

INDICAZIONI DI MASSIMA PER LA XXXV^ SETTIMANA SOCIALE . 2 .

SU "LE INCIDENZE SOCIALI DEI MEZZI AUDIO-VISIVI"

PREMESSA

La larga e repentina diffusione dei mezzi audio-visivi ha già dato in Italia occasione a una vasta fioritura di studi e convegni sull'argomento.

La espansione sul mercato nazionale degli apparecchi radio-televisivi e la crescente produzione cinematografica con conseguente continuo aumento della partecipazione da parte del pubblico a spettacoli del genere, sono seguite attentamente non soltanto dai vari enti interessati, ma anche da appositi organismi specializzati nei sondaggi dell'opinione, allo scopo preciso di conoscere più direttamente gli effetti delle tecniche della diffusione sul comportamento delle varie categorie umane, a seconda del loro stanziamento geografico o ambientale, del relativo livello di cultura ecc.

E' sembrata, perciò, opportuna una impostazione precisa ed organica del tema, visto soprattutto come problematica umana, erompente dalle incidenze sui singoli e sui gruppi, in base ad aggiornata documentazione e ad analisi sociologica, tali da permettere un chiaro ed utile lavoro di sintesi, da più parti atteso.

Si avrà, conseguentemente, la possibilità di suggerire a quanti sono impegnati, in maniera diretta o indiretta, nell'azione civica o pastorale, quegli orientamenti validi a garantire uno sviluppo maggiore degli aspetti positivi di questi strumenti del progresso tecnico, onde impedire aspetti negativi risultanti eventualmente sul piano politico, sociale, culturale, morale, psicologico e giuridico.

Per questo la scelta del tema della XXXV^ Settimana Sociale, da parte del Comitato Permanente, è caduta su "Le incidenze sociali dei mezzi audio-visivi".

Sono, soprattutto, le "incidenze sociali", che cadono immediatamente sotto l'obiettivo. Il termine "sociali", cioè, vuole avere un significato possibilmente completo, con chiaro riferimento all'influsso, diretto o di riflesso, sul comportamento di uomini che vivono una vita associata.

Esplicita relazione, quindi, ai gruppi umani, nei loro reciproci rapporti nella convivenza: gruppi familiari, educativi, culturali, economici, politici, professionali, religiosi, ricreativi ecc.

I mezzi audio-visivi, allora, sono da considerarsi, in primo luogo, come i canali, che permettono una maggiore diffusione del pensiero e che facilitano, evidentemente, una più accentua-

ta comunicazione fra gli stessi gruppi, in maniera tale da permettere una più consistente valorizzazione delle singole persone umane.

Si potrà vedere e valutare, naturalmente, la incidenza di questi mezzi come effettiva possibilità di realizzazione dei bisogni fondamentali della vita di famiglia (cura dei figli, legame reciproco tra gli stessi figli, tra genitori e figli ecc.), come realizzazione della funzione sociale della trasmissione della cultura con metodi e modi più efficaci, come realizzazione di uno sviluppo nelle interdipendenze nelle tecniche, nelle informazioni politiche, nella diffusione delle esperienze di vita democratica ecc.

E' evidente che il fenomeno presenti anche delle possibilità di influsso negativo, nel senso di un restringimento del raggio della libertà degli stessi gruppi e dei singoli operanti nel gruppo. Ma è su questo piano, ossia nello studio per impedire gli eventuali aspetti negativi e per una maggiore valorizzazione, invece, degli aspetti positivi, che i docenti della XXXV^ Settimana Sociale, saranno chiamati a dare il contributo della loro provata esperienza.

Prolusione: "L'impiego dei mezzi audio-visivi e le esigenze della persona umana"

Lez. 1^a : "La diffusione dei mezzi audio-visivi conseguenza e fattore di trasformazioni sociali"

La diffusione dei mezzi audio-visivi, quindi, è vista, anzitutto, come conseguenza di tutte quelle trasformazioni verificatesi nel campo economico, nel campo delle tecniche, nel campo politico, culturale, sociale, ricreativo, professionale, ecc., che, direttamente o indirettamente hanno investito il comportamento umano nella vita associata. Contemporaneamente, però, detta diffusione costituisce un fattore molto importante di trasformazioni sociali, in diretta o indiretta connessione con il comportamento umano nella vita economica e sociale.

