

# RSE

2013/2

ANNO LI • NUMERO 2  
MAGGIO/AGOSTO 2013

PONTIFICIA FACOLTÀ  
DI SCIENZE DELL'EDUCAZIONE  
AUXILIUM

## RIVISTA DI SCIENZE DELL'EDUCAZIONE

**DOSSIER**  
CITTADINI  
NELLA MEDIAPOLIS



# 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  
ANTONELLA MENEGHETTI

## COMITATO DI REDAZIONE

CETTINA CACCIATO INSILLA  
PIERA CAVAGLIÀ  
SYLWIA CIĘŻKOWSKA  
HIANG-CHU AUSILIA CHANG  
MARIA ANTONIA CHINELLO  
PINA DEL CORE  
ALBERTINE ILUNGA NKULU  
MARCELLA FARINA  
HA FONG MARIA KO  
RACHELE LANFRANCHI  
GRAZIA LOPARCO  
ELENA MASSIMI  
ANTONELLA MENEGHETTI  
ENRICA OTTONE  
MICHAELA PITTEROVÁ  
PIERA RUFFINATTO  
MARTHA SÉIDE  
ROSANGELA SIBOLDI  
ALESSANDRA SMERILLI  
MARIA TERESA SPIGA  
MARIA SPÓLNİK  
MILENA STEVANI  
BIANCA TORAZZA

## SEGRETERIA DI REDAZIONE

MARIA PIERA MANELLO  
MARIA 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 LI NUMERO 2 • MAGGIO/AGOSTO 2013

*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****CITTADINI NELLA MEDIAPOLIS**

Introduzione al Dossier <i>Maria Antonia Chinello</i>	182-185
Giovani: uso e appropriazione delle pratiche sociali nella rete <i>Chiara Giaccardi</i>	186-195
Informazione in rete: democrazia dal basso o dittatura dall'alto? <i>Roberta Gisotti</i>	196-204
Democrazia - rete - educazione <i>Michaela Pitterová</i>	205-213
Educare (al)la cittadinanza digitale <i>Pier Cesare Rivoltella</i>	214-224

---

**SISTEMA PREVENTIVO OGGI**

<i>Introduzione</i> <i>Piera Ruffinatto</i>	226-228
<i>Il buon cristiano oggi</i> <i>Martha Séide</i>	229-239

---

## ALTRI STUDI

- Le donne consacrate  
e il Concilio Ecumenico Vaticano II  
*Marcella Farina* 240-250
- Incidenza della vita religiosa femminile  
nella Chiesa degli ultimi due secoli  
*Grazia Loparco* 251-266
- Da un itinerario formativo,  
*l'input* per una ricerca sociologica sull'oratorio.  
Questionario per i ragazzi e per le ragazze  
dell'oratorio di Colferro  
*Maria Teresa Spiga* 268-281

---

## RECENSIONI E SEGNALAZIONI

---

## LIBRI RICEVUTI

# RSE

RIVISTA DI SCIENZE  
DELL'EDUCAZIONE

---

DOSSIER  
CITTADINI  
NELLA MEDIAPOLIS

---

# EDUCARE (AL)LA CITTADINANZA DIGITALE

PIER CESARE RIVOLTELLA<sup>1</sup>

## 1. Media, società, partecipazione

Il concetto di cittadinanza digitale è da qualche anno al centro dell'attenzione sia della ricerca che della società civile. Le ragioni vanno cercate nel protagonismo dei media digitali nella vita individuale e sociale delle persone, nel ruolo che essi si sono andati ritagliando nelle pratiche di accesso, costruzione e circolazione delle informazioni, di comunicazione, di partecipazione.

Si pensi, in primo luogo, alla mediatizzazione crescente della scena politica. Lo Stato è sempre più "sociologo",<sup>2</sup> ovvero sempre più aduso a ricorrere agli stessi strumenti e alle stesse tecniche (sondaggi, *benchmarking*) che sono propri della ricerca sociale, soprattutto quella applicata al *marketing* e alle relazioni pubbliche. Si sceglie come orientare la propria comunicazione pubblica sulla base delle opinioni della gente, si gestisce la partecipazione alla vita del partito attraverso il *social network*, addirittura si costruiscono nuovi soggetti politici attraverso la Rete (l'ascesa del Movimento Cinquestelle da questo punto di vista è emblematica) e poi, sempre attraverso la Rete, si tenta di farli vivere, operare, prendere parte alla vita politica del Paese.

