



*Rivista mensile dell'Istituto Cattolico
di Attività Sociale*

ORIENTAMENTI

SOCIALI

In questo numero

INCIDENZE SOCIALI DEI MEZZI AUDIOVISIVI M. Puccinelli

AUDIOVISIVI E MORALITÀ SOCIALE C. Travisan

INDUSTRIA DEGLI AUDIOVISIVI M. J. Salvemini

GLI AUDIOVISIVI IN FUNZIONE EDUCATIVA F. Pasquale

RADIO E TELEVISIONE IN ITALIA G. Scifo

LO SPETTACOLO IN ITALIA M. Alasia

PARROCCHIE ED AUDIOVISIVI F. Cortesi

ORIENTAMENTI SOCIALI

RIVISTA MENSILE
DELL'ISTITUTO CATTOLICO
DI ATTIVITÀ SOCIALE
ANNO XVIII - GIUGNO 1962

SOMMARIO

TEMI

- pag. 209: *Le incidenze sociali dei mezzi audiovisivi*, di M. PUCCINELLI
- pag. 211: *Gli audiovisivi come fattore di mobilità nel nostro paese*, di C. TREVISAN
- pag. 215: *Radio, televisione e cinema come industria*, di M.T. SALVEMINI.
- pag. 217: *I mezzi audiovisivi in funzione educativa*, di F. PASQUALINO
- pag. 219: *Radio e televisione in Italia*, di G. GRILLO
- pag. 223: *La dinamica dello spettacolo in Italia*, di M. AJASSA
- pag. 225: *Comunità parrocchiali e mezzi audiovisivi*, di F. CERIOTTI

RUBRICHE

- pag. 229: *Parliamone insieme - Difendersi è più facile*
- pag. 230: *Documentazione - Magistero Pontificio in materia di audiovisivi*
- pag. 240: *Bibliografia*
- pag. 243: *Rassegna della stampa*

**NUMERO DEDICATO ALLA
XXXV SETTIMANA SOCIALE
DEI CATTOLICI D'ITALIA**

IL PROGRAMMA DELLA XXXV SETTIMANA SOCIALE

PROLUSIONE

«L'impiego dei mezzi audio-visivi e le esigenze della persona umana»

Sua Em.za il Card. Giuseppe SIRI, Arcivescovo di Genova - Presidente del Comitato Permanente delle Settimane Sociali dei Cattolici d'Italia.

LEZIONE 1ª

«La diffusione dei mezzi audio-visivi conseguenza e fattore di trasformazione sociale».

Prof. Francesco VITO, Rettore Magnifico dell'Università Cattolica del Sacro Cuore - Vice Presidente del Comitato Permanente delle Settimane Sociali dei Cattolici d'Italia.

LEZIONE 2ª

«I mezzi di informazione nella società democratica»

Prof. Giampietro DORE, Consigliere della RAI.

LEZIONE 3ª

«I mezzi audio-visivi e i loro compiti di istruzione, educazione ed elevazione culturale».

Prof. Mario APOLLONIO, Ordinario di letteratura italiana e titolare di storia del teatro e dello spettacolo nell'Università Cattolica del Sacro Cuore - Direttore della scuola superiore di giornalismo e mezzi audiovisivi di Bergamo.

LEZIONE 4ª

«I riflessi audio-visivi sul comportamento dei giovani»

Prof. Leonardo ANCONA, Ordinario di Psicologia e Direttore dell'Istituto di Psicologia nell'Università Cattolica del Sacro Cuore.

LEZIONE 5ª

«I mezzi audio-visivi e la famiglia»

Prof. Don Pier Giovanni GRASSO, Direttore dell'Istituto di psicologia e sociologia nel Pontificio Ateneo Salesiano.

LEZIONE 6ª

«La propaganda e la pubblicità»

Prof. Francesco ALBERONI, Ordinario di Sociologia nell'Università Cattolica del Sacro Cuore.

LEZIONE 7ª

«La disciplina giuridica dell'impiego dei mezzi audio visivi»

Prof. Renato DELL'ANDRO, Ordinario di istituzioni di diritto penale nell'Università di Bari.

LEZIONE 8ª

«I mezzi audio-visivi come ausilio all'apostolato»

Prof. Agostino MALTARELLO, Libero docente di genetica umana all'Università di Roma - Presidente Generale dell'A.C.I.

LE INCIDENZE SOCIALI DEI MEZZI AUDIOVISIVI

MARIO PUCCINELLI

Quante, quali e di quale portata sono «le incidenze sociali» dei mezzi audiovisivi?

Non so se a questa domanda potremo trovare una risposta completa e precisa non solo in questo fascicolo di *Orientamenti Sociali* che, in certo senso, prepara e presenta la *Settimana Sociale*, ma neppure nella *Settimana stessa* perchè la materia è veramente complessa, e perchè queste incidenze non sono completamente misurabili sia nei singoli, sia nelle categorie sociali più diverse, almeno a breve intervallo, in quanto non si tratta, evidentemente, solo di impressioni momentanee, ma c'è da fare il conto con idee, immagini, sollecitazioni che possono restare — e molto spesso restano — inutilizzate e inoperanti per diverso tempo, pronte poi a venir fuori alla di stanza...

La tentazione di procedere nello studio di queste incidenze come si procede nello studio degli effetti del fall-out con sondaggi, prove, misurazioni non è una tentazione impossibile neppure per cattolici: prova ne sia che parecchie volte è stata messa in opera e, su quei risultati, sono state tratte delle conseguenze piuttosto affrettate. La *Settimana Sociale* parte da altri punti, si propone ben altro metodo attraverso lo studio e l'approfondimento di alcuni temi di cui noi, nel presente fascicolo, cerchiamo di evidenziare solo una parte di problematica. Per

questo non è affatto pleonastico parlare dell'attualità di questa *Settimana* e dell'interesse che deve suscitare in tutti coloro i quali vedono la realtà sociale nella giusta dimensione umana, cui si aggiunge l'ansia che, su questa dimensione, si innesti la forza viva ed operante del cristianesimo.

* * *

I mezzi audiovisivi si trovano ad avere una letteratura buona per quanto concerne la parte tecnica; scarseggiando di studi condotti con serietà, in campo cattolico, riguardo alle questioni estetiche; stanno raccogliendo in questi ultimi tempi, soprattutto in seguito alla spinta del Magistero Pontificio, che ha dimostrato una grande sensibilità in proposito sino a costituire uno speciale Segretariato anche per il prossimo Concilio Ecumenico (il numero degli interventi pontifici in materia raggiunge ormai il centinaio), l'attenzione non ancora completamente organica ed organizzata dei moralisti, ma non hanno ancora avuto un impegno di studio approfondito sul piano dell'incidenza sociale.

Non è azzardato questo giudizio: la stessa «RAI-TV» specializzata in «servizio-opinioni», aggiornatissima sulla distribuzione degli utenti e degli apparecchi, sensibile al lato «psicologico» del problema, sul

piano sociologico è rimasta piuttosto indietro. Riguardo al cinema le cose poi sono ancora più tristi...

Intendiamoci: non è che manchino studi, tentativi, realizzazioni in merito: il loro numero, la loro incidenza, il loro influsso però non sono paragonabili all'importanza che riveste il problema.

Credo che il mondo degli studi per troppo tempo sia rimasto fermo a quelle dichiarazioni, che ogni manuale di storia del cinema riporta, secondo le quali il cinema era «il divertimento degli iloti» o «la macchina per raggiungere l'abbruttimento e la dissoluzione» (George Duhamel), oppure «un'arte, a patto di sopprimere tutte le immagini» (G.B. Schaw) o «la fine della civiltà» (Anatole France) o abbia fatto una strada poco più lunga... Mentre, al contrario, del cinema, dei mezzi audiovisivi in genere, si son ben più curati i dittatori da un lato, i manipolatori della pubblicità dall'altro, cercando di renderli strumenti validi di propaganda.

Per risolvere il problema, occorre ricordare che i mezzi audiovisivi hanno in se stessi delle possibilità immense per l'universalità del linguaggio che arriva, attraverso l'immagine, a tutti coloro che hanno occhi per vedere anche se poi, la «selezione interna», il contenuto ultimo di quanto si vuol significare,

Gli audiovisivi come fattore di mobilità nel nostro Paese

CARLO TREVISAN

molte volte, specialmente all'inizio e ad un pubblico sprovveduto, possa sfuggire del tutto o in parte. Ma anche questo fatto deve essere studiato; perchè proprio anche da questa carenza può avvenire che una sollecitazione distorta o smozzicata influisca sul costume, sulla mentalità, incida in un dato modo sulla società... Certi fenomeni riscontrati contemporaneamente su tutta una regione, su tutto un paese o, addirittura, anche su tutto un continente non sono forse sintomi di un'influenza rimasta allo stato epidermico, non digerita né selezionata, non portata al di là dell'immagine che ha colpito? (teniamo presente certe «mode» femminili che in un baleno in seguito alla proiezione di un film o di un «lancio» televisivo — si diffondono dovunque; ricordiamo certe «modificazioni» di costume soltanto esteriori in seguito all'effetto di mezzi audiovisivi, in gente che non ha saputo oltrepassare il messaggio dell'immagine...).

* * *

Appreso il «linguaggio» e approfondito, occorre inoltre considerare la questione da tutti i lati. Dobbiamo riconoscere che molto è stato fatto, in questi ultimi anni, attraverso cineforum, corsi specializzati, conferenze, ed altre iniziative, per permettere ad un numero sempre più grande di persone di staccarsi dalla massa degli «spettatori in cerca di evasione» e entrare nei gruppi di coloro che scelgono lo spettacolo, che si interessano ad esso al di là ed al di sopra della sensazione immediata dell'immagine in movimento o della «trama» o «intreccio» di quanto è rappresentato. Contemporaneamente però c'è da notare che troppo spesso questa «formazione dello spettatore» si è fermata a considerazioni tecniche o estetiche. Ora il problema dell'arte negli audiovisivi ha senza dubbio una sua importanza, ma non esaurisce tutte le questioni: non va spinta l'analogia con l'arte figurativa sino a questo punto! Il cinematografo e gli spettacoli televisivi non sono solo arte (anzi, siamo sinceri, il livello artistico è raggiunto anche nei films più impegnati molto raramente: né potrebbe esser diversamente data la quantità di prodotto che deve raggiungere il mercato... Vorrei dir di

più: molte, troppe volte, il livello non è neppure di un onesto artigiano...) Eppure, anche per una ben orchestrata campagna pubblicitaria dell'industria cinematografica (ricordiamo che c'è un'industria cinematografica e che non si distacca per niente dalle industrie di altro genere in cerca di mercati su cui collocare il prodotto), il discorso sull'arte per l'arte è entrato e va facendosi sempre più strada anche con l'aiuto di certa critica specializzata sulle teorie artistiche e negata a considerazioni d'altro genere.

Scadono così d'importanza, di fronte a gente sprovveduta, i contenuti ideali sino al punto che, anche presso critici chiaramente anti marxisti, per esempio, acquistano diritti di cittadinanza opere filmiche di più o meno chiara propaganda marxista; normalmente non si cerca di mettere in evidenza i «falsi storici» d'interpretazioni propagandistiche (siano d'esempio certi films nei quali si è cercato di rivalutare il nazismo); si perde di vista la necessità di fare in modo che, dall'informazione al divertimento, i mezzi audiovisivi concorrano alla elevazione, alla promozione umana.

* * *

Importanza di primo piano viene ad acquistare nello studio delle incidenze sociali dei mezzi audiovisivi la questione pedagogica nel più ampio senso. Siamo rimasti ancora all'idea che i doveri educativi che i mezzi audiovisivi debbono assolvere — e, in questo caso, specialmente la televisione, che in Italia è un vero e proprio «servizio pubblico» — siano classificabili in tempi e rubriche apposite, al di fuori delle quali non c'è alcun criterio particolare da seguire. L'educazione, nel senso più largo del termine, comporta, per questa mentalità errata, sistemi e metodi paternalistici, aria di sufficienza e di saccenteria che indispongono... Ecco allora programmi artificiosamente pedagogici o, per definizione, moralizzanti che scoprono la corda e diventano insopportabili. Mentre tutto dovrebbe essere svolto con estrema naturalezza e spontaneità, con aderenza non ad un cliché falso, ma alla realtà della vita che si incarna nel bene, ma non nell'ottimo; che comprende anche il male senza tuttavia distruggere la speranza

e che non presenta il male con compiacenza o, peggio, come bene. Si parla di «promozione di tutti nel clima democratico»: è un'ottima cosa che non si raggiunge però né con la piaggeria verso i potenti né con il discredito verso le istituzioni.

La preoccupazione di non fare satira politica ha portato in certi spettacoli di rivista come unico effetto le storielle sconce, le battute solo eufemisticamente dette «equivocche» e gli spogliarelli vari. Tutto questo — sia pure attraverso un certo «filtro», spesso ridicolo — si è riversato in certi pessimi films falsamente detti «comici» o in certi spettacoli di rivista televisivi nei quali i mutandoni messi alle ballerine non coprono l'idiozia imperante né il vuoto di ogni contenuto di idee.

Non sono pessimismo né arretratezza che ispirano questi rilievi, ma solo la convinzione delle enormi possibilità rappresentate dai mezzi audiovisivi per un'azione sociale solida e positiva che si accompagna alla constatazione di una mancanza di impegno nel realizzare queste possibilità. Ci si può chiedere — e la sede è quella giusta — «perché?» Le risposte son molte. Bastino alcune che, senza seguire un ordine gerarchico, possiamo indicare: distacco della cultura da questi mezzi; smania di guadagno da parte dei magnati dell'industria degli audiovisivi; fossilizzazioni a livello di dirigenti; povertà di idee e tendenza alla faciloneria dovute al discorso — ora anacronistico — «il pubblico è un fanciullone che va divertito»...

* * *

Noi guardiamo alla Settimana Sociale di Siena con speranza e fiducia. Chiediamo ad essa una più precisa messa a fuoco di tutta la vasta e quasi inesplorata problematica che l'argomento pone.

E come cattolici chiediamo che accanto al contributo che certamente apporterà all'approfondimento di questi temi su piano scientifico, essa rappresenti quella «spinta» di cui abbiamo bisogno per portare sino alle più concrete conseguenze la nostra opera, anche in questo settore.

Perché l'evangelizzazione passa anche di qui.

Mario Puccinelli

Nello stendere alcuni appunti relativamente alla funzione che i mezzi audiovisivi assolvono e potranno assolvere nel prossimo futuro in ordine alle trasformazioni sociali in atto e alla mobilità delle persone nel nostro Paese, la prima preoccupazione è quella di precisare i limiti del discorso che qui si apre. Questi cenni vogliono essere un piccolo contributo ad avvicinarsi con interesse al tema della prossima Settimana Sociale di Siena, vedendolo nella sua attualità e nel suo scarso approfondimento: per cui il discorso avrà un suo più logico, completo e scientifico proseguimento in alcune delle relazioni della Settimana stessa, e proseguirà ancora...

Strumenti efficaci per una cosciente partecipazione dei cittadini allo sviluppo del Paese

L'analisi sociologica, infatti, è instancabile: essa non raggiunge mai un *ubi consistam* definitivo, sia perchè la realtà sociale è di sua natura assai complicata, come a ciascuno di noi è dato quotidianamente di verificare e allo studioso sociale di appurare studiandola specificamente, sia perchè essa è in continuo divenire, soprattutto ai giorni nostri, sia perchè si caratterizza in forme specifiche nei singoli e particolari ambienti reali.

L'analisi sociologica, infatti — almeno così come oggi è comunemente e diffusamente concepita — non è la giustificazione di idee ed affermazioni previste, quanto il tentativo progressivo ed umile di scoprire le leggi che regolano i comportamenti sociali degli individui e soprattutto la trama dei loro interrapporti.

Stante la carenza di un numero sufficientemente ampio e serio di ricerche, è ovvio che il nostro sforzo potrà volgersi solo a chiarire alcuni concetti del tema e soprattutto si sostanzierà di una serie di ipotesi e di interrogativi aperti.

Vorremmo pertanto che lo stimolo che ne scaturirà per il lettore sia un ripensamento comune sulla funzione sociale dei mezzi audiovisivi, un invito a che la ricerca sociologica si volga con maggior impegno e frequenza a questo campo ed una considerazione sull'impegno che a tutti gli uomini responsabili è affidato nel promuovere un corretto uso di tali mezzi.

Si è stati infatti troppo propensi nel mondo cattolico a valutare il campo degli audiovisivi essenzialmente con una intonazione ed un filtro unicamente moraleggianti: atteggiamento che — oltre ad essere troppo comodo e semplicistico — ci taglia fuori dalla possibilità di incidere positivamente in un senso veramente morale, poichè non ci impegna ad agire dal di dentro e a dare un contributo attivo per un opportuno ed intelligente uso degli audiovisivi.

1. — In quanto essere sociale, l'uomo sente l'esigenza imprescindibile di entrare in rapporto con altri, di instaurare un dialogo con i suoi simili, di coglierne le reazioni. Ognuno di noi è in comunicazione con altri. Comunicazione che può essere spirituale, ideale o che può essere reale, diretta.

Ogni società è resa possibile dalle comunicazioni che si instaurano tra un certo numero (limitato o ingente) di persone, legate da affinità di interessi o dal fatto di vivere insieme in un dato territorio. La distinzione che comunemente si fa tra collettività (vista come un aggregato fortuito di persone con scarsissimi rapporti e per di più epidermici) e comunità (vista come un aggregato tanto più vitale quanto più i rapporti sono intensi, estesi e funzionali) sottolinea infatti il rilievo che ha la comunicazione nello sviluppo sociale.

I CANALI DI COMUNICAZIONE

Si è soliti parlare di «canali di comunicazione», rendendo visiva la similitudine della società ad un insieme di vasi comunicanti. I canali di comunicazione sarebbero perciò i modi concreti e più diffusi attraverso i quali i membri di una società entrano in rapporto tra di loro o mantengono un rapporto già instaurato.

Per entrare in comunicazione con altri l'uomo si è sempre valso della parola, dell'immagine e del gesto, sia singolarmente impiegati, sia usati contemporaneamente. I canali di comunicazione sono pertanto

i reali «filamenti» attraverso i quali ci trasmettiamo il pensiero e la notizia.

Se venissero a mancare canali di comunicazione, l'uomo piomberebbe nell'isolamento e nella chiusura, quale monade. Poiché si parla di *organismo* sociale, i canali di comunicazione sono i mezzi attraverso i quali fluisce in tutto il corpo sociale la linfa della vita comune. Quanto più un organismo sociale è complesso, tanto più numerosi ed estesi sono i canali di comunicazione. Inoltre, l'aver in mano i canali di comunicazione di un organismo sociale è sintomo di potere, totalitario o democratico che esso sia, poiché si può influire come filtro o come stimolo nella trasmissione a tutto il corpo sociale di certi contenuti vitali.

In un'analisi sommaria e generica come la presente, possiamo ricordare che i canali di comunicazione possono essere costituiti da persone (i banditori negli antichi paesi, le portinaie nei moderni condomini, ecc.), da istituzioni (le famiglie, le associazioni, le autorità comunali, ecc.), da luoghi (la piazza, il corso, la fonte, l'osteria, ecc.) o da strumenti (il tam tam per le tribù della foresta africana, i moderni mezzi tecnici).

Nello sviluppo tecnologico della nostra civiltà, le tecniche di comunicazione di massa si sono sempre più affinate e gli strumenti inventati raggiungono vieppiù dei perfezionamenti impensati. Dalla stampa (libri, quotidiani, riviste) alle onde sonore (telegrafo, radio), agli audiovisivi cui noi qui ci riferiamo (cinema e TV).

Che gli audiovisivi siano gli strumenti di comunicazione più incisivi ed universali, lo evidenzia l'osservazione quotidiana e la constatazione che in essi si ritrova quella contemporaneità di immagine, parola e gesto che solo la presenza fisica permetterebbe. Il rapporto diretto da persona a persona (o a persone) è certamente il modo di comunicare più valido e più efficace, ma esso è evidentemente limitato nello spazio e nel tempo: i mezzi audiovisivi, pur perdendo un po' di mordente nella artificiosità del rapporto, posseggono il grande potere di valicare lo spazio, di essere polipresenti e di poter conservare la loro ripetibilità nel tempo (attraverso la impressione in pellicola, oggi normalmente usata anche per la TV).

LE RAPIDE TRASFORMAZIONI DELLA SOCIETÀ ITALIANA

2. — Nelle società di piccole dimensioni, autosufficienti e molto isolate dalle altre, le comunicazioni erano un problema interno alla società stessa, nell'esigenza di mettere in rapporto tra di loro i suoi membri. L'atteggiamento di difesa di queste società le portava in genere, anche quando le comunicazioni con altri erano di fatto possibili, a non ritenere utili tali rapporti e gli «altri» erano definiti stranieri. Lo scarso sviluppo tecnico ha reso possibile, in alcune zone del nostro pianeta fino all'ultima guerra mondiale, la presenza di società isolate e per le quali il problema delle comunicazioni era normalmente solo un fatto interno.

Soprattutto lo sviluppo tecnologico che si può dire abbia eliminato le distanze — ha permesso di far cadere o almeno di incrinare queste chiusure sociali, concedendo od obbligando ad entrare in rapporto con «gli stranieri». In questo dopoguerra — grazie alla radio e agli aerei — si può dire che non esista angolo della terra per il quale si debba dire *hic sunt leones*, cioè non si abbia nessuna comunicazione reciproca: gli sviluppi in corso (conquista degli spazi interplanetari, impiego dell'energia termonucleare) fanno prevedere che questa affermazione sarà ancora più reale nei prossimi ed immediati anni.

Ma se la constatazione è valida per riferimento alle società nazionali e al fatto che lo sviluppo tecnologico si è offerto come mezzo valido alla realizzazione di una vecchia aspirazione all'unità ecumenica (nel senso etimologico, cioè «di tutto la terra»), le riflessioni che ora andremo sviluppando si riferiscono agli ambiti territoriali più ristretti, alle località, siano esse rurali od urbane. Tali ambienti, visti dal punto di vista sociologico, sono stati sollecitati in questo dopoguerra in Italia da diverse specie di morbilità.

E' constatazione ormai fin troppo peregrina che il nostro Paese sia stato soggetto — in particolare negli anni cinquanta, cioè nell'ultimo decennio più o meno — a contemporanee pressioni di trasformazioni economiche, ecologiche, demografiche con innegabili riflessi sociologici. Ad ataviche situazioni di assoluta o moderata staticità (nella vita produttiva, culturale, di rapporti sociali, ecc.) è sottentrata progressivamente una generale situazione di trasformazione e di conseguente mobilità, che non risparmia ormai possiamo dire nessuna località del nostro Paese. Non è a dire che questa rottura dell'equilibrio tradizionale sia stata improvvisa: essa è stata preparata progressivamente da tanti fattori (economici, ideologici, politici) ed era già presente da diversi decenni nelle zone più progredite (ad es. nelle città di antica industrializzazione). Ma l'interesse per il nostro discorso sta nel fatto che questo cambiamento è diventato in questi ultimi anni diffuso, generale: non c'è regione, non c'è categoria, non sesso né età di cittadini che ne sia esclusa. Per di più l'originalità di questo fenomeno — dato che le trasformazioni non sono una cosa nuova nella storia dell'umanità che è stata sempre in crisi, cioè in evoluzione e rivoluzione — sta nella rapidità di realizzazione, nel brevissimo lasso di tempo in cui queste trasformazioni sono avvenute. E' proprio in questa loro caratteristica che si fonda la vasta problematica sociale del nostro tempo e che trova ragion d'essere l'urgenza dell'analisi sociologica e dell'intervento sociale. I ritmi di trasformazioni diciamo così esterne sono talmente veloci da rendere difficoltoso l'adattamento dell'uomo alle situazioni nuove e da rendere incerta, spesso, la sua capacità di mantenersi padrone della materia, con uno sviluppo socio-culturale parallelo od anzi precorritore dello sviluppo tecnico-economico.

L'industrializzazione è stato certamente un fattore di novità che ha contribuito a determinare varie e vaste reazioni a catena, in gran parte non sufficientemente studiate: di fatto gli squilibri socio-economici tra le diverse regioni e zone del Paese sono emersi come palesi a tutti i cittadini, i quali sono entrati in crisi, cioè (ancora nel significato etimologico della parola crisi) hanno preso delle decisioni. Possiamo anzi notare come in genere sia stato il cittadino generico (il contadino, il sottoccupato) a usare della decisione, piuttosto che il cittadino investito di autorità e di responsabilità. La storia di questi ultimi trent'anni è in gran parte storia di mancate decisioni della classe dirigente, la quale ha dato quasi sempre l'impressione di ricorrere gli effetti delle trasformazioni economiche e di porre rimedio alle decisioni individuali ed istintive dei cittadini.

Il capitolo delle migrazioni interne, con la legislazione repressiva abrogata solo un anno fa — il capitolo della qualificazione professionale, con una struttura ed un contenuto scolastico in genere ottocentesco — il capitolo dell'urbanesimo e dello sviluppo delle città, in una situazione di immorale speculazione sulle aree e di sviluppo di disorganiche periferie urbane: solo per fare tre esempi, sintoma-

tici di questo ritardo degli organi pubblici rispetto alla realtà storica.

Tali decisioni di modificare la propria vita come sono state prese dai cittadini italiani? In base a quali valutazioni e in base a quali stimoli?

Per le valutazioni (in gran parte reali, dovute alla constatazione dello squilibrio di reddito e di condizioni di vita, ma spesso anche irreali, nella presunzione che la metropoli fosse un paradiso terrestre) l'analisi anche sociologica è più avanzata, e comunque non serve molto per il nostro discorso approfondirla qui.

Per quanto riguarda invece gli stimoli, le sollecitazioni, i modelli, il discorso si ricollega al problema delle comunicazioni. Se tanti milioni di italiani hanno preso in questo dopoguerra decisioni di trasformazione, e se si sono prodotti i due vasti e concomitanti fenomeni di mobilità territoriale e professionale, la ragion d'essere va — a parer nostro — ricercata in gran parte in una maggiore disponibilità ed incisività di comunicazioni di massa.

Il perché le migrazioni interne e l'esodo dai campi siano avvenuti in Italia oggi e non invece cent'anni fa, sta soprattutto — non certo unicamente! — nella estensione di comunicazioni: sia in senso stretto (treni, strade, mezzi motorizzati), sia in senso sociale (sindacalismo, associazionismo a livello nazionale in genere; stampa, radio, cinema).

Ritorniamo all'immagine dei vasi comunicanti: se le società restano chiuse ed isolate (come in Italia gran parte dei paesi fino all'ultima guerra e gran parte delle città fino a non molti decenni fa), gli squilibri non tendono di per sé ad appianarsi; quando le società comunicano e tendono anzi a diventare parte attiva di società più vaste, lo squilibrio diventa palese e traumatizzante: la propensione all'equilibrio cerca e trova spontaneamente i modi per realizzarsi. Poiché l'uomo è per natura portato a cercare il benessere.

3. — In particolare qual'è stata la parte giocata dai mezzi audiovisivi in queste trasformazioni in atto? Le indagini in proposito mancano del tutto e non resta da un lato che auspicare un pronto e vasto interesse della ricerca sociologica verso questo settore, finché questi fenomeni sono ancora così vivi e presenti in tutta l'area nazionale, e dall'altro che prospettare una serie di considerazioni, di ipotesi da verificare con la ricerca.

Se è vero, come abbiamo accennato, che l'estendersi ed approfondirsi delle comunicazioni in genere deve aver avuto una influenza determinante, è altrettanto pensabile che gli audiovisivi non siano stati i mezzi di comunicazione più determinanti nel creare una propensione alla mobilità territoriale e professionale, anche perché questi fenomeni hanno avuto un loro notevole sviluppo quando uno di questi due mezzi, e cioè la TV, non aveva ancora fatto sentire la sua presenza. Anche se però in funzione sussidiaria di appoggio ed in modo concomitante ad altri mezzi, è certo che gli audiovisivi hanno assolto ad un ruolo, non foss'altro nel creare un generico modello di vita urbana e industrializzata.

La componente dell'immagine (rispetto alla stampa e alla radio) è certamente al massimo stimolante, soprattutto — ma non solo — nei ceti meno provveduti culturalmente. Ma è ipotizzabile che siano stati canali di comunicazione come quelli della «*vox populi*» (il «si dice») e dell'esperienza trasmessa a catena (il parente o conoscente che è andato in città), accanto alla stampa e all'associazionismo di tipo moderno (il sindacato, l'associazione di categoria) a stimolare decisioni di mobilità. L'attualità cinematografica, però — più che il film in sé — potrebbe essere

stata una sollecitante presentazione di altri tipi e livelli di vita sinora ignorati.

Si deve d'altronde tener presente che la categoria più incorsa in scelte ed in mobilità è stata la classe giovanile, quella stessa sulla quale l'immagine ed i mezzi audiovisivi (1) esercitano maggior presa.

Ma se nel recente passato gli audiovisivi possono non essere stati gli stimolanti più importanti nelle propensioni alla mobilità territoriale e professionale, va tenuto conto che di un terzo tipo di mobilità occorre ancora parlare: quella sociale in senso stretto (spesso, ma non sempre, anche come effetto delle due summenzionate). Infatti, anche chi ha continuato a fare il suo mestiere ed a vivere dove i suoi avi riposano, è stato sottoposto a sollecitazioni di modelli di vita sociale in gran parte diversi da quelli tradizionali. Tanto che gli intellettuali cattolici francesi, in un loro recente incontro si sono posti come tema: «verso una civiltà urbana»: e parlando di civiltà urbana non ci si riferisce ovviamente solo al fenomeno dell'urbanesimo, ma anche e soprattutto a quello della urbanizzazione psicologica e sociologica.

Le maggiori comunicazioni permettono, infatti, in maniera sempre più diffusa di sapere e di vedere come vivono gli altri. La propensione all'emancipazione della donna e al lavoro industriale femminile non può essere certo disgiunta dall'influenza del cinema americano, con i suoi modelli di vita femminili, se non matriarcali; come gli orari dei programmi televisivi strutturati sull'organizzazione della vita quotidiana urbana non possono non influire sulle abitudini di vita dei paesi: solo per fare due esempi diversi tra di loro.

Le più disparate differenziazioni cadono o si riducono per la presenza di maggiori scambi: e quanti pregiudizi non trovano modo di dimostrarsi vacui o di risultare almeno dubbi (ad es. quelli razziali, da noi presenti nella fattispecie del campanilismo e della frattura Nord-Sud)? Il dialogo all'interno di una società — i cui confini si estendono, non tanto per una unità politica raggiunta — si intensifica, si approfondisce, determina trasformazioni di costumi, di modelli, di rapporti: i canali di comunicazione funzionano.

