

Quartiere CITTA' VECCHIA

Libreria LA BANCARELLA

il ruolo della famiglia nella gestione degli strumenti della Comunicazione sociale

RADIO TV CINEMA giornali

incontro CON:

Adriano Zancacchi

dirigente della R.A.I.

16 MAGGIO 1980

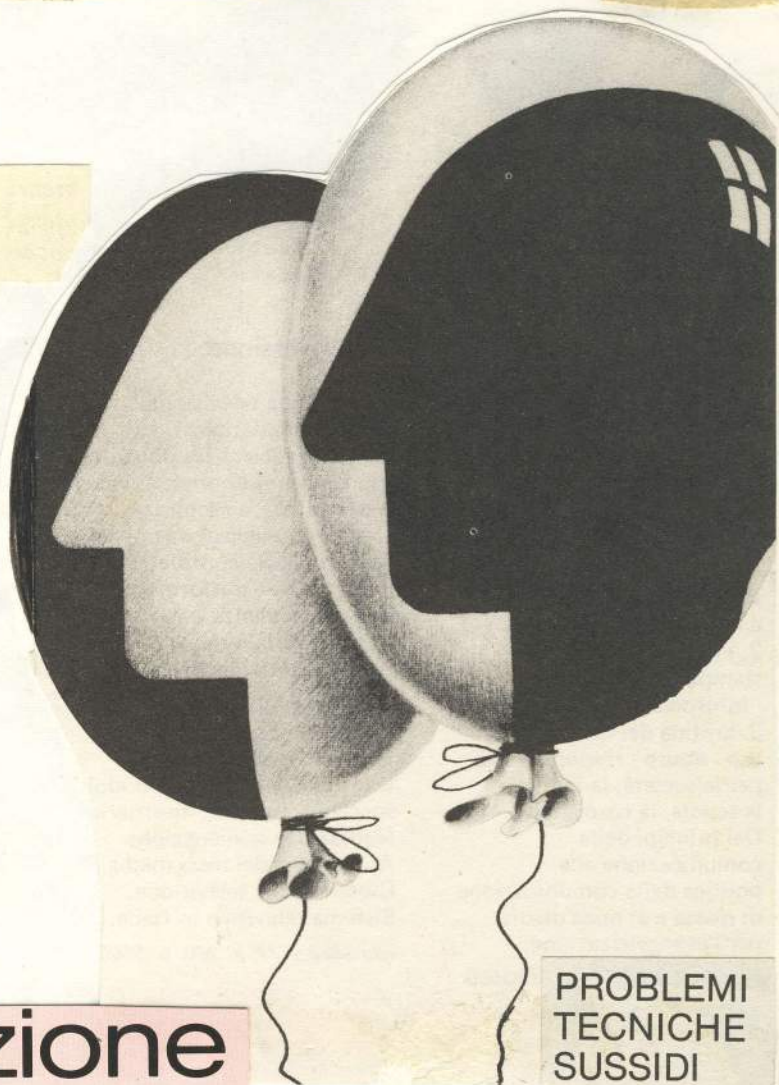
VENERDI' ORE 21,15

NEI LOCALI
DELLA LIBRERIA
V. TELLINI

N. 19

Collana

Comunicazione



PROBLEMI
TECNICHE
SUSSIDI

Piombino

John de Campione

1. 1970-1971
2. 1972-1973
3. 1974-1975
4. 1976-1977
5. 1978-1979
6. 1980-1981
7. 1982-1983
8. 1984-1985
9. 1986-1987
10. 1988-1989
11. 1990-1991
12. 1992-1993
13. 1994-1995
14. 1996-1997
15. 1998-1999
16. 2000-2001
17. 2002-2003
18. 2004-2005
19. 2006-2007
20. 2008-2009
21. 2010-2011
22. 2012-2013
23. 2014-2015
24. 2016-2017
25. 2018-2019
26. 2020-2021
27. 2022-2023
28. 2024-2025
29. 2026-2027
30. 2028-2029
31. 2030-2031
32. 2032-2033
33. 2034-2035
34. 2036-2037
35. 2038-2039
36. 2040-2041
37. 2042-2043
38. 2044-2045
39. 2046-2047
40. 2048-2049
41. 2050-2051
42. 2052-2053
43. 2054-2055
44. 2056-2057
45. 2058-2059
46. 2060-2061
47. 2062-2063
48. 2064-2065
49. 2066-2067
50. 2068-2069
51. 2070-2071
52. 2072-2073
53. 2074-2075
54. 2076-2077
55. 2078-2079
56. 2080-2081
57. 2082-2083
58. 2084-2085
59. 2086-2087
60. 2088-2089
61. 2090-2091
62. 2092-2093
63. 2094-2095
64. 2096-2097
65. 2098-2099
66. 2100-2101
67. 2102-2103
68. 2104-2105
69. 2106-2107
70. 2108-2109
71. 2110-2111
72. 2112-2113
73. 2114-2115
74. 2116-2117
75. 2118-2119
76. 2120-2121
77. 2122-2123
78. 2124-2125
79. 2126-2127
80. 2128-2129
81. 2130-2131
82. 2132-2133
83. 2134-2135
84. 2136-2137
85. 2138-2139
86. 2140-2141
87. 2142-2143
88. 2144-2145
89. 2146-2147
90. 2148-2149
91. 2150-2151
92. 2152-2153
93. 2154-2155
94. 2156-2157
95. 2158-2159
96. 2160-2161
97. 2162-2163
98. 2164-2165
99. 2166-2167
100. 2168-2169
101. 2170-2171
102. 2172-2173
103. 2174-2175
104. 2176-2177
105. 2178-2179
106. 2180-2181
107. 2182-2183
108. 2184-2185
109. 2186-2187
110. 2188-2189
111. 2190-2191
112. 2192-2193
113. 2194-2195
114. 2196-2197
115. 2198-2199
116. 2200-2201
117. 2202-2203
118. 2204-2205
119. 2206-2207
120. 2208-2209
121. 2210-2211
122. 2212-2213
123. 2214-2215
124. 2216-2217
125. 2218-2219
126. 2220-2221
127. 2222-2223
128. 2224-2225
129. 2226-2227
130. 2228-2229
131. 2230-2231
132. 2232-2233
133. 2234-2235
134. 2236-2237
135. 2238-2239
136. 2240-2241
137. 2242-2243
138. 2244-2245
139. 2246-2247
140. 2248-2249
141. 2250-2251
142. 2252-2253
143. 2254-2255
144. 2256-2257
145. 2258-2259
146. 2260-2261
147. 2262-2263
148. 2264-2265
149. 2266-2267
150. 2268-2269
151. 2270-2271
152. 2272-2273
153. 2274-2275
154. 2276-2277
155. 2278-2279
156. 2280-2281
157. 2282-2283
158. 2284-2285
159. 2286-2287
160. 2288-2289
161. 2290-2291
162. 2292-2293
163. 2294-2295
164. 2296-2297
165. 2298-2299
166. 2300-2301
167. 2302-2303
168. 2304-2305
169. 2306-2307
170. 2308-2309
171. 2310-2311
172. 2312-2313
173. 2314-2315
174. 2316-2317
175. 2318-2319
176. 2320-2321
177. 2322-2323
178. 2324-2325
179. 2326-2327
180. 2328-2329
181. 2330-2331
182. 2332-2333
183. 2334-2335
184. 2336-2337
185. 2338-2339
186. 2340-2341
187. 2342-2343
188. 2344-2345
189. 2346-2347
190. 2348-2349
191. 2350-2351
192. 2352-2353
193. 2354-2355
194. 2356-2357
195. 2358-2359
196. 2360-2361
197. 2362-2363
198. 2364-2365
199. 2366-2367
200. 2368-2369
201. 2370-2371
202. 2372-2373
203. 2374-2375
204. 2376-2377
205. 2378-2379
206. 2380-2381
207. 2382-2383
208. 2384-2385
209. 2386-2387
210. 2388-2389
211. 2390-2391
212. 2392-2393
213. 2394-2395
214. 2396-2397
215. 2398-2399
216. 2400-2401
217. 2402-2403
218. 2404-2405
219. 2406-2407
220. 2408-2409
221. 2410-2411
222. 2412-2413
223. 2414-2415
224. 2416-2417
225. 2418-2419
226. 2420-2421
227. 2422-2423
228. 2424-2425
229. 2426-2427
230. 2428-2429
231. 2430-2431
232. 2432-2433
233. 2434-2435
234. 2436-2437
235. 2438-2439
236. 2440-2441
237. 2442-2443
238. 2444-2445
239. 2446-2447
240. 2448-2449
241. 2450-2451
242. 2452-2453
243. 2454-2455
244. 2456-2457
245. 2458-2459
246. 2460-2461
247. 2462-2463
248. 2464-2465
249. 2466-2467
250. 2468-2469
251. 2470-2471
252. 2472-2473
253. 2474-2475
254. 2476-2477
255. 2478-2479
256. 2480-2481
257. 2482-2483
258. 2484-2485
259. 2486-2487
260. 2488-2489
261. 2490-2491
262. 2492-2493
263. 2494-2495
264. 2496-2497
265. 2498-2499
266. 2500-2501
267. 2502-2503
268. 2504-2505
269. 2506-2507
270. 2508-2509
271. 2510-2511
272. 2512-2513
273. 2514-2515
274. 2516-2517
275. 2518-2519
276. 2520-2521
277. 2522-2523
278. 2524-2525
279. 2526-2527
280. 2528-2529
281. 2530-2531
282. 2532-2533
283. 2534-2535
284. 2536-2537
285. 2538-2539
286. 2540-2541
287. 2542-2543
288. 2544-2545
289. 2546-2547
290. 2548-2549
291. 2550-2551
292. 2552-2553
293. 2554-2555
294. 2556-2557
295. 2558-2559
296. 2560-2561
297. 2562-2563
298. 2564-2565
299. 2566-2567
300. 2568-2569
301. 2570-2571
302. 2572-2573
303. 2574-2575
304. 2576-2577
305. 2578-2579
306. 2580-2581
307. 2582-2583
308. 2584-2585
309. 2586-2587
310. 2588-2589
311. 2590-2591
312. 2592-2593
313. 2594-2595
314. 2596-2597
315. 2598-2599
316. 2600-2601
317. 2602-2603
318. 2604-2605
319. 2606-2607
320. 2608-2609
321. 2610-2611
322. 2612-2613
323. 2614-2615
324. 2616-2617
325. 2618-2619
326. 2620-2621
327. 2622-2623
328. 2624-2625
329. 2626-2627
330. 2628-2629
331. 2630-2631
332. 2632-2633
333. 2634-2635
334. 2636-2637
335. 2638-2639
336. 2640-2641
337. 2642-2643
338. 2644-2645
339. 2646-2647
340. 2648-2649
341. 2650-2651
342. 2652-2653
343. 2654-2655
344. 2656-2657
345. 2658-2659
346. 2660-2661
347. 2662-2663
348. 2664-2665
349. 2666-2667
350. 2668-2669
351. 2670-2671
352. 2672-2673
353. 2674-2675
354. 2676-2677
355. 2678-2679
356. 2680-2681
357. 2682-2683
358. 2684-2685
359. 2686-2687
360. 2688-2689
361. 2690-2691
362. 2692-2693
363. 2694-2695
364. 2696-2697
365. 2698-2699
366. 2700-2701
367. 2702-2703
368. 2704-2705
369. 2706-2707
370. 2708-2709
371. 2710-2711
372. 2712-2713
373. 2714-2715
374. 2716-2717
375. 2718-2719
376. 2720-2721
377. 2722-2723
378. 2724-2725
379. 2726-2727
380. 2728-2729
381. 2730-2731
382. 2732-2733
383. 2734-2735
384. 2736-2737
385. 2738-2739
386. 2740-2741
387. 2742-2743
388. 2744-2745
389. 2746-2747
390. 2748-2749
391. 2750-2751
392. 2752-2753
393. 2754-2755
394. 2756-2757
395. 2758-2759
396. 2760-2761
397. 2762-2763
398. 2764-2765
399. 2766-2767
400. 2768-2769
401. 2770-2771
402. 2772-2773
403. 2774-2775
404. 2776-2777
405. 2778-2779
406. 2780-2781
407. 2782-2783
