

# RIVISTA DI SCIENZE DELL'EDUCAZIONE

ANNO XLIX NUMERO 2 • MAGGIO/AGOSTO 2011

POSTE ITALIANE SPA - SPED. IN ABB. POSTALE D.L. 353/2003  
(CONV. IN L. 27/02/2004 N. 46) ART. 1, COMMA 2 DCB ROMA

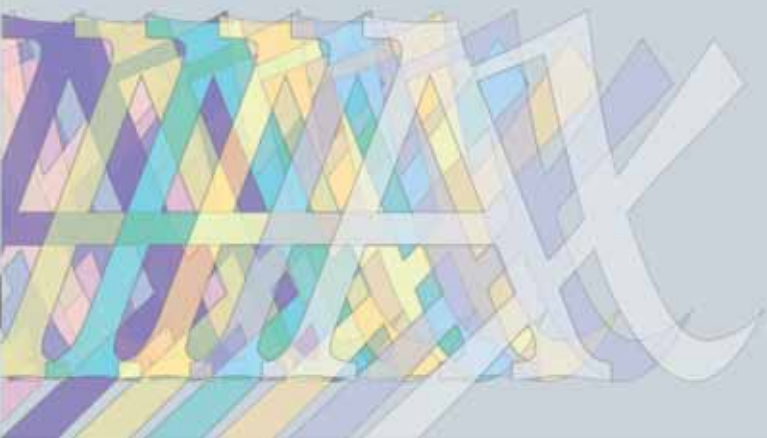
PONTIFICIA FACOLTÀ DI SCIENZE DELL'EDUCAZIONE AUXILIUM

*LA VITA VIENE DESTATA  
E ACCESA  
SOLO DALLA VITA*

*ROMANO GUARDINI*

**DOSSIER**

**EDUCAZIONE  
CATEGORIA DELLA VITA**



## RIVISTA DI SCIENZE DELL'EDUCAZIONE

PUBBLICAZIONE QUADRIMESTRALE  
A CURA DELLA PONTIFICIA  
FACOLTÀ DI SCIENZE DELL'EDUCAZIONE  
"AUXILIUM" DI ROMA

### COMITATO DI DIREZIONE

HIANG-CHU AUSILIA CHANG  
PINA DEL CORE  
MARCELLA FARINA  
RACHELE LANFRANCHI  
MARIA FRANCA TRICARICO

### COMITATO DI REDAZIONE

CETTINA CACCIATO INSILLA  
PIERA CAVAGLIÀ  
HIANG-CHU AUSILIA CHANG  
MARIA ANTONIA CHINELLO  
PINA DEL CORE  
ANITA DELEIDI  
MARIA DOSIO  
MARCELLA FARINA  
HA FONG MARIA KO  
RACHELE LANFRANCHI  
GRAZIA LOPARCO  
ANTONELLA MENEGHETTI  
ENRICA OTTONE  
MICHAELA PITTEROVÁ  
PIERA RUFFINATTO  
MARTHA SEÍDE  
ROSANGELA SIBOLDI  
ALESSANDRA SMERILLI  
MARIA TERESA SPIGA  
MARIA SPÓLNÍK  
MILENA STEVANI  
MALGORZATA SZCZESNIAK  
BIANCA TORAZZA

### SEGRETERIA DI REDAZIONE

MARIA PIERA MANELLO  
MARÍA INÉS OHOLEGUY

### DIREZIONE E REDAZIONE

VIA CREMOLINO 141, 00166 ROMA

TEL. 06.6157201

FAX 06.61564640

### DIRETTORE RESPONSABILE

MARCELLA FARINA

AUT. TRIBUNALE DI ROMA  
31.01.1979 N.17526

PROGETTO GRAFICO E IMPAGINAZIONE  
EMMECIPI SRL

STAMPA  
TIPOGRAF SRL ROMA

*I MANOSCRITTI, LA CORRISPONDENZA,  
I LIBRI PER RECENSIONE  
E LE RIVISTE IN CAMBIO  
DEVONO ESSERE INVIATI A:*

### DIREZIONE E REDAZIONE RIVISTA DI SCIENZE DELL'EDUCAZIONE

PONTIFICIA FACOLTÀ  
DI SCIENZE DELL'EDUCAZIONE  
AUXILIUM

VIA CREMOLINO 141  
00166 ROMA

*PER COMUNICARE  
CON LA REDAZIONE DELLA RIVISTA*

TEL. 06.6157201

FAX 06.61564640

E-MAIL  
rivista@pfse-auxilium.org

SITO INTERNET  
<http://www.pfse-auxilium.org>

Informativa D. lgs 196/2003  
I dati personali  
non saranno oggetto di comunicazioni  
o diffusione a terzi.  
Per essi Lei potrà richiedere,  
in qualsiasi momento,  
modifiche, aggiornamenti, integrazioni  
o cancellazione,  
rivolgendosi al responsabile dei dati  
presso l'amministrazione della rivista.