GLI AUDIOVISIVI E LE "SCELTE" DEI CITTADINI

4. — Ma a noi non interessa solo vedere qual'è stata la parte giocata dagli audiovisivi nella mobilità sociale, territoriale, professionale, realizzatasi finora nel nostro Paese, quanto di porre anche l'interrogativo: «*quale è il ruolo che essi possono esercitare in una situazione politica in cui la mobilità non sia solo il risultato di una decisione individualistica di insofferenza da parte di alcuni strati sociali della comunità nazionale; quale il loro ruolo in una situazione nuova, cioè, in cui la mobilità sia prevista, indirizzata, favorita e sostenuta in una politica di sviluppo armonico e globale (economico, culturale, politico, sociale) del Paese?*».

A questo punto conviene accennare ad un altro aspetto del problema generale delle comunicazioni: cioè al contenuto delle stesse. E' stato scritto che «per una analisi completa occorre chiedersi chi (quale persona od organizzazione) dice che cosa, attraverso quali mezzi, a chi, per quali scopi, in quale contesto di eventi, opinioni, organizzazioni e tendenze sociali, con quali conseguenze» (A. McClung Lee). E si vede come questa indicazione si inserisca nel nostro presente discorso, in cui vogliamo vedere i rapporti possibili tra

RADIO, TELEVISIONE E CINEMA COME INDUSTRIA

MARIA TERESA SALVEMINI

i mezzi audiovisivi e i cittadini che stanno per « muoversi » o potrebbero o sarebbe bene che modificassero la loro posizione, per il loro benessere individuale e per lo sviluppo della società nazionale e locale. Nel contesto di problematica generale accennato al paragrafo 2, il cittadino italiano dovrebbe poter fare le sue scelte nel prossimo futuro aiutato da quegli altri cittadini italiani che — per l'autorità e le responsabilità politiche che rivestono, o per la competenza professionale e scientifica — sono in grado ed anzi dovrebbero aiutarlo. In fin dei conti, i milioni di italiani che si sono territorialmente mossi dall'Unità ad oggi (sia i meridionali od i veneti che nelle « carrette » attraversavano l'Oceano verso l'ignoto, detto genericamente Americhe; sia i contadini ed i giovani che sono andati ad aumentare negli ultimi dieci anni di un terzo la popolazione di Torino, ecc., ecc.) lo hanno fatto con pochissimi elementi di conoscenza e di valutazione: cioè sono stati spinti a cercare un equilibrio ed un benessere, si per mezzo di comunicazioni, ma di che tipo? Abbiamo più sopra ipotizzato che esse siano state generiche. Vale a dire che alcuni canali di comunicazione hanno funzionato, ma trasmettendo un contenuto scarno, impreciso, spesso fantasioso.

I moderni e più diffusi canali di comunicazione attuali (in specie gli audiovisivi) possono e debbono orientare gli italiani nelle loro scelte: si tratta di far circolare la verità, che fa sempre liberi, cioè coscienti di scelte. Come troppo sporadicamente, per inciso quasi e con pudicizia, si va facendo negli ultimi mesi ed in alcuni casi, occorre che i rilevanti problemi del nostro oggi e del nostro domani prossimo trovino sede nei programmi e negli spettacoli, e vengano trasmessi agli italiani.

Alcuni cenni alla rinfusa, cosa si fa a Taranto, primo grande esempio di intervento dello Stato? cosa hanno detto le prime elaborazioni del Censimento sulla mobilità territoriale nell'ultimo decennio? cosa offre la Germania come mercato di lavoro? quali le prospettive di sviluppo tecnologico? quali sono i problemi chiave delle città italiane? Non si risolve tanto il problema con alcune trasmissioni: questi contenuti, se è dimostrato che sono di attualità in quanto è in base alla loro conoscenza che buona parte degli italiani prende delle decisioni per la propria esistenza e per quella dei familiari, debbono essere costantemente ripresi nella diversa e pur sempre varia sfaccettatura di situazioni, di fatti che la realtà del Paese quotidianamente offre. Prima che del contenuto, è dell'indirizzo che occorre preoccuparsi. I pubblici responsabili staranno ancora a vedere, come nel passato? Sintomi recenti fanno sperare che sia stata una fase da un lato di politica liberale incosciente (prima del Fascismo e in questo secondo dopoguerra), dall'altro di cecità totalitaria inconcludente (durante il Fascismo): fase in via di superamento. La libertà la si garantisce quando si offre la possibilità di scelte: è queste che debbono essere offerte a tutti ed è della possibilità di esse che tutti debbono essere informati.

Allargando il contenuto, una ultima riflessione e prospettiva: una carenza grave da molti rilevata, ma a cui nessuno ha cercato sostanzialmente di porre rimedio, è quella dello stacco tra cittadino, opinione pubblica e rappresentanti dei cittadini, organi di decisione. Come lo hanno dimostrato alcune iniziative recenti alla TV (dibattiti, collegamenti diretti), i mezzi audiovisivi possono costituire un ponte tra popolo e classe dirigente, purché usati in verità. Essi potranno forse favorire progressivamente anche un altro tipo di mobilità: quella politica, di cui si parla molto in questi tempi. La stagnazione, gli schieramenti monolitici, la lotta radicalizzata, trovano il loro

humus nella mancanza di comunicazioni, sia come contenuti sia come disponibilità ad esse da parte dei cittadini.

5. — Saranno, gli audiovisivi, strumenti efficaci per far sì che le scelte che ogni cittadino farà (per la residenza, per il lavoro, per il costume) non siano tanto un fatto individualistico, ma una cosciente partecipazione alle trasformazioni e allo sviluppo del Paese? E' uno degli interrogativi più grossi per il nostro domani civile, poiché sono essi gli strumenti moderni che possono oggi influire ed orientare le decisioni.

E concludiamo con due auspici: che la classe dirigente si accorga non solo del rilievo che gli audiovisivi hanno come canali di comunicazione, ma delle possibilità che essi offrono per attuare una politica di sviluppo, con la partecipazione del Paese (e non solo al momento della consultazione elettorale, come con miope valutazione finora si è fatto), e che la partecipazione implica l'esigenza che per i « canali » filtrino contenuti di verità, non di demagogia (sia essa di esaltazione pacchiana o di censura sulle cose spiacevoli o preoccupanti). L'altro auspicio è che persone sensibili alla problematica cui ci siamo riferiti come sottotono in tutto questo discorso, abbiano adeguatamente a prepararsi per offrire la loro intelligenza ed il loro senso di responsabilità alla trattazione di questi temi con linguaggio appropriato ed assimilabile, e alla loro diffusione tramite i canali di comunicazione che sono gli audiovisivi. Ambedue auspici che, in questa sede, ci permettiamo di proporre come esame di coscienza a noi stessi, cattolici: affinché il nostro contributo non si sostanzi solo in protesta, in lamento, in esaltazione del « tempo dei nonni » quando evidentemente gli audiovisivi non c'erano.

Carlo Trevisan

(1) In un certo senso è ravvicinabile all'audiovisivo, come stimolo, anche il settimanale illustrato, il rotocalco, soprattutto nelle forme di volgarizzazione del cineromanzo.

Al lettore che desiderasse proseguire l'approfondimento dell'analisi sociologica qui accennata, consigliereei — oltre alle indicazioni offerte in questo numero, negli altri saggi e nelle rubriche — la lettura di: Alfred McClung Lee, *La sociologia delle comunicazioni*, Ed. Taylor, Torino 1960, L. 1250, che può offrire un opportuno inquadramento dei mezzi audiovisivi nel contesto della problematica sociologica (1. *Nozioni di sociologia*; 2. *La sociologia applicata ai mezzi audiovisivi*; 3. *Ricerche sui mezzi audiovisivi*; 4. *Che cosa potranno fare i sociologi in futuro*).

Per quanto riguarda ricerche sociologiche, può essere segnalata un'opera recente, anche se si riferisce al problema più generale del tempo libero, analizzato in base ad interviste con giovani operai milanesi: Leone Diena, *Gli uomini e le masse*, Ed. Einaudi, Torino 1960, L. 1000. Recentissimo uno studio che si rifà a diverse discipline, con rigore scientifico ma con una analisi che pensiamo sia troppo tecnica per la maggior parte dei nostri lettori: Giorgio Braga, *Comunicazione e società*, Ed. Angeli, Milano 1961, L. 2000.

Per chi infine volesse estendere lo studio, rinviamo ai repertori bibliografici: uno specifico su *Gli aspetti sociali dell'impiego del tempo libero*, a cura di O. Tirone, in « Rivista Internazionale di Scienze Sociali », gennaio-febbraio 1959, ed uno generale (per il nostro tema si vedano la classe II, categoria 2: « Segni, simboli, comportamento, comunicazione », e la classe VI, categoria 2: « Sociologia del tempo libero ») costituito dalla *Bibliografia della sociologia italiana*, a cura di F. Barbano-M. Viterbi, di cui la prima parte (1948-58) è uscita in volume per le Ed. Ramella, Torino 1959, e la seconda parte (1959-60) nel « Bollettino delle Ricerche Sociali », n. 3-4, 1961, pp. 314-57. Per la produzione internazionale, occorre rifarsi alla pubblicazione annuale *Bibliographie internationale de Sociologie*, edita dall'Unesco (cfr.: D. 3 « Communications sociales »).

Se a tutti riesce immediatamente facile vedere, dietro l'automobile, la Fiat o qualsiasi altra impresa, ed altrettanto dietro qualsiasi altro bene di consumo, non altrettanto è vero per il cinema, la radio o la televisione; nel caso di quei beni che sono un film, o una trasmissione radiofonica o televisiva, infatti, si è piuttosto indotti ad immaginarsi un « creatore », in senso culturale od artistico, che non l'insieme dei mezzi materiali che di questa creazione fanno parte. Non è, del resto, una indebita associazione di idee, in quanto è innegabile il prevalere del carattere di forma d'arte che questi beni (almeno in principio) rivestono; ma non va trascurato il fatto che non si tratta di una creazione perfettamente assimilabile ad un analogo parto dell'ingegno umano nel campo delle arti figurative o della letteratura, poiché in questi ultimi casi non è, di solito, necessario un apparato di « beni capitali », di mezzi di produzione cioè, indispensabili per la nascita stessa dell'opera. E là dove si può distinguere il capitale impiegato dal lavoro — manuale o intellettuale — ivi è la grande industria moderna, con le sue esigenze e le sue leggi.

Il produttore, quindi, questa figura a volte per tanti versi quasi « mitologizzata », si presenta più semplicemente nella consueta veste di industriale, di capitalista, di uomo occupato più dall'arido calcolo dei costi e dei ricavi che non dagli ozi della dolce vita. E la RAI-TV può venire concepita non più come un mero insieme di cervelli occupati a trasmettere informazioni o a creare spettacoli (più o meno soddisfacenti), ma come un'azienda pubblica, non molto dissimile dalle altre, per la quale cioè il profitto può e deve non essere un fine, ma resta una misura di efficienza dalla quale non si può prescindere.

Se non si tiene conto di questa importante realtà, si rischia persino di non capire il vero perché di certe scelte o di certe tendenze, soprattutto evidenti nel caso del cinema.

E' opinione comune che il graduale e costante adeguamento dell'indice del consumo dello spettacolo alla curva ascendente del reddito e dei consumi sia uno degli aspetti più caratteristici dell'evoluzione sociale italiana negli ultimi quindici anni. Va poi sottolineato come ciò sia avvenuto nonostante il forte aumento di altri consumi voluttuari, e concorrenziali rispetto allo spettacolo, quali turismo e motorizzazione.

Una prima e abbastanza chiara idea della dimensione economica del problema, fenomeno che sarà preso in esame nella prossima Settimana Sociale dei cattolici italiani, è data da alcune cifre della recente Relazione Generale sulla situazione economica del Paese nel 1961. Secondo tale documento, nell'ambito di un aumento dei consumi dell'8% (pressoché equi-

valente all'aumento dei redditi in termini reali) si è registrato un aumento della spesa per « spettacoli ed altre spese di carattere ricreativo e culturale » (nella quale gli spettacoli da soli pesano per oltre il 40%; in particolare la spesa per i soli spettacoli è passata da 250 a 262 miliardi con un aumento del 4,8%) del 6,9%, da 652 a 697 miliardi; incremento notevole, se si pensa che solo in parte è dovuto ad un aumento dei prezzi, e se si considera che ne è esclusa la spesa per acquisto di televisori, che ha avuto un ulteriore aumento del 22,8%.

Del tutto naturale è attribuire gran parte di questa dinamica espansiva alla diffusione della televisione. Basti pensare che il numero di nuovi abbonati alla TV è stato, nel 1961, di 682 mila unità, contro le 608 mila del 1960. Nella Relazione programmatica del Ministro delle Partecipazioni Statali si prevede che entro il 1962 l'utenza complessiva (radio e televisione) raggiunga gli 8,8 milioni di unità, di cui 3,2 milioni di teleabbonati. In termini di ricavi, per l'Azienda pubblica che gestisce tale servizio, ciò ha significato nel 1961 un totale lordo per abbonamenti ordinari e speciali di circa 19 miliardi, ai quali vanno aggiunti oltre 22 miliardi di proventi afferenti alla Televisione per sovrapprezzi degli abbonamenti ordinari e speciali. A ciò si aggiunge la grossa voce « proventi per pubblicità » (sia radiofonica che televisiva) di quasi 16 miliardi, che rappresenta così il 26,61% dei proventi complessivi.

Poche altre cifre — un bilancio della dimensione di circa 93 miliardi; un valore degli impianti di oltre 66 miliardi — bastano per dare un'idea della dimensione economica della RAI-TV. E se l'utile lordo di esercizio non presenta gli incrementi di altre aziende industriali (nel 1961 ha anzi registrato una flessione) ciò va attribuito pressoché integralmente alla politica di « pubblica utilità » che ha indotto una riduzione del canone e un maggiore carico fiscale (in senso lato) proprio in un momento in cui esigenze di ampliamento e miglioramento dei servizi accentuavano il peso degli investimenti.

Per quanto riguarda il cinema, basti dire che l'industria cinematografica italiana è considerata la prima in Europa, e tale da competere direttamente con quella statunitense, quanto a dimensione e qualità degli impianti, e cioè capacità produttiva. Non a caso, vieppiù crescente è il numero di produzioni straniere di grande impegno spettacolare e quindi tecnico-produttivo, che vengono realizzate in Italia: con i suoi 61 moderni ed attrezzatissimi teatri di posa (dei quali 48 a Roma), la specializzazione tecnica delle maestranze e il buon livello dei servizi collaterali (doppiaggio, stampa, ecc.), l'industria cinema-

tografica può a buon diritto essere considerata in Italia una industria moderna ed efficiente.

Del resto i dati — forniti dalla Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche ed affini (ANICA) — parlano da sé: nel 1961 ben 213 sono stati i film a lungometraggio realizzati in Italia (con una spesa complessiva di 39 miliardi) e 581 i documentari (sommato i quali la spesa complessiva sale approssimativamente a 44 miliardi). Solo gli Stati Uniti hanno prodotto nello stesso anno più film di noi (220) mentre Francia, Gran Bretagna e Germania hanno presentato una notevole flessione produttiva, sicché si trovano rispettivamente a 141, 115, e 73 film.

Va sottolineato, a miglior comprensione del fatto, come spesso si tratti, in Italia, di produzioni di notevole impegno finanziario, dato che oltre il 50% dei film italiani, sempre nel 1961, ha registrato dei costi di produzione superiori ai 150 milioni.

Considerando i film dal momento in cui si dà il primo giro di manovella nei teatri di posa fino all'uscita della copia definitiva dagli stabilimenti di stampa (senza contare quindi l'enorme numero di comparse né, naturalmente, gli occupati nei locali di proiezione) il totale di persone stabilmente occupate ammonta ad oltre 27 mila.

E' opinione comune che a favorire il conseguimento di questi risultati abbia grandemente pesato la politica dello Stato italiano verso il cinema, politica di tipo sostanzialmente protezionista. Nel 1949, infatti, fu varata, a tutela di un'industria che la fine della guerra aveva trovato in pieno dissesto, la prima legge limitatrice della concorrenza straniera, (legge 26 luglio 1949, n. 448, che impone un deposito obbligatorio di due milioni e mezzo per ogni film doppiato, e vincola l'uso del fondo così costituito al finanziamento della produzione italiana). Successivamente, un complicato sistema di ristorni e di compensazioni (Legge 29 dicembre 1949 n. 958, che concede ai film italiani un contributo del 10%, con un premio addizionale dell'8% per particolari meriti artistici, e premi all'esercizio per la proiezione di film nazionali) nonché varie norme fiscali di favore, veniva a tradursi, concretamente, in una forma di sussidio pubblico a favore di un'industria considerata importante per l'interesse culturale della collettività. Tale sistema, tuttora in vigore, può essere variamente giudicato sotto il profilo dell'interesse generale, ma non vi è dubbio che l'industria cinematografica, proprio come industria, ne abbia tratto giovamento, rafforzando le proprie strutture e consolidandone la capacità produttiva.

Superata la burrasca del 1956-1958, dovuta in gran parte all'inserimento di unità produttive prive di una adeguata base economica, oggi la presenza di pochi e forti produttori, sporadicamente affiancati da iniziative di minore importanza sul piano economico, configura una situazione tipica di industria matura (e molto probabilmente avviata verso posizioni oligopolistiche).

A questo irrobustirsi di strutture ha fatto da contropartita in questi ultimi anni, com'è noto, un sensibile miglioramento qualitativo; in virtù di tale miglioramento, rispondente essenzialmente ai mutati orientamenti del gusto del pubblico, (come meglio si può vedere in altra parte di questo stesso numero di «Orientamenti Sociali») l'«offerta» del cinema italiano si è trovata di fronte una domanda in sensibile espansione; tanto vero che nel 1961 ha potuto «rastrellare» il 42% degli incassi totali in Italia; del resto, anche all'estero la produzione italiana ha incontrato un mercato quanto mai favorevole, il che si è tradotto in un introito in valuta di 15 miliardi, cioè in un saldo attivo della bilancia dei pagamenti per

importazioni ed esportazioni di film di 9,1 miliardi.

Ci si potrebbe chiedere, a questo punto, se la politica di sostegni e di sgravi fiscali a favore del cinema nazionale finora seguita abbia ragione di continuare a sussistere, o non sia giunto il momento di intraprenderne una più liberista. Problema che si è, del resto, già posto in sede di Mercato Comune, ove si è obiettato la non conformità di tale sistema all'articolo che vieta ogni forma di aiuto statale alle imprese industriali. In altre parole, quel che appariva giustificato per una «industria bambina» fortemente esposta a concorrenze robuste come quella statunitense, potrebbe ora non essere più necessario, per un'industria già fortemente concentrata, con piani di produzione pluriennali, e situazione di mercato interno ed estero favorevole. Del resto, le proroghe di pochi mesi accordate dal Parlamento allo scadere del termine di durata di questo sistema, indicano chiaramente l'intenzione di rivedere da capo la materia. Naturalmente opposto è l'interesse dei produttori, consociati nell'ANICA; ma la stessa evoluzione del gusto del consumatore, da film «di successo» a film «di qualità», toglie molto peso a quella che era la loro tesi più valida, quella basata cioè sull'esigenza di tutelare i film meno «commerciali» e culturalmente più validi (le altre tesi sono tutte assai più deboli). Anche meno sostenibile è lo sgravio fiscale concesso un paio di anni fa sui biglietti, quando si è visto che ciò non è valso affatto a frenare la lievitazione all'insù dei prezzi, altra testimonianza, del resto, di situazione che evolve verso forme oligopolistiche.

Un cenno particolare, a proposito della politica economica seguita nei confronti del cinema in Italia, merita la recente creazione dell'Ente autonomo di gestione per il cinema, un Ente pubblico dipendente dal Ministero delle Partecipazioni statali. I fini di questo Ente sono essenzialmente culturali ed educativi: «L'efficiente presenza dello Stato nel settore cinematografico in Italia è resa particolarmente urgente dallo stato di depressione e di sottoeducazione di alcuni strati della popolazione, e si può esemplificare in particolari scopi: affiancare il progresso economico e tecnico delle zone sottosviluppate con un proporzionale progresso civile; sopperire alle necessità di una riqualificazione dei disoccupati; integrare l'azione della scuola con adeguati sussidi audiovisivi, specie sul piano della formazione civico-sociale» (Relazione programmatica 1962 del Ministro delle Partecipazioni statali). E' troppo presto, ovviamente, per giudicare dell'azione di un Ente che solo da pochi mesi è stato messo in grado di funzionare, ma potrà essere interessante seguirne l'attività, anche alla luce dei futuri rapporti tra Stato e cinema privato.

Un cenno, infine, per il teatro: ma solo per dire che, effettivamente, in questo caso, il fatto produttivo, economico, è assai meno rilevante del fatto culturale; se infatti si dovesse ragionare in termini economici, cioè in termini di costi e di ricavi, da tempo i teatri avrebbero chiuso i battenti. L'intervento dello Stato, in questo caso, va quasi nell'ambito della spesa pubblica per l'istruzione, e giudicato quindi con tutt'altro metro (ciò che non toglie, peraltro, che si possa e si debba fare un ampio discorso sul buon uso di tali finanziamenti. Ma di ciò non in questa sede). Le cifre più significative in questo settore sono il numero degli spettatori paganti: da 21 milioni nel 1950 essi si sono ridotti a 10,6 milioni nel 1960; e l'introito lordo totale, che è stato di soli 8,2 miliardi (cifra che si potrebbe dire irrisoria, se paragonata ai 121 miliardi registrati dal cinema nello stesso 1960).

Maria Teresa Salvemini

I MEZZI AUDIOVISIVI IN FUNZIONE EDUCATIVA

FORTUNATO PASQUALINO

I pedagogisti sono piuttosto restii nell'accogliere tra i «punti» (vecchi e nuovi) della *scuola attiva* il fattore attuale dei mezzi audiovisivi. Essi hanno combattuto molto energicamente la cosiddetta «scuola seduta» tradizionale, perchè possano rassegnarsi senz'altro ad accettare l'elemento di passività, di sedia, non soltanto fisico, cui il ragazzo viene costretto dai nuovi mezzi. Nè vale a convincerli lo sforzo di conversione in sussidi didattici e in vere e proprie iniziative di scuola, compiuto con sempre maggiore successo nel campo del cinema e specialmente in quello televisivo e radiofonico. Alcuni pedagogisti, addirittura gridano allo scandalo di una società che si sbarazza dei propri obblighi educativi, legando i ragazzi alle suggestioni dei nuovi mezzi; parlano di immobilismo interiore e di accelerazione innaturale delle età psicologiche, quasi che i ragazzi venissero trattati come i polli, di cui i mistificatori hanno trovato il sistema per accelerare la crescita e l'ingrossamento. I ragazzi, in balia di una società come l'attuale, sono costretti a bruciare i tempi della propria evoluzione naturale spontanea. Pervengono in breve all'età della cosiddetta ragione, ma sfatti dentro, senza aver vissuto realmente. In particolare, essi vengono privati del momento meraviglioso e necessario della favola, che è il primo naturale contatto col reale, la prima presa di coscienza storica ed esistenziale, giusta la dottrina del Vico. Il ragazzo arriva a spiegarsi la realtà in termini di «ragione tutta spiegata» prima ancora di averla avvertita e sentita «con animo perturbato e commosso», di averla fatta sua attraverso il processo naturale delle proprie capacità fabulatrici e della propria fantasia. Gli adulti hanno il torto di far pesare sull'infanzia il loro bisogno polemico di smitizzazione della cultura, di infliggere le proprie cognizioni e le proprie esperienze, ritenendole le meglio qualificate pedagogicamente. Si combatte da ogni parte la favola, il mito, di cui non si scorge più il valore di verità storica e spirituale e, quel che è peggio, non si riconosce la funzione di momento naturale dell'uomo. Mitica e metaforica è la prima interrogazione delle cose, ai fini del sapere non soltanto poetico, ma storico, scientifico e filosofico. Donde l'io *mimetico*, di cui parlava Aristotele, come della caratteristica che distingue l'uomo dalle bestie. L'attività mimetica nel fanciullo si sviluppa in funzione di una scelta, che dappprincipio coincide con un personaggio di favola vera e propria, col mito di sé, suggerito dagli eroi di maggior successo e imitabili in qualche modo. Di fronte a realtà e a esperien-

ze, che sconvolgerebbero la vita dell'infanzia se presentate nella loro crudezza, il fanciullo si fa schermo con la favola. Perchè mai gli adulti vogliono togliere questo naturale mezzo di difesa al bambino, travolgendolo con le armature spesso grossolane della propria esperienza e cultura? La volgare spavalderia di certuni, in fatti di educazione, non è minore di quella di chi costringesse un lattante a bere alcool e a mangiar lumache, per il gusto di esaltare la propria virilità di modi attraverso imposizioni al bimbo.

Che cosa possono avere recato di tanto grave i personaggi di Disney o Topo Gigio della Perego, per-

Perchè gli uomini conoscano sé stessi e si comprendano meglio tra di loro

chè i pedagogisti si preoccupino? Che cosa avevano di diverso Pinocchio di Collodi o il Brutto Anatroccolo di Andersen? I mezzi audiovisivi non sono forse tra i risultati più positivi di quella triplice rivoluzione storica — la rivoluzione intellettuale, quella politica e la rivoluzione tecnico-industriale — su cui John Dewey fondava il suo attivismo e pragmatismo scolastico?

Cercare di rispondere anche in modo approssimativo, a interrogativi del genere, potrà significare un tentativo di discorso pedagogico, come quello ch'è nel nostro proposito.

Cinema e televisione hanno diffuso una nuova favolistica. A riguardare questa, dall'esterno dei suoi elementi di contenuto e di forma, si direbbe che non manchi nulla dei vecchi ingredienti dell'immaginazione. C'è il fatto straordinario, magico, l'animale parlante, e via dicendo. Non manca la morale della favola. Che cosa è cambiato? Tutto o niente. Esaminiamo qualche caso particolare.

Disney ha tradotto in cartoni animati l'animo di piccoli e di grandi: Cenerentola, Biancaneve. Come Esopo, ha dato parola e sentimenti umani agli animali. Ci ha offerto il capolavoro di finezza spirituale e stilistica che è Bamby. Dov'è diverso il mondo?

Cominciamo dal punto più intimo e patetico del favoloso di tutti i tempi: la metamorfosi. Dai Pitagori-

ci, da Ovidio e Apuleio ad Andersen, a Collodi, a Kafka, il « possibile esse » è rappresentato dalla trasformazione che l'essere umano teme o desidera, verso il regno inferiore o superiore. I grandi castighi e i grandi premi del Cielo, nelle mitologie, si esprimevano con le metamorfosi. Il massimo del *pathos* umano, secondo Aristotele, è dato dal punto estremo della metamorfosi, che l'uomo è chiamato a subire con la morte. Ora, nei personaggi di Disney, come in quelli in genere della favolistica d'oggi, il senso del *pathos* e della metamorfosi manca o è attenuato. L'asino di Apuleio aspirava a uscire dalla forma asinina; ed è lieto, alla fine, quando potrà nutrirsi delle rose della religione e ritornare uomo. Il Brutto Anatroccolo di Andersen ha una sofferza e delicata aspirazione alla bellezza: a salvarsi nel bello, direbbe Dostoevskij. Perfino Pinocchio aspira alla forma umana più compiuta; a liberarsi dal « pezzo di legno » della sua natura primitiva. Invece gli eroi della nuova favolistica cinematografica e televisiva sembrano soddisfatti della propria condizione: non hanno problemi se non di gioco, di piccola fantasia ricreativa, di avventurette graziose, con soluzioni discretamente moralistiche. Sono privi di *pathos*, di anima, e possono confondersi con le macchine e in queste trasformarsi. Il paradiso sognato da Topo Gigio è un Eden di groviera, un ideale squisitamente biologico. Le avventure di Paperino si possono moltiplicare all'infinito, come la produzione industriale delle automobili e dei frigoriferi. Il male e il bene sono assimilati nei termini delle « panne », dei guasti e delle riprese meccaniche. Sono previsti nella produzione stessa, nel conteggio delle azioni, delle spese e dei guadagni. Anche l'imprevisto scatta al momento giusto, meccanicamente. La tragedia non c'è; e se c'è, si riduce all'incidente. E' un problema di macchina che non ha funzionato, di valori di produzione che scadono, di rapporti affettivi che vengono meno, mai problema metafisico. La religione, come l'autoambulanza e la polizia, sono chiamate solo per liberare il terreno dal morto e riconfermare nella bontà dei mezzi.

La mancanza o deficienza di *pathos* interiore elimina il senso del temuto « posse esse » della metamorfosi e dissolve anche il desiderio di un miglioramento spirituale. Uomini e bestie, robot ed esseri d'altri pianeti, nelle nuove favole, sono interiormente statici. Si muovono e corrono a velocità favolose con il corpo, ma non coll'animo.

Anche a fermarci a tali considerazioni, c'è da dire che i mezzi audiovisivi non sono affatto responsabili dei limiti di coscienza e di sensibilità metafisica del nostro tempo. L'organizzazione sociale oggi ha fermato la terribilità dei fenomeni naturali. Le stagioni non fanno più paura. Il fatto che, nel comunicare le previsioni del tempo, alla TV si possano usare toni scherzosi e caricature, dimostra che l'uomo ritiene di essere al sicuro. Non ha più da invocare la bontà di Dio per le campagne e i mari. Caso mai ha da mutare programma di vacanza o di lavoro, prendere un aereo invece di un altro. Cinema e televisione non sono responsabili dei contenuti di esperienza e di cultura che esprimono e diffondono, attingendo alla medesima fonte di sensibilità e di coscienza storica e sociale, cui attingono gli altri mezzi. L'autosufficienza di ragione e di cultura degli uomini di oggi non urta contro alcun timore di apocalisse, tranne quello della minaccia delle armi nucleari; cosa che può essere ben controllata, poichè si tratta di un prodotto di scienza e di tecnica. L'uomo ha solo paura della sua stessa forza, delle conseguenze di un proprio atto di follia. All'antico *timor Dei* s'è sostituito un timore

tutto umano, eliminabile con l'equilibrio delle forze politiche terrene. I mezzi audiovisivi sono a servizio di un tale tipo di coscienza sociale e di cultura. Non possono fruttare una sensibilità pedagogica e religiosa di grande apertura al problema dell'essere e della perfezione. Direi anzi che contribuiscono ad attutire il senso del mistero, rendendone familiari e concilianti i volti dei suoi interpreti. Il mistero di Dio, manipolato nelle espressioni cinematografiche e televisive, non è più tanto terribile e impegnativo. Si concilia coll'emozione estetica e ricreativa. Non è nemico delle comodità borghesi. Esce dal video come la frutta dal frigorifero, senza l'asprezza della sua natura vera.

