità e le attitudini necessarie ad inserirsi in una società che conoscevano ed avevano a portata di mano.[...] In parte la situazione ha cominciato a cambiare con la rivoluzione industriale. Le persone si staccavano in numero crescente dalle comunità in cui avevano vissuto per generazioni e si trasferivano nelle città, vecchie e nuove, in cerca di altre opportunità economiche e sociali. [...] I bambini osservavano la vita in modi nuovi. Le scuole sono state inventate proprio per integrare le opportunità di apprendimento offerte dall'osservazione quotidiana» (12, p. 29).

«A partire dal 1950, il tempo durante il quale la famiglia americana media tiene acceso l'apparecchio televisivo – attualmente, oltre 7 ore al giorno – è costantemente aumentato; [...] la quantità di tempo trascorso a guardare la televisione è rimasta approssimativamente costante, solo che adesso è suddivisa fra più emittenti. [...] Il bambino americano medio guarda la televisione per circa 4-5 ore al giorno durante la settimana e per circa 7-9 durante il week-end, per un totale approssimativo di 40 ore a settimana. Sono compresi i film in videocassetta, i video giochi e la tv via cavo. Indipendentemente da ciò che vedono, i bambini che guardano molto la televisione tendono a leggere meno, a giocare di meno e ad essere obesi» (*Ibid.*, p. 31).

La televisione moderna, soprattutto le antenne private, «ha un unico obiettivo: vendere merci. La televisione è fondamentalmente uno strumento commerciale. I suoi valori sono i valori del mercato; la sua struttura e i suoi contenuti rispecchiano tale obiettivo. Lo scopo dei responsabili della programmazione televisiva è catturare l'attenzione del pubblico e trattenerla abbastanza a lungo per propagandare un prodotto» (*Ibid.*, p. 36). La cultura di massa, infatti, in una società a libera iniziativa è economicamente obbligata a sconfinare nella sfera del superficiale e dell'evasivo, dipendendo, per il suo sostentamento, dalla capacità di attirare e conservare l'attenzione di un'*audience* molto vasta e varia [20]. «Se riflettiamo sulla storia della televisione, vediamo che, nei suoi primi anni, essa era abbastanza buona. Non c'erano le cattive cose che sono arrivate dopo, offriva buoni film e altre cose discrete. La ragione di questo sta in parte nel fatto che

all'inizio non c'era competizione o, per lo meno, ce n'era molto poca e che anche la domanda non si era ancora estesa. Perciò la produzione poteva essere più selettiva. [...] Dobbiamo offrire alla gente quello che la gente vuole. [...] Si offrono alla gente livelli di produzione sempre peggiori e che l'audience accetta purché ci si metta sopra del pepe, delle spezie, dei sapori forti, che sono per lo più rappresentati dalla violenza, dal sesso, dal sensazionalismo. Il fatto è che più si impiega questo genere di spezie più si educa la gente a richiederne. E dal momento che questo tipo di intervento è il più facile a capirsi da parte dei produttori e quello che produce una più facile reazione da parte dell'audience, si determina una situazione per cui si smette di pensare a interventi più difficili. Basta prendere la scatola del pepe e metterlo nelle trasmissioni. Così un responsabile televisivo può pensare che il problema sia risolto. E questo è quello che è accaduto anno dopo anno da quando la televisione è partita: spezie più forti sul cibo preparato perché il cibo è cattivo e con più sale e più pepe si cerca di passare sopra anche a un sapore disgustoso» (35, pp. 15-17).

Fermo restando, quindi, i caratteri positivi del cinema, della televisione e della cultura di massa in genere, il canale più importante attraverso il quale un'immagine della società nei suoi complessi rapporti giunge a chi non ne ha mai avuta una [20], non è più possibile ignorare i pericoli derivanti dalla concentrazione delle testate, dalla libera concorrenza, legata agli indici di ascolto, le cui leggi generano conformismo, standardizzazione, ripetitività e, quindi, omogeneizzazione dei messaggi, che finiscono per irrompere contemporaneamente e uniformemente da tutte le emittenti televisive. La situazione nuova, che si è venuta a creare, ha finito per snaturare il mezzo televisivo e il suo *specifico*, che, come si è visto precedentemente, sembra essersi progressivamente allontanato dal principio "simultaneità ripresa-montaggio-fruizione", dando, così, vita al pericoloso compromesso di un *medium* ibrido a metà strada fra il cinema e la televisione. Basti pensare al pullulare di telenovele o film, espropriati alle sale cinematografiche e riproposti *senza alcun filtro censorio* in televisione, la quale è stata ormai depauperata della sua peculiare caratteristica, la "diretta", che *collega magicamente, coralmemente e contemporaneamente trasmittente, ricevente ed evento*.

Un compromesso tendente a rivitalizzare il frainteso principio di "specifico televisivo" è rappresentato dal sempre più diffuso fenomeno di "ricostruzione" spettacolarizzata di *false verità* attraverso un *montaggio in fieri*: lo spettatore accetta paradossalmente l'*inganno*, pur di ricevere in cambio un prodotto divertente e ben confezionato, in cui i dialoghi, la sceneggiatura, i ritmi narrativi, la scansione dei "finti" applausi o delle risate preregistrate sappiano trasformare in una vera e propria *fiction* improbabili rappacificazioni, litigi predefiniti, pubbliche confessioni di problemi intimi, riconciliazioni concordate etc. Il privato diventa spettacolo.

Come abbiamo già detto negli «Stati Uniti i bambini trascorrono più tempo davanti al televisore di quanto ne dedichino a qualsiasi altra occupazione. [...] I bambini americani di 2 anni passano 60 giorni all’anno davanti alla televisione. Alla fine delle scuole superiori hanno guardato la televisione almeno per 15.000 ore, mentre hanno frequentato la scuola per 11.000 ore» (34, p. 36). I dati riguardanti l’Italia: secondo un’indagine condotta da Eurodata TV, gli Italiani sono i terzi in Europa in quanto a teledipendenza. «In Italia, infatti, secondo uno studio condotto dalla cattedra di Psicologia dell’Età Evolutiva dell’Università La Sapienza di Roma, tra i bambini di 8-11 anni, 1 bambino su 4 esce di casa alla mattina dopo aver visto un cartone animato [...]; al pomeriggio stanno davanti al televisore 1 bambino su 4 prima delle ore 17.00, e 1 su 2 tra le 17.00 e le 19,30 [...]. Secondo i dati Auditel sul rapporto tra popolazione infantile e TV, i bambini di età compresa tra i 4 e i 14 anni trascorrono 2 ore e 32 minuti davanti al televisore. C’è, inoltre, un 18,7% che supera abbondantemente questa media nazionale, guardando la TV per circa 5-6 ore al dì, mentre il 3,5% arriva a 7 ore. Inoltre, la punta massima di visione della TV da parte dei bambini di età compresa tra i 4 ed i 14 anni avviene tra le 20,30 e le 22,30» (*Ibid.*, pp. 36-37).