Una seconda indicazione si può cercare nel fenomeno della cosiddetta teledemocrazia che esprime il consenso e la partecipazione attraverso le stesse dinamiche sociali e dal basso che contraddistinguono le *web community*. Si tratta di un modo nuovo di esprimere il proprio parere, senza mediazioni, che come la cronaca delle ultime settimane ha dimostrato, può fare spazio a usi scorretti, sopra le righe, segnati dalla confusione tra

## Riassunto

L'Autore riflette sul concetto di cittadinanza digitale, da qualche anno al centro dell'attenzione sia della ricerca che della società civile, a partire da due stagioni di studio che corrispondono ad altrettanti fasi di sviluppo e diffusione delle tecnologie di comunicazione.

L'ipotesi è che la cittadinanza digitale, più che una "seconda cittadinanza", sia una dimensione, oggi molto importante, dell'essere cittadini della *Mediapolis*. Più che il risvolto libertario e autoaffermativo è quello etico della responsabilità a venire in primo piano.

La centralità civile ed etica dei media nella *Mediapolis* si raccoglie attorno a quattro verbi: apparire, rappresentare, controllare e impegnarsi.

Da qui la prospettiva educativa che risponde a tre interrogativi: a cosa, come, per cosa educare nella *Mediapolis*? Educare all'*ospitalità*, alla *giustizia*, alla *sincerità*; riaffermando "come" nella scuola i media sono un curriculum trasversale e la cornice di comprensione delle altre discipline, ma pure una risorsa e una frontiera nell'extrascuola, in modo particolare nei contesti dell'educazione dei minori, della prevenzione, dell'animazione socioculturale. Gli obiettivi formativi dell'educazione nella *Mediapolis* puntano sull'*insegnare a saper accedere*, a *saper leggere e interpretare*, a *saper comunicare*. L'obiettivo è di creare spett-attori (o screttori) consapevoli e responsabili.

## Summary

The author reflects on the concept of digital citizenship, a concept that in the last few years is the center of attention for both research and civil society. Two seasons of study correspond to the alternating phases of development and diffusion of communication technologies. The hypothesis is that digital citizenship, more than a "second citizenship" is an important dimension, today, of being a citizen of the *Mediapolis*. More than a libertarian and auto-affirmative turn, it is that of the ethic of responsibility that comes to the forefront.

The civil and ethical centrality of the media in the *Mediapolis* is gathered around four verbs: to appear, to represent, to control and to commit oneself.

From these points comes the educational perspective that responds to three questions: what, how and why educate in the *Mediapolis*? Educate to *hospitality*, to *justice*, and to *sincerity*, reaffirming "how" media in the school is transversal to and framing the understanding of the other disciplines, as well as being a resource and an extracurricular frontier, especially in the contexts of educating children, of preventing danger, of animating the social cultural reality. The formative objectives for educating in the *Mediapolis* point to *teaching knowledge for enter, to read, to interpret, to know how to communicate*. The objective is to create knowledgeable and responsible spectators.

pubblico e privato e dalla mancanza della responsabilità che prendere la parola nello spazio pubblico (perché tale è la Rete) sempre implica.

Si pensi ancora alla contrazione del mondiale nel locale resa possibile dal-

la Rete con quel che ne consegue a livello di sviluppo di una visibilità globalizzata (al di là, almeno apparentemente, di controlli e filtri) e allo stesso tempo di una *agency* sempre più locale. Cerchiamo di spiegarci meglio. Il web



in generale e il *social network* in particolare rappresentano una vera e propria “finestra globale” sui fatti del mondo. Se individuo con cura le persone di cui diventare *follower* in *Twitter*, se individuo gli *ashtag* giusti e li seguo, posso ottenere informazioni e punti di vista in grado di estendere a dismisura la mia consapevolezza dei fatti, oltre tutto avvalendomi di prospettive non ufficiali, capaci di aggirare possibili censure e comunque di dare copertura a un fatto anche al di là delle scelte dei *gatekeepers*. Questo, nella logica della partecipazione (e dell’educazione alla partecipazione) rappresenta una straordinaria ricchezza. Posso aiutare me e i miei giovani a superare il nostro onfalocentrismo: sì, il mondo è più grande della casa, del quartiere, del gruppo di amici. Allo stesso tempo, però, proprio il *social network* si dimostra funzionale a una logica esattamente contraria: quando non si tratta di informarmi, ma di agire, di fare, pare che il mio spazio (forse oggi più di ieri) sia il locale. Con quanti dei miei “amici” di *Facebook* intrattengo realmente relazioni? In che misura la mia partecipazione supera i confini di un “*like*” sotto a un post?

Un’ultima considerazione. Oggi sono innegabili la protesizzazione e la naturalizzazione dei media nelle nostre vite. *Smartphone* e *tablet* sono macchine sempre più piccole, leggere e portabili fino a diventare indossabili: materializzano l’utopia di McLuhan ben al di là delle sue pur profetiche previsioni.

