

Comunicazione digitale e nuovi media: una sfida per l'educazione

TERESA DONI¹

Oggi più che mai, nel continuo crescere ed evolversi di modelli e strumenti tecnologici che caratterizzano la cultura odierna, diventa fondamentale riflettere sulla pervasività di questi nuovi fenomeni mediali. La cosiddetta "comunicazione digitale" che coinvolge tutti, trova soprattutto nelle giovani generazioni il terreno ideale per radicarsi e dare vita a un nuovo modo di rapportarsi con se stessi, con gli altri e con la realtà circostante. Tutto ciò interpella fortemente il mondo degli adulti e il loro compito educativo, rendendo più che mai urgente una riflessione sul significato antropologico di questa trasformazione. Conoscere e approfondire alcune delle principali caratteristiche di questa "svolta" digitale apportata dai nuovi media è il primo passo per entrare in sintonia con la cultura attuale e portarne alla luce potenzialità e risorse.

Today more than ever, we see the continuous growth and evolution of prototypes and technological apparatuses that characterize today's culture; thus making it essential for one to reflect on the pervasiveness of the new media phenomena. The so-called "digital communication" that encompasses everyone, especially finds in the younger generations the ideal ground to root itself and give life to a new way of dealing with itself, with others and with the surrounding reality. All this strongly challenges the world of the adults and their educational task, thus making it more urgent than ever to reflect on the anthropological significance of this transformation. To understand and investigate some of the main characteristics of this digital "turning point", the new media is the first step to get in tune with the current culture and to bring to light its potential and resources.

Oggi più che mai, nel crescere continuo e nel rapido evolversi di modelli e strumenti tecnologici che caratterizzano profondamente la cultura odierna, diventa fondamentale riflettere sulla pervasività dei fenomeni mediali che tutti noi stiamo vivendo giorno per giorno. In modo particolare, questa "rivoluzione comunicativa" interpella il mondo della scuola e più in generale dell'educazione, rendendo più che mai urgente una riflessione sul significato antropologico di questa trasformazione.

In primo luogo è importante guardare questa realtà, che coinvolge soprattutto le nuove generazioni, non come un pianeta sconosciuto, distante, perico-

¹ Docente di Teorie Sociali della Comunicazione e Animazione della Cultura e della Comunicazione presso la Facoltà di Scienze della Comunicazione dell'Università Pontificia Salesiana di Roma.

loso – se non addirittura minaccioso – nei confronti del mondo comunicativo e culturale tradizionale, ma come un nuovo “sistema solare” ricco di potenzialità, di nuova energia, di possibilità da scoprire e condividere. E non sembri azzardata questa metafora. Con l’avvento della cosiddetta “comunicazione digitale”, quello che è avvenuto all’interno delle logiche comunicative si può paragonare a una vera e propria rivoluzione copernicana: alla centralità dei *media* sostenuta da McLuhan, si sostituisce la centralità dei soggetti. Lo spettatore tradizionale, che al tempo della televisione si configurava come un terminale più o meno passivo del sistema di comunicazione, nello scenario attuale – caratterizzato da una logica di comunicazione a forte struttura interattiva – si trasforma in **utente e produttore di servizi**².

Alla formazione all’uso critico e alla fruizione consapevole dei messaggi mediatici deve quindi affiancarsi l’educazione alla **produzione responsabile** degli stessi. Tutto ciò coinvolge, ovviamente, il modo stesso di intendere l’educazione ai media e apre orizzonti nuovi alla formazione degli educatori e degli insegnanti. Ma prima di entrare nel cuore del discorso pedagogico ed educativo, è bene cercare di definire i contorni e individuare le caratteristiche della nuova “cultura digitale”, così da saperci orientare e non correre il rischio di perderci tra concetti e parole nuovi (spesso mutuati dalla lingua inglese), non sempre comprensibili a una generazione che non è quella dei nostri figli.

■ Le caratteristiche della comunicazione digitale

La prima caratteristica della svolta digitale impressa alla realtà quotidiana di tutti noi dall’avvento dei nuovi media, è quella della pervasività e rapidità di rinnovamento. L’uso continuo e a volte compulsivo di *computer*, *tablet*, e *smartphone* ridefinisce costantemente il nostro rapporto con il mondo circostante, con le persone, con noi stessi. La facilità di accesso alle informazioni e il flusso ininterrotto delle stesse impone un continuo “aggiornamento” del pensiero e una mobilità caratterizzata da una sempre maggiore velocità e capacità di accedere a più dispositivi contemporaneamente. È il cosiddetto fenomeno del **multitasking**³, del fare, cioè, più attività contemporaneamente attraverso l’uso di diversi strumenti. È ormai abituale, ad esempio, mentre si guarda la TV, ascol-

² Cfr. PIER CESARE RIVOLTELLA, *La comunicazione nell’era digitale. Prospettive di intervento formativo*. Relazione all’Incontro Mondiale delle Facoltà di Comunicazione delle Università Cattoliche, Roma 22 maggio 2008, in <http://images.comune.savona.it/IT/è/ServiziSociali/la/lacomunicazione digitale.pdf>.

