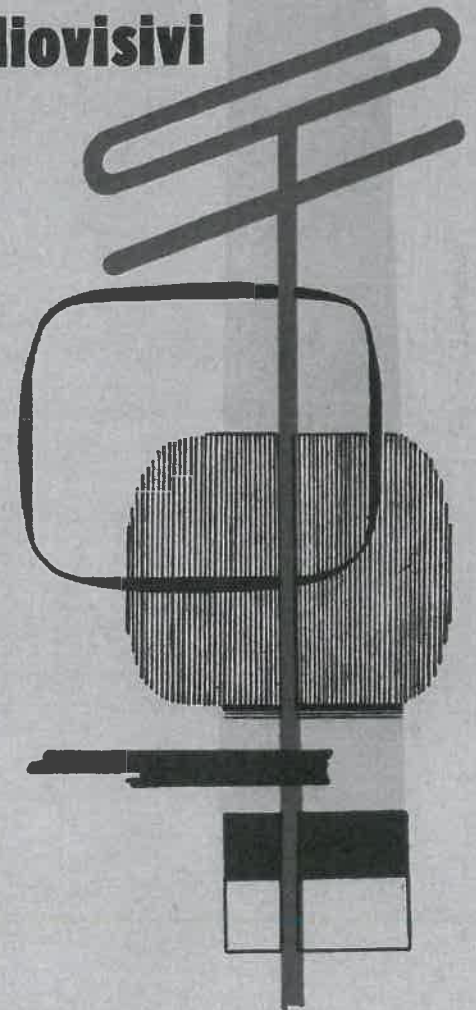


Le incidenze sociali dei mezzi audiovisivi

XXXV
Settimana
Sociale
dei Cattolici
d' Italia

Siena, 24-29 settembre 1962



LE INCIDENZE SOCIALI DEI MEZZI AUDIOVISIVI

CATTOLICI
ITALIA

**Atti della XXXV Settimana Sociale
dei
Cattolici d'Italia**

Settimane Sociali dei Cattolici d'Italia

- | | | | |
|---------|-------------|------|------------------------------------------------------------------------------|
| I. | - Pistoia | 1907 | <i>Temi vari</i> |
| II. | - Brescia | 1908 | <i>Temi vari</i> |
| III. | - Palermo | 1908 | <i>Temi vari</i> |
| IV. | - Firenze | 1909 | <i>Temi vari</i> |
| V. | - Napoli | 1910 | <i>Temi vari</i> |
| VI. | - Assisi | 1911 | <i>L'organizzazione professionale</i> |
| VII. | - Venezia | 1912 | <i>Il problema scolastico</i> |
| VIII. | - Milano | 1913 | <i>Le libertà civili dei cattolici</i> |
| IX. | - Roma | 1920 | <i>La produzione nel regime di proprietà secondo la concezione cristiana</i> |
| X. | - Roma | 1922 | <i>Lo Stato</i> |
| XI. | - Torino | 1924 | <i>L'autorità sociale nella dottrina cattolica</i> |
| XII. | - Napoli | 1925 | <i>Temi vari</i> |
| XIII. | - Genova | 1926 | <i>La famiglia cristiana</i> |
| XIV. | - Firenze | 1927 | <i>Educazione cristiana</i> |
| XV. | - Milano | 1928 | <i>La vera unità religiosa</i> |
| XVI. | - Roma | 1929 | <i>L'opera di S.S. Pio XI</i> |
| XVII. | - Roma | 1931 | <i>La carità</i> |
| XVIII. | - Padova | 1934 | <i>La moralità professionale</i> |
| XIX. | - Firenze | 1945 | <i>Costituzione e costituente</i> |
| XX. | - Venezia | 1946 | <i>I problemi del lavoro</i> |
| XXI. | - Napoli | 1947 | <i>I problemi della vita rurale</i> |
| XXII. | - Milano | 1948 | <i>La comunità internazionale</i> |
| XXIII. | - Bologna | 1949 | <i>La sicurezza sociale</i> |
| XXIV. | - Genova | 1951 | <i>L'organizzazione professionale</i> |
| XXV. | - Torino | 1952 | <i>L'impresa nell'economia contemporanea</i> |
| XXVI. | - Palermo | 1953 | <i>I problemi della popolazione</i> |
| XXVII. | - Pisa | 1954 | <i>Famiglie di oggi e mondo sociale in trasformazione</i> |
| XXVIII. | - Trento | 1955 | <i>Società e Scuola</i> |
| XXIX. | - Bergamo | 1956 | <i>Vita economica ed ordine morale</i> |
| XXX. | - Cagliari | 1957 | <i>Aspetti umani delle trasformazioni agrarie</i> |
| XXXI. | - Bari | 1958 | <i>Le classi e l'evoluzione sociale</i> |
| XXXII. | - Padova | 1959 | <i>L'impiego del tempo libero come attuale problema sociale</i> |
| XXXIII. | - Reggio C. | 1960 | <i>Le migrazioni interne e internazionali nel mondo contemporaneo</i> |
| XXXIV. | - Como | 1961 | <i>Solidarietà tra i popoli e Stati di recente formazione</i> |
| XXXV. | - Siena | 1962 | <i>Le incidenze sociali dei mezzi audiovisivi</i> |
| XXXVI. | - Pescara | 1964 | <i>Bene comune e persona nello Stato contemporaneo.</i> |

Le incidenze sociali dei mezzi audiovisivi

XXXV
Settimana
Sociale
dei Cattolici
d'Italia



Siena, 24-29 settembre 1962

Edizioni Settimane Sociali - Via Conciliazione, 3 - Roma 1962

Prefazione

Un vivo problema della Società contemporanea affrontato tempestivamente: così sembra potersi definire e presentare il contributo di questa XXXV Settimana Sociale dei Cattolici d'Italia.

Lo studio si è iniziato con una analisi sulle condizioni economico-sociali che sono il presupposto della diffusione dei nuovi mezzi audiovisivi e si è sviluppato nella conoscenza approfondita delle caratteristiche attuali della Società italiana a conseguenza del vasto riflesso psicologico e culturale provocato dai nuovi strumenti di comunicazione sociale.

Sono venute in luce profonde incidenze sociali: nuove possibilità di servizio alla umanità nel suo sviluppo di civiltà ed all'opposto possibilità di obnubilamento dei valori spirituali e personali, con l'accentuato rischio di sfruttamento dei nuovi mezzi da parte di gruppi di pressione che ne posseggono il controllo per fini di propaganda o di persuasione più o meno occulta anche sul piano pubblicitario o da parte dei poteri pubblici che ne sono spesso direttamente responsabili o ne usufruiscono sempre più largamente.

In questo senso il volume presenta — come del resto la Settimana Sociale di Siena — uno studio sui problemi audiovisivi nelle loro cause e nei loro effetti economico-sociali.

Sulla base dell'esame su piano sociale sono emersi — e costituiscono l'aspetto più profondo del richiamo offerto in questo incontro di esperienze e conoscenze — i grandi problemi della cultura contemporanea e della presenza dei cattolici nel mondo di oggi.

E' venuta alla ribalta — ed attende una ulteriore risposta — l'esigenza di una cultura e di una comunicazione di valori autentici, ela-

PREFAZIONE

borata secondo le nuove forme espressive del linguaggio filmico e le nuove modalità richieste per garantire l'accoglienza di un messaggio pur valido in sé ma che deve anche rispondere al tipico modo di ragionare e di reagire, più o meno criticamente, degli uomini di oggi.

E' emersa ripetutamente l'indicazione che la vera trasmissione ed accoglienza dei valori del patrimonio cristiano a servizio di tutta l'umanità non si garantisce solo con trasmissioni audiovisive dedicate esplicitamente alla predicazione religiosa, ma nella espressione continua della interpretazione umana e cristiana dei vari aspetti della vita individuale, familiare, economica, sociale, politica sia nazionale che internazionale. In definitiva con un rinnovato sforzo di produzione culturale ed artistica adeguata, anche nei contenuti, agli sviluppi della società contemporanea.

E' questo il vero modo di porsi dei cattolici nel mondo di oggi in una positiva tutela della moralità ed in una vera presenza: corresponsabili con tutti dei problemi di tutti.

Quanto viene documentato nella presente pubblicazione delle lezioni e dei dibattiti tenuti a Siena nel settembre 1962 avveniva — non certo per una causale coincidenza — alla vigilia della presentazione del medesimo tema fra i motivi affrontati nella prima sessione del Concilio Vaticano II.

*Lettera della Segreteria di Stato
di Sua Santità*



Dal Vaticano, 15 settembre 1962

N. 89683

E.mo e Rev.mo Signor Mio Oss.mo,

Nella città di Siena, cara al cuore di ogni italiano per le sue meravigliose bellezze artistiche e per la memoria della celeste patrona S. Caterina, la prossima XXXV Settimana Sociale dei Cattolici d'Italia, col tema: « Le incidenze sociali dei mezzi audiovisivi », si occuperà di un argomento che sta particolarmente a cuore alla Chiesa e che mette in evidenza la sua materna premura per tutto ciò che contribuisce al perfezionamento dell'uomo e allo sviluppo della umana convivenza.

E' innegabile che il problema dei nuovi strumenti di comunicazione sociale sia di un'attualità rilevante. Ne è conferma il fatto che esso ha formato oggetto di studio anche nei lavori preparatori del Concilio Ecumenico Vaticano II, e sarà altresì trattato nel Concilio stesso attraverso una competente Commissione Conciliare. Interprete, pertanto, dei sentimenti del Sommo Pontefice, sono lieto di porgere all'Eminenza Vostra Reve-

A Sua Eminenza Reverendissima
il Signor Card. GIUSEPPE SIRI
Arcivescovo di Genova
Presidente del Comitato Permanente
per le Settimane Sociali dei Cattolici d'Italia

rendissima e a tutti i partecipanti alla Settimana, il saluto e i voti cordiali di Sua Santità per il felice esito del Convegno.

Molto opportuna è sembrata al Sommo Pontefice l'impostazione del tema, che indirizzerà il suo esame alle incidenze sociali delle tecniche audiovisive, con speciale riguardo alle modificazioni che già si possono rilevare nel comportamento umano dei singoli, delle famiglie e delle collettività. Giacché, se intorno a questo argomento non è mancata una vasta fioritura di studi e di convegni, con preoccupazioni di carattere morale, culturale, estetico e strettamente pastorale, tuttavia l'aspetto che la Settimana di Siena si accinge a trattare, è rimasto ancora un campo in gran parte inesplorato. Giustificata è perciò l'attesa del contributo che i docenti della Settimana si propongono di apportare con la loro provata esperienza. Si avrà, per conseguenza, la possibilità di suggerire a quanti sono impegnati nell'azione civica o pastorale, utili orientamenti per garantire un più proficuo impiego di questi nuovi ritrovati della tecnica: orientamenti che, per essere validi, suppongono una precisa e ben documentata conoscenza dei riflessi positivi o negativi della realtà audiovisiva nei vari campi della vita sociale.

Che i mezzi audiovisivi incidano profondamente sul comportamento dei membri della comunità, è cosa messa ormai in piena evidenza dalla osservazione quotidiana. Ciò è dovuto non solo alla immediatezza del loro linguaggio, accessibile alle più diverse categorie sociali, ma soprattutto al fatto che questi strumenti costituiscono nuove vie di relazione fra ambienti e gruppi umani diversi per grado di cultura, di sviluppo economico, di progresso sociale, di livello morale e religioso. Cosicché centri abitati finora chiusi ed isolati, attraverso i mezzi audiovisivi, vengono sottoposti oggi a sollecitazioni di modelli di vita in gran parte diversi da quelli tradizionali; e questi inviti e richiami, penetrando nella intimità stessa della coscienza e della famiglia, suscitano nuove esigenze e nuovi slanci, che hanno la possibilità di protendersi verso risultati positivi o negativi, costruttivi od eversivi dei più profondi valori della vita.

La Chiesa considera con benevolenza queste nuove conquiste della tecnica, messe a disposizione della umanità. Si tratta

di veri doni di Dio, che manifestano la sua grandezza, e nello stesso tempo esprimono quel progressivo dominio sulla natura, che è vocazione propria dell'uomo, chiamato dalla Provvidenza Divina a collaborare nello sviluppo dell'opera della creazione. Lungi, pertanto, dal misconoscerne il valore, la Chiesa sa bene che gli strumenti audiovisivi, qualora vengano posti a servizio dell'uomo, offrono nuove e meravigliose possibilità di bene, e « possono contribuire ad una maggiore elevazione della dignità umana, a propagare e a divulgare l'arte genuina e la verità » (Giovanni XXIII, Lett. Ap. « Boni Pastoris »).

Non è difficile rendersi conto di tutto questo. Basta considerare tra l'altro gli innumerevoli vantaggi che derivano dall'uso degli strumenti audiovisivi per la diffusione della cultura; la loro importanza per il riavvicinamento e la comprensione tra classi sociali e popoli diversi; l'aiuto offerto ad ogni cittadino per raggiungere una più completa maturità politica; i nuovi orizzonti aperti all'azione pastorale per una maggiore propagazione e penetrazione del pensiero e dello spirito evangelico, ed una più vasta dilatazione del regno di Dio nel mondo.

Ma è ben naturale che l'interesse particolare della Chiesa per questi mezzi sia dovuto anzitutto al significato educativo che assume il loro impiego. Si tratta di un problema che ha raggiunto un'importanza sotto certi aspetti superiore alla questione scolastica stessa. Agli strumenti didattici tradizionali, infatti, si sono affiancati questi recenti che influiscono più vastamente non solo sui giovani, e non solo quando essi siano nell'ambiente scolastico, ma nella generalità delle popolazioni di tutte le età e di tutte le condizioni, e nel momento stesso della vita familiare.

Proprio per questo aspetto, analogamente a quanto deve affermarsi per tutte le istituzioni e per tutti gli strumenti educativi, la Chiesa anche a riguardo delle tecniche audiovisive ha coscienza dei compiti ben precisi da assolvere, cui non può sottrarsi: compito anzitutto di valutazione morale delle diverse espressioni di questi mezzi onde guidare le coscienze nella loro retta utilizzazione; compito inoltre di prendere le opportune

iniziative allo scopo di affermare in modo efficace la presenza dei valori religiosi negli sviluppi della vita sociale contemporanea. « La Chiesa — così si esprime l'Enciclica "Miranda Prorsus" — 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 ». Ciò appare ancor più urgente se si considerano le incidenze negative di questi stessi mezzi, a motivo degli abusi e delle profanazioni a cui possono essere condotti dalla debolezza o dalla malizia umana; pericolo, questo, tanto più grave, quanto maggiore è la potenza suggestiva di questi strumenti e quanto più vasto e indiscriminato è il pubblico che i medesimi « possono condurre così nel regno della luce, del nobile e del bello, come nei domini delle tenebre e della profanazione » (Enc. "Miranda Prorsus").

