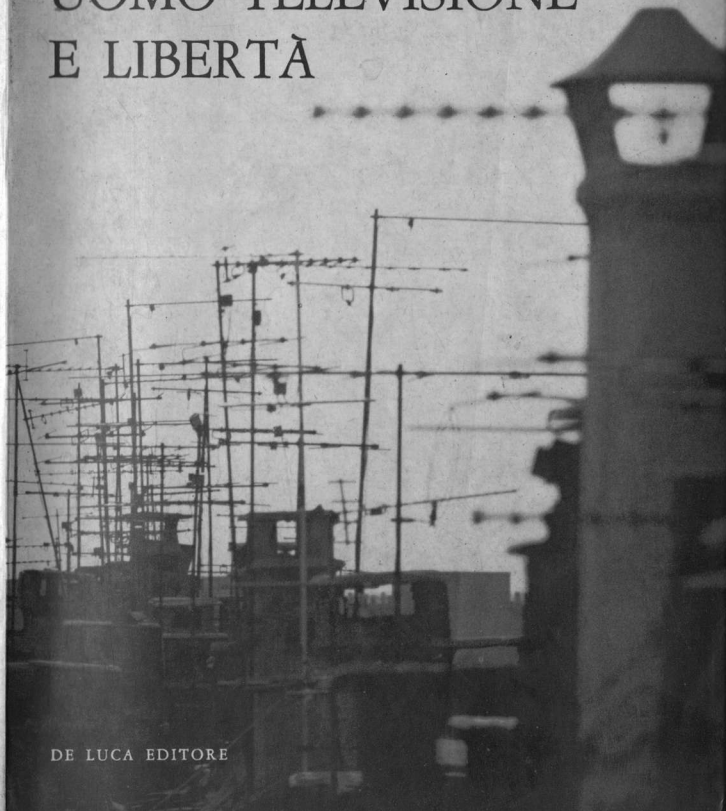


GUIDO ZERILLI-MARIMÒ

Guido
Zerilli-Marimò

UOMO TELEVISIONE E LIBERTÀ

UOMO
TELEVISIONE
E LIBERTÀ



De Luca
Editore

DE LUCA EDITORE

PREZZO L. 2.500

GUIDO ZERILLI-MARIMÒ

UOMO TELEVISIONE E LIBERTÀ

DE LUCA EDITORE

ERRATA CORRIGE

- Pag. 32, riga 4: Dimmi che televisione hai, e ti dirò che paese sei.
- Pag. 34, riga 8: Il « via » alla nascita della televisione commerciale concorrente.
- Pag. 52, nota 1, riga 4: fase B: *incubazione* (procede il lavoro mentale inconscio).
- Pag. 67, righe 24 e 25: L'ascolto televisivo in Inghilterra raggiunge peraltro i quattro quinti della popolazione (circa due
- Pag. 93, riga 1: musicisti di quante non ne possa offrire una sia pur ben ge-
- Pag. 144, riga 1: *Dimmi che televisione hai, e ti dirò che paese sei*

UOMO TELEVISIONE E LIBERTÀ

FASCICOLO PRIMO

LA TELEVISIONE NEI PAESI LIBERI E DEMOCRATICI

PARTE PRIMA : CONSIDERAZIONI GENERALI

PARTE SECONDA : LA TELEVISIONE IN INGHILTERRA

L'indice delle materie si trova a pagina 27.

PREFAZIONE

Come è vero, come è sempre vero, quel giudizio di Emerson, che si trova in quel suo bel libro dedicato agli Uomini rappresentativi, che gli « altri » conoscono le nostre attitudini, le nostre virtuali capacità, assai meglio di noi! È più ancora che un giudizio, una intuizione, confermata da una lunga esperienza. Quasi sempre noi confondiamo quello che ci piace con quello che veramente potremmo far bene, per le cose per le quali abbiamo veramente delle attitudini sconosciute a noi medesimi. Non c'è giovane che dopo avere udito un grande violinista o dopo avere visto per la prima volta una esposizione, non pensi di dedicarsi alla musica e non sogni un violino o non pensi di iscriversi a qualche accademia di Belle Arti o di affiancarsi a qualche pittore che lo orienti nella magia dei colori.

Nella più parte dei casi queste esperienze finiscono nel nulla e giovano solo a dissipare delle illusioni, a meno che non si tratti di disposizioni talmente innate, talmente evidenti, che non consentono dubbi o esitazioni. Non di rado, in questi casi, le oppo-

sizioni sorgono nelle famiglie, che per quei loro figlioli avevano sognato tutt'altra cosa.

Queste brevi osservazioni sono il risultato, ripeto, di una lunga esperienza di uomini e di cose. Ricordo, fra l'altro, un caso tipico, che molti anni fa ebbi la possibilità di osservare, come si suol dire, nel vivo. Un giovane poeta, dei tempi di Carducci in declino per l'età avanzata, di Pascoli nuovo astro sorgente, ma misconosciuto con suo indicibile dolore, di D'Annunzio nel pieno fulgore del successo, tentò una via sua, originale. Letterato distintissimo, esperto come pochi della metrica moderna, che non aveva segreti per lui, stimato dal grande Gabriele, frequentatore assiduo della famosa « terza saletta » del Caffè Aragno, tentò qualche esperimento che incontrò successo presso i letterati raffinati, anche perché un suo libro di poesie fu illustrato da Adolfo De Carolis; la critica se ne occupò con viva simpatia; ma il pubblico — il pubblico che ha sempre ragione — restò indifferente.

Ebbene, cosa accadde? Accadde questo. Un giorno una grande società industriale, che si occupava di carburo, gli propose un ufficio bene remunerato all'azienda. Stupore del poeta, stupore e indignazione degli amici, che gridavano: « Ma questa è una beffa! Ma come si permettono, quelli là... » Ma l'amico del poeta, che non ignorava, fra l'altro, le ristrettezze economiche del poeta, replicava: « No, amici

cari; Carmina non dant panem. Per quale ragione il nostro caro amico non potrebbe coltivare il culto delle Muse a tempo perso? È proprio necessario essere un "poeta maledetto" per essere un poeta vero? Forse che Rimbaud, il vostro adorato Rimbaud, il più classico, il più perfetto dei poeti attuali, l'indiscusso Rimbaud, non negoziava in forniture di fucili con gli staterelli africani insofferenti del dominio delle grandi Potenze coloniali? Non vendeva fucili svedesi anche al Negus? » Basta; la conclusione è che il poeta accettò l'incarico nella grande azienda, fece ottima prova e in breve ottenne un posto direttivo, e di poesia se ne parlò come di un « caso », uno dei tanti che possono capitare nella vita di un uomo.

E tutto questo, che importa, quando si parla del dottor Guido Zerilli Marimò? Importa, perché, figlio di una signora coltissima, medaglia d'oro dell'educazione nazionale, « Officier des Palmes Académiques de France », studiosa e insegnante di filosofia, e di un padre, distinto biologo e naturalista, precursore della moderna ecologia, fu indotto, in un primo tempo, ad intraprendere la carriera in una società di navigazione, poi nella banca, poi nell'industria. E in tutti questi rami della moderna attività fece ottime prove, arricchì la sua esperienza, viaggiò da un capo all'altro del mondo, curioso di tutto, stringendo amicizie in ogni campo e giovandosi di quel raro dono che è la simpatia.

Ricordate il poemetto in prosa di Baudelaire: I doni delle fate? Immagina, il poeta, una specie di festa, dove le madri vanno, insieme coi loro piccoli figlioli, a chiedere un dono alle fate. Una madre arriva tardi, quando tutti i doni sono già stati distribuiti. Tutto esaurito. Ed essa piange e si dispera, fino a tanto che una buona fata si commuove e le dice: « Poverina, non c'è proprio più nulla! Ma ecco, gli darò ugualmente un dono: la simpatia, che tuo figlio, dovunque vada o si trovi, riesca a piacere ». La madre non riesce a nascondere il suo malumore, il suo scontento; ma la fata la investe con parole eccitate: « Sciocca! Ma non capisci che gli ho dato il più bel dono che mai si potesse desiderare. Altro che uno dei soliti giocattoli! »

È questa simpatia, unita ad una fedeltà assoluta all'amicizia, che gli consente di avere amici dovunque (perché anche gli amici bisogna meritarsi); è questo dono della simpatia, che è cosa indefinibile e onnipotente nelle relazioni umane, che gli ha consentito dovunque un successo meritato.

Nelle Banche, nelle Compagnie di navigazione, negli istituti di cooperazione economica internazionale da lui promossi (nell'immediato dopoguerra fu, fra l'altro, fondatore e Presidente dell'« American-Italian Association »), nelle aziende industriali da lui dirette e sviluppate a livello mondiale, nei sodalizi culturali (promosse e presiedette il « Centro d'Azione Lati-

na » e fondò nel 1960 la « Casa dell'America Latina »); nelle iniziative scientifico-sanitarie, ha sempre scelto gli impegni che proiettavano la sua attività verso orizzonti universali. Ma pur essendo assertore del concetto di una « patria universale », non si è mai smarrito in terra forestiera, ma sempre lo hanno soccorso l'amore e la fede nell'avvenire del suo paese malgrado le avversità. È sempre, puntualmente tornato; è rimasto, anzi, con l'animo profondamente radicato nel suo paese, a promuovere questo tipo di « tentazione » verso forme sempre più aperte di collaborazione.

A un compito insieme umanitario e scientifico lo impegnò il Comitato di Liberazione Nazionale nominandolo, nel 1945, commissario dell'« Istituto dei tumori ». Fu, quello, un periodo estremamente difficile, che solo il suo senso di umanità e l'esperienza accumulata negli anni gli consentirono di padroneggiare.

Su questa strada, Zerilli si è messo fin da quando, quattordicenne, ha dovuto misurarsi con le esigenze della vita, lavorando come stenografo e « aiuto-redattore » in un antico, importante giornale. E l'ha percorsa sempre, come quando si impegnò a difendere e sostenere per venticinque anni, da prima con la direzione di Mario Ferrara e l'appoggio di Luigi Einaudi, poi con la presidenza di Giuseppe Paratore e di Cesare Merzagora, la « Nuova Antologia ».

Di questa esperienza illuminante, quest'opera è viva, e persuasiva testimonianza. L'ha voluta scrivere per senso di lealtà e di fedeltà alle proprie convinzioni: per condividere, con gli altri, le « conoscenze » raccolte, correndo il rischio di esporsi alla critica e al giudizio altrui, pienamente accettandolo.

Questa sua è un'opera, per così dire, gratuita. Nel senso che il suo autore, da null'altro mosso che dalla sua determinazione di osservatore « curioso », non è legato alla materia descritta né per « competenza » specifica, né per « preparazione » tecnica, né tanto meno da alcun interesse particolare.

Su questo argomento credo di poter parlare con una certa esperienza. Ho diretto i cinque giornali più importanti d'Italia: il « Resto del Carlino » di Bologna; il « Secolo » di Milano; il « Tempo » di Roma, che fondai con altri amici in attesa del ritorno di Giolitti al potere; il « Messaggero » di Roma; il « Corriere della Sera »; ho diretto l'ufficio romano della « Stampa »; sono Presidente da vari anni della Federazione nazionale della stampa, e vi posso dire che il giornalismo è una passione invincibile. Il giornalismo non si sceglie: si subisce. Quando i giovani si sono rivolti a me, ho sempre cercato di dissuaderli; ma non sono mai riuscito.

Anche l'amico Zerilli è stato preso, e non da oggi, da questo invincibile demone. Già collaboratore della « Rivista di politica economica », del « Sole »,

del « Corriere mercantile », della « Gazzetta del Popolo », della « Nazione », tutto questo non gli basta. Ha il bisogno, direi quasi fisico, di vedere, di conoscere, di studiare sul vivo i problemi del tempo nostro. Così è nato questo libro. È il libro di un uomo « libero », di un uomo, che dalla sua libertà ha derivato una « curiosità », senza pari, di tutti i fenomeni della realtà umana, nelle sue dimensioni internazionali. Sul terreno internazionale, Zerilli-Marimò ha sempre, fin da giovanissimo, lavorato per irresistibile vocazione, scegliendosi gli interessi idonei a questa eccezionale dimensione. Come classificarlo?

Un industriale? Direi, piuttosto, un prodotto esemplare di quella meravigliosa civiltà tecnologica in cui viviamo, civiltà in cui i valori dell'umanesimo e quelli della scienza mirano a fondersi profondamente.

Capitano d'industria, fondatore d'aziende e stabilimenti importanti in ogni continente; ma senza mai ridursi a un giro ristretto di competenze. Di paese in paese, per quanto mutevoli fossero i climi politici e sociali, i costumi, le civiltà, egli ha istintivamente coltivato un impegno più vasto: ha cercato sempre di « conoscere », senza schemi preordinati o giudizi preventivi, le varie manifestazioni dei fenomeni umani internazionali, cogliendone i valori costanti e le proprietà differenziali, con spirito tanto più critico quanto più libero da convenzioni.

C'è sempre stato, tuttavia, in questa sua tendenza, non una aristocratica, illuministica neutralità, ma una profonda convinzione e una durevole fiducia: ha sempre creduto che gli uomini del nostro tempo dovessero realizzare, per intima destinazione della loro migliore umanità, una sempre più larga, reciproca conoscenza, una comunanza di cultura, di vita, di interessi, di principi e di azioni e, quindi, dovessero coltivare, valorizzandone tutti gli aspetti, le loro latenti disponibilità per la realizzazione dei più lusinghieri e appassionati obiettivi di solidarietà, di collaborazione, di amicizia fra gente di ogni paese e di ogni costume.

Così è nata quest'opera. Essa non obbedisce a nessun interesse particolare, vuole essere semplicemente e unicamente un grande reportage nel senso più moderno della parola. Perché Guido Zerilli ha fatto oggetto del suo studio la Televisione? La risposta è in re ipsa. Prima di tutto perché la Televisione è uno degli aspetti più nuovi e più congeniali del mondo d'oggi e di domani: un fenomeno che realizza il nostro tempo e anticipa i suoi sviluppi del futuro. E poi perché un libro del genere non esisteva ancora in nessun altro paese del mondo. Si può ben dire, usando una vecchia frase, che esso colma una lacuna.

Questo libro non ha nulla da difendere, nulla da proporre. Vuole soltanto conoscere e far cono-

scere. Questo gli basta. È così che è nata quest'opera. Ed è in questa sua spontanea natura e semplice dimensione, che viene offerta al pubblico: non vuole essere nulla di meno, nulla di più e nulla di diverso. Zerilli ha avuto modo, abbiamo già detto, di soggiornare, operare e creare lungamente in molti paesi del mondo; non si è mai adagiato sull'inerzia peregrina e candida del turista; e neppure ha girato come « cittadino del mondo » disancorato da fedi e da tradizioni. È un uomo aperto all'osservazione: uno che vede con intelligenza non comune e che, con non comune umiltà, riferisce. E che fa onore all'Italia.

MARIO MISSIROLI

PARTE PRIMA

CONSIDERAZIONI GENERALI

PREMESSA

Ragioni, scopi e fonti del nostro studio

In soli 25 anni di pratica esistenza della televisione, si è avuta, come e forse più ancora che su qualsiasi altro argomento collegato col rapidissimo sviluppo del progresso tecnologico, una massa tale di studi, pubblicazioni, trattati e trattatelli su di essa, quanta non se ne è avuta forse, in proporzione al tempo, su alcun'altra materia.

Rapidissime, eccezionalmente precoci ed intense, sono state, infatti, l'infanzia, l'adolescenza, la giovinezza della TV. Ma essa è, e sarà ancora giovane, per lungo tempo, perché si tratta di un soggetto in permanenza mobile, quasi fuggevole, inafferrabile, in stato di continua mutazione e di perpetuo divenire. Situazioni che pochi anni fa il più audace sognatore avrebbe trovate del tutto impensabili, risultano oggi già superate dai fatti, ed allontanate dalle sconfinata prospettive per l'avvenire.

Con quanto è stato detto e scritto, con quanto si potrebbe e si dovrebbe scrivere su di essa, ci sarebbe da riempire intere biblioteche.

Ben lungi da simili... prave intenzioni, e partendo dall'osservazione delle più significative esperienze nei varî paesi, da rilevazioni fattibili direttamente, sottolineando una breve serie di fatti precisi, e schematizzando alcune principali teorie, noi intendiamo, con questi quattro modesti fascicoli, fornire pochi rudimenti basilari ed alcuni semplici elementi e dati di fatto aggiornati concernenti lo « status » della televisione nel mondo. Ci auguriamo che questo modesto studio possa suscitare confronti, riflessioni e deduzioni, stimolare idee, e forse anche iniziative, in aree ancora non coperte o non sufficientemente coperte. E ciò perché ci sembra che quanto è accaduto nel campo della televisione, negli ultimi quattro lustri, e quanto si realizzerà nei quattro prossimi, imponga di vedere tutto ciò che la riguarda sotto angoli nuovi.

Abbiamo ritenuto, in sostanza, utile, da ogni punto di vista, eseguire uno studio abbastanza approfondito sulla struttura, sul tipo di gestione, sulla conduzione delle varie televisioni in tutti i principali paesi del mondo, rilevando in quali di essi vi sia, e in quali non vi sia monopolio, in quali di essi vi sia o non vi sia gestione statale della televisione, annotando quali organizzazioni televisive siano sostenute mediante abbonamenti (o tassazioni specifiche) obbligatori, per l'uso dei televisori, quali mediante entrate pubblicitarie, quali mediante contributi statali, quali

mediante l'una e l'altra di queste che sono le tre classiche fonti di entrate, alternative o congiunte, per una azienda radiotelevisiva.

Abbiamo a lungo riflettuto, in primo luogo, sui notevoli vantaggi che una televisione ben usata può apportare alla società; in secondo luogo, sui danni immensi che può produrre una televisione mal adoperata.

Attraverso una presa di contatti con gran parte delle televisioni nel mondo, ci siamo resi conto che la radio e la televisione costituiscono oggi un diritto per ciascun abitante del pianeta, ma anche una responsabilità gigantesca per tutti coloro che la impiegano. Come per la stampa e per tutti gli altri aspetti della libertà, abbiamo trovato, da un lato, la necessità che sia rispettato il diritto naturale umano alla comunicazione del proprio pensiero agli altri, e, dall'altro, la necessità che non si compiano abusi di tale diritto, utilizzandolo a danno di terzi o della società.

Non avendo noi mai avuto interessi di alcun genere nel campo dei giornali, o della pubblicità, né in quello della televisione, e non avendo nemmeno la più lontana possibilità o intenzione di averne, abbiamo ritenuto di poter procedere a una rilevazione dello stato delle cose, nel campo della telediffusione, in tutti i paesi del mondo, con sufficiente distacco, obiettività e imparzialità.

In questo rapporto non ci occupiamo della televisione italiana né facciamo ad essa alcun riferimento, in quanto diamo per scontato che il lettore che ci farà l'onore di interessarsi a questo nostro studio la conosca perfettamente.

Ci auguriamo che questa nostra modesta opera, malgrado le sue inevitabili lacune e i suoi difetti, possa riuscire utile a quanti abbiano responsabilità, interessi, collegamenti di qualsiasi genere, attuali o potenziali, politici, sociali, culturali, economici coi molteplici problemi inerenti alla televisione.

Desideriamo esprimere i nostri ringraziamenti a tutti coloro che, nei varî paesi del mondo, ci hanno aiutati nella nostra ricerca di dati precisi, nei nostri accertamenti: ai ministeri dei varî governi, alle missioni diplomatiche, agli enti pubblici, agli istituti di ricerca e di studio, ai centri di statistica, in particolare alla Brian Begg Associates di Londra, agli organi di stampa, alle agenzie, ai professionisti, ai giornalisti, alle banche e alle industrie, a varî abituarî radio-ascoltatori, le cui informazioni e opinioni ci sono state preziose per il compimento di questo lavoro.

Vogliamo, con particolare riconoscente ammirazione, segnalare lo studio, serio e completo, fatto, per la televisione argentina, dalla Proartel (Producciones Argentina de Televisión) che gestisce il canale numero 13 di Buenos Aires.

Di questa istituzione è ora presidente Goar Mestre, personalità internazionalmente nota, anche come fondatore dell'Associazione Interamericana di Radiodiffusione, da lui per lunghi anni presieduta, e della quale è ora presidente onorario. Originario di Cuba, egli fu il pioniere del singolare sviluppo televisivo che si ebbe in quell'isola, sino a che l'espansione della radiotelevisione non venne colà soffocata dal monopolio statale del regime totalitario castrista (1960).

Dagli studi della Proartel abbiamo tratto varie informazioni e osservazioni contenute nella parte introduttiva di questa opera.

Interessanti elementi di studio abbiamo trovato anche nella documentazione dell'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni (Nazioni Unite), nonché nei rapporti della UER - Union Européenne de Radiodiffusion di Ginevra (di cui è presidente J. Broeksz, della Televisione olandese), associazione che raggruppa le Televisioni di Algeria, Austria, Belgio, Cipro, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania libera, Grecia, Irlanda, Islanda, Israele, Italia, Libano, Lussemburgo, Malta, Marocco, Monaco, Norvegia, Paesi Bassi, Portogallo, Regno Unito, Spagna, Svezia, Svizzera, Tunisia, Turchia, Vaticano, Jugoslavia.

La Federal Communications Commission di Washington ci è stata larga di dati e di materiale, e pure

utili ci sono stati l'International Television Almanac, il Broadcasting Yearbook, il Journal des Telecommunications, rivista mensile dell'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni, lo Zweites Deutsches Fernsehen Jahrbuch, l'ARD Jahrbuch, ecc.

Nell'ultimo rapporto (1969) dell'UER, abbiamo trovato una carta mondiale che illustra chiaramente le zone coperte dai satelliti (al dicembre 1969), e nella quale sono indicate tutte le stazioni terrestri che sono in grado di collegarsi coi satelliti stessi.

Il rapporto sottolinea il fatto che lo sviluppo delle trasmissioni televisive mediante satelliti conduce, passo passo, verso l'istituzione di scambi veramente mondiali. A questa situazione si accompagna, per l'organizzazione radio-televisiva, un certo numero di problemi giuridici e tariffari che concernono direttamente l'utilizzazione di questi nuovi mezzi tecnici.

Si tratta di materia interessantissima, nella quale il diritto e la prassi devono considerarsi in via di continua evoluzione, trasformazione e rinnovamento.

* * *

Anziché dare alle considerazioni generali che seguono un rigoroso ordine sistematico, quasi da trattato didattico (non è certo un trattato che abbiamo qui la pretesa o la presunzione di scrivere), abbiamo preferito esporre una serie di fatti e di idee così come sgorgavano dall'apprendimento, dall'accer-

tamento e dalla riflessione. Ci lusinghiamo che la lettura di queste note possa forse risultare, così, meno pesante. Il nostro scopo non è quello di insegnare, bensì quello di suscitare impulsi di interpretazione, stimoli per più ampi approfondimenti, per più estesi dibattiti, per più luminosi pensieri.

Roma, 20 giugno 1970.

GUIDO ZERILLI-MARIMÒ

INDICE DELLE MATERIE

PARTE PRIMA

CONSIDERAZIONI GENERALI

Tre nuovi diritti del cittadino d'oggi.

La radiotelevisione, regina dei mezzi di comunicazione di massa.

La storiella della scatola prodigiosa.

Ragioni psicologiche e biofisiopsichiche della « forza » rappresentata dalla televisione.

Il « bambino del libro », e il « bambino della televisione ».

Stampa e TV sono complementari.

Il sinergismo stampa-televisione.

Il quarto potere.

Stessi principi per stampa e televisione.

Capillarità della televisione.

Limitatezza e staticità della circolazione dei giornali.

Confronto coi quotidiani all'estero.

Il pubblico legge i giornali solo parzialmente.

Rapporto fra il « contatto » (col pubblico) dei quotidiani e quello della TV.

La TV fa concorrenza alla stampa?

Pubblicità sulla stampa e pubblicità nella televisione.

La TV strumento informativo per eccellenza.

L'importanza sociologica della TV.

Il complesso del « buco della serratura ».

La « sociologia della televisione ».

L'incidenza della TV sul comportamento degli uomini.

La televisione non ha diminuito l'importanza della radio.

Le libertà sociali.

Non può esservi libertà d'opinione se non v'è libertà di televisione.

La TV può rappresentare un'arma pericolosissima.

Le televisioni statali.

I pericoli del monopolio statale.

I pericoli di un monopolio privato. I possibili inconvenienti del regime esclusivamente privato, anche se non monopolistico.

Coesistenza di TV statale e TV privata.

Vantaggi delle televisioni private in libera concorrenza.

Ragioni della originaria tendenza allo statalismo circa la radiotelevisione nei principali paesi europei.

La necessità avutasi di una regolamentazione internazionale dell'uso delle frequenze di emissione.

Le onde elettromagnetiche non appartengono a nessuno Stato.

La Unione Internazionale delle Telecomunicazioni.
Il Trattato di Montreux.

Non può esistere « sovranità » sulle onde elettromagnetiche.

L'articolo 21 della Costituzione italiana.

Il criterio statalistico europeo e il criterio privatistico americano.

Principali caratteri differenziali tra i vari organismi televisivi:

Monopolio e non monopolio.

Fonti di finanziamento.

Scopi e contenuto dei programmi.

Il regime delle « concessioni ».

Piano del presente lavoro.

Situazione televisiva nelle varie parti del mondo:
Europa; Continente americano; Asia, Oceania
e Africa.

Il caso del Giappone.

La leggenda delle « antiche civiltà ».

Una speranza o una minaccia.

La televisione fuori della politica.

Potere suggestivo della televisione e rischi ch'esso
comporta.

Radiotelevisione e regimi totalitari.

Dimmi che televisione hai, e ti dirò di che paese sei.

Necessità che sia pluralistica la televisione, come lo
è la stampa.

I limiti della libertà di espressione atti a garantire
la libertà di tutti.

La televisione a colori.

La televisione è anche una forma di attività in-
dustriale.

L'articolo 41 della Costituzione italiana.

Avvenire della televisione.

Il problema dei satelliti.

Video-cassette versus TV.

PARTE SECONDA

LA TELEVISIONE NEI PAESI LIBERI

E DEMOCRATICI

LO STATUS DELLA TELEVISIONE IN
INGHILTERRA

A. Origini ed evoluzione della radiotelevisione in In-
ghilterra.

La telegrafia senza fili.

Marconi.

La guerra 1914-18.

La prima licenza alla BBC.

La tutela degli interessi della stampa.

La prima tassa radiofonica.

Originaria struttura organizzativa della BBC.

Lo « statuto reale » e l'atto di concessione.

La libertà della BBC.

I Comitati Consultivi.

L'ardimentosità della BBC.

I servizi esteri.
L'indipendenza dal Governo.
L'impegno di imparzialità.
Esattezza e obiettività delle notizie.
Lo stile.
Le fonti dei notiziari.
La tutela di un ministero tecnico.
La nascita della televisione commerciale concorrente.

B. Storia specifica delle due televisioni inglesi.

La nascita della televisione indipendente.
Coesistenza della televisione di Stato con quella libera.

C. Quaranta domande e quaranta risposte sulla struttura e il funzionamento dell'attività televisiva in Inghilterra:

- 1) Quante e quali sono le società (o compagnie) emittenti programmi?
- 2) Fra le società televisive ne esistono altre statali, oltre la BBC?

- 3) Qual è la forma giuridica delle varie aziende televisive?
- 4) In Inghilterra gli organismi televisivi provvedono anche alla radiodiffusione?
- 5) Qual è il numero complessivo dei dipendenti stipendiati, comprendovi ogni categoria di personale anche esterno che lavora per tutte le società televisive in Inghilterra?
- 6) Il monopolio di Stato, che non esiste sulla televisione, ma esiste ancora per la radio, su che cosa è basato? (Legge apposita, principi generali, ragioni tecniche, mancanza di interesse da parte dei privati?)
- 7) Vi sono state opposizioni al monopolio radio da parte di privati? Da parte di parlamentari? Di gruppi che desideravano esercitare questa attività?

Non è improbabile che il monopolio cessi presto anche per la radio.

- 8) Con quale forma è stato confermato il monopolio radio? (Sentenza di una Corte, voto di un'Assemblea, provvedimento amministrativo?)
- 9) Vi sono state sentenze di infrazione del monopolio radio? Si possono avere gli estremi delle motivazioni?

- 10) Qual è il principio o l'atto pubblico sulla cui base sono attuabili le trasmissioni televisive eseguite da compagnie private?
- 11) Quali sono le formalità occorrenti per svolgere attività televisive?
- 12) Qual è il capitale azionario di ciascuna delle società esistenti?
- 13) Le società sono finanziate mediante altre forme di capitalizzazione?
- 14) Vi sono in Inghilterra progetti di ulteriori investimenti nella industria televisiva? Finanziati come?
- 15) Sono disponibili i bilanci e i rendiconti economici delle aziende televisive esistenti?
- 16) Quali sono per le compagnie le fonti di introito? (Tasse specifiche, abbonamenti obbligatori, pubblicità, contributi dello Stato?)
- 17) Ciascun Ente fa pubblicità e in quale proporzione?
- 18) Quali sono le tariffe per la pubblicità?
- 19) Come vengono incassati i proventi?
- 20) Le aziende televisive sono attive? Qual è stato il loro profitto?
- 21) Se una azienda televisiva è in perdita, da chi e come è coperta la perdita?
- 22) Quali sono gli orari di trasmissione?

- 23) Vengono effettuate trasmissioni a colori?
- 24) Qual è la percentuale della pubblicità in termini di tempo, rispetto agli altri argomenti di trasmissione?
- 25) La pubblicità viene trasmessa a parte, in appositi periodi, oppure viene inserita durante il corso delle trasmissioni?
- 26) Quali rapporti esistono tra la televisione privata e lo Stato?
- 27) Esiste una censura ufficiale, o di fatto, sui soggetti e/o sulle trasmissioni? Come viene esercitata? Da un Organo di Stato governativo o da un Comitato aziendale?

REGOLAMENTI CONCERNENTI LA PUBBLICITÀ TELEVISIVA

LA PUBBLICITÀ E I BAMBINI

PUBBLICITÀ FINANZIARIA

PUBBLICITÀ TERAPEUTICA

- 28) Oppure esiste una specie di autocensura, una moderazione esercitata volontariamente (e cioè un autocontrollo) da un Comitato privato o da un Comitato misto (semipubblico), o altra specie di controllo, esercitato da qualche tipo di Organo esterno?

- 29) Esiste una vigilanza esercitata da parte di qualche Organo od Organismo di tutela, sul tipo libero del « Press Council » inglese o del « British Board of Cinematographic Censors », che non esercita una vera e propria censura, ma esprime pareri che rappresentano una condensazione dell'opinione pubblica?
- 30) Esistono garanzie per violazione di diritti soggettivi? Come sono attuate? Esiste l'obbligo di accettare e trasmettere rettifiche, come per i giornali? Esistono limitazioni specifiche?
- 31) Esistono cicli periodici di trasmissione riservati a notizie ufficiali, fornite, per esempio, dal governo o da enti o amministrazioni pubbliche?
- 32) Esistono trasmissioni riservate a comunicazioni dei partiti politici?
- 33) Come vengono garantite l'imparzialità e l'obiettività delle trasmissioni, quando si tratta della diffusione di notizie o di documentarî riguardanti fatti che abbiano direttamente o indirettamente implicazioni politiche?
- 34) Le trasmissioni raggiungono tutto il territorio nazionale inglese?
- 35) Si sono incontrate o si incontrano grosse difficoltà tecniche per estendere le trasmissioni all'interno del territorio nazionale?

- 36a) Qual è la situazione inglese per quanto riguarda l'industria nazionale di produzione dei televisori?
- 36b) Esiste un'industria nazionale che produce gli apparecchi di trasmissione e di ripresa?
- 37) Qual è il numero degli abbonati?
- 38) Qual è il numero di televisori prodotti e/o venduti in un anno?
- 39) Esistono accordi di distribuzione per zona, per rete o per materia?
- 40) Esistono stazioni televisive di paesi vicini, le cui trasmissioni vengono ricevute nel territorio nazionale inglese? In questo caso lo Stato cerca di ostacolarle?

D. Uomini o « Lemmings »?

E. Una televisione per l'Europa.

Appendice 1: Qualche nota tecnica sui sistemi televisivi.

Appendice 2: Esempio di un bando di concorso della Independent Television inglese per le società fornitrici di programmi.

Appendice 3: Spese di investimenti della Independent Television.

Appendice 4: Nomenclatura dei tipi di frequenze.

Appendice 5: Distribuzione delle frequenze.

PARTE PRIMA

CONSIDERAZIONI GENERALI

Tre nuovi diritti del cittadino d'oggi

Per l'abitante del mondo d'oggi si sono aggiunti ai vecchi « diritti dell'uomo e del cittadino » alcuni articoli, ai quali, sebbene questi non siano mai stati codificati, egli è tenacemente attaccato.

Egli considera di aver *diritto*:
alla cultura,
all'informazione,
ai divertimenti.

Con questa impostazione, egli ha, di colpo, fissato la « magna carta » della televisione, i cui tre doveri: offrire cultura, informazione, e distrazione, corrispondono esattamente a quei tre « diritti »!

Ma il problema è che i responsabili della televisione si preoccupino a fondo, e sempre di più, di determinare ben chiaramente le linee e i confini di questi scopi, già così chiaramente tracciati, e di pianificarli adeguatamente.

La radiotelevisione, regina dei mezzi di comunicazione di massa

In questa era atomica, o elettronica, come viene comunemente denominata la sintesi dello sforzo uma-

no realizzato dal 1945 a oggi, i mezzi di comunicazione che informano e allacciano in maniera massiva il mondo conosciuto, le sue istituzioni, i suoi costumi, i suoi ideali, e soprattutto le attività dei suoi popoli, stanno in prima linea fra le preoccupazioni delle attuali classi dirigenti, a qualsiasi categoria, a qualsiasi colore politico, a qualsiasi razza esse appartengano.

La radio prima, e la televisione poi, sono state, sono e saranno sempre più all'avanguardia fra i mezzi di trasmissione delle notizie, del pensiero, delle idee alle masse umane di ogni luogo e di ogni specie.

« Il piccolo schermo », ha scritto un cultore particolarmente esperto, il professor Harry J. Skornia, attualmente docente di radio e TV all'Università dell'Illinois, « possiede, come l'acqua o il fuoco, una poderosa forza di attrazione innata, in quanto è "mobile". Prove sostanziali indicano che la gente spesso guarda come ipnotizzata qualunque programma le venga offerto ». Anche perché tale modo di guardare può essere relativamente « acritico », indiscutibile è la maggior forza di attrazione che il « mezzo » mobile ha — come tutti i moderni *mass media* fondati sul fattore della contemporaneità — nei confronti della carta stampata. Questa è statica e lineare, suscita le impressioni e le idee in un tempo graduale e spesso lento; quello investe letteralmente il pubblico e lo sommerge, emotivamente e intellettual-

mente. Nel caso del giornale è il lettore a decidere tempi e ritmi del processo di formazione di idee e impressioni, in quello della televisione è il mezzo a imporre i suoi tempi e i suoi ritmi allo spettatore.

Perciò, il rapido sfruttamento della scoperta delle onde hertziane va sempre più interessando governanti e governati, educatori, sociologi, psicologi e scienziati in generale, preoccupati per gli atteggiamenti e le azioni, nella moderna società degli uomini informati e influenzati dalla televisione.

La storiella della scatola prodigiosa

Racconta Art Buchwald (« Herald Tribune », 25 giugno 1970) che, in un pranzo a New York, qualche sera dopo la vittoria dei Conservatori in Gran Bretagna, qualcuno domandò: « Com'è che gli Inglesi poterono guidare il mondo per secoli, e gli Stati Uniti invece non ce l'hanno fatta, per meno di 25 anni? » « Semplicissimo, caro amico », rispose un commensale inglese. « *Prima*, non c'era la televisione. » « Già » disse un altro. « Allora, la televisione non era ancora stata inventata! » « Non è vero! — ribatté l'inglese — inventata era stata, ma noi avemmo la saggezza di non lasciarla uscire! »

Tutti lo guardarono con stupore. Ed egli raccontò: « Lord Cashmere di Rutland inventò la televisione nel 1775. La potete trovare negli archivi

segreti del British Museum. Veramente, egli aveva cercato di inventare non la televisione, ma la radio, ma, invece del suono, gli venne fuori un'immagine, sulla sua cassetta ».

« Che sorta di immagine? » chiese un ospite scettico. « Il ritratto di una guardia reale con la giacca rossa che, a Boston, stava fustigando un vecchio coloniale ».

« È incredibile » disse qualcuno. « Proprio! Ad ogni modo, Lord Cashmere si rese conto di aver messo la mano su qualcosa di grosso, talché portò la scatola al Re Giorgio III, perché la vedesse, e ne diede una dimostrazione alla sua Corte, che, in quell'epoca, si riuniva ai "Television Moors" (1), nel Galles ».

« Ah, ecco di dove è venuto il nome! »

« Tutto si trova negli archivi segreti » disse l'inglese. « La Corte rimase stupefatta e atterrita di quanto aveva visto. V'erano corpulenti "giacche-rosse" che battevano poveri coloniali; che spingevano violentemente, quasi a pedate, donne e bambini, che incendiavano le loro case e commettevano incredibili violenze nei villaggi ».

« Ma, Lord Cashmere, in nome di Dio — disse l'Arcivescovo di Canterbury — Lei, che diavoleria ha mai inventata? » « Non ne sono sicuro — disse

(1) I Moors sono località di brughiera.

Lord Cashmere — ma ho l'idea che questa invenzione potrebbe far cambiare tutta la vita e i destini dell'umanità. Pensate, miei nobili amici, che, con questa scatola, tutto il popolo potrebbe aver conoscenza ed essere testimonia di tutti gli eventi e di tutte le novità del nostro tempo. Certo, non dipenderemmo più dalle navi per ricevere le notizie ».

Un alto « evviva » salì nell'aria dei « Television Moors ». Ma subito prese la parola il Generale Sir Ronald Paley, consulente del Re per gli affari militari: « Io non intendo gettare acqua fredda su questa scatola, ma, Signori, mi consentite di farvi osservare che questa invenzione potrebbe significare la fine dell'Impero? Credete che i nostri giovani se ne resterebbero zitti se vedessero quel che facciamo nelle nostre colonie e che cosa succede di qua e di là nel mondo? Il paese si dividerebbe in pezzi! La forza dell'Inghilterra sta nel fatto che la nostra gente non ha alcuna idea, per esempio, di quel che succede oltremare e di ciò che ci tocca di fare ».

Parlò allora Giorgio III: « Sir Ronald ha ragione! Se noi dobbiamo muover guerra nelle colonie, il nostro popolo in patria non deve saper quel che stiamo facendo. E se dobbiamo ritirarci, vogliamo farlo senza che tutto il mondo ci stia a guardare. Lord Cashmere, Ella sta commettendo una cattiva azione verso il suo Paese, con questo suo strano e maledetto congegno. Io le ordino, sotto pena di per-

dere la testa, di non rivelare mai a nessuno questo suo segreto. Sotterreremo la sua scatola qui in questi "Moors", e la Gran Bretagna continuerà a regnare sui mari ».

Tutti i partecipanti al nostro pranzo a New York, avevano ascoltato il commensale inglese, pendendo dalle sue labbra. Egli si tacque.

« Dunque voi inglesi avete mantenuto questo segreto per tutti questi anni? », disse un americano. « Proprio così », rispose l'inglese. « Trent'anni fa, un antropologo americano, compiendo degli scavi nei pressi dei "Moors", fece la scoperta della magica scatola. La girò alla Radio Corporation of America, la quale, senza pensare alle conseguenze, cominciò a fabbricarla su larga scala. Penso voi possiate datare l'origine delle difficoltà incontrate dagli Stati Uniti, come "grande potenza" mondiale, dal giorno in cui la scatola di Lord Cashmere fu messa a disposizione del mondo ». « Che storia straordinaria! » disse Art Buchwald « Le rincrescerebbe se io la scrivessi sul mio giornale? » « La scriva pure liberamente! » rispose il commensale inglese « tanto, ormai, all'Inghilterra essa non può più fare alcun male!... »

Questa mordente storiella, a prescindere dal suo carattere satirico, ha una profonda morale: tutta la metodica politica tradizionale di tanti secoli è stata profondamente alterata dall'influenza della televisio-

ne. Con l'esistenza e il libero funzionamento di essa (e cioè se essa viene usata liberamente e « *secundum veritatem* »), non è più possibile né « imperare », né « colonizzare ».

La lampante controprova di questa verità è data dal fatto che il Cremlino ancora « impera e colonizza » perché non consente della televisione il libero impiego, ma ne fa soltanto un uso mendace e distorto proprio ai fini dell'imperare e del colonizzare.

Ragioni psicologiche e biofisiopsichiche della « forza » rappresentata dalla televisione

La televisione ha preso di gran lunga il sopravvento su tutti gli altri *mass media*, anche per ragioni biologiche, fisiologiche e psicologiche, perché la percezione attraverso la vista (associata del resto, nel caso della TV, a quella attraverso l'udito) è quella che dà le sensazioni più immediate, più intense, più durevoli, più cattivanti.

Si provi a mangiare un piatto che piace nella completa oscurità e si faccia il confronto con il maggior gusto che si prova invece *vedendo* ciò che si sta mangiando.

Si consideri quale importanza fondamentale abbia il fattore visivo nel campo erotico; e così via.

Non vi è dubbio alcuno che le sensazioni visive abbiano un valore, un'efficacia informativa net-

tamente superiore alle informazioni ambientali trasmesse da altri organi di senso (sensazioni uditive, olfattive, gustative, tattili, termiche, ecc.).

Infatti, mentre, per esempio, la percezione di un rumore presuppone, per assumere pieno valore informativo, un'analisi di confronto con rumori precedentemente memorizzati e associati a determinati eventi, la visione di un dato avvenimento è acquisita con pieno valore informativo, e con la massima facilità di memorizzazione, immediatamente e direttamente. Basti, per convincersene, confrontare l'efficacia informativa di uno stesso annuncio ascoltato alla radio o ascoltato *guardando* uno *speaker* della televisione.

Inoltre, davanti alla televisione, noi ci mettiamo inconsciamente nella posizione di spettatori passivi, incuriositi e attenti, che vogliono vedere come « va a finire », come se, non visti, guardassimo attraverso il buco della serratura.

Secondo Albert Einstein, « l'immaginazione è più importante che la conoscenza ».

Secondo Alex F. Osborn, « l'immaginazione è la pietra angolare degli umani sforzi ».

Come osserva in un pregevole studio Costantino Iannaccone, la storia della civiltà è essenzialmente la registrazione dell'abilità creativa dell'uomo. La società moderna, col suo accento sullo sviluppo continuo della scienza e della tecnologia, è indubbiamente

te alle dipendenze dell'immaginazione, come di una sua linfa vitale.

Pensare intelligentemente è pensare in maniera creativa. E noi siamo convinti che non possa esservi vera creatività dove non v'è libertà, e che non possa esservi vera libertà dove non vi è creatività.