«L’influenza della televisione dipende da due fattori: l’esposizione e i contenuti. Quanto maggiore è l’esposizione allo spettacolo televisivo, tanto maggiore è, in genere, l’influenza esercitata dal mezzo. In una certa misura, la natura di tale influenza sarà determinata dai contenuti. Tuttavia, l’esposizione basta da sola ad influenzare lo spettatore, indipendentemente dai contenuti» (12, p. 30). Esistono diversi modelli teorici che, partendo dal presupposto che non c’è un nesso di diretta causalità fra ciò che si vede e ciò che si fa, cercano di spiegare se e come comportamenti, atteggiamenti e opinioni possano essere influenzati da quanto sia stato trasmesso in televisione o al cinema.

I. 7. *Gli effetti della comunicazione di massa*

La pericolosità dei messaggi trasmessi, in ogni caso, è strettamente correlata ai processi di identificazione-immedesimazione. Aristotele, che nella *Poetica* asserisce che la *mimesi* tragica «si svolge attraverso personaggi che agiscono e non narrano, e tale da produrre mediante la pietà e il terrore la catarsi» (6, p. 37) delle medesime passioni, non attribuisce all’immedesimazione un valore ipnotico: «perché un processo si possa definire *catarsi* occorre che si realizzi un tipo particolare di identificazione per la quale lo spettatore mantiene la consapevolezza della distinzione fra sé e il personaggio e che permanga il senso della *finzione*» (37).

La “teoria della catarsi”, applicata ai fenomeni suggestivi indotti dai *mass me-*

dia e sostenuta da un gruppo di studiosi, fra i quali spicca il nome di Lebovici [25], si ispira agli stessi principi aristotelici relativi alla funzione purificatrice della tragedia greca: la rappresentazione di passioni, emozioni, sentimenti e conflitti, in cui lo spettatore potrebbe rispecchiarsi, consentirebbe attraverso l'immedesimazione la scarica delle energie accumulate. In questo senso l'assistere a scene di violenza e di sesso avrebbe una funzione socialmente utile, in quanto catartica. Anche secondo le prime tecniche psicoanalitiche freudiane il lavoro essenziale della psicoterapia consisteva nel determinare la scarica di un affetto bloccato: il metodo catartico si fondava sugli effetti ottenuti portando alla coscienza l'originaria esperienza traumatica, insieme col suo affetto. La demonizzazione dei *media*, in ogni caso, non può essere controbilanciata dal "modello catartico", che sembra sottovalutare la complessità del fenomeno. L'influenza manipolante dei *mass media* su atteggiamenti, comportamenti e, in genere, sul mondo dei valori personali può dipendere, infatti, da diverse variabili in gioco: l'età, il livello intellettuale e la struttura personologica dello spettatore, l'ambiente socioculturale di appartenenza, le caratteristiche tecniche del *medium*, la tipologia dei contenuti trasmessi, i tempi di esposizione, la ripetizione del messaggio.

Nonostante si siano sviluppati in questi ultimi decenni diversi modelli teorici (la "Teoria della formazione" si basa sulla pericolosità rappresentata dalla *ripetizione* dello stimolo; la "Teoria dell'apprendimento sociale" enfatizza la fragilità delle condizioni socioaffettive del soggetto), il più completo ed esaustivo ci sembra ancora il non superato pensiero di Klapper, secondo cui «la comunicazione commerciale di massa in una società a libera iniziativa è tale da sembrare destinata a concordare per l'eternità con gli atteggiamenti socialmente prevalenti e quindi a rafforzarli molto più spesso di quanto tenda invece a creare o a modificare gli atteggiamenti» (23, p. 26). Prendendo spunto dalla citazione, l'approccio ai problemi della comunicazione di massa, a nostro avviso, dovrebbe spostarsi dalla generalizzata tendenza a considerarla come causa sufficiente e diretta di certi effetti sull'*audience* verso una concezione dei *media* visti «come influenze che agiscono insieme ad altre influenze in una situazione globale» (*Ibid.*, p. 20). In questo senso, l'ipotesi di un diretto e indiscriminato potere di manipolazione dei *mass media* sarebbe ridimensionata, cedendo il posto alla teoria del *rafforzamento delle condizioni preesistenti* nel fruitore: gran parte delle informazioni devianti rispetto alla sfera dei propri convincimenti sarebbe selezionata, censurata e respinta, sia "prima" sia "durante" sia "dopo" la ricezione.

L'individuo, infatti, tenderebbe a "esporsi" a quelle comunicazioni concordanti con i propri atteggiamenti ed interessi e il materiale non congeniale sarebbe finzionalmente *modellato*, "percepito" e "ricordato" fino a farlo armonizzare con le proprie vedute personali: lo *stile di vita* [10, 33], costante e unitario, per auto-

conservarsi, filtra in modo massicciamente attivo l’esperienza comunicativa. Alfred Adler direbbe che è lo *stile di vita* il padrone dell’esperienza di fruizione televisiva e cinematografica. Ai processi selettivi di *esposizione, percezione, memorizzazione* [4, 13, 18] si affiancano altri “fattori intermediari”, che fungono da barriera protettiva contro la fascinazione ipnotizzante delle comunicazioni *mediali*: le caratteristiche di personalità e le pressioni esercitate dalle norme del gruppo di appartenenza. In ogni caso, la comunicazione di massa, come l’esperienza onirica, funzionerebbe molto più frequentemente, in quanto agente cooperante, come causa di *rafforzamento* piuttosto che di *modificazione* della sfera di atteggiamenti e convinzioni, operando con e tra un nesso di fattori e di influenze intermediarie. In ogni caso, secondo Klapper, l’efficacia persuasiva della comunicazione dipende da diversi fattori relativi o al “soggetto” fruente o ai “mezzi” o alla “comunicazione stessa” o alla “situazione” in cui la comunicazione avviene.