ASSOCIATA  
ALLA UNIONE STAMPA  
PERIODICA  
ITALIANA

# RIVISTA DI SCIENZE DELL'EDUCAZIONE

ANNO XLIX NUMERO 2 • MAGGIO/AGOSTO 2011

*Poste Italiane Spa*

*Sped. in abb. postale d.l. 353/2003*

*(conv. in l. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 2*

*DCB Roma*

PONTIFICIA FACOLTÀ DI SCIENZE DELL'EDUCAZIONE AUXILIUM



## DOSSIER

**EDUCAZIONE CATEGORIA DELLA VITA**

Introduzione <i>Rachele Lanfranchi</i>	182-185
«Perché abbiamo la vita» (Gv 10,10) Alla sequela di Cristo maestro di vita <i>Martha Séide</i>	186-199
La parola di Benedetto XVI ai giovani (2005-2010). Criteri per vivere pienamente <i>Rosangela Siboldi - Emanuela Rizzo</i>	200-217
Formare gli educatori: l'appello degli orientamenti pastorali dell'episcopato italiano <i>Rachele Lanfranchi</i>	218-230
Educarsi per educare a comunicare nel tempo della cybercultura. Alcune annotazioni <i>Maria Franca Tricarico</i>	231-241
Per la vita buona del Vangelo. L'insegnamento della religione negli Orientamenti pastorali dell'Episcopato italiano (2010-2020) <i>Maria Luisa Mazzarello</i>	242-260

---

## ALTRI STUDI

Suor Enrichetta Alfieri Testimone di carità  
presso i carcerati nel periodo bellico  
(1943 – 1945)

*Silvio Mengotto*

262-276

Concezione cristiana della vita  
e sequela di Cristo nei risultati di un sondaggio

*Maria Dosio*

277-296

---

## RECENSIONI E SEGNALAZIONI

298-354

---

## LIBRI RICEVUTI

356-360

# EDUCARSI PER EDUCARE A COMUNICARE NEL TEMPO DELLA CYBERCULTURA.

## ALCUNE ANNOTAZIONI

MARIA FRANCA TRICARICO

«Agendo sul mondo vitale, i processi mediatici arrivano a dare forma alla realtà stessa. Essi intervengono in modo incisivo sull'esperienza delle persone e permettono un ampliamento delle potenzialità umane. Dall'influsso più o meno consapevole che esercitano, dipende in buona misura la percezione di noi stessi, degli altri e del mondo. Essi vanno considerati positivamente, senza pregiudizi, come delle risorse, pur richiedendo uno sguardo critico e un uso sapiente e responsabile».<sup>1</sup>

### 1. Considerazione preliminare

Il pronunciamento della Conferenza Episcopale Italiana (CEI), *Educare alla vita buona del Vangelo* (n. 51) suggerisce alcune considerazioni che sono l'oggetto di quest'articolo. Oggi è un continuo sentir parlare di comunicazione come "il fenomeno" che connota il nostro tempo, permea la cultura contemporanea. Eppure comunicare è sempre stato un bisogno dell'umanità, in ogni epoca, fin dai tempi più remoti.

Al riguardo è interessante e chiarificante quanto ha esplicitato Denis Mc-Quail. Questo sociologo, che si è molto interessato allo studio dei media e della comunicazione, ha evidenziato l'interazione che intercorre tra società e forme di comunicazione. Da una società in contesto - dice - nascono delle idee e da queste nuove forme/tecnologie di comunicazione le quali

## Riassunto

L'articolo prende spunto dalle suggestioni offerte dal Documento della Conferenza Episcopale Italiana (CEI), Orientamenti pastorali dell'Episcopato italiano per il decennio 2010-2020: *Educare alla vita buona del Vangelo* n. 51 e propone alcune riflessioni sulla comunicazione nel tempo della cybercultura. Saper comunicare implica non esclusione, ma conoscenza, recupero, integrazione e valorizzazione delle diverse forme con cui le persone si pongono in relazione.

Comunicazione-cultura è il binomio che ha connotato e continua a connotare la società.

Di qui la sfida alla scuola perché continui a individuare sempre nuovi percorsi educativo-didattici per condurre gli alunni alla graduale acquisizione di tutti i fondamentali tipi di linguaggio e alla padronanza dei quadri concettuali, delle abilità, delle modalità di indagine essenziali alla comprensione del mondo umano, naturale e artificiale.