Di fronte alla generale tendenza a dissolvere i misteri in problemi e soluzioni di cultura e di spettacolo, il bene e il male in valori negativi e positivi di natura tecnica, nessuna meraviglia che si insista tanto, in tutti i campi della scuola e delle iniziative culturali, sull'istruzione, anche a scapito degli aspetti propriamente educativi. Si è scelto un piccolo *dover-essere* sociale, di non difficile attuazione, alla portata di tutti: un *dover-essere* che richiede solo la capacità di arrivare ai prodotti di consumo più largo, alla lettura delle pubblicità, ai film, alle trasmissioni radiotelevisive, al voto politico. Socrate detestava i libri e vi preferiva il dialogo vivo con persone vive e disposte alla propria crescita spirituale e alla liberazione e comprensione reciproca, nella ricerca continua della Verità. Non aveva problemi di analfabetismo, ma di educazione. Oggi invece l'istruzione, il saper leggere e scrivere, il titolo di studio che fa il carabiniere e l'impiegato, sono cose importantissime.

La scuola continua a farsi sui libri, sul leggere e scrivere, mentre l'esperienza e le forze più significative e positive si dispiegano con i nuovi mezzi, specialmente con gli audiovisivi. Non si vuole dire che il libro sia un ostacolo al progresso educativo. Senza il libro, il dialogo umano sarebbe assai più limitato. Lo stesso Socrate, che tanto criticava l'opera scritta, non potrebbe rivolgerci la sua parola né dialogare ancora nel mondo se non ci fosse la scrittura. Tuttavia il libro, se considerato strumento esclusivo, è un limite. Di esso occorre rinnovare il concetto e l'impiego, al ritmo dei nuovi mezzi e della nuova civiltà. E' stato provato che cinema e televisione non sono nemici del libro. Anzi contribuiscono a diffonderlo e a renderlo più largamente accessibile. Le grandi tirature di romanzi e di saggi si devono tra l'altro alla massiccia iniziazione culturale operata presso il pubblico dai mezzi audiovisivi. Il campo dell'istruzione oggi è di gran lunga più ampio che non nel passato. Sotto il riguardo educativo, invece, si è avvertito qualche regresso, dovuto in gran parte al cedimento interno della sensibilità metafisica e della coscienza dei problemi dell'esistenza e della sopravvivenza. Si tratta di un fenomeno generale. I grandi trionfi di scienza e di tecnologia d'oggi, come nel Rinascimento i grandi successi d'arte, hanno operato nel senso dell'orgoglio e assicurato all'uomo una signoria sulle cose, tale da dispensarlo da vere preoccupazioni religiose. Illuminismo, materialismo, pragmatismo, culture rese accessibili e di facile uso presso le masse attraverso l'opera del nuovo « chierico » sconosciuto, l'intellettuale, hanno smobilizzato il costume religioso tradizionale. Di certo un costume non è la religione, né è l'educazione e la morale. Tuttavia, finchè non si sarà formato un nuovo *modus vivendi* religioso, un nuovo comportamento storico, in armonia con i maggiori imperativi della religione e dell'educazione, è difficile inserire l'opera dell'educatore o anche del sacerdote.

(SEGUE A PAG. 242)

Una documentazione possibilmente completa sull'ascolto della radio e della televisione è condizionata, a nostro parere, ad un esame del fenomeno sotto un duplice profilo: quello della diffusione degli apparecchi radio-televisivi e quello della frequenza di ascolto di questi mezzi audiovisivi.

Si avrà modo, così, di rendersi conto e del grado di penetrazione nel pubblico italiano e della effettiva utilizzazione degli stessi mezzi.

Che l'esame, infatti, sotto questo duplice profilo possa riuscire ad offrire meglio la realtà della situazione e garantire, naturalmente, una maggiore obiettività nella valutazione delle incidenze sociali sui singoli e sui gruppi, appare chiaro dal fatto che esiste sempre una possibilità di *minor frequenza* nell'ascolto, ossia nell'uso, pur essendosi raggiunto un alto grado di diffusione, in confronto a un'alta frequenza di ascolto in relazione ad una minore diffusione.

Diciamo questo, non perchè si senta il bisogno di affermare aprioristicamente che il fenomeno presenti in Italia caratteristiche del genere (la sociologia rifugge dagli stereotipi), ma soltanto perchè convinti che i due profili potrebbero manifestare delle differenze.

Ci sembra utile, allora, condurre la nostra ricerca, anzitutto, sul piano della diffusione per regioni e province, cercando di conoscerne anche la densità a seconda dei vari ambienti, per poi spostare l'indagine sul vero e proprio piano dell'ascolto, sulla struttura degli ascoltatori, sull'interesse particolare per determinate trasmissioni ecc.

DIFFUSIONE IN ITALIA DEI MEZZI DI RADIODIFFUSIONE E TELEVISIVI

I dati che incominceremo a riportare si riferiscono, naturalmente, non alla effettiva diffusione e relativa utilizzazione di apparecchi radio-riceventi e televisori, ma soltanto agli abbonamenti ufficiali.

Riteniamo non superflua una tale precisazione, dal momento che lo scopo precipuo di questa nostra documentazione è quello di stabilire, possibilmente, il grado, ossia la intensità della incidenza dei suddetti mezzi audiovisivi sui singoli, sui gruppi ed, ovviamente, sulla stessa comunità.

E' logico, quindi, che da parte del ricercatore non possano essere sottovalutati altri aspetti, che eventualmente potessero sfuggire al controllo pubblico o anche ad una indagine diretta.

E' risaputo, infatti, — e non c'è bisogno di dimostrarlo — che vi siano degli utenti che sfuggono al-

l'abbonamento. Vero è che essi costituiscono più l'eccezione che la norma, ma, comunque, non bisogna ignorare che in molti ambienti, specialmente presso le categorie economicamente più bisognose, si tende a sfuggire al pagamento delle tasse e, quindi, l'uso degli apparecchi diventa occulto.

I dati forniti da una pubblicazione della RAI (1), riferentisi agli abbonamenti effettuati fino al 31 dicembre 1960 in tutta la penisola, sono i seguenti: 1) *Radiodiffusioni* 8.005.368 abbonamenti, con una densità di 62,5 per cento famiglie e di 157,9 per mille abitanti. Da notare anche l'incremento annuo che è di 418.558 abbonamenti.

Una prima divisione regionale ci mette già sotto gli occhi l'accentuato divario esistente, rilevabile, peraltro, come è risaputo, in molti altri aspetti della vita economico-sociale.

In gradatoria, infatti, risulta primo il Nord con 4.456.401 abbonamenti, ossia con il 55,67 come percentuale sul totale Italia, con una densità di 73,64 per cento famiglie e di 199,4 per mille abitanti; al secondo posto il Centro con 1.575.560 abbonamenti, ossia con il 19,68 come valore percentuale sul totale Italia, con una densità di 68,62 per cento famiglie e di 169,4 per mille abitanti; al terzo posto il Sud con 1.326.104 abbonamenti, ossia con il 16,56 come valore percentuale sul totale Italia, con una densità di 44,91 per cento famiglie e di 103,7 per mille abitanti; al quarto posto le isole con 647.303 abbonamenti, ossia con l'8,09 come valore percentuale sul totale Italia, con una densità di 41,52 per cento famiglie e di 103,2 per mille abitanti.

2) *Televisione* 2.123.545 abbonamenti, con una densità di 16,51 per cento famiglie e di 41,9 per mille abitanti. L'incremento annuo, logicamente, trovandoci ancora in fase di prima espansione, è molto alto e cioè di 550.973 abbonamenti.

Non c'è bisogno di sottolineare il divario regionale, che può, agevolmente desumersi dai seguenti dati: Nord 1.092.169 abbonamenti, ossia il 51,43 come valore percentuale sul totale Italia, con una densità di 18,5 per cento famiglie di 48,9 per mille abitanti; Centro 499.301 abbonamenti, ossia il 23,52 come valore percentuale sul totale Italia, con una densità di 21,75 per cento famiglie e di 53,7 per mille abitanti; Sud 376.789 abbonamenti, ossia il 17,74 come valore percentuale sul totale Italia, con una densità di 12,76 per cento famiglie e di 29,5 per mille abitanti; Isole 155.286 abbonamenti, ossia il 7,31 come valore percentuale sul totale Italia, con una densità di 9,96 per cento famiglie e di 24,8 per mille abitanti.

E' facile notare, però, come il divario negli abbonamenti alla Televisione, pur esistendo in maniera evidente, sia abbastanza attenuato, rispetto agli abbonamenti alle radiodiffusioni, non tanto in valori assoluti, quanto in riferimento alla densità. Possiamo vedere, infatti, come al primo posto addirittura balzi il Centro con il 21,75 per cento famiglie e con il 53,7 per mille abitanti, mentre il Sud si porta al 12,76 e al 29,5 le Isole al 9,96 e al 24,8 di fronte soltanto al 18,05 e al 48,9 del Nord.

Siamo perfettamente d'accordo nel ritenere ancora insufficiente il ritmo di espansione degli apparecchi televisivi su tutta la rete italiana, rispetto alla diffusione degli apparecchi radio-riceventi. Basti pensare al raffronto fatto sulla densità per cento famiglie nello stesso Nord: 73,64 famiglie posseggono l'apparecchio radio, mentre soltanto 18,05 famiglie posseggono il televisore.

Resta, naturalmente, una certa impressione, a prima vista almeno, il fatto che le regioni centro-meridionali raccorcino le distanze dal Nord, per quanto concerne la diffusione dei televisori. In cifre assolute, ad esempio, il numero di abbonamenti alla televisione effettuati nell'ultimo anno considerato, nel Sud risulta di 104.113 unità e nel Nord di 276.630, mentre nello stesso anno per gli apparecchi radio nel Sud risultano effettuati 75.242 abbonamenti, in confronto ai 218 mila 957 del Nord; ma l'attenuazione del divario appare in maniera chiara, se le cifre si riferiscono alle percentuali per famiglia e, quindi, se si stabiliscono le differenze. In questo caso, infatti, le regioni del Nord, per quanto concerne gli abbonamenti alle radioaudizioni sono in vantaggio di 28,73 abbonamenti per ogni cento famiglie rispetto al Sud, mentre, per quanto riguarda gli abbonamenti alla televisione detto vantaggio scende soltanto a 5,29.

A parte la considerazione che ancora si stia, per gli abbonamenti alla televisione, nella prima fase di espansione sul mercato e che ancora sia prematuro stabilire i futuri orientamenti del grosso pubblico delle varie regioni italiane, dalla tendenza iniziale (sono del resto già passati alcuni anni, validi almeno a garantire la non arbitrarietà di alcune deduzioni) appare chiaro che le regioni centro-meridionali sentano rispettivamente una attrattiva superiore o molto vicina a quella del Nord (Centro 21,75 per cento famiglie; Nord 18,05).

Ora, atteso il ben noto divario economico-sociale esistente tra queste differenti regioni, le cose, naturalmente, avrebbero dovuto seguire diverso andamento, specialmente se si tiene conto del costo ancora alto degli apparecchi televisivi, rispetto agli apparecchi radio.

E' logico, quindi, che ad influenzare il comportamento del pubblico meridionale e centrale, rispetto a quello del Nord, intervengano fattori di natura diversa, che spingono anche a sacrifici non comuni, pur di possedere in casa un televisore. Sarà, senza dubbio, la mancanza di altri luoghi di attrazione, di divertimenti, di pubblici locali, sale cinematografiche ecc., esistente nelle regioni centro-meridionali, rispetto a quelle del Nord e soprattutto il senso ancora sviluppato e tradizionalmente radicato di attaccamento al focolare domestico nella gente centro-meridionale.

A conferma di ciò potrebbe addursi, ad esempio, il fatto che gli abbonamenti speciali alla televisione (sono soprattutto gli abbonamenti per quegli apparecchi destinati ai locali pubblici: sale, bar ecc.) sono di molto inferiori nelle stesse regioni, in confronto a quelle del Nord. A 69.618 abbonamenti speciali esistenti nel Nord, infatti, corrispondono solo 18.883 abbonamenti speciali nel Centro e 9.995 nel Sud.

Detta conclusione, però, ci sembrerebbe molto sbrigativa e superficiale, se non ci permettessimo di affermare che essa coglie solo in parte la verità.

Non basta, infatti, a nostro avviso, puntare sui dati globali se si vuole conoscere la realtà economico-sociale. Si può parlare, è vero, nel complesso di un buon grado di sviluppo economico, deducibile dalla espansione sul mercato dei mezzi audiovisivi e dagli indici di aumento delle spese in questo campo, ma ciò non toglie che restino, ed anche in maniera molto grave, gli squilibri settoriali.

Ciò è facilmente dimostrabile ricorrendo ai dati, sia per le radioaudizioni che per la televisione, che si riferiscono alla densità degli abbonamenti per classi di ampiezza demografica dei comuni.

Infatti nei comuni inferiori a 1.000 abitanti si ha una densità di abbonamenti alle radioaudizioni di 52,32 per cento famiglie (51,60 in quelli da 1.000 a 5.000 abitanti; 54,83 in quelli da 5.000 a 10.000 abitanti; 56,84 in quelli da 10.000 a 20.000 abitanti; 60,78 in quelli da 20.000 a 50.000 abitanti; 71,32 in quelli da 50.000 a 100.000 abitanti; 75,11 in quelli da 100.000 a 200.000 abitanti) ed in quelli con oltre 200.000 abitanti si ha una densità di 77,27 per cento famiglie.

E inoltre, per quanto concerne la televisione, nei comuni inferiori a 1.000 abitanti si ha una densità di abbonamenti di 5,04 per cento famiglie (6,48 in quelli da 1.000 a 5.000 abitanti; 8,70 in quelli da 5.000 a 10.000 abitanti; 11,34 in quelli da 10.000 a 20.000 abitanti; 15,64 in quelli da 20.000 a 50.000 abitanti; 22,48 in quelli da 50.000 a 100.000 abitanti; 27,46 in quelli da 100.000 a 200.000 abitanti), mentre in quelli con oltre 200.000 abitanti si ha una densità di 32,54 per cento famiglie.

E' evidente, in altri termini, la esistenza di un andamento in continua crescita nella densità a partire dai comuni più piccoli per finire ai grossi centri (si potrebbero compendiare le prime tre classi). Ora è risaputo che i piccoli centri ed anche quelli medi sono paesi o cittadine dove la maggior parte della popolazione attiva è addetta all'agricoltura, mentre nei centri più grossi la preponderanza incomincia a spostarsi, se non sempre verso il settore industriale, almeno verso quello dei servizi.

Vero è che per essere più precisi sarebbe necessario conoscere, possibilmente, con esattezza, l'influsso di altri elementi, come le difficoltà di natura tecnica per la ricezione (per quanto riguarda la televisione), ma non si può negare che, in genere, quasi tutti i piccoli centri italiani (lo si può desumere dai dati riferentisi ai vari comuni al 31 dicembre 1960 riportati nella stessa pubblicazione della RAI) manifestano una percentuale più bassa dei grossi centri urbani.

Resta sempre vero, comunque, che, fatte le debite proporzioni, la diffusione degli audiovisivi, specialmente nelle regioni meridionali, ma anche in certi settori dell'Italia centro-settentrionale, non sempre è connessa con l'effettivo sviluppo economico. Anche senza approfondire il fenomeno, infatti, crediamo che sia sufficiente fare un semplicissimo riferimento al reddito medio pro-capite delle varie regioni ed alle spese pro-capite effettuate nelle stesse per l'acquisto di apparecchi radio-televisivi per convincersi di ciò.

E' necessario, inoltre, come dicevamo, se si vuole raggiungere una certa completezza nella trattazione, spostare l'indagine anche sul piano dell'ascolto e, conseguentemente, sul piano della struttura del pubblico.

Se i dati, precedentemente riferiti, dicono già, nella loro non irrilevante entità, la enorme proporzione assunta dal fenomeno espansionistico dei mezzi radio-

televisivi in Italia, non è da meno cercare di renderci conto, in maniera più diretta, del genere di pubblico cui detti mezzi particolarmente attingono, dell'età, del grado di istruzione e delle diverse categorie professionali.

PUBBLICO DELLA RADIO

Anche qui è necessario procedere dividendo i due campi: l'ascolto della radio e l'ascolto della televisione.

Anzitutto l'ascolto della radio. I dati che riporteremo sono il risultato di una indagine condotta per conto della RAI, in un giorno feriale, nell'aprile del 1960 (2).

L'indagine si riferisce all'ascolto delle trasmissioni sul « Programma Nazionale » e sul « Secondo Programma »; si esclude evidentemente il « Terzo Programma » e causa della ben nota poca popolarità di esso, essendo riservato ad una cerchia piuttosto ristretta di utenti.

Per quanto riguarda il sesso degli ascoltatori, diciamo subito che si è riscontrato, specialmente per il « Secondo Programma » un maggiore ascolto fra le donne. Per il « Programma Nazionale », le donne costituiscono in media circa il 60% dell'uditorio, con punte elevate particolarmente nella mattinata, mentre per il « Secondo Programma » esse costituiscono nelle ore mattutine e meridiane i tre quarti dell'uditorio e scendono al 60% la sera.

Quanto all'età degli ascoltatori, si rileva che in genere gli anziani (da 55 anni in poi), rispetto alle altre due categorie: giovani (18-34 anni) e di media età (35-54 anni) preferiscono l'ascolto dei principali notiziari giornalistici della giornata sia sul « Programma Nazionale », che sul « Secondo Programma ». L'ascolto serale del « Programma Nazionale » da parte dei giovani, risulta inferiore a quello delle altre due categorie, mentre l'ascolto del « Secondo Programma » da parte degli stessi, per tutte le ore della giornata, risulta più elevato.

Circa il grado di istruzione degli ascoltatori, i risultati dell'indagine dicono chiaramente che l'ascolto diminuisce con il crescere del livello di istruzione, ed in particolare quando si passa dagli ascoltatori che hanno frequentato le scuole medie superiori.

Quanto, invece, alle diverse categorie professionali, maschili, il maggiore ascolto, dalle ore 7 alle ore 9, si ha tra gli addetti all'agricoltura, dalle ore 9 alle ore 11 tra le categorie non professionali (pensionati, disoccupati ecc.), dalle 13 alle 14 tra tutte le categorie, dalle ore 20 alle 21,30 tra tutte le categorie, eccetto i lavoratori indipendenti (professionisti, commercianti ecc.) e gli impiegati. Un fatto, quest'ultimo, spiegabile, forse, con la maggiore diffusione della televisione presso queste ultime categorie. Per le donne, divise in occupate e casalinghe, la percentuale maggiore di ascolto si ha sempre per le casalinghe, che raggiungono punte massime tra le ore 9-11; 13-14; 20-21,30, mentre le occupate elevano la loro percentuale soltanto tra le ore 13-14 e le 20-21,30.

PUBBLICO DELLA TELEVISIONE

Interviste condotte dalla RAI fra il giugno 1960 ed il marzo 1961 danno i seguenti risultati (3).

Il maggiore ascolto giornaliero si ha fra le ore 21 e le 22 ed il numero dei telespettatori è più elevato, sempre nelle stesse ore, nelle giornate di giovedì, sabato e domenica. Tutti ricorderanno che, nel periodo indicato vi erano delle trasmissioni molto popolari e

precisamente, il giovedì, la trasmissione di « Campanile Sera », il sabato quella di « Canzonissima » o di « Giardino d'inverno » e la domenica quella di un racconto sceneggiato o di « Giallo Club ».

Si registra, di solito, una diminuzione di ascoltatori dopo le 22,30. Detta diminuzione tende ad attenuarsi soltanto la sera del venerdì, in cui vi è la trasmissione di uno spettacolo di prosa.

Non c'è bisogno di far notare come gli spettatori tendano a diminuire nel periodo estivo e ad aumentare, invece, nel periodo invernale.

Il numero di spettatori dei programmi televisivi pomeridiani è notevolmente inferiore a quello dei programmi serali; in media un adulto dedica meno di 4 minuti al giorno all'ascolto dei programmi pomeridiani (18,30-20,30) e circa 40 minuti al giorno all'ascolto dei programmi serali (20,30-23,30).

Quanto alla struttura vera e propria del pubblico si nota, anzitutto, che la continua diffusione degli apparecchi televisivi dà come primo risultato la minore frequenza di ascolto nei locali pubblici. Mentre, infatti, verso la metà del 1959 il pubblico televisivo di sera risultava così distribuito: 36% in casa propria 22% in casa di amici e parenti, 42% nei locali pubblici, nel primo bimestre del 1961 si rilevava la seguente distribuzione: 52% in casa propria, 22% in casa di amici o parenti, 26% nei locali pubblici.

Circa l'ascolto per sesso, si rileva che fino alle 20, in media, le donne costituiscono i due terzi del pubblico, mentre, in occasione del Telegiornale il pubblico è costituito per il 55% da uomini. Nelle ore seguenti, invece, il pubblico è costituito per metà uomini e per metà da donne.

Quanto al pubblico diviso per classi di età, si ha una maggiore percentuale di ascolto fra i giovani e le persone di età media nelle ore serali. Tale differenza, però, tende a diminuire con l'aumento di abbonamenti familiari alla televisione.

Se si considera, poi, l'ascolto per ripartizione geografica (Nord, Centro, Sud), si riscontra che nel Sud, sebbene le famiglie abbonate, come precedentemente abbiamo potuto constatare, siano di meno di quelle del Centro, e del Nord, la percentuale di adulti che assiste agli spettacoli centrali della serata (21-22,30) è quasi uguale a quella delle regioni centrali e settentrionali. Il fenomeno è spiegabilissimo, naturalmente, anzitutto perché nel Sud vi è una mancanza relativa rispetto al Nord di altri possibili diversivi (sale pubbliche, cinema, bar ecc.) e, poi, per l'abitudine di recarsi dagli amici, dai parenti, più forte nel Sud che nelle altre zone d'Italia. La percentuale più elevata di adulti che si registra nel Sud, rispetto al Centro e al Nord, per i programmi del tardo pomeriggio e meno elevata fra le 20 e le 21, è spiegabile facendo riferimento alle categorie professionali. La diffusione del televisore tra gli addetti all'agricoltura o a lavori artigianali nel Sud, pur non scontandosi molto in percentuale da quella che si registra nel Nord e nel Centro, ha una maggiore incidenza sul totale, rispetto al Nord e al Centro, dove le altre categorie costituiscono una percentuale assai più elevata che nel Sud.

Da notare, inoltre, che la percentuale di adulti che assistono alle trasmissioni serali risulta nei grandi centri più elevata che nei piccoli centri. Il fenomeno è connesso, naturalmente, col grado di diffusione degli apparecchi, di cui abbiamo parlato nella prima parte del nostro articolo.

Nella serata di venerdì, dedicata alla trasmissione di spettacoli di prosa, l'ascolto scende nei piccoli centri, ed aumenta, invece, nei grossi centri, per

evidente connessione con la struttura della popolazione. Si riscontra, infatti, il fenomeno opposto nella serata di domenica, quando si è meno stanchi da parte di alcune categorie professionali e quando i programmi sono piuttosto di natura leggera.

I GIOVANI E L'ASCOLTO DELLA RADIO E DELLA TELEVISIONE.

Nel 1959, la RAI, aderendo ad un invito rivolto dall'UNESCO agli Enti europei di radiodiffusione, conduceva una indagine tra i giovani di età compresa tra i 12 e i 18 anni, residenti in tutto il territorio nazionale.

L'indagine, condotta col metodo del campione, consentiva di intervistare circa 4 mila giovani di ambo i sessi, appartenenti a nove gruppi di regioni e residenti in otto classi differenti di comuni.

Dall'indagine è risultato che presso i giovani, specialmente presso le ragazze, l'ascolto della radio e della televisione è molto più diffuso che non l'andare al cinema.

L'ascolto della radio nella mattinata è quasi trascurabile per i maschi ed un po' più diffuso tra le ragazze. Il motivo è evidente: la ragazza casalinga, trascorre il suo tempo quasi sempre in casa, mentre il ragazzo se non va a scuola va quasi sempre al lavoro fuori casa.

Verso le 13 e le 14, invece, cresce la percentuale dei giovani, ma questa decresce nel pomeriggio, per risalire di nuovo verso le 20-20,30.

Anche l'età influisce sul comportamento dei giovani. Dall'inchiesta suddetta è risultato che con il crescere dell'età aumenta la percentuale di spettatori dei programmi serali (un quarto dei giovani di 12-13 anni, un terzo di quelli di 14-16 anni ed il 40% circa dei giovani di 17-18 anni). Il crescere dell'età deve essere messo pure in relazione diretta con l'ascolto fuori casa (metà dei ragazzi tra i 12-13 anni, due terzi dei giovani tra i 17-18 anni).

Il loro comportamento varia, inoltre, col variare della residenza territoriale. Al mattino la percentuale dei giovani che ascoltano la radio è superiore nel Sud, dove più giovani sono in casa, mentre tra le 13 e le 14 è nettamente superiore nel Nord, rispetto al Centro e al Sud. Per i programmi serali (20-22,30) della radio sono risultate le seguenti percentuali: 20% nel Nord, 15% nel Centro, 7% nel Sud.

Per la televisione si ha: Centro 35%; Sud 33%; Nord 26%.

Essendo quello della incidenza degli audiovisivi sull'infanzia, argomento di primaria importanza, come può desumersi dai numerosi studi di psicologia in merito pubblicati in questi ultimi anni, riteniamo opportuno presentare ai nostri lettori i risultati di una inchiesta sul numero dei bambini e dei ragazzi che, nelle famiglie dei teleabbonati, guardano i programmi televisivi nelle varie ore della giornata.

L'indagine, condotta dall'Istituto Doxa (4), ha permesso di valutare il numero probabile di giovanissimi che hanno visto la televisione in un giorno medio della primavera del 1961.

Il campione supplementare « per quota » era rappresentato da 1.119 famiglie di teleabbonati, di cui 321 avevano bambini di 4-11 anni e 280 avevano ragazzi di 12-17 anni.

I suddetti rilievi permettevano alla Doxa di poter calcolare, in base a precedenti studi del genere, che in almeno mezzo milione di famiglie (25% dei teleabbonati) vi siano ragazzi che guardano regolarmente o

solo occasionalmente la televisione, e che in circa 600 mila famiglie (28,7%) vi siano bambini che possono assistere allo stesso genere di spettacolo.

La Tabella seguente ci dà la possibilità di una adeguata valutazione del numero di bambini (4-11 anni) e di ragazzi (12-17 anni) che, nelle varie ore di un giorno medio di primavera, ascoltano la televisione.

Periodi di ascolto	N. probabile di bambini in ascolto (in migliaia)	N. probabile di ragazzi in ascolto (in migliaia)
17.00 - 17.30	740	390
17.30 - 18.00	685	360
18.00 - 18.30	285	165
18.30 - 19.00	115	90
19.00 - 19.30	95	75
19.30 - 19.45	(*)	(*)
19.45 - 20.00	(*)	(*)
20.00 - 20.15	65	(*)
20.15 - 20.30	105	80
20.30 - 20.45	285	310
20.45 - 21.00	340	340
21.00 - 21.30	375	390
21.30 - 22.00	300	350
22.00 - 22.30	195	245
22.30 - 23.00	75	90
23.00 - 23.30	(*)	(*)
23.30 - 24.00	(*)	(*)

Nota — Il segno (*) indica stima inferiore a 50 mila.

E' facile osservare come il maggior numero dei bambini stia dinanzi al televisore durante le trasmissioni del « Programma dei ragazzi », ossia fra le ore 17 e le ore 18 (740-685 mila). Si nota, poi, una curva discendente, che risale fortemente verso le ore 21, ossia durante la trasmissione di « Carosello ».

Per i ragazzi, le punte massime si hanno fra le 17 e le 18 (Programma dei ragazzi) e fra le 20,30 e le 22; da notare, anzi, che molti di essi (245 mila) proseguono l'ascolto del programma degli adulti.

Si può osservare anche che l'ascolto, per bambini e ragazzi, riprende alle 20,30 ossia col Telegiornale, che, all'epoca dell'indagine, conteneva anche la cronaca sportiva.

* * *

Non dobbiamo essere noi, naturalmente, a trarre le conclusioni. Abbiamo subito cercato di apprestare qualche elemento orientativo, quasi con l'intenzione di stimolare una maggiore preparazione in tutti coloro che, partecipando alla XXXI Settimana Sociale dei Cattolici d'Italia, son chiamati a dare ad essa il loro valido contributo di pensiero.

Girolamo Grillo

(1) RAI - Radiotelevisione italiana, Gli abbonamenti alle radiodiffusioni nel 1960, Torino 1961.

(2) RAI - Radiotelevisione italiana, Indagini sull'ascolto della radio, in « Quaderni del servizio opinioni » n. 6, pag. 61 e segg., Torino 1961.

(3) RAI - Radiotelevisione italiana, Indagini sull'ascolto della televisione, in « Quaderni del servizio opinioni », n. 7, Torino 1961.

(4) Bollettino della Doxa; anno XV - n. 13-14; 20 luglio 1961.

La dinamica dello spettacolo in Italia

MATTEO AJASSA

Non v'è dubbio che in Italia la voce « spettacolo » si va collocando in una posizione di sempre più evidente rilievo nella scala dei consumi. Le cifre in proposito denotano infatti un crescendo su tutto il fronte: teatro, cinematografo, sport, trattenimenti vari, radio e televisione.

Nel 1960 l'ammontare complessivo, rileva il Ciampi, è salito a 212,8 miliardi dai 195,5 dell'anno precedente, registrando un aumento dell'8,9%, superiore a quello medio generale dei consumi privati che, tra il 1959 ed il 1960, è stato del 7,4% in termini di valore e del 6,4% in termini di quantità, mentre l'aumento del reddito lordo nazionale è stato dell'8,8% (1).

L'importanza economica di questo consumo emerge ancor più precisa, se si considera che tale spesa è « quasi uguale a quella sostenuta dalla popolazione italiana per l'acquisto di zucchero, e marmellata e miele, di libri e giornali; è superiore a quella per lo acquisto di mezzi di trasporto, mentre è pari a circa i 3/4 delle somme corrisposte per articoli durevoli di uso domestico » (2).

Quanto si spende nel nostro Paese per cinema, teatro, radio e televisione

Dal canto suo, una ricognizione retrospettiva delle spese ci conferma il notevole incremento registrato in questo settore nel dopoguerra ed in modo particolare durante l'ultimo decennio. Proprio durante quest'ultimo decennio, caratterizzato dal costante espandersi della economia italiana, si assiste ad un netto superamento del raddoppiarsi della spesa complessiva compresa sotto la voce globale « spettacolo ».

