

SIAMO NOI A CAMBIARE I MEDIA O SONO LORO A CAMBIARE NOI? UNA SFIDA EDUCATIVA

La volta scorsa abbiamo messo a fuoco il passaggio tra il vecchio e il nuovo non solo a livello di oggetti tecnologici, ma abbiamo cominciato ad accennare ad alcune trasformazioni avvenute nelle dinamiche sociali, culturali, antropologiche, identitarie.

Ora ci concentriamo sulle modificazioni che i media digitali hanno indotto nelle pratiche sociali, nel nostro modo di vivere e di relazionarci. Un grande autore, George **Meyrowitz**, nel suo libro "Oltre il senso del luogo", evidenzia come le nuove tecnologie abbiano annullato in molte circostanze l'esistenza dello spazio fisico cancellando in qualche modo le distanze, lo spazio è spesso percepito come inesistente. Ma come percepiamo la realtà del luogo in cui siamo, se possiamo azzerarla così facilmente? Che cosa è qui? Che cosa è lontano? In che modo si modifica la nostra mappa delle relazioni spaziali se ci risulta più facile parlare con un amico a New York rispetto al signore della porta accanto?

La **connettività** mixata con la **portabilità** diventa un elemento che impatta sulla globalizzazione, sulle pratiche sociali, ma aggiungiamo: anche **sull'educazione**. Una volta si poteva prendere un computer, sistemarlo nel salotto di casa ed essere tranquilli che solo da lì si poteva accedere alla rete e che quindi, collocato il computer nella stanza più sociale della casa, i problemi educativi fossero risolti. Era sufficiente escludere qualcuno dalla condivisione di un luogo perché fosse escluso dalla comunicazione.

Oggi questa esclusione dalla comunicazione non è più possibile: lo sviluppo di mezzi digitali portabili e sempre connessi supera e va oltre il senso del luogo. Grande opportunità perché la comunicazione arriva fino agli estremi confini della Terra, ma circa il controllo pedagogico c'è un problema.

Avevamo individuato il nesso tra rivoluzione digitale e globalizzazione, ricercandolo proprio nella ridefinizione del concetto di **spazio pubblico** che la rivoluzione digitale comporta; è uno degli effetti di maggior portata della rivoluzione digitale. Un tempo era chiaro dove finisse lo spazio pubblico e dove cominciasse quello privato; oggi questa distinzione è sempre più difficile. La diffusione dei dispositivi mobili come il telefonino, lo smartphone o il tablet contamina fortemente gli spazi. Si portano le conversazioni private dentro lo spazio pubblico di un tram affollatissimo in ore di punta; viceversa il cellulare sempre acceso porta questioni che riguardano il nostro spazio tempo lavorativo dentro i nostri spazi privati ben oltre i limiti che si dovrebbero consentire alla permeabilità di questi spazi.

La **diffusione dei social network** ci fa fare esperienza di ambienti dove il confine tra che è pubblico e ciò che è privato è molto labile. Ciò che è pubblico nel nostro profilo di Facebook risponde soltanto alla capacità che abbiamo di definire le regole di accesso ai contenuti del mio social network: senza quel passaggio ciò che è pubblico è privato e ciò che è privato è pubblico.

Avevamo parlato di **de-mediazione**. Lo spazio pubblico nasce nel '700 con i giornali modernamente intesi. Poteva stare nello spazio pubblico chi aveva la capacità riconosciuta dagli altri di fare un uso adulto della ragione, di prendersi tutte le responsabilità per quello che diceva nello spazio pubblico sostenendo il contraddittorio con gli altri che, avendone le condizioni, potevano a loro volta stare nello spazio pubblico. In quel contesto l'accesso allo spazio pubblico era selezionato, non era cosa per tutti!

Oggi chiunque può occupare lo spazio pubblico, chiunque può pubblicare. Quando metto un *post* sul mio *blog* di fatto lo sto pubblicando! C'è stata una trasformazione profondissima persino nel linguaggio comune del concetto stesso di pubblicare che etimologicamente significa "rendere pubblico" cioè andare ad esprimere un'opinione dentro lo spazio pubblico. Questo è il dispositivo principale che secondo me lega la rivoluzione digitale con la globalizzazione.

Alcune osservazioni ci aiuteranno a comprendere meglio questo ambiente e i suoi influssi sulla realtà sociale e culturale:

- 1) Un aspetto legato al **rapporto che si istituisce tra identità e presenza** nel social network, ma delle reti sociali ne parleremo nel prossimo incontro.
- 2) aspetto: è legato alla **ridefinizione in chiave quasi antropologica della tecnologia**. La **tecnologia ripensata come attore sociale**. Cosa significa? Significa pensarla come a "qualcuno": due studiosi dell'Università di Montreal hanno scritto un libro, qualche anno fa, sulle pratiche dei giovani con il cellulare; in un passaggio uno di loro scriveva che se noi siamo a cena in due e ciascuno di noi ha un cellulare

accesso di fatto siamo a cena in quattro. È una battuta ma è verissimo!