Nelle circostanze in cui la comunicazione di massa produce modificazione, è possibile, continua Klapper [23], che esista una delle due seguenti condizioni:

1. i fattori intermediari risultano inoperanti, per cui l’effetto del mezzo sarà diretto;
2. i fattori intermediari, che normalmente favoriscono il rafforzamento, sono essi stessi eccezionalmente causa di modificazione.

Come si può vedere, il problema dell’influenza della comunicazione di massa sull’*audience*, sia come “causa cooperante” che come “causa di effetto diretto”, è, quindi, molto complesso, in quanto diverse sono le variabili in gioco: *la modalità in cui è codificata la comunicazione, il tipo di fruizione, la situazione nella quale si verifica la decodifica del messaggio, lo specifico linguistico e le caratteristiche tecniche del medium, l’età, lo stile di vita del fruitore e del gruppo a cui il fruitore si sente legato*. Il discorso sugli effetti della comunicazione di massa, cambiati i termini del discorso, dopo essere usciti da un clima di demonizzazione apocalittica non più scientificamente accettabile, si riapre: ci chiediamo, infatti, come dobbiamo interpretare le teorie di Klapper, secondo cui la comunicazione di massa tende ad agire in direzione del *rafforzamento* più che della *modificazione*, quando l’*audience* sia costituita da bambini, adolescenti o individui dalla struttura caratteriale particolarmente fragile.

I. 8. *Identificazione nel ragazzo e cinema criminogeno*

Il ragazzo va al cinema per uscire da sé, per dimenticarsi e vivere una vita emotivamente più profonda di quella offertagli dal quotidiano, «per assumere quella umanità limite, quella superumanità, capace di farlo cittadino della realtà fantastica. In altre parole, il cinema, meglio di ogni altro mezzo analogo realizza le

possibilità di *identificazione* del fanciullo con i suoi modelli ideali (24, p. 74). Il fascino esercitato dall'eroe, "positivo" o "negativo", ma sempre vincente, vagheggiato e irraggiungibile, facilita nei bambini l'identificazione, determinando serie preoccupazioni in coloro che temono gli effetti che dettagliate e numerose descrizioni di violenze e di atti criminosi possono provocare.

Come si è già detto nei paragrafi precedenti, secondo la "Teoria della catarsi", l'assistere a scene di aggressione o di violenza non dovrebbe produrre nei ragazzi effetti dannosi: la rappresentazione di atti criminosi avrebbe, anzi, effetti benefici dal punto di vista della socialità, in quanto l'identificazione con i personaggi-eroi costituirebbe una valvola di scarica per quegli impulsi distruttivi che potrebbero manifestarsi in forme asociali. In ogni caso, non dovrebbe costituire un pericolo il numero dei colpi sparati o degli episodi di aggressione contenuti in un film qualsiasi, ma soprattutto l'ambiente in cui la situazione di violenza si svolge, il modo in cui viene presentata e il *contesto* all'interno del quale si inserisce. È importante come l'atto di violenza si sviluppa: uno schema convenzionale è scarsamente perturbante, proprio per il suo alto margine di prevedibilità. La ricerca svolta da Himmelweit [22], infatti, giunge alla conclusione che la particolare struttura del genere "western", semplice e convenzionale, determina assuefazione nei ragazzi, che cesserebbero di essere, così, traumatizzati da scene di violenza "ritualizzata".

La suddetta tesi di non pericolosità di certi contenuti catartizzati, comunque, sembra essere in netto contrasto con i principi sostenuti dalla "Teoria della formazione", secondo la quale, al contrario, la dannosità suggestiva è prodotta proprio da una lenta e impercettibile assuefazione: la rappresentazione di atti di violenza in sé non sollecita un comportamento imitativo immediato e irrazionale, quanto un graduale e progressivo maturare di desideri o di tendenze devianti, in quanto la costante ripetitività di contenuti violenti crea un'inconscia stratificazione di impressioni, idee e comportamenti. Fughe da casa, prostituzione, perversioni, delitti, suicidi, furti, rapine a mano armata, violazione di domicilio, stupri, incesti, reati contro il buon costume, che costituiscono le tematiche maggiormente presenti in film, telefilm e telenovelas, rappresentano per alcuni il prodotto dell'influenza esercitata dal continuo bombardamento dei *mass media*, la cui influenza si baserebbe su un duplice pilastro [7]:

1. una *suggestione etico-deviativa*, in quanto il delitto rappresentato come giusto e inevitabile verrebbe spogliato di ogni ripugnanza o bruttura o in alcuni casi nobilitato in virtù della presenza di un personaggio-eroe, vindice della giustizia violata, che si trasformerebbe in un personaggio simpatico, interessante, scusabile e in alcuni casi degno di ammirazione proprio per il fascino torbido esercitato sulle donne o per le sue abilità di fuorilegge;
2. una *suggestione etico-formale*, in quanto spesso si suggeriscono le diverse forme di delitti o le tecniche opportune per consumarli. Se il reato viene scoperto

to e l'eroe catturato, lo spettatore finisce per empatizzare col personaggio: l'imprudenza che poteva essere evitata fiacca quel senso di coercizione morale, che rappresenta un controstimolo al delitto.

La condizione di *passività* dello spettatore è considerata, in questo caso, oltre alla *ripetività*, come un fattore estremamente facilitante: si è già visto come, durante la fruizione filmica, l'impossibilità del fruitore di poter cambiare un gesto, un accadimento e, spesso, la mancanza del desiderio di intervenire per mutare qualcosa costituiscano il prerequisito del processo di identificazione. Se è vero che il cinema, tra gli altri mezzi di comunicazione, riesce ad accentuare questa situazione di “non” intervento, ci si chiede in che misura l'assorbimento acritico di valori, modelli, atteggiamenti, comunicati per tutta la visione del film, possa essere fonte di comportamenti imitativi. «Il fanciullo che ha condiviso *nello* schermo le imprese dell'eroe, ad es., affrontando attraverso di lui, da solo, una folla di nemici [...] in realtà *non ha deciso niente*, anzi ha atteso con il fiato sospeso che l'eroe decidesse, aderendo poi all'azione di lui: ecco perché in un'ipotetica situazione analoga [...], dovendo *decidere* lui, si troverebbe a farlo *per la prima volta*» (24, p. 107), ma premuto dalla situazione reale, non avrebbe né il modo né il tempo di ricordarla, prevalendo, quindi, il personale *stile di vita* [33].