Secondo Osborn, le nostre capacità mentali possono essere così classificate:

- 1) capacità percettiva — quella di osservare e dedicar attenzione;
- 2) capacità ritentiva — quella di memorizzare e ricordare;
- 3) capacità razionale — quella di analizzare e giudicare;
- 4) capacità creativa — quella di visualizzare, di prevedere e di produrre idee.

Di queste quattro capacità, quella che permette di elevarci sopra tutti gli esseri è l'ultima: la capacità creativa di nuove idee, cioè la facoltà di immaginazione.

L'immaginazione è tipica dell'uomo, ma essa dipende in larga misura dalla quantità di informazioni che una persona riesce a immagazzinare, poiché è poi su questo terreno delle conoscenze acquisite che germoglia il seme dell'idea.

Esistono due tipi di talento, consistenti in due

differenti capacità mentali: uno che acquisisce l'informazione prodotta e la trasmette ad altri, e un altro che utilizza l'informazione trasmessa da altri per generare e produrre nuove idee personali, porre problemi diversi o produrre nuova conoscenza. È proprio nello sviluppo di quest'ultima capacità che risiede la creatività (1).

(1) Schematizzando, per rendere l'argomento più semplice e più chiaro, si può dire che il meccanismo tipico è il seguente:
fase A: *preparazione* (si raccolgono le informazioni);
fase B: *incubazione* (precede il lavoro mentale inconscio);
fase C: *illuminazione* (emerge la soluzione);
fase D: *verifica* (la soluzione viene tastata, controllata mediante il ragionamento, elaborata).

Quanto più l'individuo ha ingegno creativo, tanto più facilmente sorge l'« idea ». Tuttavia, il grado di probabilità che questa idea sia « buona » è tanto più alto quanto più è stata vasta, precisa e concreta la « raccolta di informazioni » (fase A), e, di conseguenza, l'assorbimento, anche inconscio, delle conoscenze (fase B).

Persone intelligentissime e anche piene di immaginazione producono assai spesso « idee » anche nuove e geniali, ma sbagliate, a volte cattive, a volte disastrose, per insufficienza di conoscenze. (Vedi la storia di molti dittatori).

Da ciò, la stretta necessità del « fact finding » — ricerca e accertamento dei fatti (purtroppo non molto cara a tanta gente). Ed è proprio qui che estremamente preziosa può essere l'opera di una onestamente intenzionata e condotta televisione, come l'opera di una onesta e rispettabile stampa.

Quando, per esempio, si parla delle straordinarie iniziative, dello straordinario successo di determinati imprenditori, o di determinati politici, a ben guardare, esso deriva sì da genialità creativa, ma imperniata sull'acquisizione di una più larga base nel corso della fase A — di un'ampia base cioè di « fact finding ».

Ecco, ripetiamo, un nobilissimo e utilissimo compito per la televisione, come per la stampa.

In sostanza, circa il rapporto di « effetto versus causa » fra creatività e « mezzi di informazione » (stampa e radiotelevisione in particolare), è dimostrato che la creatività ha inizio con l'assorbimento di informazioni e percezioni sensoriali, e che una persona che desidera creare, in un campo qualsiasi, ha bisogno di immagazzinare abbondanti informazioni sul campo in questione.

Quanto più si è aperti al mondo esterno, tanto più facile risulta l'apprendimento.

I nostri sensi, tutti insieme, ci forniscono quelle informazioni di cui abbiamo bisogno. I moderni mezzi di comunicazione hanno potenziato le nostre primitive capacità di recezione; il tempo e lo spazio non sono più un impedimento allo sviluppo delle capacità umane.

La semplice acquisizione di informazioni, però, non basta.

Ciò che rende creativi è piuttosto il modo di richiamare alla mente l'informazione, e l'uso che se ne fa.

Nel processo di risoluzione di un problema, noi siamo costantemente guidati, dall'inizio alla fine, da una serie di criteri che ci incanalano verso la soluzione finale. Questi criteri — di logica e razionalità — non permettono di spaziare « in un'atmosfera di non-valutazione »: sono, in sostanza, delle limitazioni al nostro pensiero.

Un'idea è giudicata « buona » o « cattiva », a seconda della sua pertinenza o meno al problema imposto, a seconda di che cosa potrà produrre nella pratica. Secondo il sociologo Marshal Mc Luhan, il nostro modo di pensare è logico e consequenziale, e ciò è dovuto al lungo influsso della parola scritta, che ci ha portati a pensare sempre in termini di causa ed effetto.

Ora, invece, la televisione è, tra i vari *mass media*, quello in grado di fornire maggior stimolo all'immaginazione, appunto perché la televisione non è legata necessariamente a una consequenzialità logica, come lo è il libro.

Parlando dei rapporti fra televisione e creatività, non possiamo fare a meno di rifarci alle affermazioni del Mc Luhan e al suo libro più famoso *Understanding in Media*. Questo professore del Centro di Cultura e Tecnologia dell'Università di Toronto, ritiene che la « literacy » — ossia il saper leggere e scrivere — sia un ostacolo alla comunicazione, in quanto essa ha originato la maniera « lineare », ossia « consequenziale » di pensare.

Il suo libro in certo senso nega la logica tipica dell'uomo cresciuto sotto l'influsso della parola scritta. Tuttavia non presenta nessuna conclusione; elenca solo concetti (perciò appare contraddittorio a molti commentatori).

La questione venne dibattuta in occasione di

un Convegno internazionale sulla pubblicità televisiva nel mondo. Al lavoro di ricerca del « Centre for Culture and Technology » di Toronto aveva collaborato, al fianco di Mc Luhan, per quindici anni, anche il prof. Harley W. Parker.

Mc Luhan e Parker fecero un tentativo per comprendere il particolare impatto della TV sugli spettatori televisivi.

Già c'erano stati molti studi sulla TV e circa il suo effetto sul pubblico, ma tutti riguardavano il contenuto. Mc Luhan e i suoi collaboratori studiano, invece, il mezzo in se stesso e le sue possibilità intrinseche, come *forma* di comunicazione. In particolare, dimostrano come sia estremamente pregiudizievole, per la comprensione dei *media*, l'ipotesi che eguaglia il *contenuto* di un medium con la sua *qualità*.

« Non intendo dire » afferma Parker « che non esiste nessuna gerarchia di valori nel contenuto, ma piuttosto che ciascuno dei diversi *media* ha il potere di ristrutturare in un'unica maniera *sua* la mente che da esso riceve l'informazione ».

Ciò avviene in quanto il metodo dell'organizzazione tipica di quel mezzo particolare si impone sui processi mentali, e detta le nostre risposte sensoriali.

Mc Luhan cita esperimenti che si conducono abitualmente nei laboratori. Posti dei topi in un labirinto, quando ad essi viene offerto un premio, sot-

to forma di nutrimento, soltanto alla fine i topi sono in grado di percorrere tutto il labirinto fino all'uscita, in maniera piuttosto brillante. Ma se essi vengono nutriti a metà strada, perdono il senso dell'orientamento e non imparano, né seguono il percorso fino alla fine.

Il « bambino del libro » e il « bambino della televisione »

« È possibile che la mancanza di prospettiva, sempre più presente nei giovanissimi fuorviati, la tendenza ad ignorare le mete future per l'attualità del presente » dice il Parker « sia il risultato dell'impatto dato dalla struttura formale della televisione ».

L'organizzazione mentale usata dal vecchio « bambino del libro » era totalmente differente. Egli notava nell'organizzazione del libro una consequenzialità logica che cercava di estrapolare dal mondo della realtà; cercava di vedere costantemente il rapporto di causa ed effetto, e finiva col rimanere cieco a quelle aree dove tale connessione sembrava non esistere.

Invece il bambino odierno, cresciuto in una società orale e televisiva, non pensa in maniera consequenziale.

Il suo ordine mentale tende a corrispondere molto da vicino al mondo reale, dove gli eventi si

susseguono senza una necessaria connessione logica. Quale logica connessione esiste tra il canto di un uccello e lo stridore dei freni o una sinfonia di Beethoven? Eppure queste comunicazioni possono essere ricevute simultaneamente.

Pel « bambino della televisione », essa, a causa della mancanza di un ordine consequenziale nei programmi, gli riporta più da vicino la vita come realmente è. Non viene consentita alcuna progressione ordinata. Si tratta piuttosto di un mosaico, cioè di una specie di icona multi-temporale e multi-spaziale.

Ora, prescindendo dal giudicare se si tratti di un merito o di una colpa, una delle principali ragioni biologico-fisiologico-psichiche del maggior impatto della televisione rispetto a tutti gli altri « mezzi » precedenti, ci sembra risiedere proprio in questo fatto: che l'essere elementare (bambino, uomo semplice, uomo privo di cultura nel senso tradizionale) « risparmia » il ragionamento; non gli occorre, infatti, compiere lo sforzo del determinare i rapporti di connessione fra un elemento e l'altro dello scibile o dell'informazione; non si preoccupa di stabilire il rapporto fra causa ed effetto (non ricerca, cioè, le cause delle cose e dei fatti; li recepisce come gli si presentano).

Un nostro amico che lavorava presso Moncalieri aveva sette figli, adolescenti, infanti, bambini. Tutti frequentavano una scuola del paese e non erano

mai andati in città. Un giorno il padre li portò a Torino in un caffè dove suonava un'orchestrina. I ragazzini, stupefatti, dissero al padre: « Guarda, papà, che cosa strana! Ci sono degli uomini che fanno la radio! »

Queste sono le cose su cui bisogna riflettere se si vogliono comprendere i *massa media* e specialmente la televisione. Ciò che la gente apprende dal video è per essa il « vangelo della realtà ». Lo spettatore, ammenocché non faccia parte di una élite intellettuale, non « risale » a monte, non ragiona sui *motivi*. E tanto meno ragiona sugli *scopi* per cui possono essergli propinate determinate immagini. Egli si limita ad assorbirle direttamente come verità, per irrazionali che esse possano essere.

Uno psicologo-psichiatra ha giustamente detto che, mentre l'uomo adulto è continuamente combattuto tra l'informazione e la non informazione, il bambino vive spesso in un mondo di informazione totale. Infatti, l'adulto sente e sa di non sapere tutto quello che non sa (il che significa miliardi di volte quello che sa); quindi, specialmente se è intelligente, si trova permanentemente nella crisi di non sentirsi abbastanza informato. Il bambino, invece, non avendo ancora alcuna idea dell'assoluta sconfinatezza del campo delle conoscenze, sente e crede di sapere tutto (quello che sa gli sembra essere quanto c'è da sapere). E quando fa una domanda, per sapere qual-

cosa, ottenuta la risposta, gli sembra di aver chiuso, almeno per quella volta, il problema del suo scibile. Orbene, la televisione rafforza questo stato psichico: dà il senso di aver fatto sapere quanto c'era da sapere, dà all'uomo semplice il senso di essere informato, direttamente ed esaurientemente.

Ecco in che consiste il maggior pericolo, ma anche la forza immensa della televisione. Ciò spiega tante cose, ammonisce su tanti rischi e invita a meditare su quante buone e sante opere si potrebbero compiere nel mondo intero mediante una televisione usata con intelligenza, e con superiore spirito umano e sociale.

Uno degli assunti fondamentali di Mc Luhan è che potremo comprendere le persone, se comprendiamo i *media*.

Riassumendo, quando ci accostiamo alla televisione, dobbiamo tenere presente la sua diversa struttura formale e non cadere nell'errore di valutarla con le misure tipiche di altri mezzi.

Stampa e TV sono complementari

Tra stampa e televisione esiste non un'antitesi, ma una complementarità. La televisione ha largamente integrato, e spesso sensibilmente superato, l'azione della stampa, così indispensabile, preziosa, e sempre così benemerita e determinante per il progresso della civiltà.

Malgrado tutto quello che abbiamo detto e diremo circa la capacità della televisione, siamo convinti che un paese il quale, ai fini dell'informazione, dovesse vivere interamente esclusivamente della televisione e fosse privo di quotidiani e settimanali si troverebbe in una condizione terribilmente disgraziata, che ci farebbe paura.

Il sinergismo stampa-televisione

Si può, in certo senso, affermare che la funzione della stampa e quella della televisione si sommino in un felice sinergismo (cioè con un risultato avente valore moltiplicato, o quantomeno rafforzato, rispetto alla somma netta dei valori delle due funzioni, prese ciascuno a sé).

Il quarto potere

La televisione ha apportato una vera e propria « rottura totale del modo di informazione », una novità assoluta in questo campo, rispetto ai molti secoli precedenti, una nuova forza mordente.

Mentre, sino a 25 anni fa, il « quarto potere » — dopo l'esecutivo, il legislativo e il giudiziario — poteva essere considerato la stampa, oggi il quarto potere è dato da « televisione e stampa ». Ma questo quarto potere è divenuto oggi così notevole da condizionare persino quello legislativo e quello esecutivo.

Ed ecco sorgere subito la domanda angosciosa:
« *nelle mani di chi* si deve trovare la leva politica
più formidabile che mai sia esistita? »

Se la si lascia nelle mani di un gruppo privato,
non si corre il rischio ch'essa venga adoperata per ser-
vire interessi particolari?

Se essa casca nelle mani dello Stato, l'informa-
zione può diventare... « totalitaria ».

Come una radiotelevisione di Stato può es-
sere l'espressione della nazione, che dura, senza es-
sere il privilegio del governo, che passa? Come con-
ciliare uno strumento immensamente influente, ma
anche immensamente influenzabile, con l'obiettività
di informazione e la pluralità dei punti di vista, senza
rinunciare mai del tutto a un controllo della Comu-
nità e quindi del suo strumento costituzionale ed
esecutivo, e cioè del governo, il quale, tuttavia, nor-
malmente, non può non essere, in qualche misura,
parziale? C'è di che appassionare il cuore e la mente
di ogni uomo libero.

Occorre, contemporaneamente, proteggere un...
« giornale » dagli interventi isoorientati di un go-
verno, che non può non aver una istintiva tendenza
a confondere gli interessi propri con quelli del paese,
e, nello stesso tempo, proteggere un governo, espres-
sione della sovranità nazionale, da una utilizzazione,
fatta contro di esso, di un mezzo di informazione di

cui certi... « giornalisti » potrebbero dimenticare il carattere « nazionale ».

Si tratta di una duplice barriera, certo non facile da erigere e conservare. Ce ne occuperemo più avanti.

Stessi princìpi per stampa e televisione

Comunque, si può chiamare la televisione, in certo senso, « una nuova stampa per i tempi nuovi », e i princìpi culturali, etici, giuridici, politici, legislativi che presiedono all'interpretazione, all'utilizzazione, allo svolgimento, ai limiti dell'azione televisiva non possono non essere gli stessi che presiedono alla stampa e che sono stati ormai da tempo accettati come reggenti l'azione della stampa.

Capillarità della televisione

D'altro lato, bisogna riconoscere che la televisione oggi raggiunge, abbraccia, tocca, investe, convince e condiziona, con tutto il suo modo di essere, un numero di cittadini infinitamente maggiore di quanto non potesse e non possa riuscire a farlo la stampa. Essa, inoltre, è l'unico mezzo di informazione che permette di assistere, « in contemporanea », ad avvenimenti che si verificano a migliaia e migliaia di chilometri di distanza.

Limitatezza e staticità della circolazione dei giornali

La circolazione effettiva, in Italia, di tutti i quotidiani esistenti (78 « testate » nel 1968, contro 94 « testate » nel 1960 e 136 « testate » nel 1946 — il fenomeno della diminuzione e concentrazione delle testate è stato negli ultimi 25 anni generale, nel mondo) è di circa 5 milioni e mezzo di copie o poco più (essa è rimasta press'a poco su tale base complessiva, quasi invariata, negli ultimi lustri).

Si avrebbero, così, in Italia, circa un centinaio di esemplari di quotidiani per ogni mille abitanti. Percentuale questa che — ahimè — è la più bassa (ventisettesimo posto), considerando 27 paesi fra i più civilizzati del mondo.

Confronto coi quotidiani all'estero

In Svezia circolano 505 copie di quotidiani al giorno per ogni 1000 abitanti; in Inghilterra 479; in Giappone 451; a Tokio v'è un giornale che da solo tira 9 milioni e mezzo di copie al giorno; in Islanda 435; nella Germania Orientale 400; nella Nuova Zelanda 399; in Norvegia 384; in Svizzera 376; in Australia 373; in Danimarca 347; nella Germania Occidentale 326; in Uruguay 314; negli Stati Uniti 310; nei Paesi Bassi 293; in Belgio 285; in Cecoslovacchia 280; nell'URSS 264; nell'Austria 249; in Francia 248; in Irlanda 246; in Canada 227; in

Polonia 167; in Romania 157; in Argentina 148; in Israele 143; in Messico 116.

In Italia, come detto sopra, circa cento.

La nostra percentuale, del 10% circa, è veramente sconcertante, tanto più se si pone mente al buon numero di antiche e gloriose testate di luminosi giornali, e al grande numero di giornalisti colti, valorosi, brillanti, efficienti che esistono da noi.

Il pubblico legge i giornali solo parzialmente

Ma, sebbene in Italia numerosi siano, e mirabili, i giornalisti di valore, il nostro pubblico ha poca voglia, purtroppo, di leggere i giornali, e, quel che è peggio, la stragrande maggioranza di coloro che pure li leggono, assai poco si dedica agli articoli di fondo (pur essendo essi assai spesso così concettosi, e determinanti, quale fattore di formazione della opinione pubblica), agli articoli, quasi sempre interessantissimi, contenuti nella « terza pagina », pieni di cultura, di varietà interessanti, di saggi, di studi particolari, di commenti, molto spesso acuti, geniali e arguti, per dedicarsi piuttosto a una frettolosa e superficiale lettura di titoli, nonché alle rubriche « cronaca nera », e soprattutto sports, spettacoli et similia.

L'unico conforto a questa desolante constatazione possiamo trovarlo nel confronto, per esempio, con la Francia, per la quale i dati risultano superiori ai nostri, ma non sono certo brillanti.

Anche il francese è un consumatore assai modesto di quotidiani. Come abbiamo visto, la Francia è, in tale consumo, al 19° posto tra i 27 paesi considerati. Nel 1967 — ultimo dato disponibile — si pubblicavano 13 quotidiani a Parigi con una tiratura di 4.384.032, e 80 quotidiani di provincia, con una tiratura di 7.879.348: tiratura totale 12.263.370. Si calcola che ogni mille famiglie siano raggiunte da 730 quotidiani, mentre in Inghilterra sono 900 i quotidiani per ogni mille famiglie; negli Stati Uniti 820 quotidiani per ogni mille famiglie; nella Germania libera 860 quotidiani per ogni mille famiglie. In Italia, soltanto 350 quotidiani per ogni mille famiglie.

Anche in Francia, come in Italia, la tiratura globale dei quotidiani è rimasta quasi stabile negli ultimi trent'anni, malgrado il notevole incremento della popolazione (aumentata di oltre il 30% dal 1938 a questa parte). Bisogna ammettere che, come del resto in Italia, tale fenomeno è stato in parte compensato dall'aumento di importanza, proporzionalmente maggiore, della stampa periodica.

Comunque, i paesi latini in generale leggono meno giornali che gli anglosassoni o gli scandinavi.

Rapporto fra il « contatto » (col pubblico) dei quotidiani e quello della TV.

Orbene, contro soltanto il 10% di lettura (parziale o parzialissima) dei giornali, da parte della po-

polazione italiana, sembra vi sia in Italia un ascolto televisivo oscillante fra i 21 e i 30 milioni di persone di ambo i sessi e di ogni età, a seconda dell'argomento (1).

Vediamo le cifre: nel 1968 si avevano 7 milioni 665.959 abbonamenti televisivi; sembra che nel gennaio del 1970 il numero degli abbonamenti fosse di 9 milioni e 70 mila circa.

A questi si devono aggiungere gli apparecchi televisivi abusivi (evasori cioè dell'abbonamento), forse da uno a due milioni.

Consideriamo, dunque, un minimo effettivo di dieci milioni di televisori.

Dato che, come media generale nel mondo, si calcola che ogni televisore abbia circa tre spettatori e mezzo o poco meno, in Italia si dovrebbe dunque calcolare un « ascolto » di circa 35 milioni, sugli oltre 54 milioni di abitanti. Ma ci è stato detto che l'ascolto effettivo sia quello sopra indicato, dai 21 sino, nei casi massimi, ai 30 milioni di persone, a seconda dei programmi (i non pochi televisori collettivi dei bars, caffè, alberghi, sale, ecc. fanno media con molti televisori aventi ascoltatori più... solitari). Le cifre corrispondono dunque a un indice medio sui

(1) Sebbene, come già detto, non intendiamo occuparci nel presente lavoro della Televisione Italiana, tuttavia questo confronto ci pare utile, come base di riferimento, parlando di televisione in senso mondiale.

due e mezzo, o comunque sotto ai tre ascoltatori per televisore.

Comunque sia, anche prendendo l'« ascolto » minimo di 21 milioni, dal confronto coi 5 milioni di copie dei giornali, risulta quanto sia più vasto in Italia il « contatto » col pubblico da parte della televisione rispetto a quello dei giornali, anche ammettendo che ciascuna copia del giornale sia vista da 2-3 persone.

E ciò vale anche, e soprattutto, per i giovani.

Anche se consideriamo un paese come l'Inghilterra, nel quale pure il numero dei quotidiani che circolano si avvicina alla metà degli abitanti (479 copie per ogni mille abitanti), abbiamo anche in questo caso dei dati impressionanti, a dimostrazione della forza d'impatto della televisione.

Notevole è in Inghilterra il numero dei giornali. Per i nove massimi quotidiani londinesi, che circolano in tutto il paese, esso è di 15.052.058. I quattordici *leading provincials*, e cioè i principali giornali di provincia, circolano in numero di 2.600.516 copie. Si ha, quindi, un totale di 17.652.574, per una popolazione di 55 milioni.

L'ascolto televisivo in Inghilterra raggiunge pertanto i quattro quinti della popolazione (circa due terzi per la televisione commerciale libera (*Independent*) e circa un terzo per la televisione di Stato (BBC).

La TV fa concorrenza alla stampa?

Non abbiamo sufficiente competenza per stabilire se sulla evoluzione negativa (quantitativa) della stampa abbia giuocato, e quanto, la concorrenza della televisione.

Persone competenti affermano, tuttavia, che la concorrenza della televisione non sembra essere stata un fattore essenziale a quegli effetti, e cioè non sembra che il progressivo sviluppo del numero dei televisori negli ultimi venti anni abbia avuto un'influenza diretta sul mercato dei quotidiani.

Per incidenza, si può osservare che, presso un popolo, per esempio, così intelligente e con una buona media di istruzione, com'è quello francese, praticamente nessun nuovo giornale creato dal 1948 a questa parte sia stato durevole, specialmente a Parigi, dove tutti i tentativi di lancio di giornali nuovi sono rapidamente falliti. (Proprio in questi giorni è stata, fra l'altro, annunciata la cessazione del « Paris-Presse » « L'Intransigeant » a partire dall'11 luglio '70).

Tuttavia, in due importantissimi paesi, gli Stati Uniti e il Giappone, all'imponente sviluppo della televisione si è accompagnato un notevole sviluppo anche dei giornali.

Nel secondo paese, si è assistito addirittura al raddoppio della tiratura globale della stampa quotidiana (in Giappone stiamo assistendo a un rinnovamento globale dei metodi e delle tecniche che ave-

vano finora condizionato la stampa quotidiana; e probabilmente è questo il fattore che ha consentito ai giornali di non perdere terreno, anzi di affermarsi di più).

Negli Stati Uniti, nonostante che anche lì si sia registrato il fenomeno della progressiva diminuzione del numero delle testate, comune a tutti i paesi (effetto delle concentrazioni e dell'assorbimento di giornali minori da parte di maggiori), l'industria della stampa quotidiana ha acquistato una capacità di impatto senza precedenti. Nel 1967 si pubblicavano 1749 giornali, con una tiratura globale quotidiana di 62,6 milioni di copie, e abbonamenti e vendite fornivano un reddito complessivo di oltre due miliardi di dollari (pari a più di tre mila miliardi di lire). La tiratura dei giornali americani è ancora ulteriormente aumentata negli ultimi anni, e ciò, si può tranquillamente affermarlo, malgrado la televisione.

Napoleone aveva detto che « tre giornali ostili sono da temere più di diecimila baionette nemiche ».

Si deve ora seriamente temere una decadenza della stampa come *mass medium*?

Pensiamo piuttosto che per i giornali si ponga probabilmente la necessità, per sopravvivere con rinnovata forza e con una capacità d'influenza non diversa da quella esercitata in passato, di evolversi e adeguarsi ai tempi nuovi.

Il giornale, un prodotto che come tanti altri

ha risentito del progresso tecnico, può superare l'apparente crisi; le forme vecchie e nuove d'informazione possono coesistere. Anche in una civiltà squisitamente audiovisiva, la carta stampata potrà sempre avere un suo preciso e fondamentale ruolo da assolvere. Ciò nella misura in cui saprà rinnovarsi e differenziarsi dagli altri *media*, ritrovare cioè una sua distinta e giusta funzione.

Si tratta di un problema di tecniche, ma anche soprattutto di un problema di contenuti.

La radio *annuncia*, la televisione *fa vedere*, il giornale *spiega*, ha detto il fondatore del « Monde », Hubert Beuve-Méry. Si tratta di riempire meglio uno spazio vuoto. Se il giornale ci riuscirà, riuscirà anche a recuperare la strada finora perduta. E non dimentichiamo che c'è sempre il campo, in alcuni paesi non abbastanza coperto, oltre che del giornalismo di verace spiegazione e commento, anche del giornalismo di leale opinione, del giornalismo di onesta battaglia contro la menzogna, del giornalismo di difesa dei valori della civiltà bianca e democratica (e non soltanto di quelli edonistici), del giornalismo formatore dell'uomo vero, di quello eternamento vero!...

Più avanti, avremo occasione di parlare dei nuovi giornali, prodotti dell'era elettronica.

Dicevamo, comunque, che forse, per fronteggiare la concorrenza dei mezzi audiovisivi, il giornale deve risolvere un problema di rinnovamento an-

che delle proprie tecnologie, forse ricorrendo in parte alle stesse risorse del settore rivale.

Altrimenti, saranno le compagnie radiotelevisive che invaderanno il campo del giornalismo. Da qualcuno, questa strada è stata già intrapresa. La Radio Corporation of America si è proposta di sperimentare la consegna a domicilio di un fac-simile di giornale, utilizzando i normali canali televisivi, e ha chiesto alla Commissione Federale delle Comunicazioni l'autorizzazione ad effettuare prove, nelle ore che seguono la chiusura di programmi TV. Anche se non è nuova l'idea di trasmettere materiale stampato a domicilio, la vera innovazione consiste nell'usare un sistema di « autostop elettronico », miscelando, alla stazione trasmittente, i segnali con quelli dei normali programmi. Il segnale miscelato viene ricevuto da comuni antenne televisive delle case, e passa all'apparecchio stampatore, senza disturbare la ricezione in corso di una commedia o di uno spettacolo musicale. Questo servizio informativo, che, tuttavia, secondo il vice presidente dei Laboratori R.C.A., Hiller, potrà essere attuato solo tra alcuni anni, comprenderebbe inizialmente una selezione di notizie in breve, testi di discorsi presidenziali, risultati sportivi, bollettini di borsa, vignette umoristiche, articoli, e bollettini meteorologici.

E già un quotidiano giapponese sta sperimentando la trasmissione in fac-simile, in collaborazione con una grossa compagnia televisiva (la stampa giappo-

nese ha notevoli interessi nelle emittenti TV private). Tuttavia, il tentativo sembra non abbia suscitato molti consensi tra i lettori. In un recente studio sulla stampa giapponese, si afferma che, mentre il giornale conserverà sostanzialmente la sua forma attuale, subirà, tuttavia, mutamenti tecnici, primo fra tutti, l'aumento delle pagine. Oggi in Giappone i tre maggiori quotidiani, l'« Asahi Shinbun », lo « Yomiuri Shinbun » e il « Mainichi Shinbun », pubblicano già trenta pagine ciascuno, e si prevede che possano aggiungere altre, utilizzando carta prodotta con materie nuove, come ad esempio le resine sintetiche (crediamo che i fogli di polietilene per la stampa dei giornali siano già stati sperimentati anche in Italia).

Gli esperti giapponesi prevedono anche l'automazione della composizione dei testi mediante linotypes elettroniche, e l'adozione di stampatrici elettrostatiche ad altissima velocità.

Negli Stati Uniti, il Centro di ricerche dell'ANPA, l'associazione degli editori di giornali, e i Laboratori Bell dell'American Telephone and Telegraph Co. hanno annunciato la messa a punto di sistemi digitali di trasmissione di pagine di giornale in facsimile, che potranno ridurre notevolmente i costi per le distanze brevi. Sembra che a tali sistemi già abbiano dimostrato interesse numerosi giornali americani.

Lo stesso Centro di ricerche dell'ANPA ha realizzato un sistema elettronico unitario brevettato con

la sigla (American Newspaper Publishers Abstracting Technique). Esso consente a un calcolatore di utilizzare le registrazioni di un qualunque servizio telefonico inoltrato al giornale, accorciando il testo originale secondo il desiderio della redazione, oppure allungandolo con interpolazioni redazionali. Dieci giornali di diverse zone degli Stati Uniti si sono avvalsi di questa assistenza elettronica in momenti di difficoltà del lavoro. Questa idea di un « computer-redattore » apre prospettive allucinanti.

Vogliamo, infine, far notare che, in molti paesi, fra i proprietari, o azionisti, delle società televisive, figurano, in prima linea, proprietari di giornali ed editori.

Pubblicità sulla stampa e pubblicità TV

Un altro quesito è stato talvolta avanzato circa gli effetti sulla stampa dalla introduzione della pubblicità nella televisione.

In Inghilterra, la pubblicità televisiva ha debuttato, con la creazione della televisione indipendente, il 30 luglio 1954, quando già vi erano 5 milioni di televisori installati presso gli spettatori della televisione di Stato, la quale, appunto, in quanto di Stato, ha sempre escluso la pubblicità.

La sparizione progressiva, ma continua, di numerosi organi di stampa in Inghilterra, fra i quali il « News Chronicle » nel 1960, che tirava 1.162 mila

esemplari, il rilievo del « Times » nel 1966, da parte del gruppo Thompson, e l'accentuarsi della concentrazione di altri giornali, venne in Inghilterra ad un certo momento imputata, almeno in parte, alla perdita delle entrate pubblicitarie che la stampa aveva subita a causa della televisione (dal 1962 più del 25% degli incassi pubblicitari andarono alla televisione).

Si può, tuttavia, rilevare, per obiettività, che la televisione aveva provocato un gonfiamento del volume globale delle spese pubblicitarie che la stampa da sola, per i suoi stessi limiti naturali e quantitativi, non avrebbe potuto suscitare. Comunque, per rimediare in parte a dette perdite, in Inghilterra sono state prese decisioni affinché certe società di stampa, rimaste fino allora al di fuori, fossero introdotte nell'azionariato delle società concessionarie della Televisione indipendente.

Le ultime cifre conosciute per l'Inghilterra sembrano indicare una netta rimonta della pubblicità a mezzo della stampa: molti importanti utenti affidano ai giornali campagne pubblicitarie che venivano precedentemente passate alla televisione.

A proposito di questi problemi, può forse interessare il sapere che nella Germania libera le aliquote sul valore globale della pubblicità al pubblico sono del 78,2% per la stampa, e dell'11,1% per la televisione.

In Svizzera, dell'83,6 per la stampa, e del 7,3 per la televisione.

A proposito della *vexata quaestio* se sia vero che la pubblicità televisiva sottrae pubblicità ai giornali, come alcuni sostengono, o se ciò non sia vero, come sostengono altri, si può, a ogni modo, ricordare il caso della Francia.

L'ORTF, essendo statale, non trasmetteva sino al 1968, né poteva accettare pubblicità alcuna. Negli ultimi tempi di De Gaulle, vi fu tutta una campagna per far fare dall'ORTF anche la pubblicità, come già la faceva qualche altra televisione statale.

Questa campagna venne sostanzialmente attribuita alla volontà di De Gaulle di danneggiare i giornali, in quanto questi gli facevano la fronda.

La pubblicità venne effettivamente introdotta alla televisione statale francese prima che cadesse De Gaulle, e pare che essa già raccolga pubblicità per circa 43 miliardi di vecchi franchi in ragione d'anno.

I giornali sostengono che gran parte di tale pubblicità costituisca una sottrazione alle loro entrate. Non ne abbiamo le prove.

Per incidenza, possiamo aggiungere che il progetto, di cui si parla, di una nuova Televisione indipendente in Francia contemplerebbe, a quanto si dice, circa 40 miliardi di franchi vecchi di pubblicità all'anno.

Forse non han torto coloro che sostengono che

la TV aggiunge nuove fette alla torta comune della pubblicità, più di quante non ne sottragga. In effetti, in nessun paese, nemmeno in quelli nei quali la pubblicità più si è sviluppata, il volume della pubblicità da parte della stampa si è ridotto, anzi, esso ha continuato dappertutto a crescere. Forse la pubblicità a mezzo TV è « proprio un quantum che si aggiunge » a quello della « pubblicità a mezzo stampa », anche perché la presenza pubblicitaria nella TV non è soltanto un « mezzo di réclame », ma soprattutto un « mezzo di dimostrazione »; a prescindere dal fatto che esistono forme pubblicitarie non facilmente rappresentabili e prodotti non facilmente propagandabili mediante la televisione.

La TV strumento informativo per eccellenza

Comunque, nessuno potrebbe oggi mettere in dubbio che la televisione sia il più poderoso strumento informativo che fino a questo momento la tecnica e il talento umano abbiano posto a servizio della società, così come cinque secoli fa lo fu la stampa con Gutenberg, o nel 1920 la radio.

L'importanza sociologica della TV

Una così alta importanza sociale della televisione giustifica ampiamente la preoccupazione dei sociologi nello spiegare la sua intrinseca realtà e nel tracciare i giusti limiti delle sue realizzazioni.

Il complesso del « buco della serratura »

La televisione sfrutta, fra l'altro, quel fattore al quale abbiamo accennato, e che potrebbe chiamarsi il complesso del « buco della serratura », in quanto essa dà a ciascun individuo la possibilità di penetrare nella vita di tutti i suoi simili. Essa rappresenta nella vita dell'individuo il più potente fattore di « partecipazione », e questo fattore, che agisce su così vasta scala, si distingue, da un lato, per la sua associazione intima con gli individui, per la sua penetrazione in tutti i focolari domestici e, dall'altro, per il carattere onnipresente e istantaneo della sua azione. E qui si pone subito il problema del come assicurare una « partecipazione » genuina, evitandone qualsiasi mistificazione.

La « sociologia della televisione »

Georges Friedman definisce la « sociologia della televisione » come lo studio delle inter-azioni fra la società e le collettività che la compongono, da un lato, e le grandi tecniche di comunicazione, specialmente quella televisiva, dall'altro.

Non corre dubbio veruno che l'avvento della TV abbia rappresentato uno dei fenomeni di più radicale trasformazione del mondo moderno, soprattutto per la sua incidenza sui modi nei quali si è confi-

gurato tradizionalmente il rapporto tra individuo e collettività.

Come questa trasformazione si sia andata verificando lo si può rilevare ripercorrendo l'arco di tempo abbastanza breve che ci separa dai primordi della televisione.

Dapprima, la TV irrompe in una società che è in piena evoluzione tecnologica, ma conserva, nelle sue caratteristiche essenziali, strutture consolidate nel tempo, disparità culturali ed economiche permanenti, costumi e consuetudini ereditari: una società estremamente differenziata, ma nello stesso tempo cristallizzata.

Il mezzo televisivo viene accettato all'inizio come una curiosa novità (stessa accoglienza che ebbe il cinema ai tempi dei fratelli Lumière), come un'occasione di svago; ma ben presto s'impone per la sua capacità informativa e formativa, in altri termini per il suo potenziale culturale. Agli inizi, apocalittiche sono le previsioni dei depositari della cultura di élite, che accusano il diabolico scatolone elettronico di incoraggiare la passività intellettuale, di introdurre l'assuefazione alle immagini, come una droga, di tendere alla massificazione dei cervelli. Tuttavia taluni risultati, che la realtà rende evidenti, smentiscono questi eccessivi timori.

È, infatti, incontestabile che la TV ha provocato

una reazione a catena di tale portata, che non può essere liquidata con sufficienza, o con indifferenza.

Ha, anzitutto, promosso, là dove si riscontravano stadi di sottosviluppo, un rapido ed esteso superamento di condizioni di estraneità e di anacronismo culturale, stimolando l'alfabetizzazione, facendo sorgere interessi e curiosità prima ignorati, cointeresando ai problemi della collettività settori della popolazione isolati o addirittura inerti.

E anche dove già esisteva una evoluzione avanzata la TV ha contribuito all'omogeneizzazione del costume, dei gusti, del linguaggio, dei comportamenti culturali. L'influsso sulle abitudini quotidiane trova conferma in qualsiasi nucleo familiare; la pressione sul linguaggio è facilmente rilevabile ascoltando, ovunque, discorsi nei quali le espressioni, magari scorrette o improprie, dei personaggi del video sono divenute patrimonio corrente.

« È certo » ha scritto il sociologo Franco Ferrarotti « che, pur con tutti i suoi limiti, la TV, al confronto con gli altri *mass media*, è ancora la prima grande occasione di incontro con la cultura e la pseudocultura, almeno per quel pubblico che non è stato ancora toccato da altre forme di divulgazione culturale ».

Soprattutto rispetto al prolungato ristagno culturale, la TV si presenta come scuola di attualità e non va dimenticato che in alcuni centri, caratterizza-

ti da isolamento sociale secolare, essa è giunta prima dell'alfabeto.

Ciò si è verificato per molti degli abitanti della Valle del Basento, tra i quali Lidia De Rita ha condotto un'indagine sugli effetti della TV nel mondo rurale del nostro Mezzogiorno.

In questo saggio, sui "contadini e la TV", leggiamo che il teleschermo "finisce con l'essere l'unico — o quasi — aggancio con la cultura cittadina, l'unica via attraverso la quale questa può imporre forme di vita e di mentalità nuove", ed è proprio "l'accento posto sulla necessità dell'istruzione, dell'igiene e del decoro personale" il principale aspetto positivo dell'azione esercitata dalla TV su questi ambienti.

È un caso limite, tra i tanti, che, però, conferma con tutta evidenza quella funzione di tipo attivo, integrativo, che un altro sociologo, Francesco Alberoni, attribuisce alla televisione.

Egli rileva che, superata la prima fase di integrazione socio-culturale, la TV dovrà sempre più cimentarsi nel settore civico-politico, e si augura che essa voglia e possa far « partecipare » alla ricerca sui nuovi fenomeni collettivi e al dibattito sui nuovi problemi, le nuove istituzioni, le nuove « invenzioni » sociali, « quei milioni di cittadini che essa ha contribuito a dotare di una coscienza di comune appartenenza, e di responsabilità ».

Il secondo momento dell'azione trasformatrice televisiva, dopo l'abilitazione di grandi masse ad una fruizione primaria dei benefici della civiltà, potrà essere lo stimolo costante alla loro partecipazione concreta e diretta alla vita sociale, politica, economica e culturale.

L'incidenza della TV sul comportamento degli uomini

Si tratta, infatti, dell'inserimento in una nuova dimensione dell'individuo nell'umanità e dell'umanità nel suo universo. La televisione è un fattore incidente sui valori e sugli atteggiamenti degli uomini, valori e atteggiamenti che a loro volta influiscono sulla televisione.

La televisione non ha diminuito l'importanza della radio

Vogliamo infine sottolineare che, per quanto giustamente si consideri il maggiore impatto della televisione, rispetto a quello della radio, nei confronti dello spettatore-ascoltatore, non va sottovalutata l'importanza della radio, né si deve ritenere che tale importanza sia o sarà mai decadente. In fin dei conti, la radio presenta anche il vantaggio di poter essere ascoltata anche in mancanza di energia elettrica e di

essere ricevibile con maggiore facilità e minor costo. Ciò anche senza dimenticare che già esistono televisori portatili funzionanti a batteria, e che, con l'estensione dell'impiego di circuiti integrati, la diffusione dei medesimi si estenderà sempre di più. Comunque, la radio costituisce, in pratica, una specie di sottofondo costante, quasi una presenza « subliminare ».

Le libertà sociali

L'avvenuta evoluzione, nei regimi democratici moderni e nell'ambito della protezione legale delle libertà (da quelle individuali alle libertà sociali), si deve in buona parte alla radiotelevisione.

Non può esservi libertà d'opinione se non v'è libertà di televisione

Il concetto dell'attività televisiva non può perciò prescindere dal concetto di libertà.

In quanto la televisione rappresenta oggi, in misura ampliata e rafforzata, ciò che sino a ieri aveva rappresentato, da sola, la stampa, si stenta ad ammettere che in un paese si possa parlare di libertà di opinione e di stampa se in esso non vi sia « libertà di televisione ».

Naturalmente, l'ovvio diritto dell'uomo di comunicare il proprio pensiero agli altri uomini (che de-

ve essere rispettato in qualsiasi stato democratico, essendo esso una necessità legittima e imperiosa dell'essere umano), deve essere, così nel caso della stampa come in quello della televisione, considerato come un diritto « pieno » ma non « assoluto », nel senso che si può e si deve ammettere l'esclusione degli abusi della libertà aventi conseguenze pregiudizievoli per gli altri e per la società nazionale di cui trattasi.

Ma le limitazioni all'uso della televisione non sembrano poter andare oltre quelle morali, giuridiche e pratiche che valgono per l'uso della stampa.

La TV può rappresentare un'arma pericolosissima

Qualcuno ha detto che la televisione è il ritrovato più importante dopo la bomba atomica. Non riteniamo che questa definizione sia esagerata. Soltanto, come per qualsiasi altro ritrovato, la sua pericolosità dipende da chi e dal come essa venga adoperata. Da qui l'interesse che ci è sembrato scorgere di uno studio accurato di questa materia.

Ciò che importa è l'uomo. Lo strumento in se stesso non ha altro valore che quello che l'uomo gli attribuisce nell'usarlo. Nulla vi è di buono o di cattivo in quanto l'ingegno umano sa creare, sino al momento in cui a ciò non si dia una destinazione.

La classificazione fra il bene e il male dei *mass*

media dipende dalle intenzioni e dal comportamento di chi le utilizza, siano essi governi o privati cittadini.

Le televisioni statali

Nel campo della televisione, vi sono nel mondo sistemi statali esclusivi, nei quali tutto viene centralizzato dallo Stato.

Questo sistema, evidentemente assai discutibile, è quello applicato soprattutto nei paesi totalitari, nei quali vi è monopolio integrale di Stato, in quanto in tali paesi la radio e la televisione rappresentano anche uno degli strumenti del potere assoluto, assieme a quello delle polizie, più o meno segrete e più o meno terroristiche, dell'esercito, delle milizie speciali.