## 2. Cittadinanza digitale?

La riflessione sul tema della cittadinanza digitale ha vissuto, per così dire, due stagioni, che trovano corrispondenza in altrettante fasi di sviluppo e diffusio-

ne delle tecnologie di comunicazione. La prima stagione, riconduce alla fondazione di *The Well*,<sup>3</sup> nella California di metà anni ‘80,<sup>4</sup> al lavoro di Howard Rheingold,<sup>5</sup> all’utopia politica prodotta dalla percezione di potere, attraverso il *Web*, abolire i limiti e i controlli che la partecipazione civile e politica subiscono nelle loro forme tradizionali. Dietro a questa rappresentazione lavorano gli assunti teorici che informano di sé, in quegli anni, il dibattito sulla Rete. In modo particolare è la possibilità di eliminare (o quanto meno di minimizzare) i vincoli spaziali che riguardo la comunicazione delle persone ad appassionare i fautori del *cyberspazio*: è un presupposto neoplatonico (o neosciamanico) che sta sullo sfondo anche della letteratura *cyberpunk* e che ritiene che la vita vera, la vita potenziata, sia come in *Matrix* quella che ci emancipa dal peso del corpo.

In questa prima linea di elaborazione concettuale la cittadinanza digitale si affianca a quella ordinaria secondo il modello della “doppia cittadinanza”. Mentre siamo cittadini dello stato-nazione cui apparteniamo, siamo al contempo cittadini di più ampi aggregati sovranazionali di soggetti. Questa “seconda cittadinanza” favorisce le nostre affiliazioni multiple, promuove la nostra libertà, consente la libera circolazione delle idee. Un’utopia anarchica, in fondo, che applica all’ordine delle cose uno schema di lettura dialettico: da una parte c’è la cittadinanza “reale”, figlia della vecchia geopolitica, fatta di obbedienza alle regole e vincoli per le libertà individuali; dall’altra c’è la cittadinanza “digitale”, figlia di un’utopia che in fondo è ancora quella della *Beat Generation*, fatta di libera autoe-

spressione e possibilità di aggregazione senza impegno. Al peso dello Stato si contrappone la leggerezza dei *bit* e il *Web* rappresenta in questa prospettiva probabilmente la più concreta realizzazione di quel che i giovani di un'intera generazione cercarono nella piana di *Woodstock* o all'isola di *White*.

L'avvento e la diffusione del *social network*, insieme allo sviluppo dei sistemi di connessione veloce mobile, hanno favorito l'affermazione di una seconda linea di riflessione teorica di cui si trovano le premesse nell'approccio dei *Cultural Studies* alla cybercultura<sup>6</sup> e la sintesi più convincente in *Mediapolis*, il testamento intellettuale di Roger Silverstone.<sup>7</sup> L'ipotesi, in questo secondo caso, è che la cittadinanza digitale, più che una "seconda cittadinanza", sia una dimensione della nostra cittadinanza perfettamente integrata dentro le altre. I media digitali non costituiscono una seconda realtà, ma "migrano" dentro le nostre vite così da ridefinire il nostro modo di comunicare e di entrare in relazione con gli altri e con le istituzioni, anche *digitalmente*. Quando rispondiamo alla posta elettronica, *messaggiamo* con qualcuno, navighiamo il sito di *Trenitalia*, spediamo un SMS per *Telethon*, condividiamo un post in *Facebook* o in *Google+*, *twittiamo* un nostro pensiero o quello che stiamo facendo, non "usciamo" da una dimensione per entrare nell'altra: stiamo gestendo in maniera perfettamente integrata scenari di azione diversi entro cui la nostra cittadinanza comunque si esprime. Come scrivevo già qualche anno fa<sup>8</sup> occorre che ci si emancipi da un paradigma geografico nell'interpretazione della Rete, per abbracciarne uno pragmatico. Il paradig-

ma geografico pensa alla Rete come a un luogo. Il linguaggio corrente che si usa per parlarne sembra confermare questa rappresentazione: in *Facebook* si entra, e si entra anche in *Skype*; i siti *Web* si visitano, tra uno e l'altro si naviga. Insomma, si tratta in tutti i casi di metafore spaziali. Il limite di queste metafore è che rafforzano l'idea di due luoghi - quello "reale" e quello "della Rete" - separati: se si entra in uno si esce dall'altro. Le cose non stanno così. La Rete altro non è se non uno dei molti scenari di azione che noi attiviamo ogni giorno per intrattenere le nostre relazioni sociali: sono scenari di azione tutti perfettamente integrati e tutti assolutamente reali. La cittadinanza in fondo passa proprio per la capacità di giocare i nostri ruoli dentro questi scenari, ma sempre in maniera perfettamente integrata. Quindi, più che di cittadinanza digitale, sarebbe meglio parlare di tante dimensioni della cittadinanza di cui una, oggi molto importante, è quella digitale. Più che il risvolto libertario e autoaffermativo è quello etico della responsabilità a venire in primo piano.