408. 2784-2785
409. 2786-2787
410. 2788-2789
411. 2790-2791
412. 2792-2793
413. 2794-2795
414. 2796-2797
415. 2798-2799
416. 2800-2801
417. 2802-2803
418. 2804-2805
419. 2806-2807
420. 2808-2809
421. 2810-2811
422. 2812-2813
423. 2814-2815
424. 2816-2817
425. 2818-2819
426. 2820-2821
427. 2822-2823
428. 2824-2825
429. 2826-2827
430. 2828-2829
431. 2830-2831
432. 2832-2833
433. 2834-2835
434. 2836-2837
435. 2838-2839
436. 2840-2841
437. 2842-2843
438. 2844-2845
439. 2846-2847
440. 2848-2849
441. 2850-2851
442. 2852-2853
443. 2854-2855
444. 2856-2857
445. 2858-2859
446. 2860-2861
447. 2862-2863
448. 2864-2865
449. 2866-2867
450. 2868-2869
451. 2870-2871
452. 2872-2873
453. 2874-2875
454. 2876-2877
455. 2878-2879
456. 2880-2881
457. 2882-2883
458. 2884-2885
459. 2886-2887
460. 2888-2889
461. 2890-2891
462. 2892-2893
463. 2894-2895
464. 2896-2897
465. 2898-2899
466. 2900-2901
467. 2902-2903
468. 2904-2905
469. 2906-2907
470. 2908-2909
471. 2910-2911
472. 2912-2913
473. 2914-2915
474. 2916-2917
475. 2918-2919
476. 2920-2921
477. 2922-2923
478. 2924-2925
479. 2926-2927
480. 2928-2929
481. 2930-2931
482. 2932-2933
483. 2934-2935
484. 2936-2937
485. 2938-2939
486. 2940-2941
487. 2942-2943
488. 2944-2945
489. 2946-2947
490. 2948-2949
491. 2950-2951
492. 2952-2953
493. 2954-2955
494. 2956-2957
495. 2958-2959
496. 2960-2961
497. 2962-2963
498. 2964-2965
499. 2966-2967
500. 2968-2969
501. 2970-2971
502. 2972-2973
503. 2974-2975
504. 2976-2977
505. 2978-2979
506. 2980-2981
507. 2982-2983
508. 2984-2985
509. 2986-2987
510. 2988-2989
511. 2990-2991
512. 2992-2993
513. 2994-2995
514. 2996-2997
515. 2998-2999
516. 3000-3001
517. 3002-3003
518. 3004-3005
519. 3006-3007
520. 3008-3009
521. 3010-3011
522. 3012-3013
523. 3014-3015
524. 3016-3017
525. 3018-3019
526. 3020-3021
527. 3022-3023
528. 3024-3025
529. 3026-3027
530. 3028-3029
531. 3030-3031
532. 3032-3033
533. 3034-3035
534. 3036-3037
535. 3038-3039
536. 3040-3041
537. 3042-3043
538. 3044-3045
539. 3046-3047
540. 3048-3049
541. 3050-3051
542. 3052-3053
543. 3054-3055
544. 3056-3057
545. 3058-3059
546. 3060-3061
547. 3062-3063
548. 3064-3065
549. 3066-3067
550. 3068-3069
551. 3070-3071
552. 3072-3073
553. 3074-3075
554. 3076-3077
555. 3078-3079
556. 3080-3081
557. 3082-3083
558. 3084-3085
559. 3086-3087
560. 3088-3089
561. 3090-3091
562. 3092-3093
563. 3094-3095
564. 3096-3097
565. 3098-3099
566. 3100-3101
567. 3102-3103
568. 3104-3105
569. 3106-3107
570. 3108-3109
571. 3110-3111
572. 3112-3113
573. 3114-3115
574. 3116-3117
575. 3118-3119
576. 3120-3121
577. 3122-3123
578. 3124-3125
579. 3126-3127
580. 3128-3129
581. 3130-3131
582. 3132-3133
583. 3134-3135
584. 3136-3137
585. 3138-3139
586. 3140-3141
587. 3142-3143
588. 3144-3145
589. 3146-3147
590. 3148-3149
591. 3150-3151
592. 3152-3153
593. 3154-3155
594. 3156-3157
595. 3158-3159
596. 3160-3161
597. 3162-3163
598. 3164-3165
599. 3166-3167
600. 3168-3169
601. 3170-3171
602. 3172-3173
603. 3174-3175
604. 3176-3177
605. 3178-3179
606. 3180-3181
607. 3182-3183
608. 3184-3185
609. 3186-3187
610. 3188-3189
611. 3190-3191
612. 3192-3193
613. 3194-3195
614. 3196-3197
615. 3198-3199
616. 3200-3201
617. 3202-3203
618. 3204-3205
619. 3206-3207
620. 3208-3209
621. 3210-3211
622. 3212-3213
623. 3214-3215
624. 3216-3217
625. 3218-3219
626. 3220-3221
627. 3222-3223
628. 3224-3225
629. 3226-3227
630. 3228-3229
631. 3230-3231
632. 3232-3233
633. 3234-3235
634. 3236-3237
635. 3238-3239
636. 3240-3241
637. 3242-3243
638. 3244-3245
639. 3246-3247
640. 3248-3249
641. 3250-3251
642. 3252-3253
643. 3254-3255
644. 3256-3257
645. 3258-3259
646. 3260-3261
647. 3262-3263
648. 3264-3265
649. 3266-3267
650. 3268-3269
651. 3270-3271
652. 3272-3273
653. 3274-3275
654. 3276-3277
655. 3278-3279
656. 3280-3281
657. 3282-3283
658. 3284-3285
659. 3286-3287
660. 3288-3289
661. 3290-3291
662. 3292-3293
663. 3294-3295
664. 3296-3297
665. 3298-3299
666. 3300-3301
667. 3302-3303
668. 3304-3305
669. 3306-3307
670. 3308-3309
671. 3310-3311
672. 3312-3313
673. 3314-3315
674. 3316-3317
675. 3318-3319
676. 3320-3321
677. 3322-3323
678. 3324-3325
679. 3326-3327
680. 3328-3329
681. 3330-3331
682. 3332-3333
683. 3334-3335
684. 3336-3337
685. 3338-3339
686. 3340-3341
687. 3342-3343
688. 3344-3345
689. 3346-3347
690. 3348-3349
691. 3350-3351
692. 3352-3353
693. 3354-3355
694. 3356-3357
695. 3358-3359
696. 3360-3361
697. 3362-3363
698. 3364-3365
699. 3366-3367
700. 3368-3369
701. 3370-3371
702. 3372-3373
703. 3374-3375
704. 3376-3377
705. 3378-3379
706. 3380-3381
707. 3382-3383
708. 3384-3385
709. 3386-3387
710. 3388-3389
711. 3390-3391
712. 3392-3393
713. 3394-3395
714. 3396-3397
715. 3398-3399
716. 3400-3401
717. 3402-3403
718. 3404-3405
719. 3406-3407
720. 3408-3409
721. 3410-3411
722. 3412-3413
723. 3414-3415
724. 3416-3417
725. 3418-3419
726. 3420-3421
727. 3422-3423
728. 3424-3425
729. 3426-3427
730. 3428-3429
731. 3430-3431
732. 3432-3433
733. 3434-3435
734. 3436-3437
735. 3438-3439
736. 3440-3441
737. 3442-3443
738. 3444-3445
739. 3446-3447
740. 3448-3449
741. 3450-3451
742. 3452-3453
743. 3454-3455
744. 3456-3457
745. 3458-3459
746. 3460-3461
747. 3462-3463
748. 3464-3465
749. 3466-3467
750. 3468-3469
751. 3470-3471
752. 3472-3473
753. 3474-3475
754. 3476-3477
755. 3478-3479
756. 3480-3481
757. 3482-3483
758. 3484-3485
759. 3486-3487
760. 3488-3489
761. 3490-3491
762. 3492-3493
763. 3494-3495
764. 3496-3497
765. 3498-3499
766. 3500-3501
767. 3502-3503
768. 3504-3505
769. 3506-3507
770. 3508-3509
771. 3510-3511
772. 3512-3513
773. 3514-3515
774. 3516-3517
775. 3518-3519
776. 3520-3521
777. 3522-3523

Collana

COMUNICAZIONE

PROBLEMI
TECNICHE
SUSSIDI

*Finalmente una collana divulgativa
per capire gli strumenti
e i problemi della comunicazione sociale.*

La *comunicazione* è un fenomeno complesso e di grande importanza socio-culturale e rappresenta uno dei più affascinanti campi di indagine delle scienze dell'uomo. Gli strumenti di comunicazione — o mass media — hanno ingigantito questo fenomeno innescando situazioni che riflettono le contraddizioni del nostro tempo.

La *sezione problemi* raccoglie i contributi di esperti italiani e stranieri per l'approfondimento degli aspetti e delle prospettive più generali della comunicazione.

La *sezione tecniche* indaga il mondo e il dinamismo dei singoli strumenti e propone specifiche metodologie per l'uso attivo dei mass media, prestando particolare attenzione alle esigenze dei giovani e della scuola moderna.