Nei paesi, per esempio, comunisti (nei quali il potere legislativo si confonde col potere esecutivo e in esso si assorbe, il potere giudiziario praticamente non esiste, essendo rimesso all'arbitrio politico, né esiste il quarto potere, quello della stampa), è ovvio e naturale che la televisione venga adoperata come un'arma di governo, come uno strumento nel quadro dell'abituale deformazione e distorsione della verità, e cioè del capovolgimento dei fatti, del processo di imbottimento dei cervelli attraverso una sistematica propaganda coordinata, ininterrotta e martellante, col concetto (non del tutto infondato) che qualsiasi menzogna, a furia di essere ripetuta con impassibile e

sistematica tenacia, può finire con l'essere assunta e ritenuta come verità.

Nei paesi liberi e democratici, si hanno situazioni televisive basate esclusivamente sulle emittenti e reti private (anche assai numerose, come negli Stati Uniti), senza alcun intervento dello Stato; si hanno situazioni miste di coesistenza di enti televisivi statali con enti televisivi indipendenti (come in Inghilterra, rispettivamente uno e uno) e in alcuni paesi si hanno situazioni di monopolio statale e parastatale.

I pericoli del monopolio statale

Naturalmente, la televisione unicamente in mano allo Stato può essere uno strumento pericoloso, tale da aiutare regimi o settori governativi a limitare i diritti e le libertà del cittadino.

Essa può essere capace di far risaltare successi, o di occultare insuccessi, per ragioni di governo o di partito, ponendo, così, l'attività televisiva a servizio dei governanti.

In casi estremi, influenze politiche o partitiche, interne o esterne, possono condurre a situazioni nelle quali la televisione statale venga utilizzata addirittura contro lo Stato stesso, contro il governo, contro gli interessi della nazione.

La televisione statale può presentare seri pericoli non soltanto nel caso di governi dittatoriali —

come quelli assoluti dei paesi totalitari — ma anche in situazioni di governi deboli, o eccessivamente indulgenti.

In questi casi, si può profilare il pericolo che, magari anche per calcoli errati di convenienza o di opportunità politica, si tolleri l'ingerenza della radiotelevisione statale di determinati partiti politici. Il che è tanto più grave ove si tratti di partiti politici di obbedienza straniera. (In qualsiasi paese libero e democratico, il giuoco dei partiti può e deve essere alterno e vicendevole e possono, senza danno eccessivo e durevole, compiersi esperienze più o meno ardite, in un senso o nell'altro [come ce ne sono state dappertutto negli ultimi 2.500 anni] ché, in definitiva, il buon senso, la logica e gli orientamenti psicologici che derivano dalle eterne e immutabili leggi bio-fisiologiche che reggono la vita dell'uomo e ne determinano interessi e azioni, a dispetto di qualsiasi artificiosa impostazione filosofica, ideologica e teorica più o meno aberrante, e più o meno demagogica, finiscono col ristabilire quell'equilibrio, che è il più giusto in relazione all'evolversi delle situazioni).

Intendiamo dire che il rischio può diventare paurosamente rovinoso, ove si tratti di forze politiche che costituiscano delegazione o *longa manus* di imperi stranieri soggiogatori. Tuttavia, non si può non rendersi conto di quanto difficile sia, ovunque,

l'escludere l'influenza dei partiti e, a parte quelli di obbedienza straniera, anche quelli di obbedienza « totalitaria ». Si ripropone qui il problema della democrazia libera, che, per esser tale, deve integrare nel suo sistema anche chi vuole distruggerla.

I pericoli di un monopolio privato. I possibili inconvenienti del regime esclusivamente privato, anche se non monopolistico

Gravi possono essere i pericoli anche di un monopolio privato e, d'altra parte, in paesi che non abbiano ancora raggiunto una vera e propria integrale condizione democratica, e soprattutto una mentalità, un costume, una prassi veramente democratica, può accadere che la televisione, lasciata esclusivamente nelle mani di gruppi privati anche se più di uno, adempia solo parzialmente alle sue finalità sociali.

Coesistenza di TV statale e TV privata

La somma dei vantaggi e quella dei danni che la televisione può recare sono in funzione della costituzione, della struttura, del modo di operare delle singole organizzazioni televisive.

Di fronte al problema di assicurare il massimo dei benefici, riducendo gli inconvenienti al minimo, governi, opinioni pubbliche, politici, studiosi, uten-

ti, si sono ovunque intensamente preoccupati delle più adeguate soluzioni.

Tutto sommato, sembra che la soluzione migliore, almeno per paesi ancora non del tutto maturi in senso economico-sociale e in senso democratico, sia che la televisione sia ad un tempo statale e privata, senza monopolio alcuno.

E ciò, pur tenendo pieno conto dei

Vantaggi delle televisioni private in libera concorrenza

Il sistema privato, applicato nei paesi liberi e democratici, risulta essere chiaramente superiore a quello statale, per i vantaggi politici e culturali che esso consente e pei benefici che esso reca soprattutto al pubblico, nonché all'industria, al commercio, ai governi e ai concessionari, in definitiva alle comunità nazionali nel loro insieme.

Ove esistono televisioni private, esse si preoccupano di più, svolgendo inchieste permanenti per accertare i gusti dei telespettatori e fornire una programmazione variata, ben dosata nei vari settori, che possa fornire a ciascuno ciò che più gli interessa di vedere. Le televisioni statali, invece, generalmente danno al pubblico ciò che esse desiderano o ciò che esse considerano meglio.

Nel caso delle televisioni statali manca cioè il fattore migliorativo della concorrenza.

Basti accennare che, dopo che in Inghilterra, accanto alla vecchia televisione statale, fu creata una televisione indipendente, su basi commerciali, la stessa televisione statale (la BBC) migliorò enormemente, e tanto la statale quanto la indipendente realizzarono un progresso notevolissimo (tuttavia oggi esse giocano in Inghilterra, dal punto di vista dell'ascolto, la statale per un buon terzo e l'Independent per i due terzi).

Come per tutte le attività statali, nel caso della televisione, mentre manca la capacità competitiva, i costi di gestione sono infinitamente più alti che per le televisioni private, senza parlare del numero del personale dipendente, che viene gonfiato, talvolta in modo assolutamente esagerato, rispetto ai servizi occorrenti, spesso anche per ragioni politiche, sistemazione di raccomandati, infiltrazione di elementi spinti da partiti politici, ecc.

Le televisioni private, gestite come industrie private, sono portate, invece, per la loro stessa natura, a svilupparsi continuamente nel regime di libera concorrenza, dal quale traggono ampi vantaggi il pubblico spettatore, gli artisti di ogni categoria e tutti coloro che vi lavorano.

Dove esistono televisioni statali, il pubblico ha generalmente una ben scarsa possibilità di scelta (1 o 2 canali al massimo senza alcuno spirito di concorrenza fra di essi). Nel caso, invece, della televisione privata, lo stesso stimolo di continuo miglioramento

che la anima favorisce il soddisfacimento del fondamentale diritto di scelta che spetta a ciascun spettatore.

La televisione privata è gratuita per il telespettatore, in quanto essa si finanzia mediante la pubblicità. Nei paesi nei quali la televisione è statale, generalmente il pubblico deve obbligatoriamente pagare una tassa per poter tenere e usare un televisore (tassa che dovrebbe essere destinata a coprire tutte le spese della televisione statale).

Le televisioni statali, nei paesi a basso numero di utenti, possono essere deficitarie anche dal lato economico e in qualche caso, al provento degli abbonamenti obbligatori, lo Stato deve aggiungere dei contributi, che pesano sul suo bilancio, cioè sulla collettività nazionale.

Nel caso delle televisioni statali, è il pubblico che, sotto una forma o l'altra, paga un servizio che assai spesso potrebbe essere migliore se fosse, invece, privato; col vantaggio, inoltre, che le industrie televisive private, come qualsiasi altra industria, pagano imposte allo Stato, e forniscono un servizio pubblicitario indipendente, funzione anche questa utile per la promozione di produzioni e di servizi.

Nelle televisioni private, il concetto informatore nella scelta del personale è rigorosamente quello dell'idoneità dell'individuo ai singoli compiti, mentre nelle televisioni statali v'è spesso il rischio dell'ingerenza

di fattori politici, che si ripercuotono sulla qualità del personale, sulla stabilità di esso nelle rispettive funzioni, ecc.

Ovviamente, anche le televisioni private non sono prive di difetti, ma esse sanno di doversi continuamente adoperare per correggerli perché, altrimenti, sarebbero perdute (mancherebbe loro il progressivo sviluppo dell'ascolto, finirebbero col perdere la « concessione », ecc.).

Le televisioni private, specialmente se plurime e in concorrenza tra di loro, costituiscono la più sicura garanzia della libertà di pensiero e di espressione, cosa che non sempre si riesce a ottenere per la televisione statale, anche malgrado la buona volontà e buona fede dei governi.

Taluni ritengono che la televisione debba essere statale affinché il governo possa disporre nelle proprie mani di un mezzo importante di diffusione, adoperabile per fini di propaganda politica, o anche semplicemente per il perseguimento dei più legittimi obiettivi nazionali. Taluni sondaggi di opinione in vari paesi del mondo hanno dimostrato che il pubblico è molto più portato a credere in notizie e opinioni provenienti da canali privati che in quelle che vengono da un canale statale.

E questo maggior indice di « credibilità » delle televisioni private rispetto a quelle statali ridonda

spesso, alla lunga, a beneficio degli Stati, e comunque sicuramente a beneficio delle nazioni.

Naturalmente, il coefficiente di maggior credibilità delle televisioni private è condizionato da una certa armonia rispetto agli indirizzi politici. Questa « armonia » è un punto centrale della problematica, in relazione anche a quanto abbiamo detto nelle pagine precedenti.

Le numerosissime organizzazioni televisive private che esistono nel mondo (operanti quasi sempre sulla base di « permessi » o « concessioni » ottenuti dal rispettivo Stato previo concorso, aste pubbliche, esami comparativi, garanzie morali e finanziarie, *non appartenenza diretta o indiretta a partiti o formazioni politiche*) non si sostituiscono, non si sovrappongono alle televisioni statali dove queste esistono. In qualsiasi momento, esse non eliminano la possibilità di installazione e gestione di una televisione statale, né di televisioni « educative » (televisioni universitarie, scolastiche o di istruzione in generale), senza fini di lucro. Per converso, una televisione statale monopolistica, sia essa « commerciale », e cioè che accetti pubblicità, come è più raro, o « non commerciale », e cioè che non accetti pubblicità, come nella maggioranza dei casi, tende ad escludere l'esistenza di televisioni private e la concorrenza con esse.

In generale, la televisione privata offre maggiori e migliori opportunità ad autori, attori, cantanti,

musicisti di quante non ne possa offrire una ben gestita e non dissipatrice televisione statale, a meno che essa non sia gestita con particolari criteri di dissipazione.

Le televisioni private hanno anche il vantaggio che i governi trovano in esse (caso tipo, questo, dell'America, dove le televisioni sono soltanto private e sono numerosissime) un eccellente strumento di conoscenza di quanto l'opinione pubblica pensa, sente, chiede e vuole.

Il fatto stesso che varie reti televisive private in concorrenza possano raggiungere e accattivare praticamente la totalità della popolazione può anche essere la migliore garanzia di una totale penetrazione del contatto con l'intero popolo in particolari circostanze, come nel caso di necessità di difesa nazionale interna ed esterna, ecc., mentre quando vi è una sola televisione statale, il contatto col popolo è permesso soltanto a chi abbia fisicamente in mano la televisione, o possa, più o meno violentemente, impadronirsene.

Ragioni della originaria tendenza allo statalismo circa la radiotelevisione nei principali paesi europei

Qui dobbiamo fare una premessa: la televisione è figlia della radio e nipote della telegrafia senza fili.

La nascita della televisione (avvenuta per prima in Inghilterra) era intimamente legata a quella della radio, la quale, a sua volta, era nata come sviluppo della telegrafia senza fili.

Quando comparve la radio, non esisteva alcuna regolamentazione per un uso adeguato dello spettro di radiofrequenze utilizzabili. In effetti, nessuna regolamentazione appariva necessaria, perché le frequenze disponibili eccedevano largamente il limitato numero di radio-emittenti che cominciarono a funzionare. Si trattava soltanto di non irradiare segnali su di una frequenza che già fosse utilizzata da altri, in modo da evitare interferenze. In effetti, le prime applicazioni pratiche della radio si ebbero nelle comunicazioni fra nave e nave, e fra navi e terra. Da qui, anche la tendenza di alcuni paesi, specialmente di quelli europei, a considerare la radio, sin dall'inizio, nelle sue norme, come una estensione della telegrafia, confondendo così la « radio-comunicazione » con la « radio-telegrafia ».

Soltanto dopo la Prima Guerra Mondiale cominciarono ad affermarsi le prime trasmissioni regolari radiofoniche, che rapidamente ottennero il favore del pubblico, tanto che, per esempio, negli Stati Uniti, mentre nel 1920 vi era soltanto qualche stazione radiofonica, nel 1923 ce n'erano già più di 300.

La necessità avutasi di una regolamentazione internazionale dell'uso delle frequenze di emissione

Da questa espansione rapidissima e incontrollata della radio risultò ben presto un caos nell'accavallamento e nelle interferenze delle frequenze, per cui si rese ben presto assolutamente necessaria una regolamentazione dell'uso dello spettro di frequenze di emissione utilizzabili mediante accordi internazionali e disposizioni nazionali.

Le onde elettromagnetiche non appartengono a nessuno Stato

Le onde elettromagnetiche si propagano nello spazio; esse non conoscono né limiti né frontiere. Non costituiscono patrimonio di alcun paese, bensì della comunità mondiale. Questo concetto indusse ad affidare a un organismo internazionale, l'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni (UIT), la distribuzione delle frequenze tra i diversi paesi. L'UIT agisce praticamente come amministratrice dell'intera gamma delle frequenze disponibili attraverso i rispettivi organismi nazionali competenti.

L'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni

La UIT è oggi uno degli organismi specializzati delle Nazioni Unite, che comprende praticamente tutti

i paesi del mondo. Ha sede a Ginevra e il suo compito consiste nel mantenere e ampliare la collaborazione internazionale per il miglioramento e l'uso razionale di ogni genere di telecomunicazioni.

All'inizio, vi fu un fenomeno che poteva erroneamente interpretarsi come un atto di « sovranità », perché ciascuno Stato cercò di arrivare ad appropriarsi, fin dove poteva, di quella zona dello spettro di radiofrequenze che si trovava alla sua portata, permettendone l'uso da parte dei propri cittadini, al di fuori di qualsiasi legge, norma, o limite che non fossero quelli della tecnica.

Il Trattato di Montreux

Tuttavia, in una fase successiva, si giunse a più precisi accordi internazionali (oggi vige il Trattato internazionale delle telecomunicazioni, stipulato a Montreux nel 1965).

Tutti gli Stati della terra, senza eccezioni, hanno aderito a tale accordo. In virtù di questo accordo, l'aggiudicazione delle frequenze ai vari Stati attribuisce ad essi dei diritti sopra le frequenze stesse, che, tuttavia, non sono veri e propri diritti di sovranità.

In effetti, quegli accordi sono stati imposti dalla natura fisica delle cose e, quando si attribuisce una frequenza a uno Stato, i poteri che vengono ad esso conferiti rispetto ad essa, sono poteri limitati, poteri

in un certo senso soltanto di gestione o di amministrazione, anzitutto perché l'aggiudicazione delle frequenze agli Stati non ha altri fini che assicurare la regolarità del traffico ed evitare le interferenze, poi perché si tratta di diritti contingenti, in quanto la sopravvivenza del diritto dipende dal come lo Stato di cui trattasi gestisce le frequenze assegnategli, nelle condizioni previste dagli accordi internazionali, e dalla condizione che ne faccia uso pieno e adeguato (1).

Non può esistere « sovranità » sulle onde elettromagnetiche

Non si tratta quindi di una sovranità, essendo questa « il potere supremo e assoluto che uno Stato possiede, e che non ammette nessun altro potere

(1) Nella tabella Appendice n. 4 forniamo al lettore la nomenclatura delle « Frequency Bands »: suddivisione, a grandi linee, fra i vari tipi delle frequenze (frequenze estremamente basse, frequenze della voce umana, frequenze basse, onde lunghe, onde medie, onde corte, alte frequenze, frequenze altissime, frequenze ultra alte, frequenze super alte, frequenze estremamente alte).

Com'è noto, il prefisso « kilo » davanti alla parola hertz (cicli per secondo) moltiplica per 1000. Il prefisso « mega » moltiplica per un milione. Il prefisso « giga » moltiplica per un miliardo. Il prefisso « tera » moltiplica per 1000 miliardi.

Nell'appendice n. 5 chi fosse interessato a farsi un'idea di questi particolari potrà trovare la distribuzione (diverse assegnazioni) internazionale delle « frequenze », estratta dalle « Regulations » della UIT, Ginevra 1959, corretta a luglio 1965.

superiore, entro il territorio sul quale esso lo esercita ».

È chiaro che non sarebbe ammissibile una « sovranità » da parte di uno Stato sul suo territorio se si dicesse che il fatto di non utilizzare adeguatamente una zona di detto territorio permette alla comunità internazionale di ritirare la zona stessa dall'area di sovranità di quello Stato, per aggiudicarla a un altro. Il che è proprio ciò che succede nel caso delle frequenze: se uno Stato tralascia di utilizzarne una o la utilizza con una potenza inferiore a quella stipulata come minimo, negli accordi internazionali, quella frequenza può essere cancellata rispetto a quello Stato ed essere aggiudicata a un altro. Per cui, il regime giuridico accettato da tutte le nazioni circa le frequenze, esclude il concetto di « sovranità ».

Ciò non significa, naturalmente, che ciascuno Stato non sia « sovrano » ai fini della legislazione e regolamentazione sulle proprie telecomunicazioni; che non abbia, cioè, piena e assoluta giurisdizione sovrana nel decidere, per legge sua interna, come, entro il suo territorio, le frequenze debbano essere gestite, in che cosa debba consistere l'uso regolare di esse, e come si configuri l'abuso delle medesime, suscettibile di sanzioni. Tuttavia, questo potere politico interno ha anch'esso, ovviamente, certi suoi limiti, perché ormai, salvo nel caso dei totalitarismi,

come si suol dire, di estrema sinistra o di estrema destra (differenziazione quanto mai sciocca perché i totalitarismi sono sempre, più o meno, tutti sostanzialmente la stessa cosa, anche se diversamente graduati, e sono ovviamente tutti di destra), si è ormai accettata in tutti i paesi del mondo la progressiva restrizione del concetto che gli Stati dispongano dell'assoluta onnipotenza, dovendosi tener conto della necessità di rispettare, in misura adeguata, i diritti della personalità umana, che sono anteriori al potere dello Stato e che, ove non ne sia fatto uso che danneggi i terzi o lo Stato, debbono pure costituire una qualche limitazione al supremo potere statale.

Da circa 50 anni le onde radio vanno oltre i limiti di ciascuno Stato dal quale le trasmissioni di esse traggono origine e sfuggono, di conseguenza, al potere di sovranità, che non può ovviamente che esercitarsi sul territorio nazionale.

Nel rapporto degli esperti (UNESCO, febbraio 1968) sull'uso nelle telecomunicazioni spaziali della radiodiffusione, si dichiarava che « lo spettro delle frequenze radio costituisce una risorsa naturale limitata, per cui essa deve essere ripartita fra tutti gli utenti ». Dato che le onde radio trascendono le barriere della natura e le frontiere costruite dall'uomo, la suddivisione dell'impiego di esse può ottenersi soltanto a livello internazionale. « La natura stessa delle onde radio fa sì che esse non possano

essere soggette ad appropriazione fisica, e che pertanto l'uso delle medesime possa essere « assegnato » soltanto mediante accordi internazionali. « Conseguentemente, anche qualsiasi tipo di comunicazione via satellite, anche se realizzata puramente per coprire necessità nazionali, può avere luogo soltanto sulla base di accordi internazionali riferentisi all'utilizzazione tecnica delle radio frequenze, le quali, come risorsa generale umana, non appartengono a una sola nazione, bensì a tutte ».

Né si potrebbe sostenere che lo Stato abbia un diritto di sovranità sulle frequenze in quanto esse ne integrano il dominio (o il demanio), così come lo integrano le strade che attraversano il paese. Potrebbe forse uno Stato perdere la sovranità su una delle sue strade quando un organismo internazionale potesse considerare e stabilire che quello Stato non fa di quella strada un uso adeguato?

Si potrebbe ancora aggiungere l'osservazione che la sovranità implica per uno Stato il diritto di impedire l'entrata sul suo territorio a qualsiasi persona o mezzo di trasporto. Ma come potrebbe uno Stato impedire l'ingresso delle radio-onde? Quale barriera esiste che permetta di trattenere quell'onda alla frontiera? E come sarebbe possibile tenere fuori dal territorio di un paese le trasmissioni dirette « da satellite a ricevitore », quali certo non si tarderanno ad avere?

Questo fondamentale concetto della « non sovranità » degli Stati sulle radio-onde è determinante per il libero sviluppo della radio e della televisione (quando diciamo « libero », intendiamo sempre con quelle tali logiche limitazioni inerenti al concetto etico-politico della libertà), come mezzo della libera espressione del pensiero (1).

(1) Per comodità del lettore, riportiamo qui appresso alcune note definizioni della libertà, attraverso la storia.

Cicerone: « Quid est enim libertas? Potestas vivendi, ut velis. » « Qui iniuriam accipit, in ea re libertatem amittit, quum libertatis proprium sit laedi in vita a nemine, aut impediri quominus possit se ipso et rebus suis uti, ut libuerit. » « In re politica libertas propria est ejus populi, qui neque uni regi, neque ulli alii nationi subjectus est, atque adeo est status liberae reipublicae, democratia, cui servitus et dominatus opponitur. » « Cos'è dunque la libertà? Poder vivere come vuoi ». « Chi subisce un affronto, con esso perde la libertà, perché è proprio della libertà il non esser leso da nessuno nella vita, né l'esser impedito di disporre di sé stesso e delle proprie cose come meglio piace ». « Nella vita pubblica la libertà è propria di quel popolo che non è soggetto né a un re, né ad altra nazione, ed è quindi lo stato di libera repubblica, la democrazia, alla quale fanno da contrapposto lo stato di servitù e il padronato ».

Valerio Flacco: « Interdum a licentia ita distinguitur, ut in bonam partem accipiatur, licentia in malam ». « [La libertà] si distingue così dalla licenza; che la libertà sia favorevolmente accolta, la licenza sfavorevolmente ».

Scoliate: « Speciatim in re civili est status et conditio liberi hominis, quae servituti apponitur. » « In particolare nella vita civile lo stato e la condizione dell'uomo libero sono quello che è contrapposto alla servitù ».

Cesare: « Omnes homines natura libertati studere et conditionem servitutis odisse. » « Tutti gli uomini per loro natura ricercarono la libertà e odiarono lo stato di servitù ».

L'articolo 21 della Costituzione italiana

Se consideriamo la televisione, come non si può non considerarla come « un mezzo di diffusione del pensiero »? Possiamo incidentalmente citare, per esempio, il testo dell'articolo 21 della « Costituzione della Repubblica italiana » pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 298 del 27 dicembre 1947: « Tutti hanno diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero, con la parola, lo scritto e ogni altro

Ricordiamo che a Roma c'era sull'Aventino un tempio dedicato alla libertà costruito, pare, dal padre dei Gracchi, e si trova che « ejus templi atrium peramplum fuit, et multae etiam membris ac cellis instructum; in eoque census tabulae servabantur ». « L'atrio di questo tempio fu assai ampio, e formato di molte branche e celle; ed in esso erano conservate le tavole del censo ». Ma Cicerone: « Tu simulacrum non libertatis publicae, sed licentiae collocasti ». « Tu non hai costituito il simulacro della pubblica libertà, ma della licenza ».

Perché la troppa libertà porta alla sfrenatezza: « Saepissime in malam partem sumitur, estque intemperans et immoderata libertas, quam sibi quis arrogat faciendi quidquid libuerit, sine verecundia, aut metu aut legum, aut hominum ». « Assai spesso [la libertà] è malamente accetta, ed è la libertà senza temperanza né moderazione, ed è quella propria di chi pretende di fare ciò che vuole, senza vergogna né timore né per le leggi né per gli uomini ».

Aristotele: « Esercitare liberamente il proprio talento: ecco la vera felicità ».

Shakespeare: « Gli uomini... sono padroni del loro destino; e se la nostra condizione è bassa, l'errore non è delle stelle, ma in noi ». « Il male della grandezza è quando dal potere essa separa la coscienza ».

Locke: « La necessità di cercare la vera felicità è il fondamento della nostra libertà ». « La libertà individuale trova un

mezzo di diffusione. La stampa non può essere soggetta ad autorizzazioni o censure. [...] La legge può stabilire, con norme di carattere generale, che siano resi noti i mezzi di finanziamento della stampa periodica. Sono vietate le pubblicazioni a stampa, gli spettacoli e tutte le altre manifestazioni contrarie al buon costume. La legge stabilisce provvedimenti adeguati a prevenire e a reprimere le violazioni ».

(È ovvio che questo articolo non poteva parlare specificamente della televisione, in quanto, nel 1947, essa praticamente non esisteva ancora; comunque, l'espressione « e ogni altro mezzo di diffusione » è

limite nell'eguale libertà altrui. Essa è, infatti, la possibilità che ogni uomo ha di difendere il suo diritto contro le sopraffazioni altrui ».

Kant: « Una volontà libera e una volontà sottomessa a delle leggi morali sono una sola e identica cosa ». « La libertà politica è il necessario complemento della libertà civile e naturale. Nell'ambito dello Stato, sorto per libero consenso, i diritti della persona umana trovano difesa e possibilità di sviluppo. Lo Stato limita la libertà di ciascuno per meglio garantire la libertà di tutti ».

Dos Passos: « Se la libertà potesse guidare essa stessa i propri affari, sarebbe la democrazia ».

Ignazio Silone: « La libertà non è una cosa che si possa ricevere in regalo. Si può vivere anche in paese di dittatura ed essere libero, a una semplice condizione: basta lottare contro la dittatura. L'uomo che pensa con la propria testa e conserva il suo cuore incorrotto, è libero. L'uomo che lotta per ciò che egli ritiene giusto, è libero. Per contro, si può vivere nel paese più democratico della terra, ma se si è interiormente pigri, ottusi, servili, non si è liberi; malgrado l'assenza di ogni coercizione violenta, si è schiavi ».

inequivocabile, e appare incontrovertibile che la televisione rientri in essa).

Se la radio e la televisione, per il loro impiego, non avessero avuto bisogno di utilizzare frequenze comprese nel campo delle radio-onde, probabilmente non vi sarebbero mai state regolamentazioni governative specifiche, e la radio e la televisione avrebbero liberamente sviluppato la propria attività, come ha fatto la stampa scritta nel campo dell'informazione, o come fanno i cinema e i teatri nel campo del divertimento, subordinatamente soltanto alla comune legislazione. Del resto, potrebbe anche darsi che in futuro programmi televisivi siano trasmessi per cavo, allo scopo di ottenere una maggiore disponibilità di frequenze per altri usi. Se una simile evenienza, per ora soltanto teorica, si verificasse, a maggior ragione non esisterebbe più differenza alcuna tra l'attività della radio e televisione da un lato e quella dei giornali e delle riviste dall'altro.

Come potrebbe dunque giustificarsi una specifica legislazione circa la radiotelevisione, diversa dalla normale legislazione sulla stampa?

Il criterio statalistico europeo ed il criterio privatistico americano

Fatta questa premessa circa le origini della televisione, circa l'appartenenza universale dell'intero spettro delle radiofrequenze e circa il quesito se que-

ste frequenze debbano essere utilizzate dagli Stati o dai privati, possiamo osservare come, sin dalla nascita della radio e della televisione, i paesi cominciarono a differenziarsi secondo due criteri diametralmente opposti.

I governi europei, in linea generale, si accostarono inizialmente al concetto che le emittenti dovessero essere proprietà dello Stato e non privata, mentre i governi del continente americano settentrionale e meridionale ritennero di dover essere semplicemente degli amministratori e controllori del campo, inevitabilmente generale, internazionale e mondiale, delle radiofrequenze; amministratori aventi il dovere di lasciare libera o delegare l'utilizzazione delle radiofrequenze stabilite a privati, o ad imprese private, secondo il sistema commerciale della libera iniziativa, finanziato mediante la pubblicità, senza contributi statali e quasi sempre senza abbonamenti obbligatori, e col minimo possibile di supervisione statale.

Come abbiamo accennato, il criterio europeo si spiega col fatto (risultante dalle riviste giuridiche europee 1910-1930) che, quando si dovette affrontare il fatto nuovo della radiodiffusione e del suo sviluppo, si pensò che la radiodiffusione altro non fosse che una nuova modalità della radiotelegrafia.

E siccome la radiotelegrafia nei paesi europei (vedi Inghilterra) già era stata istituita come servizio

pubblico, si pensò che la radiodiffusione dovesse essere regolata da leggi simili a quelle vigenti per la radiotelegrafia o per la posta.

In sostanza, giocò una tendenza ad applicare alla radiodiffusione il pensiero giuridico e la legislazione elaborati non per essa, ma per applicazioni tecniche anteriori, quali quelle della posta e della radiotelegrafia, senza tener conto della differenza di sostanza, della differenza di finalità e della differenza di importanza che esiste tra un mezzo destinato a stabilire una comunicazione da uomo a uomo e un mezzo che serva per creare, comunicare e tradurre l'informazione ad interi popoli. Sul suaccennato orientamento giocò anche il criterio inerente alla difesa nazionale, tenendo conto che l'Europa usciva proprio in quel momento dalla Prima Guerra Mondiale.

Altri fattori che istintivamente contribuirono all'originario atteggiamento statalistico in Europa anche per la televisione furono:

la tradizione atavica di Stati forti ed accentrati;
il prevalente costume burocratico;

la necessità di dare posti a persone che, come tutti coloro che, avendo dato e reso di meno, più hanno ricevuto, diventano i più infondati, incontenibili disturbatori;

il fattore economico, in quanto si tratta di un forte cespite di reddito;

e, non ultimo, dal punto di vista psicologico; la « gelosia » nei confronti dei privati.

Contro il suesposto fondamentale criterio iniziale europeo si pose quello dei giuristi americani, i quali compresero che se la radiodiffusione si poteva assimilare a qualcosa di precedente, questo qualcosa non era la radiotelegrafia, bensì la stampa.

Gli americani dimostrarono, sin dall'inizio, una maggiore comprensione circa il significato sociale e politico della radiodiffusione (e, quindi, della televisione), che venne chiaramente definita come un nuovo possente veicolo, analogo e accostabile a quello della stampa, per la libera espressione del pensiero.

I giuristi americani fondarono, in sostanza, i loro punti di vista sul ragionamento già sopra accennato: se all'inizio non vi fosse stata la necessità di « aggiudicare » le frequenze di onda, a causa dell'allora limitato numero di emittenti, neppure la radiotelegrafia sarebbe stata soggetta a controlli governativi. E sul fatto che, d'altro lato, pur nella necessità di stabilire regolamentazioni, bisognava porre estrema attenzione a non inficiare la libertà di espressione del pensiero.

Quanto alle ragioni di difesa nazionale, si poteva benissimo tener conto di esse in sede di legislazione, anche nella cornice di un sistema di radiodiffusione privata.

[Per quanto riguarda specificamente gli Stati Uniti d'America, il paese che, di fatto, è il più socialista fra tutti i paesi socialisti del mondo (fra i quali non comprendiamo certo gli Stati comunisti, mascheranti sotto il nome di socialismo la propria natura, che è la quintessenza del non socialismo e dell'antisocialismo), va osservato che, in base alla Costituzione e alla legge, è rigorosamente vietata qualsiasi forma di monopolio, privato o statale. Ciò vale doppiamente per la televisione, il cui monopolio può essere il più pericoloso di tutti... Inoltre, in America, l'orientamento privatistico (oltre che largamente pluralistico) verificatosi per le televisioni, è dovuto anche all'avversione a qualsiasi gestione da parte dello Stato (unica eccezione: la posta), per l'esperienza, ovunque avutasi nel mondo, che qualsiasi gestione statale è meno efficiente di una privata e, quand'anche possa essere abbastanza efficiente, essa è, tuttavia, generalmente antieconomica)] (1).

Attraverso questo ragionamento si arrivò subito in America al sistema detto della « libertà sotto licenza (concessioni) », che conferì allo Stato il po-

(1) A questo proposito, dobbiamo, tuttavia, osservare, per obiettività, come possa talvolta accadere che alla testa di aziende statali siano uomini di ingegno eccezionale, pari, o superiore, a quello di taluni preminenti imprenditori privati (come si verifica, per esempio, in Italia, per talune industrie statali). In questo caso gli inconvenienti e i danni della gestione statale possono risultare anche notevolmente ridotti.

tere di accordare licenze per l'installazione di strutture tecniche (e tutto questo già sin dall'inizio della radiodiffusione, quando ancora non esisteva la televisione) a coloro che potessero dimostrare, con dati e fatti precisi, di possedere la capacità morale, finanziaria e tecnica per gestire una emittente, e per servire, mediante le proprie trasmissioni, l'interesse pubblico, e circa i quali esistesse la garanzia che *non* avrebbero usato la televisione come strumento politico.

Il *Communications Act* (legge delle radiocomunicazioni) negava peraltro allo Stato l'autorità di censurare o di intervenire nel contenuto dei programmi, limitando la propria azione alla supervisione e alla valutazione dei concessionari circa l'adempimento o meno di quanto offerto e stabilito nelle loro proposte e domande per soddisfare l'interesse pubblico.

Questo sistema, con piccole varianti, fu rapidamente accettato e adottato in via di massima da tutti gli altri governi del continente americano. Una eccezione fu naturalmente quella argentina durante la dittatura peronista, come lo è ora quella di Cuba, nel regime comunista castrista (apportatore al suo popolo di regresso e di miseria, malgrado il notevole aiuto finanziario russo). Qualche specifico orientamento si è poi occasionalmente modificato, a secon-

da dell'andamento politico, in taluni paesi dell'America latina.

Negli Stati Uniti, la prima dimostrazione di trasmissione televisiva si ebbe nell'esposizione mondiale di Nuova York nel 1939, ma lo sviluppo vero e proprio di questo nuovo mezzo non si verificò sino alla fine della Seconda Guerra Mondiale.

Il concetto di televisioni non monopolistiche e della libertà di crearne delle private è prevalso anche in Inghilterra nell'anno 1954, con la creazione dell'« Independent ». Naturalmente, sempre col sistema dell'autorizzazione, o « concessione » accordata dallo Stato.

Riassumendo, la televisione costituisce oggi il mezzo più efficace e più brillante di comunicazione istantanea, di distrazione e di divertimento. Essa, come la radio, sfrutta un elemento della natura. Le onde hertziane si propagano nello spazio senza limiti, né frontiera alcuna, né possono costituire il patrimonio specifico di alcun paese, appartengono all'umanità intera, cioè a una comunità aperta. Sulle « frequenze » dello spettro delle radio-onde non può esistere sovranità. L'uso delle onde, non potendo materialmente costituire oggetto di proprietà, può essere soltanto « assegnato », mediante accordi internazionali, e « amministrato » dai singoli Stati.

Quando si cominciò a estendere l'uso delle radiofrequenze, ai fini di cui ci occupiamo, si presentò la necessità di regolamentare, per ragioni tecniche, l'uso di dette frequenze (data la limitatezza del loro numero), e di regolare il caos che stava per generarsi a causa delle interferenze. È da questa necessità di accordi internazionali per la distribuzione e l'uso delle onde che sono nate le prime regolamentazioni governative specifiche concernenti la radio-telegrafia, poi la radio e la televisione.

In sostanza, l'orientamento verso il sistema statale trasse origine nei paesi europei dal considerare la radio-telediffusione come una nuova modalità della telegrafia e della radio-telegrafia, mentre gli americani interpretarono subito la radiodiffusione (e più ancora, poi, la televisione) come un veicolo per la libera espressione del pensiero.

Principali caratteri differenziali tra i vari organismi televisivi

Primo carattere differenziale: monopolio o non monopolio.

Secondo carattere differenziale: fonti di finanziamento, alternative o coesistenti, e cioè:

a) abbonamenti obbligatori, o niente abbonamenti;

b) pubblicità o niente pubblicità;

c) contributi statali, o niente sussidi dello Stato.

Terzo carattere differenziale: scopi e contenuto dei programmi.

In effetti, le principali diversità fra le varie televisioni, nel mondo, sono le seguenti:

Monopolio o non monopolio

Nei paesi « a monopolio », questo può assumere tre diverse forme principali:

a) lo Stato conserva ed esercisce direttamente esso stesso il monopolio televisivo;

b) lo affida ad una impresa di carattere parastatale o misto;

c) lo affida (o concede) ad aziende private [e cioè lo Stato rimane il titolare del monopolio, ma non il gestore (vedi caso della Colombia)].

Dove non vi è monopolio, a seconda dei paesi, vi è un certo numero di aziende o industrie televisive esclusivamente private (come nel caso dell'America, dove il numero ne è anche il più alto), oppure si ha la coesistenza di una o più aziende statali con una o più aziende private.

Fonti di finanziamento

Le aziende statali, che dispongono del monopo-

lio, vengono generalmente finanziate, nei paesi più sviluppati, mediante gli abbonamenti degli utenti, e qualche volta con l'aggiunta di contributi statali particolari, specie per gli investimenti in impianti. Di regola, le aziende statali monopolistiche non sono « commerciali », cioè non accettano pubblicità, pur essendovi ormai alcune eccezioni, in quanto: anche aziende statali si... abbassano ad accettare pubblicità, per far fronte alle spese sempre crescenti.

Generalmente, non è considerato morale che, ricevendo l'appoggio dello Stato, e potendo, all'occorrenza, imporre, per legge, canoni di abbonamento, una televisione statale accetti anche pubblicità commerciale, sottraendola alla stampa, che ne ha tanto bisogno.

Questa osservazione vale tanto più in quanto una delle critiche che più sono state rivolte alla moderna società industriale fondata sull'economia di mercato e sulla libera iniziativa (« società capitalistica », come la chiamano gli imperi comunisti basati sul capitalismo di Stato e sulla miseria e schiavitù dei lavoratori) è quella della dispersione di forze economiche data dall'eccesso di pubblicità e dalla sua forza di « persuasione occulta ».

Comunque, la pubblicità in una televisione statale può effettivamente non apparire conforme all'etica di uno stato serio e corretto, e non educativa per i cittadini di uno Stato di diritto.

Le aziende statali che incassano gli abbonamenti e che, eventualmente, percepiscono anche sussidi statali (a carico cioè di tutti i cittadini) e che, in più, si finanziano mediante pubblicità, non hanno, di regola, interessi anche nel campo pubblicitario.

Le televisioni private non possono, naturalmente, percepire abbonamenti e sono sempre finanziate esclusivamente mediante la pubblicità (vengono perciò chiamate anche « commerciali »).

Nei paesi sottosviluppati, le televisioni statali sono generalmente finanziate soltanto come una partita di spesa pubblica (per la difficoltà di imporre e incassare gli abbonamenti).

Scopi e contenuto dei programmi

Nei paesi totalitari, e in modo particolare in quelli comunisti, la televisione, come la radio, ha scopi prevalentemente di suggestione politica, ai quali si accompagnano, naturalmente, quelli dell'intrattenimento, varietà, informazione e istruzione, sempre improntati alle finalità autolodative del regime, tenendo scarso conto della libertà di pensiero e di scelta del pubblico.

Nei paesi liberi con televisione a monopolio statale, nei quali lo Stato ha coscienza dell'importante funzione che gli è affidata, con l'utilizzazione della televisione, come mezzo per la diffusione della cultura e dell'educazione, si cerca sovente di conciliare

(mediante la più ampia possibile varietà dei programmi) questa funzione con la necessità di poter contare su di un mezzo di diffusione a penetrazione elevata, che consente di promuovere l'opera del governo e i grandi obiettivi nazionali. Si cerca di conciliare la necessità di divertire il pubblico e di interessarlo, con l'opportunità di informarlo dei fatti interni ed esterni al paese. Ma si tratta, in generale, di un'opera difficilissima, di un lavoro di Sisifo, perché, per un governo, riesce sempre difficilissimo evitare influenze e interferenze politiche, sopraffazioni dell'una o dell'altra parte, prese di possesso (più o meno larvate o manifeste) di questo potentissimo mezzo, per fini particolari di questo o quel partito.

Accanto a quella statale, esistono anche in molti paesi altri tipi di televisione « ufficiale » di proprietà del governo, o di provincia, o di comuni, o di università. Parecchie di queste non fanno, almeno al principio, pubblicità (considerata incompatibile coi fini culturali che perseguono). Tuttavia, molte si vedono, poi, per ragioni finanziarie, costrette a includere nei loro programmi una certa quantità di pubblicità, e allora, per ottenerla (l'ottenerla implica la necessità di più vasti uditorî), accompagnano ai programmi strettamente culturali anche programmi di divertimento popolare, mantenendosi così in concorrenza con le televisioni private (ma restando, generalmente, ciò malgrado, in deficit).

Comunque, in molti paesi, ancora adempiono a una utilissima funzione le televisioni speciali cosiddette « educative », inquadrabili nel campo dell'istruzione, ufficiale o privata, dell'insegnamento o di altre attività che si dedicano al lavoro di ricerca scientifica e simili. Queste televisioni agiscono trasmettendo soprattutto ad aule scolastiche, sale di conferenze, pubblici anfiteatri.

Per esempio, negli Stati Uniti, dove non esiste alcuna rete statale o ufficiale, e operano 681 canali di televisioni private, « commerciali » (e cioè con pubblicità), vi sono anche 190 televisioni a carattere « didattico » o di istruzione, senza pubblicità. Infatti, importanti fondazioni come la Rockefeller o la Ford, grandi università, come quella di Ohio, di California ed altre, associazioni private di carattere educativo, dispongono di una concessione per gestire stazioni televisive esclusivamente educative. Queste emittenti hanno sempre un costo di gestione inferiore a quello commerciale, lavorando a orario limitato, a seconda delle rispettive necessità. In taluni casi, come per quelle universitarie, chi svolge il lavoro, anche tecnico, sono a turno, gli stessi alunni, che dispongono così di un utile campo di esperienza.

Sul tema « scopi e contenuto dei programmi », vorremmo fare un'osservazione, per quanto riguarda i resoconti:

Quanto la radio, ed ancora più che la radio, la televisione dovrebbe esser il più possibile « in diretta ». Perché la persona che viene ripresa in televisione (sia essa politico, giornalista, cantante o attore) possa far sorgere un'emozione, occorre che sia il primo lui, a sentirla. E come può sentirla veramente e profondamente, se non sa e sente che il suo sguardo e la sua voce penetrano in milioni di case *nel momento stesso* in cui egli parla e guarda?

Ammettiamo che determinate sequenze debbano essere « registrate » in anticipo, per ragioni di scenario, o per dover essere girate in luogo obbligatorio, o fuori dello « studio », o in un momento preciso che non sia quello della trasmissione. Ma « la regola » dovrebbe sempre essere quella della presa e diffusione « in diretta », anche per garantire spontaneità, verità, e impossibilità di riaggiustamenti successivi.