### 3. I verbi della *Mediapolis*

La conseguenza di questa transizione di modelli è appunto la centralità civile ed etica dei media nella *Mediapolis*.<sup>9</sup> Essa si raccoglie attorno ai tre verbi che aiutano Silverstone a definirne la natura, cui ne aggiungiamo un quarto che fa riferimento alla riflessione di Jenkins.<sup>10</sup> Il primo verbo è *apparire*. La *Mediapolis* è improntata alla logica dell'apparire, ben oltre le riflessioni di Debord<sup>11</sup> sulla società dello spettacolo o dei francofortesi sui meccanismi della riproducibilità tecnica.<sup>12</sup> Basta pensare

al massiccio fenomeno di estroflessione attraverso il quale, nella *blogosfera* come nel *social network*, le persone tendono a esporsi nelle loro dinamiche più personali e private. Quel che si sperimenta è una porosità prima sconosciuta dello spazio privato. Essa porta a una ridefinizione dello spazio pubblico e delle regole che ne caratterizzano l'accesso: nato come luogo di esercizio della ragione divenuta adulta in età illuministica,<sup>13</sup> esso si ridefinisce come palcoscenico alla portata di tutti nella misura in cui la pubblicazione (l'atto di rendere pubblico il proprio pensiero) dipende non più da condizioni soggettive (autorialità, avere cose da dire) ma dalla disponibilità tecnica dell'accesso. "Essere autori", nella *Mediapolis*, non costituisce più un motivo di elezione o di merito.

La funzione, per così dire, ne esce democratizzata, nel senso che ne viene generalizzato l'accesso. Ma allo stesso tempo, proprio la facilità con cui chiunque può diventare autore rappresenta un problema: in primo luogo perché avere accesso non significa per ciò stesso conoscere le regole e saperle rispettare (si pensi ai tanti episodi di uso improprio dello spazio della Rete, non solo da parte degli adolescenti); in secondo luogo perché produce ridondanza di informazione (non sempre di qualità) e con essa genera entropia.

A quest'ultimo riguardo si possono fare alcune ulteriori considerazioni.

Nella misura in cui tutti possono pubblicare e di fatto pubblicano, quel che si ottiene è una moltiplicazione dei punti di vista. Le cose non vengono più viste da pochi punti di vista "centrali", ma secondo un'infinità di punti di vista "periferici". Questo ha fatto nascere e raf-

forza il mito di uno strutturale pluralismo della Rete, della sua natura libera. Si tratta di un costruito facilmente smontabile, eppure esso produce l'indebolirsi dell'esercizio del dubbio e del pensiero critico: come se *Internet*, a differenza dei media di massa, rappresentasse un rischio di minor portata in vista dell'avvento di un pensiero unico.<sup>14</sup>

Il secondo verbo è *rappresentare*. Da sempre, nella comunicazione, il problema della rappresentazione ha a che fare con il rapporto che l'immagine intrattiene con la realtà. Questo rapporto dai media di massa tendeva a essere concettualizzato mediante la metafora della trasparenza: lo testimonia l'idea che la televisione rappresenti una "finestra sul mondo". La *Media Education* ha sempre criticato con forza questa immagine, contrapponendole quella dei media come vetri opachi, il cui sguardo è luogo di una distorsione e di una messa in forma: non finestre che lasciano vedere la realtà, quanto piuttosto obiettivi deformanti attraverso i quali la realtà viene costruita. Nella *Mediapolis* l'ordine della rappresentazione si ridefinisce a partire dal suo nuovo rapporto con l'ordine dell'azione. Concretamente questo prende corpo nella tentazione di risolvere l'agire nella pratica discorsiva: succede quando la partecipazione si riduce al *rating* (mi piace, non mi piace), alla sottoscrizione di una causa umanitaria, al post in una conversazione di *Facebook*. Non solo. A questa problematica ne va aggiunta una seconda, ovvero quella relativa al venir meno della responsabilità verso le narrazioni che si producono e che si accolgono. Con questo si intende indicare, da una parte, la leggerezza con cui spesso si scarica-

no e si consumano contenuti dalla Rete, dall'altra, la mancanza di consapevolezza nel momento in cui invece i contenuti vengono pubblicati. Si iscrivono qui molte delle trasgressioni che spesso vengono ascritte ai più giovani, dal *cyber-bulling*, alle pagine *spotted*, ai meme.