## Summary

This article is inspired by the suggestions offered in the Document of the Italian Episcopal Conference (CEI) entitled, Ministry Guidelines from the Italian Bishops for 2010-2020: *Educating to the Gospel's good life* n.51. It proposes several reflections on

vengono applicate a “vecchi usi”. Ne deriva un loro cambiamento che produce nuove forme di comunicazione le quali si avvalgono di nuovi strumenti (passaggio dallo “strumento” di fonazione, a quello meccanico, elettrico, elettronico, digitale...) per veicolare idee e, attraverso queste, comportamenti. Ne consegue l'emergere di nuovi modelli e di nuovi significati culturali. In definitiva, dall'ingegno umano scaturisce un mutamento continuo e irreversibile.<sup>2</sup> Tale mutamento legato alle tecnologia inevitabilmente comporta dei rischi. Comunque, non è il caso di riflettere da “apocalittici”, o da “integrati” - secondo la terminologia di Umberto Eco -, ma in termini di “educarsi per educare” all'uso critico delle tecnologie emergenti.

## 2. La precomprensione contemporanea

Oggi, sia nel quotidiano, sia a livello scientifico, quando si parla di comunicazione sembra che ci si riferisca quasi unicamente alla comunicazione mediatica, ossia a quella dei così detti *old media* e ancor più, se non esclusivamente, a quella digitale, “remediaria” dell'attività comunicativa.<sup>3</sup> Infatti, seppure la “remediazione” dei media si accompagna alla loro evoluzione, essa sembra raggiungere un livello del tutto peculiare proprio con la tecnologia digitale. Tuttavia l'idea remediaria della comunicazione prospettata da Bolter e da Grusin, per molti risulta ambigua e da questa ambiguità scaturiscono disquisizioni pro e contro in un dibattito che forse non potrà mai essere risolutivo se non alla luce di quella ret-

ta ingegnosità umana che contribuisce a far sì che l'uomo, con le sue opere, sia nella storia co-creatore e artefice di un universo di relazioni più umane, più giuste, più vere.

L'evoluzione dei modi di comunicare è - come si è accennato - inarrestabile. Un tempo la famosa locuzione cartesiana *cogito ergo sum* (penso dunque sono) esprimeva la certezza che l'uomo ha di se stesso in quanto soggetto pensante. E l'esse *est percipi* (l'essere è un essere-percepito, un venire percepito) di Berkeley ci dice che la realtà è un insieme di idee che l'essere umano deve poter percepire perché esse possano essere considerate esistenti.

«Oggi essere è *comunicare*: solo ciò che è in grado di “trasmettere il suo messaggio”, di “far sentire la sua voce” sul mercato delle idee e delle persone, sembra esistere davvero. Ciò che non parla (o di cui non si parla, che è una condizione appena peggiore) appare inesistente sotto tutti i punti di vista pratici. Esiste molto, invece, o prevale, chi è in grado di comunicare con forza e precisione».<sup>4</sup>

Una considerazione, questa di Ugo Volli, da cui emerge la dimensione “trasmissiva” della comunicazione per la quale si addice la metafora del trasporto di informazioni, di idee, conoscenze con l'obiettivo di controllare lo spazio e le persone.<sup>5</sup> E si sente pure l'eco della teoria dell'*agenda setting* e di quella della *spirale del silenzio* per le quali i media, concentrandosi di più su certi eventi e argomenti e tralasciandone altri, producono una qualche forma di influenza e di omogeneizzazione, nonché un ef-

communication in this time of cyber culture.

Knowing how to communicate means avoiding exclusion while growing in knowledge, recovery, integration and valuing the diverse forms with which relationships are proposed.

Communication-culture are two words which have given meaning to, and still give meaning to society. This leads to a challenge to the schools, that they continue to discover new educational-didactic paths to guide students to a gradual acquisition of fundamental languages, control of concepts and abilities, of methods of research essential to understanding all worlds: human, natural and artificial.



fetto a spirale verso il silenzio e l'inevitabile isolamento delle idee minoritarie in disaccordo.<sup>6</sup> E ancora Ugo Volli precisa che «in realtà solamente chi ha *già* il potere, chi è *già* garantito nella sua esistenza, comunica fortemente, e gli altri possono farlo solo in proporzione ai loro mezzi».<sup>7</sup> È allora il caso di riflettere sull'urgenza di recuperare il concetto più profondo insito nel termine comunicazione oggi fin troppo usato e abusato. La sua etimologia sia greca (κοινῶν) che latina (*communio*) dice che la comunicazione è accomunare, mettere in comune, condividere e, pertanto, rendere partecipe, essere partecipe di, prendere parte a.<sup>8</sup>

Il recupero della comunicazione in questi termini consente una rivisitazione dei modi con cui essa è posta in atto nel senso che sono allora le persone ad agire e non ad "essere agite". D'altra parte, una comunicazione intesa solo in termini lessicali e sintattici, in termini di *bit*, *net*, *web*, *cyber...*, ecc., sarebbe un gioco di simulazione. Al contrario, la considerazione della dimensione relazionale come elemento fondamentale nei processi comunicativi, colloca in primo piano la realtà delle persone (interlocutori) come produttori (fonte) di senso.