* * *

In molti paesi esistono, poi, stazioni di televisione chiamate di « ridiffusione », o di « ripetizione », destinate a coprire « zone d'ombra », che, per qualsiasi ordine di ragioni, si verifichino fra le aree principali dei servizi.

Il regime delle « concessioni »

Come già accennato, in tutti i paesi dove esi-

stono televisioni private, esse operano sulla base di una « licenza » o « concessione » da parte dello Stato, concessioni ottenute mediante aste pubbliche e concorsi, sulla base di precisi requisiti dimostrati, e che vengono rinnovate alla condizione che il titolare abbia strettamente adempiuto agli impegni tecnici, giuridici, fiscali ed anche specialmente circa il contenuto (programmi) delle emissioni, ch'erano stati stabiliti. Generalmente, previa constatazione che tutti gli impegni contrattuali contenuti nella licenza (compresi quelli inerenti a obbiettività, imparzialità, non politicità, apertura a tutti gli orizzonti, ecc.) siano stati mantenuti, le concessioni vengono automaticamente rinnovate.

Piano del presente lavoro

Abbiamo condotto il nostro studio nei 16 principali paesi d'Europa, in 21 paesi del continente americano, in 24 paesi dell'Asia e Oceania, nell'euroasiatica Turchia, e in 19 paesi africani.

Dopo le considerazioni generali che andiamo svolgendo in questa prima parte del presente fascicolo, dedicheremo la seconda parte del fascicolo stesso alla televisione in Inghilterra, sia perché l'Inghilterra è il paese nel quale la televisione apparve la prima volta, sia perché il sistema inglese, che del resto è servito da modello per molti altri, sembra avere una serie di aspetti particolarmente interessanti, sia per

riguardo alla mirabile tradizione di una vera, libera democrazia, pienamente conscia dei valori di uno Stato di diritto, garante, e non arbitro, della libertà e dei destini della nazione, dove i cittadini sono veri cittadini, non sudditi, né materia prima strumentale per ambizioni e manovre politiche, e sono consapevoli dei loro doveri e dei loro diritti, a partire da quello dell'indipendenza del voto. Perché l'Inghilterra è tra quei paesi nei quali gli operai sono, anche dai sindacalisti, rispettati nella loro meritata dignità umana, e non considerati come « materia prima » da adoperare per una particolare « industria della politica », per conto proprio, o « per conto terzi », traditi nella loro buona fede e ingannati, circa i loro interessi veri, da signori che dei lavoratori si proclamano tutori e rappresentanti e che sembrano mirare a distruggere i risultati dell'opera faticosa di tanti politici onesti, leali e patrioti, e di tanti protagonisti, di ogni livello e categoria, della vita nazionale.

Nel secondo fascicolo ci occuperemo dei paesi del Continente Americano, nel terzo dei paesi dell'Europa occidentale continentale, nel quarto dei paesi d'Asia, Oceania e Africa.

Situazione televisiva nelle varie parti del mondo

EUROPA

Frattanto, possiamo per sommi capi accennare

che, in Europa, sebbene viga prevalentemente il sistema di radiotelevisione statale, si osserva una lenta ma progressiva tendenza ad ammettere il sistema privato, o qualche forma caratteristica dello stesso.

Nel terzo fascicolo di questo studio, ci occuperemo in dettaglio di ciascun paese dell'Europa occidentale continentale. Per ora, ci limitiamo ad accennare che nel *Lussemburgo* la televisione è nelle mani di una società interamente privata, il cui capitale appartiene in parte a editori di giornali, in parte a banche, in parte a privati cittadini. Interessante notare che, sebbene si tratti di una radiotelevisione efficiente, e molto ascoltata anche in Francia ed in Germania, tutto il personale è composto di sole 86 persone.

Nel *Principato di Monaco* la televisione è gestita da una società concessionaria, della quale sono azionisti il Principato di Monaco e l'ORTF (TV statale francese), più alcuni gruppi privati.

La TV Monaco dovrebbe far parte di quel nuovo grande progetto di TV libera, che, a quanto pare, dovrebbe coprire un buon 70% del territorio francese. È stata richiesta un'autorizzazione al Governo francese, e ancora non si conosce l'esito.

In *Inghilterra*, come vedremo dettagliatamente nella seconda parte del presente fascicolo, vi è una radiotelevisione interamente statale (godente ancora del monopolio soltanto sulla radio), non « com-

merciale » (e cioè senza pubblicità), e vi è una televisione indipendente, « commerciale » (e cioè con pubblicità).

A seguito dell'avvento di questa televisione indipendente, in aggiunta a quella statale, vi sono in Inghilterra (con una popolazione paragonabile a quella della Francia) 15 milioni e 200 mila televisori, contro gli otto milioni e mezzo della Francia, dove finora vi è stato monopolio statale.

Calcolando sulla media mondiale di 3 spettatori e mezzo per ricevitore, la televisione inglese ha così raggiunto una « penetrazione » del 96% mentre la « penetrazione » francese risulta del 55% circa.

Nella *Germania libera* vi è una situazione affine, sotto alcuni aspetti, a quella britannica, in quanto coesistono due organizzazioni televisive indipendenti una dall'altra; l'ARD, Federazione degli organismi dei diversi Länder, e lo ZDF che irradia i propri programmi sull'intero territorio federale.

I paesi europei in generale sono ancora scarsi di « canali »; in molti di essi ne esiste solo uno, per cui il pubblico non ha possibilità di scelta. Nei pochi paesi nei quali ve n'è un secondo, esso è sovente utilizzato con orari assai ristretti.

Sempre assai più elevato, nelle televisioni europee (e in qualcuna di esse veramente abnorme), il numero del personale, rispetto alle aziende tele-

visive del continente americano. Ciò si spiega con l'ovvio fenomeno del dispendio sempre maggiore insito negli organismi statali.

In *Francia* l'esercizio della radio-televisione è monopolio dell'Office de Radiodiffusion Télévision Française (ORTF), che, in base alla legge del 27 giugno 1964, è un istituto pubblico a carattere industriale e commerciale. L'Office è amministrato da un Consiglio di Amministrazione e diretto da un direttore generale. È posto sotto la tutela del ministro dell'Informazione che, per quanto riguarda le questioni finanziarie, la esercita congiuntamente col ministro delle Finanze e dell'Economia. È sottoposto anche a diversi controlli esterni, primo fra tutti il controllo parlamentare.

Viene trasmessa pubblicità, ma soltanto in certi periodi prefissati, separati dalle altre trasmissioni, e per non più di 5 minuti al giorno.

Il totale dei dipendenti ha raggiunto circa le 11.800 unità. Allo scopo di risolvere in qualche maniera il problema della competitività senza rinunciare al monopolio, l'ORTF ha praticamente realizzato un sistema di competitività interna sotto tutti i punti di vista, autonomizzando le due reti televisive esistenti, che mantengono in comune soltanto l'uso dei mezzi di produzione e di trasmissione.

In pratica, perciò, ciascuna rete è pienamente indipendente e i rispettivi direttori dipendono esclu-

sivamente dal direttore generale, né interferiscono altrimenti ciascuno nell'attività dell'altro.

Tuttavia, è in corso un altro progetto rilevante per una Televisione libera (vedi quanto detto sotto « Principato di Monaco »).

In *Germania*, l'esercizio della radio-televisione è di competenza dei Länder (Stati federali). Esistono nove organismi radio-televisivi indipendenti, confederati nell'ARD, più un istituto di diritto pubblico, incaricato del secondo canale televisivo, e due organismi di diritto federale, incaricati delle trasmissioni per l'estero. Ciascuno degli organismi radio-televisivi è retto da un comitato amministrativo, un direttore generale, e un « consiglio di radiodiffusione », i cui membri sono costituiti da rappresentanti dei parlamenti statali, delle principali comunità religiose, delle organizzazioni professionali e sindacali, delle organizzazioni della gioventù, e che è incaricato di difendere gli interessi della comunità, di controllare l'osservanza della legge, di assistere il direttore generale in tutti i problemi di gestione, soprattutto per l'elaborazione dei programmi.

La maggior parte degli organismi radio-televisivi trasmette pubblicità.

Su una popolazione di 58 milioni circa di abitanti esistono 9 milioni e mezzo di televisori, con una penetrazione del 79%.

Nei *Paesi Bassi*, la struttura della radio-televi-

sione ha un carattere originale, e si può dire unico al mondo. Si tratta, infatti, del solo sistema in cui la gestione della radio-televisione sia affidata dallo Stato a sei Associazioni private (più una Associazione « candidata ») rappresentanti le diverse tendenze religiose e politiche della società olandese. Lo Stato si limita a coordinare l'attività di dette associazioni, che sono consorziate nella NOS (Società radio-televisiva olandese); in conformità alle disposizioni di legge, lo Stato (ministero degli Affari Culturali, Ricreativi e Sociali) accorda l'autorizzazione (« concessione ») ad emettere programmi radio-televisivi; ripartisce i tempi di antenna disponibili tra le associazioni detentrici delle concessioni, controlla che le emissioni non contengano elementi che possano ledere la sicurezza dello Stato, e l'ordine pubblico, od offendere il buon costume, e che, inoltre, non vengano usate a scopi pubblicitari. Esiste poi un ente speciale per le trasmissioni destinate a essere ricevute fuori dell'Olanda.

Su una popolazione di 12 milioni e mezzo di abitanti il numero degli abbonati televisivi è di 2.939.000. Viene trasmessa pubblicità, circa 162 minuti settimanali.

In *Belgio*, esistono tre organismi radio-televisivi, che sono istituti di diritto pubblico, dipendenti dal ministero della Cultura. Uno (RTB) è incaricato delle trasmissioni in lingua francese, un al-

tro (BRT) incaricato delle trasmissioni in fiammingo e il terzo è incaricato dei servizi comuni dei primi due, e delle trasmissioni speciali. Per legge, non esiste monopolio, ma in effetti i suddetti organismi sono i soli a poter diffondere emissioni radio-televisive. Gli istituti radio-televisivi non possono trasmettere pubblicità.

In *Svizzera* esiste una sola società radio-televisiva, la SSR, di diritto privato, organizzata come un'Associazione, che raggruppa tre società regionali. Viene trasmessa pubblicità.

Su una popolazione di 6 milioni di abitanti esistono 1.177.300 apparecchi televisivi. Alla fine del 1968 i dipendenti erano 1.849.

In *Austria* l'azienda televisiva è una società a responsabilità limitata, con partecipazione del 51% dello Stato e altre partecipazioni delle regioni.

Particolarmente notevoli, in Austria, le disposizioni circa l'indipendenza e i doveri di obiettività, di imparzialità e di non legame di alcun genere a istruzioni o pressioni da parte di partiti politici o di terzi. Nel Consiglio di Amministrazione della TV austriaca, siedono, con diritto di voto, anche rappresentanti delle comunità religiose riconosciute, della scienza, dell'arte, della cultura popolare e dello sport; e le disposizioni relative alla incompatibilità con qualsiasi mandato o carica politico-amministra-

tiva, anche per gli ultimi cinque anni. La Società radio-televisiva trasmette pubblicità, in appositi periodi per circa 20 minuti al giorno.

Su una popolazione di 7 milioni e 300 mila abitanti, la televisione raggiunge circa 1 milione e mezzo di nuclei familiari.

In *Svezia* la radio-televisione è monopolio della Radio Svedese AB, che è un organismo di Stato, ma organizzato come un'impresa privata. È una società anonima, le cui azioni sono nelle mani dei giornali, delle industrie di apparecchiature radiotelevisive e delle organizzazioni che rappresentano i movimenti nazionali e sociali.

La società radio-televisiva non trasmette pubblicità.

A fine 1968 i suoi dipendenti erano circa 3000. Su una popolazione di 8 milioni circa di abitanti il numero degli abbonati alla televisione è 2. 325.834.

In *Norvegia* esiste un unico organismo radiotelevisivo, controllato dal governo, la Norsk Rikskringkasting, che effettua tutte le trasmissioni radiotelevisive.

Tale organismo non trasmette pubblicità e i suoi introiti sono dati principalmente dai canoni di abbonamento. Il personale è di 1.633 unità.

Su una popolazione di 3 milioni e 800 mila abitanti vi sono circa 770.500 abbonati televisivi.

In *Finlandia* dal 1957 coesiste una televisione

commerciale libera, la TES-TV che diffonde i propri programmi in concorrenza con quelli della televisione Oy Yleisradio Ab, Società anonima il cui capitale appartiene tutto allo Stato.

In *Irlanda* esiste una sola compagnia televisiva, la Radio Telefis Eireann, organismo di Stato. Trasmette pubblicità, che viene inserita durante i programmi.

Su 2 milioni e 900 mila abitanti esistono 394.350 apparecchi televisivi. I dipendenti dell'ente sono circa 1.300.

In *Portogallo* esiste un'unica società televisiva, che è una società per azioni, di cui il 60% appartiene allo Stato, il 20% alle stazioni trasmettenti private di radiodiffusione e il 20% ad azionisti privati, fra cui alcune banche. Per la radio non v'è monopolio, e coesistono con l'emittente statale varie stazioni private.

Trasmette pubblicità. Il numero dei dipendenti è di 1.014.

Su una popolazione di 9 milioni e 400 mila abitanti il numero degli abbonati alla fine del 1969 aveva raggiunto le 351.557 unità.

La *Spagna*, con una popolazione di 32 milioni di abitanti, ha circa 3 milioni e mezzo di televisori, il che significa una penetrazione soltanto del 33%.

In *Russia* esistono altrettanti organismi emittenti quante sono le Repubbliche dell'Unione Sovietica.

tica. Essi, però, confluiscono in un unico superiore organismo, il Comitato per la Radio e la Televisione, presso il Consiglio dei ministri dell'U.R.S.S., il cui presidente ha rango di ministro, ed è membro del Soviet Supremo. In aggiunta ai programmi originati regionalmente, è irradiato, comunque, da Mosca, un programma nazionale che ricopre l'intero territorio russo, valendosi, per la diffusione, anche di satelliti di comunicazione, capaci di coprire l'intero territorio, da Mosca a Vladivostock. In sostanza, la televisione è più che mai statale, e monopolistica.

Nonostante il fatto che il governo di quell'impero veda nella televisione, ovviamente, una delle armi della sua propaganda comunista, con un territorio pari a un sesto della superficie terrestre, e con una popolazione di 240 milioni di abitanti, essa ha in uso soltanto 20 milioni di ricevitori (soltanto 4 milioni e 800 mila più dell'Inghilterra, pur con una popolazione oltre quattro volte maggiore di quest'ultima).

CONTINENTE AMERICANO:

Per quanto riguarda le televisioni nel Continente americano, esse esistono ovunque in forma privata, con esclusione di Cuba, ove la dittatura comunista castrista non permette l'impresa privata, e della Bolivia, dove non vi era sufficiente mercato né

di capitali, né di utenti (tuttavia, anche in Bolivia, le stazioni emittenti radio sono private).

Nel caso di *Cuba*, si può sottolineare che Castro e il suo regime comunista ereditarono l'industria televisiva che aveva fatto più progresso di tutte quelle dell'America latina. Infatti, sino al 1952, Cuba disponeva di una rete nazionale di sette emittenti, collegate, in trasmissione simultanea, da 18 ripetitori, il tutto di proprietà privata. Quando Fidel Castro confiscò, nel 1960, l'industria televisiva cubana, il paese disponeva di 3 canali che fornivano servizio completo e simultaneo a tutta l'isola.

Quanto agli *Stati Uniti* (ai quali, come già accennato, dedicheremo una estesa trattazione particolare nel secondo fascicolo), non vi esiste alcuna televisione statale. Televisioni interamente private e « commerciali » (che tutte vendono pubblicità): 681 stazioni in funzione, più 130 aventi la licenza, ma non funzionanti; più 74 in attesa di licenza. Oltre a queste, vi sono stazioni « non commerciali », appartenenti a scuole, università, fondazioni, amministrazioni locali: 190 di queste sono in funzione, 24 in possesso di licenza, ma non funzionanti, e 21 in attesa di licenza. Nessuna di queste può fare pubblicità.

Esistono 78 milioni e 200 mila televisori su di una popolazione di poco più di 200 milioni di abitanti e cioè un livello di « penetrazione » corrispondente ad un'ultrasaturazione.

Nel *Canada* (che tratteremo, come gli U.S.A., nel secondo fascicolo) si ha una situazione strutturale risultante dalle influenze britannica, francese e nord americana. Le televisioni autorizzate in Canada sono 53, tutte private, tranne una, sussidiata dallo Stato, che funziona come una specie di entità parastatale quasi indipendente. I televisori sono 5 milioni e 900 mila, con una « penetrazione » cioè assai vicina alla saturazione, rispetto alla popolazione di 20 milioni e 800 mila abitanti.

Un caso *sui generis* è quello della *Colombia* ove le trasmissioni e gli studi sono di proprietà statale, ma lo Stato trasmette soltanto programmi scolastico-istruttivi, in ore determinate. Il rimanente tempo di antenna viene venduto a imprese private che lo programmano e lo commercializzano (la radio, anche in Colombia, è, tuttavia, privata).

In *Argentina* non esiste monopolio (si ebbe un monopolio *de facto* soltanto durante il periodo peronista).

Oggi nel paese funzionano 4 canali nella capitale, 2 a Mar del Plata, 2 a Bahía Blanca, 2 a Cordoba, 2 a Mendoza, più 17 (uno per ciascuna delle altre città di provincia). Tutti i canali trasmettono pubblicità.

Il numero dei dipendenti varia a seconda dei canali, da un massimo di 870 per il canale 13 ad un minimo di 180 per il canale 7 (canale statale).

Non esistendo abbonamenti obbligatori, è difficile fare un calcolo dei televisori in funzione. Si stima che, su una popolazione di 23 milioni di abitanti, essi superino i 3 milioni.

In *Brasile* esistono una cinquantina di stazioni televisive, una televisione nazionale a carattere commerciale, di proprietà del governo federale, e due stazioni a carattere culturale, di proprietà degli Stati di San Paolo e di Recife. Tutte le stazioni, tranne le due statali, trasmettono pubblicità, che è l'unica forma di introito delle stazioni televisive.

Su di una popolazione di 89 milioni di abitanti, esistono nel paese 5 milioni e mezzo di televisori.

In *Cile*, le emittenti radio sono private e le tre televisioni sono due private, gestite « commercialmente » dalle università, ed una statale.

La prima televisione, « Canale 9 », appartiene alla Università del Cile in Santiago; la seconda televisione appartiene alla Università Cattolica: « Canale 13 » in Santiago e « Canale 4 » in Valparaiso. La terza televisione (TV Nacional) o « Canale 7 » appartiene a tre Enti controllati dallo Stato; esso ha una catena attraverso tutto il Cile.

Tanto in Colombia quanto in Cile, questa situazione derivò dal fatto ch'erano state esercitate forti pressioni affinché la televisione fosse dedicata soprattutto a scopi di istruzione. Ma i primitivi propositi, puramente educativi, sono stati in parte smentiti

dai fatti. Tanto in Colombia quanto in Cile, le aziende televisive, per la maggior parte del tempo di antenna, trasmettono programmi commerciali di origine privata.

In *Messico*, non esiste monopolio. Vi sono tre società televisive private per azioni, che trasmettono anche pubblicità (fino ad un 20% delle trasmissioni); più un canale governativo, che non trasmette pubblicità.

Per quanto riguarda il numero dei dipendenti, esso varia a seconda delle società, passando da circa 2000 persone nel Telesistema Mexicano a 200 persone nella Corporación Mexicana de Radio Televisión.

Su una popolazione di 45 milioni e mezzo di abitanti, si calcola che i televisori in funzione siano 2 milioni e mezzo.

In *Venezuela*, esiste una compagnia statale, finanziata esclusivamente dal governo, più tre Compagnie televisive private (società per azioni), che operano un certo numero di canali, sia a Caracas che in altre città, e la cui principale fonte di reddito è data dalla pubblicità.

Su una popolazione di 9 milione e 700 mila abitanti, si stima siano in funzione circa 800.000 televisori.

In *Perù*, vi sono quattro società televisive private, che trasmettono anche pubblicità, e un canale gover-

nativo, destinato ai programmi culturali, che non trasmette pubblicità.

Nel *Costa Rica*, nell'*Ecuador*, nel *Salvador*, in *Guatemala*, in *Honduras*, in *Nicaragua*, *Panama*, *Paraguay*, nella *Repubblica Dominicana* e in *Uruguay*, le televisioni sono esclusivamente private.

Salvo che in Paraguay e in Bolivia, in tutti i paesi del continente americano esistono sempre vari canali, il che consente al pubblico un'ampia scelta tra i diversi programmi d'informazione e di divertimento.

ASIA, OCEANIA E AFRICA:

Di questi paesi ci occuperemo più particolarmente nel quarto fascicolo.

L'influenza esercitata, per tanti anni, dall'Europa sulla maggior parte dei paesi di questi tre continenti, ha avuto riflessi anche per quanto riguarda il sistema adottato per la televisione.

Bisogna tener presente che, nella maggior parte di questi paesi, vi è stata, per tanti anni, carenza di capitali nazionali, e, d'altra parte, specialmente nei paesi africani, scarse erano le possibilità di mercato, le possibilità cioè di svolgere una gestione commerciale economica.

Per queste ragioni, nella maggior parte di questi paesi, predomina il sistema di televisione statale.

La televisione è soltanto statale (senza pubblicità) nell'Arabia Saudita, in Israele (dove l'ente è tuttavia autonomo), nel Kuwait, in Turchia (sotto esperimento), nella Cambogia, nella Cina comunista (naturalmente), in India.

È statale, con pubblicità, ad Aden, in Indonesia, in Irak, in Giordania (l'ente è tuttavia autonomo), in Malesia, nel Pakistan (ente autonomo), a Singapore, in Siria, nella Nuova Zelanda (ente autonomo).

Coesistono, invece, televisione statale e televisioni private in Australia (quella statale senza pubblicità), nella Cina nazionalista (quella statale è soltanto educativa), nella Corea del Sud (quella statale con pubblicità), nell'Iran (quella statale con pubblicità), in Giappone (quella statale, ente autonomo, e senza pubblicità), in Thailandia (quella statale con pubblicità).

Invece, la televisione è soltanto privata nelle Filippine, nel Libano, nell'isola di Okinawa.

In *Australia*, su una popolazione di 12 milioni di abitanti, vi sono 2 milioni e 700 mila televisori, il che significa una penetrazione dell'80%.

È notevole che l'Australia, con una popolazione che è soltanto un terzo di quella spagnola, abbia lo stesso numero di televisori della Spagna.

Nel *Giappone*, paese pilota in fatto di televisione, su una popolazione di 101 milioni di abitanti, esi-

stono 20 milioni di televisori per cui anche in quel paese la televisione ha una penetrazione dell'80% o probabilmente di più, dato che, per il Giappone, si deve calcolare una media di circa quattro ascoltatori per famiglia. Il Giappone, con una popolazione che è il 40% di quella russa, ha lo stesso numero di ricevitori che ha la Russia: è il paese dei più sensazionali sviluppi televisivi di oggi e di domani.

Invece, sia per quel tanto di arretratezza dei paesi a regime comunista, specie nel campo dei consumi privati, sia per la priorità che, come in Russia, viene data all'industria pesante ed a quella degli armamenti, la Cina comunista, con 825 milioni di abitanti, ha soltanto 100 mila ricevitori.

A parte la povertà della vita dei cittadini nei paesi a regime comunista (anche in quelli che — come la Russia — dispongono di risorse e ricchezze naturali illimitate), quanto sopra costituisce una dimostrazione del maggior grado di penetrazione esistente nei luoghi ove giuoca la concorrenza, attraverso il sistema privato.

Nelle *Filippine* operano una televisione di Stato e un'altra privata e commerciale.

Nella *Tailandia*, una istituita nel 1952 dall'Università di Bangkok, e l'altra da privati: la Thailand Television and Radio Broadcasting Co.

Il caso del Giappone

Il caso del Giappone ha caratteristiche speciali.

Vi funziona la Nippon Hoson Kyokai (NHK), una società autonoma, nella quale lo Stato ha un intervento assai indiretto. È finanziata mediante abbonamenti. Le sue condizioni finanziarie assicurano alla NHK libertà editoriale e indipendenza di conduzione.

La NHK gestisce due catene nazionali, ciascuna delle quali possiede circa 800 stazioni trasmettenti e ripetitrici, interallacciate mediante micro-onde, che coprono il 95% dei 330 mila chilometri quadrati (un'area simile a quella dell'Italia) del territorio giapponese.

Una delle due catene fornisce notizie, programmi artistici e di divertimento, ecc. L'altra trasmette soltanto programmi educativi e d'istruzione. Entrambe trasmettono per 18 ore al giorno e producono da se stesse tutti i loro programmi. L'abbonamento costa 380 yens al mese (lire 589) per il bianco e nero, e 485 yens al mese (lire 752) per il colore.

Oltre a queste catene della NHK, vi sono a Tokyo altre cinque grandi stazioni private, 680 canali e ripetitori privati, che agiscono in zone limitate.

Fonte finanziaria per le organizzazioni televisive private è la pubblicità, che frutta quasi 600 miliardi di lire all'anno.

La stazione principale della NHK occupa il terzo o quarto posto, in quanto non cerca di fare concorrenza alle stazioni private commerciali. Infatti, per statuto, la NHK non ha fini di lucro e non fa pubblicità. Ha importanti laboratori di ricerca, con 400 tecnici e scienziati, e tutte le sue scoperte o invenzioni sono poste a disposizione delle televisioni private.

A *Singapore* operano due televisioni (di cui una quadrilingue) sin dal 1963.

Per quanto riguarda i *paesi africani*, la maggior difficoltà è data dalla scarsa disponibilità capillare d'energia elettrica nei luoghi periferici (senza che vi sia ancora alcuna possibilità di « copertura » mediante satelliti).

In quasi tutti i paesi è, invece, sempre assai diffusa la radio-audizione, con apparecchi a pila e a transistor.

La leggenda delle antiche civiltà

Comunque, l'Africa, come l'Asia, offre alla televisione un campo demografico sfruttato sinora solo in minima parte. Sarà appassionante, negli anni prossimi, vedere come enormi masse umane passeranno di colpo dall'analfabetismo ad una certa cultura generale (sia pure soltanto quella consentita dalla cultura audio-visuale), bruciando le tappe per percorrere le quali i paesi del mondo libero occidentale hanno impiegato secoli. Tutto ciò che noi chiamiamo

l'edificio mirabile delle così dette « vecchie civiltà », islamica, cinese, o indù, non è fatto di veri « edifici »; è fatto solo di « facciate », il cui spessore è in verità soltanto quello di élites, peraltro assai esigue. Dietro a ciascuna di queste facciate vivevano centinaia di milioni di uomini, che non avevano praticamente avuto, prima d'ora, a loro disposizione veri mezzi di espressione.

Una speranza o una minaccia

Orbene, grazie alla televisione, questi uomini potranno forse rivelarsi ed unificare le loro concezioni. Si ricordi, per esempio, il fenomeno, da molti e più volte rilevato, dell'unificazione della lingua in Italia, operata dalla televisione, che ha svalutato i dialetti, e si pensi in quanti campi la TV potrà iso-orientare quei popoli; promettente speranza questa, da un lato, e grave minaccia, dall'altro, per la minoranza bianca sulla terra — ahimé non abbastanza concorde ed unita!

Per ora, la televisione è privata nella sola Mauritania. L'Alto Volta, il Gabon, il Marocco, la Rhodesia, hanno televisioni statali senza pubblicità.

Hanno televisioni statali con pubblicità le due Repubbliche del Congo, l'Egitto, l'Etiopia, il Kenya, la Liberia, la Nigeria, il Sudan e l'Uganda.

L'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni (UIT) ha proprio recentemente compiuto uno

studio preliminare sulla possibilità di istituire una rete panafricana di telecomunicazioni: si appresta ora a intraprendere la realizzazione dei piani dettagliati e l'elaborazione dei capitolati d'appalto, in vista dei bandi per la presentazione di offerte circa i collegamenti e le installazioni di comunicazione e di transiti tra paese e paese.

Una gran parte di questi lavori di pianificazione ed elaborazione dei capitolati per le gare di appalto potrà essere eseguita da imprese internazionali di « consulting engineers ».

L'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni ha invitato le ditte specializzate in tal campo che desiderano intervenire nelle gare di appalto, e che sono in grado di intraprendere i compiti succitati nel quadro della propria organizzazione, a manifestare per iscritto il loro interesse a queste opere e a fornire le loro referenze, corredate da una documentazione sulla loro esperienza e capacità nel campo dell'organizzazione, dello studio e della pianificazione delle reti internazionali e dei sistemi di interconnessione.

La televisione fuori della politica

Osservando il panorama dei vari tipi di televisione nel mondo, si può rilevare che, in generale, gli Stati hanno posto molta attenzione a mantenere l'organizzazione della radiotelevisione al di fuori del-

la « presa » politica, come si nota particolarmente in Inghilterra, Germania, Scandinavia, Austria e negli altri paesi liberi e democratici.

Quanto alla Francia, specialmente sotto il governo di De Gaulle, non si poteva dire altrettanto (basti ricordare le ribellioni del 1968 contro la politicizzazione della radiotelevisione).

Ora, a seguito delle nuove direttive del Governo Pompidou tendenti alla modificazione in senso più liberale, è in discussione l'ammissione di una concorrenza all'ente statale.

Potere suggestivo della televisione e rischi ch'esso comporta

Come già abbiamo accennato, la televisione possiede, per la sua stessa immediatezza, per l'impressione durevole che è capace di produrre sullo spettatore, un potere suggestivo più forte di qualsiasi altro mezzo di comunicazione, poiché agisce contemporaneamente su due sensi privilegiati nel recepire e fissare le informazioni: la vista e l'udito.

Per la sua capacità d'incidenza sul pensiero delle masse, essa può quindi costituire un pericolo gravissimo, quando venga adoperata unilateralmente, per esempio ai fini di sostenere, più o meno indirettamente, determinate tesi di ordine politico-sociale o sociologico. Questo pericolo è tanto più grande quando la televisione non rappresenta, in modo aperto,

manifesto e leale, determinati fatti, opinioni e atteggiamenti, rendendo possibile anche la constatazione e la considerazione di fatti, opinioni e atteggiamenti contrari; quando atteggiamenti, opinioni, e soprattutto fatti, vengono presentati in modo incompleto, artato, distorto, frammentario, allo scopo di ottenere, come risultato indiretto, un orientamento dell'opinione pubblica in un senso predeterminato.

Una televisione adoperata in siffatto modo, senza quella obiettività e completezza che solo può permettere a ciascuno di farsi un'idea propria su ogni argomento, secondo la propria intelligenza e la propria sensibilità, può costituire uno strumento politico potentissimo e del tutto negativo per l'interesse fondamentale e ultimo di un popolo.

Da qui la necessità che vi siano quante più « campane » possibili, che incrocino le loro voci.

Ciò riduce anche la responsabilità, altrimenti immane, che grava su di una fonte unica, sia essa statale o privata.

Non si dimentichi che la televisione esercita specialmente sui bambini, sugli adolescenti e sui giovani un fascino persuasivo quasi sempre superiore a quello esercitato dalla famiglia, dalla scuola, ecc. I bambini giurano « in verbo... televisionis », attribuendo ad essa una credibilità superiore a quella che attribuiscono agli stessi genitori.

Lo stesso dicasi per gli adulti non forniti anco-

ra di sufficiente cultura, esperienza di vita e capacità individuale di giudizio.

Radiotelevisione e regimi totalitari

Ciò spiega la forza gigantesca che la televisione (come la radio e più ancora di essa) rappresenta nei paesi totalitari ai fini del mantenimento e del progressivo sviluppo dell'autorità delle dittature. E ciò spiega lo stretto monopolio imposto da qualsiasi regime dispotico, assoluto e arbitrario, sia esso, come erroneamente si suol dire, « di sinistra » o « di destra » (1).

La scrittrice Marya Mannes, recatasi in Russia per farsi un'idea della televisione sovietica, concluse: « La televisione serve all'educazione comunista del

(1) Abbiamo, peraltro, già accennato come sia grottesca questa distinzione, perché una differenza esiste soltanto tra dittature e democrazie, mentre tutte le dittature o regimi totalitari si equivalgono, essendo imperniati su di un assolutismo più o meno oppressivo, repressivo e reazionario e in certo senso sono, quindi, tutte, di « destra », differenziandosi semmai (per gradazioni e sfumature più o meno accentuate) nei loro metodi di tortura fisica o psichica; nei sistemi più o meno duri di persecuzione, di processi politici, di polizia segreta, ecc., con varie sfumature, in dittature « di destra », o di « estrema destra », sino a quella dell'odierno impero russo, tanto dispotica da potersi considerare di... « super estrema, più che zaristica, destra ». Essa, come ha scritto il 15 giugno 1970 a Mosca il grande romanziere russo Alexander J. Solzhenitsyn, col sistema del rinchiodere scrittori, scienziati, pensatori, giornalisti dissidenti o critici, in « ospedali psichiatrici », per... diagnosi e cura... (!!!), pratica una variante ancor più perfida e disumana delle camere a gas hitleriane, il che è tutto

popolo. Il suo primo compito è quello di istruire, poi quello di distrarre. L'utente della pubblicità è uno solo: lo Stato. Il prodotto da "vendere" è uno solo, il regime ».

dire! In proposito vedi anche le recenti proteste dei grandi accademici russi, del biologo Boris Astaurov, del fisico Pyotr Kapista (uno degli scienziati russi più conosciuti nel mondo), del fisico Mikhail Leontovich, di Andrei Sakharov (padre della bomba russa all'idrogeno e autore principale dei due importanti documenti che chiedevano la riforma della politica e dei metodi sovietici), del fisico-chimico premio Nobel Nikolai N. Semenov. Tutti questi furono fra coloro che più altamente protestarono per la chiusura nel manicomio di Kaluga del grande biologo Jaures Medvedev, di 45 anni (20 maggio 1970). Le loro proteste riuscirono a far liberare Medvedev il 17 giugno 1970 e farlo ritornare sotto sorveglianza a Obninsk. Le colpe di Medvedev erano quella di aver contrastato scientificamente il genetista Trofim Lysenko (un favorito di Stalin), col libro *La crisi della biologia sotto Stalin* pubblicato nel 1969 in America, e di avere in corso di compilazione un altro libro sulle barriere sovietiche alla collaborazione scientifica internazionale.

Dopo il tentativo di « assassinio spirituale » (come Solzhenitsyn e gli altri accademici chiamano queste azioni intese a distruggere la struttura biopsichica dell'uomo pensante), di fronte al coro generale di protesta di un vasto gruppo di uomini mondialmente celebri, vi fu a Mosca un drammatico, battagliero incontro di vari di essi con Boris Petronsky, ministro sovietico della Sanità, a cui partecipò il presidente dell'Accademia russa delle Scienze, il quale, tuttavia, non osò parlare. I « giudici » erano Andrei V. Snezhnevsky psichiatra ufficiale dell'U.R.S.S., e Viktor Morozov, che già aveva preso parte all'« esame » di molti dissidenti politici, dichiarati pazzi.

Morozov disse di aver esaminato il prof. Medvedev e di averlo trovato sofferente di... « psicopatia patologica », senza dare altre spiegazioni di questa singolare espressione. Gli accademici protestatarî non accettarono questa « diagnosi » del Morozov. Il fratello di Medvedev riferì che gli « psichiatri » dell'ospedale di

Dimmi che televisione hai, e ti dirò di che paese sei

Se è vero che la stampa di un dato paese, i suoi scrittori, il suo teatro, i suoi films ne offrono un ritratto abbastanza fedele, si deve tuttavia constatare che questa immagine è spesso fatta di elementi disparati e contraddittorî.

La televisione, invece, meglio che tutti quei mezzi d'espressione riuniti, offre allo straniero che la esamina il ritratto più sviscerato che si possa avere di una nazione.

Ciascun paese ha la sua televisione, quella che esso merita. Ciascun regime ha la sua televisione, quella che gli è propria. È difficile cercare un divorzio tra il « potere » e quella che può considerarsi essere del potere la più moderna e la più sottile espressione.

Kaluga avevano dedotto che lo scienziato incarcerato « deve avere una "personalità" scissa (divisa e contrastante) », perché, « essendo, da un lato, un biologo, dall'altro, vuole occuparsi di argomenti differenti, come quello della collaborazione scientifica internazionale » (!!!).

Quel che conta è che il rilascio con una « diagnosi » come quella surriferita, offre sempre alle autorità la possibilità di rinchiodare nuovamente il Medvedev, non appena egli dia nuove... manifestazioni della sua... « psicopatia patologica »... (!!!).

In proposito, oltre che gli scritti di Anatoli Kuznetsov e di tanti altri, basti leggere anche i racconti del ventisettenne intellettuale russo Vladimir Bukowsky, che, per aver protestato contro simili trattamenti... « psichiatrici » praticati a tanti altri, ha già trascorso sei anni nelle prigioni sovietiche, in « asili psichiatrici », e in campi di lavoro forzato.

Necessità che sia pluralistica la televisione come lo è la stampa

È di estrema importanza che il pubblico possa sempre contare simultaneamente su due o tre diverse televisioni, per poter scegliere, secondo il proprio gusto, la propria sensibilità e i propri desideri. La televisione, più ancora che il giornalismo scritto, la radio e la letteratura, contribuisce potentemente alla formazione dell'opinione pubblica, formazione che è il fattore più decisivo nei processi di evoluzione dei popoli.

Nelle epoche più recenti vi furono due casi: quello del fascismo italiano e quello del nazismo tedesco che, disponendo già di una radiodiffusione ben sviluppata, la posero al servizio di una causa politica. In entrambi i casi, il popolo non poteva ricevere che una versione, quella del partito o gruppo politico dominante. Nei paesi totalitarî comunisti, come nell'impero russo e i suoi satelliti, nell'impero cinese e a Cuba, questo sistema è stato portato al limite estremo.

Ciò può dare la misura di quanto male si possa commettere per mezzo di radiotelevisioni monopolizzate ed orientate verso una informazione tendenziosa o quanto meno unilaterale dell'opinione pubblica; basta immaginare un popolo che disponga di un solo giornale o di un solo gruppo di giornali tutti ispirati dalla stessa fonte!

Perché vi sia libertà di pensiero, occorre pluralità di televisione, come occorre pluralità di stampa.

La pluralità di televisioni rappresenta la migliore soluzione automatica del problema dell'imparzialità, in quanto l'ascoltatore può sentire le varie « campane » e raccogliere tutti gli aspetti di ciascuna situazione.

Ciò è stato largamente provato dal libero giuoco delle varie televisioni in America anche in recenti fasi particolarmente polemiche e difficili. E fa parte di quel meccanismo, che rende possibili permanenti autocorrezioni, caratteristico delle vere democrazie, di cui garantisce la sanità e la continuità.

Va osservato, inoltre, che uno dei principali inconvenienti della « televisione unica » è che in essa i servizi risultano spesso monchi. Infatti, volendo cercare di accontentare un po' tutti i settori della popolazione, una televisione unica si sforza di trattare troppi soggetti. Per l'ovvia tirannia del « tempo d'antenna », accade, così, che si « passino » « servizi » quasi sempre troppo brevi per dare quel minimo di informazione che occorre sopra un soggetto. Da ciò risulta che, quando, per esempio, sono accordati solo due minuti per un « servizio » che ne richiederebbero almeno quattro, si fa peggio di quanto si farebbe non « passando » nulla sull'argomento, in quanto altro non si fa che confondere o svisare le idee.

Se, invece, le televisioni sono più di una, cia-

scuna di esse può dedicarsi più esaurientemente, volta a volta, a ciascun argomento. E servire anche a scopi di « formazione », di « qualificazione » di uomini e di nozioni, esercitando così l'utile funzione di migliorare il bagaglio di nozioni di un dato settore della popolazione.

Si pensi al beneficio che potrebbe dare la televisione per certe preparazioni tecnico-professionali [tanto più in un mondo economico nel quale è stato praticamente eliminato (non si sa con quale vantaggio) l'utilissimo istituto dell'apprendistato per il miglioramento di operai specializzati, di tecnici, ecc. e per l'evoluzione di determinati strati demografici].

Del resto, non è improbabile che la struttura, o ripartizione della somministrazione della cultura, possa essere domani press'a poco la seguente, e potrebbe essere desiderabile che lo fosse:

alle *università*, la formazione dei « ricercatori » (in ogni campo, non soltanto in quello scientifico);
alle *scuole « tecniche »*, la formazione degli esecutori;

alla *televisione*, la diffusione delle nozioni e della cultura generale, nelle intere nazioni.

I limiti della libertà di espressione atti a garantire la libertà di tutti

Naturalmente, la libertà di espressione non può essere condizionata solamente dal senso di responsa-

bilità di coloro che dispongono dei mezzi di comunicazione sociale.

Essa non significa che si possa scrivere, dire o agire liberamente in pregiudizio di altri, della famiglia, della morale, del buon costume, o delle religioni, riparandosi sotto la bandiera della libertà d'espressione.

Ed è anche indispensabile che siano ben chiari, se la televisione è statale, i rapporti fra i cittadini e lo Stato... televisionante, in relazione a quanto concerne smentite, rettifiche, obbligo di pubblicarle, ecc., tutte cose che, per legge e/o per lunga consuetudine, sono regolate riguardo alla stampa quotidiana e periodica.

Ma, a parte questa ovvia considerazione, vale il fatto che la libertà di pensiero e d'espressione è una sola, è indivisibile ed essa non può non valere tanto per la stampa quanto per la radio e la televisione, quando la si eserciti con sufficiente dose di responsabilità e senza ledere i diritti legittimi di terzi.

Come abbiamo più volte osservato, la televisione costituisce la fonte di informazione più istantanea ed efficace. La gente ha diritto di essere informata rapidamente e liberamente attraverso di essa, come attraverso i mezzi di stampa e quelli giornalistici. Occorre naturalmente che l'informazione sia veritiera, obiettiva e imparziale ed è su questo campo, e

soltanto su di esso, che dovrebbe giocare una sana azione governativa.

A questo proposito, vogliamo, per incidenza, ricordare che la sera del 15 giugno 1970, dopo che gli esponenti della Federazione internazionale dei direttori dei giornali ebbero reso visita alla White House al presidente Nixon, questi definiva i mezzi di informazione liberi come « indispensabili ed essenziali per la sopravvivenza della libertà stessa ».

« Se è vero » diceva Nixon « che i leaders dei paesi del mondo libero non sempre possono essere d'accordo con i proprî critici, quei leaders sanno, tuttavia, perfettamente, quanto essenziale sia la funzione che i critici svolgono, con le loro opinioni e coi loro pareri contrarî, ai fini della preservazione della libertà ».

Ricordava Nixon l'episodio di un grande Presidente democratico suo predecessore, al quale dopo ch'egli era stato oggetto, per parecchie settimane, di particolari, brutali attacchi da parte della stampa, un membro del Congresso, suo intimo amico, visitandolo alla White House, disse, compiangendolo: « Non sarebbe meraviglioso svegliarsi e non vedere, ogni mattina, quegli editoriali e quelle vignette critiche? » « Niente affatto » rispose il Presidente, « è invece utile e indispensabile che la stampa possa criticare il governo e chiedergli conto del suo operato ».