³ Letteralmente “multiprocessualità”, termine usato in informatica per definire un supporto che permette di eseguire più programmi contemporaneamente.

tare musica in cuffia dall'*Ipod* e mandare un *tweet* o aggiornare il proprio profilo *Facebook* sullo schermo del cellulare.

Il maggiore studioso italiano del rapporto tra nuovi media e adolescenti, Pier Cesare Rivoltella, fa spesso notare che, se questa capacità di fare più cose contemporaneamente (*skill*) può essere per certi versi interpretata positivamente, d'altro canto comporta un pericolo per la concentrazione e l'attenzione che è costretta a spostarsi continuamente da un oggetto all'altro secondo una discontinuità che certo non aiuta la riflessione e l'approfondimento⁴.

Secondo lo stesso autore, un'altra caratteristica dei nuovi media digitali, particolarmente rilevante per l'educazione, è quella della **portabilità**⁵. La sempre maggiore miniaturizzazione dei dispositivi, infatti, permette di concentrare in un semplice telefonino molteplici e diverse possibilità: navigare in internet, chattare con gli amici, scattare foto (soprattutto *selfie!*), ascoltare musica, girare e condividere video, spedire e ricevere e-mail, scambiare sms e *WhatsApp*, oltre che, naturalmente, fare telefonate. E tutto ciò si può fare nella propria cameretta, così come in metro, al cinema, perfino in classe durante le lezioni. Ovviamente questa facilità di accesso permette un consumo sempre più "privato" e meno soggetto al controllo dei genitori e degli educatori.

Ancora, i nuovi media sono **interattivi** e **partecipativi**. Questa caratteristica, come accennato in precedenza, trasforma il tradizionale schema della comunicazione che non segue più la logica: fonte → messaggio → ricevente passivo, sostituendolo con un nuovo schema in cui il ricevente diventa anche produttore di contenuti multimediali, a cui si apre un mondo di possibilità di interazione e scambi. In tempo reale è possibile scrivere un commento ad un articolo di giornale, inviare un video sul canale *Youtube*, partecipare ad un *Blog* di una trasmissione televisiva, postare su *Facebook* foto di un evento eccezionale di cui si è testimoni occasionali. L'interattività promossa dal Web permette così alla creatività individuale di esplodere offrendo a tutti di potersi esprimere e condividere con il resto del mondo le proprie opere. E poco importa se la maggior parte di questi prodotti artigianali sono di bassa qualità: il processo creativo innescato

⁴ Cfr. PIER CESARE RIVOLTELLA, *La comunicazione nell'era digitale*. È proprio di questi giorni la pubblicazione sulle pagine scientifiche del quotidiano britannico *The Guardian*, di un articolo che presenta un recente studio inglese condotto dal neuroscienziato Daniel J. Levitin, direttore del Laboratory for Music, Cognition and Expertise alla McGill University e autore del libro *The Organized Mind: Thinking Straight in the Age of Information Overload*. (La mente organizzata: restare lucidi nell'era dell'eccesso di informazione). Secondo tale studio, il *multitasking* rende meno efficienti e comporta un vero e proprio esaurimento delle funzioni cerebrali, arrivando ad abbassare il livello di QI anche di 10 punti.

⁵ Cfr. PIER CESARE RIVOLTELLA, *Media digitali, apprendimento, formazione*, in http://www.webdiocesi.chiesacattolica.it/cc_i_new/allegati/35539/Rivoltella_Media-digitali-apprendimento-formazione.pdf.

e incentivato dalla possibilità di potersi esibire in questa nuova vetrina globale rappresenta di per sé un cambio di paradigma epocale⁶.

Collegata alla possibilità d'interazione e partecipazione è senz'altro la caratteristica **globalizzante** dei nuovi media, i cui contenuti scorrono fluidamente attraverso i confini nazionali, modificando il modo in cui pensiamo noi stessi e il nostro posto nel mondo. Oggi è possibile seguire un corso di comunicazione dell'Università di Chicago, leggere un giornale spagnolo, partecipare in videoconferenza alla presentazione di un libro a Berlino, acquistare un quadro all'asta di Londra, prenotare un albergo a New York, rimanendo comodamente seduto alla propria scrivania.

Di contro, tale potenzialità inclusiva che scavalca i confini nazionali e si estende in maniera finora impensata, racchiude in sé anche la negazione della partecipazione e l'esclusione di chi, per qualsiasi motivo, sfugge alla "copertura" della rete.