Le forme di comunicazione e la cultura sono due modalità parallele dell'attività dello spirito umano. Allora anche la cybercomunicazione può diventare un "luogo" del vivere comune. «L'arte di comunicare - infatti - non può prescindere [...] da una profonda riflessione etica; essa inoltre è per definizione una virtù che non può essere fruita nell'isolamento, ma

si mette al servizio della comunità».<sup>9</sup> Al riguardo, Karl Erik Rosengren, riprendendo sostanzialmente la definizione di James Carey,<sup>10</sup> chiarisce che «il termine "comunicare" è storicamente collegato alla parola "comune". Essa deriva dal verbo latino *communicare* che significa "condividere", "rendere comune", e che a sua volta è correlato alla parola latina *communis* che significa "comune". Quando comunichiamo, facciamo cose in comune. Perciò incrementiamo la nostra conoscenza condivisa, cioè il "senso comune", la preconditione essenziale per l'esistenza di qualsiasi comunità».<sup>11</sup>

### 3. E la parola?

E la "parola" nell'era dell'informazione, nell'era "cyber"? Non è un paradosso che si cerchi di accantonarla proprio quando si esalta la comunicazione? Non è forse il caso di riprenderla in considerazione dal momento che è il primo strumento con cui, fin dalla comparsa dell'*homo sapiens*, l'umanità ha stabilito reti relazionali?

Se - come si è visto - l'abilità comunicativa è il requisito per svolgere un ruolo ed emergere nella società contemporanea, in questa abilità va compreso pure l'uso corretto della parola perché non sia solo *flatus vocis* (emissione di voce). Anche se la voce costituisce una forza archetipica, occorre che non si trascuri la parola perché si possano stabilire rapporti.

Sant'Agostino dice che «la parola riguarda la mente, la voce l'orecchio: quando la voce colpisce l'orecchio e non apporta la parola alla mente, ha un suono insignificante e manca di un

utile frutto. Invece, perché nella mia mente si formi la parola, non c'è bisogno di voce; ma perché sia recato alla tua mente ciò che nella mia è già una realtà, la parola assume il servizio della voce. Perciò: la parola può precedere la voce, ma non può venir fuori senza la voce. A questo fine è creata la voce: non perché generi la parola, ma affinché ciò che era e si celava possa esternarsi [...]. Voi sapete [...] che la parola, per il pronto ricorso all'aiuto della voce, quando sarà penetrata interiormente, attraverso l'ascolto, quella parola va affermandosi nella mente e all'orecchio la voce viene meno».<sup>12</sup>

L'atto del comunicare è complesso e articolato e, in certo qual modo, rispecchia una cosmovisione, ossia il modo con cui gli individui concepiscono il mondo, vivono ed esprimono la vita. La cultura di un popolo, infatti, è data dalla sua lingua, dalla sua storia, dalla sua religione, dalla sua arte, dall'insieme dei valori, delle tradizioni, dei comportamenti; è data dalle norme politiche, economiche e sociali, dalle forme con cui comunica e si pone in relazione. La cultura continuamente si rinnova accogliendo nuove manifestazioni ed espressioni, comprese quelle mediatiche, che si generano e ri-generano all'interno dei gruppi sociali. L'esito di tutto questo sono le riorganizzazioni sensoriali e cognitive in vista di creare nuovi tipi di azione e interazione, nonché nuove forme di relazioni sociali.

Sant'Agostino scriveva: «È inesatto dire che i tempi sono tre: presente, passato, futuro. Forse sarebbe esatto dire che i tempi sono tre: presente

del passato, presente del presente, presente del futuro. Queste tre specie di tempi esistono in qualche modo nell'animo e non vedo altrove: il presente del passato è la memoria; il presente del presente è l'osservazione attenta, l'intuizione; il presente del futuro è l'attesa»<sup>13</sup> di quello che germinerà dal seme del passato e dell'oggi.

Forse per saper ben comunicare, sarebbe opportuno conoscere le forme del passato per comprendere quelle del presente. La potenza della memoria feconda il presente e apre prospettive di futuro.

Umanizzata, ossia nel recupero della soggettività umana, anche la comunicazione digitale, come la parola, si fa possibilità di relazioni soddisfacenti e vere. La comunicazione è dunque "rete" di relazioni dove la parola si pone in una situazione di snodo gettando la sua ombra lunga nell'oggi e oltre l'oggi delle nuove tecnologie comunicative.