Commentando questo dinamismo, il citato Ciampi rileva che il consumo dello spettacolo tende ad assumere un ritmo di accrescimento superiore a quello di altri consumi, essenziali o non essenziali, ma strettamente ravvicinato all'incremento e ad una più equa distribuzione dei redditi.

La distribuzione della spesa secondo i vari tipi di spettacolo e di divertimenti presenta pertanto nel 1960 il seguente profilo:

- 1) Teatro: 8,2 miliardi (3,8% del totale),
- 2) Cinematografo: 121,6 miliardi (56,9% del totale),
- 3) Trattenimenti vari: (manifestazioni danzanti, mostre, fiere, divertimenti popolari, juke-boxes, flip-pers ecc.) 20,7 miliardi (9,7% del totale),
- 4) Radio e Televisione: 48,6 miliardi (22,9% del totale).

Le cifre riportate indicano che l'accresciuto livello di vita della popolazione italiana, nonché le nuove possibilità di svago consentite dalle allargate prospettive del tempo libero, pongono lo spettacolo in una posizione di preminenza nel quadro della dinamica dei consumi.

Si tratta però di un consumo, nota ancora il Ciampi, che, malgrado l'incessante espansione di questi beni, non ha più il forte ritmo evolutivo dell'immediato dopoguerra, perchè la domanda del mercato presenta una curva che ha il carattere, non più di una domanda elastica, tipica dei bisogni voluttuari, ma piuttosto rigida come espressione di un bisogno fondamentale.

E' un fenomeno, questo del consumo dello spettacolo, complesso, nel quale convergono componenti di ordine non solo economico, ma psicologico, sociale e politico, un fenomeno che non è sempre spiegabile con il criterio del più elevato « tenore di vita ». Nessuno nega l'esistenza di una correlazione tra il grado di prosperità e il consumo di quei particolari generi che si raccolgono sotto la voce « spettacolo »; però questa correlazione non è sufficiente spiegazione di tale consumo. E la riprova è fornita proprio dall'attuale situazione nel Mezzogiorno d'Italia e nelle isole, dove il consumo dello spettacolo, in modo speciale cinema e televisione, risulta molto più sensibile di quanto potrebbe lasciar prevedere l'incremento del reddito.

Questo, tra l'altro, significa che nelle zone indicate il crescere del reddito non sospinge al risparmio, bensì al consumo.

La dinamica del consumo « spettacolo » non è dunque spiegabile ricorrendo esclusivamente ai consueti criteri economici, ma essendo di natura spiccatamente sociale trova le sue ragioni in vari elementi quali l'urbanizzazione, l'aumento del tempo libero, la crescente diffusione in tutti gli strati sociali della cosiddetta cultura di massa, la curiosità, il desiderio di evasione, l'ansia del conoscere, il fascino del nuovo. Nè va dimenticato che il discorso intorno allo spettacolo in Italia, deve tener conto che il nostro paese vive una fase di intense trasformazioni sociali, caratterizzate da una spiccata vocazione urbana.

COMUNITA' PARROCCHIALI e mezzi AUDIOVISIVI

FRANCESCO CERIOTTI

Questo ritmo evolutivo, contrassegnato dal subentrare al « concetto tradizionale della pubblicazione del concetto nuovo di comunicazione al pubblico », contribuisce naturalmente ad inclinare il consumo dello spettacolo verso le forme più moderne e meccanizzate.

In questo quadro generale della dinamica del consumo dello spettacolo in Italia, sarà peraltro interessante esaminare congiuntamente le voci teatro e cinematografo. Dalla considerazione parallela dei due tipi di spettacolo si potrà giungere a conclusioni che si staccano dall'arida elencazione delle statistiche per raggiungere il piano delle valutazioni socio-culturali.

In questa analisi non sarà pertanto disutile preliminarmente considerare per le due voci in questione, la spesa del pubblico (in migliaia di lire) dal 1955 al 1960, rammentando che la voce *teatro* comprende: il teatro di prosa e dialettale, quello lirico, i concerti, la rivista, i varietà e i saggi culturali mentre sotto la voce *cinematografo* vanno considerati anche gli avanspettacoli.

Anni	Teatro	Cinematografo
1955	9.129.271	116.690.729
1956	8.814.852	116.021.155
1957	8.468.712	112.780.786
1958	8.836.360	110.774.095
1959	7.525.085	118.639.557
1960	8.191.094	120.986.712

Analizzando la tabella riprodotta si può notare che il 1960 segna l'arresto della fase discendente degli spettacoli non solo cinematografici, ma anche teatrali. Considerando che le flessioni della spesa del cinematografo si sono esaurite nel triennio 1956-59 e la graduale diminuzione degli incassi del teatro che era in atto nel 1954 si è finalmente fermata, anche se il numero degli spettatori si è dimezzato in 10 anni, si può concludere con il Ciampi che forse sta incominciando una fase di aggiustamento, la quale prelude a un equilibrio tra vecchi e nuovi tipi di spettacolo, destinato a promuovere a ritmo non più veloce, ma graduale e costante il progresso di tutte le manifestazioni a carattere ricreativo e culturale, che attirano oggi le grandi masse, mentre sino a pochi anni fa costituivano interesse dominante per una ristretta minoranza della popolazione.

Per avere conferma dell'asserzione basterà considerare il quadro completo del consumo spettacolo dal 1955 al 1960 (in migliaia di lire):

Teatro	Cinematografo	Manifestaz. sportive	Trattenimenti vari	Radio e Televisione
9.129.271	116.690.726	8.997.141	12.815.534	20.952.175
8.814.852	116.021.155	9.099.757	13.694.540	23.135.504
8.468.712	112.780.786	10.130.508	15.299.081	28.302.853
8.836.360	110.774.095	10.034.761	18.470.215	33.018.270
7.525.085	116.639.557	11.323.758	19.794.170	40.204.329
8.191.094	120.986.712	14.298.423	20.696.807	40.631.138

L'esame della tabella consente di rilevare che per la prima volta, dopo il 1955, tutte le voci che compongono il consumo dello spettacolo nel paese sono au-

mentate in cifre assolute, determinando un leggero rallentamento del ritmo di spostamento dalle vecchie e tradizionali manifestazioni ai nuovi mezzi di produzione meccanica. (3)

Nel merito specifico del teatro e del cinematografo, l'analisi delle cifre riportate permette di notare che il teatro è passato da 7,53 (1959) miliardi a 8,19 miliardi (1960), mentre il cinema dai 116,64 miliardi del 1959 è passato a 120,98 miliardi nel 1960.

La spesa degli spettacoli rispetto al 1959 è salita per quanto riguarda il teatro dell'8,9% e per quanto concerne il cinematografo del 3,7%.

Per un più preciso approfondimento della situazione converrà esaminare distintamente le due voci incominciando dal teatro, voce questa comprensiva, come già s'è rilevato, dei dati di tutte le manifestazioni di prosa, lirica, concerti, operetta, rivista, varietà, burattini e marionette, nonché dei saggi culturali, con esclusione delle manifestazioni di avanspettacolo, considerate unitamente agli spettacoli cinematografici. In proposito si può scorrere la tabella riportata nel numero 119 di « Documenti di vita Italiana ».

Voci	1950	1959	1960
Rappresentazioni (N)	72.685	48.358	43.348
Biglietti venduti (N)	20.979.311	11.221.776	10.574.581
Spesa del pubblico	7.252.108	7.525.085	8.191.094
Prezzi medi (Lire)	346	671	775

I dati proposti confermano che la situazione di spesa del teatro nel 1960, considerata sotto il profilo economico, presenta un lieve miglioramento, poiché segna un moto ascendente che ormai da 5 anni non si verificava, miglioramento che non si traduce, però, sotto il profilo sociale, in aumento del numero degli spettatori, che, anzi, stanno diminuendo. A completare il quadro del complesso fenomeno del consumo teatrale in Italia, va aggiunto che la geografia teatrale nel paese si va ineluttabilmente situando nelle grandi città e nei capoluoghi.

Circa, infine, l'andamento generale della stagione 1960-61 è da segnalare il miglioramento del teatro primario nell'offerta, nella frequenza e nella spesa del pubblico, in confronto ad un peggioramento nella situazione del teatro non primario (4). Nè va dimenticato che la fortuna di tale consumo è in gran parte legato alla qualità dello spettacolo e la riprova può essere fornita dall'esperienza del teatro popolare italiano al quale va il merito non solo dell'aumento generale degli incassi di prosa, ma della più elevata percentuale relativa al repertorio nazionale. (5)

Passando ora alla voce *cinematografo*, occorre rilevare che la ripresa in questo settore, dopo la minaccia del boom televisivo, resta un dato di fatto comprovato dall'incremento registrato in questi ultimi anni: i dati del 1960 lo confermano.

Voci	1950	1959	1960
Cinematografi (N)	7.946	10.508	10.393
Giornate di spettacolo (N)	1.509.020	2.039.337	2.037.144
Biglietti venduti (migliaia)	661.549	747.904	744.781
Spese del pubblico	62.404.220	116.639.557	120.986.712
Prezzi medi	96	156	162

(SEGUE A PAG. 242)

Da secoli la parrocchia è, su un piano organizzativo, lo strumento di cui la Chiesa si serve per la sua azione di guida delle anime al Regno dei Cieli.

Essa non esaurisce il suo compito in un ambito puramente organizzativo: le sue finalità e le sue funzioni vanno molto al di là di tale piano, attingono le soglie del soprannaturale, perchè intimamente legate alla realtà del cristiano così come ci è proposta dalla Rivelazione.

« Rendiamo reale la verità nella carità, crescendo in modo completo in quel Cristo che è nostro capo » (1), così esorta S. Paolo.

Aderire alla verità (che è Dio) attraverso l'amore: questa è « la realtà di vita » del cristiano. L'amore, però, deve unire a Gesù come alla sorgente da cui tutto deriva, perchè « fa vedere » ciò che veramente il prossimo « è » e cioè Gesù Cristo.

E' in questa scoperta della « verità del prossimo » che l'amore cristiano rende possibile il superamento di se stesso e realizza « il diventare qualcosa di più grande di sé ».

Allora l'amore cristiano, « la carità che rende reale la verità », non consiste semplicemente nell'adempire

**I mezzi audiovisivi
possono offrire ad ogni fedele
la possibilità di inserirsi
nella realtà in cui vive
per redimerla
con la sua presenza
di carità**

i comandamenti emanati da Gesù a favore di « quell'oggetto » che è poi il confratello cristiano, ma è reciproca comunione, cioè mutua comprensione, mutua accettazione del rispettivo mondo interiore.

Così la carità, scoprendo Cristo nel nostro prossimo, ci trasforma in Lui attraverso l'unione con coloro che sono amati da Cristo, che sono tutti gli uomini.

La realtà del cristiano esige perciò che la sua vita si svolga in un ambito comunitario: ecco la comunità parrocchiale, la parrocchia.

« Essa nella visuale interiore, è la filiale della diocesi, e attraverso la diocesi, della Chiesa Madre che è fondata su Pietro; e per il vincolo parrocchiale che è il parroco, ciascun fedele, dal parroco al Vescovo, dal Vescovo al Papa, giunge a Cristo, si unisce a Lui.

« La parrocchia diventa l'immediata e radicale attuazione del Corpo Mistico » (2). Essa dà alla presenza di Gesù la concretezza di chi ci vive accanto, e l'attualità del tempo in cui Dio ci ha posto: rende veramente « reale » la verità e toglie dal mondo del vago e dell'astratto i soggetti della carità.

Il generico « amore per tutti gli uomini » acquista un preciso significato nell'amore a « questi uomini » che vivono accanto uscio a uscio: la vaga fede in un Cristo invisibile (sovente modellato a piacimento), diventa fede operante nella Chiesa di cui si è parte, attraverso la comunità parrocchiale in cui ci si trova.

La comunità parrocchiale, in tutti i tempi « strumento di immediata e radicale attuazione del Corpo di Cristo », è formata in un particolare momento storico da individui ben definiti con una loro inconfondibile personalità, con pregi, con difetti, con esigenze che variano da tempo a tempo.

E' da questi individui che la comunità parrocchiale è formata; sono questi individui che la comunità parrocchiale deve aiutare a « rendere reale la verità nella carità » nella loro vita, rendendo loro possibile superare se stessi, comunicarsi, mutuamente accettarsi e comprendersi.

Tutto ciò deve avvenire usando di quelle realtà create di cui è composta e di cui si serve la vita di loro: ad essi infatti incombe il dovere di redimere il tempo in cui vivono, con le realtà che esso contiene, svelando la « loro verità di Figli di Dio ».

« Questo mondo creato, infatti, sta in certo modo con il capo alzato alla vedetta aspettando che si sveli la gloria dei figlioli di Dio, perchè si sente soggetto alla caducità per volere di Colui che ve lo ha assoggettato dandogli come la speranza della futura rinnovazione... Sappiamo che sin d'ora l'insieme di tutte le creature geme e soffre quasi le doglie del parto e anche noi che abbiamo le primizie dello Spirito andiamo gemendo in attesa che si sveli l'adozione dei Figli di Dio e la glorificazione del vostro Corpo ». (3)

« Bisogna pertanto, » dice Mons. Bortignon « saper portare la vita parrocchiale al centro della vita quotidiana e farle sentire tutti i problemi. I fedeli devono prendere coscienza dei bisogni e dei pericoli del

mondo che li circonda, per essere indotti a studiare ed usare i mezzi di conquista e di protezione». (4)

Occorre allora che la comunità parrocchiale sia aperta sulla vita dei suoi componenti, pronta a coglierne le aspirazioni, lenirne le sofferenze, orientare le conquiste, vedendo in questo (frutto dell'intelligenza) un dono che viene da Dio.

Se non sarà la comunità parrocchiale ad inserirsi come strumento di edificazione del Corpo Mistico di Cristo nella vita dell'uomo d'oggi, altri saranno i presenti; ma il Corpo di Cristo andrà a brandelli e la sofferenza del creato si farà più acuta perchè la sua attesa rimarrà senza risposta.

E' la tragedia del nostro tempo; l'uomo guidato da altre presenze, diverse da Gesù, dà al creato una risposta diversa (sovente contraria) alla sua attesa; di qui la ribellione.

I MEZZI AUDIOVISIVI

Tra le conquiste dell'intelletto umano che maggiormente hanno interessato in questi ultimi tempi la vita quotidiana dell'uomo amato da Gesù e chiamato a «rendere reale la verità nella carità», emergono le meravigliose invenzioni tecniche di cui usano, per la loro grande diffusione, per il loro grande potere di influsso e la capacità di comunicare, i mezzi audiovisivi: cinema, radio, televisione.

A sottolineare l'importanza di tali mezzi e ad evidenziare la complessa problematica spirituale, valgono le parole che Pio XII di venerata memoria rivolgeva ai rappresentanti dell'Industria Cinematografica Italiana, il 21 giugno 1955:

«A ragione si può parlare di un particolare mondo cinematografico, quando si pensa alla vasta e dinamica attività, cui il cinema ha dato vita, sia nel campo strettamente artistico, che in quello economico e tecnico. Ad esso fanno capo legioni di produttori, di scrittori, di registi, di attori, di musicisti, di operatori, di tecnici e di tanti altri i cui uffici sono designati da nomi nuovi e tali da costituire una propria nomenclatura nella moderna linguistica... Questo mondo cinematografico non può non creare intorno a sé un campo d'influsso straordinariamente ampio e profondo nel pensiero, nei costumi e nella vita dei Paesi ove esso esplica il suo potere, soprattutto, fra le classi più umili per le quali il cinema costituisce sovente il mezzo rapido e dilettevole per saziare la naturale sete di conoscenza e di esperienze che l'età loro promette». (5)

Quanto il grande Pontefice diceva per il cinema, si può applicare anche alla televisione, mentre per la radio lo stesso Pontefice sottolineava nella «Miranda Prorsus»:

«Pur non avendo a sua disposizione la ricchezza di elementi spettacolari e i vantaggi delle condizioni ambientali che offre il cinematografo, la radio possiede altre grandi e non ancora del tutto sfruttate possibilità... Il poter sentire uomini e seguire avvenimenti lontani, pur rimanendo tra le pareti domestiche, e partecipare a distanza alle più varie manifestazioni di vita sociale e culturale, corrisponde ad un profondo desiderio umano. Non fa quindi meraviglia che tante case si siano rapidamente provviste di apparecchi radiofonici, che permettono di aprire una misteriosa finestra sul vasto mondo donde arrivano giorno e notte echi della pulsante vita delle varie culture, lingue, e nazioni sotto forma di innumerevoli programmi ricchi di notizie, interviste, conferenze, tra-

missioni di attualità e di arte, di canto e di musica». (6)

Quali le conseguenze di un tale profondo influsso?

E' bene precisare che essendo i mezzi audiovisivi in sé sostanzialmente buoni, le conseguenze derivanti dal loro influsso sono da rapportarsi ad un uso che di esse se ne può fare. Fatta questa precisazione dobbiamo dire che le conseguenze possono essere negative o possono essere positive.

CONSEGUENZE NEGATIVE:

a) Questi mezzi per il loro particolare modo «di parlare» (con le immagini, coi suoni) possono creare, se male usati, condizioni psicologiche e spirituali da cui è facile nasca un clima di evasione, di gregarismo che tende a spersonalizzare l'uomo. Tali mezzi fanno sentire molte cose senza impegnare la volontà e l'intelligenza nello sforzo di astrazione che accompagna il ragionamento. Si ha perciò una pericolosa diminuzione dell'attività critica e della concentrazione interiore fonte di un atteggiamento responsabile.

b) Favorendo un processo di spersonalizzazione in un clima dove predomina l'emozione e la fantasia, tali mezzi rendono più difficile l'accettazione «per fede» del messaggio cristiano. La fede infatti è un atto essenzialmente personale, il quale non tollera in nessun modo l'alienazione o spersonalizzazione provocata dall'uso incontrollato delle tecniche diffuse». (7)

Più che di assimilare il messaggio evangelico, facendolo struttura della propria vita, si cercherà di gustarlo rendendolo pressochè inefficace su un piano operativo.

c) Troppo sovente il mondo morale presentato dai mezzi audiovisivi è nettamente in contrasto al mondo della fede, al Regno di Dio che l'uomo fatto cristiano è chiamato a realizzare. Perciò la mentalità che un non retto uso di tali mezzi può determinare nello spettatore è decisamente contraria alla fede.

Quanto queste negative conseguenze siano presenti nella società e quindi nelle varie comunità parrocchiali, non occorre sottolinearlo: è cosa troppo evidente.

CONSEGUENZE POSITIVE:

a) Una prima conseguenza positiva derivante da un retto uso di tali mezzi audiovisivi è l'apertura degli spiriti sul mondo intero. Già ho citato quanto Pio XII scriveva nella «Miranda Prorsus» a proposito della radio, che a maggior ragione vale per il cinema e la televisione. Veramente si può affermare che questi mezzi annullano le distanze anche per i ceti sociali meno abbienti, anche per le persone meno colte, avvicinano i popoli più lontani, facendone conoscere la mentalità, gli usi, i costumi, i problemi che li angustiano.

«Oggi è la fine dei mondi chiusi in se stessi, nei loro problemi, nei loro avvenimenti: oggi ogni ambiente è aperto; la famiglia, la parrocchia, la scuola, il convento non hanno più chiusura quando può entrarvi la televisione. Vogliano o no, i nostri cristiani anche di piccole isolate parrocchie, sono investiti e

penetrati dai problemi e dagli avvenimenti di tutto il mondo con una rapidità e con una violenza di penetrazione che è inutile, è dannoso voler ignorare». (7a)

Usate bene, queste tecniche veramente «offrono la possibilità di collaborazione e di scambio spirituale, strumenti di civiltà tra tutte le genti del globo; prospettiva tanto cara alla Chiesa che essendo di natura universale desidera l'unione di tutti nel comune possesso di valori autentici» («Miranda Prorsus»).

E' così facilitato l'esercizio della «carità che dà realtà alla verità».

b) Una seconda conseguenza positiva è la grande possibilità di diffusione della cultura in ogni ceto sociale e fra le grandi masse. E' ancora Pio XII nella «Miranda Prorsus», che sottolinea questa felice possibilità: «Le tre principali tecniche audiovisive di diffusione, il cinema, la radio, la televisione, non sono pertanto semplicemente dei mezzi di ricreazione e di svago, anche se una gran parte degli uditori e degli spettatori le considerano prevalentemente sotto questo aspetto, ma di vera e propria trasmissione di valori umani, soprattutto spirituali, e possono costituire pertanto una efficace forma di edificazione della cultura in seno alla società moderna». (8)

Diffondere la cultura (quella vera, ancorata ai valori dello spirito) significa collaborare allo sviluppo, alla vita di fede. L'uomo chiamato «a rendere reale la verità» trova così un non piccolo aiuto nel conoscere la porzione di verità racchiusa in ogni spirito.

c) La diffusione della cultura è favorita dai mezzi audiovisivi non solo perchè questi raggiungono coi loro messaggi un gran numero di persone, ma anche e soprattutto perchè, avendo come elementi essenziali del loro linguaggio l'immagine e il suono, facilitano la conoscenza delle realtà spirituali.

E' sempre Pio XII che lo sottolinea: «Le tecniche audiovisive permettono di comunicare un messaggio su vasta scala per mezzo dell'immagine e del suono. Tale forma di trasmissione dei valori spirituali è perfettamente conforme alla natura dell'uomo. E' però nella natura dell'uomo arrivare alla conoscenza spirituale attraverso quella sensibile; perchè ogni nostra conoscenza prende inizio dai sensi. (Summa Theol. I, 9). Anzi il senso visivo essendo più nobile, più degno degli altri sensi, conduce più facilmente alla cognizione delle realtà spirituali». (9)

Avendo una simile capacità a diffondere la conoscenza delle realtà spirituali, le tecniche audiovisive aprono nuove possibilità di evangelizzazione, o meglio pongono l'esigenza di nuovi modi nella diffusione del messaggio evangelico, aderenti alle esigenze che questi mezzi hanno creato nell'uomo.

COMUNITA' PARROCCHIALI E MEZZI AUDIOVISIVI

La comunità parrocchiale ha la funzione di condurre l'uomo inserito nel contesto storico in cui Dio l'ha posto, al Regno di Dio, alla Casa del Padre aiutandolo a «rendere reale la verità nella carità».

I mezzi audiovisivi, elementi importanti del contesto sociale odierno, possono essere dannosi oppure di utilità all'uomo d'oggi nel suo costruire la verità, nell'edificare il Corpo Mistico di Gesù Cristo. E' evi-

dente allora che la comunità parrocchiale non può né ignorare, né opporsi programmaticamente all'uso e al diffondersi delle tecniche audiovisive. Sarebbe un ostruzionismo inutile e dannoso.

Conforme all'impegno che incombe ad ogni cristiano, di redimere il tempo in cui vive con le realtà che esso contiene, la comunità parrocchiale dovrà inserirsi nell'uso che i cristiani a lei affidati fanno dei suddetti mezzi, per metterlo al servizio della sua funzione di guida al Regno. L'inserimento dovrà avvenire in modo adeguato alle possibilità dei mezzi stessi (che pure essendo notevoli sono sempre limitati) e alla realtà cui devono servire, che ha un carattere soprannaturale.

Uno dei modi più efficaci di un inserimento nell'uso di tali mezzi è quello di un'azione formativa verso coloro che di essi si servono. (Oggi da noi sono la quasi totalità dei cristiani).

E' quanto si augura Pio XII nella «Miranda Prorsus».

«Lo spettacolo comprende generalmente non soltanto elementi ricreativi e informativi, ma svolge anche una funzione educativa... Perchè lo spettacolo possa svolgere la sua funzione, occorre uno sforzo educativo che prepari lo spettatore a capire il linguaggio proprio a ciascuna di queste tecniche e a formarsi una coscienza retta che permetta di considerare e giudicare con sano criterio i vari elementi offerti dallo schermo cinematografico o televisivo e dall'altoparlante, perchè non abbia — come spesso avviene — a lasciarsi trasportare disordinatamente dalla loro forza fascinatrice». (10)

Questa azione di formazione, si dirà in altro documento della Segreteria di Stato, dovrà tendere a dare allo spettatore la capacità di «giudicare ed usare del fenomeno cinematografico da uomo e da cristiano». (11)

Genericamente parlando, l'azione di formazione dovrà tendere a creare nell'individuo partecipe della comunità parrocchiale, una solida capacità al retto uso dei mezzi audiovisivi (i danni o i benefici derivano infatti dall'uso che se ne fa). Una capacità che deve diventare un patrimonio della persona, così profondamente posseduto da essere istintivo il suo uso. L'azione da svolgere non potrà perciò contenersi nell'ambito di una semplice informazione, ma dovrà scendere più a fondo, dovrà spiegare, giustificare, dar ragione.

In particolare l'azione formativa dovrà dare allo spettatore la capacità di usare delle tecniche audiovisive da uomo e da cristiano.

Usare da uomo. Le caratteristiche dell'uomo le conosciamo: intelligenza, volontà, libertà. Compito dell'azione formativa sarà di educare ad ascoltare quanto è offerto dai mezzi in questione da esseri intelligenti, volitivi, liberi. Sarà, perciò, elemento fondamentale di una tale azione formativa, far conoscere tutto ciò che serve ad una comprensione del linguaggio tipico di ciascuna tecnica. E' solo comprendendo quanto da questa ci viene comunicato, che si può creare un rapporto col proprio mondo spirituale: ed è conoscendo il modo con cui la comunicazione avviene, che ci si può sottrarre e superare «la sorta di incantesimo» inerente, ed andare al di là della limitatezza dell'immagine o del suono, per entrare nel

campo dell'idea e da questo ritornare al mondo della propria realtà personale per arricchirlo.

Usare da cristiano. In questo sta la novità del cristiano: essere possessore di una nuova realtà (la Grazia) che lo rende partecipe della natura divina, dando al suo agire una nuova e ben più ampia dimensione; che lo rapporta in maniera nuova (nella carità che costruisce il Corpo Mistico di Cristo) a Dio, al prossimo, al creato.

Questa « novità » deve essere tenuta presente dal cristiano di fronte ai mezzi audiovisivi non solo per valutarne i contenuti, ma per essere pronto ad accogliere tutte le suggestioni di bene in essi racchiusi e respingere i germi del male, rispondendo così alla attesa di rivelazione del divino che è presente anche in queste tecniche come in ogni creatura.

COME LA COMUNITÀ PARROCCHIALE PUÒ SVOLGERE QUESTA AZIONE DI FORMAZIONE?

— Innanzi tutto rapportando la sua azione (che in gran parte è catechetica) a quanto viene proposto dalle varie tecniche audiovisive. Tali proposte, si è visto, incidono fortemente sull'animo dell'uomo d'oggi e sovente costituiscono il parametro con cui si guarda alla vita o addirittura il metro con cui si vive. Ciò accade soprattutto nelle comunità a livello culturale ancora poco elevato.

Ogni messaggio portato all'uomo d'oggi senza tener conto delle sollecitazioni che a lui provengono da questa parte, rischia di rimanere inascoltato perché giudicato sorpassato, inattuale, non più aderente ai bisogni odierni. E' la situazione in cui si trovano molti giovani oggi: diffidano quasi istintivamente della Chiesa e delle sue istituzioni perché la vedono legata al passato.

Svolgendo tale azione occorrerà avere l'avvertenza di tenersi su un piano di grande equilibrio; pronti a combattere i germi di male, ma ancor più pronti a valorizzare le proposte di bene.

Il messaggio evangelico così ancorato nel suo comunicare alle realtà che interessano l'uomo di oggi, riacquisterà la perenne attualità che gli è consona ed il suo inserimento nell'esperienza quotidiana sarà molto facilitato.

Se l'uomo oggi, pur avendo un pressante bisogno di Gesù nella sua vita quotidiana, non riesce a capirne il messaggio, dipende forse anche dal fatto che questo è proposto in modo inadeguato: la comunità parrocchiale non è cioè inserita nel tempo in cui vivono quelli che essa deve guidare al Regno.

Rapportare ad esempio la catechesi normale agli interessi suscitati da una trasmissione radiofonica, televisiva, oppure alla problematica contenuta in un film di successo, può significare trovare presso chi ascolta la strada dell'accettazione del messaggio che si comunica.

Accogliere suggerimenti validi, contenuti nei programmi delle tecniche in questione, ed usarli come motivi di impegno per l'attività della comunità parrocchiale, significa offrire veramente ad ogni fedele la possibilità di inserirsi nella realtà in cui vive per redimerla con una sua presenza di carità.

Notizie di avvenimenti interessanti altri uomini, riprese, studiate, approfondite, danno alla comunità parrocchiale oltre che un profondo significato di attualità, anche una dimensione universale di cui naturalmente beneficeranno tutti i suoi componenti.

— L'azione di formazione all'uso retto dei mezzi audiovisivi non potrà poi trascurare un'azione specifica tendente a far conoscere tutto ciò che serve alla comprensione del linguaggio tipico di ciascuna tecnica. Sarà perciò compito della comunità parrocchiale dar vita ad una serie di iniziative che realizzino tale azione: dai circoli culturali con specifico riferimento agli audiovisivi (al cinema soprattutto), a corsi veri e propri sul linguaggio di tali mezzi e sui problemi ad essi connessi, altre alle varie iniziative che ogni parrocchia riterrà adatte alle sue comunità.

Tutto questo imporrà a chi presiede e dirige la comunità parrocchiale (il parroco ed i sacerdoti, che con lui collaborano) nuovi impegni e sacrifici: ma è la legge della redenzione.

— Molte parrocchie in Italia posseggono sale cinematografiche (il cinema, tra gli audiovisivi, è il più usato ed il più incidente). Non sarà fuori luogo richiamare che la presenza della parrocchia in un campo tanto lontano dai suoi interessi (quale quello di una gestione cinematografica) è giustificata solo da un uso pastorale della sala stessa. I documenti della Chiesa indicano alle sale cinematografiche dipendenti dall'autorità ecclesiastica le seguenti finalità: offrire spettacoli istruttivi e ricreativi di ispirazione cattolica soprattutto alla gioventù; diventare sussidio alla predicazione pastorale; essere strumento di elevazione, di educazione, di miglioramento.

Siamo sul piano della comunità parrocchiale che anche attraverso la sala cinematografica diventa strumento di inserimento in Gesù Cristo.

La parola di Dio « è lievito che fermenta ».