I nuovi media, infatti, paradossalmente, accentuano e demarcano in forme a volte invalicabili lo **scarto generazionale** e le **disuguaglianze** tra chi è connesso e chi non lo è, tra chi è alfabetizzato al loro linguaggio e chi non ne conosce termini e codici⁷.

Se il divario culturale tra giovani e adulti, tra genitori e figli è sempre stato oggetto di attenzione delle scienze sociali e degli studi pedagogici, soprattutto in questo primo scorcio di XXI secolo l'accelerazione del ritmo del cambiamento tecnologico ha senza dubbio acuito la distanza tra la generazione dei cosiddetti "nativi digitali"⁸ e le generazioni precedenti. La facilità con cui gli adolescenti apprendono i linguaggi dei nuovi media e la disinvoltura con cui passano da un dispositivo all'altro spesso li pone in ambienti mediatici totalmente estranei a quelli degli adulti, permettendo loro di vivere esperienze del mondo radicalmente diverse e accentuando così il senso di inadeguatezza e a volte di paura di genitori ed educatori di fronte a una realtà per loro sconosciuta e incomprensibile. Ecco che, quindi, diventa urgente il discorso dell'alfabetizzazione degli adulti ai nuovi media oltre che dell'educazione dei ragazzi al loro uso critico, consapevole

⁶ Cfr. MARCO DE LA PIERRE, *New media e cultura convergente*, in <http://blog.dotflorence.com/formazione-web-turistico/new-media-e-cultura-convergente>.

⁷ Parliamo di *digital divide* (divario digitale) proprio in riferimento alla distanza che si crea tra chi ha accesso effettivo alle nuove tecnologie (soprattutto computer e internet) e chi ne è escluso. Tale esclusione può dipendere da diversi fattori: livello di istruzione, difficoltà economiche, età, sesso, appartenenza a gruppi etnici, etc. Il divario può essere inteso a livello individuale, di un singolo Paese o globale.

⁸ L'espressione "nativi digitali" (in originale *digital native*) è stata coniata nel 2001 dallo scrittore Mark Prensky e indica la generazione di chi è nato e cresciuto in corrispondenza con la diffusione delle nuove tecnologie informatiche (da 1985 in poi). E quindi si tratta soprattutto di giovani che non hanno avuto alcuna difficoltà a imparare l'uso di queste tecnologie.

e responsabile. Perché tutto ciò sia possibile è indispensabile e non più procrastinabile non solo l'adeguamento del sistema scolastico e universitario alle nuove tecnologie digitali (*media education*)⁹, ma anche l'acquisizione di una nuova mentalità che impari a costruire veri ecosistemi comunicativi negli spazi dell'educazione (educomunicazione)¹⁰. Riflessioni successive ci aiuteranno a comprendere meglio le caratteristiche e le implicanze di queste due posizioni pedagogiche per rispondere con maggiore competenza e con rinnovata passione educativa alle richieste, spesso implicite ma non meno pressanti, dei giovani di oggi.

Bibliografia

- DE LA PIERRE M., *New Media e cultura convergente*, in <http://blog.dotflorence.com/formazione-web-turistico/new-media-e-cultura-convergente/>.
- GIANNATELLI R. (2002), *Media Education*, in F. LEVER - P.C. RIVOLTELLA - A. ZANACCHI, *La Comunicazione. Il Dizionario di scienze e tecniche*, LDC-RAI ERI 2002.
- SOARES DE OLIVEIRA I. (2002), *Educomunicazione*, in F. LEVER - P.C. RIVOLTELLA - A. ZANACCHI, *La Comunicazione. Il Dizionario di scienze e tecniche*, LDC-RAI ERI 2002.
- RIVOLTELLA P. C., *La comunicazione nell'era digitale. Prospettive di intervento formativo*. Relazione all'Incontro Mondiale delle Facoltà di Comunicazione delle Università Cattoliche, Roma 22 maggio 2008, in <http://images.comune.savona.it/IT/f/ServiziSociali/la/lacomunicazionedigitale.pdf>.
- ID, *Media digitali, apprendimento, formazione*, in http://www.webdiocesi.chiesacattolica.it/cc_i_new/allegati/35539/Rivoltella_Media-digitali-apprendimento-formazione.pdf.

⁹ Cfr. ROBERTO GIANNATELLI, *Media Education*, in F. LEVER - P.C. RIVOLTELLA - A. ZANACCHI, *La Comunicazione. Il Dizionario di scienze e tecniche*, LDC-RAI ERI 2002, 722-727.

¹⁰ Cfr. ISMAR SOARES DE OLIVEIRA, *Educomunicazione*, in F. LEVER - P.C. RIVOLTELLA - A. ZANACCHI, *La Comunicazione. Il Dizionario di scienze e tecniche*, LDC-RAI ERI 2002, 418-421.