In questi termini è chiaro allora che non si tratta né di esclusione, né di sostituzione, ma di recupero e integrazione. Precisamente, pur senza accantonare la parola, si tratta di riconoscere ai nuovi linguaggi capacità espressiva e comunicativa, capacità di dare forma alle idee, di indirizzare l'attività mentale. Tutto questo comporta che il *logos* venga liberato da un'unica modalità espressiva<sup>14</sup> - la lingua - e restituire all'uomo il possesso della sua forza di pensiero che, già alle origini si estrinsecava attraverso una pluralità di codici i quali, via via, sono andati perfezionandosi fino ad interagire.

Cultura tradizionale o della parola, e

nuova cultura o *cybercultura* sono, in definitiva, il prodotto dell'attività dell'intelletto umano. Il "parlare", infatti, è il *medium* che dà forma al pensiero, e dipende dalle leggi della ragione e della logica. Ma poiché tali leggi sono implicite nel meccanismo mentale dell'uomo, questo significa che esse sono presenti in ogni forma con cui egli si esprime.

Ne deriva, allora, che i diversi modi di espressione sono solo dei modi paralleli di dare forma al pensiero. È, pertanto, fuori luogo voler assolutizzare il primato della cultura della parola su quella digitale; è, invece, interessante chiedersi come ciascuna di queste due culture possa interagire con l'altra, e come anche i cyberlinguaggi siano capaci di fornire degli *input* e *output* di tipo cognitivo, di tipo affettivo e di tipo comportamentale.

Mi sembra che si possa arrivare a dare una risposta stabilendo un'analogia tra quelle che erano le caratteristiche delle culture orali e la cultura che oggi definiamo *cyber*. Le culture orali erano verbomotorie nel senso che parola e gestualità contribuivano a comunicare prevalentemente in presenza e simultaneamente a più livelli. Veniva così stabilito un approccio olistico alla realtà, e la conoscenza e l'espressione passavano parallelamente attraverso un'esperienza emozionale per tradursi, poi, in interrelazioni e in comportamenti. Conoscenze e comportamenti furono, poi, fissati dalla scrittura segnando una distanza spazio temporale tra emittente e ricevente. Si può ritenere che con i "nuovi media" venga segnato un ritorno all'ora-

lità, a un approccio nuovamente olistico dove la totalità di un discorso è, per così dire, spazialmente compressa e presente in immagini, in suoni legati pure alla tonalità della voce, nelle espressioni gestuali, ecc.<sup>15</sup>

#### 4. Prevenire, non reprimere: il compito dell'educazione

Poiché è ormai un dato acquisito il fatto che la comunicazione mediatica ha assunto una valenza sociale e culturale di estrema rilevanza nell'ambito dei gruppi umani, non si può trascurare di considerare, che la cultura passa attraverso tutte le pratiche sociali, economico-produttive ed è il risultato delle loro interrelazioni. Nel concetto di cultura, pertanto, rientrano non solo i significati e i valori che sorgono e si diffondono nelle classi e nei gruppi sociali, ma anche tutte quelle pratiche che contengono ed esprimono tali significati e valori. Esse sono il risultato di costrutti collettivi che esprimono altrettanti modi d'essere e di agire. E i *mass media*, le tecnologie elettroniche contribuiscono, appunto, a creare e a veicolare tali costrutti all'interno di rapporti articolati con altre strutture e istituzioni sociali. Precisamente, nell'ottica della teoria funzionalista, i media svolgono delle funzioni sociali sia nei confronti dell'individuo che della società.<sup>16</sup> "Insegnare la cultura", quindi, implica che non si trascuri di tener conto di quel sistema informativo e formativo che sono i *media*. Questo rende sempre più urgente educare gli alunni fin dai primi anni di scolarità a saper essere fruitori coscienti e critici dei prodotti mediatici.

Il documento della CEI precisa che «la comunità cristiana guarda con particolare attenzione al mondo della comunicazione come a una dimensione dotata di una rilevanza imponente per l'educazione [...]. Il ruolo [della comunicazione mediatica] nei processi educativi è sempre più rilevante: le tradizionali agenzie educative sono state in gran parte soppiantate dal flusso mediatico. Un obiettivo da raggiungere, dunque, sarà anzitutto quello di educare alla conoscenza di questi mezzi e dei loro linguaggi e a una più diffusa competenza quanto al loro uso. Il modo di usarli è il fattore che decide quale valenza morale possano avere. Su questo punto, pertanto, deve concentrarsi l'attenzione educativa, al fine di sviluppare la capacità di valutarne il messaggio e gli influssi, nella consapevolezza della considerevole forza di attrazione e di coinvolgimento di cui essi dispongono».<sup>17</sup> Questo pronunciamento della CEI interpella chiaramente all'impegno sul versante dell'intervento educativo. Il quadro contestuale della scuola oggi è sempre di più quello di una società che vive situazioni complesse. E in questa società - come si è accennato - la cultura mediatica presenta una valenza antropologica e sociologica con notevoli ricadute sulla formazione. I media, infatti, si propongono come punto di riferimento: sono essi i narratori e i drammaturghi delle storie dell'uomo; gli interpreti della realtà; i diffusori di idee; i formatori del pensiero e del comportamento; i nuovi linguaggi che hanno introdotto nuovi modi di comunicare, nuo-