Occorre però che essa venga introdotta nella massa perché possa comunicare la sua forza, il suo fermento. E' il compito della comunità parrocchiale. L'inserimento del lievito evangelico deve essere fatto in modo conforme alle esigenze dei tempi, usando una lingua che gli uomini capiscano.

Ciò non significa legarsi al tempo o al mezzo, ma redimere il tempo con le sue realtà.

« Come la Chiesa, la comunità parrocchiale si adatta alle circostanze esteriori, restando interiormente fedele a Cristo. »

Questa qualità spirituale, che è la fedeltà, controlla il suo dinamismo per permetterle di prendere maggiormente coscienza del dono della « tradizione », di esprimerlo secondo i bisogni del momento, di trovare attitudini nuove e forme che si adattino a situazioni nuove ». (12)

Francesco Ceriotti

(1) Ef. 4, 15.

(2) Ceriani, Opera di Cristo, pag. 282, Mazzanti, Milano 1946.

(3) Rom. 8, 19-23.

(4) Mons. Bortignon, Tecniche diffuse delle idee, pag. 42, Didascaleion, Milano.

(5) Pio XII - Discorso sul « Film Ideale ».

(6) Pio XII - Miranda Prorsus.

(7) Mons. Ceriani, Tecniche diffuse delle idee, pagina 55.

(7a) Idem.

(8) Pio XII - Miranda Prorsus.

(9) Pio XII - Miranda Prorsus.

(10) Pio XII - Miranda Prorsus.

(11) Lettera Segreteria di Stato al Presidente dell'O.C.I.C. per le giornate dell'Avana nel 1955.

(12) Th. Sanvet. - Construire l'Eglise aujourd'hui. Paris - Editions Ouvrieres.

PARLIAMONE INSIEME

UNA "TAVOLA ROTONDA" SUI MEZZI AUDIOVISIVI

Difendersi è più facile

La Redazione di Orientamenti Sociali ha organizzato in collaborazione con l'Ente dello Spettacolo una Tavola Rotonda sui mezzi audio-visivi alla quale hanno partecipato esperti di cinema e di radio-televisione, con lo scopo di mettere a fuoco i rapporti tra questi mezzi e taluni aspetti della evoluzione sociale del nostro paese.

I quesiti proposti agli intervenuti riguardavano le incidenze degli audio-visivi sulla mobilità sociale, il loro rapporto con il tempo libero e la loro funzione come canale di comunicazione di idee per lo sviluppo democratico del paese.

Quale ne sia la natura, l'incidenza del cinema tende ad esercitarsi in maniera diversa da quella della televisione. Lo spettacolo televisivo viene offerto, in generale, al piccolo nucleo familiare che si trova in condizioni psicologiche di reperibilità per certi aspetti massima e di reattività minima.

Lo spettacolo cinematografico, invece, almeno in questi ultimi anni nei quali lo svago puro e semplice tende ad essere garantito, con maggior comodità, dalla TV, diviene sempre più oggetto di scelta, almeno generica (uscire di casa per andare al cinema) e molto spesso specifica (andare a vedere un determinato film), e tende a presentarsi via via di più come esperienza culturale che gli individui ricercano e di fronte alla quale si pongono con senso critico maggiore, almeno in valore relativo.

Evidentemente tali tendenze si delineano in maniera sfumata e lenta. Molta, troppa, produzione cinematografica è ancora ad un livello culturale infimo e perciò stesso ad un livello morale infimo giacché per sua natura un film idiota è immorale;

molti troppi, spettatori vanno ancora al cinema alla ricerca di una evasione la più sonnolenta possibile. La tendenza però, che era inizialmente solo di élite, di ricercare nel film una espressione d'arte e di pensiero, va allargandosi verso strati sempre più ampi di popolazione e c'è ragione di credere che l'innalzamento del livello culturale che, in clima di libertà, si va realizzando, contribuirà al raggiungimento di mete più elevate.

Entrando nel merito della qualità delle incidenze degli audio-visivi, un punto di concordanza delle varie opinioni è stato la constatazione della imposizione, da parte soprattutto della televisione, di necessità artificiali, di modelli culturali ed umani eterogenei alla natura del nostro popolo. Non sempre — si è detto — nella compilazione dei programmi, si tiene conto delle esigenze reali delle persone, esigenze di natura spirituale, psicologica e materiale; troppo spesso le risposte offerte trascurano queste necessità reali per proporre « prodotti di cultura » eterogenei e tali da provocare forzature, suscitando esigenze per l'appunto artificiali e proponendo modelli talvolta certamente suggestivi, ma irreali e magari negativi.

E' profondo lo squilibrio tra il « clima » broghese della produzione media televisiva e la reale situazione della gran parte della popolazione utente (per non parlare della non utente!).

Va da sé che queste « forzature », in misura che rappresentano stimolo ad una rottura di mentalità e di ambiente, verso situazioni più evolute, sono eventi per loro natura positivi, ma il fatto riscontrato in varie parti d'Italia, ad esempio, che la televisione venga dalla popolazione, talmente relegata in un qua-

dro fantastico, da ritenere irreali le stesse notizie del Telegiornale, mostra chiaramente che in questo senso non si opera verso la rottura di situazioni da superare, ma ci si isola sempre più da esse, contentandosi di esercitare nei loro confronti la funzione della favola scacchieristica.

La televisione deve avere funzione educativa o di semplice svago? E' evidente che l'utente paga un canone per fruire di un servizio e che chiede essenzialmente uno svago. Da altra parte la TV, oltre che un servizio a pagamento è, e non può non essere almeno in Italia stante anche quanto sopra detto, un servizio pubblico e sotto tale profilo ha una funzione precisa cui adempiere nei confronti della società. Questa funzione può andare sotto la denominazione generica di « educativa ». Essa però, non deve essere intesa come dovere di preparare « alcuni » programmi educativi (Telescuola e simili, per intenderci), bensì come esigenza di impostare l'intera produzione tenendo conto del dovere di contribuire all'elevazione morale e civile della popolazione.

Si tratta di un compito difficile da assolvere; la tendenza al paternalismo moralista è sempre in agguato.

D'altra parte, e questo è importante rilevarlo, in una società in evoluzione come la nostra, con la forma sostanzialmente dialogica dei rapporti in essa intercorrenti, con lo sganciamento da archetipi sociali ed umani che la caratterizza (da quegli archetipi che rappresentavano limite e binario al tempo stesso, di pensiero e di azione nei tempi passati), i mezzi audiovisivi in generale debbono porsi come strumenti di ricerca in comune dell'ubi consistam della nostra condizione umana qui ed adesso. In questo senso la funzione degli audiovisivi si allarga su esigenze di esperienza comunitaria ed in essi i compiti educativi medesimi assumono le caratteristiche di travaso di conoscenze e di esperienze piuttosto che di imposizione di modi di pensare e di agire.

Ed i cattolici?

La civiltà mette a disposizione mezzi di comunicazione di massa che, proprio per la loro natura strumentale, sono neutri: né buoni né cattivi. Semmai, come prodotto della ricerca umana, vanno visti sotto la luce positiva dei « doni di Dio ». Il problema per i cattolici è di studiarne le prospettive che aprono ed il possibile impiego e di utilizzarli come strumento di costruzione e di diffusione di cultura cattolica.

(SEGUE A PAG. 239)

PROBLEMI ED ORIENTAMENTI SOTTOLINEATI DAL MAGISTERO

a cura di GIROLAMO GRILLO

Convinti che la tradizione, ormai invalsa da qualche anno, di presentare ai settimanalisti, assieme ad altro materiale preparatorio, anche una esposizione schematica dei passi più salienti del Magistero Pontificio sull'argomento discusso, sia veramente di grande utilità ai fini di un effettivo raggiungimento della chiarezza di idee desiderata, si ritiene opportuno rispettare ancora la linea precedentemente seguita.

Diciamo subito che, se non sempre è cosa facile vergare una presentazione, che in quanto tale dovrebbe cogliere gli aspetti più importanti del discorso che è stato o sarà fatto, la difficoltà aumenta indubbiamente quando si ha l'arduo compito di sintetizzare il pensiero della Chiesa su di un determinato tema.

Si è cercato, come si avrà modo di rendersi conto, di seguire più che altro il filo logico offertoci dalla Prolusione e dalle stesse lezioni della Settimana di Siena, con l'intento di rendere più evidente le caratteristiche di orientamento che si vogliono raggiungere.

Ciò che appare chiaro nell'exkursus che segue, è soprattutto — vorremmo dire — la immensa preoccupazione della Chiesa e dei Pontefici di fronte alla esplosione quasi improvvisa di alcuni mezzi di comunicazione sociale e alla problematica sociologica, psicologica, culturale e morale a questi connessa.

Non è da meravigliarsi, naturalmente, se l'accento è posto più sulle incidenze di alcuni di essi (cinema), che di altri (radio e televisione).

Molto di quanto finora è stato sottolineato per il cinema e nelle Encicliche « Vigilanti Cura » di Pio XI « Miranda Prorsus » di Pio XII, e nei famosi discorsi sul film ideale del 21 giugno e del 28 ottobre 1955 di Pio XII, ha, senza dubbio, il suo grande valore, anche per la radio e la televisione, essendo la problematica delle incidenze sociali di questi ultimi mezzi di comunicazione sociale non soltanto accennata, ma talvolta chiaramente e precisamente messa in luce. Mancheremmo, però, della necessaria sincerità se cercassimo di affermare la esistenza di una esauriente trattazione dell'argomento.

Nessuna meraviglia: si è dinanzi a problemi nuovi, che andavano anzitutto attentamente guardati, prima di essere valutati e prima ancora che i cattolici fossero chiamati ad una azione tempestiva, per meglio valorizzare le incidenze positive e per arginare eventuali influssi negativi.

Proprio in questa prospettiva, nella certezza di adempiere ad una incombenza ardua ma nobilissima, al servizio della Chiesa universale, si inquadra il lavoro della XXXV Settimana Sociale dei Cattolici d'Italia.

RISPETTARE LE ESIGENZE DELLA PERSONA UMANA

Potente influsso degli audiovisivi sulla coscienza umana.

« Del resto, la particolare attenzione che la Santa Sede dedica ai problemi del cinema, il cui influsso sulla coscienza umana si manifesta tanto potente, viene confermata, come voi sapete, dalla recente costituzione di una Pontificia Commissione per la Cinematografia... » (Lettera della segreteria di Stato al Presidente del Consiglio Generale dell'O.C.I.C., del 16 maggio 1952).

« Ebbene, un film ideale ha proprio l'alto ufficio di porre la grande possibilità e forza d'influsso, che già riconosciamo alla cinematografia, al servizio dell'uomo e di essergli di aiuto a mantenere ed attuare l'affermazione di se stesso nel sentiero del retto e del buono » (Pio XII, Discorso sul film ideale, del 21 giugno 1955).

« Non si tratta più dell'impiego buono o cattivo, che l'uomo e la società possono fare di questi mezzi potenti di azione posti a loro disposizione, bensì del dominio smisurato che lo strumento, sfuggendo al controllo del suo artefice, tende a esercitare oggidì sulla persona umana » (Lettera della Segreteria di Stato alla Settimana Sociale di Nancy, 14 luglio 1955).

« Infatti, questi mezzi tecnici, che sono, si può dire, a portata di mano di ciascuno, esercitano sull'uomo uno straordinario potere e possono condurlo così nel regno della luce, del nobile e del bello, come nei domini delle tenebre della depravazione, alla mercè di istinti sfrenati, che gli spettacoli presentano ai sensi oggetti onesti o disonesti » (Pio XII, Miranda Prorsus).

La persona umana esige il rispetto della sua dignità e dell'altezza cui è stata chiamata da Dio.

« Il primo carattere, che (riguardo allo spettatore) deve contraddistinguere il film ideale, è il rispetto verso l'uomo. Non vi è, infatti, alcun motivo che lo sottragga alla norma generale, secondo la quale chi tratta con uomini deve essere compreso di rispetto per l'uomo. Per quanto le differenze di età, di condizione e di sesso possano suggerire un diverso contegno e adattamento rimane pur sempre l'uomo, con la dignità e l'altezza che il

Creatore gli diede quando lo fece a sua immagine e somiglianza... » (Pio XII, Discorso sul film ideale, del 21 giugno 1955).

« Non bastano per la sua valutazione il rispetto e la comprensione per lo spettatore, come la rispondenza alle legittime attese e ai giusti desideri di lui. Bisogna anche che si adegui alle esigenze del dovere inerente alla natura della persona umana e, in parti-

PROLUSIONE

colare, dello spirito » (Pio XII, Discorso sul film ideale, del 21 giugno 1955).

« A nessuno, infatti, sfugge quanto il cinema, la radio e la televisione possano contribuire ad una maggiore elevazione della dignità umana, a propagare e a divulgare l'arte vera e la verità » (Giovanni XXIII, Lettera Apostolica « Boni Pastoris »).

Gli audiovisivi possono costituire, però, una minaccia per l'autonomia spirituale dell'uomo.

« Non possiamo, però, senza dispiacere richiamare l'attenzione sui pericoli per i costumi, che non raramente derivano dal cinema, dalla radio, e dalla televisione, da cui sono messe a repentaglio le buone abitudini cristiane e la stessa dignità » (Giovanni XXIII, Lettera Apostolica « Boni Pastoris »).

« Anche più pericolosa del progresso tecnico dello scorso secolo, di cui si poteva pur dire che nobilitava la materia a scapito dell'operaio, l'irruzione nella nostra società delle tecniche moderne di diffusione minaccia l'uomo nella sua autonomia spirituale » (Lettera della Segreteria di Stato alla Settimana Sociale di Nancy, dal 14 luglio 1955).

« Sotto la pressione di un dirigismo informativo, mediante la seduzione dell'immagine e mediante l'ossessione della propaganda, l'azione congiunta della stampa, della radio, del cinema o della televisione riesce ormai a foggare la coscienza dell'individuo a sua insaputa, invade a poco a poco tutta la sua attività mentale e determina atteggiamenti che vengono ritenuti

spontanei » (Lettera della Segreteria di Stato alla Settimana Sociale di Nancy, 14 luglio 1955).

...con aspetti negativi per le forze spirituali della nazione.

« Davanti alla nostra mente non cessa di essere presente il quadro doloroso della potenza malefica e sconvolgitrice degli spettacoli cinematografici. Ma come non inorridire al pensiero che, mediante la televisione, possa introdursi tra le stesse pareti domestiche quell'atmosfera avvelenata di materialismo, di fatuità e di edonismo, che troppo sovente si respira in tante sale cinematografiche? Davvero non si potrebbe immaginare cosa più fatale alle forze spirituali della nazione, se davanti a tante anime innocenti, in seno alla famiglia stessa, dovessero ripetersi quelle impressionanti rivelazioni del piacere, della passione e del male, che possono scuotere e far rovinare per sempre tutta una costruzione di purezza, di bontà e di sana educazione individuale e sociale » (Pio XII, Esortazione « I rapidi progressi », 1° gennaio 1954).

Possibili rischi cui si va incontro, se non si tiene conto della legge morale cristiana.

« Come, nello sviluppo della tecnica industriale del secolo scorso è sempre accaduto che la macchina, destinata a servire l'uomo, lo ha piuttosto dolorosamente asservito, così anche oggi, se lo sviluppo dei mezzi audiovisivi di comunicazione sociale non viene sottoposto al giogo soave della legge di Cristo, rischia di essere causa di infiniti mali tanto più gravi, perché verrebbero asservite non solo le forze materiali, ma anche quelle spirituali, così privando le scoperte dell'uomo dei grandi vantaggi che le erano il fine provvidenziale » (Pio XII, Miranda Prorsus).

Occorre tutelare i valori personali della società odierna.

« E' questo un compito che deve attirare l'attenzione dei cattolici militanti, uniti con tutti gli uomini di buona volontà, che sentono quanto sia urgente tutelare i valori personali della società odierna » (Lettera della Segreteria di Stato alla Settimana Sociale di Nancy, 14 luglio 1955).

Si può ottenere una sana formazione della personalità dell'ascoltatore.

« Mentre trascinati nella loro china naturale, il cinema, la stampa, la radio e la televisione tenderebbero a favorire le reazioni delle masse, a ridurre l'opinione pubblica a un conformismo cieco e docile di pensiero e di giudizio, è, invece, possibile — e perciò si deve esigere — che nelle mani di uomini consapevoli delle loro gravi responsabilità, questi mezzi di diffusione divengano strumenti di una sana formazione della personalità del lettore, dell'ascoltatore e dello spetta-

«Lettera della Segreteria di Stato alla Settimana Sociale di Nancy, 14 luglio 1955».

I mezzi di comunicazione sociale debbono proporsi di servire l'uomo e non di soggiogarlo.

«Non senza motivo, analizzando i caratteri del film ideale, Sua Santità ha ricordato per primo il rispetto dell'uomo e del libero esercizio di tutte le sue facoltà, dichiarando altresì che il cinema deve tendere a rafforzare ed elevare l'uomo nella coscienza della sua dignità. E non si manca, forse, a questo rispetto quando si adoperano i diversi mezzi di cui la propaganda dispone per forzare coscienze poco formate, imporre loro opinioni preconcepite, fomentare in esse passioni malsane, abusare della loro fiducia per presentare i fatti falsamente e tendenziosamente? I milioni di lettori e di ascoltatori che ogni mattina giudicano gli avvenimenti sulla falsariga del loro giornale o della radio, sono garantiti che venga rispettato in essi, meglio ancora, che venga in essi educato il libero esercizio del loro giudizio? Se vuole essere morale, uno strumento della comunicazione sociale deve proporsi di servire l'uomo e non di soggiogarlo» (Lettera della Segreteria di Stato alla Settimana Sociale di Nancy, 14 luglio 1955).

Messi a servizio dell'uomo, gli audiovisivi esercitano innumerevoli vantaggi.

«Si sentono talvolta formulare dei lamenti circa i lati negativi della radio e sulla sua incidenza nella perversione degli spiriti e dei costumi. Bisognerebbe, allora, per il fatto che la mializia di alcuni abusi dei doni di Dio e delle scoperte dell'uomo, rendere inutili questi mezzi e gli altri benefici provvidenziali? Senza dubbio, è necessario condannare e impedire gli abusi; anzi è necessario prendere le misure più efficaci per reprimere questi. Quando, invece, alle conquiste di cui ogni generazione si arricchisce, è necessario valorizzare e fare in modo che il bene che ne risulta grazie all'azione dell'uomo di scienza e di coscienza, sorpassi e neutralizzi il male fatto da ignobili sfruttatori» (Pio XII, Discorso ai delegati della Conferenza internazionale di radiodiffusione ad alta frequenza; 5 maggio 1950).

«...non è difficile rendersi conto degli innumerevoli vantaggi della televisione, qualora essa, come ci ripromettiamo, sia messa a servizio dell'uomo per il suo perfezionamento» (Pio XII, Esortazione «I rapidi progressi», 1 gennaio 1954).

Debbono, però, prefiggersi di aiutare l'uomo a non perdere mai la coscienza della sua dignità...

«Poiché lo spettacolo cinematografico, come si è osservato, ha il potere di piegare l'animo dello spettatore verso il bene o verso il male, chiami-

remo ideale solamente quel film, che non soltanto non offende quanto abbiamo testè descritto, ma lo tratta con rispetto. Anzi, neppure ciò basta! Dobbiamo dire: che rafforza ed eleva l'uomo nella coscienza della sua dignità in cui nella sua natura fu posto dal Creatore; che, gli parla della possibilità di accrescere in sé le doti di energia e di virtù di cui dispone» (Pio XII, Discorso sul film ideale del 21 giugno 1955).

«Lascerà forse questo incessante progredire della tecnica, viva inquietudine, che assilla non pochi contemporanei, per il crescente dominio della tecnologia e delle sue applicazioni? Accadrà forse che il suo straordinario avanzare ed espandersi assoggetti l'uomo sempre più al potere e al dominio dei processi materiali, fino a sottrargli il naturale e legittimo posto di dominatore ed arbitro della realtà? Questo pensiero merita senza dubbio di essere seriamente considerato; tuttavia Noi stimiamo che ogni influsso lesivo della dignità della persona può essere rimosso, purché la tecnica, come ogni altro bene temporale, resti sempre in primo luogo a servizio dell'anima, dei fini spirituali e dei valori religiosi.

AUDIOVISIVI E TRASFORMAZIONI SOCIALI

Incidenza degli audiovisivi sul pensiero, sui costumi e sulla vita dei popoli.

«Ebbene, questo mondo cinematografico non può non creare intorno a sé un campo d'influsso straordinariamente ampio e profondo nel pensiero, nei costumi e nella vita dei paesi ove esso esplica il suo potere, soprattutto fra le classi più umili, per le quali il cinema costituisce sovente l'unico svago dopo il lavoro, e tra la gioventù, che vede nel cinema il mezzo rapido e dilettevole per saziare la naturale sete di conoscenza e di esperienza che l'età loro permette» (Pio XII, Discorso sul film ideale, del 21 giugno 1955).

LEZIONE PRIMA

«Tale sollecitudine deriva direttamente dalla missione affidata dal divin Redentore, perché questi nuovi mezzi, come tutti sanno, hanno un potente influsso sul modo di pensare e di agire degli individui e della umanità» (Pio XII, Miranda Prorsus).

Hanno apportato delle trasformazioni in tutta la vita sociale.

«Del resto, i rapidi progressi degli strumenti della comunicazione sociale

Tutti e singoli i settori della tecnica sono destinati e adatti a prestare più o meno direttamente un così alto servizio; ma le comunicazioni, e in particolare la radiodiffusione, hanno come la prerogativa di poter essere diretti ed efficaci veicoli del messaggio stesso di Cristo» (Pio XII, Messaggio Radiofonico ai partecipanti al terzo Congresso mondiale delle Comunicazioni, 11 ottobre 1955).

... e mirare alla comprensione dell'uomo nei diversi stati sociali.

«Ma non basta la comprensione dell'uomo in generale, quando il film si rivolge ad una determinata professione o condizione; occorre inoltre la comprensione specifica dei particolari caratteri nei diversi stati sociali. Il film deve comunicare a colui che vede ed ascolta il senso della realtà, ma di una realtà veduta con gli occhi di chi sa più di lui, e trattata con la volontà di chi fraternamente si pone quasi accanto allo spettatore per poterlo, se è il caso, aiutare e confortare» (Pio XII, Discorso sul film ideale, del 21 giugno 1955).

hanno tali conseguenze nella vita sociale, che oggi sembra necessario portare la questione su piano istituzionale...» (Lettera della Segreteria di Stato alla Settimana Sociale di Nancy, 14 luglio 1955).

Dette trasformazioni possono rilevarsi e nella vita di gruppo e nella vita dei singoli.

«Prima di intrattenervi separatamente sulle questioni relative a questi tre mezzi di comunicazione, e cioè al cinema, alla radio e alla televisione (sappiamo infatti che ciascuno di essi costituisce un fatto culturale con propri problemi artistici, tecnici ed economici), crediamo opportuno di esporre i principi che devono regolare la comunicazione, fatta su vasta scala, di beni destinati alla comunità e ai singoli individui» (Pio XII, Miranda Prorsus).

«A volte ci chiediamo se i dirigenti delle industrie cinematografiche conoscano in tutto il suo valore il potere che essi esercitano sulla vita sociale, sia nelle famiglie sia in più vasti raggruppamenti civili» (Pio XII, Discorso ai membri della Motion Picture Executive Committee of Hollywood, del 14 luglio 1945).

«Queste considerazioni acquistano tanto maggiore gravità da ciò, che il problema parla non a singoli, ma alle moltitudini, ed in circostanze di tempo, di luogo, di ambiente quanto mai propizie a suscitare non comune entusiasmo per il bene, come per il male, e a condurre a quella esaltazione collettiva, che può assumere — come la esperienza purtroppo insegna — forse addirittura morbosa» (Pio XII, Vigilanti Cura).

Aumentano le incidenze di natura sociale per il fatto che gli audiovisivi son destinati a gruppi enormi come estensione e struttura.

«Pure sfruttando i vari generi di spettacolo finora conosciuti, il cinema, la radio e la televisione usano, ciascuno, di nuovi procedimenti espressivi; costituiscono perciò un nuovo genere di spettacolo, non destinato a gruppi di spettatori, ma a milioni di uomini, diversi per età, ambiente e cultura» (Pio XII, Miranda Prorsus).

virebbe il nucleo essenziale di ogni Stato» (Pio XII, Discorso sul film ideale, del 28 ottobre 1955).

La vera democrazia è garanzia di una effettiva democratizzazione nella vita del Paese.

«L'esperienza ha rivelato i disordini causati da inammissibili pressioni qualche volta da questi (i mezzi audiovisivi - n.d.r.) esercitate; tuttavia, quanti governi non provano la tentazione di abusare della loro autorità diretta, sui mezzi di diffusione, per premere sull'opinione pubblica, foggia e orientarla a loro piacere! Senza parlare di questi inqualificabili *viols des foules*, propri dei regimi totalitari, è chiaro che il responsabile del bene comune deve per primo dare lo esempio di rispettare l'opinione pubblica, rischiarandola senza forzarla, difendendola senza soffocarla, ascoltandola senza farsene schiavo, in una parola, favorendone la sua educazione progressiva» (Lettera della Segreteria di Stato alla Settimana Sociale di Nancy, 14 luglio 1955).

Esiste, quindi, un obbligo preciso da parte delle autorità costituite perché sia garantita la obiettività della informazione.

«I problemi della stampa e dello spettacolo destano preoccupazioni ma anche speranze. L'influenza specialmente sui giovani, dei cosiddetti mezzi di comunicazione sociale, è universalmente nota, ed esige vigilanza da parte delle famiglie e delle autorità costituite, sensibilità morale in chi ha in mano tali mezzi, cautela nell'usarne, ed infine coscienza schietta e forte nei genitori e negli educatori...» (Giovanni XXIII, Discorso di chiusura dei lavori del quinto Convegno della Commissione Centrale per il Concilio; Cfr. «L'Osservatore Romano», 4 aprile 1962).

Favoriscono la collaborazione internazionale e l'unità fra i popoli.

«Per quanto concerne la scoperta marconiana, è stato più volte notato come essa grandemente risponda ai bisogni della presente umanità, sia che si tratti di lanciare un S.O.S. quasi grido di disperata angoscia invocante soccorso, o di chiedere da lontane regioni un raro farmaco che salverà un ammalato, o di concludere affari economici, specialmente se questi siano indirizzati al sollievo di popoli bisognosi o al comune benessere; ma in generale le comunicazioni rapide, quali la radiotelegrafia e la radiotelefonica, come tutti gli altri sistemi che vanno sotto il nome di telecomunicazioni, appaiono un profondo desiderio della anima umana. Per tanti secoli prigionieri dello spazio, gli uomini possono ora far intendere la loro voce ai propri simili ovunque si trovino, oltre gli oceani e i continenti, nella immensità dei mari e nelle altezze dei cieli. Essi si parlano e si vedono su la terra; onde il mondo apparisce come la casa degli

I MEZZI DI INFORMAZIONE NELLA SOCIETÀ' DEMOCRATICA

Audiovisivi e loro influsso sulla stabilità della vita democratica di una Comunità politica.

«Non è esagerato affermare che lo avvenire della società moderna, la stabilità della sua vita interna, dipendono in larga misura dal mantenimento dell'equilibrio tra la forza delle tecniche divulgative e la capacità di reazione individuale dei cittadini» (Lettera della Segreteria di Stato alla Settimana Sociale di Nancy, 14 luglio 1955).

Strumento e garanzia di una effettiva realizzazione del bene comune.

«E' tempo ora di guardare i suoi rapporti con la comunità medesima, in quello che esso ha e può avere di positivo, o, come suol dirsi, di costruttivo, conformemente al nostro assunto, che è di non muovere sterili accuse, ma d'indurre il cinema a rendersi sempre più atto strumento del bene comune. Che cosa di prezioso e preziosissimo può offrire un film ideale alla famiglia, allo Stato, alla Chiesa?» (Pio XII, Discorso sul film ideale, del 28 ottobre 1955).

Funzione degli audiovisivi in rapporto ad un allargamento di vita democratica.

«Debbono, dunque, gli uomini riconoscere, accettare, rispettare lo Stato, il diritto dello Stato a presiedere al bene temporale comune, come suo specifico fine. Ora, poiché anche in questo campo il disorientamento delle menti genera spesso legami o ripugnanze affettive, tornerà sempre a proposito di ricondurre gli animi a rinsaldare le vere basi della vita associata. Il cinematografo può rendere anche in ciò un grande servizio, benché non sia il primo e più importante suo ufficio. Tuttavia, con l'efficacia che gli è propria, la sua azione può intervenire opportunamente per impedire correnti dissolvitrici, richiamare l'attenzione su quanto di buono sia caduto in desuetudine, far apprezzare

quel che è stato falsamente valutato. Ciò si potrà ottenere, quando in un film di azione si debbano toccare istituti o attività statali, come sono i provvedimenti della legislazione, con-

LEZIONE SECONDA

figurandoli positivamente, così come li ha designati la natura e secondo le sue norme» (Pio XII, Discorso sul film ideale, del 28 ottobre 1955).

... da ottenersi puntando sulla realizzazione di un maggiore spirito comunitario.

«Impiegando le risorse artistiche, di cui non mancano gli autori e i produttori di valore, e senza arrestarsi in istruzioni teoriche, essi potranno agevolmente mostrare e richiamare alla consapevolezza degli spettatori ciò che a tutti giova, ciò che veramente protegge, ciò che aiuta, nella comunità dello Stato, il perché del fare e dell'omettere da parte delle sue autorità. Non additammo forse abbastanza quanto il cinema ben fatto scenda in profondità e pieghi gli animi a ciò che esso vuole? Ebbene, un'azione, come questa descritta, quieterebbe e illuminerebbe le menti, ridurrebbe i sentimenti egoistici dannosi alla comunità, diffonderebbe una più fondata coscienza di collaborazione e più larghe idee per passar sopra, nell'interesse del pubblico bene, ad inevitabili errori, talora purtroppo irrevocabili» (Pio XII, Discorso sul film ideale, del 28 ottobre 1955).

«Così il cinema, senza abdicare al suo proprio carattere o soffrirne scapito, può adempiere la sua parte a vantaggio della comunità, rinsaldare il senso della fedeltà allo Stato e promuoverne il progresso. Un film di tal genere sarebbe ben lontano dai film politici, di partito e di classe, o anche di un determinato paese; sarebbe semplicemente il film di tutti, poiché ser-

uomini, risonante della loro voce. In tal guisa è inevitabile, ma al tempo stesso confortevole, che essi, maggiormente conoscendosi e più direttamente parlando, penetrino sempre meglio la grande legge della solidarietà, la quale vincola fraternamente gli spiriti, nonostante le differenze di stirpe, di coltura e di interessi. Parimente le comunicazioni rapide contribuiscono a chiarire il fondamentale problema di una coesistenza e convivenza armoniosa tra i popoli, ad appianare i contrasti, a diffondere la coscienza della responsabilità morale di coloro cui spetta il dovere, negli organismi internazionali, di rendere effettiva la collaborazione tra le nazioni» (Pio XII, *Messaggio radiofonico ai partecipanti al terzo Convegno mondiale delle comunicazioni*; 11 ottobre 1955).