L'estrema gravità delle conseguenze della diversa e opposta utilizzazione di tali mezzi impone doveri strettissimi a tutti coloro che ne condividono la responsabilità, affinché l'uomo moderno, nell'uso di essi come di ogni altro bene temporale, non abbia mai a perdere la coscienza della sua dignità, ma resti dominatore ed arbitro della realtà. In modo particolare incombe su chiunque è investito di pubblici poteri l'obbligo di un tempestivo intervento sia per prevenire e rimuovere le eventuali influenze negative, sia ancora per offrire elementi validi per una vera istruzione ed educazione dei membri della comunità. Tale pubblica vigilanza, qualora sia contenuta nei giusti limiti, non può essere considerata come indebita pressione sulla libertà dei singoli; costituisce invece per lo Stato un legittimo esercizio delle sue funzioni di tutore e promotore del bene comune in un settore quanto mai delicato. Nel compiere queste funzioni l'Autorità pubblica dovrà bensì favorire la giusta libertà di espressione, e terrà conto del diritto naturale della persona a formarsi un giudizio proprio sopra gli avvenimenti, senza cedere a pressioni esterne che ne ledano la sua autonomia spirituale. Ma non meno

importante è il dovere dello Stato di vigilare affinché la legittima libertà di ciascuno nell'uso di questi mezzi non vada contro la verità o al di là dei limiti della giustizia e della onestà, specialmente per quanto riguarda il rispetto dovuto al sentimento religioso, alla famiglia, alla sensibilità dei giovani e alla stessa autorità civile. « Se, pertanto — così si esprimeva il Sommo Pontefice Pio XII di v.m. — il patrimonio civile e morale del popolo e delle famiglie deve essere tutelato con sicuro effetto, è più che giusto che la pubblica Autorità intervenga debitamente per impedire e frenare i più pericolosi influssi » (Discorso del 21 giugno 1955). Diversamente dovrebbe parlarsi di licenza, non di libertà.

Su questi e su altri argomenti ancora, connessi con la realtà audiovisiva, la prossima assise dei cattolici italiani è chiamata ad esprimere il suo autorevole pensiero e la sua chiarificatrice parola di orientamento. Il Santo Padre nutre serena fiducia che ancora una volta le Settimane Sociali dei Cattolici Italiani faranno sentire la propria efficacia sopra un problema dei più cruciali e delicati nella vita della Nazione.

A tale scopo Sua Santità, nella Sua paterna premura, ben consapevole che il costume morale, culturale e religioso del popolo sarà in gran parte conseguenza anche del diverso uso di queste tecniche, fa appello a tutti gli uomini di buon volere affinché si pongano a servizio del bene comune in questo campo, e incoraggia gli esperti a portare il contributo della loro cultura e delle loro capacità artistiche ed espressive. In modo particolare si rivolge ai diletti figli del laicato, affinché vogliano perseverare nei lodevoli sforzi intrapresi. Sempre più numerosi e compatti, sensibilissimi all'amabile guida della Gerarchia, mettano volenterosamente a disposizione della Chiesa i loro talenti, ne assecondino i desideri, ne promuovano le iniziative con spirito di lieta e concorde disciplina e con criteri genuinamente cristiani. Con la loro presenza e col loro senso di responsabilità, specialmente attraverso le forme associative di apostolato e le organizzazioni di ispirazione cristiana, sappiano rendersi in tal modo strumento efficace e tempestivo per lo sviluppo di una civiltà cristianamente orientata.

Questi sono i voti che scaturiscono dal cuore del Sommo Pontefice, e perché possano diventare consolante realtà, Egli invia a tutti i partecipanti alla Settimana di Siena, e in particolar modo alla Eminenza Vostra e allo zelante Pastore della Diocesi Senese, il conforto dell'Apostolica Benedizione.

Profitto della circostanza per baciarLe umilissimamente le Mani e confermarmi con sensi di profonda venerazione.

di Vostra Eminenza Reverendissima
Umil.mo Dev.mo Ohh.mo Servitor vero
F.to: A.G. Card. CICOGNANI

Pro lusione

*di Sua Eminenza
il Card. Giuseppe Siri*

Arcivescovo di Genova, Presidente del
Comitato Permanente delle Settimane So-
ciali dei Cattolici d'Italia

L'impiego dei mezzi audiovisivi
e le esigenze della persona umana

Un'altra volta la persona umana sta al centro di una settimana sociale e ne è la vera protagonista. Infatti questa prolusione deve parlare, sì, dei mezzi audiovisivi, ma li deve mettere a confronto con la persona umana e le sue esigenze.

Non è monotonia, questa è solo coerenza inflessibile al principio che regge tutta la sociologia cristiana e la discrimina nettamente e obiettivamente da ogni concezione diversa, confermandola nella sua vera e sincera originalità.

Noi crediamo in Cristo, figlio di Dio fatto uomo, che venuto per salvare gli uomini ci ha divinamente insegnato a rispettare e a far rispettare l'uomo.

La coerenza adunque di un principio, il quale è tanto grande da reggere la logica di tutte le questioni interessanti l'uomo, basta a salvarci dal sospetto di vieta ripetizione e di pesante monotonia. Questo premesso e precisato, mi sia concesso di introdurni al tema.

Da quattro secoli e mezzo e cioè da quando un eresiarca ha affermato che il peccato originale ha insanabilmente dimezzato l'uomo senza lasciarne alcuna possibilità di vera giustificazione e purificazione interiore togliendogli di fatto la libertà, le vere grandi questioni della cultura e di tutti i livelli derivati riguardano l'uomo.

Da tanto tempo dura l'attentato all'uomo, che si è dipanato e si dipana tuttavia in tre modi:

— spogliazione della libertà, della intelligenza, della certezza, della speranza;

— protezione concessa come una corazza che di fatto imprigiona l'uomo;

— riduzione del medesimo uomo ad essere oggetto e strumento di potere economico e di potere politico.

Le spese le fa sempre la persona umana nella sua libertà.

Lo sforzo secolare, la crisi intellettuale che hanno messo in pericolo e tuttavia continuano anche più tenacemente a mettere in pericolo la dignità della persona umana, obbligano a considerare attentamente, tempestivamente e scientificamente (sempre nella luce dei superiori principii morali) la incidenza di taluni elementi sull'uomo affinché si comprenda altrettanto tempestivamente come e quanto, e a quali con-

dizioni vadano usati, perché rimanga salvo il dono di Dio, la libertà. Questa settimana considera un elemento: il mezzo audiovisivo. Esiste il pericolo insomma che il mezzo audiovisivo venga impegnato male, esiste l'esigenza che venga impiegato bene. Apparirà più chiaro appresso di quale natura sia questo pericolo. Ora deve apparire quale sia lo scopo di questa settimana sociale. Esso è il seguente: creare quel senso comune nella onestà e nella misura (che si difenderà poi nella legge e soprattutto nel costume) sicché i mezzi radio audiovisivi, in qualunque mano siano, pubblica o privata, rimangono mezzi positivi e non negativi, costruttivi della migliore educazione o maturazione degli uomini, non distruttivi della loro libertà e della loro personalità.

E' stato sempre distintivo della dottrina cattolica difendere l'uomo, per la ragione che ho detto poc'anzi; quella linea continua e continuerà.

Dovendo io mettere a raffronto i mezzi radio audiovisivi e le esigenze della persona umana, debbo cominciare a chiedermi quali sono queste esigenze.

La persona umana è caratterizzata dalla sua « autonomia ». Essa, pur creata da Dio e da Lui dipendente, è qualcosa di sé e per sé, pienamente distinta da quello che è fuori di sé con una vita, una intelligenza, dalle inconfondibili proprietà, possedute in modo distinto da qualunque altro. La più semplice ed immediata percezione di coscienza di qualunque uomo in possesso delle sue facoltà gli dà la certezza evidente di questa sua autonomia. Non sarebbe possibile alcuna coscienza di tale autonomia e pertanto alcun esercizio di essa, se la persona umana non fosse intelligente. Da questo dato non si può mai prescindere.

Ma questa autonomia non sussisterebbe di fatto senza alcune proprietà nettamente documentate e conseguenti alla autonomia stessa. Infatti l'autonomia stessa nell'azione intelligente si chiama libertà. Il rapporto necessario a beni esterni alla persona e da essa richiesti per poter continuare ad essere autonoma in compagnia di altri esseri liberi e non liberi, nel cosmo, impone pure che talune cose entrino nella sua stessa autonomia, partecipino di quella e questo ovviamente costituisce il diritto di proprietà. Homo sine pecunia imago mortis. L'uomo che deve chiedere tutto ad altri, sente di essere disgraziato, anche se può essere giustificato e persino contento. Questa autonomia insomma si diffonde su di altre cose come da un corpo luminoso si diffondono radiazioni e si chiama proprietà. L'autonomia, finalmente, dà origine per la persona umana che deve vivere con essi uomini dotati al par di essa autonomia, a un tipo particolare e adatto di rapporti esterni: il diritto e il dovere. Non è di questi che io debbo discorrere, ma di essi debbo affermare con chiarezza che rappresentano la strumentalità di relazione di un essere

dotato di intelligenza e di autonomia con esseri dotati alla pari di intelligenza ed autonomia. Diritti e doveri sono rapporti che non sono davvero della stessa natura delle briglie dei cavalli, del guinzaglio dei cani, degli impulsi elettrici coi quali si muove e si agita la materia. Le esigenze adunque della persona umana sono che si rispetti e si salvi la sua connaturata autonomia e per salvare questa è necessario salvare la libertà, la proprietà, il rapporto coi simili, sito nel diritto e nel dovere. Tutto ciò che arriva ad intaccare od inficiare l'autonomia, la libertà, l'ordinamento di una vita basata sull'esercizio del diritto e del dovere, intacca e distrugge di fatto la dignità umana.

Ora nell'argomento di cui ci si occupa non sarà necessario che io mi preoccupi siano salve la proprietà, il diritto ed il dovere, è sufficiente mi preoccupi rimanga salva la prima e più espressiva caratteristica della persona umana, la esigenza che condiziona tutte le altre esigenze ed il loro soddisfacimento, ossia basta mi occupi della libertà. E così farò. Ma qui bisogna distinguere.

Esiste una libertà interna ed esiste una libertà esterna. Della libertà interna ne esiste una che deriva da qualità naturali ed acquisite (v. g. le virtù) interne; ne esiste un'altra che pur restando interna dipende da condizioni esterne.

Di quali io mi preoccupo? Dell'ultima anzitutto.

Infatti.

Nessuno potrà dire che i mezzi audiovisivi offendano, per sé, la libertà-esterna. Essi non sono morse che afferrino fisicamente.

Nessuno vorrà ugualmente credere che i mezzi radio audiovisivi possano diminuire direttamente la vera libertà interiore.

Resta che i mezzi audio visivi possano influire sull'interno, oscurando, imbarazzando, suggestionando, ossessionando, deviando, generando una sorta di costrizione sulle capacità fantastiche emotive ed inibitrici, quindi attraendo, snervando e persino bloccando.

E' dunque di questa libertà interiore che dobbiamo esporre le esigenze rispetto ai mezzi audio visivi, perché resti integra la dignità della persona umana.

Accanto alla esigenza di difesa della sua libertà, ossia del suo libero sviluppo, la persona umana ha l'esigenza di essere arricchita. E questa esigenza è perfettamente positiva. Intendiamoci bene: qui non parlo della ricchezza materiale, anche se non la escludo, parlo della ricchezza umana che è intellettuale, estetica, morale, superiore e pertanto religiosa. La documentazione di questa esigenza di arricchimento per la persona balza da sé con evidenza. Ogni uomo nasce senza idee e solo con la capacità di averle per estrazione dalla esperienza e con l'istinto di cercarle

e con la disposizione a concepirle e a inserirle in un processo suo mentale; nasce senza esperienza. Quello che porta dentro di sé è capace di sviluppi indefiniti. Solo se asseconderà questo istinto della vita di sviluppo indefinito sul chiaro sfondo di un fine immortale come egli sente di essere, non sarà vuoto e nemico a se stesso nella esistenza. Persino quando si diverte, quando pecca, quando agisce pazzescamente egli cerca qualcosa nella linea di uno sviluppo indefinito. La vecchiaia è triste quando un uomo per disgrazia o colpa sua crede di avere preclusa la via dello indefinito sviluppo. I nostri limiti sono il documento della nostra inderogabile esigenza di arricchimento. Per corrispondere Dio ha disposto che fosse possibile accumulare le esperienze di una età e lasciarle attraverso gli strumenti delle istituzioni e della cultura alle età seguenti. Dio ha messo dentro all'uomo uno stimolo insaziabile, preciso, concreto e persino invadente che si chiama curiosità.

Ma consentitemi che torni al primo argomento, la difesa della libertà interiore.

Allora supponiamo che i mezzi audiovisivi possono, se male usati, o se anche solo inopportuno ed esageratamente usati, diminuire la libertà dell'uomo nel senso di esercitare una sostituzione od una imposizione. Sì. Ed è questo il punto della questione.

Come può accadere questo?

Sottopongo una serie di considerazioni che dimostrano come la esibizione esterna, calcata, protratta, qualitativa abbia un potere di inibizione, di suggestione e di convincimento sullo spettatore o sull'ascoltatore. E' appunto tale potere che va profondamente esaminato.

1. - L'esercizio della critica costa fatica agli uomini. Infatti suppone una certa preparazione di logica, anche solo istintiva, ma capace di disporre idee e giudizi secondo un nesso reale, di rilevare rapporti di causa e di effetto, di successione, di proporzione. Suppone una qualche cultura, non fosse altro perché la cultura fornisce raffronti, richiami, aiuta a porre problemi e dubbi. Suppone impegno e dispendio di energia.

Talvolta esige intervento della coscienza a proclamare un dovere, il dovere di non credere alla prima.

Tutto questo deve agire in modo piuttosto simultaneo e tanto basta per farci ammettere che l'esercizio critico non è sempre il primo e più facile impegno dello spettatore e dell'ascoltatore.

C'è anche da osservare che l'esercizio critico (o giudizio) può più facilmente azionarsi sulla capacità che lo spettacolo o la trasmissione hanno di far piacere, di far ridere, di eccitare curiosità, che non sulla obiettiva verità, sul rapporto di moralità, sul valore educativo.

E' ovvio che la superiore ragione dalla quale noi cattolici siamo qui adunati ci rende ansiosi piuttosto a proposito di quell'esercizio critico per cui si scevera la verità dall'errore, il bene dal male, la unilateralità di visione dalla visione adeguata e complessiva.

Se non sarà disprezzabile il numero di quelli che, guardando od ascoltando rinunciano ad ogni esercizio personale di critica sull'aspetto estetico ed anche solo diversivo dello spettacolo, sarà certamente più grande il numero di coloro che non si daranno alcun pensiero di difendersi dall'eventuale errore e dalla eventuale sobillazione morale.

Che l'esercizio della critica costi fatica agli uomini, significa essere per loro altrettanto facile la seduzione degli errori, degli ingiusti giudizi su uomini, su cose, fatti ed aspetti della vita; per loro diventa insinuante la inibizione di sentimenti, di attrazione o di repulsione, lo scatenamento di passioni anche violente, disorientamenti complessivi.

Un uomo qualunque resta certamente libero davanti al video, ma l'istinto della comodità per cui liberamente elegge — spesso — quello che gli costa meno fatica, che è, già fatto e montato da altri o che è semplicemente più consono al suo tipo ed al suo modo di pensare, lo metteranno a poco a poco alla mercé del « video ». Non sarà sempre, ma sarà qualche volta, molte volte. Senza alcuna base logica gli si accenderanno passioni, gli diventeranno connaturate certe affermazioni e certe negazioni e queste potranno fare testo nella sua vita e nelle sue preferenze. Egli potrà fare molte cose non perché abbia viste le ragioni di quello che fa, ma perché si è venuto a trovare in una situazione di simpatia o di antipatia, in uno stato emotivo e logico. La libertà cresce quando agisce l'intelletto, diminuisce quando all'intelletto si sostituiscono impulsi più irrazionali ed emotivi. La sfera di luce allarga il campo della libertà; la sfera di emozioni può restringerlo.