Perché il cellulare è un attore sociale e se anche l'ho acceso silenziato sul tavolo, quando suona vibra, richiama la mia attenzione, è qualcosa che normalmente le macchine non hanno mai fatto, e il cellulare lo fa, richiama la mia attenzione, mi si visualizza il nome, "cosa faccio?"- "rispondo o non rispondo?", forse anche se sono a cena rispondo! E la riconfigurazione della tecnologia come attore sociale rende ragione di come la tecnologia venga spesso utilizzata anche per surrogare le nostre pratiche sociali: noi affidiamo alla tecnologia molto di quello che ci costa fare.

I ragazzini si mettono insieme e si lasciano attraverso un SMS, magari con il linguaggio criptico proprio degli sms; soprattutto in contesto nord americano si è già cominciato a licenziare via SMS; quando noi non siamo in grado di tener fede a un impegno spesso affidiamo questa comunicazione a un SMS, a un tweet, a una mail, perché? Perché ci consentono di non metterci la faccia, ci traggono di imbarazzo, e sono tutte modalità di ridefinizione della pratica sociale e del modo di costruire e mantenere i legami sociali che sono assolutamente nuove, e meriterebbero attenzione.

3) **la vita reale e la vita digitale sono in perfetta continuità.** Superiamola quella distinzione tra vita reale e vita virtuale, tra mondo reale e mondo virtuale, che non corrisponde alla realtà dei fatti. Oggi i nuovi media, sono una dimensione, una parte integrante delle nostre esistenze. Quello che facciamo in maniera mediata e quello che facciamo in maniera immediata sono in perfetta continuità, non c'è frattura! È un primo aspetto che aiuta a capire bene come le identità si ridefiniscano nel senso di una maggiore complessità. Ai tanti scenari di azione che ci hanno sempre caratterizzati, si aggiunge un altro scenario di azione che è quello del digitale. Secondo la teorizzazione di Lévy questa vita dentro i media non significa abitare in un mondo alternativo a quello fisico dal momento che il concetto di **virtuale** non si contrappone a **reale**, per questo la virtualità degli ambienti mediali non dipende da un mondo irreali.

La percezione comune di chi vive nel nostro mondo ad alta densità comunicativa è il senso di continuità tra atti concreti e atti in rete. Sarebbe meglio parlare di realtà **offline** e **online**, non: reale e virtuale.

Non ha più senso mettere in dubbio che il mondo virtuale abbia o meno realtà, piuttosto è importante mettere a fuoco la natura, la qualità, il peso antropologico di questa realtà simbolica e non fisica. Il nostro percorso tocca brevemente il concetto di **costruzione simbolica della realtà**.

I media hanno una funzione anzitutto trasmissiva nel senso che trasmettono dei messaggi, ma così facendo ci permettono di conoscere molti aspetti del mondo in modo mediato dal linguaggio mediale, e danno così luogo all'esperienza mediata della realtà. Noi oggi (ma questo l'uomo lo ha fatto da sempre) conosciamo il mondo attraverso la mediazione: non *solo* attraverso la mediazione, ma *per lo più* attraverso la mediazione. Questa esperienza mediata non è un'esperienza irreali, una fantasia immaginaria perché questa conoscenza mediata è propriamente la nostra realtà, che fa i conti con una dimensione che non è fisica ma simbolica, nel senso che è mediata dai sistemi linguistici e dai sistemi comunicativi; si tratta quindi di una costruzione simbolica della realtà.

Non significa che la realtà sia più povera, ma anzi che al limite essa è più complessa; non abbiamo a che fare solo con i sensi relativi all'estensione fisica, ma abbiamo a che fare con una realtà costruita simbolicamente, linguisticamente. Forse il discorso è un po' complesso ma in questo modo si apre un ventaglio di riflessioni interessanti, perché entrando in quest'ottica scopriamo quanti aspetti della nostra vita abbiano una natura linguistica, cioè siano guidati dai segni; non solo atti propriamente mediatici, certo quando guardo la TV o quando telefono, ma anche azioni molto concrete: quando scrivo appunti, quando gesticolo, il modo con cui io mi vesto!

L'effetto Francesco ha fatto sbucare molte croci di legno. Questo è un dato linguistico, una consapevolezza che un modo di porsi all'interno della realtà è un modo di dare rappresentazione di sé e della realtà, e ha una componente di costruzione simbolica nella percezione della realtà ecclesiale, sono tutti diventati "pauperisti". È un effetto Francesco sulle simboliche! Nel vestirsi si usano dei segni quindi si costruisce, si media appunto, simbolicamente qualche cosa.