«Esiste un'altra grande famiglia, la comunità dei popoli, la cui realtà si delinea ogni giorno nettamente nel diritto, anche se essa è ancora compromessa seriamente da opposte ideologie e interessi particolari. Essa è destinata all'uomo, e perciò naturalmente è portata a considerare come sempre meno necessarie e meno utili certe barriere di separazione, contrarie ai principi superiori della solidarietà umana, e che lo stesso interesse e la comodità di ogni popolo rendono oggi indesiderate. In effetti, quando le attività economiche e politiche sono troppo circoscritte all'interno delle comunità nazionali, esse non tardano a divenire insufficienti e talvolta proprio impossibili.

Non si tratta qui — come tante volte abbiamo detto — di accettare o di promuovere delle coesistenze impossibili a causa dell'intransigenza che si impone nei riguardi dell'errore e del male. Tuttavia è chiaro che ogni sforzo per far regnare negli spiriti la luce della verità, nei cuori l'adesione al bene, e nelle opere l'azione coerente, contribuisce a superare gli ostacoli che si oppongono ancora alla coesistenza pacifica desiderata tra i diversi gruppi della comunità dei popoli.

In essa, come nella più piccola comunità familiare, i problemi non sono

facili a porsi e non è possibile sperare una rapida soluzione. Ma chi potrebbe negare che la televisione possa ancora una volta presentarsi agli uomini come uno strumento efficace di conoscenza reciproca e di mutua comprensione? Agli occhi, sovente meravigliati, di tutti, essa propone la vita reale dei popoli e gli aspetti delle diverse regioni, cogliendo sul vivo i momenti più interessanti e presentando le manifestazioni più spontanee.

Non è difficile prevedere fino a qual punto detta conoscenza approfondita spingerà gli uomini a considerarsi meno estranei e indifferenti gli uni con gli altri. Essi apprenderanno a godere con quelli che godono, a soffrire con quelli che soffrono. Sarà possibile ad essi sentirsi membri d'una sola grande famiglia: quella di Dio» (Pio XII, *Discorso ai partecipanti al Convegno dell'Unione Europea di radiodiffusione*; 21 ottobre 1955).

Valido strumento di progresso e di benessere purché posti a servizio della verità.

«Le telecomunicazioni hanno così acquistato un'importanza di primordine. Sono senza dubbio valido strumento di progresso e di benessere, ma a condizione che siano poste a servizio della verità, anche nel campo politico, al servizio del diritto e della giustizia, della stima e del rispetto che gli uomini si debbono fra di loro, al di sopra delle frontiere degli Stati, a servizio di tutto ciò che aiuta a renderli meno stranieri e a fomentare la reciproca comprensione. Nulla contribuisce più efficacemente ad ottenere questo risultato che la verità, la grazia, l'amore arretrati alla terra dal Redentore divino. Questi sono infatti i primi e non sostituibili fattori della unità spirituale degli uomini. Promuovere il più largamente possibile la loro diffusione nelle umane coscienze sarà l'ufficio più nobile, che le comunicazioni possono attribuirsi» (Pio XII, *Messaggio radiofonico ai partecipanti al terzo Convegno mondiale delle comunicazioni*; 11 ottobre 1955).

viene indirizzato, ma anche per gli adulti. Tuttavia bisogna assolutamente evitare che siffatto insegnamento venga a contrastare con la dottrina e gli imprescrittibili diritti della Chiesa e con la retta educazione della gioventù nella famiglia» (Pio XII, *Miranda Prorsus*).

Strumento d'informazione, di formazione e di trasformazione.

«La televisione entra già dappertutto e vi entrerà sempre più: nei locali pubblici, come nell'intimità della casa, in maniera che sarà possibile a tutti goderla con tranquillità e raccoglimento. Il bene o il male che possono risultare attualmente o più tardi dalle trasmissioni televisive, sono dunque incalcolabili e imprevedibili. Evitate assolutamente, di conseguenza, che essa serva ad espandere l'errore e il male, e fate di essa, al contrario, uno strumento di informazione, di formazione e di trasformazione» (Pio XII, *Discorso ai partecipanti al Convegno della Unione Europea di Radiodiffusione*, 21 ottobre 1955).

Condizioni perché possano riuscire nella loro missione educativa.

«Con ragione la radiodiffusione si considera come rivestita di una missione educativa, ma a condizione che essa non trascuri nel compimento di questa missione, ciò che ne è il fine principale: immagine di Dio, l'uomo ha il dovere di completare in se stesso la divina somiglianza nella maniera di pensare, di volere, di agire. Tutta l'educazione deve tendere ad aiutarlo. Il corpo dell'uomo, la sua vita temporale e materiale, devono essere oggetto di rispetto e di cura: lo abbiamo più volte ricordato. La sua anima e la sua vita intellettuale e spirituale incomparabilmente più degne di sollecitudine; esse sono, in fin dei conti, l'ultima e suprema ragione di tutta l'istruzione e l'educazione. Può, dunque, la radio escludere dal numero dei suoi doveri e dei suoi fini la formazione religiosa?» (Pio XII, *Discorso ai delegati della Conferenza internazionale di radiodiffusione ad alta frequenza*; 5 maggio 1950).

Importanza degli aspetti pedagogici dei mezzi di comunicazione.

«Ora noi, venerabili fratelli, già nella nostra Enciclica sull'educazione, del 21 dicembre 1929, abbiamo vivamente esortato i cattolici a promuovere opere intese a diffondere le buone letture e a promuovere spettacoli veramente educativi, creando, anche con grandi sacrifici, dei teatri e cinematografi, nei quali la virtù non solo abbia nulla da perdere, bensì molto da guadagnare. Di poi, preoccupati sempre più delle crescenti rovine che va seminando il cinema, non abbiamo dubitato, come sapete, di dedicare tutta un'enciclica a questo argomento, la *Vigilanti Cura* del 29 giugno 1936» (Pio XI, *Lettera Apostolica «Con singolare compiacenza» del 18 gennaio 1939*).

E' doveroso ed è nobile cosa, nello stesso tempo, lavorare per trasformare gli audiovisivi in strumenti di elevazione culturale.

«E', dunque, una delle necessità supreme del nostro tempo vigilare e lavorare perché il cinema non sia più scuola di corruzione, ma si trasformi anzi in prezioso strumento di educazione ed elevazione dell'umanità» (Pio XI, *Vigilanti Cura*).

«Non sarà mai troppo ampia la nostra lode a tutti quelli che si sono dedicati, o si dedicheranno, al nobilissimo intento di elevare il cinema ai fini dell'educazione, ed alle esigenze della coscienza cristiana, adoperandosi a questo scopo con competenza di tecnici, e non di dilettanti, per evitare ogni perdita di forze e di denaro» (Pio XI, *Vigilanti Cura*).

«...Convieni che tutti coloro i quali sono da tanto volgono ogni loro sforzo e mettano tutto il loro talento a creare, a promuovere una letteratura, un teatro, un cinematografo, che siano educativi e sani di concetto e di costume, e al tempo stesso interessanti ed attraenti, vere opere d'arte. I benemeriti intellettuali, che a questa impresa si dedicano, noi non li potremmo bastevolmente lodare e animare, quali apostoli del bene. E' però evidente che un tale carico di apostolato non è per tutte le spalle» (Pio XII, *Discorso del 20 settembre 1942*).

«Le misure e le iniziative adottate per salvaguardare tale inestimabile tesoro, per elevare il tono educativo e migliorare il contenuto dei film, non possono non essere approvate e incoraggiate dal Santo Padre» (Lettera della Segreteria di Stato, 18 aprile 1953).

Funzione istruttiva ed educativa dei mezzi di divulgazione.

«Già nell'Enciclica Divini Illius Magistri, abbiamo lamentato che questi potentissimi mezzi di divulgazione (come il cinema), che possono riuscire, se ben governati da sani principi, di grande utilità all'istruzione e all'educazione, vengono purtroppo spesso subordinati all'incentivo delle male passioni ed alla avidità del guadagno» (Pio XI, *Vigilanti Cura*).

«Basterebbe indicare le grandi stragi spirituali causate dalla stampa antireligiosa e semplicemente neutra, dal cinematografo e dalla radio, che dovrebbero essere elementi di educazione e di elevazione del popolo» (Pio XI, *Lettera Apostolica «Con singolare compiacimento»*, 18 gennaio 1939).

«In tale maniera al mondo cinematografico della produzione, da voi rappresentato, fa riscontro un particolare e ben più vasto mondo di spettatori, i quali con più o meno assiduità ed efficacia ricevono un determinato indirizzo alla loro cultura, alle idee, ai sentimenti e, non di rado, alla stessa condotta di vita» (Pio XII, *Discorso sul film ideale*, 21 giugno 1955).

«E' quindi nostro vivo desiderio, venerabili fratelli, che questi mezzi, i quali da lontano, con facilità e piacere, raggiungono la vista e l'udito, vengano adoperati specialmente per completare la formazione culturale e professionale, e soprattutto la formazione cristiana, base fondamentale di ogni autentico progresso anche umano. Vogliamo, quindi, esprimere il nostro compiacimento a quanti, educatori e insegnanti, usano del cinema, della radio e della televisione a tale nobilissimo scopo» (Pio XII, *Miranda Prorsus*).

Sua funzione nell'insegnamento scolastico.

«La televisione può anzitutto fornire un aiuto alle scuole e rendere più efficace l'insegnamento, diventando un elemento complementare della formazione degli allievi. Non si tratta naturalmente di sostituire la parola diretta del maestro, al quale incombe non solamente il dovere di insegnare, ma anche di raccogliere le impressioni dell'allievo, di ascoltare le difficoltà, di seguire i suoi progressi, di evitare o di correggere i suoi errori.

Ma sovente egli non ha a sua disposizione i mezzi, che contribuiscono a rendere la scuola più efficace e più attraente. Il professore di storia, ad esempio, sarà grandemente aiutato dalla proiezione di documentari che interessano i luoghi, che furono teatro di importanti avvenimenti; l'insegnamento della storia dell'arte riceverà profitto dalla possibilità di mettere sotto gli occhi degli alunni i capolavori della pittura, dell'architettura, le bellezze di una pinacoteca, ed in generale le meraviglie di una città, con una vivacità di rappresentazione che nessun libro potrà ottenere. Lo stesso nel campo scientifico, dove è molto difficile per un professore poter disporre di apparecchi complessi e costosi; è per lui un lavoro pesante poter seguire adeguatamente tutti i progressi della ricerca scientifica. Ed ecco che la televisione, con l'aiuto di programmi ben

ordinati conformi all'orientamento scolastico generale, può offrire delle trasmissioni di natura scientifica nel campo della biologia, della chimica, della fisica, della geografia: le sue dimostrazioni e i suoi esperimenti rendono più chiara l'idea, che il professore espone, e più comprensibile il funzionamento della macchina che egli deve spiegare» (Pio XII, *Discorso ai partecipanti al Congresso dell'Unione Europea di Radiodiffusione*, 21 ottobre 1955).

Si auspica l'ascolto guidato e la presenza di persone qualificate a questo scopo.

«...Occorre che egli abbia altresì sapere e capacità. Per esempio: il vulgarizzazione delle scienze e le produzioni della tecnica — si pensi ai film scolastici — offrono oggi alla scuola grandi possibilità, soltanto, però, se il maestro possiede larghe cognizioni e sa adoperare rettamente quei mezzi. Da qui il bisogno di una adeguata preparazione culturale e professionale, avendo cura al tempo stesso che il futuro maestro, nel corso della sua formazione non perda l'amore per il fanciullo e la volontà di dedicarsi con ardore al lavoro della scuola, lavoro apparentemente modesto, ma in realtà nobilissimo per l'alto fine a cui serve» (Pio XII, *Elogi e voti per l'Associazione Italiana Maestri Cattolici*, 10 settembre 1948).

Dovere dei cattolici di promuovere studi in questo campo.

«E' necessario, perciò, che i cattolici agiscano e promuovano studi nelle discipline che riguardano l'investigazione dell'animo umano, l'educazione, la critica, l'intelligenza dell'estetica circa le questioni che riguardano l'arte cinematografica...» (Giovanni XXIII, *Lettera a Mons. O'Connor, Presidente della Pontificia Commissione del Cinema, della radio e della televisione, nel 25° anniversario della «Vigilanti Cura»*).

AUDIOVISIVI E CULTURA

Gli audiovisivi sono un incomparabile strumento d'informazione e di cultura.

«Già in molte occasioni il Capo della Chiesa ha richiamato l'attenzione dei suoi figli sul potente mezzo di propaganda che il cinema è nel mondo odierno, e sui doveri dei cattolici in questa materia. Il cinema può essere, infatti, per tutte le classi della società, un incomparabile strumento di informazione e di cultura; può aiutare le nazioni e i popoli di civiltà più diverse a conoscersi e ad apprezzarsi; può, soprattutto, dare uno dei mezzi più efficaci nel diffondere le dottrine religiose e nell'educare spiritualmente la umanità» (Lettera della Segreteria di Sta-

to al Direttore dell'Office Catholique International du Cinema, 18 febbraio 1947).

Importanza degli aspetti didattici degli audiovisivi.

«A maggior ragione la stessa cosa si può dire dell'insegnamento, al quale

LEZIONE TERZA

il cinema, la radio e più ancora la televisione didattici, offrono notevoli vantaggi, non solo per i giovani, cui

AUDIOVISIVI E GIOVENTU'

LEZIONE QUARTA

Il giovane scopre nel film i particolari ed il ritmo della sua stessa vita.

«I giovani sono ora abituati a vedere nel film tutto in immagini. Il cinema — e voi stessi spesso ve ne lamentate — attira e cattiva il loro interesse. Perché la gioventù, e in generale il pubblico, si appassionano tanto per il cinema? Forse solamente per una inclinazione malsana? No. Gli spettatori sono affascinati e avvinti dallo

schermo, sul quale vedono proiettato ciò che suole chiamarsi una *tranche de vie*. Essi appena ravvisano e distinguono, diluiti nel corso monotono della giornata, i minuti particolari della loro vita quotidiana, ma provano un piacere, gioioso ed aspro, a riconoscerli, ad acquistare, per così dire, la coscienza del dramma della loro vita. Essi, però, al tempo stesso, rimangono colpiti dalle dottrine di errore e di menzogna, dal quadro delle passioni criminali e dei delitti mostruosi, presentati con vivacità alla loro immaginazione e alla loro sensibilità...» (Pio XII, *Sollecitudini pastorali nella esortazione ai Parroci e ai quaresimalisti di Roma*, 10 marzo 1948).

«La prima forza di attrazione sorge dalle sue qualità tecniche, le quali operano il prodigio di trasferire lo spettatore in un mondo immaginario, oppure, nel film documentario, di trasportare la realtà, distante nello spazio e nel tempo, sotto i suoi occhi. Alla tecnica spetta, dunque, il primato nell'origine e nella evoluzione del cinema...» (Pio XII, Discorso sul film ideale, 21 giugno 1955).

Enorme impresione esercitata dagli audiovisivi specialmente nel periodo di formazione.

«Ma vi è anche un'altra collaborazione, alla quale tutto, si direbbe, è nell'arte drammatica subordinato. Il pubblico, affascinato, dimenticando che è lì per guardare ed ascoltare, vive la scena, di cui viene ad essere in qualche modo l'attore più che il testimone; esso vive, sente, vibra, frema con tutta la potenza delle sue facoltà, in tutta la vivacità delle sue impressioni. E questa agitazione di tutto il suo essere è mossa e sostenuta da voi, attori, attrici del teatro e del cinema. Il più sovente l'impressione è durevole, talvolta indelebile. Lo spettatore esce dalla sala portando con sé convinzioni profonde e pregiudizi tenaci, elevate aspirazioni o cupidigie abiette.

Grande è dunque la vostra responsabilità! Se nella rievocazione dei medesimi fatti la storia, maneggiata da autori diversi, può divenire tendenziosa e parziale e servire alla propaganda di tesi opposte, che dire del dramma, il quale agisce così direttamente sull'animo dello spettatore, sui suoi sensi, sulla sua immaginazione, sulla sua impressionabilità, anche più che sulla sua ragione e sul suo giudizio» (Pio XII, L'essenza, la missione, i pericoli della nobile e delicata arte drammatica. Discorso ai membri del Centro Cattolico Teatrale; 26 agosto 1945).

Particolare incidenza sui giovani di ambiente meno provveduto.

«La vita di ogni giorno offre, purtroppo, innumerevoli esempi di tale pericolo: esso grava sulla gioventù, che può essere tanto facilmente influenzata, penetra fin nelle più remote campagne, e il fior fiore dell'intelligenza, per quanto meglio armata, non sfugge al suo influsso» (Lettera della Segreteria di Stato alla Settimana Sociale di Nancy; 14 luglio 1955).

Audiovisivi e formazione del carattere.

«...Ora, che cosa penetra dallo schermo nel più profondo dell'anima, dove vivo cresce il tesoro del sapere dei giovani e dove si delineano le norme e i motivi di condotta, modellandone definitivamente il carattere?» (Pio XII, Discorso ai membri della Motion Picture Executive Committee of Hollywood; 1 luglio 1945).

Aspetti negativi della incidenza.

«Inoltre, le vicende raffigurate nel cinema sono svolte da uomini e donne particolarmente scelti e per le loro doti naturali e per l'uso di espedienti tali, che possono divenire anche strumento di seduzione, soprattutto per la gioventù. Il cinema vuole per di più, a suo servizio, il lusso delle scenografie, la piacevolezza della musica, il realismo inverecondo, ed ogni forma di capriccio nello stravagante. E per ciò stesso il suo fascino si esercita con particolare attrattiva sui giovani, sugli adolescenti e sulla stessa infanzia. Così, proprio nell'età in cui si sta formando il senso morale e si vanno svolgendo le nozioni ed i sentimenti di giustizia e di rettitudine, dei doveri e degli obblighi, degli ideali della vita, il cinema con la sua diretta propaganda, prende una posizione schiettamente preponderante» (Pio XI, Vigilanti Cura).

E' necessario, allora, immettere nel giovane una capacità reattiva.

«Ma perchè lo spettacolo, in tali condizioni, possa compiere la sua funzione, occorre un'azione istruttiva ed educativa che prepari lo spettatore non solo a capire il linguaggio proprio a ciascuna di queste tecniche, ma specialmente a condurvisi e giudicare con maturo criterio i vari elementi offerti dallo schermo cinematografico e televisivo e dall'alto parlante, e non, come spesso avviene, lasciarsi prendere e trasportare disordinatamente dalla loro forza fascinatrice» (Pio XII, Miranda Prorsus).

Il problema dell'influsso degli audiovisivi sulla gioventù si impone, allora, all'educatore cristiano.

«La tecnica e l'arte del cinema hanno, in questi ultimi decenni, conosciuto sviluppi così rapidi, e l'influsso

che il cinema di fatto esercita sulla gioventù è talmente notevole, che lo educatore cristiano non può oggi trascurare questo problema posto alla sua coscienza professionale. E, se lo affronta, non dovrà forse cercare di rendere sua alleata una forza così potente e universale, la quale se rettamente orientata può essere utilmente indirizzata ad un altissimo scopo di miglioramento individuale e sociale? Con questo spirito i membri del Congresso di Madrid cercheranno di formarsi una chiara idea dello stato di cose determinatosi nei vari paesi in seguito ai progressi compiuti dal cinema, valutandone le ripercussioni, negative o favorevoli, avutesi nella formazione dell'intelligenza, del carattere, della sensibilità dei giovani spettatori, e di prendere in considerazione le possibilità educative e culturali di questa nuova arte, che, da lungo tempo ormai, ha cessato di essere un semplice spettacolo attrattivo. Compito, quindi, d'informazione oggettiva, ma nello stesso tempo di prudenti riflessioni pratiche» (Lettera della Segreteria di Stato al Presidente del Consiglio Generale dell'O.I.C.; 16 maggio 1952).

Utili a tale scopo le molteplici iniziative pubbliche.

«Ci sono note le iniziative promosse e dalle pubbliche autorità e da enti privati di educazione a fin di allontanare, per quanto possibile, i giovani da spettacoli non adatti alla loro età, troppo spesso gravemente pericolosi. Ogni opera compiuta in questo campo merita il nostro incoraggiamento, purchè si tenga conto che, ben più gravi di eventuali traumi fisiologici e psichici, sono da evitare i pericoli morali dei giovani; pericoli che costituiranno, se non prevenuti e allontanati tempestivamente, una vera e propria minaccia per la società» (Pio XII, Miranda Prorsus).

AUDIOVISIVI E FAMIGLIA

Molti film costituiscono indubbiamente un grave pericolo per la santità della famiglia.

«Tutti sanno quanto danno producano i film cattivi nelle anime. Essi vengono occasioni di peccato; inducono i giovani nelle vie del male, perchè sono la glorificazione delle passioni; espongono sotto una falsa luce la vita; offuscano gli ideali; distruggono il pu-

LEZIONE QUINTA

ro amore, il rispetto per il matrimonio, l'affetto per la famiglia. Possono altresì creare facilmente pregiudizi fra

mentre, invece, abbastanza lusinghieri potrebbero essere i risultati se ci si spostasse su di un piano positivo.

«Il film, che dimostra ogni giorno così grande interesse ed efficacia riguardo a questo argomento, dovrebbe aggiudicarsi come proprio quell'ufficio, e adempirlo, mostrando e diffondendo il concetto, naturalmente retto e umanamente nobile, della famiglia, descrivendo la felicità dei coniugi, i pregi di essere stretti dal vincolo degli affetti nel riposo e nella lotta, nella gioia e nel sacrificio» (Pio XII, Discorso sul film ideale; 28 ottobre 1955).

Incidenza della televisione sul nucleo familiare.

«Oltre l'influenza sull'insegnamento scolastico, bisogna considerare che la televisione può diventare un mezzo efficace per favorire l'unità della famiglia attorno al focolare domestico. Non che essa sia capace di sostituire gli altri mezzi indispensabili, di carattere spirituale e morale, suscettibili di creare e di fortificare i legami d'amore e di fedeltà tra i membri della società domestica. Ma, come tutti sanno, il divertimento — così come lo si concepisce oggi — importa delle conseguenze spesso nocive alla solidità del nucleo familiare; ben meritevole certamente sarà ciò che riuscirà a tenere legati alla casa grandi e piccoli, senza pretendere che essi rinuncino al riposo conveniente e necessario dopo giornate di lavoro e di studio.

Ora lo spettacolo televisivo può contribuire a questo effetto, riunendo tutta la famiglia attorno all'apparecchio; ma acciocchè questo insperato riaggiungimento del nucleo familiare agisca in senso costruttivo, è necessario che i redattori dei programmi si preoccupino sempre più del loro livello artistico, nel rispetto che è dovuto ai giusti criteri della morale umana e cristiana. Non si deve omettere di considerare le possibilità di questa diffusione, che dovrebbe essere senza dubbio facilitata

al fine di ottenere un numero più grande di spettatori. Sforzatevi dunque di sopprimere gli ostacoli di natura economica e giuridica, che impediscono l'estensione di un mezzo così utile. Studiate attentamente tutte le disposizioni amministrative, legali e tecniche, che possono accrescere la penetrazione: considerate però anzitutto i fini morali del vero bene degli uomini e delle famiglie» (Pio XII, Discorso ai partecipanti al Congresso dell'Unione Europea di Radiodiffusione; 21 ottobre 1955).

Si rende necessaria, allora, una maggiore valorizzazione degli aspetti positivi degli odierni ritrovati della tecnica.

«A maggior ragione la stessa cosa si può dire dell'insegnamento, al quale il cinema, la radio e più ancora la televisione didattica, offrono notevoli vantaggi, non solo per i giovani, ai quali viene indirizzato, ma anche per gli adulti. Tuttavia bisogna assolutamente evitare che siffatto insegnamento venga a contrastare con la dottrina e gli imprescrittibili diritti della Chiesa e con la retta educazione della gioventù nella famiglia» (Pio XII, Miranda Prorsus).

Grandi speranze offerte dalla televisione in rapporto all'unità del nucleo familiare.

«Mentre, infatti, in questi ultimi tempi il cinematografo, nonché le dure necessità del lavoro quotidiano tendono ad allontanare sempre più dalla casa i membri della famiglia, turbando in tal modo il naturale svolgimento della vita domestica, come non rallegrarci nel vedere la televisione contribuire efficacemente a ricostituire questo equilibrio, offrendo all'intera famiglia possibilità di prendere insieme onesto svago, lontano dai pericoli di compagnie e luoghi malsani?» (Pio XII, Esortazione «I rapidi progressi», 1 gennaio 1954).

PROPAGANDA E PUBBLICITÀ

Incidenze negative della pubblicità specialmente sugli animi giovanili.

«Dobbiamo anche richiamare con insistenza il grave dovere di escludere la pubblicità commerciale insidiosa o indecente, anche se fatta, come talvolta avviene, in favore di film onesti. Chi potrebbe dire quali rovine di anime, specialmente giovanili, simili immagini provocano, quali impuri pensieri e sentimenti possono suscitare, quanto contribuiscono alla corruzione del popolo, con grave pregiudizio della stessa prosperità della nazione» (Pio XII, Miranda Prorsus).

E' necessario rispettare le più elementari esigenze umane di libertà.

«Poichè il film riguarda l'uomo, sarà ideale quanto al contenuto quello che si adegua, in forma perfetta ed armonica, alle primordiali ed essenziali esigenze dell'uomo stesso. Esse sono fondamentalmente tre: la verità, la bontà, la bellezza, quasi diffrazioni, attraverso il prisma della conoscenza, dell'illimitato regno dell'essere, che si estende al di fuori dell'uomo, nel quale esse attuano una sempre più vasta partecipazione all'essere medesimo»

E' vero che, nei singoli casi, colui che si adopera, mediante l'arte o la

cultura, di porre l'uomo a parte di quel regno, si accorge infine di aver soddisfatto ben poco la sua insaziabile sete; tuttavia gli resta il merito di aver saputo distogliere a suo vantaggio un qualche rivolo della originale pienezza del vero, del buono, del bello nella misura del possibile e scevro da contaminazioni: ha conciliato in altre parole, la relatività dell'ideale col suo concetto assoluto. (Pio XII, Discorso sul film ideale; 28 ottobre 1955).

LEZIONE SESTA

Grave responsabilità di coloro che si servono di questi mezzi per diffondere notizie tendenziose.

«Ricade, quindi, su di voi, signori, e su quanti esercitano la vostra professione, la responsabilità non piccola di evitare e di respingere i documentari forniti da uomini di scarsa coscienza, i quali ne usano per diffondere notizie tendenziose, dando sproporzionata ed immotivata importanza ad alcuni particolari, ed omettendone o appena accennandone altri, in modo che gli spettatori dedurranno dal documentario giudizi falsi, forse dannosi per la concordia che deve regnare fra tutti i membri della grande famiglia umana» (Pio XII, Finalità della documentazione cinematografica; Discorso ad alcuni esponenti di Società cinematografiche americane; 30 agosto 1945).

Mal si conforma, perciò, con la dottrina della Chiesa l'atteggiamento di coloro che tendono a riservarsi l'uso di questi mezzi a scopo esclusivo di propaganda e pubblicità.

«Ma è contrario alla dottrina cristiana e alle superiori finalità dei mezzi audiovisivi di comunicazione sociale l'atteggiamento di coloro che cercano di riservarne l'uso esclusivamente a scopo di propaganda politica e di pubblicità economica, riducendo mezzi tanto nobili ad affare e commercio» (Pio XII, Miranda Prorsus).

Scopo degli audiovisivi è quello di servire la verità.

«Sia, pertanto, la prima finalità del cinema, della radio e della televisione quella di servire la verità e il bene. Devono servire la verità in modo da stringere ogni giorno più i legami tra i popoli, sicchè fiorisca in essi la mutua comprensione tra i pubblici poteri e i cittadini. Servire la verità comporta non soltanto tenersi lontano dall'errore, della menzogna e dall'inganno, ma anche evitare tutto ciò che potrebbe favorire concezioni della vita e della condotta umana false o parziali o tendenziose» (Pio XII, Miranda Prorsus).

DISCIPLINA GIURIDICA DEI MEZZI AUDIOVISIVI

Motivi che impongono l'intervento dei pubblici poteri, per la disciplina giuridica degli audiovisivi.

« Accertata la intima forza del film, e, considerato il fatto del suo largo influsso nelle schiere del popolo e nel costume anche morale, la cinematografia ha attratto l'attenzione tanto delle autorità competenti civili ed ecclesiastiche, che della collettività e di quanti sono dotati in un sereno giudizio e di un genuino senso di responsabilità. Invero come potrebbe essere lasciato in balia di se stesso o condizionato dal solo vantaggio economico un mezzo, in sé nobilissimo, ma così efficace ad elevare gli animi, come a depravarli? Un veicolo così lesto ad arrecare il bene, ma anche a diffondere il male? La vigilanza e la reazione dei pubblici poteri, pienamente giustificate dal diritto di difendere il comune patrimonio civile e morale, si manifestano con varie forme: con la censura civile ed ecclesiastica dei film e, se occorre, con la loro proibizione; con le liste dei film pubblicate da apposite commissioni esaminatrici, che li qualificano secondo il merito, per notizia e norma del pubblico. E' ben vero che lo spirito del nostro tempo, insofferente più del giusto dell'intervento dei pubblici poteri, preferirebbe una difesa che partisse direttamente dalla collettività. Certamente sarebbe desiderabile che si ottenesse l'unione concorde dei buoni contro il film corruttore, ovunque si mostri, per combatterlo coi mezzi giuridici e morali a loro disposizione; tuttavia una tale azione non è per sé sola sufficiente » (Pio XII, Discorso sul film ideale; 21 giugno 1955).

Dovere della collettività di esercitare una legittima vigilanza.

« Quando, all'inizio di questa esposizione, notammo che il cinematografo, in breve volgere di anni, ha quasi dato una sua impronta al nostro secolo, implicitamente affermavamo l'esistenza di rapporti tra esso e la comunità. Dal suo vasto influsso su questa e sul bene traemmo validi argomenti per affermare la importanza del film e il dovere che ha la collettività di esercitare una legittima vigilanza sulle sue qualità morali » (Pio XII, Discorso sul film ideale; 28 ottobre 1955).

