

# La comunicazione oltre la crisi della Scuola

DI MARIO MORCELLINI

Dentro l'istituzione, tra le pareti dell'aula di lezione, la comunicazione può essere vista nella prospettiva di una nuova sfida didattica. La *media education* guarda ai *media* come risorsa per l'apprendimento

È

**I giovani sono sempre meno entusiasti dell'avventura educativa e gli insegnanti rischiano di perdere la loro autorevolezza**

quasi superfluo affermare che l'educazione oggi è in crisi. La trasmissione ai *nuovi arrivati* di conoscenze, competenze e valori – attività tipicamente e tradizionalmente umana – sembra essere ormai un'attività malata. Il sistema educativo vive uno dei passaggi più critici della condizione moderna, ben oltre qualsiasi speranza nel progresso. Indicatori dell'attuale stato di precarietà sono i giovani, sempre meno entusiasti dell'avventura educativa e sempre più indifferenti alle sue prospettive di arricchimento, e gli insegnanti, che rischiano di perdere la propria autorevolezza – sociale e culturale – di fronte ai loro studenti e alle istituzioni.

La modernità, il mutamento e la “complessità sociale” sono le chiavi di lettura più adeguate per interpretare i processi e i modi di formazione dei ragazzi, così come le strutture istituzionali

deputate all'educazione. E la modernità d'altronde non è altro che la obbligatoria, a volte, necessità di riprogrammare l'esistenza.

Se il modello tradizionale di socializzazione prevedeva una trasmissione verticale di messaggi e valori da una generazione all'altra, nella situazione attuale la prospettiva cambia, diventa orizzontale. Non si parla più di *trasmissione*, ma di *interazione*. Il *focus* dell'attenzione si sposta sul soggetto, il quale ha libertà e responsabilità nella costruzione di percorsi di formazione sempre più personali.

Se un tempo la formazione avveniva in due o tre contesti chiave – la famiglia, la Scuola e l'ambito lavorativo – ora fatichiamo ad individuare con certezza i suoi spazi.

Oltre a scontare un forte *gap* generazionale, dovuto a differenze di linguag-

gi e stili di vita, la *famiglia* è in netta difficoltà nel fornire le prime e fondamentali indicazioni sul bene ed il male e finisce con il delegare ad altre fonti di formazione i suoi tradizionali compiti educativi. Pur essendo considerata ancora importantissima dai ragazzi, compie sforzi sempre maggiori per accompagnarli nel delicato *passaggio alla modernità*.

Anche il ruolo e i linguaggi della *Scuola* – una fortezza consolidata del nucleo preadulto di compensazione dei valori – ormai, non sono più adeguati: i docenti sono bloccati in un sistema che si limita a trasmettere dall'alto norme e orientamenti culturali precostituiti, invece di contrattare con i più giovani spazi di negoziazione. I ragazzi, d'altro canto, non riescono a rispecchiarsi nelle esperienze di vita e nelle identità degli insegnanti; vivono con sofferenza la *noia educativa*.

Inoltre, la precarizzazione dell'esistenza, ossia la trasformazione del lavoro in un'esperienza improbabile, a *tagliandi*, inasprisce la crisi della socializzazione. Non ci rendiamo conto, infatti, della sua portata educativa, della sua capacità di essere punto di riferimento, elemento certo dell'esistenza, incredibile esperienza formativa.

Il problema, dunque, è qui. Nel tramonto di queste tre dimensioni – famiglia, Scuola, lavoro – è successo qualcosa: *l'exploit* della comunicazione. La socializzazione è diventata, inoltre, un'impresa individuale, basata sull'interazione, in cui hanno trovato posto agenzie non tradizionali: i *mass media*, il gruppo dei pari, le associazioni. A bilanciare il mutamento tumultuoso della nostra era è emerso così il bisogno di una continua postulazione di nuove forme di correlazione tra soggetti e società. Poiché l'individuo è un'entità insignificante e puramente astratta senza socializzazione, è nello spazio dell'esperienza individuale, dell'interazione quotidiana e dell'agire

comunicativo che si rintraccia la restaurazione di una rete di legami simbolici di socialità, in grado di fornire nuovi punti di riferimento e modelli comportamentali.

In tale quadro, i media si attestano come il *fulcro della modernità*: gli unici attori dello scenario sociale in grado, almeno potenzialmente, di offrire una rappresentazione della *retorica dell'interazione comunicativa* e di scandire i processi di socializzazione, rivelandosi un collante sociale ancora carico di significati simbolici e tuttavia negoziabili.

La perdita di plausibilità della famiglia e della Scuola ha lasciato un vuoto che i mezzi di comunicazione hanno più o meno propriamente colmato, svolgendo un *ruolo di supplenza* rispetto alle tradizionali agenzie formative. In questo quadro i *media* non possono essere più considerati solo uno strumento nelle mani del diavolo. Internet, per esempio, nonostante appaia come il luogo dell'irresponsabilità per eccellenza, può essere considerata anche una gigantesca biblioteca di Alessandria, un calderone fruttuoso di esperienze di vita e di sapere, che contribuisce a smaterializzare la contrapposizione tra generazioni, tra chi sa e chi non sa.

L'educazione, dunque, sembra essere riposizionabile per mezzo della comunicazione. La soluzione alla sua crisi risiede nella capacità di riconoscere il potere performante delle pratiche comunicative dentro la Scuola. E ciò può avvenire grazie alle intuizioni positive della *media education*, disciplina che pensa ai *media* come risorsa per la didattica e l'apprendimento, presupponendo un allontanamento dalla prospettiva apocalittica che percepisce i mezzi di comunicazione come un pericolo. Questo movimento educativo, oltre che politico, si propone l'integrazione curricolare dei mezzi di comunicazione nella Scuola come risposta al riconoscimento del potere che oggi esercitano nella vita individuale e

## La perdita di plausibilità della famiglia e della Scuola ha lasciato un vuoto che i mezzi di comunicazione hanno più o meno propriamente colmato, svolgendo un ruolo di supplenza rispetto alle tradizionali agenzie formative

sociale. Tra gli obiettivi di questo approccio si devono citare la comprensione critica dei media, la formazione di un pubblico attivo, la produzione di voci alternative, ma soprattutto la percezione della comunicazione come "valore aggiunto" per la formazione, non come il suo più diretto *competitor*. I media si avvicinano così alle nuove generazioni non soltanto in termini di linguaggio, ma anche nell'ambito dei processi di identificazione e di interpretazione critica della realtà. Finalmente possono essere considerati il passaporto di riconciliazione con le nuove generazioni. E sarebbe bene che la Scuola acquisisse consapevolezza del fatto che una mossa sullo scacchiere della comunicazione è in grado di modificare le posizioni sullo scacchiere dell'educazione.