« Ogni tanto » disse Nixon « ci si sveglia e si

vedono anche editoriali e vignette favorevoli. Ciò succede di rado, ma aiuta a soppesare il giusto e l'errato. Noi non possiamo governare con il consenso dei governati se non rispettiamo il loro diritto al dissenso. Intendiamoci, il rispetto verso il diritto al dissenso non impone che si debba essere d'accordo con i dissenzienti ».

Aggiunse che egli si considererebbe infelice se qualsiasi decisione della Pubblica Amministrazione non fosse esposta al più accurato scrutinio ed alla critica più efficiente. Definì i direttori dei giornali come « guardiani della libertà » e aggiunse che una società libera è tale in quanto caratterizzata dal fatto che i leaders governativi devono esser ben sicuri di una cosa, e cioè che la stampa sia una stampa libera, e che si possa far conto su di essa come mezzo per obbligare i governanti a render conto, come e quando la stampa lo ritenga opportuno, delle loro azioni circa i grandi problemi del paese.

(Ci vengono alla mente le parole di Voltaire: « Non sono d'accordo con quello che dici, ma difenderò sino alla morte il tuo diritto di dirlo »).

La sera dello stesso 15 giugno 1970, il vicepresidente americano Agnew, diceva in un discorso a Detroit: « Nell'essere d'accordo sulle possibilità di disaccordo, noi miriamo, tuttavia, a un unico scopo comune. Non possiamo essere d'accordo sulla neces-

sità della libertà senza riconoscere la libertà di non essere d'accordo. La stampa deve avere la massima libertà di critica, fatto salvo il diritto dei criticati di criticare la stampa, quando essa nelle sue critiche si riveli irresponsabile o eccessiva rispetto alla realtà dei fatti. La prima missione della stampa dev'essere quella di informare il pubblico, affinché il cittadino, munito di informazioni sufficienti e precise, possa formarsi la propria giusta opinione. L'importante è che i fatti siano riferiti mediante una informazione che fornisca sempre "le due facce della medaglia", e che non distorca o svisi la verità ».

La televisione a colori

Come è noto, il sistema prevalente adottato per la televisione a colori in Europa è quello tedesco, detto PAL (Phase Alternation Line, o alternanza di fase a cadenza di linea) che utilizza una « definizione » di 625 linee (nel linguaggio tecnico la parola « definizione » è usata per indicare la capacità di precisione di riproduzione dei dettagli dell'immagine).

Negli Stati Uniti, invece, si usa il sistema NTSC (National Television System Committee), realizzato nel 1953 dalla Radio Corporation of America, sistema che, in previsione di una estensione del suo im-

piego in Europa, era già stato modificato per 625 linee e 50 « frames ».

La Francia adopera, invece, il sistema francese detto SECAM (Sequencial with memory).

Tutti e tre questi sistemi, pur essendo differenti tra di loro, hanno alcune caratteristiche comuni, che non citiamo, perché comporterebbero la conoscenza di dati estremamente tecnici, come ad esempio: segnale luminanza, segnale crominanza, frequenza della sottoportata del colore, ed altri simili paroloni.

Tutti e tre sono « compatibili », ossia sono in grado di ricevere, senza alcuna variante, sia le trasmissioni a colori che quelle in bianco e nero.

Si può osservare che la televisione a colori venne in Europa nell'estate 1967. La cominciò la BBC il 1 luglio di quell'anno. Seguirono la Germania libera il 25 agosto, la Francia e l'Olanda il 1° ottobre, la Svizzera nel settembre 1968, l'Austria nel gennaio 1969.

Si calcola che verso la fine degli anni '70, 25 milioni circa di case in Europa avranno la televisione a colori (quasi altrettante quante quelle che già l'avevano negli Stati Uniti al principio del 1970: 24 milioni e 300.000 case, corrispondenti al 40,9% del totale), e che tutti i programmi di punta saranno ormai in colore.

In effetti, la spinta della TV a colori nell'Europa occidentale si prospetta assai più veloce di quan-

to non fu negli Stati Uniti, dove essa fu, al principio, relativamente lenta.

Le vendite di televisori a colori nell'Europa occidentale furono di 170.000 nel 1967. Nel 1968 già erano di 450-500 mila. Furono 800 mila nel 1969; si prevedono in forse un milione e mezzo nel 1970, e probabilmente in circa 2 milioni nel 1971.

Il ritardo con cui l'Europa è entrata nel campo del colore rispetto all'America, ha consentito ai fabbricanti europei di apprendere, durante oltre un decennio, dall'esperienza americana, e di migliorare progressivamente i risultati del proprio lavoro di ricerca scientifico-tecnica.

I televisori a colori europei sono, già nella loro prima generazione, superiori a quelli americani.

Il valore globale della vendita di televisori a colori nel 1971 potrà essere equivalente a 700 milioni di dollari (quasi 450 miliardi di lire), e nel 1973 oltrepasserà probabilmente il miliardo di dollari (625 miliardi di lire), il tutto sempre a prezzi di fabbrica.

La vendita in Europa dei televisori in bianco e nero (in numero, nel 1969, di circa 8 milioni, e in valore, grosso modo, di un miliardo di dollari, sempre a prezzi di fabbrica) continuerà probabilmente a « tenere », anche durante il 1970-71, malgrado l'incremento della vendita di quelli a colori. Ma negli anni successivi è assai probabile che, specialmente nei

paesi europei più sviluppati, lo smercio dei televisori a colori ridurrà sensibilmente quello dei « bianco e nero ».

Le aree di maggior sviluppo del colore saranno l'Olanda, l'Inghilterra e la Germania federale.

Quanto alla Francia, con 15 milioni di unità familiari e 8 milioni e mezzo di televisori in bianco e nero, essa farà per il colore un caso a parte, in quanto è rimasta attaccata al proprio sistema (SECAM) dopo che la maggior parte dei paesi aveva preferito invece il sistema PAL.

Si prevede che specialmente l'Olanda, l'Inghilterra e la Germania libera saranno forti esportatrici dei propri televisori a colori.

La televisione è anche una forma di attività industriale

Se, com'è giusto, si definisce l'industria come un insieme di operazioni, intellettuali e materiali, intese all'ottenimento, alla produzione, alla trasformazione e alla distribuzione di prodotti e servizi, operazioni animate dallo spirito di intrapresa e col concetto del « rischio calcolato », e realizzate coordinando a tal fine uomini e mezzi, non si può non considerare che la televisione, oltre ad avere una grande importanza sociale, in quanto essa è una forma rilevante di attività culturale, costituisce anche un'importante

forma di *attività industriale*, un vero e proprio *ramo d'industria*.

In essa, si svolge, in effetti, una effettiva trasformazione di materie prime. L'energia elettrica, fonte principale di questa industria, si trasforma in impulso elettromagnetico, per mezzo del quale una immagine, scomposta in tanti punti, viene trasportata, attraverso radio-onde, dal luogo di origine (impianto emittente) e viene nuovamente ricomposta nel punto di arrivo, cioè nell'impianto ricevente.

Questo processo pone in movimento una infinita serie di operazioni elettriche, elettroniche, meccaniche, manuali, ecc, con tutte le modalità proprie di qualsiasi altro impianto industriale, per arrivare al prodotto finito, che è l'immagine sul video. Senza parlare dell'organizzazione degli studi, delle attrezzature strumentali, manovrate da personale altamente specializzato, con una gamma svariatissima di compiti tecnici ed artistici, in sostanza, un insieme di attività industriali, molto simile, ma assai più complesso di quelle del cinema.

Senza parlare del fattore « talento creativo » di testi, di disegni, di scenografie, d'illuminazione, di voci, di musica, di suono, di interpretazione, di azione (elementi questi tutti indissolubilmente legati tra di loro per la composizione finale delle immagini), e cioè dei « programmi » che, pur rappresentando una materia prima composta dal pensiero e dalle idee,

ha ovviamente notevole importanza tecnico-economica.

L'articolo 41 della Costituzione italiana

E se consideriamo la televisione, come non si può non considerarla, come un'attività economica industriale, dobbiamo incidentalmente citare, per esempio, l'articolo 41 della Costituzione italiana: « L'iniziativa economica privata è libera. Non può svolgersi in contrasto con l'utilità sociale, o in modo da recare danno alla sicurezza, alla libertà, alla dignità umana. La legge determina i programmi e i controlli opportuni perché l'attività economica pubblica e privata possa essere indirizzata e coordinata a fini sociali ».

Avvenire della televisione

È prevedibile che, nella prossima decade, sarà tecnicamente possibile trasmettere programmi televisivi direttamente da satelliti, senza la necessità di utilizzare una stazione terrestre come mezzo di collegamento tra satelliti e ricevitori. Collocati in orbita sull'equatore, questi satelliti potranno trasmettere, coprendo ciascuno fino ad un terzo della superficie terrestre.

Può darsi che essi opereranno su di uno standard

di Ultra High Frequency (UHF) e che, per ricevere segnali nitidi, sarà sufficiente un'antenna inferiore a due metri.

Questi perfezionamenti tecnologici permetteranno di trasmettere programmi mondialmente, ed un miliardo di persone potrà assistere allo stesso spettacolo con traduzione simultanea in varie lingue.

In questo caso le legislazioni sulla radiotelevisione dei vari paesi dovranno adeguarsi, per rendere possibile il funzionamento di questo tipo di trasmissione, e si dovrà anche arrivare ad accordi internazionali che assicurino a tutti i paesi il libero accesso all'uso di questi favolosi mezzi.

Quanto al colore, non solo esso si sta da alcuni anni già diffondendo dappertutto, ma si arriverà probabilmente alla possibilità di avere nelle case un registratore magnetico video, che permetterà di registrare a colori quei programmi che a ciascuno piaccia poi rivedere, per conto suo, nel televisore, quando vorrà.

Sempre restando nel campo scientifico tecnologico, altra attuazione in corso, sia pure sinora soltanto sul piano sperimentale, è quella di un sistema trasmettente le « ultime notizie » in fotostampati, cioè, in sostanza, un sistema di « giornali elettronici » che consentirà di poter « leggere » gli avvenimenti mondiali pochi minuti dopo che essi abbiano avuto luogo.

Sono, del resto, ben noti gli esperimenti già fatti di circuiti elettronici della dimensione di una scatola di fiammiferi. Queste apparecchiature si avvalgono di circuiti integrati, i quali, in spazi ridottissimi, contengono l'equivalente di centinaia di componenti tradizionali separate.

Questo potrebbe diventare lo schema del ricevitore televisivo del futuro: l'energia originata da piccole batterie solari potrà far funzionare piccolissimi televisori portabili nella maniera più facile e comoda.

Come contrapposto a questi minitelevisori, potranno esservi schermi di ricevitori di dimensioni grandissime, nei quali le immagini potranno anche essere viste in forma tridimensionale.

Questi schermi giganti potranno anche appendersi alla parete di una stanza di casa, giacché il tradizionale schermo televisivo potrà essere sostituito da un visore piatto contenente parte dei circuiti necessari al suo funzionamento.

È evidente che, con l'uso delle comunicazioni mediante satelliti, infinite saranno le applicazioni pratiche prevedibili: sarà, tra l'altro, possibile estendere la già avvenuta utilizzazione di centri di diagnosi medica anche lontani, nei quali un gruppo di medici specialisti può vedere su di uno schermo televisivo i dati e gli elementi clinici che gli permettono di fare diagnosi e suggerire terapie per malati gravi che si trovano a una distanza di migliaia di chilometri.

Questi nuovi sistemi del futuro potranno anche avere un'importanza enorme per la televisione educativa, che potrà diventare un complemento utilissimo, ed anche eventualmente obbligatorio, nelle aule scolastiche, o atto a portare l'istruzione in aree di popolazione appartate ed oggi scarsamente provviste, o del tutto prive, di mezzi d'istruzione.

Specialmente con lo sviluppo delle comunicazioni dirette da satellite a ricevitore potrà anche crearsi la possibilità di dare lezioni direttamente nelle case. I ragazzi potranno far domande mediante un apparecchio elettronico, e ricevere sullo schermo del proprio televisore domestico risposte formulate mediante calcolatori elettronici.

Come si vede, non vi sono limiti, se non quelli dell'immaginazione, agli ulteriori progressi e sviluppi della televisione nel mondo di domani. Per la TV si può ripetere ciò che già molti anni fa scriveva padre Teilhard de Chardin: « Su scala cosmica, solo ciò che è fantastico ha delle probabilità di esser vero ».

È ben noto lo sviluppo, quasi da fantascienza, delle telecomunicazioni in generale, terrestri, sottomarine, aeree (telegrafo per filo e per cavi, radiotelegrafo, telefono per filo e per cavi). E la straordinaria dimensione di questo sviluppo può consentire ogni applicazione della nuova scienza, della « teleinformatica », attraverso i cervelli elettronici, scienza che presupp-

pone appunto una sempre più vasta rete di comunicazioni che colleghi l'intelligenza elettronica centrale con le sorgenti di informazione e coi centri di destinazione.

In parallelo, hanno progredito, con crescente successo, gli esperimenti condotti sui satelliti attivi per telecomunicazioni.

Il primo satellite artificiale sfruttato commercialmente fu posto nel 1965 su un'orbita di 36.000 chilometri.

Il ripetitore spaziale permetteva di ricevere e ritrasmettere verso la Terra, con la quale ruotava in sincronismo, 240 canali telefonici. Per il tramite di questo satellite, detto « Early Bird », fu possibile stabilire anche un collegamento televisivo di tipo commerciale tra l'Europa e l'America.

I più moderni satelliti della serie Intelsat III (di cui tre già posizionati sull'Oceano Atlantico, uno sull'Oceano Pacifico, ed uno sull'Oceano Indiano), permettono, ognuno, la trasmissione contemporanea di 1.200 canali telefonici. È già peraltro in avanzata fase di studio un nuovo sistema, denominato Intelsat IV, i cui ripetitori spaziali sono capaci di offrire lo smaltimento contemporaneo di alcune migliaia di circuiti telefonici ed alcuni canali televisivi. (Nel settore delle telecomunicazioni spaziali è ormai universalmente noto l'apporto dato dall'Italia attraverso la Società del Gruppo STET Telespazio).

La tendenza attuale è quella di arrivare a una specie di equilibrio (dimensioni press'a poco uguali) tra circuiti in cavo e circuiti via satellite.

Proprio nello scorso mese di aprile, nella riunione internazionale per lo studio delle previsioni di circuiti nell'area dell'Oceano Indiano, riunione tenutasi a Teheran, la delegazione giapponese ha dato autorevole conferma a questa teoria della suddivisione, nella proporzione del 50%, fra i circuiti via cavo e via satellite; questa teoria è stata da tempo sostenuta ed applicata nelle direttrici possibili dall'Italia, attraverso l'attecchiamento comune delle due Società Italcable e Telespazio e con il completo avallo del ministero delle Poste e delle Telecomunicazioni.

Le statistiche dell'ultimo decennio dimostrano, però, che il vertiginoso aumento del traffico nei vari servizi di telecomunicazioni non fa prevedere fenomeni di saturazione.

Altri sistemi di trasmissione sono stati così introdotti nei programmi di studio. Il più prestigioso è senz'altro quello che si avvale della moderna tecnologia del LASER, neologismo questo ricavato dalle iniziali di Light Amplification by Stimulated Emission of Radiations. Il dispositivo, che produce un fascio di radiazioni coerenti nella gamma delle frequenze della luce, consente capacità di centinaia di trasmissioni televisive contemporanee, il che equivale ad una corrente

di traffico telefonico valutabile in centinaia di migliaia di circuiti sullo stesso supporto.

La NASA, Ente spaziale americano, ha già affidato ad una industria californiana lo studio del sistema di comunicazione via LASER per un satellite da immettere in orbita nel 1972.

In campo nazionale, un altro organismo del gruppo STET, ed esattamente lo CSELT, sta svolgendo in tutti i settori, incluso quello del LASER, le più approfondite indagini e ricerche condotte da tecnici altamente qualificati; è parimenti importante l'attività svolta dall'Amministrazione delle Poste e Telecomunicazioni attraverso l'Istituto Superiore delle Telecomunicazioni diretto dal Prof. Martorana. A questi sviluppi, che forniranno al mondo di domani nuovi vasti mezzi di diffusione dell'informazione, con peculiari caratteristiche di flessibilità verso le esigenze sempre crescenti dell'utenza, e di ricettività per i sistemi di automazione avanzata, si collega la crescente possibilità di sviluppo dell'uso dei satelliti per scopi televisivi.

Il problema dei satelliti

Un problema particolarmente spinoso per l'avvenire della televisione è rappresentato dall'avvento di un maggior numero e di una più larga possibilità di impiego dei satelliti di comunicazione. Si tratta di uno sviluppo senz'altro prevedibile per il futuro, anche se non proprio per il futuro immediato.

Questa previsione pone soprattutto due ordini di problemi: quelli che si riferiscono alla proprietà e alla protezione dei programmi, e cioè alla garanzia che essi non siano usati da parte di chi non ne ha il diritto; e problemi nei confronti dello spettatore, al quale, mediante l'uso dei satelliti di comunicazione (se, come sarà inevitabile, si arriverà, prima o poi, a rendere uniformi in tutti i paesi i sistemi del numero di « linee »), potrebbe essere rivolto qualsiasi tipo di programma, senza la possibilità di controllarne la fonte, la qualità e la natura, con gli svariati pericoli che ovviamente ne deriverebbero.

Simili problemi sono attualmente allo studio di apposite Commissioni delle Nazioni Unite, dell'UNESCO, e delle singole Unioni Continentali a cui sono associati gli organismi radiotelevisivi di ciascun continente (come l'Union Européenne de Radiodiffusion). Essi investono non soltanto la sfera puramente giuridica, ma anche quella politica, nel senso più ampio, e quella morale, e sono tanto più ardui in quanto i satelliti di comunicazione rendono accessibili la televisione ad aree molto vaste, nelle quali una distribuzione di programmi mediante circuiti terrestri era finora del tutto impossibile, come per esempio vaste zone dell'Africa centrale e sahariana, alcune zone dell'Asia, Oceania e America latina.

Sempre parlando di satelliti, vogliamo rilevare con compiacimento che è in corso un progetto di sa-

tellite europeo, del quale si occupano le Amministrazioni postali dei vari paesi dell'Europa occidentale. È da augurarsi ch'esso proceda speditamente. Ciò sarebbe estremamente importante per l'Europa.

Nel giugno dell'anno prossimo si svolgerà a Ginevra la Conferenza mondiale sulle radiotelecomunicazioni spaziali e, in concomitanza con la medesima, verrà organizzata una mostra (TELECOM - '70).

Video-cassette versus TV

Un fenomeno rivoluzionario, che potrebbe essere capace di mettere in certo senso a soqquadro tutto l'equilibrio delle posizioni acquisite da parte degli organismi televisivi basati sugli schemi che possiamo ormai definire « tradizionali » (anche se si tratta di una tradizione soltanto di qualche decennio), è quello rappresentato dalla diffusione dell'uso delle così dette « video-cassette ».

Infatti, l'introduzione indubbiamente imminente sul mercato delle « video-cassette », potrà condizionare il futuro della « vecchia » televisione. È un altro passo avanti rispetto alla possibilità di registrare programmi regolarmente trasmessi da reti televisive e di rivederli a proprio piacimento.

In effetti, il « video registratore », anche se finora certo non molto diffuso per il suo alto costo, ma che appare in via di progressiva affermazione, rappresenta una conquista importante. Consentendo

l'accumulazione di materiale televisivo e la sua riproduzione secondo il desiderio dell'utente, esso dà alla TV quella permanenza nel tempo che le mancava; rende possibile e accessibile a tutti un esame analitico e meditato delle trasmissioni, svincola il telespettatore dalla schiavitù degli orari di programmazione.

E, come abbiamo detto, si sta andando anche oltre. Avremo tra breve (in alcuni paesi addirittura l'anno prossimo) la disponibilità di programmi appositamente realizzati da produttori cinematografici e distribuiti da editori, che li venderanno o noleggeranno. Le « video-cassette » offriranno, così, films, presidi e sussidi didattici, sintesi informative e culturali, che potranno essere oggetto di una libera scelta del pubblico ed entreranno nel grande giro del consumo di massa. Anche se, nei primi tempi, è prevedibile che la loro diffusione sarà soprattutto rivolta a circoscritti settori (come ad esempio quello dell'insegnamento), le prospettive a lungo termine sono notevolissime. Se è ovvio che ripercussioni si avranno sull'industria cinematografica, altrettanto evidente appare la loro portata rivoluzionaria sulla televisione. È prevedibile che le imposizioni derivanti dalla gestione monopolistica degli enti televisivi subiranno un duro colpo. Intanto Clifford Barclay, presidente dell'Associazione dei produttori cinematografici britannici, ha significativamente dichiarato che le « video-cassette » sa-

ranno un'alternativa ai programmi normalmente destinati al teleschermo.

Oltre a ciò, per la prima volta le TV statali dovranno affrontare una concorrenza dall'esterno; per la prima volta il telespettatore potrà selezionare ciò che vuole vedere e ascoltare, e avere, accanto alla biblioteca, una personale « teleteca ».

L'attenzione degli enti televisivi dovrà allora essere principalmente rivolta all'attualità e alle trasmissioni « in diretta », cioè a quel settore nel quale simultaneità e immediatezza sono fattori insostituibili.

Mano a mano che il prezzo delle « video-cassette » diverrà più economico (secondo il processo comune a tutte le novità tecniche), il casalingo televisore perderà il suo prestigio di oracolo a ore fisse, e si trasformerà in un comune elettrodomestico, utilizzabile quando vogliamo e come vogliamo, un mezzo di « lettura » di nastri magnetici in scatola, che corrisponderanno alle nostre esigenze di svago, di informazione o di aggiornamento culturale del momento.

Quali le conseguenze sulle gestioni delle organizzazioni televisive?

Come si è accennato, la più probabile consisterà in un adeguamento dei programmi alle sollecitazioni della nuova situazione concorrenziale. Non è neppure escluso che gli enti televisivi tendano ad entrare essi stessi in campo, e a farsi produttori e distributori di « video-cassette ». Ma certamente un fatto inedito si

verificherà, con risonanze economiche e politiche di grande rilievo: la cessazione di quello stato di sudditanza e di passività dell'utente, che aveva indotto a definire il teleabbonato lo « spettatore senza libertà ».

Tutte queste impensate aperture che sono in corso, o che si intravedono per il prossimo futuro, accrescono la complessità e l'importanza dei problemi inerenti alla televisione, in quanto dette aperture operano tanto nel senso di un'informazione e commento sempre più « collettivi » e « immediati », quanto nel senso di un materiale più « individuale » e « soggetto a riflessione ».

PARTE SECONDA

FASCICOLO PRIMO

*Gli aspetti più rilevanti della televisione
nei paesi liberi e democratici*

LO STATUS DELLA TELEVISIONE
IN INGHILTERRA

A. - ORIGINI ED EVOLUZIONI DELLA RADIO-TELEVISIONE IN INGHILTERRA

L'azienda televisiva inglese controllata dallo Stato è il riflesso fedele della grande tradizione parlamentare britannica. La sua indipendenza, la sua obiettività, la libertà totale di cui dispone nella scelta delle sue emissioni, essa le deve, in effetti, per una gran parte, al sistema politico bipartitico, che conduce alternativamente al potere o all'opposizione i conservatori o i laboristi, nonché al senso di *fair play* così caro ai cittadini del Regno Unito.

La telegrafia senza fili

Come già abbiamo accennato nella prima parte di questo fascicolo, le origini della radio (poi radiotelevisione) britannica risalgono a quelle della telegrafia senza fili, nata proprio in Inghilterra, e sviluppatasi successivamente in quel grande Paese sotto forma di *un raggruppamento di società private aventi il monopolio dell'emissione.*

Marconi

Le progressive tappe delle trasmissioni senza fili cominciano con l'arrivo di Marconi in Gran Bretagna,

nel 1896, continuano con la trasmissione di messaggi radio dall'Inghilterra all'America nel 1901, e col primo atto del Parlamento inglese che regolava l'uso della telegrafia senza fili (1904).

Il giovane Marconi venne, fin dall'inizio, incoraggiato e sostenuto in Inghilterra dai più alti funzionari del ministero delle Poste. In questo appoggio si può ritrovare il primo segno della tutela che verrà, da allora in poi, sempre esercitata sulla radio e sulla televisione dal « Postmaster General » (ministro delle Poste e Telecomunicazioni).

La guerra 1914-1918

La guerra 1914-1918 impose controlli assai stretti (per ragioni di censura militare) sull'uso delle onde in base al « Defense of the Realm Act » (Legge per la difesa del Regno).

Durante quella guerra continuò lo sviluppo tecnico del sistema, ed un gruppo di varie società esercitò pressioni sul ministero affinché la Compagnia Marconi fosse autorizzata a riprendere in pieno le sue diffusioni, che si svolsero infatti, sino al 1923, sotto forma di programmi settimanali.

Una commissione ufficiale, « The Imperial Communications Commission », propose l'installazione di stazioni emittenti in diversi punti del territorio inglese, con l'esclusione dell'uso di pubblicità.

Il ministero delle Poste, accogliendo le proposte di detta Commissione, creò la prima « BBC » (British Broadcasting *Company* »), formata da sei società private: la Compagnia Marconi, la General Electric, la British Thomson Houston, la Metropolitan Vickers, la Western Electric, la Radio Communications.

La prima licenza alla BBC

Il 18 gennaio 1923 venne accordata alla British Broadcasting Company una « concessione » (licenza). Il gruppo di società, riunite in quella che doveva essere la prima antenata della radiotelevisione, British Broadcasting Corporation di oggi, ebbe, in sostanza, un monopolio di fatto.

Intanto, la BBC offriva possibilità di partecipazione anche a piccoli azionisti.

La tutela degli interessi della stampa

Gli interessi della stampa venivano garantiti mediante una clausola che proibiva la diffusione di un bollettino di informazioni prima della fine della giornata.

Cinque agenzie di stampa erano incaricate di fornire il materiale di questo bollettino e, alla fine

dell'emissione radio, dovevano essere menzionati i nomi di quelle cinque agenzie (queste restrizioni sussistertero, con qualche modifica, praticamente fino al 1938).

La prima tassa radiofonica

Sin dall'inizio, venne fissata una tassa radiofonica e venne incaricato il ministro delle Poste di incassarla per conto della BBC. Questa tassa, di cui il beneficiario era un organismo privato, sollevò vive proteste e, d'altra parte, la Compagnia dava qualche segno di debolezza finanziaria.

Il governo nominò, allora, una Commissione di inchiesta, la famosa Commissione Sykes, che redasse un rapporto dettagliato proponendo una formula più pratica.

La Compagnia ottenne il prolungamento della licenza sino al 31 dicembre del 1926. Ma già nel 1925 una seconda Commissione (la Commissione Crawford) preparò l'organizzazione del nuovo sistema di radio per la successione all'originaria Compagnia, dal 1° gennaio 1927.

In sostanza, fu la Commissione Crawford a dare alla BBC il suo volto attuale: un monopolio di fatto, finanziato mediante la tassa percepita sugli appa-

recchi riceventi, e amministrato come una società indipendente.

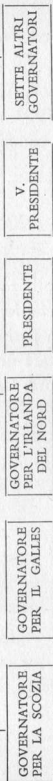
Ancora oggi sussiste per la sola radio il « monopolio » della BBC, mentre nel 1953 il governo inglese autorizzava una televisione commerciale, privata, concorrente.

Originaria struttura organizzativa della BBC

La struttura della BBC è relativamente semplice. Un Consiglio di 12 governatori, *scelti sulla base della loro competenza tecnica e della loro indipendenza*, nominati dalla Regina, per un periodo di 5 anni. Tre di questi debbono rappresentare nel Consiglio la Scozia, il Galles e l'Irlanda del Nord. Un direttore generale, con pieni poteri, nominato dal Consiglio dei governatori, è responsabile nei confronti di essi.

ORGANIZZAZIONE INTERNA DELLA BBC

CONSIGLIO DEI GOVERNATORI



DIRETTORE GENERALE NOMINATO DAL CONSIGLIO DEI GOVERNATORI

CONSIGLIO DI DIREZIONE
COMPREDENTE

DIRETTORE GENERALE

DIRETTORE DELLA RADIO

DIRETTORE DELLA TELEVISIONE

DIRETTORE DEI SERVIZI ESTERI

DIRETTORE TECNICO

DIRETTORE DI AMMINISTRAZIONE

VICE DIRETTORE GENERALE

SEGRETARIO DEL CONSIGLIO

Il nome della BBC fu modificato da British Broadcasting Company, in British Broadcasting Corporation.

Lo « Statuto reale » e l'« Atto di concessione »

I due documenti, aventi entrambi periodi di durata limitati, che regolano l'attività della « Corporation », sono il « Regio Statuto » (Royal Charter) approvato dalla Regina, e l'« Atto di concessione », o licenza, concessa dal ministro delle Poste. Quest'ultimo è un contratto tra la BBC e il governo, sottoposto all'approvazione della Camera dei Comuni.

In tale contratto esiste una clausola, in base alla quale, teoricamente, il ministro delle Poste può esercitare una specie di diritto di veto, domandando alla BBC di non diffondere una determinata informazione particolare. Tuttavia, al di fuori della censura militare nel tempo di guerra, nessun veto è stato mai applicato.

È importante anche precisare che, nel caso in cui venisse meno, per qualunque ragione, la capacità della BBC di svolgere alla perfezione i suoi compiti, il servizio verrebbe rilevato direttamente dal ministero delle Poste.

La libertà della BBC

Queste clausole potrebbero far pensare che il governo eserciti un considerevole potere sull'organismo della radio e della televisione, ma, finora, si è sempre trattato esclusivamente di una semplice precauzione legale, e si è avverato quanto era stato segnalato dalla Commissione Crawford, e cioè che una « Corporation » indipendente avrebbe potuto « beneficiare di una libertà e di una scioltezza di azione che non potrebbe certo possedere un ministero ».

La BBC gode quindi, in sostanza, di un incarico parastatale e di un monopolio di fatto (per la sola radio), ma in nessun momento si è pensato ad una statizzazione diretta della « Corporation ».

La BBC viene definita come una « Company » (società) a statuto ufficiale, avente carattere culturale, industriale e commerciale, e senza scopo di lucro; una azienda composta di varie società che viene gestita in modo autonomo.

I comitati consultivi

È da notare che fra i vari Comitati consultivi che hanno il compito di tenere informati i governatori, vi è lo « School Broadcasting Council for the United Kingdom », relativo alla « Scuola di trasmissioni radiotelevisive ».

L'ardimentosità della BBC

Durante gli ultimi sei anni, il servizio televisivo della BBC ha dato prova di un considerevole ardimento nell'esplorazione di soggetti assai controversi, e la libertà di espressione che vi regna è stata spesso citata, ad esempio, dagli stessi specialisti americani.

In questi ultimi tempi, specialmente, il dinamismo della BBC, dal punto di vista « contenuto delle trasmissioni », si è svolto anche in fase con le trasformazioni del costume. Naturalmente, non sono mancate proteste da parte di telespettatori, come, ad esempio, quando la BBC, nel giugno 1968, organizzò un *forum* con studenti contestatori di vari paesi, manifestazione questa certo ben lontana dalla mentalità dei primi anni, nei quali la paura di controversie... aveva impedito alla BBC di dare la parola a George Bernard Shaw!

I servizi esteri

I servizi esteri della BBC sono passati al quinto posto mondiale per il volume delle loro emissioni radio, con 663 ore per settimana, ma essi si distinguono per la qualità e l'assoluto rigore dell'informazione, ed hanno, ancor oggi, un'influenza considerevole persino nell'Europa dell'Est.

Recentemente, la BBC ha installato una stazione emittente nell'isola di Ascensione, coprente tutto l'Occidente africano.

L'indipendenza dal governo

L'indipendenza della BBC nei confronti del governo è maggiore di quanto non lascino supporre gli articoli del suo statuto. Essa fu minacciata a quanto pare in due sole occasioni.

La prima volta nel momento dello sciopero generale del 1926, quando Winston Churchill cercò di fare appoggiare il governo dalla radio: il Primo Ministro Stanley Baldwin, d'accordo con Reith, presidente della BBC, lasciò la radio completamente libera, ed essa, durante lo sciopero dei giornali, fu anzi l'unico mezzo di informazione in Inghilterra.

Una seconda minaccia parve affacciarsi sulla indipendenza completa della BBC al momento della crisi di Suez, ma essa fu soltanto passeggera.

Lo statuto della BBC non fu neppure mai modificato nel corso della guerra 1939-45, malgrado l'inevitabile esercizio di una censura militare.

Nel sistema politico britannico, sia la maggioranza che l'opposizione hanno sempre accettato l'imparzialità della BBC come un dogma.

Qualche volta essa è stata accusata di essere troppo statica dal lato politico, ma siccome essa non

può esprimere alcuna opinione politica suscettibile di impegnarla, è anche vero che essa non può essere portata a criticare le istituzioni britanniche, e, in particolare, le tradizioni parlamentari.

Essa non ha mai diffuso pubblicamente alcun programma ripreso all'interno di una delle due Camere.

È stata trasmessa soltanto qualche cerimonia solenne dell'apertura del Parlamento da parte della Regina in quanto, in tali occasioni, non si svolgono dibattiti.

L'impegno di imparzialità

La BBC deve garantire l'imparzialità di tutte le sue emissioni e se, a qualsiasi titolo, membri del Parlamento partecipano a un programma, essa deve assicurarsi che i partiti siano ugualmente rappresentati.

La necessità di un simile equilibrio è stata assai spesso sottolineata durante dibattiti parlamentari, sin dal primo statuto del 1927.

Ogni tanto sono state nominate Commissioni di inchiesta miste, composte da vari partiti, per controllare la specifica imparzialità in qualche particolare periodo. Queste commissioni hanno svolto analisi con dovizia di particolari, e di testimonianze di fatti, concludendo, ogni volta, che la BBC aveva adempiuto onestamente ai suoi doveri e alla sua missione.

Il rapporto Ullswater (1935), il rapporto Beveridge (1951), il rapporto Pilkington (1962) costituiscono, su questo argomento, come su tutti i problemi posti dai « mezzi di comunicazione di massa », documenti preziosi.

L'ultimo incidente, durante il quale venne messa in questione l'imparzialità della BBC, avvenne nel luglio 1968. Una emissione televisiva doveva trattare del comportamento della polizia verso il « pregiudizio di colore », sotto il titolo *Cause for concern* (Motivo d'inquietudine). Per due volte la BBC rimandò l'emissione di questa trasmissione, e la polizia metropolitana, che si considerava quasi messa in stato di accusa, chiese di vedere il servizio anticipatamente per poter eventualmente rispondere e difendersi.

Questo incidente fece molto rumore e vi furono critiche tanto alla BBC quanto alla polizia.

Finalmente l'emissione (che fra l'altro pare fosse molto brillante) fu trasmessa sui teleschermi con un dibattito vivace, ma cortese, dopo ciascuna sequenza, fra tre rappresentanti della polizia metropolitana e varie personalità delle diverse « Associazioni contro i pregiudizi razziali », nonché con vari elementi appartenenti alla gente di colore implicata negli incidenti evocati sul teleschermo, coi rispettivi avvocati.

La presidenza del dibattito era assicurata imparzialmente dal responsabile della emissione della BBC.

Il presidente impedì all'alto funzionario della

polizia che partecipava alla discussione di menzionare alcuni fatti riguardanti uno degli incidenti, perché questi fatti non erano stati ancora comunicati alla controparte.

Dopo questo episodio, vi fu un generale consenso dell'opinione pubblica che, in esso, riconobbe, una volta di più, lo scrupolo di onesta imparzialità della BBC.

Esattezza ed obiettività dei notiziari

In base alle norme vigenti, i bollettini di informazione diffusi per radio o per televisione (notiziari) debbono far prova della più completa imparzialità, sia nella scelta, sia nella presentazione delle notizie.

La BBC non ha il diritto di esprimere opinioni se non sui punti che toccano la sua propria attività di radio o di televisione.

Lo stile

Già sotto l'influenza del primo direttore generale della BBC, J. C.W. Reith (ora Lord Reith) venne adottato uno stile di impostazione conciso, freddo e distinto: « lo stile BBC ».

Gli speakers incaricati della lettura dei notiziari vengono scelti sulla base della qualità irrepren-

sibile della loro lingua inglese e della loro capacità di non riflettere mai, nel loro tono di voce, un'opinione o un sentimento personale.

Gli speakers rimasero anonimi fino alla dichiarazione di guerra del 1939, ma non sconosciuti.

L'Inghilterra tutta intera si abituò ad associare il « tono BBC » all'esattezza e alla sicurezza delle informazioni comunicate; la curiosità e la simpatia del pubblico costrinsero la BBC, sin da prima della guerra, a comunicare qualche dettaglio sulla personalità dei propri collaboratori. Poi, durante quattro anni, il mondo anglosassone si abituò alla frase introduttiva: « Queste sono le notizie e qui c'è (nome e cognome), che ve le legge ».

L'impassibilità di questi personaggi fu messa a dura prova durante i bombardamenti, e ancora si ricorda in Inghilterra quando lo speaker Bruce Belfrange non modificò, neanche della più piccola sfumatura, il suo ritmo e tono di voce nel continuare a trasmettere le notizie, mentre lo « studio » dal quale egli emetteva veniva fracassato da una bomba e tutto veniva distrutto, tranne il microfono che non venne tagliato e rimase intatto.

Le fonti dei notiziari

Le principali fonti delle informazioni comunicate dalla BBC sono le grandi agenzie di stampa. In

particolare: Reuter, Press Association, Associated Press, United Press, Agence France-Press, Tass. Il servizio d'ascoltazione radio della « Corporation », chiamato Monitoring Service, fornisce anche notizie preziose raccolte sulle reti straniere. In tutte le regioni della Gran Bretagna vengono raccolte informazioni direttamente anche dagli stessi servizi della BBC.

Un organismo centrale chiamato General News Service comunica alle direzioni regionali le notizie generali.

Sebbene i « reportages sul posto » si siano sviluppati con relativa lentezza, sino alla guerra, essi svolgono ora nell'ambito della televisione una parte sempre maggiore.

La tutela di un ministero tecnico

Uno dei privilegi della BBC è quello di essere stato, fin dai suoi inizi, sotto la materiale tutela effettiva di un ministero tecnico, e di avere visto i propri diritti ed i propri doveri precisati nel modo più ampio in occasione dei successivi rinnovi (in linea di principio ogni dieci anni) dello statuto costitutivo (Royal Charter) e dell'atto di concessione.

La nascita della televisione commerciale concorrente

L'imparzialità e la precisione del lavoro delle

commissioni di inchiesta, composte da personalità devote al bene pubblico, ottennero generalmente l'adesione del governo alle loro conclusioni.

L'unica eccezione si ebbe nel 1952, quando il governo non seguì il parere della Commissione Beveridge, che si era espressa in favore del mantenimento del monopolio, e decise invece in favore di un regime di concorrenza, dando, così, diritto di cittadinanza a una televisione privata, libera e commerciale.

B. - STORIA SPECIFICA DELLE DUE TELEVISIONI INGLESI

La prima trasmissione di una immagine televisiva, a una distanza di quasi tre metri, era stata realizzata da John Loge Baird, nel 1924.

Da allora, il progresso tecnico si sviluppò sino al punto in cui Baird, operando sulla base di un permesso sperimentale concessogli dal General Post Office (ministero delle Poste), annunciò l'avvio di un proprio servizio televisivo pubblico. Come risultato, l'Azienda statale British Broadcasting Corporation (BBC), che già operava nel campo radio, offrì a Baird una stazione trasmittente sperimentale e cinque ore e mezza di trasmissione per settimana. Le

prime trasmissioni cominciarono il 30 settembre del 1929 con l'avviso: « In conformità allo statuto della Società non può essere trasmesso niente di pubblicitario ».

Baird, mancando di finanziamenti e di risorse tecniche, lasciò successivamente il posto alla Marconi-Emi Television Company, un consorzio formato nel 1934, e, nel febbraio del 1937, venne la decisione ufficiale di sostituire il sistema Baird (sistema di sviluppo umido) — 240 linee, 25 immagini al secondo — con il sistema Marconi-Emi — 405 linee, 50 immagini al secondo, che è durato fino ai nostri giorni.

Qualche « nota tecnica » sui sistemi televisivi si trova in Appendice n° 1.

La guerra 1939-45 interruppe nel Regno Unito lo sviluppo della televisione e le trasmissioni vennero interrotte per tutta la sua durata.

Le trasmissioni ricominciarono il 7 giugno 1946. Il « Regio Statuto » della radio statale BBC, concesso originariamente nel 1927, era stato rinnovato nel 1937, essendosi il Parlamento conformato al rapporto della Commissione Ullswater. Fu, così, affidata alla BBC la responsabilità del servizio televisivo, ed essa godette del monopolio di quel mezzo per i nove anni successivi.

La nascita della Televisione indipendente

Il 4 marzo 1954, venne presentato al Parlamento un progetto di legge rispondente all'intenzione espressa dal governo di permettere un servizio televisivo in concorrenza, da finanziarsi mediante la pubblicità. Questo progetto di legge, dopo un lungo, e spesso appassionato, dibattito alla Camera dei Comuni e alla Camera dei Lords, fu approvato e divenne il « Television Act » (Legge sulla Televisione) del 1954. Esso portò alla creazione della « Independent Television Authority » (ITA), una società creata per interpretare e applicare quella legge (« Television Act » 1954) e per scegliere le *Programme Companies* (Società produttrici e fornitrici dei programmi, dette anche contraenti per i programmi o appaltatrici degli stessi).

Coesistenza della televisione di Stato con quella libera

È così che esistono oggi due organizzazioni (o « sistemi ») televisivi operanti nel Regno Unito: una, costituita dalla British Broadcasting Corporation (chiamata BBC-TV), è largamente finanziata mediante i canoni di abbonamento (che in Inghilterra si chiamano « licenze agli ascoltatori »), e l'altra costituita dalla Independent Television Authority (chiamata ITV), che viene finanziata mediante la pubblicità.

[Regola generale di massima per le varie strutture televisive nel mondo è che possibilmente esse debbano essere finanziate o soltanto mediante i canoni di abbonamento (specialmente quelle statali), o soltanto mediante la pubblicità (specialmente quelle private)].

C. - 40 DOMANDE E 40 RISPOSTE
SULLA STRUTTURA ED IL FUNZIONAMENTO
DELL'ATTIVITÀ TELEVISIVA
IN INGHILTERRA

Domanda n. 1: *Quante e quali sono le società (o « compagnie ») emittenti programmi?*

Risposta: Nel Regno Unito, esistono diciassette fonti produttrici di programmi.

Esse comprendono la « BBC », quindici « società di programmi », operanti su licenza della Independent Television (che servono le 14 « aree » coperte dall'ITA), più l'« Independent Television News » (ITN), una società di servizi, che fornisce i notiziari per il « sistema » Independent.