LEZIONE SETTIMA

« L'autorità civile senza dubbio è tenuta a compiere il grave dovere di vigilare anche sui nuovi mezzi di comunicazione sociale; ma tale vigilanza non può limitarsi alla difesa degli interessi politici, bensì deve estendersi

a tutelare la moralità pubblica, saldamente fondandosi questa nella legge naturale, che, secondo quanto afferma la Sacra Scrittura, è scritta in tutti i cuori » (Pio XII, Miranda Prorsus).

L'autocontrollo non esime le autorità dall'obbligo di intervenire.

« E' ben vero che lo spirito del nostro tempo — come abbiamo detto nel passato — insofferente più del giusto dell'intervento dei pubblici poteri, preferirebbe una difesa che partisse direttamente dalla collettività; ma quest'intervento, in forma di autocontrollo esercitato dagli stessi gruppi professionali interessati se può lodevolmente prevenire l'intervento dell'autorità pubblica e impedire in radice eventuali danni morali non può assolutamente eliminare il grave dovere che ad essa compete » (Pio XII, Miranda Prorsus).

Interventi sul piano civile sono richiesti dal bene comune.

« Ma da parte sua l'autorità pubblica non fa che esercitare la sua funzione di promuovere il bene comune quando, pur favorendo una legittima libertà di stampa, limita gli eccessi di coloro che giungono a servirsi di queste armi: il giornale, la radio, il cinema o la televisione, per attentare alla pubblica moralità, propagare pericolosi errori, spandere le calunnie, diffamare persone, o esacerbare le passioni popolari » (Lettera della Segreteria di Stato alla Settimana Sociale di Nancy, 14 luglio 1955).

NUOVI STRUMENTI DI APOSTOLATO

Gli audiovisivi strumenti per la gloria di Dio e per l'estensione del suo regno.

« Se una questione così angosciata deve preoccupare tutti gli uomini di buona volontà amanti della loro patria, deve rendere più ardente lo zelo di quelli che, militando nell'azione cattolica dei diversi Paesi, si sono consacrati ad un apostolato così meritorio di elevazione religiosa e sociale. E se, da un lato, è necessario praticare vigile e ferma resistenza al male, che invade tutto, opponendosi ai film contrari alla concezione cristiana del mondo e alla vita onesta, d'altra parte una azione positiva e concentrata si impone più urgentemente per rendere il cinema strumento di sana

« La stessa vigilanza dello Stato non può essere considerata un'ingiusta pressione sulla libertà dei singoli individui, perchè si esercita non circa la loro persona privata ma rispetto a tutta la società umana, nella quale agiscono questi mezzi di educazione » (Pio XII, Miranda Prorsus).

L'opinione pubblica deve appianare l'azione dei pubblici poteri.

« ...Ed è un dovere dell'opinione pubblica sostenere sinceramente ed efficacemente ogni azione legittima, attuata da uomini dabbene e di onore, per bonificare i film, migliorarli ed aumentarne l'utilità » (Pio XII, Discorso ai membri delle Motion Picture Executive Committee of Hollywood; 14 luglio 1945).

...collaborando con le autorità.

Ai cittadini rispettabili, padri di famiglia, agli educatori, è aperta la via di assicurare l'applicazione e l'efficace sanzione di quelle provvide leggi, coll'avanzare alle autorità civili nei debiti modi denunce basate sul fatto, esatte in riferimenti, in persone e cose e parole, affinché ciò che di riprovevole venisse presentato al pubblico, sia impedito e represso » (Pio XII, Discorso agli Uomini di Azione Cattolica; 20 settembre 1942).

Lodevoli iniziative dei pubblici poteri in questo campo.

« Dinanzi a questi pericoli, in non pochi paesi, i pubblici poteri hanno preso provvedimenti, volti ad arginare lo straripamento dell'immoralità. Ma nel campo morale l'azione esteriore delle autorità, anche le più potenti, per lodevole ed utile e necessaria che sia, non è mai che da sola valga ad ottenere quei frutti sinceri e salutari che sanino le anime, sulle quali conviene che operi più alta virtù » (Pio XII, Discorso 22 maggio 1941).

educazione. Anche i progressi scientifici sono dono di Dio, dei quali bisogna servirsi per la sua gloria e per l'estensione del suo regno » (Lettera della Segreteria di Stato all'Office catholique international du cinématographe; 28 aprile 1934).

...mediante i quali è possibile ottenere un perfezionamento della vita morale dell'uomo.

« Oltre che servire la verità questi mezzi devono anche contribuire a perfezionare la vita morale dell'uomo. Ciò deve essere attuato nei tre settori di cui vogliamo trattare: l'informazione, l'insegnamento, lo spettacolo » (Pio XII, Miranda Prorsus).

Utilità degli audiovisivi come strumento di apostolato.

« A tutto ciò, diciamo noi, la Chiesa ha interesse. Deve destar meraviglia? Essa è al di sopra delle diversità nazionali, è universale. Essa trova nella radiodiffusione un concorso eminentemente prezioso al completamento della sua propria missione. E' vero che l'ascolto per radio d'una Messa non è la stessa cosa che assistere personalmente al divin sacrificio. La radio, però, non elimina completamente i contatti personali. Ma, di quale risorsa è essa per il Capo supremo della Chiesa e per gli altri pastori d'anime, a cui permette di rivolgersi ai loro figli spirituali e di pregare con essi.

Quale forza e quale stimolante religioso può apportare il microfono, che per molti è l'unico conforto, l'unico sostegno che possono ricevere. Pensate dunque a quelle migliaia di ammalati che stanno nel loro letto, alle popolazioni che non hanno nè chiesa nè prete. Per mezzo della radio, esse possono ancora vivere in comunicazione con le sorgenti della fede e della grazia » (Pio XII, Discorso ai delegati della Conferenza internazionale di radiodiffusione ad alta frequenza; 5 maggio 1950).

« Egli deve conoscere tutti i problemi che il cinema, la radio e la televisione pongono alle anime dei fedeli. Il sacerdote in cura d'anime, dicevamo ai partecipanti alla settimana di aggiornamento pastorale in Italia, può e deve sapere quel che affermano la scienza, l'arte e la tecnica moderna, in quanto riguardano il fine e la vita religiosa e morale dell'uomo. Egli deve imparare a utilmente servirsi quando, a prudente giudizio dell'autorità ecclesiastica, lo richiederà la natura del suo ministero sacro e la necessità di giungere a un più gran numero di anime. Se poi ne usa per sé, il suo esempio di prudenza, di temperanza e di senso di responsabilità sia di edificazione a tutti i fedeli » (Pio XII, Miranda Prorsus).

« E' qui, dilette figli, che vi colloca il vostro apostolato al servizio della verità e al servizio della Chiesa.

« Informare con dovizia su tutti i settori, economico, politico, sociale, scientifico, culturale, dell'attività nazionale e internazionale, senza trascurare le notizie locali, sempre tanto interessanti perchè più vicine alla vita di ciascuno. Ma altresì formare informando, secondo la gerarchia dei valori che voi sapete rispettare, dando il posto che si conviene ai fatti diversi, in rapporto agli avvenimenti della comunità umana e cristiana » (Giovanni XXIII, Formare informando al servizio della verità; Discorso ai Dirigenti della Associazione Nazionale francese dei Periodici cattolici di Provincia; 21 ottobre 1961).

LEZIONE OTTAVA

Deve consentirsi alla Chiesa l'accesso a questi nuovi mezzi di apostolato.

« E la Chiesa, essendo depositaria della dottrina della salvezza e di tutti i mezzi di santificazione, ha per sé l'inalienabile diritto a comunicare le ricchezze affidatele per disposizione divina. A tale diritto deve corrispondere il dovere da parte dei poteri pubblici di renderle possibile l'accesso anche a questi mezzi di comunicazione sociale, mediante i quali propaghi la verità e la virtù » (Pio XII, Miranda Prorsus).

Obbligo per i fedeli di adoperarsi in tal senso.

« I fedeli, poi, che ne siano figli devoti, conoscendo quale inestimabile dono sia la redenzione, nella misura delle loro possibilità devono adoperarsi affinché essa possa valersi di queste invenzioni tecniche, in quanto servano per santificare le anime » (Pio XII, Miranda Prorsus).

Importanza di questi nuovi aspetti dell'apostolato.

« Il vostro compito — voi non ne sarete mai abbastanza convinti — è un apostolato indispensabile. In un mondo in cui le moderne tecniche di diffusione estendono ad un numero di persone sempre più notevole la conseguenza degli avvenimenti di ogni ordine che si svolgono sul nostro pianeta, è necessario che cattolici competenti partecipino a questo sforzo di informazione. La posta è grave, in effetti, giacché si tratta del terribile potere di formare l'opinione pubblica, la cui influenza è tanto grande sullo sviluppo degli eventi » (Giovanni XXIII, Formare informando al servizio della verità; Discorso ai Dirigenti della Associazione Naz. Franc. dei Periodici catt. di Provincia; 21 ottobre 1961).

« Educate i lettori all'apprezzamento di ciò che è vero, buono, bello; sappiate dunque attingere la materia dei vostri servizi alle fonti inesauribili della verità della storia, del mondo dell'arte e della poesia, delle conquiste della scienza, della meravigliosa vita dell'universo, dei viaggi di esploratori e di missionari. Quale splendido orizzonte può essere offerto alle famiglie bene educate, senza peraltro appesantire con sfoggio erudito pagine destinate alla serena parentesi tra il quotidiano lavoro » (Giovanni XXIII, Insegnamenti per la stampa cattolica nella speciale udienza a « L'Avvenire d'Italia »; 18 ottobre 1959).

« Circa la radiofonìa, nessuno ignora come essa possa propagare verità o errori, virtù o vizi, concordia o discordia, carità fraterna o odio micidiale. Per quanto sia possibile, diciamo, perciò, — ciò che d'altronde abbiamo ribadito nella recente Enciclica « Miranda Prorsus » — che coloro i

quali sono animati da cristiana rettitudine o soltanto da buona intenzione, con grande diligenza propugnano una simile causa; facciamo di tutto, perciò, a che gli apparecchi ricevuti, che oggi sono in molte case, non abbiano ad allontanare dalla verità le menti allettandole con errori e non abbiano a spingere gli animi al vizio, con arti illecite, ma abbiano ad invitare alla virtù, a propagare la retta dottrina, a trattenere gli ascoltatori con sani divertimenti e specialmente ad alleviare da questi affanni che oggi specialmente agitano gli uomini.

Perciò — la qual cosa riguarda particolarmente Noi, i sacri Pastori e i cattolici — l'invenzione radiofonica richiede nuove industrie e nuove forze, mentre ci facilita di molto ciò che Gesù Cristo comandò agli Apostoli e ai loro successori: « Predicate il Vangelo a tutte le creature » (Pio XII, Discorso in occasione dell'inaugurazione dell'emittente della Radio Vaticana a S. Maria di Galeria; 27 ottobre 1957).

PARLIAMONE INSIEME

(SEGUITO DA PAG. 229)

La « difesa », legittima e necessaria, va tenuta presente ed esercitata senza paura, quando occorra. Sta di fatto però, che essa finisce, presso di noi, ad essere in genere considerata compito prevalente ed il più delle volte esaurisce con la sua sterilità ogni nostro intervento.

Il problema dei cattolici, quindi, è un problema di presa di coscienza della complessità del fenomeno degli audiovisivi, di un inquadramento in termini sostanzialmente positivi di tutto il problema, di un adeguamento dei nostri mezzi anche culturali alle prospettive da essi offerte, giusta l'indicazione più volte e chiaramente ribadita dal Magistero pontificio.

La constatazione che il mondo cattolico sia su posizioni « arretrate » rispetto a quelle del Magistero, non è certo prova di prudenza: dimostra sostanzialmente prigrizia mentale.

Un accenno, e purtroppo solo di un accenno si è trattato, è stato dedicato al problema delle prospettive che i mezzi audiovisivi aprono nel settore pastorale.

L'impegno ad approfondire questo argomento, come l'impegno a capire le nuove forme di civiltà che cinema, televisione, radio, offrono alla nostra società, possono rappresentare una buona occasione per portare la nostra preparazione di cattolici di questo tempo ad un maggior livello di comprensione del mondo in cui viviamo ed a un maggior grado di incidenza su di esso.

La Redazione

BIBLIOGRAFIA

AA.VV., **Atti del Congresso internazionale scuole cine e tv**, ed. « Bianco e Nero », 1958.

AA.VV., **Atti del convegno nazionale tv ragazzi**, ed. Giuffrè, Milano, 1955.

ALTARELLI A., **Cinema e TV strumenti educativi**, in « Cinema e Scienza TV », maggio 1959.

ANDREOLI L., **Pubblicità: fenomeno di suggestione e realtà economica**, in « L'Ufficio Moderno », Gennaio 1960.

ATTI DEL SYMPOSIUM PER LO STUDIO DELLA «MIRANDA PRORSUS», Roma, 1958.

★

Bambini e ragazzi dinanzi al televisore, in « Bollettino della Doxa », anno XV n. 13-14, 20 luglio 1961.

BARNOUW E., **Mass Communication: Television, Radio, Film**, Press: The Media and their Practice in the United States of America, N.Y., Rinehart, 1956.

BELLOTTO A., **Televisione e cultura popolare**, in « Comunità », Agosto-Settembre e Ottobre 1959.

BELLOTTO A., **Telediffusione nel Mezzogiorno d'Italia**, in « Nord e Sud », agosto 1960.

BELSON W.A., **Television and Family Life**, Relazione presentata all'Associazione Britannica per il Progresso della Scienza, York 1959.

BENOIST, **L'adulte et la famille devant la TV**, in « Réalité Familiale », 7, 1959.

BERELSON B.-SANOWITZ M., **Reader in Public Opinion and Communication**, Illinois Free Press 1950.

BERELSON B., **The State of Communication Research**, in « The Public Opinion Quarterly », Primavera 1959.

BOYD M., **Crisis in Communication: A Christian Examination of the Mass Media**, N.Y., Doubleday, 1957.

BORDEN N.H., **The Economic Effects of Advertising**, Chicago, Irvin, 1942.

BREMBECK W.L., and HOWELL W.S., **Persuasion: A means of Social Control**, N.Y. Prentice-Hall 1952.

BRYSON L., **Communication of Ideas**, Harper and Brothers, New York 1948.

CIAMPI A., **Significato sociale del consumo dello spettacolo nel Mezzogiorno d'Italia**, in « Prospettive Meridionali », Ottobre 1958.

CHIAROMONTE N., **Massa e valori di cultura**, in « Tempo Presente », 9-10, 1958.

DALLA VOLTA A., **Il problema psicologico della tv**, in « Atti del Convegno Nazionale di studi sulla tv per ragazzi ».

D'ALESSANDRO A., **Il valore psicologico dell'immagine televisiva**, in « Lo Spettacolo tv », ed. dell'Ateneo, Roma, 1957.

DE FLEUR M. e PETRANOFF R., **A televised test of subliminal persuasion**, in « The Public Opinion Quarterly », Estate 1959.

DEUTSCHMANN P.J. e DANIELSON W.A., **Il processo di diffusione delle grandi notizie**, in « Journalism Quarterly », vol. 37, n. 3, Estate 1960.

DIEUZEIDE H., **La tv menace-t-elle la culture?**, in « Tv », giugno 1958.

DIEUZEIDE H., **Possibilités éducatives de la tv**, in « Education et Cinéma », luglio 1958.

DOGLIO F., **Televisione e spettacolo**, in « Studium », Roma 1961.

DOOB L.W., **Public Opinion and Propaganda**, The Besset Presse, 1949.

DORE G., **La diffusione dei programmi radiotelevisivi nel Meridione**, in « Prospettive Meridionali », n. 7, 1958 - **La diffusione nel Sud della radiotelevisione**, ibidem, n. 8, 1959.

DUMAZEDIER J. e RIPERT A., **Effetti della televisione sulle altre attività di tempo libero**, in « Television et éducation populaire », n. 2, novembre 1960.

DUMAZEDIER J., **Loisir et idéologie**, in « Esprit », giugno 1959.

DUMAZEDIER, KEROS, SYLWAN, **Tv et éducation populaire**, Unesco, Paris 1955.

★

EMERY F., **Notes on the Psychology of TV**, in « Visual Aids Review », settembre 1957.

FREQUENZA AL CINEMA E PUBBLICITA' CINEMATOGRAFICA, in « Bollettino della Doxa », anno XIV, 28 dicembre 1960.

FRIEDMANN G., **Aspects sociologiques de la radio-tv**, « Cahiers Etudes Rt », 1957.

FRIEDMANN G., **Introduction aux aspects sociologiques de la radiotelevision**, in « Cahiers d'études de radio-tv », n. 5.

FULCHIGNONI E., **Le droghe invisibili**, « Centro per la elevazione sociale del lavoro », Roma 1959.

★

GALLO S., **Psicologia della radio e della tv**, Vallecchi, Firenze 1955.

GARCIA - JMENEZ J., **Ly en las antenas: deontologia del hombre y del programa**, Madrid, Lura-merica 1957.

GARRET M., **An Introduction to some Ethical Problems of Modern American advertising**, ed. Gregoriana, Roma 1961.

GIESDAL TOR, **Lo sviluppo della radio e della televisione nelle aree economicamente arretrate**, in « Revue de l'U.E.R. » n. 66, Marzo 1961.

GIRAUD J., **Le comunicazioni di massa e gli adolescenti**, in « Eco Scuola Nuova », 4, 1957.

GONIN M., **L'aspect moral du problème de la publicité**, in 23e Semaine Sociale de France, Lyon 1931.

Gli abbonamenti alle radiodiffusioni nel 1960, RAI, Torino 1961.

GRAZIOT ALPHANDERY H., **La tv dans la vie familiale**, in « Réalité Familiale », 7, 1957.

GREENE P.F., **La tv: la role de l'observation dans les relations humaines**, in « Television et éducation populaire », novembre 1960.

★

HAAG d.V., **Note sulla cultura di massa**, in « Tempo Presente », maggio 1960.

HAMILTON R.V., LAWLESS R.N. e MARSHALL R.W., **Television within the social matrix - Trends after 18 months of ownership**, in « The Journal of Social Psychology », agosto 1960.

HIMMELWEIT H., OPPENHEIM A.N., VINCE P., **Television and the child**, Oxford University Press, Londra 1958.

★

IGLESIS R., **La tv instrument de solitude**, Cahiers Etudes RT, 1959.

Indagini sull'ascolto della radio - Quaderni del servizio opinioni; RAI, Torino, 1961.

Indagini sull'ascolto della televisione - Quaderni del servizio opinioni, RAI, Torino, 1961.

Influenza della stampa, del cinema, della radio e della televisione, Atti della 34ª Settimana Sociale del Canada, Montréal, 1957.

I programmi TV nelle opinioni del pubblico - Quaderni del servizio opinioni, RAI, Torino 1959.

Il pubblico della TV - « Quaderni del servizio opinioni », RAI, Torino 1958.

Il terzo programma e il suo pubblico - « Quaderni del servizio opinioni », RAI, Torino 1959.

★

KATZ D., **Public Opinion and Propaganda**, N.Y. Dryden, 1954.

★

L'ascolto della radio e della televisione, in « Bollettino della DOXA », anno XIV, n. 21-22, 20 Dicembre 1960.

La radio e il suo pubblico - « Quaderni del servizio opinioni » - RAI, Torino 1957.

La televisione e il suo pubblico - « Quaderni del servizio opinioni » - RAI, Torino 1957.

LAZARSELD P.F., **Tendances actuelles sociologiques des communications**, Cahiers R.T., n. 23.

LEE M.C., **Studio delle comunicazioni di massa**, « Lo Spettacolo », dicembre 1959.

Le tecniche diffusive delle idee e la Comunità cristiana - Atti della Settimana Nazionale di Aggiornamento Pastorale, Didascalion, Milano 1961.

LEVI M.A., **La tv et ses repercussions sociales**, in « Revue UER », giugno 1958.

★

MALCOLM MACLEAN Jr. e EDGAR CRANE, **Le preferenze del pubblico per i programmi televisivi a contenuto educativo**, in « Audio Visual Communication Review », vol. 9; n. 2, Marzo-Aprile 1961.

MANNUCCI C., **La ricerca sociale e la RAI-TV**, in « Nord e Sud », n. 22, Ottobre 1961.

MAROTTI F., **La televisione fenomeno sociale**, in « Civiltà delle macchine », gennaio-febbraio 1962.

Mass Communication and Education, « Education Policies Commission », Washington 1958.

MAY R., **La TV e il cinema**, ed. Cinque Lune, Roma, 1958.

MINNICK W., **The art of persuasion**, Hangton Mifflin, Boston, 1957.

MYERS K.H., **Have we a decline in advertising appropriations?** in « The Journal of Marketing », Aprile 1959.

★

NEUMANN F.N., **Mass Communication Media**, in « Journalism Quarterly », autunno 1959.

ORIGLIA D., **I ragazzi e la TV**, in « Orientamenti pedagogici », marzo-aprile 1956.

OXENFELDT A., **A dynamic element in consumption. The TV industry**, in « Consumer Behaviour », ed. Lincoln Clark; New York 1958.

★

PACCINO D., **TV, giovani e intellettuali**, in « Il Ponte », giugno 1960.

PIZZORNO A., **La sociologia e la radio TV**, in « Mondo Economico », n. 4, 1959.

POWELL I.N., **The Anatomy of Public Opinion**, N.Y. Prentice-Hall, 1951.

★

RECHERCHES, **Actuelles sur les moyens d'information**, « Cahiers Centro Documentation », Unesco, n. 21.

RILEY J.W., **Mass Communication research**, in « Pub. Opinion Quarterly », estate 1958.

ROUSSELET J., **L'enfant et la TV**, in « Réalité Familiale », 7, 1957.

★

SCHRAMM W., LYLE J. PARKER E.B., **la televisione nella vita dei nostri bambini**, Stanford University Press, Stanford 1961.

SCHRAMM W., **Responsability in Mass Communication**, N.Y. Harper and Brothers, 1957.

SEKERAK R.M., **Mass Communication Media**, in « Audio Visual Communication Rev. », primavera 1957.

SIEPMANN C.A., **Radio, Television and Society** - N.Y., Oxford U. Press, 1950.

Sociologie de la Radio Television, Cahiers Etudes RT., n. 12.

STEIMBERG C.S., **The mass communicators**, N.Y., Harper and Brothers, 1958.

STRIVAY R., **Introduction aux problèmes de la TV éducative et scolaire**, in « TV », octobre 1957.

★

TANNER D., **TV and Education, A critical analysis**, « Teacher College Record », marzo 1958.

TARRONI E., **Problemi educativi della TV**, CIF, Roma 1957.

TARRONI E., **Quali interessi suscita la TV nei ragazzi**, in « Ragazzi d'oggi », dicembre 1956.

TARRONI E., **Ragazzi, radio e televisione**, ed. Malipiero, Bologna, 1960.

★

WAPLES D., **Print, Radio and Film in a Democracy**, Chicago, U. of Chicago Press, 1942.

WARNANT J., **Un an de recherches sur la radio et l'enfant**, in « Réalité Familiale », 1, 1957.

WUST R.H., **La guerre psychologique**, Lausanne, Payot, 1954.

il regno

MENSILE DI INFORMAZIONE CATTOLICA

SOMMARIO

DEL NUMERO DI GIUGNO

Problemi di attualità

Missioni nuove per tempi nuovi - Interscambio italo brasiliano di studenti: una esperienza concreta di cattolicità - E' finita la grande paura del proletariato spagnolo - Meglio « sotto padrone »: perché i giovani lasciano i campi (inchiesta).

Lo Studio del Mese

LUTERO, TORNA IN CONVENTO monaci e suore nell'odierno protestantesimo europeo:

- 1° Lutero svuota i conventi;
- 2° La rivincita del Vangelo;
- 3° Una speranza per l'unità: le comunità religiose protestanti in Europa;
- 4° Lutero, ritorna in Convento?

Informazioni dal mondo cattolico

ITALIA: la crisi attuale di vocazioni - La famiglia rurale: grande ammalata.

FRANCIA: l'ateismo: tentazione del mondo e risveglio dei credenti.

GERMANIA: la scuola confessionale resta ancora il migliore sussidio di formazione cristiana.

GUINEA: Sekou Touré si avvicina alla Chiesa, dopo le delusioni sovietiche.

Altri Articoli su: Austria - Inghilterra - Venezuela - Olanda - Cina - Svizzera - ecc.

Altre rubriche: Notiziario romano - Verso il Vaticano II - La parola ai laici - Notiziario ecumenico - Cultura.

A richiesta si invia GRATIS copia saggio

DIREZIONE E AMMINISTRAZIONE:
Via Sante Vincenzi, 45 - BOLOGNA

ABBONAMENTO L. 1.000 - C/C. 8/15575

I MEZZI AUDIOVISIVI IN FUNZIONE EDUCATIVA

(SEGUITO DA PAG. 218)

Sul rapporto di scuola, che è stato stabilito con successo attraverso la televisione (l'Italia a questo riguardo ha uno dei primi posti nel mondo), è stato detto che difficilmente esso potrà divenire rapporto educativo. La vera scuola, come il sacro rito della Messa, si celebra in un contatto più intimo e personale, quale i mezzi audiovisivi non saranno mai in grado di dare. Tuttavia, non sul piano dell'educazione e della scuola vera e propria, certamente su quello dell'istruzione, i mezzi audiovisivi e, in particolare, la televisione, riescono altamente efficaci e positivi. Le vecchie linee didattiche e metodologiche sono state superate soprattutto in virtù dell'avvento e dell'impiego scolastico dei nuovi mezzi.

Se poi usciamo dall'abito delle considerazioni scolastiche e prendiamo i mezzi audiovisivi nel complesso della loro efficacia dialogica, è facile riconoscere il loro grande contributo educativo. A parte il limite intrinseco della coscienza del nostro tempo, i mezzi audiovisivi garantiscono grandi possibilità educative all'umanità, in forza del dialogo che promuovono e consentono di attuare. Radio, televisione e cinema sono mezzi di cultura e di civiltà dialogicamente più aperti del libro, che d'altronde rafforzano sempre più, rendendolo accessibile a tutti. Attraverso i mezzi audiovisivi i popoli comunicano e si rendono meglio consapevoli della propria realtà e attività. L'idea di Stato e gli uomini politici, che prima erano confinati in una specie di metastoria e di favola, discendono al livello dell'umanità, divengono umani e comprensibili, perfino naturali, come la famiglia e i rapporti di vita di tutti i giorni. I servizi giornalistici, sotto questo aspetto, fruttano più istruzione e educazione che non certe iniziative scolastiche. Avvenimenti grandi e piccoli divengono il contenuto vivo di cultura e di sapere storico delle nuove generazioni. Probabilmente in questa capacità di rendere gli uomini presenti a se stessi, in questo contributo sempre maggiore al «conosci te stesso» di ciascuno e al dialogo e alla reciproca comprensione, consiste la vera funzione educativa dei mezzi audiovisivi.

Fortunato Pasqualino

La dinamica dello Spettacolo in Italia

(SEGUITO DA PAG. 224)

Si tratta di una ripresa ribadita altresì dal bilancio del 1961 della cinematografia italiana, un bilancio definito lusinghiero.

Il sensibile aumento della produzione — 245 film (contro 196 del 1960 e 158 del 1959) e 500 cortometraggi entrati in lavorazione — è solo un aspetto del progresso raggiunto in questo settore. Vi si registrano parallelamente, aumenti oltremodo significativi degli incassi e delle esportazioni, che attestano l'alta quotazione del film italiano sul mercato interno e interna-

zionale. Nel primo semestre del 1961 gli incassi dei film italiani hanno raggiunto la cifra globale di lire 24.407.766.134 (contro L. 23.179.931.519 nel corrispondente periodo del 1960). I biglietti venduti dal gennaio all'agosto 1961 sono stati 477.990.470 (nello stesso periodo del 1960 erano stati 479.518.960): la spesa del pubblico dal gennaio all'agosto del 1961 ammonta a L. 78.639.595.643 (nello stesso periodo del 1960 era stata registrata la spesa di L. 75.960.738.744).

Particolarmente favorevole l'andamento delle esportazioni: in soli quattro anni i ricavi dei film italiani sui mercati esteri si sono più che triplicati. Nel 1961 sono state effettuate vendite all'estero per ben 12 miliardi e 500 milioni di lire e sono stati largamente superati i risultati già soddisfacenti del 1960, durante il quale l'esportazione del film italiano aveva dato un ricavo di 10 miliardi e 600 milioni di lire. (6)

Concludendo questo veloce riscontro delle dimensioni quantitative dello spettacolo in Italia, del quale sono stati esaminati in modo particolare le voci teatro e cinematografo, merita sottolineare che il diagramma

Comunichiamo ai nostri
Abbonati, che i recenti
aumenti delle spese di
stampa, ci hanno costretti
ad aumentare l'abbona-
mento a L. 2.000

del cinematografo ha assunto l'andamento dei beni primari, stabilizzandosi su una certa quota rispetto alla quale gli spostamenti sono minimi. Evidentemente, nel mosaico degli spettacoli, il cinema è arrivato alla sua fase di saturazione, ed il teatro è su questo cammino.

Ma se il cinema vi è arrivato con una lenta ma continua espansione, è da prevedere che il teatro vi arriverà con una continua contrazione.

Da ciò si deduce che il pubblico è oggi attratto soprattutto dall'attualità. In altre parole, il cinema — che in assoluto risponde alla definizione di bene secondario o voluttuario — è diventato, se si può dire, un bene primario entrando nel consumo sistematico dei grandi strati popolari, mentre il teatro non si è ancora stabilizzato come bene primario delle élites.

Matteo Ajassa

(1) Lo spettacolo in Italia 1960 - SIAE (Premessa di Antonio Ciampi).

(2) Documenti di vita italiana - 119.

(3) Lo spettacolo in Italia - Annuario Statistico 1960 op. cit.

(4) Annuario del teatro Italiano 1960-61 - SIAE.

(5) Lo spettacolo in Italia. Annuario Statistico 1960 op. cit.

(6) Documenti di vita Italiana n. 123.

R A S S E G N A D E L L A S T A M P A

ISTITUTO CATTOLICO DI ATTIVITÀ SOCIALE

N. 6 - GIUGNO 1962

Rubricate e cura di: N. CASCINO - G. CECCATELLI - G. CORNARA
C. TREVISAN - A. DECLICH - L. NOVELLI
M.T. SALVEMINI - B. SCATASSA

SPAGNA E PROBLEMI SOCIALI - ECONOMIA SUDAMERICANA LA TELEVISIONE FENOMENO SOCIALE

CONFLICTOS LABORALES, in « Ecclesia » (Madrid) n. 1087, 12 maggio 1962 (n.c.).