Le ipotesi sugli effetti devastanti del cinema e dei *mass media* in genere giungono a limiti troppo esasperati, proprio quando il problema è affrontato astrattamente, fuori dal contesto degli altri fattori ambientali, culturali, emotivi o personali dell'“individuo”, unico e irripetibile, che naturalmente è in grado di offrire, in relazione alla *soggettiva storia personale*, una risposta “individuale” agli stimoli ricevuti. «La rappresentazione di atti di violenza nei mezzi non è il movente primo di una condotta del genere. Sembra, piuttosto, che il contenuto rinforzi o completi le tendenze di comportamenti preesistenti. Per i ragazzi che hanno un buon equilibrio psichico, esso è chiaramente innocuo e viene percepito addirittura come socialmente utile. Per i ragazzi disadattati, particolarmente per quelli che tendono alla aggressività o per i frustrati, esso serve quanto meno da stimolo a una fantasia di evasione, probabilmente anche di aggressione» (23, p. 130).

«A mio parere, esiste una scala di situazioni dalla anormalità alla media normale, nella quale si va da una identificazione assoluta (schiavitù al mezzo filmico e, secondo la definizione, “un diventare l'altro senza accorgersene”, ossia un diventare l'altro ritenendo di essere se stesso), all'attenuarsi del processo di identificazione, il quale poi trapassa, grado a grado, in forme particolarmente intense ma normali di compartecipazione (situazione che implica una certa simpatia, la quale tuttavia conserva *distinzione*). In altre parole, la partecipazione al film non si esaurisce in fenomeni di proiezione e di identificazione, salvo che in situazioni *anormali*, patologiche o prossime alla patologia» (7, p. 46).

I. 9. *Il potere di fascinazione del medium televisivo*

Riprendendo nuovamente le ipotesi di Klapper, possiamo affermare che i messaggi portatori di contenuti violenti, così come quelli evasivi o particolarmente scabrosi ed eticamente riprovevoli non sono la causa unica e necessaria degli effetti imitativi riscontrabili in ragazzi con un Sé alquanto fragile: *lo stile di vita* del soggetto, il gruppo primario di appartenenza, l'ambiente socioeconomico e culturale costituiscono uno scudo protettivo contro i vari sistemi di valori suggeriti dai *mass media*. «Se, [...] perciò, esiste una efficiente rete di rapporti educativi (ossia un ambiente favorevole) essa potrà agevolmente servir anche da filtro a quel che rimane via via delle esperienze filmiche nella coscienza e soprattutto nell'inconscio dei soggetti. [...] Come dire, in definitiva, che è il rapporto io-ambiente a selezionare *l'esperienza filmica del soggetto*» (24, pp. 110-111).

In quest'ottica i *contenuti* dei film sarebbero da temere quando uno dei due termini del rapporto mostri una qualsiasi debolezza. Per quanto concerne il Sé dobbiamo riferirci, in primo luogo, ai bambini e, in particolare, ai ragazzi in età evolutiva, il cui "stile di vita", essendo ancora in via di formazione, potrebbe non funzionare da barriera difensiva contro i messaggi traumatizzanti; in seconda istanza, a quei ragazzi frustrati o psicologicamente fragili che, inseriti in un ambiente scarsamente tonificante, non siano dotati di idonee capacità critiche nei riguardi del materiale fruito. Per quanto riguarda *l'ambiente*, possiamo affermare che il messaggio assume carattere di pericolosità nei casi in cui gli *stimoli* ambientali siano "insufficienti" o dello stesso tipo di quelli trasmessi ripetutamente, per cui si attiverebbe un processo di rafforzamento delle condizioni preesistenti.

Se ci soffermiamo sul *medium* utilizzato, sebbene il *cinema* abbia, a parità di contenuti, un maggior potere di fascinazione, esso appare molto "meno" pericoloso rispetto al *medium televisivo* per tutta una serie di motivazioni: esiste una censura preventiva, che non sempre è possibile esercitare durante la diretta televisiva, che col suo *montaggio in fieri* "irrompe" nelle case con spezzoni di scene di ogni tipo, a volte captate, per caso, durante lo *zapping* o nel corso dell'interruzione d'un messaggio promozionale, i cui contenuti, a volte violenti, scabrosi o traumatici sono privati di quella necessaria *contestualizzazione*, che è sufficiente a trasformare una scena da "artistica" in "volgare" e "violenta". La decontestualizzazione, a questo proposito, è agevolata dalla fruizione televisiva *distratta*, frammentata e schizofrenica, a cui si è ormai assuefatto lo spettatore, che girovagando da un canale all'altro, è sottoposto a un incessante bombardamento di messaggi ripetuti "su tutti i fronti", scissi, in ogni caso, dal contesto a cui appartengono. Per di più il *medium* televisivo, snaturato ormai nel suo *specifico*, riesce a portare il *cinema* nelle case: si è venuta a creare una situazione paradossale per cui un film, non pericoloso se è proiettato in una sala cinemato-

grafica, a cui un pubblico selezionato e consapevole della scelta effettuata si “espone” attraverso l’acquisto di un biglietto d’ingresso, diventa estremamente dannoso se fruito attraverso il “piccolo schermo”, la cui visione distratta e frammentata tende alla decontestualizzazione dei messaggi codificati.

Non possiamo, infine, ignorare le abitudini, ormai consolidate, del “bambino televisivo” della famiglia postindustriale, che si lega al televisore come a un *oggetto transizionale* [39]: il telecomando diventa lo scettro della sua *volontà di potenza* con cui, in qualsiasi ora del giorno o della notte, nella sua comoda e confortevole stanzetta, gli è possibile scorrazzare, soprattutto quando è “solo”, fra i vari canali pubblici e privati. La lenta stratificazione di messaggi violenti, martellanti, ripetitivi e “intrusivi”, fruiti dal minore senza il sostegno critico di un adulto significativo, i cui valori e modelli contrastino quelli trasmessi, oltre a renderlo *indifferente nei riguardi della violenza reale*, può produrre effetti estremamente devastanti e *rafforzativi delle tendenze già in atto*.