Le Società sono:

- 1) British Broadcasting Corporation;
- 2) Anglia Television (Inghilterra orientale);
- 3) ATV Network (Inghilterra centrale);
- 4) Border Television (televisione di confine - confini Inghilterra, Scozia e isola di Man);
- 5) Channel Television (Isole della Manica);
- 6) Grampian Television (Nord-Est della Scozia);
- 7) Granada Television (Lancashire);

8) Harlech Television (Galles e Inghilterra occidentale);

9) London Weekend Television (per i weekends, a Londra, dalle 7 di sera del venerdì);

10) Scottish Television (Scozia centrale);

11) Southern Television (Sud dell'Inghilterra);

12) Thames Television (Televisione del Tamigi, Londra giorni feriali, sino alle 7 del venerdì sera);

13) Tyne Tees Television (Nord-Est dell'Inghilterra);

14) Ulster Television (Irlanda del Nord);

15) Westward Television (Sud-Ovest dell'Inghilterra);

16) Yorkshire Television (Yorkshire);

17) Independent Television News (ITN), costituita nel maggio 1955, quando la Independent era in formazione. Questa ITN è una società *non profit*, essendo le sue azioni distribuite in proprietà a tutte le società del « sistema » ITV. Fu costituita in quanto si era giudicato che il compito specifico di preparare e presentare le notizie, nazionali ed estere, potesse essere più utilmente accentrato in un'unica società, con personale e con locali, studi ed attrezzature propri.

Domanda n. 2: *Fra le società televisive ne esistono altre statali oltre la BBC?*

Risposta: No. Di statali ve n'è una sola: la

« BBC ». Come abbiamo visto, la British Broadcasting Corporation è, infatti, una società statale costituita con un suo apposito *Royal Charter* (regio statuto), (1), ed operante in base ad una « concessione » o « licenza » del Postmaster General (ministro delle Poste e Telecomunicazioni). Lo scopo della BBC è quello di fornire un servizio pubblico di trasmissione per la ricezione generale in casa, sia all'interno del paese (radio e televisione) che all'estero (radio).

I membri responsabili della BBC sono i suoi governatori, nominati dalla Regina, in sede di Consiglio della Corona. Questi « Governors », che sono dodici, sono nominati per un periodo di cinque anni. Essi agiscono, come già detto, per mezzo di uno staff esecutivo permanente, capeggiato dal direttore generale, che è il principale funzionario esecutivo della BBC.

La responsabilità della BBC si estende all'intero campo delle trasmissioni, dall'allestimento all'acquisizione da terzi dei « programmi » sia della radio che della televisione, oltre naturalmente l'attività tecnica, dalla nascita dei programmi in sede di « studio » sino alla loro trasmissione.

(1) Il lettore che desiderasse prendere visione del « regio statuto » del giugno 1964 che regge la vita della British Broadcasting Corporation, composto di 24 capitoli e del suo supplemento novembre 1969 (BBC), potrà consultarne la copia integrale presso l'autore a Roma.

La BBC svolge cioè l'intera attività delle trasmissioni, dall'organizzazione degli spettacoli davanti ai microfoni ed alle telecamere, sino alla emissione dalle antenne trasmettenti.

Per fornire i collegamenti necessari dei suoi studi con i punti interni ed esterni di trasmissione, la BBC si basa su di una intensa collaborazione con il Post Office, il quale fornisce i circuiti e si fa pagare un affitto dalla BBC per l'uso dei medesimi.

La BBC gode di completa indipendenza per la sua attività quotidiana di trasmissione (compresi i programmi e l'amministrazione), il tutto subordinatamente all'osservanza di regolamenti e delle prescrizioni comprese nello statuto, e nell'atto di concessione.

La posizione costituzionale della British Broadcasting Corporation, che è rimasta sostanzialmente inalterata dalla concessione del primo « statuto » nel 1927, venne determinata in gran parte dalla buona politica ch'era stata seguita dalla antica British Broadcasting Company negli anni compresi tra il 1922 (anno in cui in Inghilterra cominciò il servizio di trasmissione radio) ed il 1926, anno in cui subentrò la neo-costituita British Broadcasting Corporation.

Domanda n. 3: *Qual è la forma giuridica delle varie aziende televisive?*

Risposta: Ad eccezione della BBC, tutte le altre società sono società private o *Public Joint-*

Stock Companies (e cioè società con le azioni acquistate dal pubblico), nelle quali né lo Stato né alcuna organizzazione statale possiede azioni. Esse sono cioè società non statali, la maggioranza delle quali ha le sue azioni quotate nella Borsa Valori.

Gli azionisti di queste società provengono generalmente da diversi rami di attività e di interessi, comprendenti i principali gruppi editoriali giornalistici del paese, il cinema, l'industria elettrica ed elettronica, i gruppi finanziari e industriali. Non possono, tuttavia, possedere azioni delle società televisive le agenzie di pubblicità e le società non britanniche (« Television Act » del 1954 paragrafo 9, pag. 12). Sarebbe infatti immorale che gli interessi dell'Azienda televisiva si facessero coincidere con quelli pubblicitari, mentre è evidente il « conflitto » fra questi due diversi ordini di interessi.

Si deve notare che il « Television Act » (la legge regolante la televisione) contiene degli articoli che impongono all'ITA di assicurare che se, in un qualsiasi momento, nella compagine azionaria di una compagnia subappaltatrice dei programmi, vi siano azioni appartenenti a giornali, e possa apparire all'ITA che la esistenza di queste proprietà azionarie da parte di giornali possa avere conseguenze contrarie al pubblico interesse, l'ITA può, con il consenso del Postmaster General, cancellare o sospendere il pro-

prio obbligo di trasmettere i programmi forniti da quella compagnia subappaltatrice dei programmi (1).

(1) Il « Television Act 1954 » (Legge sulla Televisione) potrà essere consultato a richiesta presso l'autore a Roma. Lo stesso dicasi per il « Television Act 1963 » e per il « Television Act 1964 ».

Il « Television Act 1954 » è composto di 20 « sezioni »:

- 1) La Independent Television Authority (ITA).
- 2) Poteri di questa Authority.
- 3) Disposizioni generali circa i programmi e le pubblicazioni dell'ITA.
- 4) Pubblicità.
- 5) Contratti con i produttori di programmi.
- 6) Clausole speciali che devono essere incluse in detti contratti.
- 7) Disposizioni speciali relative alle trasmissioni inerenti a certi eventi sportivi e diversi.
- 8) Comitati consultivi.
- 9) Controllo governativo sull'ITA per determinate materie.
- 10) Doveri dell'ITA per quanto riguarda la parte finanziaria (equilibrio economico della gestione, resa dei conti, ecc.).
- 11) Concessioni speciali del ministro delle Poste all'ITA.
- 12) Eventuali anticipi all'ITA per investimenti iniziali.
- 13) Buon uso dei redditi.
- 14) Fondo di riserve dell'ITA.
- 15) Conti, documentazioni, controllo contabile.
- 16) Meccanismo riguardante la giusta e obiettiva scelta del personale.
- 17) Stipendi e condizioni di impiego del personale.
- 18) Rimborso delle eventuali spese del ministro delle Poste.
- 19) Interpretazione della legge.
- 20) Denominazione della legge.

Il « Television Act » del 1963 è composto di 25 « sezioni ». Quello del 1964 è composto di 30 « sezioni ». Di ambedue omettiamo l'elenco per brevità. Si tratta, comunque, di materie analoghe.

Domanda n. 4: *In Inghilterra, gli organismi televisivi provvedono anche alla radiodiffusione?*

Risposta: Soltanto la BBC che, per la sola radio, ha ancora il monopolio. Le 15 compagnie che compongono il sistema « ITV » non effettuano trasmissioni radiofoniche. La radio è ancor oggi monopolio della BBC, la quale, nel settembre 1968, ha riorganizzato i propri servizi di programmazione introducendo i canali radio 1, 2, 3 e 4. « Radio 1 » è in gran parte dedicato al genere *popular*. « Radio 2 » ai programmi di intrattenimento leggero. « Radio 3 » consiste in musica classica, teatro, conversazioni, poesia, conferenze, dibattiti e servizi sportivi. « Radio 4 », infine, è stato gradualmente sviluppato come principale veicolo della BBC per la copertura giornaliera delle notizie e degli avvenimenti di attualità. Inoltre, la BBC gestisce ora una rete, che è in via di rapida espansione, di stazioni radio locali, che hanno già raggiunto il numero di otto.

Tuttavia, è abbastanza probabile che il monopolio cesserà presto anche per la radio.

Domanda n. 5: *Qual è il numero complessivo dei dipendenti stipendiati comprendovi ogni categoria di personale anche esterno che lavora per tutte le società televisive in Inghilterra?*

Risposta: Per tutto il « sistema statale » BBC:

21.680, compresi 1.253 che non lavorano a orario completo.

Per tutto il « sistema » privato ITV: 10.220 così ripartiti:

| | |
|--------------------------------|-------------|
| Anglia Television | 425 |
| ATV Network Ltd. | 1.500 |
| Border Television Ltd. | 149 |
| Channel Television | 61 |
| Grampian Television | 183 |
| Granada Television | 1.200 |
| Harlech Television Ltd. | 487 |
| London Weekend Television Ltd. | 972 |
| Scottish Television Ltd. | 435 |
| Southern Television Ltd. | 387 |
| Thames Television Ltd. | 1.465 |
| Tyne Tees Television | 536 |
| Ulster Television | 150 |
| Westward Television | 240 |
| Yorkshire Television Ltd. | 850 |
| Independent Television News | 300 |
| ITA | 880 |
| | <hr/> |
| | ITV 10.220 |
| | <hr/> <hr/> |

Domanda n. 6: *Il monopolio di Stato, che non esiste sulla televisione, ma esiste ancora per la radio, su che cosa è basato? (Legge apposita, principi generali, ragioni tecniche, mancanza di interesse da parte dei privati).*

Risposta: Come abbiamo già visto, lo Stato ha cessato di avere un monopolio sulla televisione nel 1955, quando venne costituita l'Independent Television, in concorrenza con la BBC. Attraverso la BBC lo Stato continua, però, ad avere il monopolio sulle trasmissioni radio. Tuttavia, anche se non si può dire che vi sia una vera e propria concorrenza ufficiale alla BBC, si può, tuttavia, osservare che, in gran parte del paese, viene ben ricevuta Radio Lussemburgo e che questa ha un largo auditorio.

La BBC può essere definita come il servizio radio trasmittente dello Stato, ed essa opera come un sistema auto-sufficiente in base ai termini del suo statuto.

L'Independent Television, mentre abolisce il monopolio statale sulle trasmissioni televisive, deve, tuttavia, conformarsi alla legislazione vigente in base alle norme del « Television Act ».

Entrambi i sistemi (la BBC e l'ITV) e in effetti ogni altro sistema che preveda la trasmissione di suoni o di immagini di qualsiasi specie sono sog-

getti ad un ulteriore controllo legislativo rappresentato dal « Wireless Telegraphy Act » del 1949 (1).

Questo *Act* specifica che nessuno potrà stabilire o usare una stazione per la telegrafia senza fili, o installare e usare un qualsiasi apparato per la telegrafia senza fili, se non dopo l'ottenimento di una autorizzazione (o licenza) concessa dal Postmaster General; e chiunque installi o usi una stazione senza una tale autorizzazione verrà giudicato colpevole in base a questa legge.

« Una licenza concessa in accordo con quanto prescritto può essere soggetta ai termini, alle condizioni e ai limiti giudicati idonei dal Postmaster General, compresi, nel caso particolare di una licenza per fondare una stazione, i limiti riguardanti la posizione e la natura della stazione, le circostanze in cui e gli scopi per cui viene fondata e le persone dalle quali essa può essere istituita e condotta ». Probabilmente, il monopolio sulla radio è continuato soprattutto perché non vi sono state altre iniziative sufficientemente importanti e capaci e non vi è stato alcun orientamento parlamentare verso la concorrenza, come per la TV.

Esiste solo una piccola eccezione, riguardante l'isola di Man (che ha un suo proprio Parlamento). La Compagnia radiodiffusiva dell'isola di Man (che

(1) Su richiesta, può essere consultato presso l'autore, a Roma, il « Wireless Telegraphy Act 1949 » (legge sulla telegrafia senza fili), come pure il « Wireless Telegraphy Act » del 1967.

si chiama Manx Radio) trasmette programmi (solo radiofonici) dalle sette del mattino alle sette di sera tutti i giorni. Tali programmi comprendono pubblicità (1).

Domanda n. 7: Vi sono state opposizioni al monopolio radio da parte di privati? Da parte di parlamentari? Di gruppi che desideravano esercitare questa attività?

Risposta: Sì. Da diversi anni esiste una forte pressione parlamentare in favore di una radio commerciale, attivata senza dubbio dal successo di quel gruppo di pressione che ottenne la televisione libera nel 1953-54. Si calcola che circa un centinaio di « società » siano già state formate nella previsione che venga, un giorno o l'altro, concesso il permesso di costituire una radio commerciale.

Vi sono sintomi che la questione ridiventi materia pei partiti politici. I conservatori, per esempio, hanno espresso apertamente parere favorevole alla costituzione di un numero di stazioni-radio locali private, sino a 100.

Dopo la loro vittoria elettorale del 18 giugno 1970, non è improbabile che si abbiano tra non mol-

(1) Presso l'autore, a Roma, si possono esaminare le tariffe pubblicitarie del sistema Independent.

to in Inghilterra anche « stazioni radio commerciali » indipendenti.

Intanto, la contestazione più attiva del monopolio è provenuta dalle cosiddette « navi-radio pirata », come « Radio Carolina » e « Radio Londra », che hanno approfittato di certe lacune nel « Wireless Telegraphy Act » (la legge sulla telegrafia senza fili).

Il 24 marzo di quest'anno una nuova « nave-radio pirata », la « Mebo II », che si pensa sia stata registrata in Svizzera, si è ancorata a 6 miglia da Clacton (sulla costa sud-orientale) ed ha incominciato a lanciare programmi di musica « pop » e di pubblicità dal suo potente trasmettitore. Ci sono stati reclami da parte dei guardiacoste della zona, poiché la nave (che trasmette sotto la sigla di « Radio North Sea International ») interferiva con le frequenze del servizio pubblico.

Domanda n. 8: Con quale forma è stato confermato il monopolio radio? (Sentenza di una Corte, voto di un'Assemblea, provvedimento amministrativo).

Risposta: Quando le pressioni per la costituzione di radio commerciali locali raggiunsero il culmine, il governo autorizzò la BBC ad istituire una rete di stazioni radio locali: tre di queste hanno effettuato il servizio già dalla fine del 1967, mentre altre

cinque hanno iniziato le trasmissioni nell'estate del 1968.

Le operazioni delle navi-radio pirata furono fatte cessare con una apposita legge, conosciuta come « The Marine & Co., Broadcasting (Offences) Act 1967 » (1).

Secondo tale legge, « è illegale che una radio-trasmissione venga fatta da una nave che si trovi nelle acque territoriali o da un aeroplano che si trovi nel o sul territorio del Regno Unito », come pure « è illegale che una trasmissione venga effettuata da una nave registrata nel Regno Unito, nell'isola di Man o in una qualsiasi delle isole della Manica, o da un aeroplano registrato nello stesso modo, anche se la nave o l'aereo si trovino al di fuori delle acque territoriali o del territorio del Regno Unito ». La legge comprende pure « le strutture in alto mare, infisse, od appoggiate sul fondo del mare, o qualsiasi altro oggetto nel mare che non rientri nelle suddette categorie ».

Per quanto riguarda la « Mebo II », quando verrà confermata la sua nazionalità, il governo richiederà al paese interessato, come membro dell'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni, di revocare la registrazione della nave. Questo porrebbe la nave

(1) Il « Marine & Co., Broadcasting (Offences) Act 1967 » può essere, su domanda, consultato presso l'autore a Roma.

letteralmente nella posizione di un « fuori legge » in alto mare internazionale. Anche se la « Mebo II » opera al di fuori delle acque territoriali, viene considerato infrazione alla legge l'aiutarla o il rifornirla. È pure illegale per le ditte britanniche fare pubblicità da questa « Radio North Sea International ».

Domanda n. 9: *Vi sono state sentenze di infrazione del monopolio radio? Si possono avere gli estremi delle motivazioni?*

Risposta: Le navi-radio pirata sono state le uniche organizzazioni a infrangere la legge. Quando venne approvata la legge « Marine & Co., Broadcasting (Offences) Act 1967 », tutte le navi cessarono l'attività e non fu necessaria un'azione giudiziaria. Rimane da vedere se tale azione sarà intrapresa contro il recentissimo caso della nave-pirata « Mebo II ».

Domanda n. 10: *Qual è il principio o l'atto pubblico sulla cui base sono attuabili le trasmissioni televisive eseguite da compagnie private?*

Risposta: Le leggi « Television Act » del 1954, del 1963 e del 1964 come sono state interpretate dall'Independent Television Authority.

Il « Television Act » 1954 ha regolato per nove anni l'intera gestione e il contenuto dell'Independent Television. Il futuro delle radio-teletrasmissioni bri-

tanniche venne riesaminato tra il 1960 e il 1962 dalla Commissione per le teletrasmissioni (Commissione Pilkington) nominata dal Postmaster General. Il rapporto di questa Commissione, che fu pubblicato nel giugno 1962, criticava certe caratteristiche dell'Independent Television. A seguito della pubblicazione di questo rapporto, il governo pubblicò due Libri Bianchi sulla politica delle radioteletrasmissioni, uno nel luglio e l'altro nel dicembre 1962. Nell'insieme, la politica del governo, delineata in questi due Libri Bianchi, non contemplava l'adozione delle riforme più radicali raccomandata dalla Commissione Pilkington.

Il « Television Act » del 1954 venne esteso e ampliato mediante due « Television Acts », uno del 1963 e uno del 1964, che indicarono, quale dovere dell'ITA, quello di esercire la televisione « come un servizio pubblico per divulgare l'informazione, l'istruzione e il divertimento ». La vita dell'ITA venne estesa per altri dodici anni, fino al 1976.

Le nuove Leggi (*Acts*) chiarirono e rafforzarono i poteri dell'ITA nel campo generale dei programmi, particolarmente per quanto riguarda casi di « violenza » nei programmi, e per quanto riguarda la suddivisione dei programmi tra le diverse compagnie, il calendario dei programmi da approvare, la supervisione dei programmi educativi e d'istruzione per le scuole, e la preparazione di programmi educativi spe-

rimentali, provenienti da fonti diverse da quelle degli appaltatori dei programmi.

Circa la pubblicità, si impartirono all'ITA le direttive per redigere un codice etico di norme, standards e limitazioni pratiche circa la pubblicità, e le si attribuirono maggiori poteri di controllo sulla pubblicità stessa al fine di proteggere il consumatore.

In base a queste nuove leggi, venne anche cambiata la politica da adottarsi da parte dell'ITA per quanto concerne i canoni pagati dalle compagnie produttrici di programmi.

Domanda n. 11: *Quali sono le formalità occorrenti per svolgere attività televisive?*

Risposta: L'ITA è responsabile della scelta degli appaltatori dei programmi. I contratti per il periodo in corso vennero decisi dall'ITA dopo che il governo annunciò, verso la metà del febbraio 1967, che il servizio televisivo esistente, a 405 linee, doveva essere portato in UHF (Ultra High Frequency) a 625 linee nella banda delle onde decimetriche, e inoltre che poteva essere introdotto il colore nel servizio a 625 linee.

Seguirono i bandi di concorso, invitanti a presentare le domande per i quindici contratti di programmi, coprenti le 14 zone. Per essi vennero presentate 36 domande.

Inizialmente, i contratti avevano validità per un periodo di 6 anni, a decorrere dal 1968; ma vennero, in seguito, estesi per altri due anni, in modo da coincidere col periodo di concessione previsto per la BBC dal suo statuto.

L'ITA intervistò tutti i candidati, anche nel caso di una zona in cui la compagnia produttrice di programmi esistente fosse l'unica richiedente. Le domande scritte dei 36 gruppi candidati contenevano l'illustrazione delle rispettive intenzioni e capacità, mentre una successiva apposita intervista permetteva all'ITA di ampliare e verificare verbalmente i dettagli contenuti nelle domande, di giudicare, confrontando le potenzialità rispettive dei concorrenti, la reale possibilità, per ciascun gruppo, di rispondere coi fatti alle proprie promesse e aspirazioni.

A titolo di esempio, si trascrive in appendice n. 2, la traduzione di uno dei « bandi pubblici » per la scelta e la designazione di contraenti produttori di programmi, fatti allo scopo di scegliere i produttori in base a criterî di qualificazione, capacità, moralità, serietà.

Domanda n. 12: Qual è il capitale azionario di ciascuna delle società esistenti?

Risposta: Ampî dettagli sulla struttura finanziaria delle società esistenti sono contenuti nei docu-

menti ufficiali della « Extel Statistical Services Ltd. » (1).

Per ciascuna società, vi è una scheda annuale, nella quale sono indicati tutti i suoi dati patrimoniali, i consiglieri di Amministrazione, il segretario, la loro banca, i loro sindaci e controllori dei conti (*Auditors*), come è composto il capitale, quante e quali sono le partecipazioni azionarie degli amministratori, quali e quante le partecipazioni dei singoli soci.

La scheda contiene, inoltre, tutti i dati concernenti le variazioni dei capitali, i voti esistenti e le votazioni, i dividendi e le imposte pagate, gli interessi sui debiti, gli ammortamenti, i profitti prima delle imposte.

Quando si tratta di gruppi societari, la scheda contiene gli estremi del bilancio consolidato; naturalmente il conto perdite e profitti, oltre la cifra di affari, il valore delle attività, un riassunto della relazione del presidente del Consiglio di Amministrazione sul bilancio, una descrizione delle prospettive per l'anno successivo, ecc. Il tutto, per assicurare che non vi siano indebite speculazioni, o similia.

Domanda n. 13: *Le società sono finanziate mediante altre forme di capitalizzazione?*

(1) Chi volesse consultare i dati finanziari e statistici « Extel » su tutte le singole società contraenti per i programmi, potrà farlo presso l'autore, a Roma.

Risposta: Nei surriferiti dati « Extel » si possono trovare ampi dettagli sul finanziamento aggiuntivo delle società, principalmente sotto forma di prestiti senza garanzie particolari.

Domanda n. 14: *Vi sono in Inghilterra progetti di ulteriori investimenti nell'industria televisiva? Finanziati come?*

Risposta: I principali piani di investimenti, sia della British Broadcasting Corporation che della Independent Television, riguardano l'espansione delle trasmissioni UHF e del colore.

Si calcola che lo sviluppo dell'UHF (Ultra High Frequency) e quello della televisione a colori imporranno per le società produttrici di programmi dell'Independent un ampliamento del capitale azionario di circa 20 milioni di sterline, e questo sarà problema riguardante esclusivamente gli azionisti.

In base ai termini del proprio « Regio Statuto », la BBC può contrarre debiti sino a un totale complessivo di soli 30 milioni di sterline, 10 dei quali rappresentano il limite di impegno per finanziamenti bancari temporanei (a vista o a breve termine) e gli altri 20 milioni rappresentano l'ammontare massimo totale che può essere preso a prestito, con l'approvazione del ministro delle Poste, allo scopo di coprire le spese di investimento in capitale fisso (impianti).

Fattore determinante per il futuro della posizio-

ne finanziaria della BBC sarà l'ammontare dei redditi provenienti dai canoni di abbonamento per la televisione a colori, e la misura della riuscita pratica dei passi volti a impedire l'evasione degli abbonati (nel 1965-66, per esempio, si calcolò che vi erano circa due milioni di evasori, rappresentanti per la BBC una perdita di circa 10 milioni di sterline l'anno).

Domanda n. 15: *Sono disponibili i bilanci e i rendiconti economici delle aziende televisive esistenti?*

Risposta: Sì (1).

Domanda n. 16: *Quali sono per le compagnie le fonti di introito? (Tasse specifiche, abbonamenti obbligatori, pubblicità, contributi dello Stato).*

Risposta: Il « sistema » Independent Television (nel quale sono raggruppate le 15 compagnie indipendenti per la realizzazione dei programmi) non percepisce alcun introito da alcun fondo pubblico. Esso è finanziato esclusivamente mediante la vendita del tempo che le compagnie dell'ITA adibiscono alla pubblicità.

L'organizzazione propria dell'ITA (inclusa la sua rete nazionale di trasmettitori) è finanziata me-

(1) Presso l'autore, a Roma, chi fosse interessato a vederli, potrà esaminare la serie dei rispettivi fascicoli illustrati con le relazioni annuali, i bilanci, ecc. (che comprendono anche la descrizione dell'attività svolta, dei piani di sviluppo, ecc.).

dianete i canoni ad essa pagati dalle varie compagnie produttrici di programmi.

Oltre a detti canoni, le compagnie produttrici di programmi devono pagare una imposta al ministero delle Finanze (Exchequer Levy), su scala mobile, in rapporto ai redditi netti ch'esse ricavano dalla pubblicità.

Un introito addizionale per le società produttrici di programmi deriva dalla vendita dei programmi alla rete dell'ITV e alle organizzazioni televisive estere. Molte di esse si sono inoltre diversificate in altre attività.

Per quanto riguarda la statale BBC, la maggior parte del denaro necessario per gestire i servizi nazionali deriva dagli introiti relativi ai canoni di abbonamento (Broadcast Receiving Licenses).

La parte di questi spettanti alla BBC fu regolata nel 1967-68 da un accordo finanziario col Postmaster General, firmato il 19 dicembre 1963. L'accordo stabiliva che il Post Office deduce, dalla somma totale raccolta, una parte corrispondente alle spese sostenute dal ministero delle Poste per l'esecuzione materiale della raccolta dei canoni di abbonamento, nonché alle spese sostenute per la verifica di interferenze nelle trasmissioni, ecc., versando, invece, tutto il resto alla BBC. (Nel 1967-68, la detrazione ministeriale ammontò a 4.350.500 sterline).

Nel 1967-68 il canone di abbonamento, soltanto

radiofonico, era di una sterlina e 5 scellini; quello di abbonamento radio e televisione monocroma era di cinque sterline; quello alla televisione a colori di dieci sterline. L'entrata totale fu così di 79.097.433 sterline e la parte ricevuta dalla BBC (dopo le detrazioni da parte del Post Office, come sopra) fu di 74.746.943 sterline (lire 112.120.414.500), di cui 20.873.042 (lire 31.309.563.000) per i servizi radio e 53.873.901 (lire 80.810.851.500) per i servizi televisione.

I servizi « esterni », indirizzati agli ascoltatori d'oltremare, sono finanziati da « contributi di sviluppo » da parte del Tesoro. Nel 1967-68, questi ammontarono a 9.429.000 sterline per spese operative, a 1.137.000 sterline per spese di investimento fisso, con un totale di 10.566.000 sterline. Unico, e modesto, contributo, questo per la BBC, da parte dello Stato, avente evidente scopo e carattere di prestigio nazionale all'estero.

Domanda n. 17: Ciascun ente fa pubblicità e in quale proporzione?

Risposta: La BBC, come già dicemmo, non fa alcuna pubblicità. Sarebbe, in effetti, considerato contrario alla dignità e alla morale pubblica che un ente di Stato, godente di un monopolio, sia pure soltanto per la radio (e non anche per la televisione),

esercitasse attività pubblicitaria e tanto meno che speculasse sulla medesima.

Non fa pubblicità neppure la ITN, la compagnia senza fini di lucro costituita per fornire i notiziari per tutta la rete dell'ITV.

Le quindici società private di programmi che compongono il « sistema » ITV hanno invece, ciascuna, i propri uffici pubblicità e trattano direttamente con agenzie di pubblicità. Le restrizioni economiche a cui sono sottoposte le società, a causa dell'imposta che devono pagare al ministro delle Finanze, stanno, tuttavia, determinando una nuova tendenza a riunire, a fondere gli uffici e gli sforzi per la promozione delle vendite. Alcuni settori del lavoro di tali società potrebbero presto risultare generalmente in comune. Così, per esempio, la Scottish Television e la Grampian Television, le due società che coprono la rete televisiva della Scozia, annunciarono all'inizio dell'anno la formazione della STAGS (Scottish Television and Grampian Sales Limited), una società comune per trattare unitariamente la vendita di pubblicità. Questa fusione ebbe l'approvazione dell'ITA e si riferisce che in una o due altre zone si stia considerando la possibilità di altre simili fusioni.

Domanda n. 18: *Quali sono le tariffe per la pubblicità?*

Risposta: Un documento che riporta dettagli

completi sulle tariffe per la pubblicità, come pure sulle sovrattasse, sugli sconti, schemi di garanzia di ascolto, ecc. può essere consultato, a richiesta, presso l'autore, a Roma.

Domanda n. 19: *Come vengono incassati i proventi?*

Risposta: Come già sopra descritto, nella risposta alla domanda 16, i redditi della BBC, costituiti per la massima parte dai canoni di abbonamento, vengono incassati per essa dal Post Office.

Quanto ai redditi delle compagnie dell'Independent Television, derivati dalla vendita del tempo pubblicitario, essi vengono naturalmente raccolti secondo la consueta procedura commerciale, mediante fatturazione alle agenzie.

Domanda n. 20: *Le aziende televisive sono attive? Qual è stato il loro profitto?*

Risposta: L'Independent Television sì, ma la azienda ha dei problemi. Come si è accennato nella risposta alla domanda 16, le compagnie devono pagare un'imposta all'Erario (Exchequer Levy), su scala mobile, calcolata in base ai loro redditi netti da pubblicità. Tale imposta, che aumenta progressivamente, durante il 1968-69 procurò all'Erario circa 6 milio-

ni di sterline. Più di un quarto, cioè, del reddito totale del sistema ITV venne assorbito dall'Erario, a prescindere dalle imposte normali gravanti su qualsiasi società, e tale ammontare naturalmente non entrò nel reddito spendibile per i programmi.

La struttura economica dell'ITV sta subendo una trasformazione radicale. È improbabile che le entrate dell'ITV abbiano lo stesso regolare incremento che è stato una caratteristica di questo « sistema » negli anni passati. Sebbene i profitti lordi (prima, cioè, delle tasse) delle società fossero quasi dimezzati nel 1968-69, e nonostante che l'ITA avesse dato parere nettamente negativo, il governo impose un aumento dell'imposta erariale dal 1° luglio 1969, equivalente ad altri tre milioni di sterline all'anno.

L'introduzione del colore costerà alle compagnie produttrici dei programmi circa 20 milioni (di sterline) di spese in conto capitale (investimento in impianti) e causerà inevitabili aumenti dei costi di realizzazione dei programmi. L'ITA ha calcolato che i profitti lordi delle società, nel loro insieme, che erano stati di circa 19 milioni di sterline nel 1968-69, scenderanno sotto ai 5 milioni nell'esercizio 1969-70. Questo decremento dei profitti, che si verifica proprio nel momento in cui le società devono affrontare grandi spese d'investimento per la ristrutturazione degli impianti per l'UHF (Ultra High Frequency) e per la

produzione a colori, costituisce, ovviamente, per esse, un motivo di grave preoccupazione.

Tuttavia, durante le ultime settimane, il governo ha ritenuto di ridurre alquanto l'imposta, e si calcola che il guadagno complessivo dei contraenti, basato sulle previsioni di entrata per il 1970, potrà ammontare a 5 milioni e mezzo di sterline. Si pensava all'inizio che questa cifra avrebbe potuto essere di 6 milioni, ma durante il 1969-70 i proventi dalla pubblicità televisiva sono diminuiti.

I profitti lordi (prima, cioè, delle imposte) delle singole compagnie di programmi nell'ultimo triennio sono stati i seguenti:

| | 1967 | 1968 | 1969 |
|---------------------------|-----------|-----------|----------------------|
| | £ | £ | £ |
| Anglia Television | 675.329 | 656.831 | Non ancora accertato |
| ATV Network | 3.536.000 | 3.434.000 | 2.761.000 |
| Border Television | 75.708 | 97.451 | 96.937 |
| Channel Television | 15.003 | 15.761 | 14.795 |
| Grampian Television | 319.752 | 317.685 | 202.522 |
| Granada Television | 4.624.825 | 5.128.239 | 4.587.577 |
| Harlech Television | — | 553.208 | 442.008 |
| London Weekend Television | — | 1.149.000 | 759.000 |
| Scottish Television | 1.007.558 | 1.007.558 | Non ancora accertato |
| Southern Television | 1.661.940 | 1.765.795 | Non ancora accertato |

| | | | |
|----------------------|---------|-----------|-----------|
| Thames Television | — | — | 1.080.609 |
| Tyne Tees Television | 756.316 | 781.564 | 491.149 |
| Ulster Television | 340.000 | 288.000 | 245.000 |
| Westward Television | 413.000 | 432.000 | 285.000 |
| Yorkshire Television | — | 769.686 | 101.122 |
| | | (perdita) | |

Si noti che alcune di queste società hanno iniziato i contratti con l'ITA soltanto il 30 luglio 1968, e quindi si dispone soltanto dei dati relativi agli ultimi due anni.

Domanda n. 21: *Se un'azienda televisiva è in perdita, da chi e come è coperta la perdita?*

Risposta: Nel caso della BBC, essa deve fare una richiesta al governo per essere autorizzata ad aumentare i canoni di abbonamento (*License Fees*).

Nel caso dell'Independent Television, le perdite sono a carico degli azionisti. La Associated Rediffusion Limited, la società che fu la prima del Gruppo ITV a firmare un contratto nel 1955, nei suoi primi 18 mesi di gestione, perdette circa 3 milioni e 250 mila sterline. In seguito, quando la televisione si fu affermata, la società realizzò ottimi profitti. Recentemente, come conseguenza dell'imposta erariale, la Scottish Television ebbe notevoli difficoltà finanziarie e non poté pagare il canone all'ITA, a cui doveva 500.000 sterline. In queste circostanze, l'ITA fu

tuttavia comprensiva, e non esercitò pressioni per il pagamento.

Domanda n. 22: *Quali sono gli orari di trasmissione?*

Risposta: In una qualsiasi « area » televisiva, i telespettatori della « Independent » possono assistere a 70-75 ore di programmi per settimana. Circa un terzo dei programmi sono di natura seria ed informativa. Le quindici compagnie dell'ITV forniscono ogni settimana per la trasmissione un totale di circa 135 ore di programmi diversi prodotti nei loro studi, da cui si ricavano 50-55 ore di programmi, visibili in ogni zona. Il resto dei programmi comprende materiale cinematografico inglese, prodotto o per la televisione o per il cinema, molto del quale da società affiliate delle compagnie di programmi, o in co-produzione con esse, e comprende programmi di provenienza estera.

Il paragrafo 17 del « Television Act » del 1964 — « controllo governativo sull'ITA per quanto riguarda le ore di trasmissione » — stabilisce le norme generali.

Le trasmissioni della BBC, nelle cinquantadue settimane dell'anno finanziario chiuso al 30 marzo 1970, furono:

BBC 1: 4.079 ore

BBC 2: 2.124 ore (comprese 749 ore di trasmissioni a colori)

BBC RADIO: I programmi sono ora divisi in quattro servizi principali e vengono trasmessi per circa 430 ore la settimana.

Può essere utile, per studiare gli orari di trasmissione, esaminare qualche numero dei giornali-bollettini televisivi (Radiocorrieri), il « Radio Times » della BBC (fascicolo illustrato di una settantina di pagine), e il « TV Times » della Independent (fascicolo illustrato di una cinquantina di pagine).

Domanda n. 23: *Vengono effettuate trasmissioni a colori?*

Risposta: Certo!

Lo sviluppo della televisione a colori della BBC è stato assai rapido, da quando, nel 1966, fu presa la decisione di introdurre la televisione a colori con il sistema PAL. La BBC trasmise il suo primo servizio a colori il 1° luglio 1967 (esso fu anche il primo regolare servizio televisivo a colori in Europa).

Il servizio in colore cominciò a funzionare regolarmente, in pieno, nel dicembre 1967, sul secondo canale della BBC (BBC - 2). E, verso la metà del 1968, praticamente tutti i programmi sul canale BBC - 2 già si effettuavano in colore.

Il canale BBC - 1 cominciò le trasmissioni a colori verso la fine del 1969, contemporaneamente alla « Independent ».

L'inaugurazione ufficiale del servizio a colori della Independent (15 novembre 1969) segnò l'inizio di un più vasto piano, che si propone di portare nei prossimi anni la Independent a colori nella grande maggioranza delle case, sparse in tutto il paese. (E si prevede che l'industria britannica dei televisori, dal 1971, produrrà più di mezzo milione di apparecchi televisori all'anno).

Già al principio del 1970, le zone coperte, in colore, dalle prime sette stazioni principali comprendono quasi una metà della popolazione inglese. Nei primi mesi del 1972 il numero dei trasmettitori UHF salirà a 26 stazioni principali, più circa 34 stazioni di relay, servendo così quattro quinti della popolazione.

Con l'inaugurazione di ben tre servizi a colori del novembre 1969, la Gran Bretagna effettua trasmissioni e programmi a colori su scala maggiore di qualsiasi altro paese d'Europa.

Per quanto riguarda il continuo rinnovamento tecnico, vedasi l'Appendice n. 3.

Domanda n. 24: *Qual è la percentuale della pubblicità, in termini di tempo, rispetto agli altri argomenti di trasmissione?*

Risposta: Il « Television Act » non prescrive esat-

tamente la quantità di pubblicità che può essere trasmessa; si limita semplicemente a dire che l'ITA ha il preciso dovere di assicurare « che l'ammontare del tempo dedicato alla pubblicità nei programmi non deve essere tanto grande da rappresentare una detrazione dal valore dei programmi come mezzi d'informazione, istruzione e divertimento ». Fin dall'inizio delle trasmissioni, nel 1955, l'ITA permise un massimo di sei minuti di pubblicità all'ora, calcolati come media sui programmi giornalieri. Una norma successiva aumentò il tempo massimo a sette minuti per ciascuna singola ora d'orologio.

La limitazione del quantum di pubblicità, sulla base di ciascuna singola ora, ha i suoi vantaggi come ordinato espediente statistico, ma, naturalmente, la rigidità dell'« ora per ora » può, in alcuni casi, trovarsi in conflitto con la necessità di una certa flessibilità nel disporre i tempi dei programmi e con l'incidenza naturale degli intervalli durante i quali la pubblicità può essere trasmessa. Così l'autorità dell'ITV è occasionalmente disposta a permettere limitati sconfinamenti dal massimo di sette minuti, quando, ad esempio, un intervallo di pubblicità cade in un momento subito precedente alla « battuta » di un'ora di orologio, anziché nell'ora successiva, trasportando, quindi, uno o due minuti di pubblicità da una determinata ora in quella successiva; o quando la presentazione di programmi collegati può

essere migliorata da un'oculata redistribuzione della pubblicità. In ciascun caso, tuttavia, l'eccesso di pubblicità in una determinata ora è controbilanciato da un'equivalente riduzione di pubblicità in un'altra ora.

In generale, si può affermare che l'ITA ammette una quantità di pubblicità nei suoi programmi inferiore a quanta ne viene usualmente svolta nei « sistemi » esteri autofinanziati.

Domanda n. 25: *La pubblicità viene trasmessa a parte, in appositi periodi, oppure viene inserita durante il corso delle trasmissioni?*

Anche se la maggior fonte di entrate per la Independent Television proviene dalla vendita del tempo adibito alla pubblicità, è tuttavia principio fondamentale del « Television Act » che i programmi non siano forniti o sostenuti da coloro che fanno pubblicità. L'utente pubblicitario non può avere alcuna partecipazione nella produzione dei programmi, né alcuna influenza sulle decisioni inerenti ai programmi.

La parte dell'utente pubblicitario deve essere strettamente limitata a comprare il tempo voluto alla televisione per l'inserzione del suo annuncio pubblicitario.

Il « Television Act » stabilisce che l'inserzione pubblicitaria possa avvenire non soltanto all'inizio o alla fine dei programmi, ma anche negli « intervalli na-

turali ». Ciò permette una distribuzione uniforme della pubblicità e non osta ai programmi lunghi, che potrebbero, altrimenti, essere seguiti da periodi di pubblicità di durata stucchevole. Per esempio, nei programmi di varietà e di divertimento, la successione dei « numeri » offre infatti generalmente una successione di intervalli naturali fra di essi. Nei programmi di sport vi sono pure intervalli naturali tra gli eventi sportivi. I « giuochi a quiz » contengono ovvî intervalli naturali tra « i giri » e le serie di domande, o quando un concorrente cede il posto a un altro. Per gli altri tipi di programmi, può essere osservata la convenzione teatrale: intervalli costituiti da un cambiamento di scena, un significativo lasso di tempo, o una nuova sequenza di eventi, che nel teatro possono coincidere con l'abbassarsi del sipario tra un atto e l'altro, o con l'oscuramento del palcoscenico tra una scena e un'altra.

Vi sono certi programmi in cui non è consentita l'inserzione di pubblicità alcuna, come, per esempio, nei servizi o programmi religiosi, nelle cerimonie reali o ufficiali, nelle parti di programmi in cui appaiono membri della famiglia reale, anche durante avvenimenti in cui tale presenza non ha carattere ufficiale, nei programmi concepiti e trasmessi per le scuole e in altri programmi che possano venir specificati dall'ITA, in termini generali o particolari.

Alcune società televisive di altri paesi cercano di ridurre la lunghezza dei singoli interventi pubblicitari; alcune limitano anche il numero degli annunci che possono apparire in un intervallo pubblicitario. Ciò ha per effetto di aumentare il numero degli interventi pubblicitari, in alcuni casi a una media di otto, nove o più all'ora. L'ITA, comunque, si è preoccupata di mantenere basso il numero degli interventi pubblicitari, estendendone piuttosto la lunghezza, entro i limiti della compatibilità con una buona presentazione sia dei programmi che degli annunci pubblicitari. Nella Independent, in media, vi sono circa tre brevi interventi pubblicitari all'ora.

L'impiego normale degli intervalli naturali per l'inserzione della pubblicità è il seguente:

a) Un programma di durata non superiore ai 20 minuti non dev'essere interrotto da intervallo pubblicitario alcuno.

b) In un programma con durata dai 20 ai 40 minuti, può esservi un intervallo pubblicitario sino a 2 minuti e mezzo.

c) In un programma con durata da 40 sino a 70 minuti, un intervallo di 3 minuti, o due intervalli di due minuti e mezzo ciascuno, a seconda della natura e della sequenza dei tempi nel programma.

d) In un programma con durata di oltre 70 sino a 100 minuti, due intervalli sino a 3 minuti l'uno o tre intervalli sino a 2 minuti e mezzo ciascu-

no, a seconda della natura e della sequenza dei tempi del programma.

Domanda n. 26: *Quali rapporti esistono tra la televisione privata e lo Stato?*

Risposta: Nella risposta alla domanda 3 abbiamo definito i rapporti tra le società e lo Stato, ma può essere utile precisare ulteriormente l'esatto ruolo dell'ITA.