Il terzo verbo è *controllare*. Come già accennato sopra, alla diffusione della Rete è stato spesso associato il tema del pluralismo e della libertà di espressione. La ragione di questo fatto va cercata nella disintermediazione<sup>15</sup> che caratterizza la comunicazione in *Internet* rispetto alle forme più tradizionali della comunicazione di massa. In esse non era possibile a chi voleva fare comunicazione evitare di passare attraverso la mediazione degli apparati:<sup>16</sup> le emittenti televisive o radiofoniche piuttosto che le testate giornalistiche rappresentavano in quel contesto l'unico modo per avere accesso all'etere, per raggiungere il destinatario. Quel che ne risultava era una comunicazione *mainstream*, o *broadcast* che dir si voglia: un unico flusso di messaggi che raggiunge in un'unica direzione (quella che va dall'emittente al ricevente) il pubblico. Oggi la situazione è sensibilmente diversa: chiunque, senza spesa o necessità di sviluppare particolari competenze, può accedere allo spazio pubblico senza mediazioni di sorta. Capita quando si posta in un *blog*, sulla bacheca di *Facebook*, in *Youtube*. Il problema in questo caso sta nel determinare il livello dell'iscrizione di potere di questa comunicazione. Infatti, contrariamente a quanto si possa pensare, tale iscrizione rimane prendendo le forme del riporto, del *mirroring*, della condivisione. La pressione

di conformità, o il peso degli *opinion leaders* rimangono intatti anche nel *social network*, se non addirittura si intensificano e così si scopre che anche in questi casi sono pochi quelli che orientano la comunicazione e forse di libertà non ce n'è poi molta. Il rischio del pensiero unico non è scongiurato. Le *majors* - ovvero le grandi corporations che detengono il potere economico e di indirizzo delle scelte delle persone - continuano a esistere, anche se hanno cambiato nome e business: oggi si chiamano *Google*, *Facebook*, *Amazon*, *eBay*. Sono i grandi punti di accesso alla Rete, le "porte" dalle quali la stragrande maggioranza delle persone passa. Apparentemente gratuiti, questi servizi costruiscono il loro potere sui nostri dati, sulle informazioni che "regaliamo" loro, con il risultato che rappresentano il vero database dei desideri dell'umanità.<sup>17</sup>

Il quarto e ultimo verbo è *impegnarsi*. I media digitali sono tali da favorire lo svilupparsi intorno a sé di gruppi di affinità,<sup>18</sup> di culture partecipative.<sup>19</sup> Un gruppo di affinità è una comunità informale di persone che sono tenute insieme dall'interesse per quello che stanno facendo, dalla passione. Esso si organizza in termini orizzontali così da favorire lo sviluppo di cultura partecipativa ovvero la tendenza a trovare soluzioni condivise, a mettere in comune i risultati del proprio lavoro. È importante definire qualità e forme di questa partecipazione, della condivisione, della collaborazione. Perché se è vero, da una parte, che questo tipo di logica favorisce lo sviluppo di quel che Gee chiama *Big Mind*,<sup>20</sup> dall'altra solleva dubbi. Noi riusciamo a costruire e a lavorare come una *Big Mind* quando vin-

ciamo la tentazione di chiuderci nel nostro piccolo spazio, quando impariamo a vedere nell'altro una risorsa, quando capiamo che condividere il nostro lavoro significa guadagnarci con gli interessi: il *crowd sourcing*, l'intelligenza collettiva, il movimento dell'*open source* stanno a dimostrare quanto questo sia vero. Tuttavia è bene che si affacci anche il dubbio che tutto non sia così semplice e positivo. Nel caso della partecipazione ai gruppi di affinità, non si tratta forse di una partecipazione leggera, che chiede meno impegno, che si stempera nelle affiliazioni multiple e temporanee? Quanto vi è di condivisione reale e quanto di effervescenza emotiva? Sono questioni che anticipano il tema dell'ultimo paragrafo, ovvero la prospettiva educativa.

#### 4. Educare nella *Mediapolis*

Cosa significa educare (al)la cittadinanza digitale nella *Mediapolis*? In maniera sintetica potremmo rispondere che significa affrontare e risolvere tre questioni: cosa, come e per cosa?

##### 4.1. L'*etica della Mediapolis*

Cosa riguarda l'educazione alla cittadinanza digitale? Qual è il tema, l'oggetto dell'intervento educativo in questo caso? Su cosa si deve lavorare? Per usare ancora una volta le parole di Silverstone si prende in considerazione qui quella che si può definire l'*etica della Mediapolis*, ovvero l'*ethos*, il sistema di comportamenti, di pratiche, di *habitus* virtuosi che dovrebbero contraddistinguere l'accesso. Questo *ethos* si organizza attorno a tre principali valori.