La *sezione sussidi* comprende volumi che accompagnano e integrano il discorso fatto tramite i vari strumenti.

comunicazione/problemi

1. Adriano Zancacchi. *La sfida dei mass media.*
2. René Berger. *La tele-fissione. Allarme alla televisione.*
3. Francesco R. Esposito. *La massificazione non esiste.*
4. Autori Vari a cura di Goffredo Donato. *Comunicazione e partecipazione.*
5. Autori vari a cura di Giampiero Gamaleri. *Un posto nell'etere. Le radio locali in Italia.*
6. Marshall McLuhan - Pierre Babin. *Un uomo nuovo, un cristiano nuovo nell'era dei mass media.*

comunicazione/tecniche

1. Giovanni Bonetto, *Il giornale è tuo.*
2. Rodolfo Tritapepe, *Linguaggio e tecnica cinematografica.*

comunicazione/sussidi

1. Enzo Natta, *Il linguaggio dell'immagine. Librofilm.*



EDIZIONI PAOLINE

VENERDI 16 MAGGIO 1980 ore 21,15
nei locali della libreria
via Tellini 19 Piombino

INCONTRO DIBATTITO SU:

IL RUOLO DELLA FAMIGLIA NELLA GESTIONE
DEGLI STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE
SOCIALE (TV RADIO CINEMA GIORNALI etc.)

Parlerà!

ADRIANO ZANACCHI

ADRIANO ZANACCHI è nato a Cremona nel 1930 Laureatosi in Giurisprudenza a Pavia nel 1952 si è poi specializzato in Relazioni pubbliche. E' dirigente della R.A.I., giornalista e pubblicista. E' docente di Sociologia dell'informazione all'Istituto Superiore di Scienze e tecniche dell'opinione pubblica di Roma. Presso le edizioni paoline ha pubblicato nel 1969 "POTENZA E PREPOTENZA DELLA COMUNICAZIONE (esaurito) e ora il libro:
" LA SFIDA DEI MASS MEDIA"

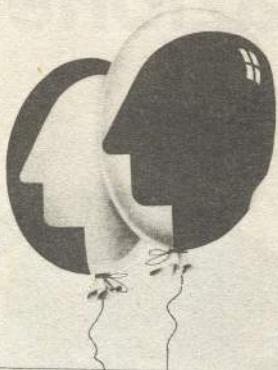
COMUNICARE E' VIVERE, perchè la comunicazione, che si può sinteticamente definire come la trasmissione o, nell'ipotesi più completa, come lo scambio di contenuti mentali (Informazioni, pensieri, idee, sentimenti, etc.), è indispensabile alla vita dell'uomo e della società. Nessun uomo, infatti, si realizza completamente se non è in rapporto con gli altri e tutti i rapporti umani sono fondati sulla COMUNICAZIONE, così come la stessa vita della società non è altro che un insieme di relazioni tra gli individui e i gruppi che la compongono. Ma oggi, più che nel passato, gli uomini comunicano tra loro con difficoltà e ciò contribuisce a peggiorare la loro qualità della vita. Eppure essi possiedono, ora, dei prodigiosi mezzi di comunicazione, posti a loro dispo-

sizione dal progresso: tra questi mezzi, in primo luogo, i cosiddetti MASS MEDIA o strumenti della comunicazione sociale. (TV RADIO CINEMA GIORNALI FOTO etc.)

Alle straordinarie capacità di tali strumenti, tuttavia, non sembra seriamente corrispondere un impegno concreto — a livello individuale e collettivo — nello

Adriano Zanacchi

la sfida dei mass media



Introduzione allo studio degli strumenti e dei problemi della comunicazione sociale.

Manuale

chiaro e facile in tre parti:

1. la comunicazione: segni - codici - linguaggi e immagine;
 2. i mass media: stampa - cinema - radio - tv - informazione - pubblicità;
 3. la sfida dei mass media: uso - abuso - responsabilità per la società, la famiglia, la scuola, la coscienza.
- Dai principi della comunicazione alla politica della comunicazione di massa e ai mass media per l'evangelizzazione.

cdu 38c1 - 77, p. 244, L. 3500.

René Berger

la tele-fissione

allarme alla televisione



Allarme alla televisione.

Libro drammatico:

come si evolverà (se potrà sopravvivere) l'homo sapiens — cacciatore, agricoltore, cavaliere, religioso, razionale, politico, sociale, proletario, industriale — trasformato improvvisamente in cosmocefalo dalla fissione elettronica?

Approccio alla televisione.

L'informalizzazione.

La tecno-manipolazione.

Il televisore mediatore o idolo,

specchio, finestra, lucernario.

Mediazione o alienazione.

Al crocevia dei mass media.

Cibernetica e televisione.

Sistema televisivo in Italia.

cdu 38c2 - 77, p. 260, L. 3500.

utilizzarli in modo costruttivo, cioè per promuovere realmente lo sviluppo individuale e sociale e particolarmente la libertà, l'autonomia, la partecipazione, la solidarietà.

Se non si comunica, dunque, non si vive e quando si comunica male si vive male.

L'uso che vien fatto attualmente dei mass media fa spesso temere seriamente che la comunicazione sociale finisca ineluttabilmente per distrarre gli individui dalla realtà, per provocare fenomeni di "NARCOSI" collettiva, per abbassare i livelli culturali, per appiattire tutti i valori, per mortificare LA VITA FAMILIARE e, più in generale, la vita di relazione, per favorire LA PREPOTENZA e il PREDOMINIO di POCHI sui MOLTI, per distogliere dalle RESPONSABILITA' PERSONALI e comunitarie e in particolare da quel momento fondamentale della vita democratica che è LA PARTECIPAZIONE e da quell'impegno essenziale che è la solidarietà'.

A.Z.

Anche a livello locale occorre riappropriarsi dei mezzi di comunicazione e costruirne dei nuovi per promuovere una effettiva partecipazione ai problemi della città.

I mass media hanno tolto la partecipazione ma gli stessi mass media la possono ricreare.

Dopo quasi 30 anni di TV di stato basata nel consumismo e nell'uso prettamente scandalistico (perché fa notizia) occorre fare informazione costruttiva. Un'informazione che metta in risalto i lati positivi e suggerisca al cittadino i luoghi e i modi per intervenire praticamente e responsabilmente nella crescita della città. Ecco perché c'è bisogno oltre che di radio locali che non siano solo di scoteche dell'etere. (Vedi l'esempio di Radio Piombino Centrale anche se ancora

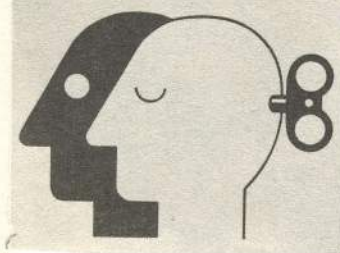
Per una interpretazione e un uso costruttivo dei mass media.

La tesi di questo studio è: l'informazione tecnologica non ha umiliato la personalità umana, banalizzandola e massificandola. Al contrario, l'ha esaltata, dilatando l'uomo dal di dentro, fino a renderlo capace di estendere ai limiti del cosmo la sua sensibilità. E' in atto un processo di crescita di tutti, con il conseguente coinvolgimento planetario dei singoli individui e dei gruppi. Il processo comunicativo è circolare; non c'è più posto né per il monologo né per il predominio assoluto dell'emittenza. Perfino la resistenza passiva o il samizdat vanificano ogni tentativo violento o unidirezionale.

cdu 38c3 - 78, p. 359, L. 5000.

Rosario F. Esposito

la massificazione non esiste





NOTA(1) - TRA QUESTI GIORNALI DI PARTECIPAZIONE È DA CONSIDERARSI ANCHE IL MENSILE -"I PAESI DELLA VAL DI CORNIA"- CHE SI STAMPA A VENTURINA.

ESISTONO ANCHE ALTRE PUBBLICAZIONI A PIOMBINO COME :

- PIOMBINO STORIA E TERRITORIO
- RICERCHE STORICHE

MA QUESTI PER IL LORO CARATTERE SPECIALISTICO HANNO UN SEGUITO LIMITATO DI PUBBLICO.

sporadicamente, vedi per esempio la trasmissione domenicale delle II,30 In Diretta Da Studio condotta da Marcello Filippeschi) anche di una TV locale.

La TV come la "piazza" del paese deve divenire luogo d'incontro di tutti i cittadini. E come la piazza partecipava di tutti, così la Tv superando i muri("il privato") mette in contatto tutti i cittadini comunicando le stesse esperienze che poi diventano diverse secondo la personalità di ciascuno.

Cosicché i cittadini che hanno le medesime conoscenze di base quando si ritrovano per strada, non sono e non si sentono più estranei ma anzi cercano di stringere ancor più i legami tra di loro per costruire una città a misura d'uomo.

Lo stesso discorso vale naturalmente per tutti gli altri mass media :

- I GIORNALI ; che ora sono diretti dall'alto secondo le esigenze personali e culturali di pochi. Degni di nota in questo campo le esperienze locali di controinformazione con le riviste

(1) -DIETRO LO SPECCHIO- e - ESPERIENZE INCONTRI - e i giornali scolastici tra cui merita un cenno IL CORRIERE DELLE FUCINI (Primo giornale scolastico stampato da un giornale a tiratura nazionale IL TIRRENO)

Questi giornali di controinformazione mettono in pratica il modello di partecipazione più ampio possibile che dovrebbe essere alla base anche di quelli a tiratura nazionale.

- IL CINEMA ; anch'esso monopolizzato da pochi e strumentalizzato secondo bisogni commerciali.
- IL TEATRO; pochi sono i testi che i cittadini possono "fruire" e poche le qualità.
- Etc.Etc...

Dal libro Comunicazione e Partecipazione rileviamo alcuni capitoli che illustrano i vari mass media nei loro aspetti sociali.

PRESENTAZIONE

L'ordinamento politico-economico di uno stato configura il comportamento dei mass media — o strumenti di comunicazione sociale — e di conseguenza l'area e l'influenza stessa dell'informazione sul pubblico. Gli stessi modi di ricezione, risposta e partecipazione ai messaggi da parte del pubblico risultano condizionati dalle strutture con le quali ogni Paese viene particolarmente "amministrato".

Oggi il sistema di comunicazione coincide sempre più con il sistema sociale globalmente considerato. Infatti i detentori del potere economico e politico possono controllare, con vari e complessi strumenti di mediazione, gli stessi processi di comunicazione e di formazione dell'opinione pubblica.

Per questo, un'analisi critica dei principali "media" di comunicazione (stampa, cinema, radio, Tv, micro-media) non può essere realizzata fuori di un concreto quadro di riferimento politico-sociale, e senza la consapevolezza della profonda interazione esistente fra i vari "media", tutti in vario modo collegati all'organizzazione relazionale del sistema che li comprende e li alimenta.

Contro le possibili manipolazioni tecnocratiche e totalitarie, bisogna riaffermare i valori di un'autentica partecipazione democratica mediante gli strumenti operativi più efficaci.

