

## Prefazione / Preface

MASSIMO LEONE

Dalla svolta teoretica del campo di studi degli atti linguistici, preparata da una lunga tradizione filosofica, linguistica, e semiologica, è stato sempre più evidente che “si possono fare cose con le parole”. Ricerche vieppiù minuziose sono state dedicate, fra l’altro, al tentativo di situare la capacità d’azione del linguaggio verbale, nonché le modalità con cui essa si distribuisce nelle forme discorsive.

Prendendo spunto dall’ultima monografia pubblicata da Omar Calabrese, sul *trompe-l’œil*, il numero 17–18 di *Lexia* propone una riflessione a più voci e discipline sull’agentività delle immagini, ovverosia sulla loro capacità di orientare, incoraggiare o persino indurre l’azione dell’osservatore in senso cognitivo–epistemico (far credere), pragmatico (far fare), emotivo (far essere).

Come sviscerare l’intreccio di determinazioni biologiche, cognitive, e socio–culturali che determina la capacità d’azione delle immagini? E come descrivere e analizzare i meccanismi che garantiscono il passaggio dalla ricezione di un testo visivo all’elaborazione/esecuzione di una pratica o persino di una forma di vita?

Immagini che ingannano e disingannano, incoraggiano all’atto o lo proibiscono, scatenano il desiderio o l’avversione, istituiscono — attraverso la presenza della propria superficie significativa, l’interazione con altri segni/codici/testi e l’arena di un contesto — nuovi percorsi per l’azione individuale e sociale. Immagini di questo tipo ci circondano quotidianamente, dalla pubblicità ai media, dall’arte alle religioni. Ma ove si nasconde la loro capacità di determinare il passaggio dagli stati di senso agli stati del mondo?

Nello sviluppo delle lingue, e delle culture che esse rispecchiano, sin da tempi remotissimi si è isolata l’esperienza percettiva e fenomenologica legata allo sguardo e la si è posta al centro del complicato campo semantico dell’immagine. “Immagine” è poi divenuto termine

per riferirsi, nelle varie lingue e con sfumature diverse, non soltanto a ciò che si può percepire con la vista, guardare, osservare, esplorare con lo sguardo, ma anche a tutto ciò che di questa esperienza fenomenologica condivide alcuni tratti semantici, come l'immagine interiore, quella verbale, quella sinestetica. Esiste dunque una genesi dell'idea di immagine, così come un'evoluzione del suo campo semantico. A chi si trovi oggi a cercare di definirne confini e strutture, incombe però la difficoltà di un'idea oramai così espansa e sfilacciata da sfuggire a ogni sicura presa concettuale. Cos'è immagine, e cosa non lo è, soprattutto in un'era culturale, la nostra, che sembra aver fatto del visivo l'ambito metaforico che, onnivoro, assorbe tutti gli altri?

Per rispondere a questa domanda, nel tentativo di dare nuova linfa all'indagine sullo statuto e il senso delle immagini, il numero di *Lexia* che qui si presenta sceglie di esplorare una pista diversa, non più solo sintattica (come si struttura il volto percepibile dell'immagine), né più solo semantica (come si articola il contenuto specifico dell'esperienza visiva), bensì pragmatica: che cosa fanno le immagini? Come possono agire nel mondo, guidate o meno da un'intenzionalità? Forse è proprio rispondendo a questi interrogativi, infatti, che lo studioso potrà distinguere artefatti comunicativi che rientrano nel campo dell'immagine, e agiscono nella e sulla realtà secondo linee fenomenologiche precise, e artefatti che, al contrario, incidono nel tessuto socioculturale delle agentività e delle azioni in modo diverso.

Dietro a questa scelta euristica si cela poi una questione ancora più profonda e astratta, quella relativa allo sviluppo della comunicazione visiva come modalità antropologica della significazione. Forse infatti è proprio necessario capire come le immagini esercitano un impatto sugli altri segni, a inclusione delle altre immagini, per comprendere le ragioni della loro straordinaria espansione, di quell'esponenziale successo che, nell'epoca attuale, le ha viste cannibalizzare altre forme di costruzione del senso.

L'oggetto di studio del presente numero di *Lexia*, accolto con eccezionale entusiasmo dalla comunità semiotica internazionale, è diventato allora spunto per studi disparati, i quali si collocano tutti nel dominio disciplinare della semiotica ma poi lo solcano ciascuno con proprio stile, e attraverso peculiari interdisciplinarietà. Invitare a riflettere sulle immagini significa in effetti scoperchiare un variopinto vaso di Pandora. Nel tentativo non di richiudere questo vaso, ma di

ordinarne l'esuberante contenuto, i contributi selezionati dal processo di *peer-reviewing* sono stati organizzati in tre grandi sezioni: la prima di carattere più teoretico e generale; la seconda dedicata ai supporti e ai dispositivi della comunicazione visiva (pittura, cinema, immagine verbale, sinestetica); la terza, suddivisa in numerose sottosezioni, di indole più specifica e applicativa, consacrata ai campi socioculturali in cui si esercita l'agentività delle immagini. Inutile sottolineare che, come sempre nella ricerca semiotica, interrogativi di ordine astratto e analisi puntuali sono stati gli uni alimento delle altre, senza soluzione di continuità che non sia quella introdotta dall'organizzazione arbitraria scelta dal curatore.