Anzitutto, educare nella *Mediapolis* significa educare all'*ospitalità*. Nell'antichità la *tessera hospitalitatis* era una piastrina di terracotta che gli amici spezzavano tenendone ciascuno una parte. In qualsiasi parte del mondo andassero, quel pezzo di terracotta rappresentava a un tempo la traccia e la possibilità di ripristinare quell'amicizia. Mettendo insieme le due parti spezzate (la parola simbolo viene da qui, dal verbo greco *syn-ballein* che vuol dire appunto mettere insieme) era possibile recuperare e celebrare l'antica amicizia, da parte degli amici e dei loro discendenti. Essere ospitali vuol dire allora vedere nell'altro l'altro un pezzo di sé, qualcuno che è complementare, senza il cui contributo mi manca qualcosa, rimango con la mia metà che però non mi basta. Nella comunicazione digitale oggi il segno dell'*ospitalità* è accettare di far spazio all'altro, alle sue esigenze, al suo modo di fare comunicazione. Aprirgli la mia bacheca, interagire con lui. Essere ospitali significa esercitare il pensiero posizionale,<sup>21</sup> cioè accettare di decentrarsi, di assumere il punto di vista dell'altro. Essere ospitali significa lasciare che l'altro comuniichi senza bisogno di chiederne il permesso. Occorrerebbe riflettere sul significato profondo dell'*ospitalità* in tempi come i nostri in cui, da una parte, l'*ospitalità* spesso non viene ricambiata, oppure viene oltraggiata e infranta; dall'altra non si ha la forza di cederla, abbandonando il *social network* perché non ci sembra rispondere alle regole che vorremmo l'altro adottasse.

Il secondo valore che Silverstone richiama è la *giustizia*. Qui evidentemente non si tratta della giustizia delle au-



le dei tribunali: si tratta del significato comunicativo della giustizia. *Apel*,<sup>22</sup> uno dei padri dell'etica del discorso, dice che vivere la giustizia nella comunicazione significa accertarsi che l'altro abbia pari opportunità di comunicazione rispetto a noi. Se l'altro non sa parlare o non sa scrivere, se gli è negato l'accesso, se la mia posizione è prevaricante rispetto alla sua, non vi potrà essere nessuna giustizia nella comunicazione che si attiverà fra noi: io ne uscirò vincitore e lui sconfitto. È il grande tema del diritto alla parola, un tema rilanciato da grandi profeti dell'educazione come Don Milani e Paulo Freire. Se vogliamo costruire una comunità della comunicazione, ovvero se vogliamo che la comunicazione serva non strategicamente a sopraffarci, ma cooperativamente a costruire qualcosa insieme, allora dobbiamo creare le condizioni perché sia possibile la giustizia. L'educazione qui deve lavorare sulla promozione della capacità di ascolto dell'altro, sul rispetto dei turni di parola, sulla creazione di una cultura di dialogo; deve combattere la battaglia dell'accesso contro ogni divario (da quello tecnico, a quello alfabetico, a quello culturale); deve far crescere la capacità delle persone di vivere la propria presenza nella infosfera con senso di responsabilità.

Il terzo valore è la *sincerità*. Essere sinceri significa avere il coraggio di non barare, di non coprire, di non simulare. Essere sinceri significa accettare di non essere strategici. È il tema esistenzialista dell'autenticità intesa nel senso di "ciò che è proprio" (*eigentlichkeit*): se siamo sinceri lasciamo che l'altro guardi ciò che ci caratterizza di più, quel che ci definisce come per-

sone. Essere sinceri è aprirsi allo sguardo dell'altro, in qualche modo è un esporsi, un accettare il rischio che in questo momento di estrema vulnerabilità si sia deboli, indifesi. Quando in *Facebook* condividiamo cose molto personali, o commentando un *post* diciamo quello che pensiamo, lo spazio della sincerità si dispone.

#### 4.2. La didattica della Mediapolis

Come insegnare nella *Mediapolis*? Come far trovare spazio nell'educazione ai temi che riguardano i media, il digitale, il modo in cui giocano il loro ruolo nelle nostre esistenze?

In scuola occorre riaffermare con forza che i media sono (dovrebbero essere) un curriculum trasversale. La ragione va cercata in due ordini di considerazioni. La prima è organizzativa e fa i conti con il regime di riduzione di spesa cui la scuola è costantemente esposta: in questo contesto pensare di proporre l'introduzione di ore curricolari di *Media Education*, o un insegnante specialista, è anacronistico. D'altra parte, la trasversalità ha i suoi vantaggi: se ogni insegnante in quanto educatore è tenuto a occuparsi dell'educazione mediale dei suoi studenti, si rimane al riparo dal rischio di veder delegare tutto da parte dei colleghi all'insegnante "*media educator*".