Al momento attuale, non avendo a disposizione dati sicuri che affrontino il problema statisticamente, possiamo soltanto sperare che siano una minoranza i ragazzi sui quali non produce effetti nocivi il materiale, diffuso via etere, scabroso o violento o che può diventare tale, se “decontestualizzato”. In base a un calcolo approssimativo si può affermare che il numero di questi bambini non può essere piccolo: basti pensare ai tanti minori che, chi per un motivo, chi per un altro, frustrati e scarsamente inseriti nell’ambiente familiare e sociale, presentano uno *stile di vita* in via di formazione con una debolezza strutturale del *Sé*.

Per quanto riguarda, infine, la pericolosità dei *contenuti* trasmessi, lo *stile narrativo* e l’impianto drammaturgico utilizzati dall’autore possono giocare un ruolo di primissimo piano nella neutralizzazione degli aspetti suggestivi insiti nel *medium*. Durante la fruizione filmica, televisiva e in qualsiasi circostanza in cui si attiva un processo identificatorio, si vengono a creare, infatti, due spazi diversi e omogenei, per cui diventa necessaria una scelta: «o restare se stessi nel proprio ambiente naturale, nella sala, ov’è la nostra persona fisica, con tutti i disagi e con tutti i comodi di questa sala, e in questo caso [..., si è] ben poco interessati dallo spettacolo che scorre sotto [..., gli] occhi; o, al contrario, se [..., si è] presi dal film, tutte le sensibilità soggettive che [..., si possono] conservare [sono] proiettate sul film, [...] mescolate ai personaggi che si profilano sullo schermo» (29, p. 164). In questo caso, nel nuovo spazio-tempo che si viene a creare, simile ai prodotti non della percezione, ma ai costrutti sintetici dell’immaginario, ci si dimentica della propria identità, del proprio *Sé*. Se vogliamo soffermarci sul cinema, l’alienazione filmica è generata spesso non dalla qualità dei contenuti o dalle caratteristiche del *medium*, ma dal tipo di scelta narrativa effettuata dal regista: la fruizione filmica agevola un’*impressione di realtà*, che

non costituirà un danno se lo spettatore sarà messo in grado di incontrare ancora se stesso, il proprio spazio, il proprio tempo, in sintesi, la propria realtà [29]. Ma in che modo?

I. 10. *Straniamento o alienazione ipnotica*

La “catarsi aristotelica” si basa sul concetto di arte intesa come *mimesis* [6], in grado di provocare una *suggestione* tale, da suscitare l'immedesimazione dell'attore e, di conseguenza, dello spettatore col personaggio rappresentato. Nel teatro naturalista gli attori [6, 29] vivono tutta intera l'azione “come se” fossero essi medesimi i personaggi viventi o operanti annullandosi nel proprio personaggio, al punto tale da farne qualcosa di così naturale «che allo spettatore non resta più che accettarlo così com'è con l'inevitabile e sterile corollario del “tutto comprendere, tutto perdonare”» (29, p. 138). Nel teatro epico brechtiano [11], invece, attraverso lo “straniamento”, l'attore è chiamato a vivere della propria parte ma non a immedesimarsi con essa, a partecipare ma non oltre il distacco che giudica. Come avviene durante l'attività onirica al sognante o nel corso di un delirio allucinatorio allo psicotico, così l'attore può interpretare tanto abilmente la propria “maschera finzionale” da *illudere* la platea fino al punto di indurla a credere nella realtà del personaggio, che finisce con l'essere identificato con l'attore, il quale è simile a un seduttore che spasima pur non provando amore. E così il gioco immedesimativo dell'attore comporta l'inganno e la seduzione del pubblico [29].

Se, invece, l'evento rappresentato, “citato”, «è dato in un rapporto riflessivo di “straniamento”: è cioè visto come “estraneo” (*fremd*) o come “strano”, “sorprendente” (*befremdlich*)» (29, p. 139), esso non induce nelle lusinghe ingannevoli dell'immedesimazione, ma spinge il regista, l'attore e di conseguenza anche il pubblico a mantenere un distacco critico nei confronti di quanto è frutto di costruzione “finzionale”, creando, così, quella distanza che in ambito psicodinamico segna la linea di demarcazione fra la “finzione nevrotica” e “quella psicotica”. «Il nevrotico, [infatti], nel processo di disvelamento della maschera, riconosce la sua finzione come gioco, strumento, mezzo: ormai sa prendere la distanza, la misura da essa, se ne libera e, libero, impara a giocare con la sua maschera, smascherandola giocandola» (28, p. 21); «nell'*allucinazione psicotica* [invece], il soggetto, che ignora di muoversi “senza misura”, può entrare concretamente in un mondo fittiziamente forgiato e proclamato con disperata ostinazione come “non fantastico”» (18, p. 26). L'inganno del pubblico, quindi, non è consentito da quel regista e da quell'attore che mostrano di saperne più del personaggio, in quanto sia all'*inizio che a metà dell'azione scenica fanno già come si evolverà la fine*. «[L'attore] racconta rappresentandole le vicende del suo personaggio, ne sa più di lui e non impo-

ne l’“adesso” e il “qui” come finzioni autorizzate dalle regole del gioco.[...] Il tempo gli appartiene in modo assoluto: non nella precarietà del presente che ignora il passato ed è incerto sul futuro, ma nella consapevolezza che raccoglie in unità passato, presente e già ne prospetta il conclusivo avvenire» (29, p. 141). Registi come Rossellini, Bresson, Godard, Pasolini, Fassbinder, Kubrick, ricorrendo a personali tecniche narrative mutate dal “teatro epico” (didascalie, attori presi dalla strada, piani-sequenze, film nel film etc), hanno ricercato effetti brechtianamente *stranianti*, preservando, così, con impegno civile «lo spettatore dai rischi proiettivi del linguaggio filmico, dal pericolo di un’identificazione totale tra la vita psichica del fruitore e l’azione proposta dallo schermo» (*Ibid.*, p. 224).