Il Parlamento creò l'ITA nell'agosto 1954, con una durata di dieci anni, e ne estese poi la vita per altri 12 anni, fino al 1976. La sua funzione, qual essa è descritta dal « Television Act » del 1964, è quella di « fornire servizi televisivi pubblici di informazione, istruzione e divertimento ». L'ITA ha tre funzioni principali: essa ha una responsabilità generale circa la struttura istituzionale del sistema: quante società di programmi debbano esserci, quali zone esse debbano servire, e quale debba essere la loro natura generale. L'ITA è responsabile per il carattere e il contenuto del servizio programmi del sistema ITV, attraverso l'osservanza dei compiti statutari ad essa assegnati. L'ITA è un « trasmettitore », nel senso tecnico in cui essa esercisce una rete nazionale di stazioni trasmettenti di sua proprietà e da essa progettate. L'ITA, di conseguenza, costruisce, possiede e conduce le stazioni trasmettenti (non

gli studi); sceglie e incarica le « società per i programmi »; controlla i programmi e controlla la pubblicità, fornendo, così, un servizio che rappresenta una felice combinazione di iniziativa privata e di controllo pubblico.

Domanda n. 27: Esiste una censura ufficiale, o di fatto, sui soggetti e/o sulle trasmissioni? Come viene esercitata? Da un organo governativo o da un comitato aziendale?

Risposta: La « concessione » riserva al Postmaster General (ministro delle Poste) determinati poteri nei riguardi dei programmi della BBC. Ciò conferisce al governo in carica un potere formalmente assoluto di veto sui programmi della BBC, ma in pratica questo potere è stato sempre tenuto come un potere in riserva, non essendo mai stato necessario farne uso. I governatori della BBC hanno assoluta libertà nel trattare qualsiasi questione di normale gestione, compresi i programmi. Tuttavia, la concessione prevede per il governo il potere di assicurarsi il consenso dei governatori su certe materie alle quali il Parlamento attribuisce importanza basica e determinante, e dà al governo o al Parlamento la facoltà di dire l'ultima parola su questioni in cui l'opinione del governo o del Parlamento può essere in conflitto con quella dei governatori.

A parte ciò, non esistono altre restrizioni o controlli sulla produzione di programmi della BBC.

La BBC opera un sistema di autocensura, basato su principi generali che regolano le trasmissioni radiofoniche e televisive, principi fondati sull'obbligo della verità e dell'obiettività.

Vale anche in questo campo la prassi relativa alla stampa, nei paesi anglosassoni, per cui è automaticamente squalificato moralmente, e praticamente radiato, il giornalista che abbia detto o scritto cose non conformi alla realtà dei fatti (sono libere le opinioni individuali e i commenti personali, ma guai se si scopre e si può dimostrare che uno abbia detto o mostrato una cosa difforme dalla verità; che abbia fatto dire a qualcuno cose diverse da quelle che ha detto o che abbia comunicato un dato di fatto o una circostanza diversa dal vero).

Questo sistema di autocensura morale consente alla BBC la possibilità di effettuare programmi sperimentali e audaci maggiori di quanto non concedano i rigidi regolamenti del « Television Act » (così come vengono interpretati dall'ITA), al quale debbono strettamente aderire le società dell'Independent Television.

Il « Television Act » è specifico e, tra le altre cose, richiede che l'ITA si assicuri che non venga incluso nei programmi alcunché che possa recare offesa al « buon gusto » e alla « decenza », o sia suscettibile di

« incitare al crimine o di condurre a disordini », o di « essere offensivo per i sentimenti del pubblico ». Richiede, inoltre, all'ITA di stabilire un codice etico di guida per quanto concerne « le regole da osservare circa la presentazione di atti di violenza, soprattutto quando si prevede che il programma possa esser visto da molte persone di giovane età ».

Il « Television Act » concede anche al Postmaster General facoltà di veto simili a quelle che governano la BBC.

Regolamenti concernenti la pubblicità televisiva

Stabiliti dall'ITA, questi possono trovarsi in « The ITV Code of Advertising Standards and Practice » (Codice ITV delle regole e delle pratiche pubblicitarie) (1).

Gli articoli 8 e 9 del « Television Act » del 1964 stabiliscono il dovere statutario dell'Independent Television Authority (ITA):

- a) di escludere dalla televisione qualsiasi annuncio pubblicitario che sia suscettibile di indurre in inganno, di creare false impressioni, idee o giudizi;
- b) di compilare e rivedere di tempo in tempo un codice etico che regoli le norme e le limitazioni

(1) Il lettore interessato potrà, su richiesta, esaminare presso l'autore a Roma il Codice delle norme e della prassi inerenti alla pubblicità.

nel campo della pubblicità, e che prescriva quale tipo e quale « maniera » di pubblicità debba essere proibita sempre, o proibita in circostanze particolari;

c) di assicurare il rispetto di detto codice.

In altre parole, l'ITA viene considerata come uno degli strumenti pubblici e ufficiali di protezione del consumatore.

I controlli comprendono l'esame di tutti gli avvisi pubblicitari, compreso il controllo delle basi su cui si fondano le affermazioni e le dimostrazioni di chi fa la pubblicità, prima che gli avvisi siano accettati per la trasmissione.

Per la stesura del Codice, l'ITA ha consultato la Commissione consultiva per la pubblicità e i membri del Comitato Consulente Medico, nominati secondo l'articolo 9, comma 5, del « Television Act » del 1964.

Secondo l'articolo 7, comma 5, del « Television Act » 1964, l'ITA deve consultarsi col ministro delle Poste circa le categorie e le caratteristiche degli avvisi pubblicitari che non possono e non debbono essere trasmessi, e circa i mezzi di pubblicità che non debbono essere impiegati, e l'ITA deve rispettare gli accordi presi in proposito col ministro delle Poste.

Qualsiasi utente della pubblicità e qualsiasi ditta o agenzia di pubblicità può rivolgersi in permanenza all'ITA, o ai contraenti di programmi coi quali

si propone di piazzare la pubblicità, per avere chiarimenti, direttive, ecc..

Il principio generale che regola qualsiasi pubblicità televisiva è che essa deve essere legittima, legale (non contraria alla legge), « pulita », onesta e veritiera.

Le disposizioni contenute nel codice etico per la pubblicità devono essere applicate nello spirito e nella lettera, e devono essere considerate come requisiti minimi perché la pubblicità sia permessa.

Nessun avviso pubblicitario può contenere alcunché che dichiari, implichi o che faccia pensare, o che possa ragionevolmente essere interpretato come dichiarante, suggerente o implicante, che alcuna parte di alcun programma, trasmesso dal gruppo Independent, sia stata fornita o suggerita da alcun utente delle pubblicità.

Gli avvisi pubblicitari devono essere chiaramente distinguibili come tali, e riconoscibili come cosa del tutto separata e staccata dai programmi.

Nessun avviso pubblicitario può comprendere alcun « trucco » tecnico che, usando immagini di brevissima durata, o qualsiasi altro mezzo, sfrutti la possibilità di trasmettere un messaggio alle menti degli ascoltatori, o comunque di influenzarle, senza che essi si rendano bene e pienamente conto di che cosa è stato fatto e detto.

Gli avvisi pubblicitari non debbono contenere nulla che giuochi sulla paura, né sulla superstizione.

Nessun avviso pubblicitario può recare offesa al buon gusto o alla decenza o a un sentimento pubblico generale.

Nessun avviso pubblicitario può contenere una offerta di alcun premio o dono che rappresenti un regalo, destinato soltanto agli spettatori televisivi (nessun particolare vantaggio può cioè essere dato, attraverso l'annuncio pubblicitario, a coloro che assistono alla trasmissione televisiva).

La materia audiovisiva della pubblicità non deve essere eccessivamente rumorosa o stridente.

Nessuna pubblicità può essere inserita da alcun ente, o per conto di alcun ente, i cui scopi siano interamente o principalmente di natura religiosa o politica, e la pubblicità non può essere diretta verso alcun fine religioso o politico, o avere alcuna relazione con alcun conflitto industriale (marchi, brevetti, diritti di proprietà e simili).

Non si può fare pubblicità di prodotti o di servizi che riguardino congegni o prodotti di:

a) controllo del fiato per mascherare gli effetti dell'alcool;

b) agenzie matrimoniali e clubs di corrispondenze e incontri;

c) chiromanti, grafologi, veggenti;

b) imprese di pompe funebri;

e) servizi di collocamento impiegatizio non autorizzati;

f) scommesse;

g) sigarette, tabacco, ecc.

Nessun avviso pubblicitario può contenere alcun riferimento suscettibile di condurre il pubblico a ritenere che il prodotto reclamizzato, o un suo ingrediente, abbia alcuna proprietà o qualità speciale che non può essere esattamente stabilita.

Termini scientifici e statistici, citazioni da pubblicazioni tecniche o simili debbono essere usate con un giusto senso di responsabilità verso il normale spettatore. È proibito usare dati appartenenti al gergo scientifico per dare l'impressione che le affermazioni propagandistiche effettuate abbiano una base scientifica, che in realtà non possiedono.

Non si può presentare, in modo da farle apparire come universali e vere, delle statistiche aventi validità limitata a certi casi, situazioni, località, ecc.

Gli utenti di pubblicità e le agenzie di pubblicità devono sempre essere pronte a produrre i giustificativi, le prove, ecc., che sostanzino qualsiasi descrizione pubblicitaria, affermazione o illustrazione propagandistica.

Il codice etico stabilisce, poi, tutta una serie di norme circa la questione prezzi, la questione « testimonianze », la questione concorrenza sleale di un dato

prodotto verso un altro, ecc.. Proibisce che si usi la parola « garanzia » o « garantito », a meno che i termini della garanzia non siano messi a disposizione delle autorità per effettuare ispezioni e controlli.

La pubblicità su corsi di istruzione tecnica e professionale non deve contenere alcuna promessa di impiego, o esagerare le possibilità di impiego e di remunerazione, addotte per coloro che frequenteranno i corsi. Né possono parlare di diplomi, qualifiche o altro, non ufficiali e non autorizzate.

Altre disposizioni riguardano la pubblicità per ordinazioni postali, per vendite dirette.

La pubblicità e i bambini

Molto più interessanti sono le disposizioni minuziose che riguardano i bambini.

Nessun prodotto o servizio può essere pubblicizzato e nessun metodo di pubblicità può essere usato in associazione con un programma per i bambini, o con un programma che può esser visto da un grande numero di bambini, che possa danneggiarli fisicamente, mentalmente o moralmente, e non si può usare alcun mezzo di pubblicità che si avvalga della naturale credulità e senso di lealtà, proprio dei bambini.

In particolare, non è ammessa la pubblicità che

spinga i fanciulli a entrare in luoghi estranei, o a conversare con forestieri con lo scopo di collezionare figurine, etichette, ecc. I dettagli che riguardano questi programmi devono essere sottoposti a una indagine per accertarsi che gli stessi non contengano elementi pericolosi per i bambini.

Non è permessa alcuna pubblicità per un prodotto o servizio commerciale se esso si rivolge ai bambini, influenzandoli in modo tale che, se i bambini stessi non comprano o non spingono altri a comprare il prodotto, essi possano avere il senso di mancare di lealtà e di trasgredire al loro « dovere » verso la persona o l'organizzazione che fa la pubblicità.

Non è permessa alcuna pubblicità che sospinga i bambini a credere che, se essi non possiederanno il prodotto pubblicizzato, saranno inferiori agli altri, o che saranno disprezzati o ridicolizzati.

Non è permessa alcuna pubblicità riguardante l'attività di un club, a meno che sia soddisfacentemente dimostrato che il club sia attentamente seguito per quanto riguarda il comportamento dei bambini e compagnie ch'essi frequentano, e che sia fuori dubbio che il club non sia una società segreta.

Mentre si riconosce che i bambini non sono i compratori diretti di molti prodotti sui quali è permesso a essi di esercitare la loro preferenza, bisogna stare molto attenti che essi non siano incoraggiati a diven-

tare noiosi con gli altri nell'interesse di un particolare prodotto o servizio. In un avviso pubblicitario che offre un regalo, un premio o una gara per bambini, l'importanza principale dell'avviso stesso deve essere sul prodotto al quale l'offerta si riferisce.

Se in una pubblicità vi è una gara per bambini, prima che questa pubblicità sia accettata, devono esser sottoposte le norme della gara, né devono essere esagerati il valore dei premi e le probabilità di vincita di un premio.

Per facilitare una descrizione veritiera dei doni per bambini, se necessario, una pubblicità deve renderla più chiara, mostrando la vera consistenza del regalo, presentandolo in confronto con alcuni oggetti comuni, in modo che risulti più facile giudicarne il valore.

La presentazione di bambini in avvisi pubblicitari è soggetta a determinate condizioni.

Le condizioni alle quali i bambini vengono impiegati per gli avvisi pubblicitari sono controllate da alcuni provvedimenti come: il « Children and Young Persons Act » del 1933 (Scotland 1937) (Legge sui bambini e sui giovani); l'« Education Acts » (Leggi sull'educazione) dal 1944 al 1948; il « Children Regulations » (Regolamenti sui bambini) del 1968, e le rispettive leggi emesse dalle Autorità locali, in conformità a queste leggi.

Le scene in cui appaiono i bambini nei servizi pubblicitari devono essere accuratamente considerate dal punto di vista della sicurezza.

In particolare, i bambini non devono apparire soli in scene sulla strada, a meno che essi non abbiano un'età tale da essere responsabili essi stessi della propria sicurezza; non devono apparire mentre giuocano nella strada, a meno che non sia chiaramente indicato che si tratta di una strada chiusa al traffico, o di una zona sicura; non devono apparire mentre scendono dal marciapiede disattentamente, o attraversano la strada senza la dovuta attenzione; in strade affollate, devono apparire mentre attraversano la strada sulle strisce pedonali; e devono apparire come pedoni o ciclisti che si comportano secondo il codice stradale.

I bambini non devono apparire mentre si sporgono pericolosamente fuori dalle finestre, sui ponti, o mentre scalano rocce pericolose.

I bambini piccoli non devono apparire mentre salgono su scaffali alti, o mentre cercano di raggiungere cose su di un tavolo più alto di loro.

Medicinali, disinfettanti, antisettici e sostanze caustiche non devono apparire raggiungibili dai bambini senza la presenza dei genitori, né deve mai esser presentato un bambino che usa tali prodotti.

I bambini non devono esser mostrati usando fiammiferi, gas di qualunque tipo, paraffina, benzina,

o apparecchiature meccaniche o elettriche che potrebbero procurare loro bruciature, scosse elettriche o altre ferite.

Non devono apparire alla guida di macchine agricole (inclusi trattori o altri veicoli). Le scene di questo genere potrebbero trasgredire la legge sull'agricoltura del 1956 (« Safety, Health and Welfare Provisions »).

In una scena pubblicitaria domestica con un focolare, se nella scena vi è un bambino, il focolare deve essere munito di un parafuoco ben visibile.

I bambini che appaiono negli avvisi pubblicitari devono essere ragionevolmente educati.

Pubblicità finanziaria

Un'altra speciale sezione di queste norme si occupa della pubblicità finanziaria, stabilendo regole e limitazioni circa la pubblicità concernente investimenti e risparmi, circa la pubblicità a prospetti finanziari, forme di assicurazione, prestiti e crediti, informazioni finanziarie, investimenti in merci, ecc.

Pubblicità terapeutica

Questa parte è svolta con particolare dettaglio, considerando che il male che può risultare per un individuo da affermazioni esagerate, travisate o non

comprovate, giustifica l'adozione di standards e l'inclusione nel codice di una considerevole quantità di dettagli.

Anzitutto, è vietata qualsiasi pubblicità ai contraccettivi, alle cure contro il fumo, ai prodotti per la cura dell'alcolismo, alle lenti a contatto, alle cliniche per il trattamento dei capelli e del cuoio capelluto, e ai prodotti per la cura delle emorroidi.

È inoltre vietata la pubblicità che dia l'impressione di consulenza o assistenza professionale.

Non si può propagandare un prodotto basandosi su prove anche positive eseguite in ospedale, né ammettere testimonianze di personaggi conosciuti nella vita pubblica, nello sport, nel teatro, ecc., circa l'efficacia di determinate medicine o cure.

Non si può usare l'aggettivo « tonico ».

Non si può affermare che la buona salute può essere messa in pericolo se la gente non integra la propria dieta con vitamine.

Gli avvisi pubblicitari non possono contenere alcuna affermazione diretta o indiretta nel senso della estirpazione di sofferenze, di malattie, di indisposizioni, o di sintomi. Essi non possono sfruttare in alcun modo il fattore paura. Né possono assolutamente parlare di « diagnosi », neppure per corrispondenza.

Non è ammesso assicurare restituzioni di denaro ad acquirenti insoddisfatti di determinati prodotti.

Il codice contiene poi limitazioni circa riferimenti a determinati ospedali, cliniche, istituti, laboratori.

È assolutamente proibito usare la parola « magia », « magico », « miracolo », « miracoloso », come pure non si può usare falsamente l'affermazione diretta o indiretta che un prodotto sia « naturale », « rimedio di natura », o simile.

È disciplinata la pubblicità di prodotti dimagranti, come pure di prodotti per il seno.

Particolare attenzione viene riservata ai prodotti ginecologici, ai prodotti aventi influenza sulla sfera sessuale, agli ipnotici.

La pubblicità non può contenere alcuna affermazione per la guarigione da lombaggini e dolori reumatici basata su proprietà antisettico-urinarie dei prodotti reclamizzati.

Né può contenere affermazioni nel senso che determinate vitamine forniranno una adeguata protezione contro le infezioni da virus, o per la cura di esse; o dichiarazioni non qualificate nel senso che la classe medica appoggia tali affermazioni.

Domanda n. 28: *Esiste, allora, una specie di autocensura, una moderazione esercitata volontariamente (e cioè un autocontrollo) da un Comitato privato o da un Comitato misto (semipubblico), o altra*

specie di controllo, esercitato da qualche tipo di organo esterno?

Risposta: Sia la BBC che l'ITA sono coadiuvati da un certo numero di Comitati consultivi, nei quali prestano efficiente servizio varie persone distinte e rappresentative.

I Comitati della BBC sono:

- General Advisory Council;
- Northern Ireland Advisory Council;
- Northern Advisory Council;
- Midlands Advisory Council;
- South and West Advisory Council;
- The School Broadcasting Council for the United Kingdom;
- School Broadcasting Council for Scotland;
- School Broadcasting Council for Wales;
- Further Education Advisory Council;
- Central Religious Advisory Committee;
- Midlands Religious Advisory Committee;
- Northern Religious Advisory Committee;
- Northern Ireland Religious Advisory Committee;
- Scottish Religious Advisory Committee;
- Welsh Religious Advisory Committee;
- South and West Religious Advisory Committee;
- Central Music Advisory Committee;
- Scottish Music Advisory Committee;

Central Agricultural Advisory Committee;
Welsh Agricultural Advisory Committee;
Scottish Agricultural Advisory Committee;
Northern Ireland Agricultural Advisory Com-
mittee;

Central Appeals Advisory Committee;
Midlands Appeals Advisory Committee;
Northern Appeals Advisory Committee;
Northern Ireland Appeals Advisory Committee;
Scottish Appeals Advisory Committee;
Welsh Appeals Advisory Committee;
South and West Appeals Advisory Committee;
Programmes for Immigrants Advisory Com-
mittee;

Science Consultative Group;
Engineering Advisory Committee.

I Comitati dell'ITA sono:

General Advisory Council;
Scottish Committee;
Northern Ireland Committee;
Welsh Committee;
Advertising Advisory Committee;
Medical Advisory Panel;
Central Appeals Advisory Committee;
Scottish Appeals Advisory Committee;
Central Religious Advisory Committee;
Panel of Religious Advisors;

Scottish Religious Advisory Panel;
Educational Advisory Council;
Schools Committee;
Adult Education Committee.

Domanda n. 29: *Esiste una vigilanza esercitata da parte di qualche organo o organismo di tutela, sul tipo libero del Press Council inglese o del British Board of Cinematographic Censors, che non esercita una vera e propria censura, ma esprime pareri che rappresentano una condensazione dell'opinione pubblica?*

Risposta: No. Ma esiste un organismo conosciuto come « The Viewers and Listeners' Association » (Associazione degli spettatori e ascoltatori), organizzato da una certa Mrs. Mary Whitehouse, che afferma di rappresentare l'opinione pubblica.

Domanda n. 30: *Esistono garanzie per violazione di diritti soggettivi? Come sono attuate? Esiste l'obbligo di accettare e trasmettere rettifiche, come per i giornali? Esistono limitazioni specifiche?*

Risposta: Sì. La legge sul *copyright* fu aggiornata nel Regno Unito nel 1956, con l'approvazione del « Copyright Act ». Alle organizzazioni radiotelevisive non è concessa alcuna autorizzazione, neppure speciale, per infrangere i diritti d'autore. Esse si tro-

vano in sostanza nella stessa posizione di un qualsiasi editore (1).

I diritti della radio o della televisione sul materiale letterario o sulla musica commissionata vengono acquistati mediante trattative dirette con ciascun autore, o compositore, o con i loro agenti o editori, e quando si tratta di opere d'arte usate in televisione, col rispettivo artista, o coi suoi rappresentanti.

Nel caso della musica, che non sia musica commissionata, non si procede generalmente ad accordi diretti con gli autori, perché i diritti di trasmissione per la maggior parte delle musiche coperte da diritti d'autori sono controllati centralmente dalla Performing Rights Society (Associazione per i diritti di spettacolo), alla quale l'Ente televisivo paga una somma forfaitaria per avere il permesso di trasmettere, in qualsiasi programma, qualsiasi musica controllata da detta Associazione.

Detta Associazione divide poi tale somma tra i suoi membri, sulla base delle trasmissioni musicali realmente effettuate. Similmente, le società televisive pagano annualmente una somma globale alla Associazione « Mechanical-Copyright Protection Society », in cambio del diritto a registrare i lavori musicali che rientrano sotto il controllo di quest'ul-

(1) Il lettore eventualmente interessato a studiare il « Copyright Act », 1956 (Legge sui diritti d'autore) potrà trovarlo presso l'autore a Roma.

tima Associazione, somma che essa divide tra i suoi membri, sulla base del numero di registrazioni effettuate.

In rari casi vengono trasmesse correzioni e/o scuse, invariabilmente come risultato diretto di un reclamo, o come liquidazione di una protesta legale.

La BBC ha un suo proprio ufficio legale e le società di programmi dell'Independent hanno legali esterni, che sorvegliano i loro interessi. In una o due società v'è un avvocato fisso che fa parte del personale, il quale dà pareri e consulenza in materia di diritti di autore, e di altre questioni legali, nello stesso modo in cui i giornali a base nazionale hanno propri avvocati interni consulenti.

Quanto a rettifiche, smentite, ecc., valgono le stesse regole come per la stampa.

Domanda n. 31: *Esistono cicli periodici di trasmissioni riservati a notizie ufficiali, fornite per esempio dal Governo o da Enti o Amministrazioni pubbliche?*

Risposta: No. Ma esistono due prescrizioni precise la cui osservanza ricade sulle autorità addette alle radio-teletrasmissioni.

Anzitutto, esse devono far trasmettere qualsiasi annuncio che venga loro richiesto da un ministero del governo di Sua Maestà Britannica. In pratica, gli

annunci governativi di maggiore importanza trovano il loro posto nei regolari notiziari, come materia di interesse corrente, e le suddette prescrizioni si sono finora attuate limitatamente ad annunci sul tipo dei messaggi della polizia, degli avvisi sullo scoppio di epidemie, di malattie di animali e simili, e questa materia viene decisa in via breve tra i ministeri interessati e gli uffici « notizie » delle redazioni televisive.

In secondo luogo, la BBC deve trasmettere giorno per giorno un resoconto *imparziale*, redatto da corrispondenti professionisti, sulle sedute dei due rami del Parlamento. Questa disposizione altro non è che la continuazione della pratica già acquisita di un servizio che la stessa BBC già aveva iniziato nel 1945, quasi un anno prima che esso le venisse formalmente richiesto.

Inoltre, alle società trasmittenti può esser chiesto, ogni tanto, di preparare i bollettini conosciuti con il nome di « Ministerial Broadcasts » (trasmissioni ministeriali), bollettini che possono essere trasmessi sia per radio che per televisione. Il governo ne fa uso di tanto in tanto, per fare dichiarazioni contenenti precisazioni su determinati avvenimenti, o per spiegare determinate leggi approvate dal Parlamento, o per fare appello al popolo affinché collabori con determinate direttive nazionali. Ai ministri è fatto stretto obbligo di essere assolutamente imparziali nella redazione di tali bollettini. Se-

condo l'accordo, non dovrebbe esservi possibilità di risposta da parte dell'opposizione. Tuttavia, qualora l'opposizione pensi che una trasmissione governativa possa essere controvertibile, essa ha il diritto di sollevare la questione, prima con il governo, e, in mancanza di spiegazione, con la stessa BBC.

Da molti anni, le società trasmittenti mettono a disposizione del cancelliere dello Scacchiere e del portavoce dell'opposizione un tempo di trasmissione durante la settimana del Bilancio, per comunicare al pubblico, in serate successive, tutti i dati concernenti il bilancio dello Stato. Queste trasmissioni sul bilancio vengono effettuate sia alla radio che alla televisione.

In aggiunta a questi accordi, relativamente formali, e indipendentemente da essi, le stesse società trasmittenti fanno in modo di assicurare che, sia nella radio che nella televisione, venga mantenuto un sufficiente equilibrio nella presentazione, entro i programmi, di membri del parlamento dei principali partiti.

Il Central Office of Information (Ufficio centrale dell'informazione) fornisce sia all'ITA che alla BBC speciali filmati, della durata di 30 secondi, su argomenti come: la sicurezza stradale, la sicurezza nelle case, la trasfusione del sangue, la prevenzione della criminalità, ecc. Non ci sono regolamenti specifici concernenti questi « riempitivi », che, come

tutti i programmi, devono essere conformi alla legislazione vigente. Essi non vengono inclusi in speciali calendari o date, e nessun pagamento viene richiesto per la trasmissione di essi. Ogni compagnia dell'ITV ne dispone, in un certo numero, e generalmente li inserisce nelle trasmissioni quando un programma ha improvvisamente un qualche vuoto, o quando non è stato venduto il tempo utilizzabile per pubblicità.

Domanda n. 32: *Esistono trasmissioni riservate a comunicazioni dei partiti politici?*

Risposta: Il regolamento per le trasmissioni politiche risulta da un accordo raggiunto nel 1947 tra il governo, l'opposizione e la BBC, esteso poi anche all'ITV.

Pur lasciando libere le società trasmittenti di organizzare discorsi e dibattiti su argomenti politici, tale accordo prevede la possibilità di « serie di trasmissioni » da parte di uomini politici dei vari partiti. Ogni anno viene concesso, sia alla radio che alla televisione, un certo limitato numero di ore ai principali partiti, concordato con essi. Le società trasmittenti mettono a disposizione il tempo per la trasmissione, ma sono gli stessi partiti che devono decidere, in accordo tra loro, sul come usufruirne.

Queste trasmissioni sono conosciute con il no-

me di Party Political Broadcasts (trasmissioni dei partiti politici). Sia l'argomento che gli oratori vengono decisi dai partiti, e ciascun partito può, se lo desidera, usare parte del tempo a sua disposizione per rispondere a una trasmissione precedente. Il numero delle « trasmissioni dei partiti politici » è generalmente stabilito con dodici mesi di anticipo. Ad esempio, le trasmissioni televisive dell'anno scorso furono così divise:

Governo (Partito Laburista) 5 trasmissioni

2 di 15 minuti

3 di 10 minuti

Opposizione (Partito Conservatore) 5 trasmissioni

2 di 15 minuti

3 di 10 minuti

Partito Liberale 2 trasmissioni

2 di 10 minuti

Questi programmi vengono trasmessi simultaneamente dalla BBC (su entrambi i suoi canali) e dall'ITA.

Oltre a queste serie di trasmissioni sulle reti nazionali da parte dei partiti politici principali, vengono accordate trasmissioni, in Scozia e nel Galles rispettivamente, ai partiti nazionalisti di quelle regioni.

Gli accordi per le trasmissioni in periodo elettorale vengono presi in anticipo coi principali partiti. Quando vengono indette le elezioni, viene mes-

so a disposizione dei principali partiti un certo numero di ore di trasmissione, e devono essere loro ad accordarsi per ripartirle. Il Governo in carica parla di solito per primo e per ultimo. Gli altri partiti minori possono esser considerati in diritto di disporre di un po' di tempo di trasmissione quando abbiano un numero minimo di candidati in lizza. Nelle penultime elezioni (1966), dopo consultazioni tra la BBC, l'ITA, e i tre partiti principali, venne fissata, per esempio, la seguente ripartizione di trasmissioni pre-elettorali:

| | | | |
|----------------------------------|---|--------------|----------------------------------|
| Partito Conservatore | 5 | trasmissioni | di 15 minuti |
| Partito Laburista | 5 | » | di 15 minuti |
| Partito Liberale | 3 | » | di 15 minuti |
| Partito Nazionalista Scozzese | 1 | trasmissione | di 5 minuti (solo in Iscozia) |
| Partito Nazionalista Gallese | 1 | trasmissione | di 2 minuti (solo nel Galles) |

Per le ultime elezioni del 18 giugno 1970, si accordarono:

al Partito Conservatore: cinque trasmissioni di 10 minuti ciascuna;

al Partito Laburista: cinque trasmissioni di 10 minuti ciascuna;

al Partito Liberale: tre trasmissioni di 10 minuti ciascuna;

al Partito Nazionalista Scozzese: una trasmissione di cinque minuti (solo in Iscozia);

al Partito Nazionalista Gallese: una trasmissione di cinque minuti (solo nel Galles);

al Partito Comunista: una trasmissione di cinque minuti.

Domanda n. 33: *Come vengono garantite l'imparzialità e l'obiettività delle trasmissioni, quando si tratta della diffusione di notizie o di documentari riguardanti fatti che abbiano direttamente o indirettamente implicazioni politiche?*

Risposta: Il Postmaster General (ministro delle Poste) esige che la statale BBC si astenga dall'esprimere anche indirettamente o velatamente nelle trasmissioni un'opinione propria sugli affari politici correnti o sulla materia politica, e ha ricevuto dalla BBC ogni più ampia riconferma del suo dovere di garantire che le questioni che possono formare oggetto di controversia siano trattate con la dovuta imparzialità.

Quanto alla Independent, è stato proprio per assicurare che tutte le notizie provenienti dal « sistema » Independent fossero di natura imparziale, che l'ITA ha costituito la Independent Television News (ITN); la società non avente scopi di lucro fornisce i notiziari nazionali per la rete dell'Independent. Il direttore generale dell'ITA fa parte del Consiglio di

Amministrazione dell'Independent Television News e la posizione di editore dei notiziari è subordinata all'approvazione dell'ITA.

L'Independent è chiaramente guidata dal « Television Act », il quale specifica che « una sufficiente quantità di tempo, entro i programmi, deve essere dedicata alle notizie e notiziari », e che tutte le notizie trasmesse (in qualsiasi forma) nei programmi siano presentate con la dovuta accuratezza e imparzialità.

Esso stabilisce anche che sia osservata la dovuta imparzialità da parte delle persone o delle società che forniscono i programmi, per quanto attiene le materie controverse in sede politica o economica, o inerenti le pubbliche direttive.

Come alla BBC anche alla Independent è inibita l'espressione di un'opinione in un senso o nell'altro. *La funzione della televisione dev'essere quella di comunicare le parole altrui, i fatti precisi, cifre, dati, circostanze, purché sempre esatti, veritieri, non manipolati, non distorti, non presentati sotto una determinata angolazione o versione, atta ad influenzare l'opinione e il giudizio del pubblico, opinione e giudizio che devono restare liberi, individuali, spontanei.*

L'ITA controlla tutti i programmi e una società produttrice di programmi correrebbe il pericolo di perdere la sua « licenza » (il suo contratto) se non rispettasse i regolamenti dell'ITA relativi a questa porzione del « Television Act », in quanto la legale autori-

tà, affidata in proposito all'ITA dal Parlamento, viene sottolineata e imposta sulle società produttrici di programmi nel testo dei rispettivi contratti con esse.

L'ITA ha funzionari specializzati, il cui compito consiste nel mantenere i contatti coi produttori e coi direttori responsabili dei programmi, e nel tener d'occhio la produzione, sotto questo profilo. L'ITA viene informata in anticipo dei soggetti da trasmettere e del modo in cui verranno trattati tutti i programmi, in modo che essa possa esprimere il proprio parere.

Domanda n. 34: *Le trasmissioni raggiungono tutto il territorio nazionale inglese?*

Risposta: I servizi della BBC-1 e della BBC Wales coprono il 99 e mezzo per cento della popolazione. Essi stanno per essere duplicati, col sistema UHF a 625 linee, comprendenti la trasmissione a colori. La BBC-2 fu inaugurata nell'aprile 1964.

Alla fine del 1968, erano già stati costruiti e messi in servizio 18 trasmettitori d'alta potenza, insieme a 25 stazioni di relay, rendendo i servizi della BBC-2 accessibili a circa il 76% della popolazione del Regno Unito. Sono in via di costruzione o di progettazione molte altre stazioni trasmettenti, e si prevede che la copertura della BBC-2, come pure quella della raddoppiata BBC-1, raggiungerà nel 1973 l'85% della popolazione e verso il 1980 praticamente tutta.

La Independent ha due reti di trasmettitori: VHF (Very High Frequency) a 405 linee e la nuova UHF (Ultra High Frequency) a 625.

La prima rete fu avviata con l'inizio dei programmi dell'Independent ed essa conta oggi più di 45 stazioni, che raggiungono le case di oltre il 98,5 per cento della popolazione del Regno Unito. Ma a parte pochi ripetitori secondari, la rete VHF non verrà ulteriormente estesa, pur restando in uso, finché il governo non deciderà di por termine alle trasmissioni a 405 linee.

Il primo gruppo di nove trasmettenti UHF, che emettono bianco e nero a 625 linee, combinato col sistema a colori PAL, è entrato in servizio nel novembre '69, e dal principio di quest'anno già raggiunge quasi una metà della popolazione. Questa rete continuerà a crescere per molti anni, con l'obiettivo di offrire un completo servizio nazionale paragonabile, come copertura, alla rete VHF già esistente. Si calcola che, per realizzare questo obiettivo, saranno necessarie circa 60 trasmettenti e molte centinaia di piccoli ripetitori locali a bassa potenza. Così la rete UHF comprenderà, alla fine, una rete con un numero di trasmettitori dieci volte superiore a quelli usati per la VHF.

Domanda n. 35: *Si sono incontrate o si incon-*

trano grosse difficoltà tecniche per estendere le trasmissioni all'intero territorio nazionale?

Risposta: Uno dei maggiori compiti degli ingegneri televisivi è quello di pianificare il gran numero di trasmettenti UHF necessario a coprire quasi totalmente l'Inghilterra con tutti i tre servizi a 625 linee. È necessario un lavoro molto complesso di pianificazione per assegnare i canali ai programmi della BBC-1, della BBC-2 e dell'ITA, per distribuire questi canali nelle varie regioni e località dell'Inghilterra e per stabilire esattamente il sito ove deve essere piazzato ciascun trasmettitore UHF. La BBC collabora, a questo fine, con l'ITA per risolvere i numerosi e complicati problemi tecnici relativi, sicché in ciascun sito prescelto verranno collocati trasmettitori per tutti e tre i programmi, consentendo così ai ricevitori di poterli ascoltare tutti, con l'uso di una sola antenna. Per ciascun luogo prescelto, si deve poi decidere sulla potenza del trasmettitore, sull'altezza della torre di sostegno dell'antenna, sul modulo di potenza irradiata nelle varie direzioni orizzontali, dato che talune città vicine debbono ricevere il servizio dal trasmettitore in questione, mentre in altre bisogna evitare le interferenze da esso.

I reparti di ricerca delle televisioni hanno messo a punto un metodo per pianificare le reti nazionali UHF, risultato nella preparazione di un programma che assorbe molte ore di calcolatore elet-

tronico per settimana. Questo sistema consente un enorme risparmio di tempo, ed è di tale valore che esso è stato accettato a livello internazionale.

Oltre al problema di trovare canali sufficienti, esiste il problema geografico per la trasmissione sistema UHF a 625 linee, il quale funziona praticamente solo sul principio della linea retta. Le case situate in valli isolate e profonde dovranno probabilmente collegarsi con ripetitori e con sistemi a filo.

Domanda n. 36 a: *Qual è la situazione inglese per quanto riguarda l'industria nazionale di produzione dei televisori?*

Risposta: A titolo esemplificato e non tassativo, riportiamo alcune delle industrie produttrici di apparecchi televisivi:

Balcombe;

Decca;

General Electric;

Philips Electric;

Pye;

Rank/Bush/Murphy;

Rediffusion (principalmente per relay di TV);

Standard Telephones and Cables;

Thorn Electrical Industries.

Domanda n. 36 b: *Esiste un'industria nazionale*

che produce gli apparecchi di trasmissione e di ripresa?

Risposta: Ecco una lista dei maggiori produttori che servono l'industria televisiva britannica. Le categorie di prodotti da essi forniti comprendono le antenne, le attrezzature per le trasmissioni, i cavi per televisione e telecomunicazione, le attrezzature per gli studi, le telecamere, i videotape-recorders, e cioè quelle apparecchiature che, come già detto, registrano le immagini riprese dalle telecamere direttamente su nastro magnetico e trasmettitori radio.

Granger;

The Marconi Co. Ltd.;

Standard Telephones and Cables Ltd.;

The Plessey Co. Ltd.;

Pye Telecommunications Ltd.;

Racal Electronics Ltd.;

Ampex Electronics Ltd.;

EMI Electronics Ltd.;

Pye e TVT Ltd.;

Shipton Electronics Ltd.;

RCA Ltd.;

Ultra Electronics;

Ferranti Ltd. (1).

(1) Presso l'autore, a Roma, si può prendere visione del « Product Guide 1970 », della Electronic Engineering Association. Questa Guida comprende l'elenco di tutti i produttori, di tutti i fabbricanti, direttamente o indirettamente inerenti alla radio e alla televisione, nonché un vasto elenco di tutti i prodotti disponibili.

Domanda n. 37: *Qual è il numero degli abbonati?*

Risposta: Nel 1968 gli abbonamenti (*Receiving Licenses*) erano 17.645.821, così suddivisi:

| | |
|---------------------------------|------------|
| Abbonamenti gratuiti per ciechi | 27.564 |
| Solo radio | 2.529.750 |
| Radio e televisione: | |
| bianco e nero | 15.068.079 |
| a colori | 20.428 |

Domanda n. 38: *Qual è il numero di televisori prodotti e/o venduti in un anno?*

Risposta: Il numero di televisori fabbricati e consegnati ai commercianti negli ultimi tre anni è stato:

| | | | |
|---------------|---|------|-----------|
| bianco e nero | } | 1967 | 1.324.000 |
| | | 1968 | 1.753.000 |
| | | 1969 | 1.677.000 |
| a colori | } | 1967 | 31.000 |
| | | 1968 | 121.000 |
| | | 1969 | 155.000 |

Domanda n. 39: *Esistono accordi di distribuzione per zona, per rete o per materia?*

Risposta: La Independent, per la sua stessa struttura, ha introdotto un forte elemento regionalista nella televisione britannica. I programmi ven-

gono forniti dalle società produttrici di programmi, scelte e destinate dall'ITA a servire, ciascuna, una diversa area del paese.

Quindici società, come già accennammo, sono state così incaricate dall'ITA di fornire i programmi nelle quattordici aree televisive in cui si è diviso il paese per il sessennio che terminerà il 31 luglio 1974. In tredici di queste aree la responsabilità di provvedere i programmi dell'intera settimana tocca a una società diversa. Nella zona di Londra una società è responsabile per i giorni della settimana fino alle ore 19 del venerdì; un'altra per i programmi del sabato e domenica, dalle ore 19 del venerdì.

| <i>Area</i> | | <i>Compagnia</i> |
|----------------------------|--|---------------------------|
| I confini e l'Isola di Man | Tutta la settimana | Border Television |
| Scozia Centrale | » | Scottish Television |
| Isole della Manica | » | Channel Television |
| Inghilterra Orientale | » | Anglia Television |
| Lancashire | » | Granada Television |
| Londra | Tutti i giorni fino alle 19,00 del venerdì | Thames Television |
| | I weekends dalle 19,00 del venerdì | London Weekend Television |
| Midlands | Tutta la settimana | ATV Network |
| Inghilterra Nord-Orientale | » | Tyne Tees Television |
| Scozia Nord-Orient. | » | Grampian Television |
| Irlanda del Nord | » | Ulster Television |

| | | |
|----------------------------------|--------------------|---------------------------------|
| Inghilterra del Sud | Tutta la settimana | Southern Independent Television |
| Inghilterra Sud-Occidentale | » | Westward Television |
| Galles e Inghilterra Occidentale | » | Harlech Television |
| Yorkshire | » | Yorkshire Television (1) |

Domanda n. 40: *Esistono stazioni televisive di paesi vicini, le cui trasmissioni vengono ricevute nel territorio nazionale inglese? In questo caso lo Stato cerca di ostacolarle?*

Risposta: L'unico caso di interferenza si ha nella parte estrema occidentale dell'Irlanda del Nord (che fa parte del Regno Unito) e dell'Eire (Repubblica Irlandese). Le trasmissioni della « Telefis Eireann » (l'organizzazione televisiva libera irlandese), e la Ulster Television dell'Irlanda inglese (società di programmi appartenente al gruppo Independent) leggermente si sovrappongono, ma nessun tentativo viene fatto dall'una o dall'altra parte per bloccare le trasmissioni: in verità questo problema non è mai stato sollevato.

D. - UOMINI O « LEMMINGS »?

Chiediamo venia al lettore se ci siamo dilunga-

(1) Il lettore interessato potrebbe consultare, a richiesta, una pianta generale di tutte le aree, presso l'autore a Roma.

ti sulla televisione nel paese che, secondo un recentissimo referendum fra un vasto gruppo di leaders mondiali, è, subito dopo la Svizzera, il paese al mondo meglio governato.

Alla vigilia dei decisivi negoziati per l'entrata dell'Inghilterra nella Comunità europea, ci sia consentito formulare il voto di una crescente evoluzione della televisione in tutta l'Europa. Potrebbe, questa evoluzione, rappresentare, se orientata anche ai fini di una più vasta, reciproca conoscenza e di un più sincero e intenso affratellamento fra i nostri popoli, una cospicua forza traente per l'unificazione spirituale di tutti gli europei, come base determinante per quell'unificazione politica, senza della quale i nostri sviluppi non potranno essere che atrofici e regressivi.

La televisione, mentre può essere adoperata come uno strumento di oppressione e di schiavitù, può invece costituire, se liberamente e nobilmente usata, un potente fattore, un valido presidio di libertà e di elevazione.

Croce ammoniva sul rapporto causale e sul parallelismo tra « caduta della dignità e della libertà dell'uomo » e « crisi della società ».

Nell'Europa occidentale, con la partecipazione inglese, verranno ad esserci quasi 250 milioni di venti che accettano la libertà come metodo di governo e come valore assoluto e mai derogabile. Questi

250 milioni di individui, per civiltà, per tradizione, per ingegno, per cultura e per opera, sono certo in prima linea tra tutti i viventi del mondo, che sono oggi soltanto tre miliardi e mezzo, ma che saranno forse 7 miliardi tra vent'anni e undici fra cinquanta.

È possibile che proprio coloro che sono fra i migliori debbano indietreggiare agli ultimi posti, nella fila ininterrotta e non arrestabile dei partecipanti al progresso umano?