2. - Il nesso che c'è tra la colpa e le tenebre nell'anima degli uomini qui va opportunamente chiamato in causa. Gesù Cristo stesso ne ha parlato nel suo celebre colloquio notturno con Nicodemo (Giovanni III). Il peccato, anche se lo si volesse semplicemente considerare come uno stato psicologico, induce una istintiva ripugnanza rispetto alla legge che si è violata, spinge alla unilateralità di volgersi piuttosto e forse solo verso la parte ove non si sente salire la condanna del proprio operato e finisce con il restringere naturalmente il campo di visibilità. E' la ragione per cui molti peccatori non accettano la verità dei Comandamenti rispetto ai quali si trovano in contrasto. E' la ragione per la quale spesso la Fede è perduta per cause del tutto morali.

C'è dunque un nesso tra peccato e tenebre, ossia il peccato è legato ad un restringimento del campo di visibilità.

Noi siamo ora davanti ad una delle principali ragioni — forse la principale — per cui viene a decadere negli uomini il senso critico del quale ho parlato sopra, nei confronti degli errori e delle azioni deformi. Si tratta di una debolezza che mette la leva in mano delle suggestioni esterne e la mette non solo per le unilateralità indotte, ma anche e non meno per le affinità esibite.

La conclusione è patente e può esprimersi così: la capacità di ricevere suggestioni — a parità di condizioni — aumenta coll'aumentare della vita immorale.

3. - La prevalenza delle impressioni e delle immagini esterne od anche solo fantastiche a sua volta riduce il campo razionale e come funzione e come quantità. Così allo schema logico viene sostituito piuttosto lo schema della successione fantastica. L'azione logica della intelligenza vi resta o vi diviene frammentaria. Dinanzi al video l'uomo resta certamente libero; ma quando liberamente ha scelto di abbandonarsi ad uno schema fantastico rinuncia in qualche modo entro di quello a servirsi della sua libertà. Si aggiunge che il prevalere delle impressioni e delle immagini, necessariamente superficiali, portano a sentire e ad agire in un modo altrettanto superficiale. Allora la profondità la si incontra piuttosto per caso.

Tutti coloro che qui mi ascoltano sanno benissimo che cosa si deve pensare di questi due livelli, di superficie e di profondità e che cosa consegue da entrambi.

La profondità costituisce una maggiore difesa, rispetto a quello che può venire detto, presentato od inoculato dall'esterno; la superficialità è una magnifica apertura di porta alle insinuazioni visive ed uditive.

In più le impressioni e le immagini hanno la presa immediata ed efficace, ben più delle idee e delle teorie, tanto che un buon metodo didattico, specialmente coi più giovani è obbligato a fare il più possibile riferimento a dati concreti a immagini a fatti quali la fantasia può facilmente ridipingere per far intendere idee e teorie.

Le impressioni e le immagini, in chi le suscita o lo propone possono provenire da teorie e convinzioni determinate; in tal caso esse suscitano stati d'animo per i quali vengono inoculate teorie che lo spettatore non conosce e non conoscerà forse mai in formulazione propria. Però quando dovrà agire si comporterà quando è preso dallo « stato d'animo », come se quelle idee o concezioni avesse effettivamente abbracciate.

Finalmente le impressioni e le immagini, che rimangono senza una

prosecuzione razionale, tendono a spostare l'azione dal campo libero a quello impulsivo e pertanto automatico.

4. - Bisogna fare i conti col subcosciente. Tutto quello che si riceve — consci noi o non consci, se si deve credere alle ultime rilevazioni fatte — resta inciso nel nastro della nostra psiche e quando va al disotto del livello di coscienza attuale psicologica, costituisce il gran deposito di subcosciente. Là non è inerte come le carte di un archivio, ma sempre il deposito si agita, prepara le trame e i motivi che poi affiorano nel « cosciente » e sono facilità e ricchezza, ma anche prova e inciampo della nostra vita.

Il mondo del subcosciente interessa perché conserva, manipola, tratta a suo modo spesso rimette in circolo quello che si è afferrato in qualunque momento, anche di semplice distrazione, anche di innocuo esercizio, anche di distrattissima noia. E lo rimette in circolo anche con tocchi violenti, con fremiti di istinto, con ombre di patologia e complessi.

Per il subcosciente tutto quello che viene dal video diventa duraturo, capace di agire a distanza di tempo, di agire in modo composito con preformazioni e caratteristiche temporamentali, capace di agire persino in modo ossessivo. Gli antichi non parlavano molto del subcosciente (la parola non era generalmente usata), ma ne avevano cavato un senso di rispetto per gli uomini in quel che si dice o si fa.

Gli uomini sono — ancora una volta — liberi dinanzi alle trame che il subcosciente spinge in superficie e possono ricacciarle in fondo all'anima; ma, tant'è, qualche poco debbono subire, per lo meno debbono fare uno sforzo, se sono situati male debbono lottare per uscire dalle imposte impressioni. E quando si è deboli, cosa abbastanza comune è più facile lasciar correre che resistere ed imporre il dettame della propria convinta personalità. La quale, se esiste in senso morale, tende certamente più al semplice che alla forma di fantasia e di immagini; essa è schematica non impressionistica, essa è ordine logico più che la successione di impulsi.

A questo punto io chiedo che senso ha tutto quello che ho detto.

Ha questo senso. Per capire che cosa valgono e siano le esigenze della persona umana dinanzi al video, bisogna entrare nell'anima degli uomini, rilevarvi la vicenda ordinaria di quanto in loro arriva dall'esterno, misurare il carattere passivo con cui spesso lo accolgono, rendersi ben conto dello sforzo richiesto perché elementi automatici ed irrazionali non si sostituiscano a quelli personalmente inquisiti e liberamente accettati. Occorre riflettere oltre che a questa passività di fronte al fenomeno esterno, anche alla umana debolezza complessiva.

Ho detto a principio che la principale esigenza della persona umana di fronte allo strumento audiovisivo era quella di salvaguardare nella libertà la propria libertà quella per cui l'uomo si guida coscientemente e credentemente da sé e non si lascia al tutto in balia di suggestioni e spinte emotive provenienti dal suo esterno. La descrizione, sia pure schematizzata, di quello che avviene nella interiorità ci ha reso edotti della incisività del fenomeno audiovisivo.

Infatti esso può per la forza delle espressioni suscitate e delle immagini eseguite essere un'arricchimento, ma può diventare un impoverimento e può essere una perenne sorgente di complessi, non esclusi quelli di inferiorità.

La persona umana esige, anche se gli uomini tacessero, di essere arricchita e non impoverita. Questa la definitiva sua esigenza. L'arricchimento umano!

Esso è conoscere. Questo cosmo dalle indefinite sorprese è stato fatto perché due uomini vièppiu conoscendo le forme e misteri, vièppiu suscitando nel proprio intimo al contatto della cognizione scintille di intuizione e di poesia, fossero in grado di sentirsi maggiormente a posto e soprattutto meglio sapessero del loro Creatore e della ineffabile grandezza del loro destino.

Esso è dare all'intreccio del fatto conoscitivo con tutte le altre potenze dell'anima pienezza di onestà e stupende esperienze.

Esso è condurre al limpido godimento di quanto sta nella azione degli esseri irrazionali e degli esseri liberi.

Esso è con la suggestione dell'esempio, col fascino del paragone, collo stimolo della immolazione motiva a fare in qualche modo proprio quello che è già in possesso e gaudio d'altri, sommando il bene senza fine in una autentica esplosione di vita.

Esso è la educazione della volontà, distinto dalla comunità umana nella quale tutti i valori si possono sommare purché si voglia.

Esso è capacità di stare meglio e pur consapevole nel concerto dei fatti e nelle responsabilità di fronte ad essi.

Esso è la cultura, la civiltà, la sanità.

Mi chiedo: è possibile un arricchimento favorendo solamente e malamente degli istinti?

E' possibile un arricchimento deducendo alla formulazione di programmi impossibili ai più?

E' possibile un arricchimento insegnando a disprezzare o suscitando il disprezzo (che è poi la stessa cosa), quando il disprezzo viene cassando dallo splendore della vita qualcosa?

E' possibile arricchire spingendo verso la notte piuttosto che verso il giorno? Hanno forse gli uomini bisogno di diventare più tristi di quello che sono?

A queste domande fa eco una risposta ben nitida nell'animo dei miei gentili ascoltatori, i quali sanno che l'arricchimento umano è positivo edifica e non distrugge, solleva e non abbassa, lancia e non deprime. Talvolta l'arricchimento non coincide affatto col piacere e soprattutto colla facile dilettazione sensibile, anzi!

Perché sono milioni che ogni giorno chiedono qualcosa, molto al mezzo audiovisivo, essi tendono le mani ed attendono almeno un frammento di vita!

La persona umana domanda, anche se la debolezza vi è consoziente, di non venire artefatta.

La persona umana, implora perché nessuno abusando della sua necessità di riposo, di svago e di felicità non abbia avvenire ridipinta ad arbitrio di qualcuno. E' tutto.

Prima di terminare acconsentite che io vi inviti a considerare le cose da un altro punto di vista.

Chi ha in mano gli strumenti audiovisivi ha bisogno di grande coscienza. Ove questa gli facesse difetto, sa di poter andare lontano, perché può sfruttare quelle caratteristiche che ho sopra brevemente prospettato a voi, sa che la ripetizione può provocare la ossessione; si tratta in vero di un fatto al tutto comune. Sa che può ottenere a poco a poco il suffragio della superficialità e della irrazionalità. Sa che può talmente intrattenere in argomenti marginali, da far eludere a poco a poco tutte le questioni di base e sostanziali. Sa che si hanno più in mano gli uomini abituati a sole impressioni, che non uomini adusati alla matura riflessione della trama logica. Sa che i fantastici, dopo avere in loro eccitato quelle qualità relative, sono più maneggevoli che non le intelligenze lucide. Sa che le impressioni violente prostrano, che la prostrazione deteriora anche fino alla patologia e che gli ammalati si maneggiano meglio dei sani. Sa che la verità può essere messa in quarantena colle ombre dosate, che con i tocchi e le sfumature, le dosi bilanciate possono creare i romanzi, distruggere la fama, aizzare la passione, scompigliare il buon senso. Sa che entra dovunque e che la simultaneità diviene nelle sue mani l'alleata della estensione. Sa che la opinione può anche essere prefabbricata ed imposta, senza alcuna azione legalmente violenta, ma solo giocando sul bisogno tremendo che gli uomini troppo svuotati nell'anima hanno di avere sempre con sé qualcuno, come se soprattutto importasse ritrarsi da un vuoto pauroso e da un risucchio maligno.

Gli uomini faranno bene a preoccuparsi per tempo della incredibile potenza del mezzo, non per stroncarlo, ma per affidarlo ad ordinamenti saggi ed a mani non facilmente corrompibili.

Si tratta di un grande fenomeno sociale, che è il grande riflesso della creazione tecnica. Forse siamo solo a degli inizi. E' accaduto molte volte che la letteratura ha superato tutto ed ha guidato tutto. La potenza di quel grande fatto di civiltà è oggi per quanto concerne il risultato immediato e non quello profondo e lontano, largamente superato dal mezzo audiovisivo. Ogni uomo che abbia bisogno di completarsi con cose esterne od anche solo di equilibrarsi in modo automatico dalla fatica prevalentemente nervosa, si offre ad una forza che agisce su di esso e paga il piacere ed il riposo — od almeno può pagare — con una passività sua di fronte a quello che riceve. Il mezzo è arrivato a creare situazioni psicologiche e cioè interne. Questo prima riusciva solo attraverso la parola diretta insistente e perciò stesso più raramente effettuabile.

Chi ha interesse ed ha in mano il mezzo audiovisivo sa che se vuole può tentare di cambiare nella testa degli uomini anche il concetto della vita. Non che gli riesca fino in fondo perché non potrà mai annullare le reazioni della intelligenza e le inibizioni della sua capacità critica o la forza della volontà, quando c'è. Ma in qualche misura gli riuscirà e potrà servirsi di questo ignobile effetto. L'uomo che è stanco, annoiato, triste, svagato, disilluso, vuoto è un soggetto trattabile a volontà. Qui sta la realtà umana dell'argomento che questa Settimana si accinge a trattare.

Se ne dispiega una somma di doveri attivi e passivi e, forse, prima ancora dei doveri, un invito alla tempestiva valutazione ed al pronto rilievo. L'invito è forte perché proiettato nel futuro può equivalere tanto ad una ricchezza nuova quanto ad un servaggio nuovo.

Deciderà anche qui la coscienza morale degli uomini. Io vi prego di rivolgervi a quella, la sola che ci farà sopravvivere se la sosterrà la luce di Dio.

Prof. Francesco Vito

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

La diffusione dei mezzi audiovisivi
 conseguenza e fattore
 di trasformazione sociale

1) *Grandezza e miseria dei mezzi audiovisivi*

L'universo dell'espressione — della parola, dell'immagine e del suono — si va estendendo ad un ritmo sempre più celere: cinema, radio, televisione, spettacolo e stampa hanno raggiunto tale espansione, sono in grado di influenzare tanta parte della vita del singolo e delle comunità; hanno raggiunto tante categorie sociali da essere stati assunti a simbolo dell'epoca nostra. Si parla infatti di questa come della civiltà dei mezzi audiovisivi; essa tiene dietro alla civiltà della stampa, che a sua volta aveva sostituito la civiltà della scrittura, apertasi sulla civiltà tradizionale, caratterizzata dalla trasmissione orale delle notizie e delle conoscenze, dalla tradizione nel senso letterale dell'espressione.

Come è noto, le valutazioni del fenomeno sono divise. Di fronte agli innegabili benefici delle informazioni enormemente accresciute, delle moltiplicate possibilità di diffondere l'istruzione, di superare l'isolamento culturale e di favorire la mutua conoscenza fra comunità viventi nella stessa unità nazionale e fra popoli diversi, taluni sono propensi a non attribuire gran peso ai lati negativi: pericolo di abbassamento dei valori umani, di asservimento delle informazioni ad interessi economici privati o al monopolio del potere pubblico, di diseducazione delle giovani generazioni, ecc. Altri al contrario accentuano in modo assolutamente preminente la potenziale influenza nefasta dei mezzi audiovisivi, specialmente di quelli più popolari, come il cinema, la televisione e certi periodici illustrati e li denunciano come responsabili di un grave decadimento culturale e come minaccia di danni ancora più gravi.

E' noto però che gli spiriti più attenti concordano nel rifuggire da entrambe le posizioni estreme: mentre riconoscono le grandezze non ignorano le miserie della civiltà degli audiovisivi. Essi si adoperano a trovare quel punto di equilibrio che, mentre elimini o almeno riduca quanto più possibile gli effetti indesiderabili delle nuove forme di espressione e di comunicazione, tragga da esse, mediante l'educazione del pubblico la formazione di autori e di realizzatori e la disciplina legale, da

condursi sulla base di accurate indagini scientifiche sul modo di operare di ciascuna di esse, tutti i vantaggi auspicabili per il processo civile.