Arrivati a questo punto, dopo aver considerato i molteplici fattori implicati nei fenomeni suggestivi che si attivano durante la fruizione, ci proponiamo di esaminare il film di Quentin Tarantino *Assassini nati*, che ha suscitato tante discussioni e critiche, aprendo un animoso dibattito sul rapporto autore-fruitore, cinema-criminalità giovanile e sui pericoli insiti nei processi identificatori indotti dal potere di fascinazione del cinema. In particolare riteniamo opportuno soffermarci soprattutto sull’incedere *straniante* dello stile narrativo del film e sulle conseguenze che ne derivano sul piano psicodinamico.

II. 1. *Assassini nati: lo stile narrativo*

Mallory e Michey, una coppia di diabolici “fidanzatini” usciti quasi dall’inferno, sembrano nati per assassinare chiunque intralci il loro cammino costellato di amore, morte, gioco, vendetta e sangue, il tutto brechtianamente ironizzato da molteplici scelte narrative *stranianti*: una fotografia che propone effetti cromatici estremamente irrealistici, una scansione della vicenda in quadri titolati da didascalie, una colonna sonora martellante ora di tipo analogico ora di tipo contrappuntistico, una recitazione “cantilenante” degli attori, che ripropongono con “ricercata” sciattezza il gergo stereotipato della cultura giovanile mas-sificata.

Non è possibile analizzare il film prescindendo dall’impianto stilistico globale: la straripante violenza *grand-guignolesca* dei contenuti è, infatti, veicolata proprio dalle immagini inconsuete, dai dialoghi volutamente banali e volgarissimi, dai rumori stridenti che come nei disegni animati accompagnano i movimenti, dai paesaggi improbabilmente illuminati e deformati in senso espressionistico, dall’uso creativo di sapienti filtri. Il montaggio spigoloso ricorre con distaccata e consapevole ironia, come in un gioco acrobatico esplicitamente dichiarato, a tutti i miracolismi “fascinosi” della macchina da presa, che non disdegna alcun tipo di alchimia: velocissimi fotogrammi subliminali, repentini e continui pas-

saggi dalla pellicola a “colore” a quella in “bianco e nero”, inquadrature “sporche e ineleganti” come nel *montaggio in fieri* di una “diretta televisiva”, coloratissimi cartoni animati che si incastrano all’improvviso con le sequenze, completando, commentando e amplificando i gesti di Michey e Mallory, che tendono, quindi, a fondersi e a recitare con/come gli eroi dei *cartoons* televisivi giapponesi. Ci troviamo, dunque, davanti a un’originale *summa* di tutti i possibili generi, che sono amalgamati con un distacco critico tale da rendere la miscellanea finale un prodotto a metà strada fra il film, il disegno animato, il *serial* televisivo, il *musical*, il fumetto: Mallory, Michey, i familiari, il telecronista, il poliziotto, il direttore del carcere sono figure fortemente tipizzate, prive di sfumature come appunto i personaggi dei fumetti.

Ne *L’opera da tre soldi* Brecht [11], pur presentando un popolo di prostitute, ladri e assassini, grazie a tecniche *stranianti* in grado di produrre un effetto di distanziamento critico dell’attore e, quindi, del pubblico nei confronti della vicenda narrata, difficilmente consente allo spettatore di mettere in atto un processo identificatorio. Allo stesso modo in *Assassini nati* sembra che Oliver Stone e Quentin Tarantino dichiarino apertamente il loro intento di volersi divertire a sbeffeggiare la più truculenta violenza, rappresentandola secondo gli stereotipi culturali diffusi dai *mass media* e, in particolar modo, dalla televisione, la quale troneggia come arredo scenografico in ogni sequenza e accompagna l’evolversi della vicenda con immagini frammentarie di sangue, spari e massacri.

La macchina da presa proclama, ovunque, imperiosamente la propria presenza, enfatizzando, così, il carattere di *finzione* di quanto viene proposto. Basti pensare alla scena iniziale: Mallory, che nella fisicità, nella tecnica recitativa, nelle movenze rievoca volutamente l’Olivia di Braccio di Ferro, è inquadrata da uno sbilenco “Campo lungo” dal basso, mentre danza impetuosamente al suono travolgente di un *juke-box* con gesti estremamente improbabili e paradossalmente buffi, il tutto “commentato” da rapide e continue successioni dal “bianco e nero” al “colori”. «Ma questa è uscita dall’inferno! Bel pezzo di manza!», dice un avventore. «Si chiama Mallory!», risponde Michey. “Primo piano” di Michey, immagine subliminale di Michey col volto insanguinato, vorticosi movimenti acrobatici della macchina da presa, musica frastornante e strage omicida finale col solito rituale fatto di “urletti”, sguaiataggini, scurrità, spari e filastrocche cantilenate da una sempre più buffa Mallory, mentre il sangue schizza copioso.

Così, nel “primo quadro”, intitolato “I love Mallory”, viene proposta la *costellazione familiare* della ragazza e l’incontro fatale con Michey. La comparsa dei singoli personaggi è accompagnata dagli applausi registrati “come se” si trattasse di un lacrimoso *serial* televisivo. Mallory è presentata come il pro-

dotto di una patologia familiare secondo i più consueti stereotipi di un certo psicologismo da manuale: ella è vittima delle attenzioni incestuose di un padre violento, mentre una debole madre dolorante si rende colpevole per la tacita connivenza. Una mielosa e bamboleggiante Mallory, scendendo dalle scale fra gli applausi del pubblico, dice: «Ciao, mamma! Ciao, pa’, come è andato il lavoro?». Padre: «Ma quale lavoro? Sono disoccupato. [...] Stupida troietta, resti in castigo, finché il tuo culo è in questa casa è mio». Mallory corre via piagnucolando fra gli applausi. Madre: «Non pensi di esser un po’ duro con lei?». Padre: «Le darò un po’ di tenerezza dopo mangiato, in fondo in camera non vedrà la mia faccia per un’oretta».

Squilla il campanello. Michey il “salvatore” compare sull’uscio di casa con un enorme pezzo di manzo sanguinolento. Ovazione del pubblico. Mallory: «Chi sei?». Michey: «Michey e tu?». Mallory: «Io sono Mallory». Michey: «Per me dovevano chiamarti bellissima. [...] Tu ci credi al destino? Non mi sembri felice!». Carneficina finale, condita con la solita trivialità che fa da cornice al massacro orgiastico del padre e della madre. Applausi del pubblico. Mallory squittisce felicemente: «Sono una donna nuova!».