Noi abbiamo sempre a che fare con una realtà densamente composta di simboli e di segni linguistici, e il fatto che siamo di fronte ad una realtà costruita simbolicamente è vecchio quanto l'uomo.

In estrema sintesi il processo di mediazione della realtà avviene attraverso una dinamica circolare: in un primo momento è costituito dalla "**ripresa**" da parte dei media di ciò che la cultura e la società producono; in questa fase la vita degli uomini è **oggetto** che i media colgono, riprendono, rappresentano, met-

tono in circolo, condividono; sono contenuti umani perché i media non producono messaggi dal nulla, c'è una costruzione simbolica della realtà che parte comunque da un primario assorbimento di quello che fanno gli uomini, di quello che sono, della loro storia.

I media però non sono aspetti inerti ma sono sistemi linguistici, quindi inevitabilmente rimodellano simbolicamente, ricreano questi contenuti e li diffondono nel mondo socio culturale. È importante questa **ri-creazione mediale**, questa messa in scena linguistica: è la formazione di un universo di senso simbolico linguistico, per cui lo stesso contenuto che è un contenuto assorbito dalla società umana, se viene riprodotto in un videogioco è una cosa, se viene riprodotto in TV è un'altra, in radio un'altra ancora, in un giornale un'altra ancora cioè assume modelli linguistici diversi e ci raggiunge in maniera differente. Ritornando a papa Francesco, provate a pensare all'omelia di Santa Marta: se la vediamo sul sito del CTV vediamo le immagini e ascoltiamo la voce, se lo leggiamo sul giornale è un'altra cosa, se lo ascoltiamo a radio vaticana è un'altra cosa ancora, se lo seguiamo su TV 2000 è un'altra cosa ancora perché alle parole del papa si sovrappongono parole di commento: ci sono modalità di assorbimento e di ri-mediazione linguistico - simbolica molto interessanti.

C'è un terzo momento in questa circolarità in questa ri-costruzione linguistica: la rappresentazione mediatica passa attraverso la ripresentazione di modelli standard, di ruoli, di visioni della realtà, di tipologie, di stereotipi, sui quali le persone costruiscono però la propria idea di **ruolo sociale**, di **norma sociale** e anche realtà di normalità, quindi le regole della vita civile, i livelli di importanza, di priorità, i valori. Proprio su questa modellizzazione linguistica le persone costruiscono la propria visione del mondo. In questo modo si chiude il ciclo di questo processo: quindi gli uomini parlano delle stesse cose da migliaia di anni: amore, odio, giustizia, infrazione, rispetto, trasgressione, bellezza, potere, bontà. I contenuti del grande discorso sociale sono gli stessi, ma cambiano i modelli perché cambiano i modelli linguistici e simbolici attraverso cui si costruisce questa rappresentazione, perché i media contemporanei sono macchine simboliche così potenti e ricche di risorse da farci parlare appunto di *rivoluzione digitale* però di fatto è sempre lo stesso: si tratta sempre degli stessi racconti.

C'è ancora un aspetto della globalizzazione a livello mondiale che non possiamo ignorare, il **digital divide**, o **divario digitale**: è il divario esistente tra chi ha accesso effettivo alle tecnologie dell'informazione e chi ne è escluso, in modo parziale o totale.

I motivi di **esclusione** comprendono diverse variabili: condizioni economiche, livello d'istruzione, qualità delle infrastrutture, differenze di età o di sesso, appartenenza a diversi gruppi etnici, provenienza geografica. Il divario può essere inteso sia rispetto a un singolo paese sia a livello globale.

Il tema del divario digitale è così entrato prepotentemente tra le priorità di organizzazioni internazionali, governi ed aziende multinazionali.

Il divario è iniziato tra Stati Uniti e resto del mondo, ma dal 2000 questo gap digitale cessa di essere un problema esclusivamente statunitense per diventare un problema dell'intero pianeta. È preoccupante che a porre il problema in maniera più pressante sono i leader di alcune grandi **multinazionali** durante un incontro simbolo della propagazione delle tesi della globalizzazione coniugate al libero mercato.

Una delle cause ampiamente condivise del divario digitale è di carattere **economico**; questa impedisce ad ampie fasce della popolazione dei paesi in via di sviluppo di acquisire un'alfabetizzazione informatica, che è causa essa stessa di divario digitale. Il circolo vizioso che si viene a creare porta i paesi poveri ad impoverirsi ulteriormente, dal momento che vengono ulteriormente esclusi dalle nuove forme di produzioni di ricchezza, basate sui beni immateriali dell'informazione. Il problema, intrinseco al nuovo corso del sistema economico mondiale, può essere combattuto attraverso iniziative di vario tipo atte alla divulgazione di infrastrutture e saperi. Sono attualmente attive diverse campagne per il superamento del divario digitale, ma il problema anziché diminuire si accresce.