vi stilemi, nuovi schemi percettivi; sono il foro del dibattito pubblico; il legame planetario tra i popoli. Convivenza facile o difficile quella tra la scuola e i *media*? Cominciamo a sciogliere i nodi di questo interrogativo.

## 5. Insegnare i media

La crescente diffusione delle nuove tecnologie, l'aumento della loro utilizzazione, l'affermarsi di sempre nuove forme mediatiche fa sì che *media* e scuola si trovino sempre di più ad essere in concorrenza sullo stesso terreno, precisamente quello della produzione e ri-produzione della cultura, e questo perché, indiscutibilmente, sia la scuola che i *media* presentano una visione del mondo, della società e, pertanto, della cultura. Ma non si tratta solo di questo. Si tratta anche, e soprattutto, di tenere in conto le istanze che, oggi sempre di più, vengono poste dagli stessi ragazzi i quali, per la loro integrazione sociale, richiedono di essere informati e formati oltre l'impianto curricolare degli studi scolastici.

Il problema che si pone alla scuola-istituzione è, allora, quello di capire ciò che essa deve insegnare relativamente ai *media*, e come deve insegnarlo. E questo proprio per realizzare quel suo essere ambiente educativo e di apprendimento dove gli alunni imparano a diventare consapevoli delle proprie idee e responsabili del proprio agire.

Sotto la spinta della provocazione appena accennata, è urgente considerare come le discipline scolastiche, pur nella loro specificità culturale ed epistemologica, possano riorganizzar-

si in occasioni formative e informative tali da fornire agli alunni quegli strumenti mentali e pratici che consentano loro di porsi in modo cosciente, creativo e critico davanti alle tecnologie mediatiche. Si tratta di un impegno da cui la scuola è sempre più cosciente di non poter declinare.

Nell'ecosistema mediatico in cui si trova a operare, si impone per la scuola una negoziazione: la scuola-istituzione, infatti, viene sfidata ad impegnarsi sempre di più a programmare strategie metodologiche che aiutino gli alunni a ricercare e a comprendere come le tecnologie mediatiche, nella loro organizzazione e nella loro funzione comunicativa, abbiano parte rilevante nell'attività culturale e sociale, come siano costruttrici di cultura. In effetti, insegnare ha sempre implicato un processo di inculturazione, che oggi è anche inculturazione, o, per meglio dire, acculturazione mediatica. Anche se spesso si tende ancora a privilegiare nei processi del pensiero il binomio linguaggio verbale-ragione, non si può non ammettere che oltre al linguaggio concettuale esista anche un linguaggio del sentimento e delle emozioni, che è pure veicolato dai *media*. E la scuola non ignora che la conoscenza totale chiama in causa sia l'ordine e la razionalità, sia l'intuitivo, l'immediato, l'immaginario. In rapporto alle abilità cognitive, i diversi tipi di linguaggio si pongono su un piano di complementarità. Per la scuola si fa sempre più impellente l'urgenza di individuare nuovi percorsi educativo-didattici che tengano presente e partano dall'orizzonte di esperienze e di interessi degli

alunni per condurli alla graduale acquisizione di tutti i fondamentali tipi di linguaggio e alla padronanza dei quadri concettuali, delle abilità, delle modalità di indagine essenziali alla comprensione del mondo umano, naturale e artificiale.

In altri termini, la scuola, attenta all'alunno-in-contesto, lo aiuterà a sviluppare una "nuova" modalità di pensiero di discorso, di scrittura che non è rifiuto, negazione del pensiero logico tradizionale, ma è come una proposta la quale, in definitiva, è una sfida per la scuola a porre in atto il coordinamento tra forme diverse di pensiero e di espressione. Precisamente, si tratterebbe di arrivare a coordinare sempre di più le forme inferenziali-dimostrative (deduzione) e quelle inferenziali-ostensive (induzione). Del resto, deduzione e induzione esprimono il movimento del pensiero non secondo un processo antitetico, ma come momenti complementari e intimamente relazionati di uno stesso processo logico unitario all'interno di un atto di conoscenza. In ultima istanza, l'intervento della scuola, come anche quello delle altre agenzie educative, si avvarrà di strategie collaborative che enucleino campi di significato mediante la cooperazione delle discipline di studio e l'integrazione di diverse modalità educative. Tutto questo sempre con la finalità di far maturare negli alunni una mentalità aperta e dinamica. Una sorta di apprendistato che li renda capaci di inserirsi nella società complessa e di evolvere con la sua stessa evoluzione, ma consapevolmente e con capacità critica.