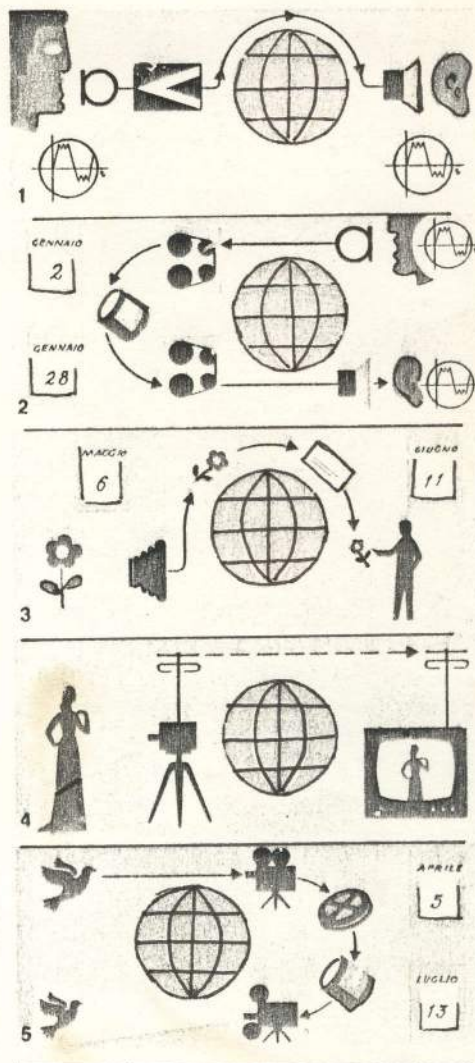
Necessita quindi una politica culturale che consenta e sviluppi nei diversi circuiti della comunicazione la bipolarità e la circolarità di una informazione non parcellizzata, ma organicamente verificabile.

Vitaliano Rovigatti: LA STAMPA DI INFORMAZIONE

L'autore delinea un quadro storico, economico e politico della stampa in Italia, rilevando in modo particolare che il giornale ha perso ovunque quel monopolio dell'informazione di cui godeva nel passato, ma non sembra destinato a morire. Battuto, di regola, sul tempo nel dare notizie dalla radio e dalla televisione, messo alla prova dal settimanale illustrato, il quotidiano supererà la crisi attuale e potrà avere anzi nuovi sviluppi se saprà trovare il suo giusto spazio, adattando le sue funzioni e le sue formule alla sempre più sentita esigenza di partecipazione responsabile del cittadino a ogni livello della vita associata, nonché alle rapide trasformazioni del mercato dell'informazione e delle tecnologie della comunicazione.

La situazione italiana non è delle più soddisfacenti: scarse le tirature, pochi i lettori, incerta la loro fiducia nei giornali. Forse neppure chiari i motivi per i quali si acquista il giornale, o più specificamente "quel" giornale.

Alcuni canali di trasmissione attraverso lo spazio e il tempo: 1. canale sonoro attraverso lo spazio; 2. canale sonoro in un periodo di tempo; 3. canale visivo dipendente dal tempo; 4. canale visivo attraverso lo spazio; 5. canale di immagini in movimento attraverso il tempo.



D'altra parte, siccome il giornale quasi mai corrisponde a un affare economico (quasi tutti i quotidiani italiani sono in deficit) sono evidenti l'interesse ideologico della proprietà a mantenerlo in vita o i vantaggi indiretti che la proprietà stessa intende ricavarne. Voce di gruppi di potere, il giornale stenta a offrire un autentico servizio di crescita democratica. Né il lettore sembra sufficientemente preparato a saper leggere il giornale, al quale chiede con una certa ingenuità un'obiettività che rasenti la neutralità. Il giornale rende servizi non solo dando notizie, ma interpretandole e commentandole.

Il quotidiano italiano, però, resta ancora sospeso tra una tradizione piuttosto "aristocratica" del primo giornalismo e una vocazione popolare non ancora adeguatamente realizzata; è in cerca di formule nuove che lo rendano più funzionale ai reali bisogni del lettore; e la speranza con cui vengono salutati i nuovi giornali (mentre altri — e non pochi — chiudono i battenti) conferma l'attesa del pubblico per qualcosa di nuovo.

E di nuovo qualcosa c'è: anche le nuove forme di presenza dei redattori nella gestione del giornale cercano di attenuare i poteri della proprietà e i condizionamenti della pubblicità.

In questo quadro, dove si alternano luci e ombre, non è trascurata la figura del lettore, notevolmente estraneo alle vicende anche del "suo" giornale, con il quale ben di rado intesse un dialogo. Forse perché lo considera molto lontano, una voce poco casalinga; forse perché il giornale stesso non riesce a darsi la dimensione che il lettore attende. E infatti in Italia una grave lacuna è data dalla mancanza di una stampa a dimensione locale, quella che maggiormente favorisce con le sue informazioni la partecipazione responsabile del cittadino alla vita della comunità locale, prima scuola di democrazia.

Ernesto G. Laura: IL CINEMA

L'autore si rifà alle origini del cinema per rilevare come i suoi primi promotori non avessero coscienza delle sue molteplici funzioni future. Segue poi lo svilupparsi della presa di coscienza circa l'originalità e l'autonomia del linguaggio cinematografico sino alla convinzione dei teorici degli anni '30 che esistesse uno "specifico filmico" valido una volta per tutte.

Si mette quindi in luce il lento evolversi della ricerca dal superamento delle estetiche idealistiche all'accoglimento della semiologia e dello strutturalismo, almeno per quanto riguarda il concetto di segno. Si può a questo punto cercar di definire il film e ciò che significa per esso il concetto di segno e di linguaggio.

Si esamina quindi la funzione sociale del cinema, cioè la sua destinazione a un fruitore-recettore che vive in una data società e in una sua cultura. La funzione sociale è strettamente intrecciata alla funzione di pro-

Tasso di lettura di quotidiani in alcuni paesi d'Europa (espresso in copie vendute per 1000 abitanti)

Paese	Tasso di lettura
Lussemburgo	560
Svezia	534
Gran Bretagna	463
Islanda	449
Germania (Rep. Dem.)	445
Norvegia	396
Svizzera	374
Danimarca	368
Germania (Rep. Fed.)	319
Olanda	311
Austria	293
Belgio	260 (1)
Cecoslovacchia	252
Francia	238
Irlanda	234
Polonia	217
Ungheria	217
Bulgaria	191
Romania	173
Italia	146
Spagna	99
Iugoslavia	85
Grecia	76
Albania	47

(1) Cifra del 1968

Fonte: ONU, Statistical Yearbook, 1972

UN CONVEGNO INTERNAZIONALE SU Cinema e televisione per ragazzi

Fortunatamente l'Anno del Fanciullo non sembra finito. A Milano, a cura dell'Assessorato all'Istruzione della Regione Lombardia e del Centro Studi Cinematografici si è svolto dal 21 al 23 marzo un importante Convegno Internazionale sul tema «Ragazzi, cinema e TV».

CONTINUA →

mozione umana, dove il cinema esplica le sue potenzialità informative-formative. Tale funzione è spesso, nell'esperienza storica del secolo, distorta in propaganda, cioè in informazione-formazione orientata rigidamente da presupposti ideologici totalizzanti.

La Chiesa cattolica ha dato negli anni un crescente contributo al profilo di un cinema di promozione umana fondato su un'antropologia di ricca sostanza culturale. La funzione economica, cioè l'aspetto anche di merce rivestito dal film, è stata a lungo nettamente separata e quasi contrapposta alle funzioni precedentemente illustrate, quasi si trattasse della loro negazione. Al contrario, l'economia va fatta rientrare nel dominio dell'uomo, se non si vuole che gli si ponga contro, e armonizzata con la pienezza della sua realtà esistenziale. Le varie funzioni, dunque, sono interdipendenti e potranno convivere ove si realizzi — ma non ne esiste ancora alcun modello storico concreto — un sistema ove pubblico e privato, artistico ed economico si compongano in unità attraverso un ruolo coordinatore e programmatore dello Stato, che non si faccia totalitariamente dirigista. La migliore garanzia verrà da una sempre maggiore presenza del pubblico, termine non silenzioso né passivo del processo di comunicazione.

Donato Goffredo: LA RADIO

L'autore inizia il saggio con l'analisi delle potenzialità comunicative del mezzo radiofonico nel contesto delle strutture sociali e politiche, ove deve operare.

Vengono anche delineati i caratteri essenziali del linguaggio radiofonico, sia per la sua incidenza nel costume sociale, sia per la sua rispondenza ai sistemi di attesa del pubblico.

Poi vengono tracciati i lineamenti di un'essenziale cronistoria della Radio italiana durante il ventennio fascista, nel periodo della Resistenza e della lotta partigiana, e nel trentennio 1946-76 dalla ricostruzione ai giorni nostri.

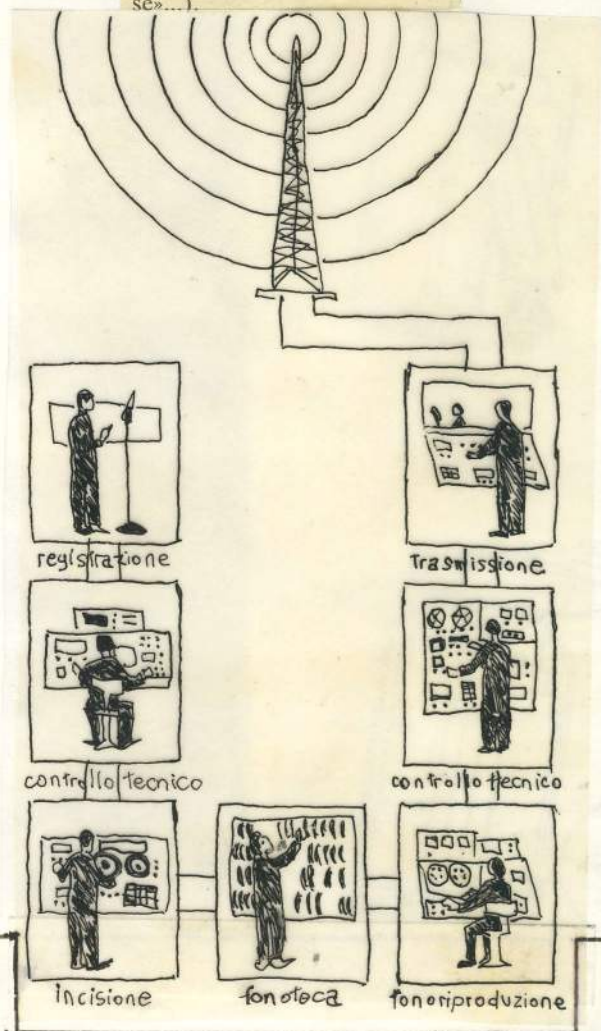
Infine viene inquadrata la programmazione della RAI dopo la riforma, programmazione che si suddivide in reti e testate e si articola nella prospettiva delle fasce orarie, intese come appuntamenti ricorrenti con particolari pubblici.

Viene anche rilevata la nuova connotazione della RAI in senso pluralistico e decentrato, in modo da superare la vecchia "unidirezionalità" e stabilire un colloquio attivo e diretto con i gruppi sociali e i singoli cittadini.