La frequenza sempre più crescente a spettacoli cinematografici, la celere diffusione degli strumenti audio-visivi, con il continuo aumento dell'ascolto o della assistenza alle trasmissioni non può non mettersi in relazione con il maggior tempo libero, di cui oggi si dispone.

Detta diffusione non sempre, però, è connessa con l'effettivo benessere economico.

Si nota anche un maggiore ascolto (per quanto concerne la televisione) fra i residenti in regioni centro-meridionali e un ascolto inferiore fra i residenti nei piccoli centri, rispetto ai grandi complessivamente per tutta l'Italia.

Si pone, inoltre, il problema del raggiungimento di un

Lez. 1^a : "I mezzi audio-visivi e i loro compiti di istruzione, educazione ed elevazione culturale" 3.

effettivo equilibrio tra mondo urbano e mondo rurale.

E' opportuno, perciò, procedere ad una misurazione più accurata di tali fenomeni e di quelli connessi, ossia delle incidenze sulle abitudini, sulla mentalità e sul comportamento, in relazione agli evidenti riflessi di questi ultimi sulla vita economico-sociale e conseguenti mutamenti, tenendo conto e delle differenze ambientali e dei vari sottogruppi.

Necessaria particolarmente una valutazione dei fenomeni in oggetto.

Lez. 2^a : "I mezzi di informazione nella società democratica"

Si stabilisce, evidentemente, un rapporto tra organi adetti alla diffusione (Stazioni radio-televisive, dove vengono preparati i programmi per la messa in onda, registi e attori del cinema e della radio-televisione, del teatro ecc. e, quindi, tra le varie tecniche, lo stesso genere di programma adottato e i membri direttamente interessati di una qualsiasi comunità democratica.

Il problema, degli audio-visivi naturalmente, si pone nella sola società democratica, nel senso che la vita democratica di una comunità politica va considerata come presupposto essenziale per l'uso veramente libero e, quindi, democratico di tali mezzi.

Ora intanto una società può essere democratica, in quanto tali mezzi influiscono nell'effettivo raggiungimento di una maggiore democratizzazione.

E' necessario, perciò, che le tecniche audio-visive, che raggiungono il loro pubblico attraverso l'informazione, l'educazione, la propaganda ed il divertimento abbiano come diretto obiettivo un concreto allargamento della vita democratica nel Paese. L'effettivo raggiungimento della democratizzazione, poi a sua volta offrirà una reale garanzia di democraticità nell'uso di tali mezzi.

Si pone, allora, il problema del modo e della obiettività della informazione, dell'educazione, della propaganda e del divertimento.

Di non minore importanza, poi, il problema, connesso, della esigenza di una garanzia effettivamente democratica, ossia della libertà nella possibilità (libertà o potere) nella realizzazione degli stessi canali o strumenti di diffusione. La comunicazione non può assumere aspetti paternalistici dall'alto al basso. Essa deve concepirsi come un movimento circolare, possibilmente con una partecipazione morale di tutti.

Lez. 3^a : "I mezzi audio-visivi e i loro compiti di istruzione, educazione. ed elevazione culturale"

Indubbiamente i mezzi audio-visivi favoriscono una elevazione umana nel campo dell'istruzione, ma la loro effettiva capacità è condizionata all'efficacia della presentazione e del contenuto.

La presentazione deve essere, anzitutto, differenziata, a seconda degli ambienti diversi e del grado attuale di cultura, deve essere adeguata alla mentalità di quei gruppi determinati, cui è diretta.

E' necessario, quindi, una precisa conoscenza della varia, multiforme e differenziata consistenza del pubblico.

Deve trattarsi, poi, di un contenuto tale da apportare, anche se lentamente, ad un vero rialzo nella cultura. Si deve, per ciò, tener conto di tutti gli accorgimenti che la tecnica mette a disposizione per l'uso dei fattori educativi e psicologici, proprie delle scienze che si interessano di questi problemi.

Occorre impedire, infine, i pericoli di una standardizzazione e di superficialità delle culture.

Lez. 4^a : "I riflessi audio-visivi sul comportamento dei giovani"

Dalle indagini risulta che, tra i passatempi, ai quali i giovani dedicano la maggior parte del loro tempo libero, sono preferiti l'ascolto della televisione, della radio, dei dischi, ed il cinema.

