

Filippo Ceretti  
Massimiliano Padula

# Umanità mediale

*Teoria sociale e prospettive educative*

***vai alla scheda del libro su [www.edizioniets.com](http://www.edizioniets.com)***



Edizioni ETS



[www.edizioniets.com](http://www.edizioniets.com)

© Copyright 2016  
Edizioni ETS  
Piazza Carrara, 16-19, I-56126 Pisa  
[info@edizioniets.com](mailto:info@edizioniets.com)  
[www.edizioniets.com](http://www.edizioniets.com)

*Distribuzione*  
Messaggerie Libri SPA  
Sede legale: via G. Verdi 8 - 20090 Assago (MI)

*Promozione*  
PDE PROMOZIONE SRL  
via Zago 2/2 - 40128 Bologna

ISBN 978-884674442-5

## Introduzione

L'investimento sociale sui media è enorme. Non solo rappresentano una percentuale molto importante del sistema economico mondiale, ma costituiscono anche una parte notevole del nostro ambiente quotidiano. Sono oggetti (fisici e culturali) che connotano profondamente la nostra epoca.

Eppure, nonostante questa loro centralità (o forse proprio per questo), i media soffrono di una evidente mancanza: non si sa bene *che cosa* siano.

Si sa – e tutti ne parlano – che sono digitali; che possono essere “caldi” o “freddi” (secondo una delle celebri descrizioni di McLuhan); che sono *personal, social, mobile, smart...*; che sono *open* e anche *educational*. I discorsi sociali sulle fenomenologie dei media si sprecano e anche la ricerca accademica si ferma spesso a questo livello; così facendo, essi corrono il rischio di un “inseguimento” senza fine del proprio oggetto, i cui caratteri mutano incessantemente, con l'evoluzione tecnica. Tuttavia, *che cosa* siano i media, di questo si sa (e se ne parla) poco.

C'è anzitutto un motivo culturale alla base di questa assenza o parzialità definitoria. Da quasi un secolo e mezzo, il pensiero occidentale ha “rimosso” l'ambizione di definire gli oggetti dell'esperienza, di asserire *che cosa* essi siano. Forse Nietzsche, forse Freud, sono tra i primi ad inaugurare uno “stile epistemologico” particolare, che potremmo chiamare “cultura dello scetticismo”, impostasi nel Novecento come atteggiamento dominante e “positivo” sotto le vesti del prospettivismo, del relativismo, del policentrismo, del postmoderno, ecc. In ogni ramo della scienza, alla pretesa di definire l'ontologia dei propri oggetti (tutto sommato sterile di risultati “utili”), si è preferito concentrarsi sulla loro descrizione sempre più precisa ed esauriente, per di più produttiva di maggiori effetti con-

creti. D'altra parte, ogni descrizione porta con sé un punto di vista, un limite prospettico, una parzialità insuperabile e in fondo auspicabile: di fronte all'inesauribile ricchezza dei fenomeni, è certo meglio dichiarare la propria limitatezza umana, la propria contingenza, e quindi la provvisorietà di ogni definizione.

L'epistemologia contemporanea pare non avere dubbi proprio sul fatto che si debba dubitare di ogni affermazione che si presenti come definitoria ed assoluta. Popper, Kuhn, Feyerabend, concordano nel descrivere la scienza come un'attività che procede per falsificazioni, cambi di paradigma e scelte tutto sommato irrazionali. Siamo così lontani dall'idea di un progresso conoscitivo capace di giungere a verità incontrovertibili. La serietà della ricerca si fonda sul rispetto di regole metodologiche condivise e sulla trasparenza dei dati utilizzati per proporre le proprie teorie, sempre provvisorie e collocate all'interno di specifiche tradizioni di ricerca (Lakatos, 2001). Il rigore indiscutibile di una tale linea di pensiero ha tuttavia provocato paradossalmente, a livello di atteggiamenti culturali condivisi, un clima di generale sfiducia nelle capacità conoscitive della ragione umana e, di conseguenza, nei confronti dei tentativi di *definire concettualmente il senso di fenomeni ed esperienze*.

Ben consapevoli del fatto che ogni concettualizzazione sia inevitabilmente storicamente collocata, in questo libro tuttavia intendiamo attraversare e oltrepassare il livello della semplice descrizione fenomenica, per accostarci alla dimensione ontologica, che ha la pretesa di cogliere il significato più profondo dell'oggetto di ricerca, provando a rispondere alla domanda socratica: τί ἐστὶ, "che cos'è?".