L'editoriale dell'organo ufficiale della Direzione Centrale dell'A.C. spagnola interviene sull'argomento dei conflitti di lavoro, ritenendo proprio dovere chiarire l'esatto significato della dottrina cattolica in merito ad una questione di così scottante attualità nel Paese. Non v'è dubbio — esordisce l'A. — che l'ordine e la pace sociale devono essere per i cristiani un obiettivo costante; le rivendicazioni di categoria possono essere oggetto di una lotta, anziché di una pacifica trattativa, solo in casi eccezionali, così come in casi eccezionali può moralmente giustificarsi una guerra. Lo sciopero, pertanto, che è una forma di guerra, di conflitto tra lavoro e capitale, si giustifica moralmente solo quando tutti gli altri tentativi di composizione della controversia sono stati esperiti. « Disgraziatamente — aggiunge l'editoriale — da quando è entrata in scena la cosiddetta epoca industriale, sotto il segno del capitalismo liberale, questa situazione (di infruttuosità dei tentativi pacifici di rivendicazione dei lavoratori) si è verificata con una certa frequenza; la « anomalia giustificata dello sciopero » non fa altro che cercare di soppiantare la « anomalia ingiustificata » dell'abuso e dell'ingiustizia. Indubbiamente, secondo la dottrina cattolica, lo sciopero può essere condotto, oltre che con la limitazione sopra descritta, anche « salvi facendo, il più possibile, gli interessi generali della società ». Pertanto il potere pubblico può, in considerazione di tali interessi — in una determinata situazione — dichiarare illegale lo sciopero. Ma « tale restrizione di un diritto sociale ammesso dalla dottrina cattolica e riconosciuto nella gran parte degli ordinamenti non marxisti, deve effettuarsi in considerazione di beni nazionali di prim'ordine, o per evitare mali più gravi dello sciopero stesso o degli errori

che lo hanno motivato. Perciò, solo in casi giustificatissimi, e dando maggiore efficacia ai mezzi pacifici (di risoluzione dei conflitti di lavoro), si potrà chiudere la via della legalità allo sciopero... ». Tale limitazione comporta allora un aggravarsi dei doveri dei tre settori implicati: le imprese devono far sì che la giustizia sociale regni nei loro rapporti con gli operai; le organizzazioni di lavoratori dovranno avere ragioni ancor più gravi per proclamare l'astensione dal lavoro, costituendo questa una violazione della legge vigente; il potere pubblico, infine, dovrà oltremodo adoperarsi perché siano eliminate le cause sociali ed economiche dello sciopero, e soprattutto perché gli organismi sindacali siano autentici intermediari tra i due settori, ed abbiano la fiducia dei rappresentati grazie alla propria indipendenza e ad un « limpido spirito di servizio verso la massa lavoratrice ».

REFORMA DE LAS ESTRUCTURAS - CARD. BUENO MONREAL, « Ecclesia » (Madrid) - n. 1079, 17 marzo 1962 (n.c.).

Sotto il titolo « la presente situazione sociale esige una riforma delle strutture », l'organo dell'Azione Cattolica spagnola pubblica un ampio estratto della pastorale dell'Arcivescovo di Siviglia, nella quale la dottrina della Chiesa in materia sociale viene concretamente applicata alla drammatica situazione di quella Diocesi; documento che assume tanto maggior significato alla luce degli avvenimenti che due mesi dopo avrebbero richiamato l'attenzione del mondo sulla Spagna.

Il Card. Bueno Monreal parte dalla constatazione della « dolorosa realtà ». Mentre in altre parti del mondo la situazione che provocò la « Rerum Novarum » alla fine del secolo scorso appare oggi superata, a Siviglia e soprattutto nelle campagne circostanti, si dà ancora una situazione caratterizzata da insufficienti salari, accumulazione del

capitale in poche mani, iniqua distribuzione della ricchezza, sfruttamento del lavoro femminile e minorile.

La causa principale della lentezza con la quale si è proceduti nell'applicazione delle indicazioni dei Papi è da ravvisarsi nella mancanza di coscienza sociale: e l'insegnamento della Chiesa ha titoli indiscutibili per illuminare le coscienze « troppo addormentate ».

Dopo un rapido ma esauriente excursus sulla dottrina tradizionale, nel quale si riaffermano i principi sul giusto salario, i doveri dei datori di lavoro e dei lavoratori, sul pubblico intervento e i suoi rapporti con la privata iniziativa, il Card. Bueno Monreal viene a concludere la sua lettera pastorale con indicazioni più innovatrici, in merito alla necessaria riforma delle strutture. Due caratteristiche della situazione economico-sociale spagnola sono infatti « l'irritante disuguaglianza delle ricchezze, e il capitalismo esclusivista che è alla base della direzione di molte imprese ». Se la disuguaglianza si verifica in tutti i settori, nelle campagne tale fenomeno è tanto più grave, perché il latifondo è ancora diffuso, e ad esso fa contrasto la mancanza di terra per migliaia di veri lavoratori della terra. Richiamandosi a ben note espressioni di Pio XII, l'Arcivescovo di Siviglia ricorda che non basta affermare il principio della proprietà privata, se poi non si fa nulla per estendere questo diritto a tutte le categorie sociali.

L'altra riforma delle strutture deve avvenire in seno all'impresa; l'equa distribuzione dei profitti dell'impresa, e il rispetto della dignità umana non solo nella retribuzione dei lavoratori, ma nei criteri di conduzione dell'impresa, sono le linee fondamentali tracciate dalla « Mater et Magistra »; molti nostri imprenditori — afferma il cardinale — sono ben lontani da questi criteri, e anche qui la situazione in agricoltura è ancor più arretrata di quella dell'industria. La cooperazione è uno strumento insostituibile per operare la riforma delle strutture senza arrivare alla polverizzazione delle imprese agricole, e anzi razionalizzando le colture.

UN CENTRO DI STUDI DI SOCIOLOGIA APPLICATA - di JESÚS IRIBARREN - in - Ecclesia - n. 1072, 27 gennaio 1962 (n.c.)

L'organo dell'A.C. spagnola dà grande rilievo alla attività di un centro di studi sociologici che si pone al servizio delle diocesi di Spagna per una azione pastorale più efficace.

L'A. prende le mosse da una caratteristica del pensiero spagnolo, del tutto riscontrabile anche nel nostro Paese: l'abbondanza di ottimi teorici-speculatori, accanto ad una grave scarsità di uomini di iniziativa, valenti nell'azione pratica. Non si vuol dire, con questo, che l'approssimazione empiristica sia auspicabile; l'A. afferma al contrario che l'obiettivo dello sforzo culturale deve essere il « saper fare scientificamente », cioè una buona « teoria della pratica ».

Il problema si pone, come in altri settori, anche nel campo dell'apostolato. Nel 1958 fu istituito, nell'ambito della « Caritas Española », una sezione sociale che si propone di superare lo « stadio dell'elemosina » (sia pure organizzata) per porre e affrontare più radicalmente il problema della « rigenerazione sociale ». Tale sezione prese il nome di « Centro de Estudios de Sociología Aplicada »; esso è il solo centro sociologico spagnolo affiliato alla Federazione Internazionale dei Centri Cattolici di Sociologia Religiosa.

Interessante è il metodo di lavoro di questo Centro, in parte accostabile a quello dell'ICAS in Italia. Il Direttore è un Sacerdote che, prima di occuparsi del C.E.S.A., aveva fatto diverse esperienze di ricerca sociologica, apprezzate anche nel mondo scientifico. Egli coordina il lavoro del Centro, che è esclusivamente un lavoro di équipe (principio che in Spagna si sta affermando in molti gruppi dirigenti). Sacerdoti e laici, medici, avvocati, urbanisti, esperti in pastorale, demografi, tecnici dell'azione sociale, geografi ecc., integrano le loro conoscenze intorno ad un solo problema, per contribuire ad individuare una soluzione concreta.

Una équipe permanente è composta di sette persone, mentre i collaboratori sono ventitré, sparsi in quattordici diocesi della Spagna.

LA PROPRIETÀ DEGLI AUTOFINANZIAMENTI - Mundo Social - Saragozza - n. 82 - Dicembre 1961. (n.c.)

Testo di uno studio presentato dal Comitato di studio della « Acción social patronal de Guipuzcoa » alle « Jornadas patronales » svoltesi lo scorso anno a Loyola. Questo studio vuole contribuire molto praticamente all'applicazione della dottrina della Chiesa nella distribuzione dei profitti delle imprese, offrendo agli imprenditori criteri precisi circa le operazioni da svolgere in concreto.

Dopo aver chiarito il concetto di profitto come differenza tra il prodotto di vendita netto e i costi (i quali vengono specificati in termini che per brevità non riferiamo), l'A. propone questo ordine di destinazione del profitto:

1) Equiparazione — ove, non sia ancora in atto — del lavoro femminile a quello maschile, a parità di rendimento;

2) Soddisfazione delle necessità del lavoratore e della sua famiglia, ove per essa non basti l'ammontare del salario e di tutte le altre contribuzioni (principio del salario familiare);

3) Remunerazione del capitale reale investito. Su questo punto lo studio si sofferma con particolari tecnici, distinguendo il « dividendo tecnico minimo » (necessario perché l'impresa non corra rischio di fallimento), le « riserve tecniche minime » (necessarie per eventuali spese straordinarie), il capitale per gli investimenti necessari alla sopravvivenza dell'Impresa e convenienti al suo buon andamento, e infine la giusta remunerazione al capitale per il rischio che esso corre, e il servizio che rende all'impresa stessa;

4) Eccedenti. Devono equamente distribuirsi tra capitalisti e lavoratori, e la distribuzione deve essere corretta ove si constati che in passato non è stata equa. Si propone che, in considerazione del bene comune (aumento del reddito nazionale e dell'offerta di lavoro) almeno un terzo degli eccedenti sia destinato a nuovi investimenti.

Sorge a questo punto il problema della proprietà dei nuovi investimenti, che il testo affronta approfonditamente, stabilendo comunque che sia i capitalisti che i lavoratori partecipino alla proprietà dell'autofinanziamento, con criteri diversi secondo che ad esso sia destinato il capitale-riserva o il capitale-azione.

POLITICA ECONOMICA EN IBEROAMERICA - I. ELIZALDE S. I. « Mundo Social » (Saragozza) n. 86 - aprile 1962 (n.c.).

Si sente sempre più l'esigenza di una pianificazione economica globale per quella vasta area iberoamericana che, dal confine tra Messico e Stati Uniti, si estende fino alla Patagonia. Il valore che quest'area ha per tutto il mondo si può dedurre dal fatto che essa rappresenta il 17% delle terre abitate, mentre la sua popolazione è appena il 6,7% di quella mondiale, con una media di 8 abitanti per chilometro quadrato, e che solo il 9% delle terre è attualmente coltivato. Una zona, dunque, che si caratterizza per una vasta presenza di risorse non impiegate, che contrastano con la condizione di miseria e di ignoranza di tante parti della popolazione.

La Conferenza di Punta del Este rappresenta un motivo di speranza per gli Stati dell'America Latina; in essa gli Stati Uniti hanno promesso prestiti per il valore complessivo di 20 miliardi di dollari in dieci anni. Ma l'impiego di queste immense disponibilità di capitali resta fortemente legato alla risoluzione di pregiudiziali problemi politici. Per un uso razionale dei capitali suddetti, è infatti necessaria una pro-

grammazione globale che richiede una certa omogeneità tra i sistemi politici vigenti nei diversi Stati, omogeneità oggi assente; regimi dittatoriali a S. Domingo, in Paraguay, nel Guatemala e in Nicaragua; discutibilissimi metodi elettorali che assicurano in Messico, al partito dominante, il monopolio del potere; perpetua instabilità politica in Venezuela, Columbia ed Ecuador; le ben note vicissitudini nei Paesi che pur da tempo lottano per avere stabili istituzioni democratiche, come il Brasile e l'Argentina; inclinazioni reazionarie nel Cile e nel Perù.

In questa situazione politica, la pianificazione economica risulta assai ardua, soprattutto se si considera che esecutivi forti e stabili sono tanto più necessari per superare le opposizioni che fatalmente provengono dai ceti attualmente privilegiati (il 52% della terra coltivabile è oggi in mano all'1,52% dei proprietari; gli interessi di questi latifondisti sono strettamente legati a interessi di grossi gruppi statunitensi che hanno interesse al mantenimento dell'attuale situazione).

L'A. conclude con un invito alle necessarie riforme politiche, senza le quali, a lungo andare, il marxismo apparirà come « l'unico regime capace di realizzare una unificazione riformatrice ».

FUNZIONE SOCIALE DELLA RICCHEZZA DELLE NAZIONI di A. MESSINEO S. J. e **LA FAME NEL MONDO** di G. BOSIO S. J. in « La Civiltà Cattolica » (Roma) n. 2680 e 2682 - 17 febbraio e 17 marzo 1962. (n.c.)

Nell'articolo di P. Messineo si rileva come la parte della « Mater et Magistra » dedicata al problema della cooperazione internazionale, inviti all'applicazione sul piano mondiale di quel principio della funzione sociale della proprietà, che da molti decenni la Chiesa ha affermato per quel che riguarda le ricchezze individuali. La responsabilità dell'uso sociale dei beni, che è chiara per il singolo uomo, si pone anche come responsabilità collettiva dei popoli più progrediti, e deve esplicarsi nell'aiuto ai popoli economicamente meno favoriti.

Questo invito assume un'urgenza tanto più drammatica se si considera — come documenta P. Bosio in un successivo numero della Rivista — la attuale situazione di squilibrio mondiale nel campo dei beni più indispensabili, e cioè nel campo dell'alimentazione. Richiamandosi alla campagna contro la fame, indetta dalla F.A.O., l'A. riferisce i dati più drammatici del problema dell'alimentazione quali sono stati resi noti dalla FAO, e che mostrano come il più grande problema del secolo, nonostante gli straordinari progressi tecnici e scientifici compiuti nei Paesi privilegiati, resti senz'altro quello della fame. A causa dell'enorme aumento della popolazione, questo problema si presenta più tipico del nostro tempo che non del passato; un terzo della popolazione mondiale è sottoalimentata, cioè non può procurarsi quotidianamente la quantità di calorie (in media 2750) necessarie ad assicurare una suf-

ficiente « alimentazione energetica ». Il terzo della popolazione mondiale « satollo », dispone di tre quarti della produzione agricola mondiale, pur avendo solo il 20-30% della popolazione addetta all'agricoltura (contro il 60-70% di addetti all'agricoltura nei Paesi sottoalimentati). Si tratta dunque di un problema di produttività nell'agricoltura, che presenta ancora squilibri enormi tra America settentrionale, Europa occidentale, Nuova Zelanda e Australia da una parte, e il resto del mondo dall'altra.

Si calcola anche che la stessa popolazione che non fruisce di sufficiente alimentazione energetica, soffre pure di scarsa « alimentazione plastica », e che dunque soffre di una « doppia fame »; non solo, cioè, della carenza di energie chimiche, ma anche di sostanze con cui « costruire, riparare e mantenere » il proprio corpo. La mancanza di proteine genera la « fame specifica » che è meno avvertibile della « fame generica », ma proprio per questo è più subdola, ed ha gravissime conseguenze patologiche, (segue un elenco delle spaventose malattie provocate dalla fame). Poiché, come si è visto, il problema non è rapportabile tanto alla disponibilità di terra, quanto alla produttività agricola, l'aiuto dei popoli privilegiati agli altri popoli è tanto più urgente quanto più concretamente realizzabile; è il « compito veramente imenso » che Giovanni XXIII ha indicato nella « Mater et Magistra » ai popoli progrediti.

LA TELEVISIONE FENOMENO SOCIALE - FERRUCCIO MAROTTI « Civiltà delle macchine » - Torino n. 1 - gennaio-febbraio 1962 (g.g.).

Oltre a porre problemi di natura estetica, la TV si presenta, senza dubbio, come fenomeno di enorme incidenza sociale. E' sufficiente ricordare, a tale proposito, gli aspetti che la contraddistinguono: immediatezza del processo di trasmissione, cioè simultaneità tra avvenimento e visione di esso a distanza; ricchezza dell'informazione audiovisiva, cioè possibilità di diffondere presso un pubblico vastissimo tutto ciò che è visibile ed udibile, dalle scoperte scientifiche alle canzonette; intimità ed incisività della comunicazione, che si rivolge al singolo individuo e al gruppo familiare, e con l'evidenza dell'immagine che lo attrae fino a soggiogarlo. Nasce da ciò, secondo l'A., una vera responsabilità per la TV, responsabilità tanto più grande quanto più numeroso è il pubblico e quanto più influenzabile esso è.

E' chiaro, quindi, che la TV svolge « un servizio di preminente utilità pubblica ».

Il Marotti si domanda, però, se i modi con cui la RAI-TV assolve al suo compito corrispondano ai fini della televisione.

Per dare una risposta adeguata, dice egli, occorre tener presenti alcuni fatti che caratterizzano normalmente la reazione del pubblico di fronte alla sollecitazione audiovisiva della TV: ten-

sione emotiva e suggestione, che non possono considerarsi come due momenti distinti, ma due tipi di reazione individuale, che spesso coesistono, col sopravvenire ora dell'una ora dell'altra.

Ciò determina, per così dire, l'aspetto ambivalente della TV o la duplice potenzialità di essa: potenzialità positiva nel senso che può determinare una presa di coscienza sociale, risvegliare una vita spirituale che la meccanizzazione della nostra esistenza ha assorbito, evidenziando una realtà interiore ricca e profonda, divenire elemento di comunicazione interclassista e super-regionale; potenzialità negativa caratterizzata da un'assoluta mancanza di soluzione di continuità fra messaggio televisivo e pubblico, e dalla possibilità di divenire elemento spersonalizzante passivamente affascinante, occasione di inerzia ed abulia, e ottundere il senso critico e le possibilità di reazione attiva del telespettatore.

L'A. si chiede, quindi, alla luce di queste antimonie, quale sia la strada in cui si trova la televisione italiana.

Dalle indagini che la RAI va conducendo fin dal 1957 risulta chiaro che il pubblico italiano sia portato a considerare la TV più come strumento di inerzia spirituale, forma di spettacolo, di divertimento non impegnativo, che come mezzo di informazione e di trasmissione di idee. Gli indici di gradimento, però, manifestano in questi ultimi tempi la tendenza a superare questo stadio e pare che i telespettatori incomincino ad acquistare un proprio metro di giudizio critico ben definito.

L'A. sposta, poi, il discorso sulla struttura dei programmi televisivi, notando subito che i programmi di carattere più popolare non sono impostati secondo validi criteri strutturali, ma sono basati su soluzioni personali del problema del rapporto col pubblico: si crea un personaggio, un divo, un mito, e su quello si fa ruotare una trasmissione; questo è specialmente il caso dei vari teleguiz.

E' evidente — sostiene il Marotti — che una simile soluzione, nonostante si sia fatto al riguardo un gran parlare di cultura di massa, è impostata secondo gli schemi di un sociologismo deterioro ed è fortemente diseducativa. Vengono, infine, chiarite alcune caratteristiche essenziali del rapporto televisione-spettatore, quale si concretizza nell'ambito della famiglia che partecipa della cultura urbana e in quella di cultura contadina, in relazione ai giovani e nelle zone depresse.

LES SYNDICATS SOUS LA V REPUBLIQUE - P. BELVILLE « ESPRIT » (Parigi) marzo 1962 (g.ce.).

Pierre Belville, in un articolo di una quindicina di pagine, affronta l'esame della posizione dei Sindacati nella V Repubblica.

L'articolista inizia col dire che dopo anni nei quali la opinione di sinistra non accettò mai un discorso serio sui sindacati, oggi e di colpo, essa ammette il loro ruolo politico e ne sollecita la iniziativa: tutto questo perché dopo tre anni le centrali sindacali sembrano

avere retto alla situazione meglio dei partiti politici di sinistra.

Nella prima parte del suo articolo, Belville esamina la posizione assunta dai Sindacati nel 1958, di contro a quella che fu la loro linea tra il '43 e il '55; nella seconda considera il loro ruolo rispetto all'istanza della pace in Algeria; nella terza analizza il comportamento e le difficoltà, dei sindacati nel realizzare quello che è il loro compito naturale: la contrattazione.

Pur apparendo l'articolo piuttosto una scorsa di fatti che un saggio critico, non è difficile coglierne il messaggio, consistente nell'avvertimento della pericolosità di una posizione che ravvisi la salvezza della Francia soltanto nella coscienza e nel coraggio di un pugno di dirigenti sindacali.

Citando la posizione assunta dai sindacati nel 1958, allorché si opposero alla salita di De Gaulle al potere, sottolinea come tale velleitario antifascismo fosse pur sempre un passo avanti rispetto alla situazione sindacale del 1948: allorché la CGT assolveva alla consegna, avuta dal PCF, della guerra fredda, e le altre centrali sindacali erano irrigidite nella apoliticità e nell'anticomunismo, mentre di fatti si realizzava uno slittamento verso il corporativismo.

Le ragioni dell'insorgere di quella specie di antifascismo sembrano all'articolista molteplici e da ricercarsi sia nella situazione internazionale, che nella assunzione da parte della FEN di preoccupazioni politiche dopo la legge BARANGÉ, che nella mancanza di unità e decisione del padronato.

La stessa guerra di Algeria ebbe una influenza nella evoluzione dei sindacati, lenta e spesso incoerente, anche per i condizionamenti reciproci delle varie centrali sindacali.

Nella situazione maturata intorno ai fatti d'Algeria, l'azione per la pace è stata condotta prevalentemente dai Sindacati: una azione che Belville analizza minuziosamente e che definisce non del tutto politica, non del tutto antigollista, ambigua per la professione di apoliticità dei sindacati stessi, limitata dalle loro difficoltà interne e dal fatto che l'unità richiesta da una azione del genere è tanto più difficile da realizzare, esplicandosi su un campo ove le centrali sindacali sono costrette nel fatto a trovarsi di fronte ai partiti politici.

Secondo Belville è il terreno economico quello dal quale il Sindacato può far pesare la sua presenza, ma parlando della contrattazione che si sviluppa normalmente fra tre interlocutori, padronato, sindacati e pubblici poteri, Belville fa notare che nella V Repubblica si tenta di limitare il dialogo agli imprenditori ed ai sindacati.

La pratica sindacale diventa politica, nota l'articolista, nella misura in cui la sua dialettica influisce sulla politica economica del Governo, ma questo ruolo politico indiretto è contestato ai sindacati dalla V Repubblica e la reazione dei sindacati a questo tentativo di integrazione non è stata sempre eguale ed omogenea.

Belville traccia un quadro sufficientemente ampio delle vicende relative

alla contrattazione ed osserva fondamentalmente che l'azione sindacale anche in questo campo è decentrata e non sempre controllabile dalle centrali: i militanti, in sostanza, e qui starebbe presumibilmente il pericolo, anche se Belville non lo dice apertamente, andrebbero prendendo coscienza che spetta a loro di riempire il vuoto politico, in un modo o in un altro.

Al termine della lettura sembra risuonare l'interrogativo posto all'inizio circa la opportunità di considerare veramente i Sindacati come la unica ancora di salvezza per la Francia.

ASPETTI DELLA LEGISLAZIONE FEDERALE AMERICANA SUL LAVORO - M. R. «Aggiornamenti sociali» - n. 4, aprile 1962 (g.ce.).

L'articolo, sulla base di una recente documentazione relativa alla legislazione federale americana del lavoro, pubblicata dal «Committee on labor and education» della Camera dei rappresentanti degli Stati Uniti, mette in luce l'interesse del Congresso americano per i problemi del lavoro, interesse che ha portato a rendere giuridicamente rilevanti alcuni dei fondamentali diritti dell'uomo, più volte compromessi nell'organizzazione industriale della produzione.

Nella breve premessa, l'articolista spiega da un lato i motivi per i quali oggi la legislazione federale condiziona le legislazioni statali, mentre furono quelle statali a precedere e quindi preparare la legislazione federale e dall'altro chiarisce come la legislazione del lavoro rispetti pienamente l'autonomia delle organizzazioni sindacali riconoscendone il carattere privato.

Fondandosi sulla documentazione contenuta nell'opuscolo citato, l'articolo riassume i provvedimenti relativi alle ore di lavoro, ai minimi salariali ed ai rapporti sindacali.

Circa il primo tipo di provvedimenti l'articolista considera le leggi che interessano i lavoratori dipendenti dal Governo federale e dalle aziende appaltatrici di opere pubbliche finanziate anche in parte dallo Stato e ricorda la prima legge che risale al 1867 e le successive più importanti; e le leggi riguardanti i lavoratori dipendenti da aziende che producono beni o servizi oggetto di cambio interstatale.

Si sofferma, quindi, a commentare la legge più importante in questo campo, la «Fair labor Standards Act» che si applica a circa 24 milioni di lavoratori. Cercando di individuare gli obiettivi di fondo della regolamentazione federale delle ore di lavoro e dei salari, l'articolista nota che la legislazione federale mira ad evitare che la disparità delle legislazioni «statali» si risolva a danno degli Stati preoccupati di impedire lo sfruttamento delle categorie meno protette, ed osserva come la legislazione federale abbia tenuto conto di considerazioni economico-sociali, quali la necessità di garantire il pieno impiego e assicurare il potere d'acquisto alla massa dei salariati, per impedire una contrazione dei consumi.

Passando alla legislazione sindacale, l'articolista premette che la legislazione

federale si sviluppò in due direzioni: emanare norme per facilitare la soluzione delle controversie di lavoro e limitare l'intervento della magistratura nelle controversie sindacali; per garantire sia la libertà dei sindacati che lo sviluppo della loro azione contrattuale.

Segue un esame sintetico, ma efficace, dello sviluppo della legislazione sindacale, nel quale è dato risalire al «Railway Labor Act» (1926) che ha particolare importanza per avere stabilito per la prima volta l'obbligo dei datori di lavoro di contrattare con i sindacati e di non praticare discriminazioni contro i lavoratori iscritti ai sindacati; ed al «Norris-La Guardia Act» (1932) che regola la limitazione dei poteri della magistratura nei conflitti sindacali.

Le grandi leggi seguenti dal 1935 al 1960 hanno avuto lo scopo di favorire e promuovere lo sviluppo delle organizzazioni sindacali e la contrattazione collettiva: del «Wagner Act» (1935) al «Labor Management Reporting and Disclosure Act» (1959). Queste leggi si fondano, nota l'articolista, sulla convinzione che i liberi negoziati tra i rappresentanti dei lavoratori e dei datori di lavoro favoriscano la pace industriale.

Particolare interesse hanno alcune disposizioni della legge del 1947 (Taft-Hartley Act) che prevedono l'intervento del Presidente degli Stati Uniti al fine di sospendere gli scioperi che possono creare situazioni di emergenza nazionale.

La legge del 1959 si propone di «eliminare o prevenire gli abusi delle organizzazioni dei lavoratori, dei datori di lavoro, dei consulenti in materia di relazioni industriali, dei loro funzionari e rappresentanti» con cui si sovvertono i principi animatori della legislazione precedente e soprattutto quella del 1926 e del 1947.

La lettura dell'articolo sembra a noi particolarmente interessante in questo periodo, nel quale è riaffiorata nel nostro Paese la necessità di discutere l'articolo 30 della Costituzione, relativo appunto alla legislazione sindacale.



I GIOVANI E LA PROVINCIA ITALIANA - A. CARONARO «Risultati di una ricerca nella zona del Chianti», «Tempi moderni», Roma, aprile-giugno 1962 (c.t.).

A far riflettere una volta di più sulla situazione dei giovani oggi, sulla loro negazione a quanto vi è di tradizionale, di legato alla vita dei padri, sulle loro aspirazioni — anche se spesso prive della logica necessaria a renderne possibile la realizzazione — stanno i risultati di questa inchiesta effettuata nel Comune di San Casciano Val di Pesa, nella zona del Chianti: si tratta di un paese di quasi 15.000 abitanti nel maggio del '59 (periodo nel quale è cominciato tale studio), sulla via Cassia, a meno di 20 Km. da Firenze, il quale non ha alcuna caratteristica che lo dif-

ferenzi da centinaia di altri Comuni italiani, e per questo la sua situazione, i fermenti che vi si notano, possono essere un po' lo specchio del momento che il nostro Paese sta attraversando.

Il campione, scelto con una certa avvedutezza, ha confermato la sfiducia nel lavoro agricolo e la tendenza dei giovani ad avviarsi al settore secondario — sebbene l'industria del luogo non sia molto sviluppata — e, in piccola parte, al terziario.

Il grado d'istruzione riscontrato (bassissima percentuale di analfabeti, ma pochi pure i licenziati da scuola media inferiore, superiore, i laureati) riflette esattamente la carenza delle attrezzature scolastiche: le scuole elementari ci sono, ma per le medie o di avviamento bisogna andare a Firenze. Eppure la maggior parte dei giovani avrebbe voluto continuare gli studi, ma le scarse possibilità finanziarie non lo hanno consentito loro; avrebbero voluto orientarsi alla scuola media, tenendo in scarso conto l'avviamento agrario o industriale, sebbene questi fossero più consoni allo sviluppo della vita economico-sociale del luogo.

Un desiderio inconscio di evasione, dunque, da ciò che si conosce, in cui si vive: eppure, sebbene la maggior parte dei giovani abbia anche affermato di vivere molto fuori di casa — che è lontana spesso dal centro, dai luoghi di ritrovo, che sovente è priva di acqua, di luce — tuttavia, forse perchè è molto sentita la forza dell'unità familiare, non se ne andrebbero da lì; così come è risultato che la maggioranza non fa alcunchè per realizzare le proprie aspirazioni.

Perchè tali idee contrastanti? Mancanza di coraggio? Mancanza di iniziativa? O non piuttosto crisi del momento di passaggio fra un mondo in cui non si crede più e quello in cui non si crede ancora?

Direttore responsabile:

GIUSEPPE MIRA

Redattore capo:

MARIO PÜCCINELLI

Direzione e Amministrazione

ORIENTAMENTI SOCIALI

Via della Conciliazione, 1 - Roma

Un numero: L. 250 - Abbonamento 1962:

Ordinario L. 2.000 - Sostenitore L. 10.000

Estero L. 3.500

Autorizzazione del Tribunale di Roma del

3-9-1952 n. 2745 del «Registro della Stampa»

Spedizione in abbon. postale - Gruppo III

C.C.P. 1-9702 - Telefono 569.751

O.G.C. - Via Germanico 168 - Roma