Talora sono i governi stessi dittatoriali di molti paesi a impedire alla popolazione l'accesso alle nuove tecnologie, o a oscurare le possibilità di connessione dove sono già sviluppate, per consolidare i propri interessi di parte.

Vorrei cogliere alcune indicazioni dal **messaggio di Papa Francesco in occasione della 48^a Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali**.

La comunicazione è una conquista umana più che tecnologica. Certo, **la tecnologia** ci può facilitare od ostacolare, ma **non ci determina**, perché il tecnologico agevola la connessione, agevola le distanze, ma (l'esempio della cena è illuminante) la tecnologia di per sé non crea comunione e prossimità, anche se permette la vicinanza, la prossimità. Perché la libertà, l'iniziativa, la disponibilità a entrare nella reciprocità dell'incontro sono condizioni indispensabili perché il tecnologico permetta questo; questo vuol dire che se c'è un primato dell'umano sul tecnologico ogni determinismo è da rifiutare.

Il fatto che ci sia una tecnologia non ci rende più prossimi, più socievoli, però non ci rende neppure più soli. La rete non può essere un alibi o un capro espiatorio di responsabilità che sono nostre; il fatto che ci sia il tecnologico non è garanzia di prossimità ma neppure certezza di isolamento.

Nella comunicazione sono coinvolte conoscenza, abilità, competenze non strumentali semplicemente ma di tipo sociale; quelle competenze mirate alla cura delle relazioni interpersonali e allo sviluppo di una responsabilità personale nella gestione del proprio ambiente comunicativo, del rispetto, del dialogo, con quelle attenzioni, quelle competenze eminentemente etiche, per cui quando si parla dei media, si parla dell'uomo, facendo appunto riferimento alla libertà, alla responsabilità, alla consapevolezza.

Occorre **capire la comunicazione in termini di prossimità** (frase del Papa): dire che la **comunicazione non è prima di tutto trasmissione di contenuti ma piuttosto riduzione di distanze** è un cambiamento di prospettiva radicale. Non sono solo le strategie, il marketing, gli effetti speciali, che fanno la comunicazione, ma è superare ciò che divide, far crescere ciò che ci è comune, è farsi reciprocamente dono di sé. Nelle relazioni di persona che molti continuano a difendere ad oltranza, quanto siamo disponibili nel farci dono reciproco? Se noi non siamo disponibili a far questo, se io non sono prossimo, disponibile a questa reciprocità del dono, non è che questo mi garantisca la prossimità.

Capire la comunicazione della prossimità vuol dire capirla nel senso che c'è una dinamica che ci mette in gioco, nella libertà di farci reciprocamente dono di noi. Tutto questo ha profonde implicazioni dal punto di vista educativo, formativo, di istruzione. L'approccio **media educativo** è fondamentale anche come *educazione che insegna ad abitare dentro i media*: non tanto *usarli* ma *starci dentro*.

Quando si parla di riduzione delle distanze non basta poter vedere il viso dell'altro, per sentirsi prossimi nel villaggio globale; ma è solo fermandosi, facendosi carico, prendendosi cura, che ci si fa prossimo. Il Papa nel suo discorso fa riferimento appunto alla parabola del Samaritano, lasciarsi interpellare, commuovere, toccare il cuore fino a modificare i propri progetti per abbracciare l'altro che ci chiama, questo significa capire la comunicazione in termini di prossimità; che vuol dire, in altre parole, risvegliare la nostra umanità all'incontro, alla prossimità, alla ospitalità: sono parole di reciprocità. Dove dare e ricevere sono inseparabili; incontrando il volto dell'altro posso riconoscere il mio volto più umano.

Si può essere molto vicini ma totalmente disconnessi, si può parlare in un modo e agire in un altro, quindi le nostre vite **sono frammentate dalla frammentazione tra vita e parola** non dalla frammentazione tra **online** e **offline**.

Quanti rapporti fisici sono *egoistici* e non di prossimità, auto-centrati e non di accoglienza! La mediazione simbolica della rete non definisce la densità o la qualità delle relazioni, certo chiama in causa stimolando a maggior responsabilità una libertà e uno stile.

Il comunicatore è autorevole quando la parola e la vita sono in sintonia profonda, perché il cuore si è lasciato toccare e trasformare dall'incontro. Qualcuno dice: "come mai Papa Francesco tocca il cuore delle persone?" La parola e la vita sono in sintonia! Quando la parola e la vita sono in sintonia la testimonianza è affascinante; un messaggio che non è mosso da un "*dover essere...*" ma da una bellezza e da una gioia grandi che non possiamo tenere per noi. Ecco perché essere cristiani è condividere! La testimonianza è parola incarnata, porta calore e bellezza su tutte le strade, anche sulle strade digitali.