La validità di tale veduta che non respinge gli allarmi ma invita anche alla fiducia, non può essere meglio illustrata che considerando l'affermarsi e lo svilupparsi dei mezzi audiovisivi come autentico fenomeno sociale: come fenomeno cioè che accompagna la società nelle sue trasformazioni, da cui risulta in gran parte determinato e che esso stesso a sua volta contribuisce a determinare. Nella misura in cui è determinato costituisce in un certo senso un processo inarrestabile e porta con sé elementi irreversibili; ma in quanto capace di dare l'impronta alla società di domani, è suscettibile di essere esso stesso influenzato. La nostra generazione è chiamata a prendere coscienza della potente incidenza sociale dei mezzi audiovisivi e volgerli, col sussidio delle scienze sociali, a beneficio del progresso umano.

2) Il progresso tecnico ed economico come fattore di espansione dei mezzi audiovisivi

A base delle varie forme di espressione e di comunicazione che caratterizzano il nostro tempo vi sono innanzitutto fattori tecnici. Come il perfezionamento dei procedimenti di riproduzione portarono dal libro al periodico e ai quotidiani, così si operò il passaggio dalla fotografia al cinema: dal cinema muto a quello sonoro e a quello a colori e poi all'uso del grande schermo col cinemascope, cinerama e circarama; analogamente il progresso delle telecomunicazioni diede vita alla radio e poi alla stereoradiodiffusione, alla televisione ed ora apre la via delle telecomunicazioni spaziali e della televisione intercontinentale. Ma difficilmente questo indispensabile presupposto tecnico avrebbe portato alla attuale espansione di ciò che fu definito il « quarto potere »: la stampa; di quella che molti chiamano la settima arte: il cinema; e di quelle vere e proprie istituzioni socio-culturali che sono tipiche del dinamismo in cui viviamo per il loro impeto travolgente di allargamento e di penetrazione: la radio e specialmente la televisione, se su quella premessa non si fossero innestati fattori economici e fattori politici.

Il progresso economico, quale si manifesta innanzi tutto nell'aumento del reddito *pro-capite* e quindi del tenore di vita è la voce in cui si sintetizzano i fattori economici che hanno stimolato e vanno continuamente sollecitando con forza inarrestabile l'espansione e la utilizzazione dei mezzi audiovisivi.

Tre sono le vie principali attraverso le quali quelle sollecitazioni di impulsi si trasferiscono dalla sfera della produzione e distribuzione del reddito a quella di cui ci occupiamo:

- a) l'accrescimento dei consumi non essenziali, detti anche voluttuari;
- b) l'aumento del tempo libero di lavoratori e impiegati;
- c) il diffondersi della pubblicità commerciale.

E' un fatto universalmente constatato che a mano a mano che il reddito *pro-capite* si eleva, l'impiego che esso riceve si modifica. Non soltanto si modifica, a partire da un certo livello rispondente ad un tenore di vita ritenuto indispensabile, la ripartizione fra consumo e risparmio, su cui, come è noto, insiste particolarmente la scuola keynesiana. Muta anche la composizione dei consumi. Al di là di un certo limite, ogni accrescimento di reddito lascia inalterata o fa variare solo tenuamente la spesa in consumi essenziali, come alimentazione, abitazione, indumenti, ecc., mentre si traduce prevalentemente in aumento di consumi voluttuari. Tra questi, come è noto, si iscrivono ed occupano un posto di grande rilievo quelli relativi alla stampa, e specialmente ai periodici illustrati, al cinema, alla radio, alla televisione, allo spettacolo teatrale e a manifestazioni analoghe.

E' superfluo riportare dati statistici per dimostrare il fatto a tutti noto che nelle economie progredite il grado e il ritmo di diffusione dei mezzi audiovisivi sono sempre, talora di gran lunga, superiori a quelli che si hanno nelle economie sottosviluppate e in quelle arretrate (1). Tuttavia non di rado viene messa in dubbio la correlazione esistente fra aumento di benessere e aumento della spesa in consumi relativi ai mezzi audiovisivi.

Si fa notare da taluni che l'Italia, mentre occupa una posizione modesta fra i paesi di Europa quanto a livello di consumi essenziali, tocca il vertice della spesa per spettacolo cinematografico. Ma la constatazione non intacca affatto la validità della correlazione. Quest'ultima infatti riguarda i mezzi audiovisivi nel loro complesso e non il posto relativo di ciascuno di essi. E nessuno penserà di affermare che l'Italia si trovi al vertice per la spesa *globale* in consumi attinenti ai mezzi audiovisivi.

La composizione di tali consumi dipende ovviamente non tanto dal livello di reddito quanto da fattori culturali, psicologici, ambientali, ecc. Sono questi fattori non facilmente individuabili e misurabili a cui dobbiamo riportarci se vogliamo spiegarci perché il cinema e la televisione

(1) Il raffronto tra le dimensioni della televisione e della stampa negli Stati Uniti d'America e in Italia, non solo in cifre assolute, che non sarebbe significativo, ma in relazione al numero degli abitanti, è contenuto nel discorso di Max Kraus all'apertura del Seminario di studi sociologici sull'impiego dei mezzi audiovisivi svoltosi presso l'Università Cattolica di Milano nel 1960.

assorbono in Italia somme maggiori fra i vari mezzi audiovisivi. Dalla Relazione sul Bilancio del Ministero del Turismo e dello Spettacolo distribuita alla Camera dei Deputati a fine giugno di quest'anno, si rileva la seguente graduatoria fra i vari tipi di spettacolo quanto alla percentuale rispettivamente assorbita nel 1961, sulla spesa globale di 224 miliardi.

Cinema	56,1% (L. 125.200.000.000)
Radio-Televisione	21,7% (» 48.700.000.000)
Trattamenti vari (2)	11,6% (» 25.900.000.000)
Sport	6,8% (» 15.700.000.000)
Teatro (3)	3,8% (» 8.400.000.000)

Queste percentuali riflettono le attuali preferenze del pubblico italiano; e offrono un quadro assai utile per orientarci intorno al tipo di mezzi audiovisivi che presumibilmente raggiunge il numero più elevato di persone e concorre più degli altri ad influenzare le idee, le vedute, i giudizi, ecc. Tuttavia non si chieda ad esse più di quanto possano dire. Tutte le voci, sono, a partire dal 1959, in aumento; ma il ritmo di aumento è diverso. Fra qualche anno potremo avere una diversa distribuzione. Molto dipenderà dallo slancio con cui i vari tipi terranno dietro ai perfezionamenti della tecnica.

Nel quadriennio 1956-1959 mentre le tre rimanenti voci erano in aumento, declinavano — e talora sensibilmente — quelle del cinema e del teatro, e ciò era dovuto palesemente al rapidissimo incremento della televisione: la spesa per radio-televisione, che nel 1956 suprava di poco i 23 miliardi, nel 1959 era salita ad oltre 40 miliardi. Ma dopo il 1959 anche il cinema e il teatro hanno ripreso quota; sicché un certo equilibrio sembra stia ricostituendosi fra vecchi e nuovi tipi. Vi hanno concorso varie circostanze tra cui non va trascurato l'impegno con cui si è cercato, specialmente da parte del cinema, di riguadagnare mediante nuovi accorgimenti il favore degli spettatori (4).

Per questi vari motivi non è facile fare previsioni circa la futura distribuzione nella spesa globale per i mezzi audiovisivi; mentre non vi

(2) Balli, mostre, fiere, divertimenti popolari.

(3) Prosa, lirica, operetta, rivista, varietà, concerti.

(4) Al Salone Internazionale della Tecnica in Torino si svolgono in questi giorni manifestazioni intese alla ricerca di nuove forme spettacolari che consentano al cinema di reggere alla concorrenza della televisione. Si studia « La psicofisiologia nella tecnica di registrazione e di riproduzione delle informazioni » per dare impulso al cinerama in cui lo spettatore, trovandosi al centro dell'azione cinematografica, se ne sente in certo modo protagonista. Così il sistema agisce insieme sulla psicologia e sulla fisiologia dello spettatore.

è alcun dubbio che col progredire del reddito *pro-capite* si eleverà ancora quella spesa globale.

Nella menzionata Relazione Parlamentare si pone in rilievo che la voce spettacoli e spese ricreative e culturali nel bilancio medio della famiglia italiana si eleva mentre altre voci (consumi alimentari) restano stazionari. La constatazione non ha nulla di eccezionale. E' un fatto costante che, al di là di un certo livello, come si è già ricordato, gli aumenti di reddito si traducono per gran parte in aumenti di consumi voluttuari. E' vero però che per un'economia così eterogenea per livello di benessere quale è la nostra (per semplificare si suol parlare di economia dualistica, comprendendo il Centro-Nord nella parte sviluppata e il Sud e le Isole in quella sottosviluppata) gli indici nazionali devono essere integrati e comparati a quelli regionali. Rientra nella normalità il caso di aumento di consumi voluttuari che si accompagna a consumi essenziali stazionari là dove si sia superato il livello che assicura un soddisfacente tenore di vita. Rappresenta invece un fatto abnorme il verificarsi di quell'evento in zone che sono ancora al di sotto di quel livello. Casi singoli di comportamento siffatto si sono forse sempre avuti nelle varie economie. Ciò che preoccupa è che il comportamento possa allargarsi proprio per effetto della rapida diffusione dei mezzi audiovisivi.

E' questa una delle loro incidenze negative, a cui si fa qui un cenno solo di passaggio. Giova notare a questo punto, per concludere l'indagine dei fattori economici, che sotto l'aspetto qui considerato, è irrilevante che il Sud si vada sempre più avvicinando al Centro-Nord per la spesa in abbonamenti alla televisione (5). Viene spontaneo il rilievo che, avendo questo tipo di spettacolo fatto il suo ingresso solo recentemente quando il reddito del Sud sperimentava già la fase di aumento, la sua attrazione sia stata maggiore di quella esercitata dagli altri mezzi audiovisivi. Ma comunque si pensi di ciò, è importante notare che la correlazione tra aumento di reddito ed espansione dei mezzi audiovisivi non viene inficiata da quanto accade nel territorio dell'uno o dell'altro di essi perché quella correlazione si riferisce al volume *globale* di spesa per tutti i tipi di mezzi audiovisivi. Anche per l'Italia i dati globali confermano la correlazione.

Disponiamo così di una guida preziosa sia per comprendere la genesi del fenomeno sia per prevedere i compiti di domani. Possiamo essere certi che ogni ulteriore passo avanti nel livello di reddito sarà accompagnato dal parallelo accrescersi della domanda di mezzi audiovisivi. Paral-

(5) Secondo i dati riportati dal N. 119 dei « Documenti della Vita Italiana » la densità degli abbonamenti alla televisione per 100 famiglie, al 31-12-1960, era: 12,76 per il Sud, 18,05 per il Nord, 21,75 per il Centro.

lamente si intensificheranno le incidenze loro sulla vita sociale e più impegnativi si faranno i compiti della società per volgere al progresso civile ciò che potrebbe portare alla decadenza morale e culturale.

3) *L'aumento del tempo libero*

L'aumento del tenore di vita non si manifesta solo con l'elevazione del reddito *pro-capite* ma anche con l'aumento del tempo libero. Gli avanzamenti della tecnica produttiva, che procedono ininterrotti, benché con ritmo non uniforme a partire dall'epoca della rivoluzione industriale, e che negli ultimi anni hanno assunto un andamento assai celere, hanno consentito sensibili riduzioni della durata giornaliera, settimanale e annuale del lavoro. In alcuni settori si comincia a praticare anche in Italia la settimana corta. Ne risulta un corrispondente aumento del tempo il cui impiego è affidato alla libera scelta del lavoratore. Se si eccettua la parte che viene dedicata al turismo e, in genere, ai viaggi, si può affermare che la forma di gran lunga prevalente con cui viene riempito l'accresciuto tempo libero è rappresentata dall'utilizzazione dei mezzi audiovisivi.

Tenendo conto di ciò si comprende facilmente perché in taluni Paesi e in taluni ambienti all'interno di essi una accentuata preferenza vada ai tipi più popolari fra i mezzi audiovisivi: cinema e televisione. L'irrompere simultaneo di moltitudini di salariati nella categoria di chi ha il privilegio di godere di ampio margine di tempo libero e il simultaneo affacciarsi di esse sulla domanda dei mezzi audiovisivi operano automaticamente a favore di una graduatoria di questi che non risponde alle gerarchie estetiche, creative e culturali, bensì alla stratificazione sociale del pubblico dei richiedenti. Ma ciò che a questo punto occorre mettere in rilievo non è l'aspetto qualitativo bensì quello quantitativo del fenomeno, in quanto dovuto a fattori economici.

L'elevazione del reddito *pro-capite* non si ripercuote solo sul comportamento dei consumatori ma anche su quello dei produttori. Quanto maggiore diventa il reddito tanto maggiore — si è ricordato sopra — è la parte di esso che viene spesa in beni voluttuari, che appartengono, come è noto, al settore secondario e specialmente al terziario. Ma a mano a mano che la corrispondente trasformazione strutturale dell'economia si verifica, si allarga sempre più il ventaglio della varietà di beni e di servizi. Le possibilità di scelta del consumatore si estendono sempre più; ma al tempo stesso il rischio dei produttori si accresce. La domanda di beni e servizi non essenziali è altamente instabile non solo perché in caso di eventuale abbassamento del reddito *pro-capite* essi sono i primi a subire la falce, ma anche e specialmente perché anche nelle fasi di prolungata prosperità il loro consumo è particolarmente esposto ai muta-

menti dei gusti, ai capricci della moda e all'entrata nel mercato di nuovi prodotti. Per tutelarsi contro il rischio i produttori si rivolgono largamente alla pubblicità; e questa, come è noto, si vale in misura sempre più ampia dei mezzi audiovisivi. La psicologia viene mobilitata allo scopo di suggerire le modalità più efficaci perché i persuasori occulti e palesi mettano a segno i messaggi che continuamente lasciano al potenziale consumatore.

La pubblicità, in quanto strumento di informazione e di razionale tecnica delle vendite, è fondamentalmente legittima ed utile. Prescindiamo qui dalle degenerazioni a cui essa può andare soggetta o van-tando proprietà inesistenti o favorendo prodotti dannosi o trasformandosi in creazioni di nuovi bisogni, ecc. Nella sua normale funzione informativa essa si espande con l'elevarsi del tenore di vita dei popoli. Si sa che negli Stati Uniti d'America, ad esempio, somme enormi, non meno importanti di quelle occorrenti per l'apprestamento di beni e di servizi, vengono rivolte a propagandarli. Si è calcolato che nel 1956 la spesa per pubblicità fu colà di circa diecimila milioni di dollari; successivamente viene salendo di mille milioni di dollari all'anno (6). Non si hanno ancora dati attendibili circa la parte di pubblicità che viene svolta mediante stampa, radio e televisione in quel Paese e altrove; ma, come l'esperienza suggerisce ad ognuno di noi, deve essere assai notevole. E questo basta per riconoscere il grande impulso che i mezzi audiovisivi ricevono dalla pubblicità.