## 6. Il linguaggio dell'arte nella cultura dei media

Il documento della CEI, sempre al n. 51, dice che l'animazione della comunicazione e della cultura va fatta alla luce del *Direttorio sulle comunicazioni sociali nella missione della Chiesa*.<sup>18</sup>

In questo documento, tra i linguaggi della comunicazione, si indica anche quello dell'arte.<sup>19</sup> L'arte, infatti, è un prodotto di significazione e, pertanto, di comunicazione fin dalla preistoria. Le prime espressioni visive dell'uomo primitivo si trovano nelle pitture rinvenute sulle pareti e sulle volte delle caverne scoperte nell'area mediterranea. Le incisioni rupestri che rappresentano animali e figure antropomorfe in scene di guerra o in scene corali di danze sacre, sono tutte testimonianze che svelano non solo le abitudini di vita dell'uomo preistorico, ma anche le sue credenze, il suo intessere una rete di rapporti di tipo simbolico per comunicare con i propri simili, con la natura (magia) e con il trascendente (religione).

L'arte, dunque, appartiene all'universo del linguaggio inteso come opportunità di simbolizzazione, espressione, comunicazione.<sup>20</sup> Il messaggio di questa comunicazione continua, lungo i secoli, ad essere potenzialmente leggibile, comprensibile, interpretabile da ogni destinatario epocale, continua ad essere una potente forma espressivo-comunicativa anche dei contenuti della religione cattolica.

Si tratta - nello specifico dell'arte cristiana - di una particolare forma di comunicazione che potremmo far rientrare nell'alveo della "cultura popula-

re", nel senso di "cultura che è popolare", cioè gradita e compresa pressoché da tutti.<sup>21</sup>

Ma ancor prima che gli studi sulla comunicazione mediatica parlassero di cultura popolare, già nel VI secolo il Papa Gregorio Magno indicava l'arte come forma di comunicazione dei contenuti della fede che sia dotti che "ignoranti" erano in grado di comprendere e apprezzare.<sup>22</sup>

Dunque anche l'arte, da sempre, è stata una forma di cultura popolare, di comunicazione, espressione del sentire di un popolo per il popolo.

### Per concludere

In ultima analisi, saper comunicare, saper educare alla comunicazione nel tempo della *cybercultura* significa conoscere tutte le forme che consentono di porla in atto.<sup>23</sup> Significa saper usare e gestire criticamente tutti gli artefatti dell'ingegno umano che rientrano in quell'universo culturale che Karl Popper aveva chiamato "mondo 3", cioè «tutti i prodotti della mente umana come gli strumenti, le istituzioni, le opere d'arte».<sup>24</sup>

Come scrive San Paolo ai Tessalonicesi, "occorre vagliare ogni cosa e tenere ciò che è buono" (cf *1Ts*, 5,21).



## NOTE

<sup>1</sup> CONFERENZA EPISCOPALE ITALIANA (CEI), Orientamenti pastorali dell'Episcopato italiano per il decennio 2010-2020: *Educare alla vita buona del Vangelo* n. 51 (4 ottobre 2010). (Reperibile nel sito ufficiale della CEI [http://www.chiesacattolica.it/pls/ccci\\_new\\_v3/cciv4\\_doc.edit\\_documento?id\\_pagina=7414&p\\_id=15206](http://www.chiesacattolica.it/pls/ccci_new_v3/cciv4_doc.edit_documento?id_pagina=7414&p_id=15206) [24-05-2011]).

<sup>2</sup> Cf McQUAIL Denis, *Sociologia dei media*, Bologna, Il Mulino 1996, 120-121. Oggi si è arrivati a quella che viene definita *augmented reality* (realtà aumentata) per cui all'esperienza reale vengono sovrapposti livelli informativi virtuali e multimediali generati dal computer. In altri termini, la percezione del mondo è "aumentata", integrata da elementi virtuali che forniscono informazioni supplementari sull'ambiente, su una scena reale (cf VATTINNO Giuseppe, *Il transumanesimo: una nuova filosofia per l'uomo del XXI secolo*, Roma, Armando 2010, 87-89).

<sup>3</sup> Cf BOLTER Jay David - GRUSIN Richard, *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Milano, Guerini & Associati, 2002, 88. Questi autori propongono un'interpretazione degli *old* e dei *new media* incentrata sul concetto di "remediazione", sulla "rappresentazione di un medium all'interno di un altro" (cf p. 73). Un *medium*, pertanto, è l'insieme delle cose che esso "rimedia" (cf p. 94), è ciò che "ri-media", colma, riforma l'atto di comunicazione.