Supposti i fenomeni di evasione dalla realtà verso una irrealtà fantastica, di spersonalizzazione e massificazione dell'individuo, di assimilazione inconscia, suggestione, evasione passiva, simpatia passionale, partecipazione integrale e identificazione col personaggio (traumatizzazione psichica), di cui si dice nei trattati di psicologia e che si manifestano particolarmente aggressivi negli anni dell'infanzia e della gioventù, è necessario individuare i mezzi per attenuare tali incidenze.

Le tecniche audio-visive pongono i giovani dinanzi a nuovi problemi di conoscenze accelerate e non sempre obiettive, oltrepassando dette tecniche i compiti di informazione e di cronaca e sfociando, il più delle volte, nella presentazione di ambienti e situazioni morali, con grave pericolo di far credere perfettamente normale ciò che tale non è.

L'analisi socio-psicologica deve portarsi su modelli di comportamento che generano detti falsi valori o che sviluppano passività, con relativi fenomeni di mitizzazione o divistici.

Contemporaneamente è necessario insistere sugli effetti positivi che certamente ne potrebbero derivare dall'uso di tali mezzi, per l'età in oggetto: educazione della volontà, educazione

al sacrificio, istruzione professionale, scelta della professione ecc.

Lez. 5^a : "I mezzi audio-visivi e la famiglia"

Esistono indubbiamente delle differenze tra incidenze degli spettacoli cinematografici e incidenze radio-televisive sul nucleo familiare.

Anche i mezzi radio-televisivi, però, potrebbero influire negativamente sul fenomeno "socializzazione" (in senso sociologico), di cui la famiglia è il primo canale naturale.

L'indagine sociologica è chiamata a valutare i fattori che favoriscono il crescere della socialità o l'eventuale pericolo di diminuzione, dovuto alla incidenza di queste tecniche sui membri della famiglia.

Da qui l'importanza dell'educazione degli adulti, perchè possano compiere, a loro volta, opera veramente educativa nei riguardi dei loro figli e possano diventare largamente operanti le eventuali attribuzioni positive e virtuali di questi mezzi.

E' opportuno, quindi, esprimere una valutazione del così detto 'ascolto guidato', come strumento che dovrebbe dare risultati più efficaci per l'attuazione, su vasta scala, delle virtualità positive contenute nei mezzi audio-visivi.

Si rende necessario conoscere se e in che modo i moderni mezzi audio-visivi influiscano sullo svolgimento delle attività comuni della famiglia: faccende domestiche, discussioni sui problemi familiari, riduzione di giuochi collettivi ecc. e se influiscano sui rapporti tra genitori e figli, ossia se sorgano dei contrasti a causa di essi, se l'interesse dei genitori per i figli è distratto, se i giovani si allontanano con più facilità, convinti che tutta la famiglia sia presa unicamente dalla trasmissione televisiva ecc.

Lez. 6^a : "La propaganda e la pubblicità"

Dati statistici, a tale riguardo, confermano la enorme invadenza di questi due mezzi fortemente influenti sulla formazione dell'opinione pubblica e del singolo, attraverso i moderni strumenti della tecnica audio-visiva.

Influendo sull'uomo, come realtà psicologica, ne condizionano, in maniera evidente, la libertà. Si ritiene opportuno, perciò, un approfondimento degli effetti ipnoidi ed onirici della pubblicità.

Le incidenze negative assumono vaste proporzioni quando si ripercuotono sul gruppo, in maniera tale da rendersi capaci di influenzare o creare la stessa opinione pubblica.

Nasce, quindi, il problema della analisi psicologica della cosiddetta "pubblicità occulta" o dei "persuasori occulti", mentre si impone una valutazione sul piano morale anche della cosiddetta "tendenza alla evasione", che, al di là della imposizione di nuovi gusti, tende a portare verso la desiderabilità del vivere comodi, spensierati, non impegnati.

Si rileva comunemente che gli spettatori difettino di una vera educazione pubblicitaria. Occorre, quindi, educare lo uomo verso una coscienza dei problemi della pubblicità.