4) *L'azione dei fattori politici*

Se le considerazioni economiche ci rendono conto specialmente dell'espansione dei mezzi audiovisivi come strumenti di svago o, in generale, di distrazione dalle normali occupazioni e solo in parte come veicoli di informazione, bisogna rivolgersi ai fattori politici per trovare la spiegazione dell'evolversi dei canali di comunicazione e di informazione.

All'epoca dell'antico regime gli affari politici erano avvolti in un alone di segretezza: solo un numero ristretto di persone, cresciute all'ombra del potere pubblico o favorite dal privilegio dell'eredità erano a conoscenza delle grandi decisioni dello Stato. Solo dopo che venne affermato e riconosciuto il principio della libera comunicazione del pensiero, dei fatti e delle notizie si aprì l'era delle informazioni e delle comunicazioni applicate alla vita politica. Furono dapprima il giornale e il manifesto murale che permisero di estendere il campo di applicazione; e la funzione della stampa venne sempre più crescendo con l'estendersi

(6) GALBRAITH: *The Affluent Society*, London, 1958, p. 112.

dell'istruzione primaria. Con l'introduzione del suffragio elettorale allargato l'esigenza di sempre più vasta comunicazione ed informazione si affermava per due vie: dal basso, per impulso dei cittadini desiderosi di offrire una partecipazione consapevole alla vita politica; dall'alto per l'interesse dei governanti a stabilire e mantenere contatti sempre più estesi e continui coi governanti.

L'avvento dei nuovi mezzi audiovisivi forniva ogni possibilità a questo scopo; ed in realtà di essi si cominciò presto a fare largo uso; a tal punto che non si riesce ormai a concepire la condotta degli affari politici nello Stato contemporaneo senza attribuire alla radio e alla televisione una funzione preponderante. Minore ma non trascurabile è il posto del cinema, che qui si presenta col film di attualità e col film documentario. Protagonisti principali sono i governi; ma non va trascurata l'azione dei partiti, a cui incombe di organizzare la partecipazione dei cittadini alla vita politica: stampa di partito, film documentario, intervista radiofonica o televisiva appartengono pure alle forme di propaganda dei partiti.

Non si hanno dati attendibili per azzardare una qualsiasi valutazione del peso dei fattori politici rispetto agli altri fattori nel determinare l'attuale sviluppo dei mezzi audiovisivi. E' certo che esso debba essere ritenuto notevole.

E' appena il caso di osservare che l'affermazione che precede, fondata com'è su fatti obiettivi, resta fundamentalmente valida qualunque sia il sistema dei rapporti esistenti nei vari Paesi fra lo Stato e la radio e televisione: e cioè se è ammessa la libera concorrenza o vi è monopolio statale; e qualunque sia il modo con cui il monopolio statale viene esercitato: sottoposto cioè al controllo parlamentare nei Paesi democratici, affidato solo al governo negli Stati totalitari. Ovviamente l'una e l'altra questione rivestono importanza enorme quanto agli effetti sulla società di domani, come si dirà più avanti.

5) *Gli effetti positivi dei mezzi audiovisivi*

Fattori economici e fattori politici concordemente rivelano che i mezzi audiovisivi costituiscono una realtà ineliminabile. Inoltre, che ogni ulteriore avanzamento della tecnica, ogni ulteriore conquista nella produzione e nella distribuzione della ricchezza, ogni passo avanti nella partecipazione attiva dei cittadini alla vita politica e nel consapevole esercizio del potere da parte dei governanti saranno immancabilmente accompagnati da un ulteriore espandersi del territorio, già ormai assai vasto, dei mezzi audiovisivi. Da questa constatazione conviene prendere le mosse nell'esaminare le incidenze sociali di quell'universo dell'espressione —

della parola, dell'immagine e del suono — che dà l'impronta all'epoca nostra.

Esiste un legame di interazione che dalla sfera della tecnica, della economia e della politica va ai mezzi audiovisivi; ma vi è anche quello che percorre la via opposta. In virtù di quest'ultimo legame i mezzi audiovisivi ci appaiono fattori di trasformazione sociale. Nella realtà tutto si svolge simultaneamente. Non è possibile fissare rigorosamente un prima e un poi. Ma nell'ordine concettuale non solo è possibile, è anzi indispensabile, assumere i mezzi audiovisivi come la variabile indipendente se si vuol formarsi qualche idea chiara sulle loro incidenze sociali. A questa ricerca dobbiamo ora volgere la nostra attenzione.

I mezzi audiovisivi, essendo un prodotto dell'inventiva umana, sono indubbiamente suscettibili di giovare al progresso della società. Sia che si considerino quali veicoli di informazione e di comunicazione ovvero quali strumenti di istruzione e di educazione, ovvero ancora semplicemente, come occasione di svago, essi possono grandemente servire all'allargamento delle conoscenze, al consolidamento della coscienza civica, al rafforzamento dello spirito comunitario, all'estensione della partecipazione dei cittadini alla vita politica, alla intensificazione dei rapporti internazionali. Essi, che sono in gran parte la conseguenza del progresso economico, offrono alla stessa economia un potente ausilio per ulteriori sviluppi. Quale beneficio possano dare come sussidio alla scuola, a tutti i livelli, anche a quello superiore, particolarmente all'insegnamento clinico e inoltre all'istruzione degli adulti, è noto a tutti.

Né deve essere dimenticato il contributo che sono in grado di dare all'adempimento di quell'arduo ed imponente compito a cui è chiamata la nostra generazione: l'elevazione del tenore di vita dei popoli sottosviluppati ed arretrati. Per denotare il grado di sviluppo di un popolo o di una zona ci si riferisce generalmente all'indice della ricchezza materiale: al livello di reddito *pro-capite*, al livello dei consumi e della produzione, ecc. Ma questo è solo un connotato sintetico ed approssimato. Ad uno sviluppo economico insufficiente si accompagnano quasi sempre basso livello medio di istruzione, di capacità tecniche e professionali, di ordinamento amministrativo, di partecipazione dei cittadini alla vita politica ed altri indici. Con l'impiego dei mezzi audiovisivi si può sensibilmente accelerare il progresso delle comunità a cui viene rivolto l'aiuto perché la lotta contro l'analfabetismo e la diffusione dell'istruzione tecnica e professionale consentano di superare quel grave ostacolo al progresso che è costituito dall'inadeguata preparazione del fattore umano dello sviluppo economico e sociale.

6) *L'illusione del film come documentazione sociale*

Sui lati positivi, intorno a cui molto si potrebbe aggiungere, è superfluo soffermarsi. Qui non vi è dissenso. Si tratta di un impiego saggiamente disposto al fine di ottenere determinati risultati. Le controversie potranno tutt'al più riguardare le modalità tecniche e i tempi di esecuzione, ma non certo il contenuto delle informazioni e comunicazioni.

Ben diversa è la situazione quando si passi a valutare la influenza sulla società di domani esercitata dai mezzi audiovisivi, particolarmente del cinema e della televisione, così come essi parlano, specialmente alle nuove generazioni, obbedendo all'incentivo del lucro commerciale, ovvero alla pressione di determinati gruppi di interesse, ovvero anche al monopolio del potere politico.

Bisogna cominciare sgombrando il terreno da un equivoco: che cioè il film sociale, detto anche il film sociologico, riflettendo fedelmente la vita sociale, educi lo spettatore a comprendere la società nella quale vive. Questo non è esatto. Volendo svegliare l'interesse dello spettatore, la cinematografia commerciale, che pretende di fare del film sociale, va alla ricerca dei casi estremi, degli ambienti doviziosi e altamente viziosi come di quelli occupanti i gradini più bassi dell'esistenza umana e di totale assenza di norme morali; e tali situazioni si compiace di cogliere negli aspetti più parossistici.

Ovviamente questo tipo di immagini è quanto mai lontano dal rappresentare la società.

Analoghe riserve devono essere espresse finanche per il cosiddetto film di documentazione sociale. Come è stato rilevato da studiosi autorevoli (7) solo apparentemente il documentario riproduce i fatti nella loro obiettività. Già la macchina da presa opera continuamente delle scelte nel fissarsi su questo o quel punto del panorama osservato; e ciò dimostra essere illusorio di poter liberare la documentazione cinematografica dall'intervento dell'operatore. Ancora più palesemente ciò appare se si considera la fase del montaggio. Non si pone in dubbio che il film possa rendere utili servizi alla sociologia e alla etnologia e ad altre scienze sociali; ma ciò richiede sempre l'intervento dello studioso che è in grado di valutare il significato e la portata di quanto è riprodotto per via di immagine. Come rimedio alla possibile confusione fra ciò che è obiettiva realtà e ciò che vi è sovrapposto si suggerisce di educare il pubblico a distinguere il reale dalla deformazione del reale. Il problema

(7) LUC DE MENSCH: *Cinéma et sciences sociales* (avec préface par Edgard Morin), Paris, Unesco, 1962.

investe però non solo il film sociale ma tutto l'universo delle immagini, che tanta presa hanno specialmente sui giovani.

7) *Verso una pedagogia dell'immagine*

Uno degli effetti più sconcertanti ed allarmanti delle moderne tecniche di diffusione è di condurre i giovani nel mondo fittizio, delle immagini irreali e alla progressiva alienazione della coscienza in quella pseudo-realtà; di somministrare loro droghe invisibili (8).

Tutto ciò che non aiuta l'uomo alla riflessione e alla sosta è anti-cultura, o pseudo-cultura o anche mezza cultura (9). Per difendere i giovani da queste deleterie influenze non basta assumere un atteggiamento di difesa; occorre mettere in opera quanto è necessario per giungere alla comprensione piena del fenomeno e guidare i giovani a padroneggiare il linguaggio delle immagini e specialmente il linguaggio filmico.

Si invoca quindi il sorgere di una *pedagogia dell'immagine* a tutti i livelli delle istituzioni scolastiche, che si affianchi alla pedagogia verbale per integrare la formazione dell'individuo nella società moderna caratterizzata dalla grande diffusione dei mezzi audiovisivi e del cinema in particolare (Fulchignoni). Della educazione al linguaggio cinematografico a livello universitario si è ampiamente trattato al convegno svoltosi quest'estate al Centro di cultura dell'Università Cattolica al Passo della Mendola, sotto gli auspici dell'Unesco. Pure per iniziativa di questa organizzazione si terrà prossimamente in Norvegia un incontro per trattare dello stesso problema al livello della scuola primaria e secondaria.

Per raggiungere lo scopo di un addestramento adeguato a « leggere il film » si pensa di porre il ragazzo a contatto col cinema fin dalla scuola primaria e poi nella scuola secondaria in modo che, giunto alla Università, egli posseda l'apparato critico occorrente a padroneggiare intellettualmente ed esteticamente il fenomeno filmico. In alcune scuole inglesi ai ragazzi appartenenti ad una classe viene affidata la realizzazione di un film: essi fanno da sceneggiatori, attori e registi. In Francia si progetta di istituire corsi sul film nelle varie Facoltà universitarie.

Senza alcun dubbio lungo questo cammino, che è stato appena iniziato, importanti risultati saranno raggiunti. Intanto il cammino stesso deve essere tracciato con maggiore precisione. Occorre chiarire fino a che punto questa penetrazione dello studio dei mezzi audiovisivi nella scuola

(8) FULCHIGNONI: *Le droghe invisibili*, in « Ulisse », 1959.

(9) FULCHIGNONI: *Le responsabilità della mezza cultura*, in « Ulisse », 1961; *La cultura e le comunicazioni di massa*, in « Rassegna italiana di sociologia », 1960; *Presenza delle immagini*, ibid., 1961.

intenda rivolgersi alla generalità dei ragazzi e da quale punto in poi debba servire per preparare i futuri professionisti. Dalla risposta al quesito dipende poi un'altra questione: a partire da quale momento la scuola può ottenere i maestri e i docenti adatti se è vero che quelli che attualmente dominano il campo seguono, in gran parte, consapevolmente o inconsapevolmente, principii a cui si intende reagire?

Certamente ogni sforzo deve essere fatto per aiutare lo spettatore a conservare ben chiaro davanti al suo spirito il rapporto fra immagine (che può essere mito, elaborazione della fantasia, ecc.) e realtà. Ciò che induce a promuovere una pedagogia dell'immagine vale non solo per il cinema, ma anche per la televisione. Non sempre l'individuo davanti al teleschermo è in grado di distinguere la realtà dalla finzione e viceversa. Davanti alla trasmissione di attualità filmate il telespettatore può ritenere di assistere all'avvenimento nel momento in cui si svolge. Accade finanche che egli ritenga di assistere ad un fatto reale quando invece viene presentata una commedia (10). E' stato opportunamente osservato che la frase tanto comune: la TV introduce il mondo in casa va interpretata adeguatamente. Il più delle volte non è il mondo, né la natura, né gli uomini che essa introduce: sono le immagini di tutto ciò; sono i segni, visivi, luminosi, sonori, che non vanno confusi con la realtà.

Un esempio significativo delle conseguenze dannose che possono derivare da tale confusione si può attingere dall'esperienza relativa alla politica per l'elevazione del tenore di vita nelle aree economicamente sottosviluppate e arretrate. Popolazioni rimaste indietro nel cammino della produzione dei beni, della diffusione dell'istruzione, dell'ordinamento amministrativo, ecc., venendo messe bruscamente a contatto coi modi di vita di popolazioni progredite, come accade per la penetrazione del cinema, della televisione e della stampa illustrata, subiscono inconsapevolmente l'attrazione dei modi di vita delle società prospere e doviziose e ad essi cercano di adeguarsi là dove è possibile. In particolare, per il gioco di ciò che gli economisti denominano l'*effetto dimostrativo*, tendono ad assumere i campioni di consumo che vedono adottati nei paesi ricchi, con la conseguenza che i più elevati redditi di cui cominciano a

(10) E' rimasto memorabile ciò che accadde nel 1959 durante la trasmissione ad opera della TV dei « Figli di Medea ». Quando la presentatrice annunciò che era necessario interrompere la trasmissione per salvare un bambino, figlio di due protagonisti, che versava in imminente pericolo di vita, si ebbero scene di panico in molte località. A Torino la psicosi collettiva venne alimentata dalla circostanza fortuita che un numero telefonico citato nel corso della trasmissione corrispondeva ad un ospedale: il centralino fu preso d'assalto da tante richieste di informazioni da rimanere bloccato per circa due ore.

beneficiare a seguito della politica di sviluppo attuata per lo più con capitale venuto dall'estero, vengono rivolti pressoché interamente in consumi. Ciò ritarda l'accumulazione di risparmio e allontana nel tempo il giorno in cui quelle popolazioni saranno in grado di proseguire da sé lo sforzo per migliorare in modo durevole il livello di vita. Tali indesiderabili conseguenze non presuppongono necessariamente che siano stati presentati gli ambienti artificiali della dolce vita. Le immagini risultano, agli occhi di quelle popolazioni, ugualmente una falsificazione della realtà sociale per il solo fatto che ritraggono un tipo di società assai diverso dalla loro.

La convinzione che spetti specialmente agli educatori aiutare lo spettatore a superare l'inganno dell'immagine che falsifica la realtà va ormai gradualmente diffondendosi. A titolo di esempio si può ricordare il « Codice televisivo ad uso degli educatori » preparato a cura dell'UNDA, che si rivolge ai genitori, agli insegnanti, agli istituti e a tutti coloro che sono preposti alla formazione dei giovani.