Oltre che un curriculum trasversale, i media si possono anche pensare nella scuola attuale come la cornice di comprensione delle altre discipline. Questo vale sia in senso strumentale (quale disciplina può oggi fare a meno della ricerca nel Web, di applicazioni specifiche, di *software* dedicato?) che tematico, dal momento che i media sono oggi parte integrante di quanto gli stu-

denti fanno in scuola di storia, di italiano, di lingua, ecc. Le competenze digitali, infatti, non riguardano soltanto l'*expertise* tecnica di gestione degli strumenti e delle applicazioni, ma anche i linguaggi e, soprattutto, i contenuti. Lo sviluppo del pensiero critico (una costante preoccupazione della *Media Education*) continua a essere una priorità anche (soprattutto) nella scuola dei *tablet* e dei contenuti digitali.

Proprio in relazione a quest'ultimo accenno va registrata una terza sottolineatura riguardo alla didattica della *Mediapolis*, ovvero la centralità della questione metodologica. Il nuovo e la possibilità che attraverso l'innovazione si sviluppino apprendimenti efficaci negli studenti, non dipendono dalle macchine, dal fatto che la scuola sia più o meno "digitale". Senza insegnanti formati e metodologie innovative, anche i nuovi media rischiano di essere usati secondo logiche vecchie. È quanto di recente abbiamo provato a dimostrare attraverso una ricerca-azione nella Rete delle scuole che afferiscono al Progetto MOTUS<sup>23</sup> e la messa a punto di una metodologia didattica attiva costruita attorno al concetto di Episodio di Apprendimento Situato (EAS).<sup>24</sup>

I media digitali sono una risorsa e una frontiera anche nell'extrascuola, in modo particolare nei contesti dell'educazione dei minori, della prevenzione dell'uso di sostanze o delle malattie sessualmente trasmesse, dell'animazione socioculturale. In questi contesti è anzi spesso più facile assumere una postura educativa, proprio perché la relazione del giovane con l'adulto non è condizionata dal "registro". Su questo versante mi limito a segnalare un'esperienza che il CREMIT dell'Università

Cattolica sta portando avanti con l'Associazione "Contorno viola" di Verbania circa la messa a punto di una nuova strategia di intervento preventivo capace di contaminare le metodologie della *Peer* e della *Media Education*. La sperimentazione ha dato vita a un Corso di Alta Formazione e promette di diventare un modello. Pensiero critico e responsabilità sono *Life Skills* che servono per navigare sicuri in Rete e non soccombere alle sostanze: sono competenze di cittadinanza assolutamente trasversali, oggi, a buona parte delle esperienze che un giovane fa nella sua vita.

#### 4.3. La logica della Mediapolis

La terza e ultima domanda che ci dobbiamo porre è: per cosa educare nella *Mediapolis*? Gli obiettivi formativi mi sembra si possano ridurre principalmente a tre.

Anzitutto occorre *insegnare a saper accedere*. Non è possibile sviluppare cittadinanza riguardo ai media digitali senza conoscere le applicazioni, avere dimestichezza con le interfacce, muoversi a livello di linguaggio e di cultura. *Spotted, hashtag, post*, profilo, e tutte le altre "parole del Web" sono un lessico con il quale saper convivere con la chiara consapevolezza di cosa esso serva a indicare.

Naturalmente accedere non basta. Occorre anche *saper leggere e interpretare*. È questa la competenza più classica della Media Education, quella che prende corpo nelle diverse metodologie dell'analisi. I nuovi media, da questo punto di vista, presentano delle novità che sono per l'utente un motivo di difficoltà accessoria. Prendiamo un profilo o una pagina di *Facebook*. Essa rappresenta una forma testuale mul-

ti-frame (ovvero, una cornice che contiene al suo interno forme testuali diverse, dalle conversazioni, alle fotografie, ai video), multimediale (non solo testo scritto, come già accennato), multiautore (perché chi mi commenta, mi tagga, condivide con me qualcosa, è autore al mio stesso titolo di quanto sto costruendo nel mio spazio *on line*), dinamica (perché in continua trasformazione). Cosa significa imparare a leggere e a interpretare questo tipo di testualità? Cosa serve e cosa non serve più dei metodi di analisi tradizionali? Infine, occorre *saper comunicare*. I media digitali sono marcatamente autoriali, ovvero ci consentono con grande facilità non solo di leggere, di fruire, ma anche di produrre, di pubblicare. Creare spett-attori (o screttori) consapevoli e responsabili: ecco l'ultimo obiettivo.

## NOTE

<sup>1</sup> Professore ordinario di Didattica e Tecnologie dell'Istruzione e dell'Apprendimento presso l'Università Cattolica Sacro Cuore di Milano, dove ha fondato e dirige il CREMIT (*Centro di Ricerca sull'Educazione ai Media, all'Informazione e alla Tecnologia*). È Presidente del SIREM (*Società Italiana di Ricerca sull'Educazione Mediale*) di cui dirige la Rivista *REM Research in Education and Media*.

<sup>2</sup> Cf NÉVEU Erik, *Une société de communication?* Paris, Montchrestien 1998.