Tale capovolgimento viene operato con l'uso dei collegamenti telefonici con i radio-utenti; con le trasmissioni dirette, dai luoghi degli avvenimenti; con l'apertura di spazi autogestiti, non solo dagli esponenti degli enti locali e delle forze sindacali sociali, culturali e politiche, ma anche da tutti quei gruppi di base, in genere esclusi o "mediati" dai portavoce istituzionalizzati.

Il Convegno ha mantenuto fede ai suoi obiettivi immediati di dare a educatori ed operatori sociali occasione di riflettere sulle loro responsabilità e spronare allo studio di iniziative valide, concrete, collegate tra loro nella progettazione e realizzazione...

Precisi e rivolti a problemi specifici e concreti gli interventi di Bozzetto (la difesa del cartone animato come mezzo ricco di inventiva fantasia e comunicabilità, particolarmente adatto per il mondo dell'infanzia) e di Nichetti («non un cinema confezionato per bambini, ma un prodotto ricco di valori universali leggibili a diversi livelli»). Specificamente dedicate all'impatto dei mezzi di comunicazione sociale con la scuola le riflessioni di Colla Monti e Della Palma. Un meditato poetico e sofferto ripensare a valori del passato nelle parole di Strati, nel confronto tra la semplicità la gioia la creatività dei giochi di un tempo e l'oppressione di certi spettacoli «ricreativi» di oggi. Mattatore, come d'uso, Silvio Ceccato con le sue affermazioni a sorpresa, ricche di tanta esperienza vivacità e buon senso («Solo se la scuola è gioia, può essere una educazione permanente»). «Il bambino ci chiede: insegnami a pensare!», «Un ragazzo pensa e funziona se è sereno; un uomo intristito lo lanci dove vuoi in nome di una utopia irraggiungibile», «Guai a una scuola che agisce, come se il bambino non esistesse...».



Si analizza anche il fenomeno delle cosiddette radio "libere" o "locali" che aprono nuovi modi d'informazione e pongono il problema della loro regolamentazione tecnica e giuridica.

Solo un sistema intercomunicante a più livelli e che sia espressione delle comunità locali (con le varie componenti sociali) può inserire il mezzo radiofonico (pubblico e privato) in un dialogo di crescita e di partecipazione democratica.

Donato Goffredo: LA TELEVISIONE

Nel saggio viene inquadrato il processo della comunicazione sociale e come in esso si ponga la funzione della comunicazione televisiva.

Vengono poi delineati i principali tipi di gestione televisiva (pubblica, privata, mista) e formulate alcune considerazioni sui sistemi gestionali.

Si rilevano alcuni problemi fondamentali della programmazione televisiva a servizio pubblico e la complementarietà delle sue funzioni principali (informazione/educare/ricreare).

Vengono inoltre esaminate le nuove strutture organizzative e produttive della RAI-Tv, dopo la riforma, nella prospettiva di una nuova logica aziendale, cercando di indicare concretamente i modi per rispondere alle nuove esigenze di apertura, pluralismo, autonomia e decentramento culturali.

Si tratta di effettuare un nuovo rapporto con il pubblico, considerato non soltanto come un recettore ma come un attivo e partecipe interlocutore.

Nelle nuove strutture della RAI-Tv viene evidenziata la funzione che il dipartimento scolastico-educativo può svolgere, collegandosi permanentemente con le istituzioni e i gruppi sociali a cui si rivolge — principalmente: la scuola, le regioni; gli istituti regionali per la ricerca, sperimentazione e aggiornamento educativi; i sindacati, le associazioni professionali e culturali — al fine di ideare, realizzare, verificare, sviluppare gli interventi educativi in rapporto ai soggetti stessi della domanda formativa.

Infine, sulla base di studi e ricerche, vengono analizzati i processi di comprensione e di partecipazione del pubblico televisivo, in modo da stimolare un effettivo sviluppo socio-culturale di partecipazione comunitaria, che renda possibile una dialettica collaborazione tra il servizio pubblico televisivo e i circuiti locali della comunicazione culturale.

E non parliamo dei danni che l'uso eccessivo

ed errato della televisione reca all'intelligenza

e alla volontà dei bambini...



IL TEMA DELLA GIORNATA

DEL 18 MAGGIO

C'è anche, nei bambini, la «scoliosi» da televisione

«Ruolo delle comunicazioni sociali e compiti della famiglia» è il tema della XIV Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, che si celebrerà il 18 maggio.

Quali sono le conseguenze, buone e non buone, di questo incessante bombardamento sulla psiche in formazione dei bambini e dei giovani?

Ne parliamo con il prof. Donato Goffredo del Dipartimento Scuola Educazione della Rai e docente di Comunicazioni di massa al Centro internazionale di studi d'opinione pubblica.

— Oggi i mass media sono entrati in tutte le case, trovando un elevato numero di fruitori nei bambini; quali sono gli effetti positivi e negativi di questa «invasione»?

Con l'irruzione domiciliare dei mass media, soprattutto della radio e della televisione, i confini di una cultura legata a dei parametri educativi ben precisi, oggi sono spezzati dal confronto con modelli di vita, ideologie, sistemi di valori totalmente diversi, se non opposti, a quelli tradizionalmente trasmessi in famiglia.

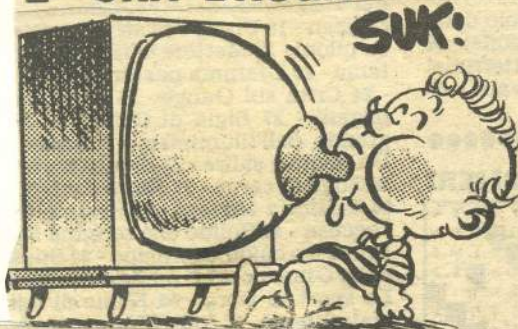
Questo fenomeno di acculturazione selvaggia comporta vari effetti, dei quali uno

IN UNA CASA SU CINQUE ORMAI C'E' IL «COLORE»



Non conosce rallentamenti il boom del colore; nel maggio del '76 soltanto il 2,3% delle famiglie italiane possedeva un tivucolor. Nel dicembre del '79 questa percentuale è salita al 20%.

ECCO QUANDO IL VIDEO E' UNA DROGA



Se complessivamente ogni famiglia italiana ha passato 4 ore e 7 minuti davanti al video, chi ha usufruito di più dei programmi televisivi? Due ore e 50 minuti i bambini fra i 5 e i 13 anni; 2 ore e 40 minuti gli adulti e ben 3 ore e 4 minuti le massaie.

ROMA — In preparazione della Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, che si celebrerà il 18 maggio e che avrà per tema: « Le comunicazioni sociali e la famiglia », il mensile « EDAV » (Educazione audiovisiva) ha preparato un numero speciale ricco di sussidi. Si tratta di un mini-manuale per la « Giornata ». Presenta in forma concisa e illustrata gli argomenti principali relativi al tema, quali la famiglia « nucleare »; come i mass-media toccano la famiglia; il libro e i fumetti nella famiglia; la pubblicità, la radio e la TV, il cinema e la stampa di massa nei confronti della famiglia, ecc.

Il numero speciale annuncia anche un breve corso per la preparazione degli operatori, che vogliono usare con maggiore efficacia il materiale audiovisivo proposto.

Il numero di « EDAV » è in vendita al prezzo di L. 1.200 la copia, presso i CiSCS, via Siria 20, Roma - Tel. 780.905 - c.c.p. 33633009.

senza dubbio positivo: un allargamento dell'area culturale, degli interessi, delle conoscenze.

Il bambino, soprattutto nella prima infanzia, ha una stimolazione mai in precedenza verificatasi; vede, conosce, intuisce, confronta mondi di valori, di costumi, che altrimenti avrebbe ignorato.

I bambini di oggi posseggono una stimolazione, particolarmente sotto il profilo linguistico, superiore a quella dei bambini delle generazioni trascorse.

— E gli effetti negativi?

Se ne registrano diversi, sia sul piano fisico che psichico. Pediatri e psicologi dell'infanzia notano un fenomeno verificabile anche nella nostra comune esperienza: i bambini di oggi sono ipercinetici, riescono poco a stare fisicamente fermi. Questo fenomeno, secondo alcune teorie, è spiegato dal fatto che la stimolazione ottica del messaggio audiovisivo — che è un messaggio puntillare, un'immagine discontinua — porta ad una eccitazione nervosa. Nei bambini di costituzione normale l'ipercinesia rimane entro l'ambito del fisiologico, ma in quelli predisposti o all'epilessia o alla corea l'esposizione continua all'immagine televisiva può costituire l'elemento scatenante.

Rimanendo sul piano fisico, si nota che nei ragazzi di oggi si presentano molti casi di deformazioni della colonna vertebrale, causate da posizioni false, lungamente tenute nel guardare la televisione. Ma effetti negativi si riscontrano anche sul piano psichico.

La maggior parte dei docenti della scuola dell'obbligo, delle secondarie ed anche dell'Università, pur riconoscendo mediamente una maggiore prontezza logico-linguistica, cioè ricchezza di termini e facilità nell'espressione, però rivela che, ad una indagine più attenta, il linguaggio dei giovani presenta moltissimi stereotipi, è poco creativo, è assorbito dall'esterno, « orecchiato ».

Questo sul versante espressivo; sul versante recettivo la situazione è molto più grave: sono pochi i ragazzi che, andando al di là di una lettura puramente strumentale, giungono alla recezione dei significati profondi di un testo scritto.

Questo proprio perché, essendo sin da piccoli abituati ad assorbire in modo quasi passivo i messaggi della radio e della televisione, manca in molti di essi quel processo lineare di lettura sequenziale e analitica, che è tipico del messaggio scritto.

Quindi, se la stimolazione data dai mass-media ha provocato delle accelerazioni formative, d'altro canto la difficoltà nella concentrazione, nell'analisi e nell'elaborazione possono essere considerati gli effetti negativi di un'esposizione eccessiva ai messaggi audiovisivi della prima infanzia.

— Di fronte all'uso e all'abuso che i ragazzi fanno dei media, quali sono i compiti della famiglia?

Il primo compito dei genitori è di imparare a conoscere e a capire i messaggi dei vari strumenti di comunicazione di massa, perché, per far scegliere, occorre prima saper scegliere. I comportamenti che più spesso si incontrano nei genitori, quello permissivo ad oltranza e quello rigorista ad oltranza, sono entrambi sbagliati. Abbandonare completamente il bambino alla televisione è un grave errore; ma anche l'atteggiamento eccessivamente rigorista, che porta a spegnere il televisore, a non farlo vedere o addirittura — per proteggerlo il bambino — a non comprarlo, è sbagliato, perché noi viviamo in una società aperta, dinamica, in cui il confronto ed il dialogo sono strutturalmente necessari. C'è bisogno di una « vaccinazione critica »: ci si deve esporre ai messaggi dei mass-media proprio per immunizzarsi da essi, per apprendere e per accompagnare i ragazzi verso questa civiltà del dialogo.

— Si parla tanto oggi di violenza: quale capacità di influsso sui bambini può avere a questo proposito l'esposizione a scene di violenza veicolate dalla televisione e dal cinema?