Questo tentativo è evidentemente "inattuale", per usare il termine con cui Nietzsche amava definire la propria ricerca filosofica controcorrente. È inattuale anzitutto perché oggi, come abbiamo visto, *la tensione metafisica alla definizione* non gode di molti estimatori in ambito scientifico. Inoltre, nel campo specifico dei *media studies*, domina la ricerca empirica (sociologica, etnografica, economica, psicologica...) e le incursioni definitorie dei filosofi sono perlopiù assunte come suggestive acrobazie metaforiche. In realtà, il compito fondamentale del metafisico (o dell'intellettuale impegnato nell'interpretazione seria dell'attualità) è proprio quello di *dare un nome alle cose*. Così concepito, lo sforzo di *definire* l'oggetto si connota come:

1. *delimitazione*: de-finire è anzitutto un'azione "negativa", che pone confini, esclude possibilità, nega confluente di senso; in questa direzione, definire che cosa siano i media – nella presente costellazione storico-tecnologica – significherà evitare di assumere come un dato di fatto le conclusioni comunemente accettate (ad esempio quelle del paradigma McLuhaniano);
2. *relazione*: definire non è solo delimitare, ma soprattutto stabilire relazioni, attraverso confronti, bilanci, paragoni e accostamenti, in modo da connettere esperienze e giudizi; e non è un caso che oggi la prospettiva del connettivismo di Siemens sia tra le più frequentate – e naturalmente discusse – per leggere le dinamiche culturali sviluppate adoperando i media digitali, nei quali il processo di definizione dei significati possiede una natura condivisa;
3. *analogia*: definire è quindi anzitutto un'esperienza linguistica, lo stabilire relazioni significative tra le parole, secondo la prassi antica del *pensiero analogico*, finemente ripresa da Virgilio Melchiorre (1982) nel solco della tradizione tomistica; il rispecchiarsi metaforico della realtà nel linguaggio e nel pensiero attiva così il processo di interpretazione e di comprensione;
4. *simbolo*: infine, ogni definizione diventa, per la sua stessa forza, un simbolo, cioè un'ulteriore apertura di significato, uno stimolo per la ricerca (e anche per la discussione dialettica e il contraddittorio), un rimando suggestivo; la definizione proposta – il *nome* dato alle cose – non esaurisce mai la profondità del reale, la sua capacità di porre domande; per questo, la ricerca è infinita e "una vita senza ricerca non è degna di essere vissuta", come ci suggerisce la saggezza socratico-platonica.

Nel processo di gestazione di questo libro, ci siamo quindi collocati consapevolmente su un insidioso – ma affascinante – terreno di indagine filosofica multiprospettica: alla ricerca di una definizione dei media digitali, della loro natura antropologica e del loro significato per l'educazione, abbiamo quindi accolto volentieri il rischio di apparire non solo inattuali, ma anche troppo ambiziosi, ponendoci l'obiettivo di *de-limitare* un fenomeno dalle dimensioni enormi; di mettere in *relazione* tra loro significati, concetti e discorsi molto distanti; di ricostruire *analogie* non immediatamente evidenti e in apparenza "incomprensibili"; di proporre *nuovi nomi* per parlare di media e di educazione, e infine *nuovi simboli* per aprirne il senso.

Abbiamo così intrecciato la dimensione ontologico-metafisica con quella descrittivo-narrativa, in modo da raggiungere lo scopo fondamentale di questo libro: proporre *una lettura radicalmente umanistica dei media digitali e dell'educazione mediale*. Vorremmo condurre il lettore ad oltrepassare l'idea che i media siano un soggetto autonomo, un ente a sé stante, dotato di intenzionalità propria e di capacità d'azione (culturale e formativa) efficace, causa libera di effetti sulla realtà: è questo il concetto che – in modo più o meno cosciente – sottostà alla gran parte dei discorsi sociali intorno ai media e al loro ruolo nella cultura contemporanea. Alla base di questa “sconcertante” idea (per la quale i media sarebbero l'origine di trasformazioni epocali e di “automatici” processi educativi) sta probabilmente un'inconsapevole ipostatizzazione dello stesso termine-ombrello “media”, utilizzato per indicare uno spettro indefinito di esperienze, di oggetti, di azioni e di testi. In realtà esperienze, oggetti, azioni e testi non hanno che un'unica origine e natura: *l'umanità*.