<sup>3</sup> Cf *The Well*, in <http://www.well.com/> (20-05-2013).

<sup>4</sup> *The Well* è una delle prime *community* in rela-

zione alle quali il tema della partecipazione politica e della cittadinanza digitale è stato declinato. Fondata nel 1985 da Stewart Brand e Larry Brilliant, ha incrociato molti eventi della storia recente degli Stati Uniti suggerendo a Rheingold temi e motivi per il suo lavoro di concettualizzazione sulle *virtual communities*.

<sup>5</sup> Cf RHEINGOLD Howard, *Comunità virtuali. Parlare, incontrarsi, vivere nel ciberspazio* [The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier, Reading MA, Addison-Wesley Publishing Co 1993] Milano, Sperling & Kupfer 1994.

<sup>6</sup> Cf BELL David, *An Introduction to Cybercultures*. London, Routledge 2002.

<sup>7</sup> Cf SILVERSTONE Roger, *Mediapolis. La responsabilità dei media nella civiltà globale* [Media and Morality. On the Rise of the Mediapolis, London, Polity Press 2007] Milano, Vita e Pensiero 2009.

<sup>8</sup> Cf RIVOLTELLA Pier Cesare, *Costruttivismo e pragmatica della comunicazione on line. Socialità e didattica in Internet*, Trento, Edizioni Erickson 2003.

<sup>9</sup> Cf SILVERSTONE, *Mediapolis*.

<sup>10</sup> Cf JENKINS Henry, *Culture partecipative e competenze digitali. Media education per il XXI secolo* [Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21<sup>st</sup> Century, Cambridge, MIT Massachusetts Institute of Technology 2009] Milano, Guerini & Associati 2010.

<sup>11</sup> Cf DÉBORD Guy, *La società dello spettacolo* [La société du spectacle, Paris, Éditions Buchet-Chastel, 1967] Milano, Baldini & Castoldi 2001. Disponibile *on line*, in

<http://www.scienzepostmoderne.org/Libri/SocietaDelloSpettacolo/SocietaDelloSpettacolo.html>.

<sup>12</sup> Cf BENJAMIN Walter, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica* [Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, "Zeitschrift für Sozialforschung", Paris 1936] Torino, Einaudi 2000.

<sup>13</sup> Cf HABERMAS Jürgen, *Storia e critica dell'opinione pubblica* [Strukturwandel der Öffentlichkeit, Neuwied, Hermann Luchterhand 1962] Roma-Bari, Laterza 2002.

<sup>14</sup> Cf BARBERO Jesús Martín, *Oficio de cartografo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Santiago de Chile, Fondo de



Cultura Economica 2002.

<sup>15</sup> Cf FERRI Paolo, *Fine dei mass media. Le nuove tecnologie della comunicazione e le trasformazioni dell'industria culturale*, Milano, Lupetti & Co. 2004; come pure MISSIKA Jean-Louis, *La fine della televisione* [La fin de la télévision, Paris, Éditions du Seuil 2007] Milano, Lupetti & Co. 2008.

<sup>16</sup> Cf BETTETINI Gianfranco, *Scritture di massa*, Milano, Rusconi 1977.

<sup>17</sup> Cf BATTELLE John, *Google e gli altri. Come hanno trasformato la nostra cultura e riscritto le regole del business* [The Search: How Google and Its Rivals Rewrote the Rules of Business and Transformed Our Culture, New York, Penguin 2005] Milano, Raffaello Cortina 2009.

<sup>18</sup> Cf GEE James Paul, *Come un videogioco. Insegnare e apprendere nella scuola digitale* [What Video Game Have to Teach Us About Learning and Literacy, New York, Palgrave-McMillan 2007], Milano, Raffaello Cortina 2012.

<sup>19</sup> Cf JENKINS, *Culture partecipative*.

<sup>20</sup> Cf GEE James Paul, *The Anti-Education Era*, New York, Palgrave-McMillan 2012.

<sup>21</sup> Cf NUSSBAUM Martha, *Non per profitto* [Not for Profit, Princeton NJ, Princeton University Press 2010] Bologna, Il Mulino 2011.

<sup>22</sup> Cf APEL Karl Otto, *Discorso, verità, responsabilità* [Diskurs und Verantwortung. Das Problem des Übergangs zur postkonventionellen Moral, Frankfurt /M., Suhrkamp 1988] Milano, Guerini & Associati 1997.

<sup>23</sup> Cf Progetto MOTUS, in <http://motus.cremit.it/wordpress/> (20-05-2013).

<sup>24</sup> Cf RIVOLTELLA Pier Cesare, *Fare didattica con gli EAS. Episodi di Apprendimento Situato*, Brescia, Editrice La Scuola 2013.