Dal servizio opinioni della Rai fu fatta un'inchiesta proprio sull'influenza che tali rappresentazioni possono avere sulla psiche dei bambini. Da queste indagini e da altre, fatte soprattutto in Usa, parrebbe che le scene di violenza in bambini sani, equilibrati, normali, non possono mai provocare violenza diretta; anzi, sempre secondo questi studi, esse avrebbero quasi un effetto liberatorio: il bambino, che non può muoversi nella grande città, che non ha grandi spazi, avrebbe una specie di esperienza vicaria e liberatoria mediante queste immagini.

TV

Antonio Thiery: I MICROMEDIA

L'autore rileva che in questi ultimi anni sono venute costituendosi strutture spontanee, irregolari e a volte addirittura clandestine che, mirando a controbattere il binomio informazione-potere, hanno dato luogo sia a forme di fruizione critica dei mass media (controinformazione), sia di autentiche forme di produzione attiva di cultura (informazione alternativa).

Al tempo stesso viene ravvisata da più parti la necessità di un recupero delle culture locali e della riscoperta di un sapere sociale radicato in ben definiti gruppi culturali, sociali, ecc.

Si è fatta strada la convinzione che abbiano formidabili potenzialità quelle forme di comunicazione che possono nascere in ambienti chiaramente individuati sia geograficamente, sia per le uniformi stratificazioni culturali (popolari, colte, ecc.) e per le radicate e omogenee attese storico-sociali.

Anche i gruppi culturali definiti (scuola, fabbrica, quartiere, associazioni culturali) divengono forze di coagulo e di produzione culturale.

Le forme di comunicazione veicolate dai micromedia (cioè da mezzi "economici" e non industriali d'informazione e comunicazione) possono divenire strumenti efficaci per controbattere i messaggi dei macromedia e dell'industria culturale, e per reintrodurre una dimensione critica che consenta non solo di realizzare forme di controinformazione, ma di produzione attiva di una cultura alternativa.

Del resto, la lunga discussione aperta dai movimenti studenteschi del 1968 sulla descolarizzazione e sull'opportunità di individuare nuovi modi e canali educativi, consente di porre alcuni punti fermi. Se la scuola rimane il punto nodale del sistema educativo, un ruolo primario viene riconosciuto a quegli istituti locali (musei locali e biblioteche-centri culturali polivalenti) che siano espressione di ben individuate realtà territoriali e permettano, oltre alla conservazione e conoscenza della cultura, un'attiva produzione culturale e una partecipazione alla gestione della cosa pubblica. L'uso finalizzato dei beni culturali e dei circuiti alternativi, presuppone però una metodologia attiva e consapevole di tutti i micromedia.

Partecipazione e decentramento nella ricomposizione del "sapere sociale"

Le trasformazioni comunicative e culturali che caratterizzano attualmente le esperienze sia di informazione che di cultura alternativa in atto, possono efficacemente contribuire alla ricomposizione di quello che con un'espressione significativa si usa oggi chiamare il *sapere sociale*. Questa ricomposizione avviene attraverso processi di partecipazione, di associazionismo, di collegamento con il territorio: un processo multiforme, attivo e decentrato attraverso il quale l'uso dei vari strumenti comunicativi impegnati si richiama nelle



Critica del sistema mondiale dell'informazione

La critica dell'impostazione attuale del sistema mondiale dell'informazione è possibile a tutti i livelli. L'esperienza dell'Intelsat rappresenta il punto culminante di un processo di concentrazione dell'accesso alle fonti di notizie attraverso il controllo delle trasmissioni; a tale processo si oppone in teoria il sistema della televisione via cavo, che consentirebbe una più grande indipendenza ed una maggior possibilità di scelta per il pubblico. Ma la maggior parte degli esperimenti ufficiali si è diretta, non per caso, proprio verso il sistema di telecomunicazione spaziale, perché era il più facilmente controllabile dal potere e localizzabile nei centri decisionali del pianeta. Viceversa, la televisione via cavo è un sistema alla lunga incontrollabile, come potrebbe esserlo anche quello delle videocassette, da parte delle pro-

grammazioni centralizzate delle televisioni di Stato.

Di fronte alla dittatura informativa delle agenzie e degli Uffici Stampa "fabbricatori" di comunicati, si pone dunque la necessità di una maggiore indipendenza nazionale e di una maggiore sensibilità verso le fonti di notizie estranee ai canali ufficiali. In questo senso si orientano le nuove agenzie, come la francese *Libération*, che si dedica a trasmettere informazioni che di solito non vengono raccolte dagli organi ufficiali del potere. *Libération* funziona, per la verità precariamente, come un'impresa ideologica, invece che come un'impresa sottoposta alle leggi abituali del mercato delle notizie.

All'aumento della diffusione e alla conseguente concentrazione della grande stampa, bisogna contrapporre un sistema multipolare di mezzi d'informazione zonali o settoriali (professionali, di quartiere, di fabbrica, di settore sociale: operaio, intellettuale, giovanile, femminile ecc.) capaci di sottrarsi al condizionamento dei colossi dell'informazione.

linee essenziali a motivazioni che ricorrono esemplarmente ad esempio nel progetto canadese di « Société Nouvelle - Challenge for Change ». Tale progetto parte dalla constatazione che la possibilità di comunicare è la risorsa più importante di una comunità e che povertà significa essenzialmente "impossibilità di comunicare".

La vera comunicazione si fonda pertanto su due elementi: informazione e risposta; senza questi due elementi la comunicazione risulta incompleta.

Cos'è la comunicazione nei due sensi? « È il dialogo che permette di risolvere i problemi » e « richiede che chi parla ascolti, e chi ascolta parli ».

Ora un dialogo, secondo il progetto citato, per produrre cambiamento deve:

- avere continuità;
- portare domande creative e un potenziale inerente alle situazioni;
- collegare diversi gruppi in uno scambio reciproco;
- stimolare la creatività e la consapevolezza individuale per promuovere la creatività e la consapevolezza di gruppo.

L'obiettivo di fondo consiste nel mettere a fuoco problemi e aspirazioni comuni perché nasca la possibilità di cambiamento. Il testo citato conclude con quest'avvertenza: « La gente deve convincersi che ha la capacità di risolvere i suoi problemi su una scala che gli dà senso ».

Per queste motivazioni i mezzi di comunicazione — e questo è possibile assai più facilmente con i "micromedia", quando si tratta di comunicazione nei due sensi — devono venire messi a disposizione della gente comune all'interno di un dibattito locale operativo. In questa maniera si genera una capacità molto più concreta per la risoluzione dei problemi, basata sulla iniziativa e sulla creatività locale. Diffondere in ampiezza tale dibattito nella comunità locale e portarlo all'esterno accompagnato da informazione libera e accessibile a tutti, può modificare positivamente la situazione sociale e ambientale. Difatti agendo e vedendosi agire, controllando in prima persona l'informazione, la persona e il gruppo non solo si presentano agli altri come essi stessi si percepiscono, non delegando a nessun esperto il "tirare le somme" sulla verità della situazione, ma decidono la propria azione e gestiscono la propria immagine, ricavandone consapevolezza e convinzione nelle proprie capacità.

Questa è la teoria. Passando ai fatti, bisogna riconoscere che la *Challenge for Change - Société Nouvelle* ha svolto un lavoro fra i più esemplari per penetrazione in ampiezza e profondità nelle zone di intervento, per la diffusione data ai suoi prodotti attraverso tutto il Canada (sempre realizzando un circuito "comunitario" non commerciale) e per l'attenzione posta nella raccolta del feedback a mano a mano che il progetto progrediva. La sua azione è stata caratterizzata dall'intervento nelle zone dove più drammatica e foriera di conflitti si rivela la brutalità della ristrutturazione delle zone rurali, e l'obiettivo di fondo è sempre stato il riassorbimento di questi conflitti, trasformandoli in ele-

Signori e buona gente,
venite ad ascoltare:
un caso sorprendente
andremo ad ascoltare.
È successo a Milano
e tratta di un dottore
che è caduto nel video
del suo televisore.

Con qualsiasi tempo,
ad ogni trasmissione
egli stava in poltrona
a guardare la televisione.

Incurante dei figli
e della vecchia mamma
dalle sedici a mezzanotte
non perdeva un programma



mento dinamico, e non di rottura, all'interno della pianificazione neocapitalista nella regione interessata, stimolando forme cooperative o di autogestione integrate ai progetti di sviluppo del governo. La linea operativa partiva dalla considerazione basilare che bisogna comunicare col governo perché tanto è il più forte ed è meglio imparare a mettersi d'accordo.

Il richiamo piuttosto dettagliato a quest'esperienza canadese serve a trarre conferma del rapporto che corre tra i nuovi processi comunicativi: territorio, associazionismo e decentramento.

Oggi questo processo in Italia viene a collocarsi in un contesto socio-culturale che è cambiato e continua a cambiare. Non per niente Pasolini affermava che dal 1950 a oggi l'Italia ha subito una vera mutazione antropologica. Una mutazione che si è venuta innestando in una situazione storicamente contraddistinta, secondo il De Rita:

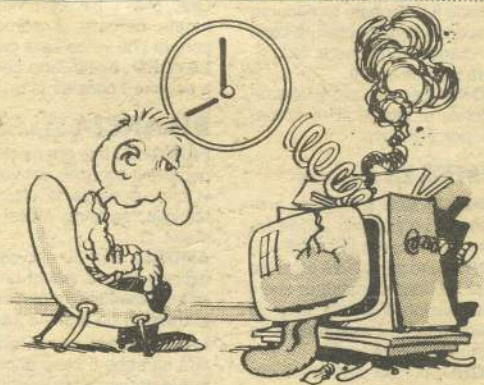
- da una struttura sociale in cui il momento partecipativo è sempre stato molto limitato, anche nei piccoli centri rurali, fermandosi la solidarietà collettiva alle forme primarie (famiglia, parentela, vicinato) e non toccando meccanismi e contenuti più complessi di convivenza e di decisione, in completa diversità, se non in antitesi con la realtà sociale, essenzialmente comunitaria, di quasi tutti gli altri paesi occidentali;
- da una cultura tradizionalmente "elitistica", poco legata alla realtà culturale locale e tutta pervasa da un illuministico orgoglio delle grandi idee e da una scettica sottovalutazione della vitalità e delle culture popolari e comunitarie;
- da una gamma molto ristretta di stimoli e di interventi culturali, se è vero che non vi è stato mai in Italia un effettivo pluralismo di centri e di mezzi culturali; che gli stessi sforzi politici tendevano (a fini di unificazione culturale politica) a sforzi centralizzati e centralmente guidati, in particolare attraverso l'espansione della scuola pubblica; che la stessa scuola non è riuscita, fino a pochi anni or sono, a coprire almeno una fascia iniziale di cultura di base su cui costruire ulteriori processi culturali.