Il giornalista della seguitissima trasmissione televisiva *American maniacs*, specializzata in interviste esclusive con i più efferati *serial killers*, si impossessa di loro, facendone dei personaggi: ne nasce una specie di circo sgangherato con tutta la nazione in preda alla febbre di Mallory e Michey. I vari *fans* dicono: «Sono eccitanti... Adoro Michey e Mallory: loro sono così importanti!... Sono la cosa migliore dopo Charles Manson... Se fossi un assassino vorrei essere come loro due».

La cattura di Michey è trasmessa in diretta televisiva all’America in delirio, mentre una cronista giapponese acquattata dietro una macchina commenta: «Michey è piuttosto virile. [...] Ha un pistolone bello grosso.[...] È ridotto all’impotenza»; nel frattempo Mallory-Olivia, ferita e sanguinolenta, dimeandosi e starnazzando, canticchia lentamente allo sbirro, che le ha sbraitato in faccia “Prendete questa puttana!”, una filastrocca: «Non te lo scordare, vedrai un giorno o l’altro te la farò pagare!». Si accavallano vorticosamente, nel frattempo, spari, incendi e scontri urlati enfatizzati da una musica trionfalistica, mentre la cinepresa sembra impazzita con le sue vivacissime inquadrature.

L’impianto stilistico che sostiene l’intero film si serve, quindi, dell’*ironia* per ridimensionare i contenuti chiassosamente truculenti e scurrili, intenzionalmente rappresentati secondo i più scontati stereotipi culturali. Molto significativo a questo riguardo è il “quadro” intitolato “Per la serie ai confini della realtà”, in cui si affrontano le origini genetiche dell’aggressività e della violenza omicida di Michey che, ammalato di TV, è paragonato al demonio, che

si nutre dell'odio che vive dentro l'uomo. Ancor più interessante è l'ambivalente sdoppiamento "straniante" di Mallory: nel corso di una delle frenetiche carneficine Mallory ruggisce con voce gracchiante a Michey: «Ammazzali tutti!», mentre alla fine del film, ormai in stato avanzato di gravidanza, è sornionamente protesa, insieme al bravo maritino, a educare due adorabili marmocchi secondo i sani principi di una tipica famigliola americana che si reca in vacanza con la *roulotte*.

Molte sequenze di *Assassini nati*, se decontestualizzate e fruite da minori con un Sé fragile e non strutturato, possono essere suggestivamente nocive. Il *disegno stilistico* generale riesce, però, a depurare i contenuti rappresentati, non consentendo che in un pubblico "maturo" si attivino pericolosi processi identificatori: le efferate imprese dei personaggi sono depotenziate proprio dalle tecniche *stranianti* sopra menzionate. *Assassini nati*, inoltre, è un film e in quanto tale è destinato ad essere fruito da spettatori *maggioresenni*, già selezionati dall'acquisto di un biglietto di ingresso che assicura una visione *contestualizzata*. Un eventuale "passaggio" (cosa molto probabile) del film dal *medium-cinema*, per il quale è stato confezionato, al *medium-televisione*, che è caratterizzato da una naturale attitudine alla decontestualizzazione, dalla mancanza di un filtro censorio e da una prorompente "intrusività", può sicuramente costituire per i "minori" un serio pericolo.

Cesare Musatti, dopo una descrizione dettagliata dei meccanismi identificatori attivati dal cinema, precisa, a proposito dell'accusa rivolta loro di essere la causa diretta della delinquenza giovanile: «Spesse volte questa denuncia viene fatta in forma vaga ed inesatta semplicemente perché si trova comodo accusare un mezzo moderno, particolarmente diffuso di azione sul pubblico, di tutti i guai che si riscontrano nella formazione morale dei giovani, come quando, per esempio, si addossa ai film di gangsters la responsabilità di determinati aspetti della delinquenza minorile [...]. Non ci sono, a rigore, film che trasformino ragazzi normali in delinquenti; ci sono soltanto films che possono presentare un certo grado di pericolosità per ragazzi già nevrotici per ragioni familiari e sociali» (32, pp. 211-212).

II. 2. Conclusioni

Occorre affrontare rigorosamente il problema degli effetti della comunicazione di massa che, se non è risolto secondo linee teoriche alternativamente scientifiche, rende perfettamente inutile parlare di cinema o di televisione come arte o cultura: *non sono pericolosi i media in sé, ma l'uso che se ne fa*. Il cinema e la televisione andrebbero relegati fuori del campo della cultura e dell'educazione, mezzi di perversione del gusto e segno di decomposizione sociale nella nostra

epoca [7]. Siccome le tecniche audiovisive sono un aspetto della nostra epoca, non possiamo difendere il pubblico e, in particolare modo, il ragazzo attraverso la loro eliminazione. Dalla premessa, secondo cui un uso “sbagliato” dei *media* e una fruizione non “pre-educata” sono deleteri soprattutto per le personalità il cui stile di vita sia fragile o in via di formazione, deve derivare l’invito a preparare lo spettatore, nel nostro caso il bambino, ad acquisire validi contropoteri in grado di preservarlo e difenderlo.

Il pubblico deve abituarsi a reagire di fronte a un’immagine erronea o manipolante “come se” si trattasse di una menzogna, a rifiutare film o programmi televisivi troppo “liberi” nei confronti della verità come si insorge davanti a una manipolazione dei fatti. «Per condurli a questo atteggiamento, che è un aspetto del dominio della tecnica da parte dell’uomo, dobbiamo dar loro [ai ragazzi] i mezzi non solo per identificare l’errore o le possibilità di falsificazione, ma per apprezzare le tecniche che consentono di costruire un’opera d’arte» (30, p. 300). Essendo il rapporto cinema-televisione-ragazzo un dato di fatto, operante il più delle volte in direzioni incontrollabili, alla luce delle considerazioni precedentemente raccolte relative alle influenze suggestive dei *media*, possiamo ricavare gli estremi per assumere gli audiovisivi nell’ambito di un progetto educativo più ampio, di cui dovrebbe farsi carico la scuola.