8) *Il primato del pensiero sulle tecniche di diffusione*

Tuttavia, quando si parla di formazione dell'uomo il discorso non può essere limitato all'addestramento dei giovani alla lettura del messaggio cinematografico e televisivo. Resta in tutta la sua fondamentale importanza il problema del contenuto di quella fiumana di messaggi che, specialmente con le immagini, ma anche con gli altri mezzi audiovisivi, inseguono il cittadino e lo raggiungono dovunque: a casa, a scuola, mentre si svaga, quando viaggia e quando sta fermo; e forse anche quando dorme!

Tutte le forme artistiche propongono problemi di vita e ne additano più o meno scopertamente le soluzioni. Se allarma il potere soggiocante dell'immagine in quanto portatrice di una realtà falsificata, non allarma meno il potere suggestivo dell'immagine in quanto propugnatrice di concezioni di vita aberranti, presentate magari senza falsificazione della realtà. Non solo per il diagramma che frappongono fra immagine e realtà, ma anche per il contenuto del loro messaggio i mezzi audiovisivi sono suscettibili di esercitare un potente influsso sulle società di domani. Essi sono potenziali strumenti di educazione ma anche di depravazione; di elevazione morale e sociale ma anche di decadimento. Possono additare alle nuove generazioni la ascesa verso nobili ideali di vita, ma possono anche accompagnarle nella discesa della scala dell'edonismo, della perversione e della distruzione.

Perciò la pedagogia dell'immagine non è sufficiente. Come non basta saper leggere per saper scegliere ciò che va letto così non basta saper

leggere il linguaggio filmico e radiofonico per saper scegliere il messaggio che va ascoltato o ammirato. L'educazione al linguaggio dei mezzi audiovisivi darà i suoi frutti se si innesterà sulla educazione umanistica dei giovani. Questo è un elemento insostituibile della formazione dell'uomo.

Il discorso non si deve restringere a quanto va compiuto nelle aule scolastiche. La crescente domanda di elementi scientificamente preparati per le varie mansioni connesse coi mezzi audiovisivi da tempo ha fatto sentire la necessità di unire alla istruzione tecnica di costoro la formazione culturale ed umana (11). Le Giornate di studio sul cinema e la televisione tenute a Montréal l'estate scorsa a cura dell'Office Catholique International du Cinéma hanno auspicato che nella formazione dei creatori e degli autori si dia loro la visione completa dell'uomo e del mondo.

Vero è che i formidabili interessi in gioco, interessi economici e politici, che proiettano la loro ombra su taluni mezzi audiovisivi, possono restringere di molto la sfera di azione e di decisione di tecnici e professionisti. Ma soccorre l'atteggiamento del pubblico al quale pure si rivolge lo sforzo rinnovatore. Recenti indagini sociologiche sul formarsi ed operare della pubblica opinione concordano nell'attestare la funzione attiva del pubblico nel quadro delle scelte compiute da chi dispone circa il contenuto di programmi, pubblicazioni ed altri strumenti di comunicazione e dell'effettivo loro risultato. Troppo semplicistico è apparso lo schema tradizionale che pensa alla comunicazione ed alla opinione in termini di causa ed effetto: Mittente - Messaggio - Ricevente - Effetto. Infatti risulta che lo stesso messaggio ha effetti totalmente diversi su destinatari differenti. Altri elementi, oltre la comunicazione, determinano la natura dell'effetto e il fatto che l'opinione venga rinforzata, modificata, creata ex novo o non sia mutata affatto. Le ricerche si sono quindi rivolte con maggior cura che in passato verso il ricevente e la parte che hanno i suoi atteggiamenti, le sue predisposizioni, le sue capacità, le sue necessità. Si è giunti a formulare una serie di constatazioni, che qui non è il caso di ricordare, che dimostrano come l'efficacia delle comunicazioni sul pubblico sia sensibilmente condizionata dal comportamento del destinatario (12). Tutto ciò apre immense possibilità di volgere al progresso

(11) A questa esigenza risponde la Scuola Superiore di Giornalismo e mezzi Audiovisivi istituita in Bergamo dall'Istituto G. Toniolo di Studi Superiori, con la collaborazione dell'Università Cattolica di Milano e con il concorso del Comune di Bergamo.

(12) W. S. DUNN: *Gli enti che gestiscono i mezzi di comunicazione di massa negli Stati Uniti e i loro rapporti con quanti se ne servono per venire a contatto col pubblico*. Relazione preparata per il Seminario di Studi Sociologici presso l'Università Cattolica di Milano, menzionato sopra.

della società i mezzi audiovisivi per il tramite dell'educazione degli stessi beneficiari.

Ovviamente non si tratta di imporre delle scelte né ai giovani, né ad autori e creatori, né al pubblico in generale; bensì di fare in modo che ciascuno compia le scelte adeguate. Qui siamo giunti al cuore del problema posto dai mezzi audiovisivi nelle loro incidenze sulla società di domani. Tutto dipende dall'ambiente culturale in cui ci muoviamo, dalle idee che si fanno strada per dare a tutti la visione appropriata del mondo e dell'uomo, dei suoi destini, delle sue immense potenzialità sulla via del progresso.

In ultima analisi, anche l'impiego dei mezzi audiovisivi, come tutti i grandi problemi che travagliano oggi l'umanità, si riportano al tema centrale della gerarchia dei valori che viene accolta dalla società. In questa cornice tutte le questioni specifiche, come ad esempio la disciplina legale dei mezzi audiovisivi, il loro impiego nella propaganda e nella pubblicità, la loro influenza sulla famiglia, sul costume morale e sulla vita religiosa, il loro posto nel regime democratico e la loro funzione di istruzione, educazione ed elevazione culturale, trovano la soluzione adatta.

Bisogna fare appello alle genuine forze della cultura per stabilire quella atmosfera di pensiero che affermi anche nel territorio dei mezzi audiovisivi il primato dello spirito. Bisogna anche in questa occasione rivendicare la libertà della scuola contro ogni monopolio sopraffattore. E' il pluralismo delle forze culturali che preserverà, con le libertà politiche, anche la funzione legittima dei mezzi audiovisivi, a cui è riservato un grande avvenire nella società di domani.

Faint, illegible text, likely bleed-through from the reverse side of the page.

Prof. Giampietro Dore
Consigliere della RAI - Presidente della
Unione Editori Cattolici

**I mezzi di informazione
nella società democratica**

1. - Una delle più profonde « rivoluzioni » che caratterizzano il nostro tempo, è quella verificatasi nel campo della informazione coll'uso graduale della radio e successivamente della televisione.

Il passaggio dalla parola trasmessa mediante la stampa — ed anche in questo caso si era avuta una « rivoluzione » — al solo ascolto della radio e all'ascolto-visione della TV, ha provocato e continua a provocare trasformazioni psico-sociologiche e di costume su un duplice ordine. La informazione è ormai ricevuta, nei confronti del più recente passato, con diverso impegno delle nostre facoltà sensitive, in quanto si è passati dalla lettura al puro ascolto e all'ascolto-visione. A ciò aggiungasi la immediatezza e l'estensione della informazione, in quanto si ha notizia di tutto quanto accade nel mondo con lieve ritardo nel tempo in cui ciò accade e spesso contemporaneamente all'accadere. D'altra parte la lettura implicava o almeno stimolava un ripensamento di ciò che si leggeva, metteva in moto cioè, in maggiore o minore misura, consciamente o inconsciamente, anche l'attività dell'intelletto. L'ascolto può invece essere totalmente passivo, così come può esserlo l'audio-visione. Sono, questi fatti che verranno esaminati in altre lezioni. Qui è stato necessario richiamarli a guisa di premessa; così come è necessario soffermarsi sui dati assoluti e comparativi circa la diffusione, nel nostro Paese, dei tre mezzi di informazione: stampa quotidiana, radio e televisione. Del tutto trascurabile è, nel nostro discorso, il cinema come mezzo di informazione. La televisione, colla sua massiccia prevalenza, ha di fatto annullato quella parte della produzione cinematografica che toccava più da vicino l'informazione nel senso specifico del termine, cioè il cinegiornale, ed ha costretto il documentario ad assumere una più caratterizzata fisionomia col fargli perdere ogni valore di immediata attualità.

Purtroppo, per la stampa, non abbiamo dati certi. La tiratura e la vendita dei quotidiani, la sola stampa periodica cioè che a noi interessa, rimangono nel nostro Paese una specie di geloso segreto aziendale, mentre in altri Paesi sono comunicati dai singoli editori e sottoposti a rigorosi controlli. Ignazio Weiss, che si è occupato a lungo dell'argomento, pub-

blicando di recente un volume riassuntivo delle sue indagini nelle Edizioni di Comunità (1), dà per la fine del 1960 i seguenti dati a carattere nazionale: abbonati alla radio otto milioni; alla televisione due milioni e 400.000; copie dei quotidiani stampate oltre cinque milioni, vendute poco più di quattro milioni e mezzo. Si tratta di cifre arrotondate, ma esatte per la radio e la TV, molto verosimili per i quotidiani. Avevamo così circa due apparecchi radio per ogni copia venduta di quotidiani; e meno di due copie di quotidiani per televisore. La situazione, dalla fine del '60 ad oggi è mutata a vantaggio della televisione e della radio. Pu non avendo sui giornali notizie ulteriori e più certe, tuttavia, dalla Relazione sull'esercizio 1961 dell'Ente per la cellulosa e per la carta, si evince che le richieste di carta per i giornali hanno avuto un incremento del 7,15 per cento nei confronti dell'esercizio precedente. Non è detto che tale maggior fabbisogno sia da attribuirsi a un aumento nelle tirature e nelle vendite e non invece, come facilmente deducibile, all'aumento delle pagine un po' in tutti i quotidiani. Ad ogni modo, sta di fatto che percentuali di aumento molto più forti hanno avuto sia la radio che la televisione. La radio, alla fine del febbraio di quest'anno contava già oltre nove milioni di abbonati; la televisione tre milioni e centomila.

Dati anche più significativi si hanno compiendo un esame comparativo nelle grandi ripartizioni regionali. Sempre alla fine del 1960 si hanno, o meglio si avevano, nel Nord due milioni ottocentomila copie vendute di quotidiani, quattro milioni e 50 mila abbonati alla radio; un milione e 100 mila abbonati alla televisione.

Nel Centro, giornali: un milione 250 mila copie; radio: un milione 500 mila abbonati; televisione: 500 mila.

Nel Sud giornali: 275 mila; radio: 1 milione 300 mila; televisione: 370 mila.

Nelle Isole: giornali: 182 mila; radio: 650 mila; televisione: 155 mila.

Se si tien conto, come già detto, che la radio e la televisione hanno percentuali di incremento annuo superiori a quelle dei quotidiani e che gli stessi incrementi per le prime sono maggiori nel Sud e nelle Isole che nel Centro e nel Nord, ove, specie per la radio si è vicini al limite massimo di utenza con 80 abbonati ogni cento famiglie nel Nord e 72 nel Centro — se si tien conto di questo, si ha che sono proprio le zone meridionali ad avere le informazioni in modo affatto prevalente mediante i due mezzi audio-visivi. Particolarmente indicativi, ed anche gravemente indicativi, sono i dati del Sud continentale, ove si hanno più abbonati

(1) I. WEISS, *Politica dell'informazione*, Milano, 1961.

alla televisione che acquirenti di quotidiani (275 mila copie contro 370 televisori).

Sempre dal Weiss riportiamo una statistica sull'uso dei mezzi di informazione da parte della popolazione adulta. L'80 per cento di questa ascolta la radio del Nord, il 75 per cento nel Centro e il 74 nel Sud e nelle Isole. La televisione è seguita dal 65 per cento nel Nord, dal 68 nel Centro, dal 57 nel Sud e dal 65 nelle Isole. La stampa è letta dal 45 per cento nel Nord, dal 40 per cento nel Centro, dal 29 nel Sud e dal 40 nelle Isole.

E' interessante rilevare che nel Nord e nelle Isole si hanno percentuali eguali per la televisione, non molto diverse per i quotidiani. Il Sud invece ha percentuali nettamente inferiori sia per la televisione sia anche, e in misura ancor maggiore, per i quotidiani.

Da rilevazioni di quest'ultimo tipo — eseguite col metodo campione — risulta anche che la densità degli apparecchi radio o TV, come anche delle singole copie dei giornali in rapporto ai nuclei familiari o alla popolazione totale, ha spesso un correttivo nell'uso da parte di più persone di ogni singola copia dei giornali o di ogni singolo apparecchio.

L'ascolto collettivo, specie per la televisione, raggiunge le punte massime nel meridione, mentre nel Nord tende a ridursi sempre più ad ascolto familiare. Egual fenomeno si rileva per le grandi città nei confronti dei centri minori e in specie nelle campagne.

2. - Questi dati, necessari e rilevanti, non sono tuttavia sufficienti. Sarebbe interessante uno studio sulla reciproca influenza esercitata tra radio, televisione e stampa. Credo indubbio, ad esempio, che la stampa sia stata costretta già dalla radio a fornire colla maggiore tempestività la più gran copia di notizie e confermata nella tendenza preesistente a soddisfare i gusti più grossolani del pubblico per i fatti cosiddetti di cronaca e che più esattamente sono di autentica cronaca nera. Qui il giornale spera forse di porsi in termini concorrenziali colla radio, che tali fatti non dà o dà in misura molto limitata. Di contro, lo sviluppo della parte illustrativa nella stampa periodica, dai fumetti alle illustrazioni che fanno blocco col testo scritto, se si è verificato per tutta una serie di ragioni anche fondate, o per l'influenza del cinematografo e dei cinegiornali, ha aperto la strada, se così può dirsi, all'abitudine televisiva, all'uso cioè abitudinario di un mezzo ove tuttavia la parola e l'immagine hanno ben maggiore immediatezza e ben più fondata complementarietà che non nel foglio stampato.

Non è qui il luogo per scendere a definizioni di ciò che è la vera natura dei tre mezzi, dei limiti loro propri, di ciò che ciascuno di essi dovrebbe e potrebbe offrire. Non ne avrei la competenza, e d'altra parte

si tratta di materia tutt'altro che pacifica, con tesi estreme, come quella, ad esempio, che sostiene essere nella natura della televisione l'adempiere ad un compito esclusivamente informativo, anche nelle trasmissioni più spettacolari o di contenuto scopertamente culturale. Possiamo fare una constatazione, nell'ambito del nostro tema. La stampa, periodica o quotidiana, sembra lasciare ampia libertà di scelta al lettore, libertà di scelta indubbiamente maggiore di quel che non lascino radio e televisione. Nessuno legge tutto il giornale, ma solo ciò che vuol leggere. Tuttavia anche questo accade entro limiti abbastanza ristretti. Proprio per usufruire di tale possibilità di scelta, il lettore vede tutto il giornale, legge tutti o quasi i titoli. La sua libertà non è quindi totale, ma solo in rapporto alla lettura vera e propria, e cioè al racconto o al commento di un avvenimento. La parte che dava maggiore libertà, la parte cioè non legata alla notizia e in fondo all'informazione, tende sempre più a ridursi — vedi, come esempio più evidente, la terza pagina — o a sparire del tutto.