Propaganda e pubblicità esercitano, poi, il loro influsso chiarissimo sulla economia: modifica forzosamente del ciclo produzione-consumo; continuo generalizzarsi dei bisogni, maggiore invito all'acquisto con sistemi rateali, spinta costante al raggiungimento di un livello di vita superiore a quello attuale e non sempre raggiungibile con gli attuali mezzi, di cui si dispone.

L'analisi economico-sociologica di questi aspetti porterà naturalmente ad orientamenti e valutazioni soprattutto sul piano etico-sociale.

Lez. 7^a : "La disciplina giuridica dell'impiego dei mezzi audio-visivi"

Volendo evitare le incidenze negative sulla persona umana, sulla opinione pubblica, sul pubblico costume, sulle abitudini e mentalità, è necessario disciplinare i mezzi audio-visivi, con l'intento, anzitutto, di favorire gli aspetti positivi dello sviluppo storico di tutta la comunità e per impedire un rovesciamento nella gerarchia dei valori morali e sanamente tradizionali.

Tale disciplina o controllo pubblico si impone sul piano civile con una legislazione preventiva e con una legislazione repressiva.

La diffusione dei mezzi audio-visivi inoltre rende possibili nuove forme di utilizzazione delle opere dell'ingegno. Da questo nasce già tutta una problematica della disciplina giuridica di tali mezzi, in ordine a precisi aspetti.

Altra problematica si rivela, infine, in connessione agli opposti regimi di concorrenza e di monopolio che possono essere adottati per gli enti od organizzazioni delle trasmissioni audio-visive.

Lez. 8^a : "I mezzi audio-visivi come ausilio all'apostolato"

Ai fini dell'apostolato, detti mezzi, rivestono, senza dubbio, una enorme importanza.

Contribuendo alla elevazione culturale, psicologica e sociale, essi pongono, è vero, dinanzi a situazioni ambivalenti, ma nessuno può impedire che la preparazione al ministero pastorale

le, oggi sia tale che si renda possibile una utilizzazione in senso favorevole allo sviluppo della vita cristiana, dei loro lati positivi e anche di quelli non completamente negativi.

L'apertura ad una maggiore socialità; la rottura d'una mentalità retrograda, la scomparsa d'una visione ristretta nella ampia prospettiva di più concrete e pacifiche relazioni tra i popoli, offrono degli agganci di grande valore per una effettiva immissione del messaggio cristiano nella vita delle nostre comunità parrocchiali.

L'uso diretto di tali mezzi può facilitare ancora di più l'azione pastorale e una maggiore diffusione del pensiero e dello spirito evangelico.

Son connesse, però, a queste iniziative, esigenze di carattere tecnico, artistico, estetico, ambientale, psicologico, ecc. che non vanno assolutamente ignorate.

E' sembrato, perciò, opportuna una impostazione precisa ed organica del tema, visto soprattutto come problematico umano, scaturita dalle incidenti sui singoli e sui gruppi, in base ad una accurata documentazione e ad analisi sociologiche, tali da permettere un chiaro ed utile lavoro di sintesi, da più parti atteso.

Si avrà, conseguentemente, la possibilità di suggerire a quanti sono impegnati, in maniera diretta e indiretta, nell'azione civica e pastorale, quegli orientamenti validi a garantire uno sviluppo maggiore degli aspetti positivi di questi strumenti del progresso tecnico, onde impedire aspetti negativi risulanti eventualmente sul piano politico, sociale, culturale, morale, psicologico e giuridico.

Per questo la scelta del tema della XXIV Settimana Nazionale, da parte del Comitato Nazionale, è caduta su "Le tecniche audio-visive nei mezzi socio-culturali".

Sono, soprattutto, le "tecniche sociali", che cadono in mediatamente sotto l'obiettivo. Il termine "sociali", cioè, vuole avere un significato possibilmente completo, nel senso riferito al rapporto all'influenza, diretta e al riflesso, del comportamento di uomini che vivono una vita associata.

Esplícita relazione, quindi, ai gruppi stessi, nei loro reciproci rapporti nella convivenza: gruppi familiari, educativi, culturali, economici, politici, professionali, religiosi, ricreativi ecc.

I mezzi audio-visivi, allora, sono da porre in primo luogo, come i canali, che permettono una maggiore diffusione del pensiero e che facilitano, evidentemente,