Sarebbe auspicabile un’intervento pedagogico finalizzato a una presa di coscienza dei processi emotivi e dei fenomeni suggestivi attivati dai *mass media* e, in particolare, dal cinema e dalla televisione. Se desideriamo che i bambini si difendano dall’ondata audiovisiva da cui sono travolti, occorre che le “tecniche” espressive perdano il loro carattere misterioso ed esoterico: una delle strategie più utili potrebbe essere quella di abituare il bambino a manipolare “concretamente” il mezzo [15, 27, 30]. Così egli, capendolo e usandolo, si sentirà cresciuto e non sarà ingannato dai suoi sortilegi. Giunti a questo punto, riteniamo che la nostra riflessione sul rapporto cinema-televisione-ragazzo sia conclusa, essendosi, però, aperto un capitolo nuovo e molto più ampio, che sarà oggetto di un’indagine futura: l’educazione ai linguaggi dei *mass media* nella scuola.

Bibliografia

1. ADLER, A. (1912), *Über den nervösen Charakter*, tr. it. *Il temperamento nervoso*, Newton Compton, Roma 1971.
2. ADLER, A. (1920), *Praxis und Theorie der Individualpsychologie*, tr. it. *La Psicologia Individuale*, Newton Compton, Roma 1970.
3. ADLER, A. (1927), *Menschenkenntnis*, tr. it. *Psicologia Individuale e conoscenza dell’uomo*, Newton Compton, Roma 1975.
4. ADLER, A. (1933), *Der Sinn des Lebens*, tr. it. *Il senso della vita*, De Agostini, Novara 1990.

5. ANCONA, L. (1963), The Film as an Element in the Dynamics of Aggressiveness, *Ikon*, 16: 29-34.
6. ARISTOTELE, *La poetica*, Biblioteca Universale Rizzoli, Milano 1956.
7. BALDELLI, P. (1996), *Comunicazione audiovisiva e educazione*, La Nuova Italia, Firenze.
8. BETTETINI, G. (1965), *La regia televisiva*, La Scuola, Brescia.
9. BETTETINI, G. (1968), *Cinema: lingua e scrittura*, Bompiani, Milano.
10. BETTETINI, G. (1971), *L'indice del realismo*, Bompiani, Milano.
11. BRECHT, B. (1967), Schriften zum Theater, in *Gesammelte Werke*, Suhrkamp, Frankfurt.
12. CONDRY, J. (1993), Thief of Time, Unfaithful Servant: Television and American Child, in POPPER, K. R., CONDRY, J., *Cattiva maestra televisione*, Reset, Milano 1994.
13. FERRERO, A. (1990), Riflessioni sul sogno: le tentazioni della ragione e le tentazioni delle finzioni, *Ind. Psychol., Doss. 2*: 101-128.
14. FERRERO, A. (1995) *Insula dulcamara*, CSE, Torino.
15. FERRIGNO, G. (1985), Ipotesi di un progetto educativo secondo linee adleriane nella Scuola Media dell'obbligo, *Riv. Psicol. Indiv.*, 22-23: 146-154.
16. FERRIGNO, G. (1993), Il maschile e il femminile nel linguaggio onirico, *Riv. Psicol. Indiv.*, 34: 77-87.
17. FERRIGNO, G. (1995), La costellazione familiare nel sogno, *Atti V Congr. Naz. SIPI, «L'individuo e la costellazione familiare»*, Stresa.
18. FERRIGNO, G. (1996), Riflessioni interdisciplinari sul sogno, *Riv. Psicol. Indiv.*, 39: 15-41.
19. FERRIGNO, G., PAGANI, P. L. (1995), "L'immaginario fra presente, passato e futuro e la costanza dello stile di vita", *VI Congr. Naz. SIPI, «Il tempo e la memoria»*, Massa.
20. GALLI, G., ROSITI, F. (1967), *Cultura di massa e comportamento collettivo*, Il Mulino, Bologna.
21. GALLIANI, L. (1988), *Educazione ai linguaggi audiovisivi*, Sei, Torino.
22. HIMMELWEIT, H. T. (1958), *Television and Child*, Oxford University, London.
23. KLAPPER, J. T. (1960), *Effect of Mass Communications*, tr. it. *Gli effetti della comunicazione di massa*, Etas Kompass, Milano 1964.
24. LAPORTA, R. (1974), *Cinema ed età evolutiva*, La Nuova Italia, Firenze.
25. LEBOVICI, S. (1949), Psycanalyse et cinèma, *Rev. Int. de film.*, 5: 52.
26. LUMBELLI, L. (1974), *La comunicazione filmica*, La Nuova Italia, Firenze.
27. MAISETTI, M. (1978), Fare cinema, materiale di documentazione, *ISCA*, 1978.
28. MASCETTI, A. (1992), "Intervento preordinato", *Riv. Psicol. Indiv.*, 32: 20-21.
29. MELCHIORRE, V. (1972), *L'immaginazione simbolica*, Il Mulino, Bologna.
30. MIALARET, G. (1964), *Psychopedagogie des moyens audiovisuel dans l'enseignement du premier degré*, tr. it. *Psicopedagogia dei mezzi audiovisivi*, Armando, Roma.
31. MICHOTTE, A. (1953), La participation emotionelle du spectateur à l'action représentée à l'écran. Essai d'une théorie, *Rev. Int. de film.*, 13: 86-87.
32. MUSATTI, C. (1960), *Psicanalisi e vita contemporanea*, Boringhieri, Torino.
33. PARENTI, F., PAGANI, P. L. (1987), *Lo stile di vita*, De Agostini, Novara.
34. PELLAI, A. (1966), *Il bambino che addomesticò il televisore*, Angeli, Milano.
35. POPPER, K. R., CONDRY, J. (1994), *Cattiva maestra televisione*, Reset, Milano.
36. SARTRE, J. P. (1940), *L'imaginaire*, tr. it. *Immagine e coscienza*, Einaudi, Torino 1960.
37. SIGURTÀ, R. (1980), "Effetti di cinema e TV sui soggetti in età evolutiva", *Conv. Int. «Ragazzi, Cinema e Tv»*, Milano.

38. VOLPICELLI, L. (1949), Pregiudiziali sul cinema e l'educazione, *Bianco e Nero*, 9: 51.
39. WINNICOTT, D. W. (1971), *Playing and Reality*, tr. it. *Gioco e realtà*, Armando, Roma 1994.

Giuseppe Ferrigno
Via della Marna, 3
I-20161 Milano