Il desiderio di rileggere “sub specie humanitatis” la realtà circostante non è affatto nuovo: anzi, appare ogni volta che un elemento contingente sembra assumere un'importanza eccessiva rispetto all'integrità e alla libertà dell'uomo. L'Umanesimo e il Rinascimento ne sono un esempio classico; ma attraversa l'intera parabola della civiltà la tensione a rintracciare proprio nell'uomo (nella sua capacità di scelta, nella sua originale creatività, nella sua intelligenza problematica) il fulcro, il vero motore della storia: è questa la radice di ogni “umanesimo”. Non stupirà quindi che anche oggi, di fronte al potere economico e culturale di chi controlla il sistema mediale e di fronte alla tentazione di sopravvalutare e quasi divinizzare il ruolo socio-culturale della tecnologia, sia nato in noi il desiderio di ritrovare le ragioni (e le parole) per interpretare le nostre coordinate epocali nei termini di una “nuova” umanità, *l'umanità mediale*.

Ancora una volta, non si tratta di una vera “novità”: i caratteri dell'umano tutto sommato restano sempre gli stessi; tuttavia, *cambia radicalmente la modalità con cui essi si esprimono* e si proiettano nella realtà storica contestuale. Di volta in volta, di fronte a nuove costellazioni epocali, la cultura umana ha assunto fisionomie e dinamiche molto differenti tra loro, generando così quella impressionante ricchezza che fa dell'animale-uomo un fenomeno affascinante e in fondo misterioso. Sono spesso gli *oggetti*, che egli crea ed adopera per manifestare la propria intelligente creatività, a connotare le epo-

che della sua evoluzione culturale. Oggetti e tecnologie che poi inevitabilmente orientano il suo rapporto con la realtà circostante, fino a diventare determinanti nella comprensione stessa di “che cosa” sia l’uomo stesso e quali significati possa assumere la sua peculiare esistenza (Gehlen). Eppure, oggetti e tecnologie non esauriscono i significati dell’umanità, che resta in sé sempre apertura ulteriore di nuove prospettive.

Di fronte a questa ricorrente dinamica, è quindi importante che ogni tanto si tenti di riportare l’accumulo tecnologico, per così dire, alla sua origine radicale, ossia la libera creatività umana. È appunto questa operazione che proviamo a delineare in queste pagine: attraverso una ragionata riorganizzazione di svariate suggestioni teoriche (provenienti dai discorsi sociali, dal pensiero sociologico, filosofico e pedagogico, dalle ricerche sul campo, ecc.), proponiamo una via praticabile per ricondurre il significato dei media digitali, la loro definizione, al punto di origine che li ha pro-ggettati (ideati, creati, adottati, adoperati, ri-vissuti, trasformati...). Per questo motivo, in queste pagine che trattano di media, paradossalmente, il vero oggetto in questione non sono i media, ma ciò che li fa esistere: l’uomo mediale.

Il libro, strutturato in due parti, nasce proprio dalla volontà di (ri)mediare quelle angolazioni di senso che hanno distorto l’originalità del legame tra uomo e media. Un legame che ha caratterizzato l’ultimo secolo e mezzo fino ad assumere i tratti di una normalità culturale, di abitudini, scelte e sensazioni condivise. E che poco per volta si è tradotta, nel dibattito intellettuale, in una dicotomia che ha contrapposto gli scettici agli entusiasti, secondo la nota lettura di Umberto Eco. La nostra idea è di inquadrare questo legame alla luce di colui che lo ha pensato, creato, sviluppato: l’uomo. La *Prima Parte* di questo libro insiste su questo aspetto evidenziando come i media siano il prodotto delle aspirazioni e delle ispirazioni degli individui; e di come questo legame si rimoduli con l’avvento dei media digitali. Ogni scissione concettuale dall’umano, quando si parla di media, quindi, rischia di non cogliere l’essenza della questione. Per ribadire queste idee, abbiamo scelto di servirci di due espressioni che compendiano ogni frammento di questo legame. La prima è *umanità mediale*, la seconda è *media come proiezioni dell’umano*.