La maggiore libertà che il giornale dà ancora all'acquirente, è nella scelta tra le diverse testate. Ma anche qui ciò che varia è l'intonazione generale, i commenti; mentre non varia se non in misura molto ridotta la parte prevalente e cioè l'informazione. Nessun giornale può permettersi di non far cenno ad alcuni fatti, e sono la maggioranza delle notizie: un processo, la morte di un divo e tanto più di una diva o di un asso dello sport è sempre notizia essenziale per il giornale comunista come per quello di azione cattolica.

Tornando ai mezzi audio-visivi, è noto che l'ascolto del giornale radio costituisce una delle punte massime dell'ascolto radiofonico. Meno noto è che accade altrettanto per il telegiornale. Dalle inchieste promosse dal Servizio opinioni della RAI-TV, affidate inizialmente all'istituto Doxa, condotte poi direttamente con eguale metodo e rigore scientifico e rese note in tre « Quaderni » pubblicati rispettivamente nel 1957, 1959, 1961 con periodicità quindi biennale — da queste inchieste risulta che l'indice di gradimento per il telegiornale non è soltanto tra i più alti ma è anche tra i più costanti. Ad esempio, nel periodo: II semestre 1959-I semestre 1960, si va da un indice di gradimento massimo di 75,5 a un indice minimo di 70,6. Un altro dato. In alcune settimane del febbraio-marzo 1961, si è indagato sul numero delle persone che ascoltavano i singoli programmi televisivi. E' ovvio che, per il telegiornale delle 20,30 si può avere un maggiore o minore ascolto in base al programma che segue subito dopo. L'indagine ha così distinto il periodo 20,30-20,45 che subisce limitatamente influenze indirette, dal periodo 20,45-21 che può subirle in misura rilevante. Orbene, la presenza davanti al video durante il primo quarto d'ora è pressoché costante in tutti i giorni della settimana

con una media giornaliera di sei milioni di spettatori. Nel secondo quarto d'ora si sale alla media di sette milioni e 700 mila, ma si hanno punte minime corrispondenti alla meda del primo quarto d'ora e una punta massima di 9 milioni verificatasi la domenica 26 febbraio, giorno dal quale aveva inizio una delle trasmissioni che suscitavano la maggiore curiosità: giallo-club.

Un altissimo indice di gradimento hanno anche le trasmissioni collegate al telegiornale e che la TV raggruppa nella comune denominazione di Servizi giornalistici. Sempre nello stesso periodo, abbiamo punte massime di gradimento con indice 91 per la telecronaca in ripresa diretta della Benedizione impartita dal S. Padre il giorno di Natale del 1960; con indice 87 per la telecronaca del matrimonio del Principe Alberto del Belgio con Paola Ruffo; con indice 86 per un servizio sul quinto continente nei viaggi del telegiornale. Questi indici sono raggiunti solo da riprese dirette di avvenimenti sportivi, con un massimo di 90 soltanto in occasione della partita di calcio Italia-Inghilterra del 1 novembre 1960.

Ed è inutile ricordare il successo avuto da « Tribuna Politica ». Anche nei « programmi culturali » hanno maggior gradimento quelli a carattere prevalentemente documentario-informativo, che non quelli con ambizioni più scopertamente e spesso più velleitariamente formative. Indici di gradimento alti si sono avuti, per fare qualche esempio, da « le meraviglie del mare » con una media di 78; da « Aria del XX secolo » con un massimo di 82 e un minimo di 69 quando ormai la serie durava da più di un anno; mentre al disotto dell'indice medio generale sono scesi la serie « Chi legge » di Mario Soldati con indice medio 60 e gli « Incontri » di Indro Montanelli con indice 53.

3. - Strumenti quindi, la radio e la televisione, di informazione di gran lunga prevalenti su ogni altro mezzo; considerati e graditi come tali. Ma è necessario, a questo punto, soffermarsi su un altro dato di fatto. Abbiamo già notato che per la stampa la libertà del lettore non è mai assoluta ed in misura molto minore lo è per la Radio Televisione.

Spostando la nostra attenzione dagli utenti agli imprenditori dei mezzi di informazione, notiamo che, per la stampa, singoli o gruppi di persone hanno la possibilità di creare un'azienda giornalistica. Abbiamo quindi una vera libertà imprenditoriale, anche se di fatto gravemente limitata dalla imponenza dei mezzi finanziari necessari. Diversa è invece la situazione quando si passa agli audiovisivi e in specie alla radio e alla televisione. Qui alle limitazioni, anche più gravi, di natura economica, si aggiungono preclusioni pressoché insormontabili di natura tecnica.

La limitatezza dei canali a disposizione di ogni singolo Paese, crea di fatto un monopolio di natura tecnica. Nel nostro Paese, ad esempio,

tutte le lunghezze d'onda disponibili sono pressoché utilizzate dalla RAI-TV, ed altre iniziative non potrebbero avere a disposizione se non disponibilità marginali offerte dalla modulazione di frequenza con limiti piuttosto angusti di natura territoriale. Da ciò è derivato — oltre che da ragioni di diversa natura che considereremo successivamente — il costituirsi di aziende monopolistiche a estensione nazionale nella maggior parte dei paesi europei e di aziende egualmente monopolistiche a carattere regionale in altri paesi. E siccome questi monopoli esercitano — ecco le altre ragioni — funzioni di carattere pubblico, sino ad essere giustamente considerate come aziende destinate ad espletare un servizio pubblico e un servizio che lo Stato non può ignorare per l'influenza che ha o può avere in tutti i settori della vita nazionale — anche ove il monopolio, come da noi, era sorto in forma privatistica, ha finito coll'assumere di diritto o di fatto, natura statutale.

Non solo ma nelle nazioni ove non si ha un monopolio assoluto, la collettività e quindi lo Stato si sono posti il problema di precisare i limiti della libertà di cui godono le singole Compagnie. Negli Stati Uniti d'America esiste una Commissione Federale per le Comunicazioni che concede la licenza d'esercizio alle singole stazioni per la durata di un triennio ponendo precisi limiti alla loro attività. In Inghilterra la seconda rete televisiva ha il carattere di « pubblica corporazione » proprio alla prima della BBC. E se si continua anche in questo Paese a discutere, la discussione è limitata alla scelta tra un sistema pubblicistico temperato e un sistema pubblicistico puro.

La Radio TV assume pertanto una caratterizzazione rispondente agli ordinamenti politici di ogni Paese. E' democraticamente libera — o dovrebbe esserlo — nei Paesi a reggimento democratico; non lo è nei Paesi a reggimento totalitario. Nei primi è — o dovrebbe essere — strumento di autentica informazione; nei secondi è prevalentemente strumento di propaganda. Ancora: nei primi le trasmissioni sono orientate al soddisfacimento di tutti i bisogni dell'individuo in quanto persona e in quanto membro dei gruppi sociali e della collettività nazionale; nei secondi al soddisfacimento delle necessità dello Stato, al quale la singola persona e le diverse società sono subordinate.

Rimanendo nella società democratica, vediamo subito costituirsi un rapporto fondamentale: se è vero che solo in democrazia può aversi una autentica informazione mediante la libertà di informazione, è altrettanto vero che solo questo può consentire il mantenersi e il consolidarsi della democrazia.

E qui dobbiamo porci il quesito base di tutto il nostro argomentare:

che cosa dobbiamo intendere per informazione, a quali requisiti deve rispondere l'informazione.

4. - Nella comune terminologia giornalistica si è ristretto il significato del termine « informazione » alla notizia su ciò che accade e che sia contraddistinto da una specie di eccezionalità. L'informazione è così ristretta prevalentemente a due settori: la politica e la cronaca. E' vero che tale limitazione è in parte almeno sanata dalla gamma di informazioni a carattere particolare: si parla così di informazione economica, scientifica, religiosa, libraria, ecc. Rimane sempre, tuttavia, un carattere comune a tutte, distinto e necessario: quello, s'è detto, della attualità e della eccezionalità.

Meno facile è indicare con chiarezza i requisiti ai quali l'informazione deve rispondere. A noi soccorre il Magistero della Chiesa. Vi sono, nei documenti pontifici, passi estremamente illuminanti. Citiamone qualcuno. Le telecomunicazioni — è detto nel Messaggio radiofonico rivolto da Pio XII, l'11 ottobre del 1955 ai partecipanti al Terzo congresso mondiale delle comunicazioni — « sono strumento valido 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 formare la reciproca comprensione ».

Ancora: in una lettera della Segreteria di Stato alla Settimana sociale di Nancy, in data 14 luglio 1955, dopo aver deplorato quei governi che abusano della loro autorità sui mezzi di comunicazione per premere sull'opinione pubblica, foggiandola ed orientandola a loro piacere — e ognuno sa come proprio le informazioni siano a ciò validissimo strumento — si insiste sulla necessità che i responsabili del bene comune diano per primi l'esempio di « rispettare l'opinione pubblica, rischiarandola senza forzarla, difendendola senza soffocarla, esaltandola senza farne schiavi, in una parola favorendone la sua educazione progressiva ».

C'è già, in questi passi, il richiamo alla prevalenza, quando si parla di informazione, del destinatario della stessa, dell'uomo. L'informazione non è un qualcosa di compiuto in se stesso, è un mezzo, uno strumento in funzione di chi lo riceve: dell'uomo, dell'uomo concreto, nelle sue varie età, nelle sue diverse condizioni culturali, nei suoi ricchissimi bisogni.

Mi sia consentito citare un altro passo da un discorso di Pio XII ai rappresentanti dell'industria cinematografica italiana nel giugno 1955; discorso che seppure tratta del primo tra i mezzi audiovisivi, il cinematografo, ha particolare valore per il nostro tema. « Il primo carattere, af-

fermava Pio XI, che 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. Nell'uomo è l'anima spirituale ed immortale; (...) è il suo pensiero e il volere con tutta la pienezza e l'ampiezza del campo della sua attività; è la vita affettiva con le sue elevazioni e le sue profondità; è il mondo dei sensi con i suoi multiformi poteri di percepire e sentire ».

E qui debbo fare una parentesi per rilevare come la Chiesa, diversamente da ciò che si ritiene, abbia sempre considerato i nuovi mezzi di comunicazione nel loro enorme valore positivo, e non già soltanto in ciò che possono avere di negativo. Pio XII, nel discorso rivolto ai partecipanti al Congresso internazionale per il cinquantenario della scoperta marconiana della radio, il 3 ottobre 1947, affermava: « Noi abbiamo già in altra occasione parlato dei benefici della radio al servizio della verità, della giustizia, dell'amore. Senza dubbio (...) si può fare un uso immorale, barbaro, anche della radio come di tutte le cose migliori. Ma chi potrebbe pensare di privare, a causa dei misfatti di alcuni criminali, l'intera famiglia umana dei benefici del genio e della carità? ». Che poi da parte nostra si sia agito ponendoci in una situazione passiva e dando soprattutto rilievo a critiche di natura prevalentemente moralistica, costituisce semmai un nostro difetto e una miope limitazione dell'insegnamento pontificio.

Chiusa la parentesi, è superfluo sottolineare che, anche nei confronti dei mezzi audiovisivi, l'insegnamento della Chiesa si riallaccia a quella che può essere definita come visione cattolica dell'uomo. Ora, gli interessi vitali dell'uomo non sono soltanto di natura politica od economica o settoriale — l'uomo in quanto cittadino, lavoratore, professionista, membro di singole comunità, ecc. — ma sono ben più complessi colla prevalenza degli interessi di natura intellettuale, spirituale. Ed è per questo che l'informazione non può limitarsi alla informazione politica o alla cronaca, ma deve essere informazione culturale, religiosa, e deve anche essere nel suo complesso equilibrata su una precisa gerarchia di valori. Un fatto culturale o religioso ha, anche come notizia, importanza un minore del fatto politico o del fatto di cronaca. Che si tratti del resto di una valutazione condivisa dagli utenti, è documentato proprio da quegli indici di gradimento da noi precedentemente illustrati.

Questo è il significato che occorre dare alla completezza delle infor-

mazioni, completezza invocata, sia pure per diverse quando non opposte ragioni, da tutti coloro che si occupano di radio e televisione.

E completezza non già nell'ambito di ogni singola nazione ma di tutto il mondo. Anche qui i documenti pontifici insistono con particolare vigore. Né è da stupirsi, quando si ricordi che uno degli attributi essenziali della nostra fede è l'essere cattolica, cioè universale. Conoscersi gli uni e gli altri è necessario non foss'altro per capirsi e per amarsi, per sentirsi veramente fratelli, figli tutti di uno stesso Padre. E se questa necessità di una universale completezza di informazioni porterà ad una scelta più rigorosa di ciò che è degno d'essere conosciuto, tanto di guadagnato per tutti.

Alla completezza si affianca l'obiettività. Al termine « obiettività » preferisco, seguendo del resto la terminologia dei documenti pontifici, quello di rispetto delle verità. Una assoluta obiettività è irrealizzabile. Anche il più insignificante fatto di cronaca viene trasmesso avendo per tramite un uomo, il quale nel raccontarlo non potrà annullare se stesso, le sue idee, i suoi gusti, e potrà quindi tendere alla massima e non alla assoluta obiettività. Ne si può ritenere che questa possa essere più facilmente raggiunta nella parte visiva. Qui al posto del giornalista abbiamo il fotografo, l'operatore della ripresa filmistica o televisiva; abbiamo quindi sempre un uomo che, con mezzi diversi, racconta ad altri uomini.

Poiché a questo aspetto del rispetto della verità è stata prestata sinora scarsa attenzione, ricorderò un episodio accaduto durante la campagna elettorale del 1948. Il cinegiornale, allora monopolio dell'INCOM, dava eguale spazio alle riprese dei comizi tenuti dai leaders dei singoli partiti. Accadeva che nelle sale cinematografiche il pubblico reagisse negativamente all'immagine di De Gasperi, positivamente a quella di Togliatti. Mi occupai della cosa e ne scoprii ben presto le ragioni.

Mentre il parlato era ineccepibile, il film mostrava costantemente un Togliatti sorridente e un De Gasperi iroso e irritante. Evidentemente l'operatore mancava di obiettività e di rispetto alla verità. La quale verità va sempre rispettata, in ogni caso o vicenda, anche quando si potrebbe ritenere non favorevole a qualunque interesse si voglia difendere.

Ed è sul rispetto della verità che potrebbe essere approfondito un discorso già iniziato. La cronaca, nel significato più ampio della parola, si occupa prevalentemente di ciò che di male accade da noi e nel mondo, e mette in secondo piano che invece c'è di bene, di positivo del nostro tempo. Quando poi è costretta ad occuparsene, lo fa, specie nel campo politico o delle attività di governo, in modo stucchevolmente propagandistico. Gli esempi sarebbero anche troppo facili e ne farò a meno, specie per quel che ha attinenza alle faccende di casa nostra.

Sarà sufficiente ricordare come caso limite che, in campo internazionale, se è vero che si notano ancora troppi segni di divisione, troppe minacce di guerra, non può essere ignorato che abbiamo anche altrettanti segni di unione, che l'amore contrasta efficacemente l'odio, che il bene non è sempre soffocato dal male.