Una élite di centinaia di milioni non può commettere un suicidio collettivo!

Siamo veramente uomini, o siamo forse dei lemmings?

E. - UNA TELEVISIONE PER L'EUROPA

Noi sogniamo, fra l'altro (e sappiamo che oggi anche i sogni più ardimentosi possono tramutarsi in viva realtà, solo che intervenga un completo e intenso impegno psico-intellettuale e volitivo da parte dei protagonisti responsabili), noi sogniamo una televisione per l'Europa unita e dell'Europa unita. Una televisione che soprattutto valga a estendere, intensificare, moltiplicare la reciproca conoscenza fra i popoli europei, specialmente fra i giovani, dal Capo Nord al Lilibeo, in un quadro di libertà e di collaborazione.

Una televisione poliglotta, a base comunitaria, capace di far sentire a tutti gli europei l'imponenza

e l'urgenza delle loro comuni necessità, di far loro valutare le immense possibilità di progresso, di pacifica evoluzione, di integrale utilizzazione di quelle capacità e di quelle energie che fanno degli europei una gente non seconda ad alcun'altra.

Una televisione per questo nostro « compartimento » del mondo, che non vuole e non deve essere o rappresentare alcun « blocco », ma che deve e vuole essere ancora tra i paesi-guida, tra i protagonisti principali dello svolgimento della vita sul nostro pianeta.

Una televisione retta da un « codice etico-politico europeo »; una « Televisione Europa », con funzioni di fiduciaria per tutti i paesi della Comunità.

A prescindere dal fatto che, in base alla libertà comunitaria degli scambi, una decisione comunitaria potrebbe permettere alle singole Radio-Televisioni di ciascun paese d'Europa di lavorare (previ i necessari apprestamenti tecnici) anche in tutti gli altri (così come già, almeno in buona parte, accade per la televisione lussemburghese e per quella del Principato di Monaco), noi auspichiamo, come sopra accennato, una vera e propria « Televisione Europa » alacremente dedita all'altissimo compito di una vibrante galvanizzazione e di una solida cementazione dell'idea e della realizzazione di una Federazione europea. Noi auspichiamo una particolare televisione

costantemente assorta in un'opera di fusione degli animi e di coordinamento delle azioni.

Se tanti esponenti delle rispettive classi dirigenti, politiche, culturali, economiche, civiche, dei singoli paesi d'Europa, pur dotati di brillante ingegno e di fervida passione, non hanno spesso potuto raggiungere, malgrado ogni loro buona volontà, quei risultati che più avrebbero giovato ai loro rispettivi paesi e alla nostra area comune, ciò è stato dovuto in gran parte al fatto che quegli esponenti erano giunti a posti di comando senza aver avuto né il modo né il tempo di « internazionalizzarsi » culturalmente, spiritualmente, psicologicamente, umanamente.

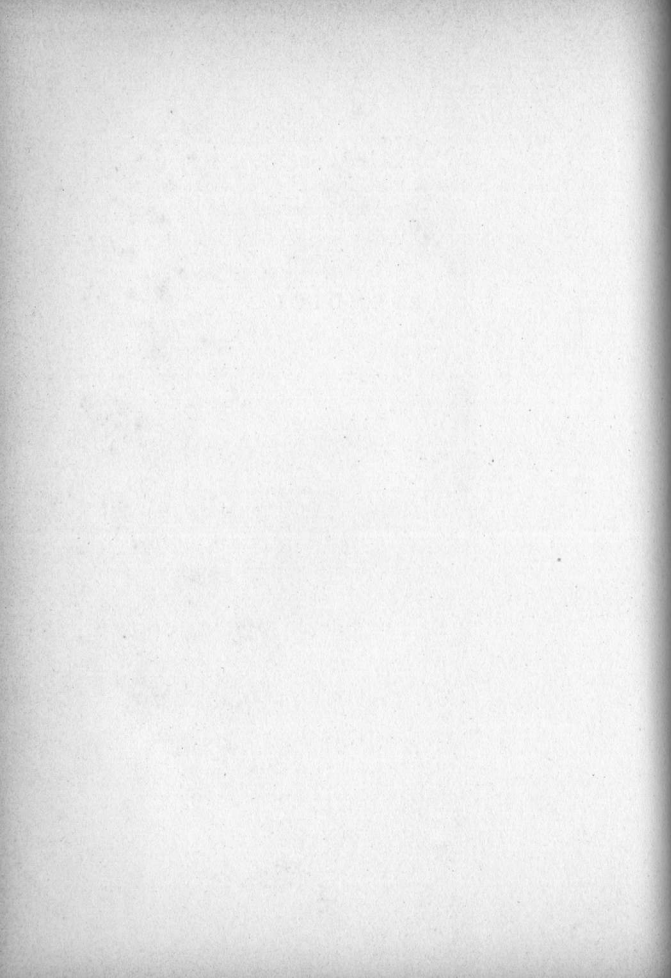
A ben riflettere, errori, anche grossolani e deleteri, di taluni capi politici, fossero essi dittatori o democratici, come di taluni esponenti economici, sono stati dovuti ad un certo « localismo », ad una singolare ristrettezza di orizzonti, alla mancanza di quella visuale più aperta che, sola, induce alla comprensione, ai confronti, alle indulgenze, alle permanenti possibilità di rettifica del proprio pensiero, dei propri orientamenti, dei propri atteggiamenti, delle proprie azioni, in una cornice più ampia e più densa di conoscenze, di fattori, di componenti.

Nulla potrebbe oggi, e domani, costituire un rimedio più efficace alle suaccennate lacune quanto l'azione di una radio-televisione comunitaria europea

che, con intelletto d'amore, si accingesse alla propul-
sione di maggiori scambi nel campo delle nozioni,
del pensiero, e dell'accostamento materiale e spiri-
tuale fra tutte le genti d'Europa.

Roma, 20 giugno 1970.

APPENDICI



APPENDICE N. 1

Qualche nota tecnica sui sistemi televisivi

A questo punto riteniamo indispensabile fornire al lettore qualche breve nota tecnica pel suo orientamento, scusandoci se non possiamo essere completi, né forse abbastanza chiari, anche per la nostra insufficiente competenza.

L'immagine che compare sullo schermo dei nostri televisori è generata da un sottile fascio di elettroni, i quali, colpendo un « velo » di determinate sostanze chimiche (i cosiddetti « fosfori ») depositate sulla faccia interna del tubo catodico (cinescopio), danno origine a radiazioni visibili.

Il sottilissimo fascio di elettroni esplora il tubo catodico, percorrendo una serie di linee parallele, leggermente inclinate secondo le modalità per sommi capi riassunte qui appresso.

Nello standard della Televisione italiana vengono percorsi in un primo tempo 312,5 righe (o linee). Il fascio elettronico inizia il suo percorso da circa l'estrema metà superiore dello schermo e lo termina

al bordo del cinescopio, a destra (nei confronti di chi guarda). A questo punto un segnale detto « blanking » spegne (in gergo televisivo « cancella ») il fascio di elettroni per dargli agio di riportarsi all'estrema sinistra e più in basso; più precisamente in una posizione che permetta di lasciare tra la prima riga (o linea) percorsa e la seconda che dovrà percorrere uno spazio che non corrisponde a quello di una riga, bensì a quello di due righe, in quantocché la seconda riga « saltata » verrà poi percorsa in seguito.

A questo punto il segnale di blanking si annulla e si genera la seconda riga luminosa che, partendo dal margine di estrema sinistra, sempre per chi guarda frontalmente, si arresta all'estrema parte destra.

Interviene a questo punto nuovamente il segnale di blanking, che dà agio al fascio di elettroni di riportarsi nuovamente all'estrema sinistra e percorrere la terza riga, lasciando tra le due righe sempre lo spazio di una riga.

Il processo continua sino a che il fascio elettronico abbia « esplorato » l'intero schermo, fino al bordo inferiore.

A questo punto, interviene un altro segnale di cancellazione, per dare agio al « pennello elettronico » di riportarsi in alto e ripercorrere lo schermo, sempre con le modalità sopradette, dando origine a quelle righe che precedentemente erano state saltate.

Anche questo secondo percorso comprende 312,5 linee, perché lo standard italiano è di 625 linee. Quindi ne risulta che l'immagine (frame) completa consta di due quadri (scanned fields) ciascuno formato da 312,5 linee. Il numero di immagini (frames) per secondo è di 25.

Il sistema descritto (che è quello praticamente usato da tutte le televisioni) è detto « interallacciato » (interlaced scanning). Scopo di tutto questo è di evitare il più possibile il fenomeno dello « sfarfallamento » delle immagini.

Nei valori delle « scanning lines » vi sono differenze, dovute al fatto che non tutte le televisioni usano lo stesso standard. Infatti, non esiste in campo mondiale un accordo generale, con il risultato che, ad esempio, il sistema, o standard, adottato in Inghilterra è di 405 linee (anziché 625); in Francia è di 819 linee. Tutti gli altri paesi europei hanno oggi adottato le 625 linee.

Le differenze non stanno, tuttavia, soltanto in questo: esistono diversità anche nei confronti di altri particolari, per cui, anche quando il numero di righe è il medesimo, variano altri fattori, come per esempio, le frequenze di sincronismo usate negli Stati Uniti e in Russia.

Queste differenze comportano varie difficoltà allorché vengono scambiati programmi tra le tele-

visioni, perché occorre convertire un sistema in un altro, onde permettere la ricezione.

In pratica questa trasformazione (conversione di standards) viene effettuata riprendendo direttamente l'immagine inviata dalla nazione avente uno standard diverso, con una particolare telecamera funzionante con lo standard della nazione che riceve il programma.

Per quanto si riferisce invece alla televisione a colori, il fenomeno è poi assai più complicato, non perché varino i principi basilari, che restano gli stessi, ma per la notevole complessità che comporta la trasmissione di tre segnali, uno per ogni colore scelto.

Si deve tener presente che man mano che la frequenza diviene più elevata e di conseguenza la lunghezza d'onda diviene più breve, il comportamento delle radio-onde — in questo caso si tratta di onde metriche e decimetriche — diventa sempre più simile a quello delle onde ottiche (che d'altra parte altro non sono che onde elettro-magnetiche a frequenza altissima), per cui la trasmissione deve avvenire entro quella che i tecnici chiamano « distanza ottica », (il che significa che l'antenna ricevente deve poter vedere « l'antenna trasmittente »).

In pratica, il fenomeno è estremamente più complesso. Oltre all'onda diretta, vengono, infatti, a formarsi diverse altre onde, come ad esempio l'onda spaziale, l'onda riflessa, l'onda superficiale, ecc., che

permettono spesso di ricevere trasmissioni televisive anche a « distanze non ottiche ».

Circa le modalità più comunemente seguite dalle stazioni televisive per diffondere i loro programmi su vaste aree, in pratica, o si ricorre a un cavo coassiale, che trasporta i segnali video-audio a una trasmittente che a sua volta li irradia, o ci si serve di « ripetitori », i quali ricevono il segnale della trasmittente e lo rinviato a un altro ripetitore, fino a raggiungere così le località dove si vuole diffondere il programma. Altrimenti, in certi casi, si usa il « sistema misto », cioè cavo coassiale più ripetitore.

APPENDICE N. 2

Bando:

L'Independent Television Authority, in ottemperanza alle disposizioni dell'art. 11 (2) del « Television Act » 1963, comunica la sua intenzione di bandire concorsi per la fornitura di programmi che dovranno essere trasmessi dall'ITA, in sostituzione degli appalti che scadranno il 29 luglio 1964.

L'ITA invita pertanto a far domanda, sia gli appaltatori attuali che terzi, i quali desiderino avere il diritto e il dovere di fornire programmi da trasmettersi su contratti con l'ITA, a partire dal 30 luglio 1964, dietro pagamento all'ITA, e col rispetto delle disposizioni del « Television Act » 1954 e 1963.

L'ITA propone di concedere appalti per la fornitura di programmi nelle zone sotto indicate. A ciascun richiedente vincitore del concorso potrà essere aggiudicato un solo contratto.

| | | |
|-----------|-------------------|-----------------------|
| Appalto A | Zona di Londra | (da lunedì a venerdì) |
| Appalto B | { Zona di Londra | (sabato e domenica) |
| | { Contee centrali | (da lunedì a venerdì) |

| | | |
|-----------|---|-----------------------|
| Appalto C | } Contee centrali Inghilterra del Nord | (sabato e domenica) |
| | | (sabato e domenica) |
| Appalto D | Inghilterra del Nord | (da lunedì a venerdì) |
| Appalto E | Inghilterra Nord-Est | (tutta la settimana) |
| Appalto F | Inghilterra del Sud | » » |
| Appalto G | Inghilterra Sud-Ovest | » » |
| Appalto H | Anglia Est | » » |
| Appalto I | Zone di confine | » » |
| Appalto J | Galles e Inghilterra Ovest | » » |
| Appalto K | Scozia Centrale | » » |
| Appalto L | Scozia Nord-Est | » » |
| Appalto M | Irlanda del Nord | » » |
| Appalto N | Canale di Islanda | » » |

I documenti contenenti i particolari dei bandi e i dettagli di informazioni necessarie per i richiedenti possono essere ottenuti dalla Segreteria dell'Independent Television Authority — 70 Brompton Road — London S.W. 3. Le domande, unitamente ai documenti, debbono pervenire alla Segreteria dell'ITA non più tardi del 18 novembre 1963.

APPENDICE N. 3

L'ITA spende attualmente più di 10 milioni di sterline a causa del fatto che è stato cambiato il numero di linee dello standard (il numero di linee, è diverso tra paese e paese e/o tra gruppi di nazioni) e del fatto che deve costruire le prime 26 stazioni principali, unitamente ai sistemi di comando e di controllo annessi e connessi. Le società produttrici di programmi sono andate spendendo analoghe somme per la trasformazione dei loro studi e degli apparecchi di registrazione; per il telecinema (apparecchiature in grado di mettere direttamente in onda un programma filmato); per i « registratori magnetici video »; per gli « analizzatori di cartelli » (didascalie); per i banchi di controllo centrale, sia per l'audio che per il video, di una stazione trasmittente; per i pullman di riprese esterne col nuovo standard, ed anche per riprese a colori (di avvenimenti che si svolgono lontano dalla emittente principale).

| Numero banda di frequenza* | Scala di frequenza | suddivisione metrica |
|----------------------------------|---|-------------------------|
| 2 | Da 30 a 300 hertz | Onde megametriche |
| 3 | da 300 a 3000 hertz | |
| 4 | da 3 a 30 kilohertz | Onde miriametriche |
| 5 | da 30 a 300 kilohertz | Onde kilometriche |
| 6 | da 300 a 3000 kilohertz | Onde ettometriche |
| 7 | da 3 a 30 megahertz | Onde decametriche |
| 8 | da 30 a 300 megahertz | Onde metriche |
| 9 | da 300 a 3000 megahertz | Onde decimetriche |
| 10 | da 3 a 30 gigahertz | Onde centimetriche |
| 11 | da 30 a 300 gigahertz | Onde millimetriche |
| 12 | da 300 a 3000 gigahertz, o 3 terahertz | Onde decimillimetriche |

* «Il numero banda di frequenza N» va da $0,3 \times 10^N$ a 3×10^N hertz, e non quello inferiore.

APPENDICE N. 4

Tipi di frequenze

designazione aggettivale

| | | |
|-----|--------------------------|--------------------------------|
| ELF | Extremely low frequency | (Frequenze estremamente basse) |
| VF | Voice frequency | (Frequenze della voce umana) |
| VLF | Very low frequency | (Frequenze basse) |
| LF | Low frequency | (Onde lunghe) |
| MF | Medium frequency | (Onde medie) |
| HF | High frequency | (Onde corte) |
| VHF | Very high frequency | (Alte frequenze) |
| UHF | Ultra high frequency | (Altissime frequenze) |
| SHF | Super high frequency | (Frequenze super alte) |
| EHF | Extremely high frequency | (Frequenze estremamente alte) |

comprendendo sempre nel numero di banda di frequenza il limite superiore

APPENDICE N. 5

Assegnazione delle frequenze in base all'International Telecommunication Union (ITU)

Le informazioni che seguono sono ricavate dai Radio Regulations dell'ITU, Ginevra 1959, aggiornati al luglio 1965. Circa 400 note, che si riferiscono a « condizioni speciali » relative all'assegnazione di particolari bande di frequenza e molte altre informazioni dettagliate, non vengono qui riportate. Copie dei Radio Regulations sono reperibili presso il Segretariato Generale della International Telecommunication Union, Palais Wilson, Ginevra.

Per l'assegnazione delle frequenze il mondo è stato diviso in regioni, com'è indicato nella figura a pag. 292.

Per la definizione delle regioni e delle linee A, B e C, vedasi l'articolo 5, sezione 1 dei Radio Regulations dell'ITU.

Sono qui riportati i « servizi specifici » cui sono assegnate determinate bande di frequenza.

Servizi fissi

Comunicazioni radio tra determinati punti fissi che, ad esempio, operano su alte frequenze e i ponti radio a micro-onde.

Servizi mobili generici

Comunicazioni radio tra mezzi mobili, che possono aver luogo sia durante gli spostamenti che le soste del mezzo stesso in zone necessariamente non specificate. I mezzi mobili possono anche comunicare direttamente con stazioni fisse.

Servizi mobili aeronautici

Comunicazioni radio tra una stazione a terra e un'aeromobile o tra aeromobili (la lettera R, che compare nell'elenco dettagliato che segue, indica le bande di frequenza per comunicazioni all'interno delle regioni. La sigla OR indica le bande di frequenza per comunicazione tra regioni).

Servizi mobili marittimi

Comunicazioni radio tra una stazione sulla costa e una nave o tra navi.

Servizi mobili a terra

Comunicazioni radio tra una stazione base e una stazione mobile a terra o tra stazioni mobili sempre

a terra. Per esempio: le comunicazioni radio con i taxi e i veicoli della polizia.

Radionavigazione

Per determinare, utilizzando le particolari proprietà di propagazione delle radio-onde, la posizione del natante. L'utilizzo delle frequenze assegnate è rigidamente limitato solo a scopi di navigazione. Include, ovviamente, anche l'individuazione di ostacoli.

Radionavigazione di aeromobili

Servizio di guida via radio riservato agli aerei.

Per esempio: i sistemi VOR e Tacan, le torri di controllo, i sistemi di atterraggio strumentale, i radio-altimetri e il radar montato sugli aerei per l'individuazione di ostacoli.

Radionavigazione marittima

Servizio di guida via radio riservato alle navi. Per esempio: i radiofari costieri, i ponti radio, e i radar montati sulle navi stesse.

Localizzazione radio

Determinazione della posizione, ma per scopi diversi da quelli indicati alla voce « Radionavigazione ». Per esempio: i radar terrestri, costieri e i sistemi di inseguimento.

Radiotrasmissioni

Comunicazioni radio dirette al pubblico. Per esempio: trasmissioni a modulazione di ampiezza su frequenze medie e alte, trasmissioni a modulazione di frequenza e televisione.

Radioamatori

Comunicazioni radio effettuate da persone aventi un interesse personale nelle tecniche radio senza fini di lucro.

Campo spaziale

Comunicazioni radio tra stazioni spaziali.

Collegamenti terra-spazio

Comunicazioni radio tra le stazioni a terra e le stazioni nello spazio. Per esempio: le comunicazioni tra la Terra e un satellite.

Radio astronomia

Ricerche astronomiche basate sulla ricezione di radio-onde di origine cosmica.

Frequenze standard

Trasmissioni radio di frequenze specifiche ad alta precisione, prevalentemente utilizzate per scopi scientifici, tecnici o anche per altri scopi.

Le assegnazioni di frequenze che seguono si riferiscono alla Regione 2 (Emisfero occidentale). Un asterisco (*) indica che l'assegnazione è valida per tutte le regioni terrestri.

I servizi indicati con lettere maiuscole (per esempio: *Servizi fissi*) sono considerati servizi primari.

I servizi indicati in corsivo (per esempio: *Radiolocalizzazione*) sono servizi autorizzati e hanno gli stessi diritti dei servizi primari, ma i servizi primari hanno la priorità sulla scelta della frequenza.

I servizi indicati in lettere minuscole (per esempio: *Mobile*) sono servizi secondari che non causano interferenze dannose ai servizi primari comunque autorizzati.

L'ordine in cui vengono elencate le voci dei vari gruppi, cui è stato assegnato un determinato campo di frequenze, non indica la relativa priorità.

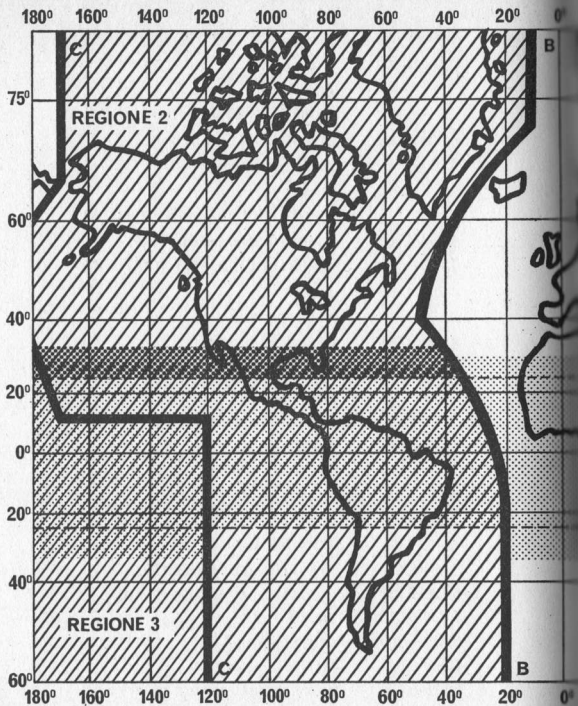
| Kilohertz | Service |
|-------------|---|
| Below 10.00 | (not allocated)* |
| 10.00-14.00 | RADIO NAVIGATION* Radio location* |
| 14.00-19.95 | FIXED* MARITIME MOBILE* |
| 19.95-20.05 | STANDARD FREQUENCY* |
| 20.05-70.00 | FIXED* MARITIME MOBILE* |
| 70.00-90.00 | FIXED MARITIME MOBILE MARITIME RADIO NAVIGATION Radio location |
| 90.00-110.0 | RADIO NAVIGATION FIXED Maritime mobile |
| 110.0-130.0 | FIXED MARITIME MOBILE MARITIME RADIO NAVIGATION Radio location |
| 130.0-160.0 | FIXED MARITIME MOBILE |
| 160.0-200.0 | FIXED |
| 200.0-285.0 | AERONAUTICAL RADIO NAVIGATION Aeronautical mobile |
| 285.0-325.0 | MARITIME RADIO NAVIGATION (radio beacons) Aeronautical radio navigation |

| Kilohertz | Service |
|-------------|---|
| 325.0-405.0 | AERONAUTICAL RADIO NAVIGATION* Aeronautical mobile* |
| 405.0-415.0 | MARITIME RADIO NAVIGATION (radio direction-finding) <i>Aeronautical radio navigation</i> Aeronautical mobile |
| 415.0-490.0 | MARITIME MOBILE* (radiotelegraphy only) |
| 490.0-510.0 | MOBILE* (distress and calling) |
| 510.0-525.0 | MOBILE <i>Aeronautical radio navigation</i> |
| 525.0-535.0 | MOBILE <i>Broadcasting</i> <i>Aeronautical radio navigation</i> |
| 535.0-1605 | BROADCASTING* |
| 1605-1800 | FIXED MOBILE AERONAUTICAL RADIO NAVIGATION Radio location |
| 1800-2000 | AMATEUR FIXED MOBILE EXCEPT AERONAUTICAL RADIO NAVIGATION |
| 2000-2065 | FIXED MOBILE |

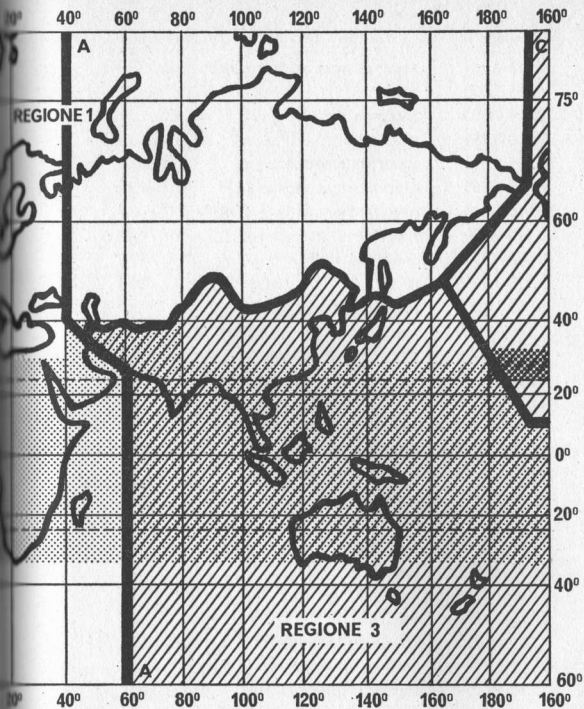
| <u>Kilohertz</u> | <u>Service</u> |
|------------------|---|
| 2065-2107 | MARITIME MOBILE (radiotelegraphy only) |
| 2107-2170 | FIXED MOBILE |
| 2170-2194 | MOBILE* (distress and calling) |
| 2194-2300 | FIXED MOBILE |
| 2300-2495 | FIXED MOBILE BROADCASTING |
| 2495-2505 | STANDARD FREQUENCY |
| 2505-2850 | FIXED MOBILE |
| 2850-3025 | AERONAUTICAL MOBILE (R)* |

| <u>Megahertz</u> | <u>Service</u> |
|------------------|--|
| 3.025-3.155 | AERONAUTICAL MOBILE (OR)* |
| 3.155-3.200 | FIXED* MOBILE EXCEPT AERONAUTICAL (R)* |
| 3.200-3.400 | FIXED* MOBILE EXCEPT AERONAUTICAL* BROADCASTING* |
| 3.400-3.500 | AERONAUTICAL MOBILE (R)* |

| <u>Megahertz</u> | <u>Service</u> |
|------------------|--|
| 3.500-4.000 | AMATEUR FIXED MOBILE EXCEPT AERONAUTICAL (R) |
| 4.000-4.063 | FIXED* |
| 4.063-4.438 | MARITIME MOBILE* |
| 4.438-4.650 | FIXED MOBILE EXCEPT AERONAUTICAL (R) |
| 4.650-4.700 | AERONAUTICAL MOBILE (R)* |
| 4.700-4.750 | AERONAUTICAL MOBILE (OR)* |
| 4.750-4.850 | FIXED BROADCASTING |
| 4.850-4.995 | FIXED* LAND MOBILE* BROADCASTING* |
| 4.995-5.005 | STANDARD FREQUENCY* |
| 5.005-5.060 | FIXED* BROADCASTING* |
| 5.060-5.250 | FIXED* |
| 5.250-5.450 | FIXED LAND MOBILE |
| 5.450-5.680 | AERONAUTICAL MOBILE (R) |
| 5.680-5.730 | AERONAUTICAL MOBILE (OR)* |
| 5.730-5.950 | FIXED* |
| 5.950-6.200 | BROADCASTING* |
| 6.200-6.525 | MARITIME MOBILE* |
| 6.525-6.685 | AERONAUTICAL MOBILE (R)* |



Zone stabilite nella tabella delle assegnazioni di frequenze.



L'area ombreggiata corrisponde alla zona tropicale.

| Megahertz | Service |
|---------------|---------------------------|
| 6.685-6.765 | AERONAUTICAL MOBILE (OR)* |
| 6.765-7.000 | FIXED* |
| 7.000-7.300 | AMATEUR |
| 7.300-8.195 | FIXED* |
| 8.195-8.815 | MARITIME MOBILE* |
| 8.815-8.965 | AERONAUTICAL MOBILE (R)* |
| 8.965-9.040 | AERONAUTICAL MOBILE (OR)* |
| 9.040-9.500 | FIXED* |
| 9.500-9.775 | BROADCASTING* |
| 9.775-9.995 | FIXED* |
| 9.995-10.005 | STANDARD FREQUENCY* |
| 10.005-10.10 | AERONAUTICAL MOBILE (R)* |
| 10.10-11.175 | FIXED* |
| 11.175-11.275 | AERONAUTICAL MOBILE (OR)* |
| 11.275-11.40 | AERONAUTICAL MOBILE (R)* |
| 11.40-11.70 | FIXED* |
| 11.70-11.975 | BROADCASTING* |
| 11.975-12.33 | FIXED* |
| 12.33-13.20 | MARITIME MOBILE* |
| 13.20-13.26 | AERONAUTICAL MOBILE (OR)* |
| 13.26-13.36 | AERONAUTICAL MOBILE (R)* |
| 13.36-14.00 | FIXED* |
| 14.00-14.35 | AMATEUR* |
| 14.35-14.99 | FIXED* |
| 14.99-15.01 | STANDARD FREQUENCY* |
| 15.01-15.10 | AERONAUTICAL MOBILE (OR)* |
| 15.10-15.45 | BROADCASTING* |

| Megahertz | Service |
|---------------|--|
| 15.45-15.762 | FIXED* |
| 15.762-15.768 | FIXED* Space research* |
| 15.768-16.46 | FIXED* |
| 16.46-17.36 | MARITIME MOBILE* |
| 17.36-17.70 | FIXED* |
| 17.70-17.90 | BROADCASTING* |
| 17.90-17.97 | AERONAUTICAL MOBILE (R)* |
| 17.97-18.03 | AERONAUTICAL MOBILE (OR)* |
| 18.03-18.036 | FIXED* Space research* |
| 18.036-19.99 | FIXED* |
| 19.99-20.01 | STANDARD FREQUENCY* |
| 20.01-21.00 | FIXED* |
| 21.00-21.45 | AMATEUR* |
| 21.45-21.75 | BROADCASTING* |
| 21.75-21.85 | FIXED* |
| 21.85-22.00 | AERONAUTICAL FIXED* AERONAUTICAL MOBILE (R)* |
| 22.00-22.72 | MARITIME MOBILE* |
| 22.72-23.20 | FIXED* |
| 23.20-23.35 | AERONAUTICAL FIXED* AERONAUTICAL MOBILE (OR)* |
| 23.35-24.99 | FIXED* LAND MOBILE* |
| 24.99-25.01 | STANDARD FREQUENCY* |

| Megahertz | Service |
|--------------|--|
| 25.01-25.07 | FIXED* MOBILE EXCEPT AERONAUTICAL* |
| 25.07-25.11 | MARITIME MOBILE* |
| 25.11-25.60 | FIXED* MOBILE EXCEPT AERONAUTICAL* |
| 25.60-26.10 | BROADCASTING* |
| 26.10-27.50 | FIXED* MOBILE EXCEPT AERONAUTICAL* |
| 27.50-28.00 | METEOROLOGICAL AIDS FIXED* MOBILE |
| 28.00-29.70 | AMATEUR* |
| 29.70-30.005 | FIXED* MOBILE* |
| 30.005-30.01 | FIXED* MOBILE* SPACE RESEARCH* SPACE* (satellite identification) |
| 30.01-37.75 | FIXED* MOBILE* |
| 37.75-38.25 | FIXED* MOBILE* Radio astronomy* |
| 38.25-50.00 | FIXED MOBILE |
| 50.00-54.00 | AMATEUR |

| <u>Megahertz</u> | <u>Service</u> |
|------------------|--|
| 54.00-73.00 | FIXED MOBILE BROADCASTING |
| 73.00-74.60 | RADIO ASTRONOMY |
| 74.60-75.40 | AERONAUTICAL RADIO NAVIGATION |
| 75.40-88.00 | FIXED MOBILE BROADCASTING |
| 88.00-108.0 | BROADCASTING |
| 108.0-117.975 | AERONAUTICAL RADIO NAVIGATION* |
| 117.975-132.0 | AERONAUTICAL MOBILE (R)* |
| 132.0-136.0 | FIXED MOBILE |
| 136.0-137.0 | SPACE RESEARCH (telemetry and tracking) |
| 137.0-138.0 | METEOROLOGICAL—SATELLITE* SPACE RESEARCH* (telemetry and tracking) SPACE* (telemetry and tracking) |
| 138.0-143.6 | FIXED MOBILE <i>Radio location</i> |
| 143.6-143.65 | FIXED MOBILE |

| <u>Megahertz</u> | <u>Service</u> |
|------------------|--|
| | SPACE RESEARCH (telemetering and tracking) <i>Radio location</i> |
| 143.65-144.0 | FIXED MOBILE <i>Radio location</i> |
| 144.0-148.0 | AMATEUR |
| 148.0-149.9 | FIXED MOBILE |
| 149.9-150.05 | RADIO NAVIGATION—SATELLITE* |
| 150.05-174.0 | FIXED MOBILE |
| 174.0-216.0 | FIXED MOBILE BROADCASTING |
| 216.0-220.0 | FIXED MOBILE RADIO LOCATION |
| 220.0-225.0 | AMATEUR RADIO LOCATION |
| 225.0-267.0 | FIXED MOBILE |
| 267.0-272.0 | FIXED* MOBILE* SPACE* (telemetering) |

| <u>Megahertz</u> | <u>Service</u> |
|------------------|---|
| 272.0-273.0 | FIXED* MOBILE* SPACE* (telemetry) |
| 273.0-328.6 | FIXED* MOBILE* |
| 328.6-335.4 | AERONAUTICAL RADIO NAVIGATION* (glide-path systems) |
| 335.4-399.9 | FIXED* MOBILE* |
| 399.9-400.05 | RADIO NAVIGATION—SATELLITE* |
| 400.05-401.0 | METEOROLOGICAL AIDS* METEOROLOGICAL—SATELLITE* (maintenance telemetry) SPACE RESEARCH* (telemetry and tracking) |
| 401.0-402.0 | METEOROLOGICAL AIDS* SPACE* (telemetry) Fixed* Mobile except aeronautical* |
| 402.0-406.0 | METEOROLOGICAL AIDS* Fixed* Mobile except aeronautical* |
| 406.0-420.0 | FIXED* MOBILE EXCEPT AERONAUTICAL* |
| 420.0-450.0 | RADIO-LOCATION |

| <u>Megahertz</u> | <u>Service</u> |
|------------------|--------------------------------|
| | Amateur |
| 450.0-460.0 | FIXED* |
| | MOBILE* |
| 460.0-470.0 | FIXED* |
| | MOBILE* |
| | Meteorological—satellite* |
| 470.0-890.0 | BROADCASTING |
| 890.0-942.0 | FIXED |
| | RADIO LOCATION |
| 942.0-960 | FIXED |
| 906.0-1215 | AERONAUTICAL RADIO NAVIGATION* |
| 1215-1300 | RADIO LOCATION* |
| | Amateur* |
| 1300-1350 | AERONAUTICAL RADIO NAVIGATION* |
| | Radio location* |
| 1350-1400 | RADIO LOCATION |
| 1400-1427 | RADIO ASTRONOMY* |
| 1427-1429 | FIXED* |
| | MOBILE EXCEPT AERONAUTICAL* |
| | SPACE* |
| | (telecommand) |
| 1429-1435 | FIXED |
| | MOBILE |
| 1435-1525 | MOBILE |
| | Fixed |
| 1525-1535 | SPACE |
| | (telemetry) |

| <u>Megahertz</u> | <u>Service</u> |
|------------------|---|
| | Fixed |
| | Mobile |
| 1535-1540 | SPACE* (telemetry) |
| 1540-1660 | AERONAUTICAL RADIO NAVIGATION* |
| 1660-1664.4 | METEOROLOGICAL AIDS* METEOROLOGICAL—SATELLITE* |
| 1664.4-1668.4 | METEOROLOGICAL AIDS* METEOROLOGICAL—SATELLITE* Radio astronomy* |
| 1668.4-1670 | METEOROLOGICAL AIDS* METEOROLOGICAL—SATELLITE* |
| 1670-1690 | METEOROLOGICAL AIDS* FIXED* MOBILE EXCEPT AERONAUTICAL* |
| 1690-1700 | METEOROLOGICAL AIDS METEOROLOGICAL—SATELLITE |
| 1700-1710 | SPACE RESEARCH (telemetry and tracking) |
| 1710-1770 | FIXED MOBILE |
| 1770-1790 | FIXED MOBILE Meteorological—satellite |
| 1790-2290 | FIXED MOBILE |

| <u>Megahertz</u> | <u>Service</u> |
|------------------|---|
| 2290-2300 | SPACE RESEARCH (telemetering and tracking in deep space) |
| 2300-2450 | RADIO LOCATION Amateur Fixed Mobile |
| 2450-2550 | FIXED MOBILE RADIO LOCATION |
| 2550-2690 | FIXED* MOBILE* |
| 2690-2700 | RADIO ASTRONOMY* |
| 2700-2900 | AERONAUTICAL RADIO NAVIGATION* Radio location* |
| 2900-3100 | RADIO NAVIGATION* (ground-based radars) Radio location* |

| <u>Gigahertz</u> | <u>Service</u> |
|------------------|--|
| 3.100-3.300 | RADIO LOCATION* |
| 3.300-3.400 | RADIO LOCATION Amateur |
| 3.400-3.500 | RADIO LOCATION COMMUNICATION—SATELLITE (satellite to earth) Amateur |

| <u>Gigahertz</u> | <u>Service</u> |
|------------------|--|
| 3.500-3.700 | FIXED MOBILE RADIO LOCATION COMMUNICATION—SATELLITE (satellite to earth) |
| 3.700-4.200 | FIXED MOBILE COMMUNICATION—SATELLITE (satellite to earth) |
| 4.200-4.400 | AERONAUTICAL RADIO NAVIGATION* |
| 4.400-4.700 | FIXED* MOBILE* COMMUNICATION—SATELLITE* (earth to satellite) |
| 4.700-4.990 | FIXED* MOBILE* |
| 4.990-5.000 | RADIO ASTRONOMY |
| 5.000-5.250 | AERONAUTICAL RADIO NAVIGATION* |
| 5.250-5.255 | RADIO LOCATION* Space research* |
| 5.255-5.350 | RADIO LOCATION* |
| 5.350-5.460 | AERONAUTICAL RADIO NAVIGATION* Radio location* |
| 5.460-5.470 | RADIO NAVIGATION* Radio location* |
| 5.470-5.650 | MARITIME RADIO NAVIGATION* Radio location* |

| <u>Gigahertz</u> | <u>Service</u> |
|------------------|---|
| 5.650-5.670 | RADIO LOCATION* Amateur* |
| 5.670-5.725 | RADIO LOCATION* Amateur* Space research* (deep space) |
| 5.725-5.925 | RADIO LOCATION Amateur |
| 5.925-6.425 | FIXED* MOBILE* COMMUNICATION—SATELLITE* (earth to satellite) |
| 6.425-7.250 | FIXED* MOBILE* |
| 7.250-7.300 | COMMUNICATION—SATELLITE* (satellite to earth) |
| 7.300-7.750 | FIXED* MOBILE* COMMUNICATION—SATELLITE* (satellite to earth) |
| 7.750-7.900 | FIXED* MOBILE* |
| 7.900-7.975 | FIXED* MOBILE* COMMUNICATION—SATELLITE* (earth to satellite) |

| <u>Gigahertz</u> | <u>Service</u> |
|------------------|--|
| 7.975-8.025 | COMMUNICATION—SATELLITE* (earth to satellite) |
| 8.025-8.400 | FIXED* MOBILE* COMMUNICATION—SATELLITE* (earth to satellite) |
| 8.400-8.500 | SPACE RESEARCH |
| 8.500-8.750 | RADIO LOCATION* |
| 8.750-8.850 | RADIO LOCATION* AERONAUTICAL RADIO NAVIGATION* (airborne doppler aids) |
| 8.850-9.000 | RADIO LOCATION* |
| 9.000-9.200 | AERONAUTICAL RADIO NAVIGATION* (ground-based radars) Radio location* |
| 9.200-9.300 | RADIO LOCATION* |
| 9.300-9.500 | RADIO NAVIGATION* Radio location* |
| 9.500-9.800 | RADIO LOCATION* |
| 9.800-10.00 | RADIO LOCATION* Fixed* |
| 10.00-10.50 | RADIO LOCATION* Amateur* |
| 10.50-10.55 | RADIO LOCATION (continuous-wave systems only) |
| 10.55-10.68 | FIXED* MOBILE* |

| <u>Gigahertz</u> | <u>Service</u> |
|------------------|--------------------------------|
| | Radio location* |
| 10.68-10.70 | RADIO ASTRONOMY* |
| 10.70-11.70 | FIXED* |
| | MOBILE* |
| 11.70-12.70 | FIXED* |
| | MOBILE EXCEPT AERONAUTICAL* |
| | BROADCASTING* |
| 12.70-13.25 | FIXED* |
| | MOBILE* |
| 13.25-13.40 | AERONAUTICAL RADIO NAVIGATION* |
| 13.40-14.00 | RADIO LOCATION* |
| 14.00-14.30 | RADIO NAVIGATION* |
| 14.30-14.40 | RADIO NAVIGATION—SATELLITE* |
| 14.40-15.25 | FIXED* |
| | MOBILE* |
| 15.25-15.35 | SPACE RESEARCH* |
| 15.35-15.40 | RADIO ASTRONOMY* |
| 15.40-15.70 | AERONAUTICAL RADIO NAVIGATION* |
| 15.70-17.70 | RADIO LOCATION* |
| 17.70-19.30 | FIXED* |
| | MOBILE* |
| 19.30-19.40 | RADIO ASTRONOMY* |
| 19.40-21.00 | FIXED* |
| | MOBILE* |
| 21.00-22.00 | AMATEUR* |
| 22.00-23.00 | FIXED* |
| | MOBILE* |

| Gigahertz | Service |
|-------------|-------------------|
| 23.00-24.25 | RADIO LOCATION* |
| 24.25-25.25 | RADIO NAVIGATION* |
| 25.25-31.00 | FIXED* |
| | MOBILE* |
| 31.00-31.30 | FIXED* |
| | MOBILE* |
| | Space research* |
| 31.30-31.50 | RADIO ASTRONOMY* |
| 31.50-31.80 | SPACE RESEARCH |
| 31.80-32.30 | RADIO NAVIGATION* |
| | Space research* |
| 32.30-33.40 | RADIO NAVIGATION |
| 33.40-34.20 | RADIO LOCATION* |
| 34.20-35.20 | RADIO LOCATION* |
| | Space research* |
| 35.20-36.00 | RADIO LOCATION* |
| 36.00-40.00 | FIXED* |
| | MOBILE* |
| Above 40.00 | (not allocated)* |

Di imminente pubblicazione:

FASCICOLO SECONDO:

LA TELEVISIONE NEI PAESI DEL
CONTINENTE AMERICANO.

FASCICOLO TERZO:

LA TELEVISIONE NEI PAESI DELL'EUROPA
OCCIDENTALE CONTINENTALE.

FASCICOLO QUARTO:

LA TELEVISIONE NEI PAESI DELL'ASIA,
OCEANIA ED AFRICA.

STAMPATO IN ROMA
DALL'ISTITUTO GRAFICO TIBERINO
DI STEFANO DE LUCA
NEL MESE DI LUGLIO 1970