Ci siamo poi accorti che tentare di ri-definire il concetto di *media*

non sarebbe stato sufficiente. Ogni processo umano, anche il più naturale, necessita di bussole, di orientamenti, di prassi, di regole. Per questo si è resa necessaria un'ulteriore apertura, verso la dimensione educativa, esplorata nella *Seconda Parte* del volume. Convinti della necessità strategica dell'educazione mediale, abbiamo ripercorso le tappe principali che ne hanno segnato la storia, spingendoci un passo avanti e coniando, ancora una volta, una nuova espressione: la *meducazione* suggerisce che l'intervento media-educativo sia rivolto non tanto sugli oggetti comunicativi, quanto sull'uomo stesso (quale soggetto creativo di azioni comunicative), in modo che egli sappia coesistere, convivere e adoperare (mettere in opera) le potenzialità comunicative/rappresentative dei media digitali. Si tratta quindi di *educare i media* (se i media siamo noi), di ispirare pensieri ed azioni ispirate alle più alte qualità (cognitive, etiche ed estetiche) dell'uomo.

Certamente, tutti i temi che abbiamo affrontato in questo libro meritano ulteriori approfondimenti: per noi, l'intento della ricerca è sempre l'apertura di nuove piste esplorative nella giungla, non il suo disboscamento (che non sarebbe neanche ecologicamente sostenibile). Osservare la realtà da nuove prospettive comporta sempre l'affrontare il rischio di sviste, di appannamenti, di incomprensioni. Ma significa anche attingere a una *luce* insolita e a *significati* inediti. Entro queste coordinate si dispiega il pensiero dell'uomo, dal sole di Platone all'ermeneutica di Gadamer. E, come soleva ripetere Tommaso citando la lettera agli Efesini: «Omne quod manifestatur, lumen est» (*Summa theologiae*, I, q. 67).

Questo è un libro importante. Non tanto per i suoi contenuti, di cui il lettore sarà saggio arbitro e commentatore. Ma per la fatica con il quale è venuto alla luce. La fatica di due amici studiosi con tante idee per la testa, con passione infinita e con qualche arretrato con se stessi. Ma il dado è tratto e la creatura è nata. Nostra intenzione è che questo libro sia il seme da innaffiare e che cresca in tutti i territori del sapere che saremo in grado di coltivare. Le idee passano, cambiano e si adattano anche agli spazi scelti per accoglierle. Parleremo ancora di *umanità mediale* e di *meducazione*, nelle aule con i nostri studenti, sul Web e dovunque qualcuno abbia voglia di farlo. Quando si scrive un libro non si è mai da soli. In questo caso,

però, abbiamo scelto volutamente la solitudine – con i suoi tempi e i suoi spazi – insaporendola della nostra amicizia e del nostro comune sentire. Buona lettura.

*Gli autori*

Tutti i contenuti sono stati elaborati e discussi da ambedue gli autori, a cui appartiene l'intera paternità intellettuale del libro. La stesura della *Prima Parte* va attribuita a Massimiliano Padula, quella della *Seconda Parte* a Filippo Ceretti.

# Indice

<i>Introduzione</i>	7
<i>Prima Parte</i>	
Comprendere la cultura mediale	15
1. Per una fenomenologia dei media: <i>l'intentio mediorum</i>	15
2. La (prei)storia del pensiero mediale	16
3. Il <i>medium</i> e il corpo sono messaggi	18
4. Il <i>digital turn</i>	19
5. Umanità mediale	24
6. Media come proiezioni dell'umano	26
7. Luoghi di (plus)umanità mediale: i <i>social network</i>	29
<i>Seconda Parte</i>	
Educare l'umanità mediale	35
1. Un percorso tra educazione e media	35
2. Educati DAI media: storia della comunicazione e storia dell'educazione	40
3. Educare CON e AI media: tecnologie didattiche e <i>Media Education</i>	47
4. Educare NEI media: l'educazione mediale	54
5. I limiti del paradigma tecnocentrico	58
6. Educare I media: la <i>meducazione</i>	62
7. Bellezza, verità e bontà: educare alle qualità dell'umanità mediale	65
Bibliografia	73

Edizioni ETS  
Piazza Carrara, 16-19, I-56126 Pisa  
info@edizioniets.com - www.edizioniets.com  
Finito di stampare nel mese di gennaio 2016