La speranza è virtù non astratta, ma concreta. Per di più la fiducia nell'uomo è essenziale alla democrazia così come il rigorismo giacobino le è fatale. Non si tratta, evidentemente, della illuministica fiducia del secolo dei lumi, di una autosufficienza umana assoluta, ma di una ragionevole fiducia che ogni uomo deve avere sulla possibilità di risolvere in modo soddisfacente i problemi temporali, con successi e insuccessi, senza instaurare quel paradiso terrestre utopisticamente promesso dal più rozzo marxismo, ma con lotte che valgono sempre la pena di essere combattute. Quando vien meno questa fiducia, il regime democratico cade e nasce lo stato totalitario.

5. - Radio, televisione, quindi per l'uomo. Quale uomo? Si è già notato che esistono singoli uomini, con diverse capacità di ricezione e di comprensione, con diverse esigenze intellettuali. Ogni programmazione radiofonica o televisiva del resto ne tiene conto. Abbiamo programmi differenziati sull'età — programmi per ragazzi e per adulti — abbiamo egualmente diverse reti che trasmettono contemporaneamente rivolgendosi a un diverso ascolto. Da noi, il programma nazionale della radio vuole essere per persone di medio livello culturale. Il secondo per un livello inferiore, il terzo per un livello superiore. E ciascun programma ha la sua parte informativa, i suoi giornali. Abbiamo anche trasmissioni per categorie di cittadini, anche queste colla parte informativa. In televisione il secondo canale dovrebbe rispondere ad analoghe esigenze, differenziandosi, forse anche più nettamente di quel che non sia ancora avvenuto, dal primo.

Tutte queste differenziazioni hanno tuttavia un carattere empirico più che fondato nella realtà. E, specie per l'informazione generale, ci si rivolge sostanzialmente alla massa media. Non è qui il caso di entrare nell'eterna polemica sulla cultura o sulla formazione di massa, su ciò che v'è di positivo e di deteriore. La Chiesa ha sempre combattuto la massificazione e lo stesso concetto di massa, intesa come gregge passivo, proprio perché tale da intaccare sino ad annullarle la dignità e la libertà delle persone singole. Per superare ogni ostacolo e ogni controversia, si può ricorrere a un dato che ha valore teorico e pratico insieme. Se è vero che siamo tutti diversi, è anche vero che siamo tutti eguali. In altre parole, gli interessi particolari di ciascuno non annullano gli interessi comuni, e sono questi ultimi gli interessi fondamentali dell'animo umano.

Si tratterà, semmai, di ricorrere, anche e specialmente nella informazione, a un linguaggio privo di quegli ermetismi di cui ama ornarsi persino la più trita cronaca sportiva.

La parola della verità è accessibile a tutti, al vecchio, e al bambino, al colto e all'incolto. Forse il richiamo è eccessivo. Ma non lo è il dire che l'informazione veramente essenziale è quella che interessa tutti, che può fare il bene e il male di tutti. Ed è qui dimostrato ancora una volta quanto già prima asserito: è questa informazione che dovrebbe prevalere e alla quale dovrebbero essere date le più attente cure.

Tuttavia, è pur necessario dire che anche la informazione completa, rispettosa della verità, può offrire qualche pericolo. Ne segnalerò uno. Riferendomi a quanto già detto sulla inerzia intellettuale che può derivare da un ascolto o da una audiovisione del tutto passivi, la informazione può correre il rischio di diventare deformante col dare l'illusione di far apprendere molte cose che si continuano ad ignorare. Può insomma favorire quella deleteria ignoranza enciclopedica che affligge, in misura mai raggiunta nel passato, il nostro tempo. A ciò si può porre almeno parzialmente riparo nel modo già indicato: lasciando cioè le informazioni che abbiamo caratterizzato come non essenziali alle trasmissioni specializzate. E anche in questo caso la informazione dovrebbe essere simulatrice di ulteriori liberi approfondimenti e rinunciare obiettivamente ad ogni velleità di completezza.

Nonostante questi pericoli, la informazione rimane pur sempre essenziale per il raggiungimento di una sana coscienza democratica. Solo l'uomo informato può giudicare, fare le proprie scelte, tendere al massimo di autogoverno. Non si può prendere una decisione su un qualunque argomento se non si hanno i dati concreti sui quali decidere. La vera informazione è l'opposto della propaganda, di quei « violentamenti » delle folle, come eran denominati nella già citata lettera alla Settimana sociale di Nancy e che sono propri ai regimi totalitari.

E giustizia vuole si riconosca che ad essi sono tentati di ricorrere anche i regimi democratici o partiti e correnti di opinione che si definiscono democratici. Un esempio che ci tocca di vicino. Apriamo un numero qualunque di alcuni giornali. Si parla sempre della religione ignorandone la dottrina, degli atti della Chiesa estraniandoli dalla dimensione che è loro propria, la dimensione religiosa. Si ripetono monotomamente, con non efficace insistenza, pochi e triti luoghi comuni. Si ricorre insomma e spesso, sotto la maschera della obiettiva informazione culturale, proprio a quella tecnica di imbonimento tipica della peggiore propaganda. E non è detto che ciò non si verifichi, sia pure occasional-

mente e in modo meno scoperto, anche in qualche trasmissione dei mezzi audiovisivi.

Per concludere mi sia consentito di manifestare una opinione che rimane personale, anche se consolidata da una ormai lunga esperienza. Non credo molto in una formazione democratica affidata a lezioni sulla democrazia e tanto meno alla propaganda. La democrazia, è evidentemente, teoria generale, dottrina di governo, ma è anche e soprattutto pratica di vita. Ed è proprio nell'azione, nella vita vissuta, che si acquista l'habitus democratico, lo spontaneo rispetto degli altri; che ci si può render conto degli stessi limiti della democrazia, del suo campo specifico, dei diversi modi nei quali può essere articolata, delle istituzioni che può far sorgere, del modo di governo di queste.

6. - V'è infine, tra i tanti problemi che fa sorgere il nostro tema — e molti sono stati necessariamente accantonati perché non essenziali o appena adombrati — v'è, infine, un ultimo problema: quello della gestione democratica dei mezzi audiovisivi. Problema tanto più grave ove si abbia un monopolio anche solo tecnico della radio-televisione e più ancora ove tale monopolio sia di natura statale. In concreto: l'utente, il cittadino, è destinato solo a ricevere ciò che gli viene trasmesso con deliberazioni prese da un certo numero di persone, sia pure scelte col massimo di rappresentatività delle diverse correnti di opinione, ma che costituite in équipes burocratiche finirebbero coll'isolarsi, col divenire gruppo egemone, e tendente ad un'azione sostanzialmente paternalistica verso la massa dell'utenza? Oppure l'utente ha il diritto e la possibilità concreta di influire sulla programmazione, sulla rispondenza di questa ai suoi veri interessi? Può insomma attuarsi un rapporto, un interscambio democratico tra chi programma e chi riceve? L'argomento è stato più volte affrontato dal magistero della Chiesa. Per riferirci solo al documento che ne riassume gli insegnamenti, alla « Miranda prorsus », Pio XII vi afferma che l'ascoltatore ha il dovere di « far conoscere ai responsabili dei programmi i suoi legittimi desideri e le giuste obiezioni. Questo dovere — prosegue — risulta chiaramente dalla natura stessa della radio, che può facilmente creare una relazione a senso unico, da chi trasmette a chi ascolta ». Esistono i moderni sondaggi della pubblica opinione, ma questi, pur potendo essere di grande aiuto ai responsabili dei programmi, non sono da considerarsi un « sicuro indice della retta norma di agire », influenzati come sono da moventi irrazionali o dominati dalla passiva ricezione di ciò che si trasmette. Gli ascoltatori devono anche « collaborare alla formazione di una illuminata opinione pubblica che permetta di esprimere, nei debiti modi, approvazioni, incoraggiamenti ed obiezioni ». Infine, nei Paesi ove le circostanze lo con-

sigliano, « potranno essere inoltre promosse apposite associazioni di ascoltatori ». E' quindi un'azione democratica che è chiesta dall'Enciclica, e non, come tanti affermano, un'azione impositiva.

Altro non meno importante aspetto dello stesso tema è quello del diritto dei pubblici poteri ad intervenire per la difesa del bene comune e, specificando, per la difesa dei principi sui quali deve fondarsi la democrazia. E non si tratta solo di questioni teoriche, ma di argomenti estremamente concreti, anche se non di facile soluzione. Da noi non è poi possibile e sarebbe oltretutto pericoloso dimenticare o sottovalutare il dettato col quale la Corte Costituzionale dichiarava lecito il monopolio nelle trasmissioni radiotelevisive.

Afferma la Corte: « è implicito che allo Stato monopolista di un servizio destinato alla diffusione del pensiero incombe l'obbligo di assicurare, in condizioni di imparzialità e obiettività, la possibilità potenziale di goderne — naturalmente nei limiti che si impongono per questa come per ogni altra libertà e nei modi richiesti dalle esigenze tecniche e di funzionalità — a chi sia interessato ad avvalersene per la diffusione del pensiero nei vari modi del suo manifestarsi. Donde l'esigenza di leggi destinate a disciplinare tale possibilità potenziale e ad assicurare adeguate garanzie di imparzialità nel vaglio delle istanze di ammissione all'utilizzazione del servizio non contrastanti, con l'ordinamento, con le esigenze tecniche e con altri interessi degni di tutela: varietà e dignità dei programmi, ecc. ».

Tralasciando ogni aspetto giuridico della questione, accennerò soltanto a qualcuno dei modi coi quali televisioni in condizioni di pubblico monopolio hanno tentato di risolvere il problema.

Può sembrare strano che una Nazione nella quale domina un sano empirismo e una certa diffidenza verso ogni rigida sistemazione giuridica, l'Inghilterra, abbia invece stabilito norme precise e persino minuziose. Per la BBC, che ha lo statuto di una « pubblica corporazione », si è avuta la preoccupazione di rendere l'organismo autonomo dal potere esecutivo, al quale tuttavia e al parlamento i governatori devono rendere conto del loro operato. I governatori hanno così il massimo di autonomia e di responsabilità. La rappresentanza degli utenti è in certo modo affidata ad un Comitato consultivo, composto da non meno di trenta e non più di cinquanta membri, scelti con carattere rappresentativo; a Comitati regionali per la Scozia e per il Galles, e a Comitati che possono essere costituiti per compiti particolari.

Tra questi ultimi ve ne sono per religione, la musica, l'agricoltura e la scuola. Tutti hanno, come il primo, carattere consultivo.

In Francia per l'elaborazione dei programmi la Direzione Generale

della RTF, la Direzione dei Servizi Artistici per la radiodiffusione sonora e la Direzione dei Programmi Televisivi, si valgono dei pareri del Consiglio Superiore e dei Comitati specializzati di programma.

Il Consiglio Superiore ha la facoltà di esprimere pareri e rappresentare proposte sull'orientamento e la composizione dei programmi. Il Consiglio Superiore può inoltre essere consultato dal Governo o dal Direttore Generale su qualsiasi questione.

I comitati specializzati di Programmi comprendono:

— Il Comitato della letteratura e delle opere drammatiche; della musica; delle scienze; delle trasmissioni di varietà; di televisione.

Nei limiti della rispettiva competenza i vari Comitati esprimono pareri e presentano suggerimenti sulla composizione dei programmi, e adempiono le funzioni di Comitati di lettura. Nessun progetto di trasmissione artistica, scientifica o culturale può essere accolto, ai fini dell'inserimento nei programmi, se non ha ricevuto l'approvazione del Comitato competente.

I membri del Consiglio Superiore e i membri dei Comitati specializzati sono scelti fra le personalità più rappresentative dell'attività artistica, musicale, scientifica e letteraria della Nazione. I Presidenti dei Comitati specializzati sono, di diritto, membri del Consiglio Superiore.

Da noi la RAI-TV, pur avendo commissioni alle quali partecipano membri estranei ai suoi quadri — commissioni tuttavia che hanno avuto il difetto di non avere compiti ben definiti ed anche una incostante durata nel tempo — si vale prevalentemente delle indagini fatte dal suo Servizio opinioni. Ma anche qui, a parte ogni altra riserva, è facile osservare che i giudizi di gradimento riguardano le trasmissioni già effettuate e che pertanto solo indirettamente possono trarsi indicazioni concrete su ciò che l'utente desidera e che le trasmissioni non danno.

C'è, nominato dal Ministro delle Poste e telecomunicazioni, un Comitato centrale di vigilanza sulle trasmissioni radio e televisive. Il comitato sul quale si sono appuntate molte critiche, ha svolto un buon lavoro, ma non ha potuto, né può, superare i limiti imposti dalla sua composizione con una stragrande maggioranza di membri che rappresentano organi statuali o interessi particolari, mentre disinteressati uomini di cultura vi sono in netta minoranza.

Infine una Commissione parlamentare dovrebbe vigilare sulla parte politico-informativa.

Forme non istituzionalizzate di intervento sulla programmazione esistono un po' in tutti i Paesi. Una delle più note è quella dei teleclubs. Sorti inizialmente con scopi prevalentemente educativi — insegnare un buon uso della televisione specie nei piccoli centri e nelle campagne, eli-

minando così i pericoli di una ricezione passiva o di autentici processi di rottura — i teleclubs hanno finito coll'assumere la funzione di tramite tra l'utenza e la dirigenza televisiva, non solo colla critica alle trasmissioni ma promuovendone alcune, sia pure a titolo sperimentale. Associazioni di diverso tipo — culturali, educative, religiose, tra abbonati — esistono ovunque, ed è nota la influenza che alcune hanno negli Stati Uniti d'America, ove, ad esempio, il Centro nazionale della televisione e delle radiodiffusioni educative prepara direttamente dei programmi che vengono poi trasmessi da un gran numero di stazioni.

Infine c'è la stampa, dai giornali quotidiani, ai periodici, alle pubblicazioni specializzate che, con i loro giudizi esercitano una continua e spesso non inefficace forma di controllo, rappresentando, sia pure con tutte le necessarie riserve e limitazioni, il gusto ed i desideri dell'utenza.

Riferendomi ancora al dettato della Corte Costituzionale, rileverò che, in attesa dell'auspicata regolamentazione legislativa, si tenda a dargli un'interpretazione non del tutto corretta. Si vorrebbe infatti, da alcuni ricavarne un diritto, da parte dei cittadini raggruppati in enti ed associazioni, di avere a propria disposizione il mezzo radiotelevisivo per effettuare particolari trasmissioni. E' facile enunziare le difficoltà pratiche che da ciò deriverebbero. Ma, anche senza tener conto di queste, mi sembra che la Corte affermi prevalentemente il diritto della « diffusione del pensiero nei vari modi del suo manifestarsi (...) nei limiti che si impongono per questa come per ogni altra libertà » e lasci al legislatore il modo di rendere concreto tale diritto.

Diritto che può essere soddisfatto in diversi modi, ma ragioni pratiche hanno portato sinora, come s'è visto, alla soluzione tipo inglese, e cioè ad affidarne la tutela a comitati e commissioni largamente rappresentativi che, mentre danno le necessarie garanzie alle diverse correnti di pensiero e di opinione, consentono una autentica programmazione. E' ovviamente ogni programmazione necessita sia di chiari principi ispiratori, come di una armonica proporzione tra le sue parti.

Forse dovrei concludere con delle proposte concrete. Mi sia consentito di non farlo. Proposte potranno scaturire solo alla fine dei nostri lavori, da una visione unitaria di tutti i temi trattati.