<sup>4</sup> VOLLI Ugo, *Il nuovo libro della comunicazione. Che cosa significa comunicare: idee, tecnologie, strumenti, modelli*, Milano, Il Saggiatore 2007, 17.

<sup>5</sup> Al riguardo è interessante CAREY James W., *Communication as Culture. Essays on Media and Society*, New York, Routledge 2008.

<sup>6</sup> Vedere McCOMBS Maxwell E. - SHAW Donald L., *The Agenda Setting Function of Mass Media*, in *The Public Opinion Quarterly* 36 (1972) 2, 176-187 [reperibile in [www.jstor.org](http://www.jstor.org)]; NOELLE-NEUMANN Elisabeth, *La spirale del silenzio*, Roma, Meltemi 2002.

<sup>7</sup> VOLLI, *Il nuovo libro della comunicazione* 17.

<sup>8</sup> Cf CAREY, *Communication as Culture* 15.

<sup>9</sup> MARSICH Paolo, *Introduzione*, in CICERONE, *L'arte di comunicare*, Milano, Mondadori

2007, 7. Il Documento della CEI, *Educare alla vita buona del Vangelo*, nota però che «La crescita vorticosamente e la diffusione planetaria [...] dei mezzi di comunicazione], favorite dal rapido sviluppo delle tecnologie digitali, in molti casi acuiscono il divario tra le persone, i gruppi sociali e i popoli. Soprattutto, non cresce di pari passo la consapevolezza delle implicazioni sociali, etiche e culturali che accompagnano il diffondersi di questo nuovo contesto esistenziale» (n. 51).

<sup>10</sup> Vedi sopra, nota 8.

<sup>11</sup> ROSENGREN Karl Erik, *Communication. An Introduction*, London, Sage 2006, 1.

<sup>12</sup> S. AUGUSTINUS, *Sermo, De natale Sancti Iohannis Baptistae* 2, in *PL* 38, 293/B

<sup>13</sup> Id., *Confessionum libri XIII*, in *PL* 32, Liber XI 20. 26,

<sup>14</sup> *Logos* inteso nella sua etimologia originaria di discorso, narrazione.

<sup>15</sup> Per un approfondimento del rapporto oralità - scrittura, vedere ONG Walter, *Oralità e scrittura. La tecnologia della parola* [Orality and Literacy. The Technologizing of the Word, London-New York, Methuen 1982], Bologna, Il Mulino 1986.

<sup>16</sup> Cf WRIGHT Charles R., *Funcional Analysis and Mass communication revisited*, in BLUMER Jay G. - KATZ Elihu (eds.), Beverly Hills, Sage 1974, 197-212.

<sup>17</sup> *Educare alla vita buona del Vangelo* n. 51.

<sup>18</sup> CEI, Direttorio sulle comunicazioni sociali nella missione della Chiesa: *Comunicazione e Missione*, Città del Vaticano, Libreria Editrice Vaticana 2004.

<sup>19</sup> Cf *ivi* n. 50.

<sup>20</sup> L'arte è costituita da significanti che veicolano significati o idee che possono essere compresi da tutti coloro che condividono con l'artista lo stesso codice linguistico. Dunque, anche l'arte, come ogni altra forma di espressione e di comunicazione implica l'intervento educativo volto all'apprendimento.

<sup>21</sup> La cultura popolare non va identificata con la cultura di massa. Quest'ultima fa riferimento al *come* la cultura viene trasmessa, ossia attraverso i *mass media*; la cultura popolare, invece, pone l'accento su *chi* è il fruitore del-

la cultura, di chi la recepisce e se ne appropria. Sull'argomento è interessante vedere McQUAIL, *Sociologia dei media*, 155; JENKINS Henry, *Cultura convergente*, Milano, Apogeo 2007.

<sup>22</sup> Cf S. GREGORIO MAGNO, *Epistulae*, IX, 209, in CCL 140A, 1714.

<sup>23</sup> Vedere LÉVY Pierre, *Cybercultura. Gli usi sociali delle nuove tecnologie*, Milano, Feltrinelli 2001<sup>3</sup>.

<sup>24</sup> POPPER Karl, *La ricerca non ha fine*, Roma, Armando 1978<sup>2</sup>, 192. Al riguardo, Antiseri spiega che il "mondo 3" «è l'intero mondo della cultura: è il mondo fatto dall'uomo e che, a sua volta, ha fatto l'uomo» (ANTISERI Dario, *La ricerca scientifica come valore e il valore razionale delle istituzioni democratiche*, in GALLI Norberto, *Educazione ai valori nella scuola di stato*, Milano, Vita e Pensiero 1982, 215).