Non illudiamoci, però avverte il De Rita, di fronte a queste caratteristiche "storiche" della nostra società, che siano bastati alcuni anni di grande sviluppo economico e di grande mobilità sociale (quelli fra il 1955 e il 1970) a cambiare realtà e prospettive, come alcuni sostengono o amano credere. È sufficiente a tal proposito riflettere anche brevemente ad alcune specifiche caratteristiche della complessa e per alcuni versi ambigua evoluzione sociale e culturale verificatesi in Italia negli ultimi anni.

Anzitutto sul piano della struttura sociale, i processi di trasformazione hanno provocato due fenomeni centrali:

- una forte impennata della mobilità geografica (migrazioni sud-nord, campagna, città, ecc.) con conseguente rottura delle piccole comunità di insediamento e il correlato formarsi di informi periferie urbane;

Riviste, telegiornali,
canzoni oppure balli,
romanzi oppure commedie
telegiornali, intervalli,
tutto ammirava, tutto
per lui faceva brodo:
nella telepoltrona
piantato come un chiodo.



Ma un dì per incantesimo
o malattia (che ne dite?
non può darsi che avesse
la televisionite?)

durante un intervallo
con la fontana di Palermo
decollò dalla poltrona
e cadde nel teleschermo.

Ora è là in mezzo alla vasca
che sta per affogare:

- un'espansione del settore terziario-burocratico, con conseguente moltiplicazione di situazioni e comportamenti formalisti e anonimi. Entrambi i fenomeni hanno portato un'ulteriore diminuzione della capacità e della possibilità stessa di partecipare, di creare solidarietà collettiva, di fare comunità, di innescare meccanismi di decisione comune.

Sul piano poi della realtà culturale non c'è dubbio che non si è praticamente modificata l'anima elitistica della nostra cultura; il lavoro intellettuale è stato al limite sempre più concentrato in sfere ristrette; l'espansione di alcune strutture (scuola, radio, televisione) è stata prevalentemente espansione quantitativa di pubblico e si è limitata a una "prima lettura", per il pubblico nuovo, del precedente tradizionale patrimonio culturale; e la stessa scoperta di alcune tradizionali culture popolari e locali non è andata oltre una certa raffinata utenza del "folk"; con la generale conseguenza di una povertà sia di ideazione che di riflessione culturale di cui oggi cominciamo ad avvertire i primi sintomi ed effetti, specialmente in termini di atteggiamenti e comportamenti collettivi.

La situazione culturale italiana d'oggi si presenta (quindi) in base alle sue linee antiche e recenti di evoluzione storica, come una realtà dove in larga misura i processi di partecipazione sono difficili e di difficile maturazione e promozione, specialmente attraverso mezzi, come quello televisivo, che sono di natura centralizzati e monodirezionali. Ma non sarebbe corretto accettare una tale contestazione come una condanna senza scampo a essere ancora per molto una società senza linfa partecipativa; anche perché la situazione attuale presenta dei germi che non sarebbe corretto dimenticare e sottovalutare. Sotto questo profilo occorre prendere atto in particolare:

- di un accentuato e progressivo pluralismo delle sedi culturali e decisionali;
- di una maggiore ricchezza dei canali e delle sedi di socializzazione;
- di una progressiva complessità del vivere sociale (con la creazione di grandi agglomerati di insediamento, con lo sviluppo del settore terziario, con una crescente domanda di servizi civili e sociali) che impone di ricercare nuovi moduli di convivenza, nuovi comportamenti collettivi, nuovi impegni di vita comunitaria;
- di un'insorgenza nuova di solidarietà collettiva di base diversa (studenti, operai, abitanti di intere zone) e di tipo diverso (con venature conflittuali più accese che per il passato, quale sia il livello di organizzazione o spontaneismo che le governa), ma tutte di buona spinta partecipativa;
- di un accentuato senso della "bi-direzionalità" del rapporto con i mezzi di cultura e di comunicazione di massa: sia in termini di valutazione critica e di selezione dei messaggi, sia in termini di assunzione,

parenti, amici in lacrime
lo vorrebbero aiutare,

chi lo tira per la cravatta,
chi lo prende per il naso,
non c'è verso di risolvere
il drammatico telecaso.

Andrà in Eurovisione?

Diventerà pastore

di quei greggi di pecore
che sfilano per ore?



Ricovera i malati
da quella seggioletta?
Come farà dopo la visita
a scrivere la ricetta?

Ma tra poco, purtroppo,
la trasmissione finisce:

da parte di tali mezzi, di stimoli culturali nati nell'ambito di realtà culturali di base (magari nati su base di tradizione tipicamente orale, come molta cultura studentesca).

La mutazione antropologica di cui parlava Pasolini si spiega naturalmente con l'avvio di questo vasto e complesso processo di trasformazioni che dal punto di vista culturale immette il paese in una fase per molti versi inedita. Una fase di transizione dove cultura tradizionale e cultura alternativa dialettizzano, e quando non dialettizzano per lo meno convivono: la prima avviata verso i quartieri polverosi dell'obsolescenza e la seconda irrompendo spesso confusamente in modo particolare nelle aree della domanda formativa espressa dalla società giovanile.

«Tutta la costruzione del passato va rovinando, quella cioè di una cultura elitaria con i suoi privilegi protetti e difesi nella pratica dall'esistenza di una sottocultura deteriore e di massa. Il vecchio tentativo di indirizzare le masse all'acquisizione, nell'ambito di un messaggio culturale che restava nell'ambito del nozionismo e del consumismo, urta contro un ostacolo grande: la crisi di uno sviluppo presentato senza soste e senza cadute. Di qui nascono dubbi, domande, giudizi diversi, in strati di popolazione che prendono coscienza di nuove possibilità e di nuove ipotesi. D'altro canto già prima di questa crisi vi era stato un processo di crescita e di maturazione di coscienze, e strati profondi di popolazione erano stati raggiunti da uno sforzo diretto a risvegliare impulsi al rinnovamento dell'attuale società».

Questo passo di Dario Valori, ricavato da un articolo pubblicato su *Rinascita*, può essere contestato per la sua drasticità, comunque dà la misura dinamica di una realtà in movimento che pone sempre più in evidenza la connessione tra il momento della cultura alternativa e della programmazione culturale nel territorio che faccia perno, è stato detto, sulle regioni e sugli Enti locali, come momento mobilitante di tutte le energie disponibili e ampliamento quantitativo di strutture, di recupero e riattivazione di spazi già esistenti, di gestione democratica di un nuovo ambito culturale sul territorio.

Non per niente affrontando qualche tempo fa questo problema su *La Stampa* di Torino, Rolando Picchioni parlava dell'indilazionabile esigenza di una nuova politica della cultura, agganciata a una completa organizzazione culturale del territorio; una politica che va dalla produzione alla distribuzione delle attività, dalla stimolazione all'incentivazione delle iniziative, dal consolidamento allo sviluppo delle strutture.

È una partita che presenta evidentemente complessi problemi da risolvere se si vuole, stando all'indicazione del Picchioni, che la produzione, tanto come istanza comunicativa di base, quanto come autonoma elaborazione artistica del singolo, venga realizzata attraverso strutture diffuse in tutto il territorio, rivitalizzando spazi e recuperando al di là di ogni concezione antiquaria i beni culturali.

e se il video si spegne,
il misero dove finisce?

Fortuna che il suo figliolo
studioso di magnetismo,
per ripescarlo eseguita
un abile meccanismo.

Compra un altro televisore
e glielo mette davanti;
il dottore ei si specchia
e dopo pochi istanti

per forza d'attrazione
schizza fuori da quello vecchio
e già sta per tuffarsi
nel secondo apparecchio.



Ma nel momento preciso
che galleggia nell'aria,

Dal canto suo la distribuzione dev'essere tale da permettere a ogni prodotto, dal libro allo spettacolo, di raggiungere il più vasto pubblico possibile, superando la dicotomia culturale del paese, mentre la gestione va impostata nello spirito della partecipazione democratica, cioè nello spazio di un pluralismo dialogico che conservi all'invenzione il suo valore di spontaneità e di creatività senza mediazioni di superflue e inceppanti strutture burocratiche.

MATTEO AJASSA

Matteo Ajassa: PER UNA COMUNICAZIONE
PARTECIPATIVA

L'autore inquadra il problema del modo drammatico e complesso in cui stiamo vivendo una fase di "transizione culturale". Questa spinta evolutiva è di ordine economico, ideologico, sociale e politico e non vi è dubbio che i modi tradizionali e soprattutto nuovi del comunicare, non hanno mancato di determinare precisi orientamenti in quell'insieme di conoscenze, credenze, simboli, norme e valori che possono essere indicati con l'espressione globale di "cultura".

Questa è la realtà determinata da quella "seconda rivoluzione industriale" contrassegnata dall'altissimo sviluppo raggiunto dalla tecnologia della comunicazione nel nostro tempo. In questo tempo uno dei problemi formativi e culturali di base consiste nel poter affrontare i messaggi scatenati da questo sviluppo e non subirli. « Non subirli, ma fruirli », significa affermare l'esigenza di un approccio che consenta al recettore di attuarsi criticamente di fronte al complesso ed afferrante impatto, il che richiede anzitutto saper decodificare questi messaggi. Vale a dire realizzare un'opera di smontaggio attraverso la quale il recettore prendendo coscienza dei codici impiegati procede alla verifica dei valori ideologici proposti, realizzando una personale decodifica con esito che non è certo l'espressione di un superficiale consenso. Tale opera di smontaggio costituisce uno dei doveri fondamentali del recettore di fronte a quell'esperienza dei macromedia (stampa, cinema, radio, televisione) che hanno fatto della nostra società una società di comunicazioni e del nostro pianeta il villaggio descritto da McLuhan.

Però in questo villaggio planetario non ci sono soltanto i macromedia. Soprattutto in questi ultimi tempi si è verificato l'irruzione dei "micromedia", dei mezzi poveri di comunicazione.

Questa esplosione pone evidente il problema non più di un pubblico generale, ma di pubblici differenziati, con diversi codici, diverse culture, diverse attese storico-sociali, con relative domande e proposte; una esplosione che coinvolge gruppi ben definiti con capacità non solo critica, ma produttiva. Un discorso, questo, che logicamente si apre sul problema della cultura alternativa.

Le trasformazioni comunicative e culturali che caratterizzano attualmente le esperienze sia di informazione che di cultura alternativa in atto non sono di segno assolutamente negativo come tende a presentarle

più veloce di gabbiano
o nave interplanetaria,
il figlio elettrotecnico,
svelto di mano e di mente,
spegne i due televisori
contemporaneamente.

lode il dottor per terra,
e un bernoccolo si fa:
meglio cento bernocchi
che perdere la libertà.

GIANNI RODARI



certa letteratura di inclinazione catastrofico-apocalittica. Esse, per la verità, recano elementi di non indifferente validità per la ricomposizione di quello che con una espressione significativa oggi si usa chiamare "il sapere sociale". Questa ricomposizione avviene attraverso processi di partecipazione, di associazionismo, di collegamento con il territorio; un processo multiforme, attivo e decentrato attraverso il quale l'uso dei vari strumenti comunicativi trova la sua consistenza.

