

L'ADOLESCENZA E I MESSAGGI MEDIATICI NELL'ETA' CONTEMPORANEA

(Relazione del **prof. Mons. Alessandro Manenti**)

18 Gennaio 2001

Di grande attualità e interesse il tema « L'ADOLESCENZA E I MESSAGGI MEDIATICI NELL'ETA' CONTEMPORANEA », proposto dal Prof. Mons. Alessandro Manenti su iniziativa del Circolo "J. Maritain" di S. Martino in Rio, ha suscitato un vivace dibattito nel pubblico numeroso e attento.

1. Adolescenza: aspetti psicologici e problemi esistenziali

Illustrando i termini del problema il relatore ha precisato che il discorso verteva sull'adolescenza, perché l'adolescente è fortemente ricettivo dei messaggi che gli giungono dall'esterno, e quindi anche dai mass – media, data la sua situazione psicologica, che lo rende impreparato a riceverli con una riflessione critica.

Dentro di lui è, infatti, impellente la domanda circa la propria identità; energie e pulsioni nuove gli premono dentro; la sua nuova dimensione corporea e affettiva, il bisogno di definirsi non più in relazione alle figure parentali (da cui la forte esigenza di autonomia) sollecitano in lui la domanda: "Io, chi sono?" Essa si proietta su due piani: a) i criteri di vita, ossia il piano dei valori; b) i comportamenti da adottare sul momento per gestire il suo mondo attuale.

L'adolescente non ha gli strumenti adatti per una risposta chiara e tanto meno definitiva; infatti è ancora troppo guidato dal principio del piacere, non avendo sufficientemente sviluppato il principio di realtà; la sua affettività, non ancora matura, è incapace di un impegno definitivo, di consegnare, cioè, se stesso a un altro come dono. Da tutto questo deriva lo stato di ansietà e incertezza, gli sbalzi di umore, le contraddizioni, che nascono da una domanda interiore impellente e dalla sua incapacità ad una risposta adeguata. Non trovando strumenti dentro di lui, l'adolescente li cerca all'esterno, e quindi anche nei mass- media. Le ricerche in questo campo dimostrano che l'adolescente è vulnerabile e catturabile, tanto che i mezzi mediatici cercano di approfittarsene e di manipolarlo; ma fino a che punto egli è catturabile? Gli studiosi affermano che egli è influenzabile nel campo dell'identità, non però riguardo ai valori, bensì riguardo ai comportamenti, che valgono sul momento, ma che variano facilmente e quindi durano poco. L'adolescente non affida a questi messaggi, bensì a figure competenti e significative, la risposta sui valori, su come impostare il suo progetto di vita. **Non c'è dunque un'influenza deterministica dei mass – media sull'adolescente;** la molteplicità e contraddittorietà dei messaggi rende più sospettoso e attento il giovane che li relativizza, affidandosi solo a quel messaggio che gli appare più significativo e capace di maggiori garanzie. Anche il messaggio cristiano o la proposta della fede, per incidere

su di lui devono giungergli in modo significativo. Alla domanda: “il cristianesimo perde di fronte agli altri messaggi?”, dobbiamo rispondere: perde soltanto quando noi non sappiamo giustificare la qualità del messaggio stesso. Il pericolo, dunque, non viene da fuori, ma siamo noi che non riusciamo a spiegare perché il messaggio della fede è credibile e fonda un’identità che altri non hanno.

2. I messaggi mediatici e le loro caratteristiche

Analizzando più da vicino i messaggi mediatici, il relatore ha sottolineato alcuni aspetti: 1) Nei messaggi mediatici (ad es. televisivi) manca **la reciprocità della relazione**, ossia non si può rispondere al messaggio; posso accoglierlo o rifiutarlo, ma non posso interagire con esso. Questo fatto rende il soggetto passivo, ma nello stesso tempo lo difende, perché manca quella possibilità di contestazione – dialogo che l’adolescente usa di solito con l’adulto e da cui trae le sue convinzioni. 2) Il messaggio mediatico incide maggiormente, nel bene o nel male, se veicola contenuti forti e non per la sua coreografia e messa in scena. Bisogna che il contenuto sia chiaro, esplicito e forte, perché il messaggio sia accolto, altrimenti può incidere transitoriamente solo sui comportamenti. 3) Il messaggio mediatico trasmette un’ideologia, ma senza esplicitarla, cioè indirettamente; l’ideologia, infatti, viene trasmessa con immagini e non attraverso concetti; se comunico per concetti il contenuto deve essere esplicitato, con le immagini invece esso viene veicolato, quasi senza che io me ne accorga; rivolgendosi alle facoltà sensitive e non a quelle logiche, le immagini mi spingeranno a mettere in atto quella ideologia che hanno veicolato e io mi ritroverò a pensare in un certo modo senza averlo voluto.

In questo contesto non si può negare che per la formazione del giovane (ma anche per gli adulti) assume grande importanza il tempo da dedicare alla TV o agli altri mezzi mediatici (Internet).

Lo stare troppo davanti al televisore è dannoso, non solo se il contenuto dei messaggi è negativo, ma anche se toglie quello spazio che ci permette di ritrovare la nostra interiorità. La riflessione, lo svago, il sogno, il gioco sono fondamentali per ritrovare se stessi e quella capacità creativa (**fantasia**) che ci permette di dominare la routine e di dare un significato profondo alla realtà quotidiana.

3. Rapporto tra adolescenza e mezzi mediatici

In conclusione: qual è il rapporto fra crescita dell’adolescente nella sua identità e questi strumenti che gli arrivano dall’ambiente? E’ importante che non vediamo il rapporto tra soggetto e ambiente in modo deterministico, al punto da considerarli “causa” di una mentalità; essi agiscono su di noi, in particolare sull’adolescente, nel senso che tendono a piegarlo verso un’opzione piuttosto che un’altra; ma allora interviene, come variabile intermedia, **la soggettività, l’intenzionalità del soggetto**.

Il soggetto deve decidere se seguire quell’inclinazione che gli viene dall’esterno oppure no; l’ultima parola deve appartenere al soggetto, che deve tenere in mano le regole del suo rapportarsi con l’ambiente esterno, perché egli deve essere protagonista della sua storia. L’ambiente che offre una pluralità di stimolazioni e di opportunità può e deve diventare

eccitante, tale, cioè, da impegnare il soggetto nel discernimento delle situazioni e nel recupero della propria signoria.

E' giusto che la famiglia, la scuola e la parrocchia offrano una testimonianza significativa in quei valori che aiutano l'adolescente a scegliere positivamente, ma non possiamo pensare che esista un ambiente capace di proteggere sempre il giovane; infatti, oltre ai grossi problemi in cui oggi si dibatte la famiglia e alle difficoltà concrete delle parrocchie, bisogna considerare il fatto che prima o poi l'adolescente esce dall'ambiente e solo le sue convinzioni profonde possano aiutarlo a camminare con le proprie gambe sulla via retta.

Di fronte a tutte le obiezioni del pubblico, che sottolineavano quanto oggi siano degradati i messaggi, soprattutto televisivi, nel contenuto e nella forma e quanto l'ideologia del nulla e della banalità sembri prevalere cercando di convincere gli adolescenti, il prof. Manenti ha confermato che, tanto più in un ambiente del genere, il soggetto deve diventare responsabile di se stesso e delle proprie scelte. Per formarlo a questo è molto importante la **relazione educante**, che è sempre interpersonale, con figure significative: i genitori, un insegnante, un direttore spirituale, ma tutti devono tendere a dare convinzioni profonde al giovane e a stimolarlo verso il recupero della responsabilità personale per un esercizio autentico della libertà.