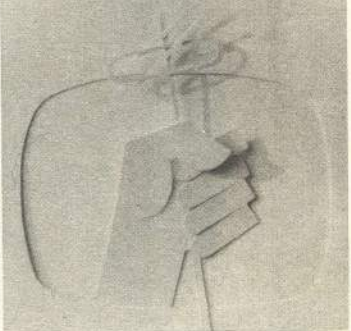
È una ricomposizione che sa tenere in debito conto un discorso oggi assai affermato, cioè il discorso del pluralismo, inteso come l'affermazione di un pluralismo ideologico, culturale e morale, nonché come riconoscimento della esigenza del pluralismo proprio come metodo capace di consentire alla cultura di sottrarsi all'egemonizzazione politica, dove monocultura

diventa monopolistica con il fatale sacrificio sia della libertà culturale che della libertà politica.

In questa realtà comunicativa in movimento, dove le tensioni dialettiche risultano non indifferenti, sono senza dubbio reperibili i segni della nuova domanda di cultura e dei modi di realizzarla. Una domanda espressa soprattutto dai giovani.

DONATO GOFFREDO

comunicazione e partecipazione



I mass media — stampa, cinema, radio, televisione — e micromedia — registratore, filmina, volantino, murale, eccetera — come strumenti alternativi di informazione — o controinformazione — indagati come storia, tecnica e funzioni per un approccio critico.

I mass media per la formazione della persona e come partecipazione sociale. I mass media e la coscienza comunicativa e democratica delle formazioni di base, contro le informazioni/potere che dividono emittenti e recettori, industriali della cultura e fruitori passivi. L'alternativa dinamica per produrre nuove esperienze comunicative.

cdu 38c4 — 78, p. 224

un posto nell'etere le radio locali in Italia

a cura di Gianpiero Gamaleri



Il problema socio-politico delle radio locali in Italia. Gli aspetti giuridici e tecnici delle radio locali. Come si installa un impianto MF trasmettente.

Chi sono gli ascoltatori delle radio locali.

La gestione e i programmi, i bilanci e la pubblicità.

L'influsso e la partecipazione: del tam tam elettronico alla guerriglia, l'avventura e la serietà di obiettivi.

Il boom delle radio-locali e il loro futuro.

Hobby e servizio pubblico.

Il vangelo e le radio locali.

La logica oligopolistica.

cdu 38c5 — 78, p. 288, L. 5000.

Quale può essere, a più lungo termine, il futuro dell'informazione?

Questo è un problema che investe l'evoluzione della società e della stessa civiltà. Gli uomini sentono il bisogno di sapere, di conoscere e, nello stesso tempo, non hanno il tempo di occuparsene. Sono continuamente sbalestrati, cambiano, sono mobili. Si stancano di tutto con molta rapidità.

Io spero che questo ritmo, un po' insensato, della vita di tutti noi, che questa ricerca di nuovi prodotti, di nuove forme di espressione, di nuovi orizzonti, si calmerà. Una civiltà più tranquilla tornerà in modo naturale alla parola scritta.

In altri tempi, per citare un caso limite, la morte di Napoleone fu conosciuta in Francia con tre mesi di ritardo. La fretta di oggi obbliga a dare immediatamente una spiegazione, a rischio di dover rettificare subito dopo. Si prepara il titolo: "Il complotto contro Nixon", e un'ora dopo: "Forse non si tratta di un complotto".

Una volta Georges Pompidou disse che "la cultura è la lettura". La radio e la televisione sono, ne sono convinto, degli stimoli culturali: per migliaia di persone, in Europa e soprattutto nei paesi in via di sviluppo, ascoltare la radio e guardare la televisione, in particolar modo nelle regioni rurali dove l'orizzonte non oltrepassava un tempo l'altezza dei camini, è una scoperta del mondo. Però soltanto la parola scritta può alimentare la cultura. Anche in questo caso i mezzi d'informazione sono complementari.

Certamente, è necessario che i responsabili della lettura (coloro che lavorano nell'editoria e nella stampa) rendano più facile la diffusione della stampa e del libro.

Se a livello professionale, in primo luogo, a livello governativo, e anche internazionale, si fosse coscienti che soltanto la lettura consente l'accesso alla cultura, si mobiliterebbero mezzi molto più importanti al servizio della lettura in tutte le sue diverse manifestazioni. La stampa indipendente, invece, si scontra continuamente contro il totalitarismo dei governi, compresi quelli liberali, per lo meno per quanto riguarda gli aiuti alla stampa e la diffusione. I governi pensano che la stampa parli troppo, che critichi e che questo porti danno agli interessi della nazione. Invece, con la sua diversità, con i suoi elementi di opposizione, la notizia è un mezzo per tener deste la coscienza e la cultura. Su un avvenimento si riflette, si indaga.

Il potere preferisce controllare i mezzi audiovisivi, che hanno un effetto diretto sulle masse, e lasciare da parte la stampa. Così facendo, è la cultura stessa che viene trascurata.

Giovanni Bonetto

il giornale è tuo



Il giornale è tuo

Il giornale nella scuola.

Gli alunni che leggono il giornale e che fanno il loro giornale. La lettura critica e l'informazione alternativa. Ipotesi di lavoro ed esperienze. Opzioni e stimoli nati dalla scuola attiva.

Un manuale utile per gli studenti delle scuole medie e del primo ciclo delle scuole superiori.

I segreti del giornalismo e la storia dei giornali. Verità e libertà.

La tecnica e il decalogo del giornalista.

Glossario di giornalismo. Come si diventa giornalisti.

La scuola riscopre il giornale come testo di lettura della realtà sociale.

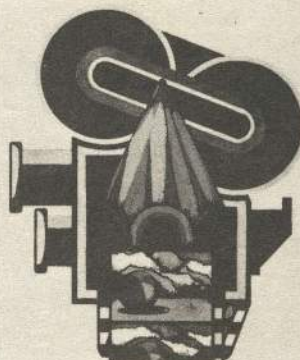
I fatti e i commenti.

I giornali e la cultura.

cdu 38d1 - 77, p. 110, L. 2000

Rodolfo Tritapepe

linguaggio e tecnica cinematografica



Linguaggio e tecnica cinematografica

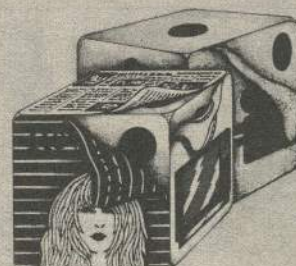
Come si fa il cinema.

Manuale utile per tutti, ma specialmente per i giovani che vogliono capire i trucchi del mestiere e magari per diventare registi sul serio, o anche soltanto per improvvisarsi registi per hobby con la cinepresa superotto da dilettante la domenica e durante le ferie. Tecnica e gergo degli addetti ai lavori. Tutti i segreti dell'arte e dell'industria cinematografica: i trucchi del cinema dei grandi registi. Storia del cinema e grandi successi storici.

cdu 38d2 - 77, p. 184, L. 2500

Vincenzo Iannuzzi

i mass media e i loro segreti



I mass media e i loro segreti

I mass media in schemi facili per i giovani. La storia dei mezzi di comunicazione sociale nelle tappe più significative. I segreti di ogni strumento. Le possibili manipolazioni e la potenzialità per la "nuova" educazione del recettore con la lettura del film (cineforum), del giornale (stampaforum), e del fumetto, della televisione e del disco/canzone.

cdu 38d3 - 78, p. 166, L. 3000.

BIBLIOGRAFIA (Libri da leggere)

- G; Vacca - COMUNICAZIONI DI MASSA E DEMOCRAZIA ED. RIUNITI
(Atti del congresso del P.C..I. del 1-2-3-marza)
- A.V.V. TUTELA DELL'ONORE E MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA FELTRINELLI
(Atti del convegno P. Calamandrei)
- Martelli - INFORMAZIONE E POTERE FELTRINELLI
- Mc Luhan - Gli Strumenti del Comunicare
ed. il Saggiatore Gamaleri-La galassia Mac Luhan Armando
- Aranguen - Sociologia della Comunicazione
ed. il Saggiatore Livolsi - Comunicazioni e cultura di
massa ed. Hoepli
- Gaido - Radio Libere? ed. Arcana
- A.V.V.-La Radio nella scuola d'oggi
ed. E.R.I. Brecht-La radio come mezzo di comunica
zione in (scritti sulla lett; e
sull'arte)Ed. Einaudi
- Di Stefano Libro, scuola, potere e
strategia audiovisiva
ed. Marsilio A.V.V. Le Tecniche dell'immagine
-Fotografia, cinema, tv, grafica
fumetti, fotoromanzo, pubblicità
ed. Armando
- Sauvage - Televisione e famiglia
ed. Armando
- Zerilli- Uomo, Televisione e libertà
ed. De Luca Arosio-Comunicazioni di massa e progetto
democratico ed. InterN.Sociali
- Eco- Il costume di casa Bompiani
- Eco- La controinformazione in
Castronovo-La stampa italiana
del neocapitalismo Laterza Emiliani-Una politica dei Beni culturali
ed. Einaudi

RIVISTE

- IKON rivista ist. a. Gemelli F. Angeli SCREEN rivista in lingua inglese
- COMUNICAZIONI DI MASSA Sugarco PUBLIC TELECOMMUNICATIONS REVIEW
- IL LAVORO DELL'INFORMAZIONE ed. Lavoro CAHIERS DU CINEMA rivista in francese
- L'EDIZIONE Stas Kompas ETUDES DE RADIO TELEVISION
- RADIO TV E SOCIETA' ed. REVUE FRANCAISE DE COMMUNICATION
- PRIMA COMUNICAZIONE " " RADIO TELEVISION
- MILLECANALI " " MEDIUM rivista in lingua tedesca
- NUMERO ZERO rivista della stampa RUNDFUNK UND FERNSEHEN
- PROBLEMI DELL'INFORMAZIONE ed.
- IN IKON N° 5 da leggere l'articolo: IL DIBATTITO SULLE COMUNICAZIONI DI MASSA
NELLA R.F.T (Repubblica federale Tedesca)

Per compilare il presente opuscolo ci siamo serviti dei libri e giornali
sotto citati:

- L'OCCHIO Quotidiano di M; Costanzo (per le illustrazioni vignettistiche)
- LA VITA Settimanale toscano (per gli articoli su Cinema e Televisione)
- L'INFORMAZIONE ed. GRANDI TEMI DE AGOSTINI (Per i grafici e alcuni articoli)
- Rodari FILASTROCCHIE IN CIELO E IN TERRA (ED. EINAUDI)
- Città di Piombino GUIDA AL CENTRO STORICO (Per lo stemma di Piombino)
- [QUESTA GUIDA E' DATA GRATIS A CHI NE FA RICHIESTA ALL'ASS. PUBBLICA ISTRUZIONE]