



Communication as training: Media, language and socio-political engagement Comunicazione come formazione: Media, linguaggio e impegno sociopolitico

Gennaro Balzano

Department of Education, Psychology and Communication, Università degli Studi di Bari "Aldo Moro" (Italy)

gennaro.balzano@uniba.it

<https://orcid.org/0000-0002-1720-5796>

OPEN ACCESS



DOUBLE BLIND PEER REVIEW

ABSTRACT

Communication, a fundamental human need, is an issue that falls squarely within the educational dynamics. Classical and new media, in a society where we communicate so much but at the same time are less informed, attest themselves as places where the educational is not marginal but has a certain relevance. Language, too, becomes a tool for educating, the characteristics of which echo loudly neuronal processes and, therefore, neurolinguistics. By communicating and, therefore, forming man, one cannot fail to involve the political dimension, that of commitment to one's community. When the communication of the large and many media translates into formation, the search for meaning re the surrounding reality and community life becomes a requirement for the citizen.

La comunicazione, esigenza fondamentale per l'uomo, è questione che rientra a pieno titolo nelle dinamiche formative. I media classici e i nuovi media, in una società in cui si comunica tanto, ma al tempo stesso si è meno informati, si attestano quali luoghi in cui l'educativo non è marginale ma ha una certa rilevanza. Il linguaggio diventa anch'esso strumento per formare, le cui caratteristiche richiamano a gran voce i processi neuronali e, dunque, la neurolinguistica. Comunicando e, quindi, formando l'uomo, non si può non coinvolgere la dimensione politica, quella dell'impegno per la propria comunità. Quando la comunicazione dei grandi e tanti media si traduce in formazione, la ricerca di un senso rispetto alla realtà circostante e alla vita di comunità diventa un'esigenza per il cittadino.

KEYWORDS

Communication, Politics, Citizenship, Media

Comunicazione, Politica, Cittadinanza, Media

Citation: Balzano, G. (2024). Communication as training: Media, language and socio-political engagement. *Formazione & insegnamento*, 22(2), 11-17. https://doi.org/10.7346/-fei-XXII-02-24_02

Copyright: © 2024 Author(s).

License: Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

Conflicts of interest: The Author(s) declare(s) no conflicts of interest.

DOI: https://doi.org/10.7346/-fei-XXII-02-24_02

Submitted: August 8, 2024 • **Accepted:** September 19, 2024 • **Published:** September 21, 2024

Pensa MultiMedia: ISSN 2279-7505 (online)

1. Introduzione

L'ampio fenomeno comunicativo, soprattutto nella società delle macchine intelligenti, è in continuo movimento ed è necessario uno spiccato senso critico per differenziarne complessità, rapido sviluppo e conseguenze sociali e educative. L'educazione e la categoria pedagogia della responsabilità rientrano, dunque, a pieno titolo in un fenomeno comunicativo che diventa, formalmente e informalmente, formativo (Bandler & Benson, 2023).

Il nostro tempo offre dispositivi nuovi per la comunicazione e permette di operare in un ecosistema interattivo, aperto, ma anche immateriale, dislocato, caratterizzato da una relazionalità nuova. Di fatto le macchine intelligenti hanno soppiantato gli schemi che potevano ritenersi validi fino a dieci anni fa. L'ordine della comunicazione classica ha subito un ribaltamento e una ristrutturazione radicale (Watzlawick et al., 1967), grazie anche alle neuroscienze (Cambi, 2011; Capurso, 2015, p. 51); oggi, e chissà per quanto prima di nuovi cambiamenti, già i bambini si nutrono di nuovi linguaggi, nuove relazioni e, mentre si sta producendo una nuova cultura già se ne genera altra/e (McLuhan, 2019).

2. Il ruolo dei media nella vita sociale

Parlare oggi dei *media* in senso ampio vuol dire riconoscere loro un ruolo, che è anche formativo, e confermare che essi rappresentano una presenza costante e per certi versi invadente, ma pur sempre facente parte integrante del vivere quotidiano. La novità rispetto al passato e che i media attuali non si aggiungono alla nostra vita dall'esterno ma ne sono parte, proprio perché molti dei processi politici economici sociali e culturali si attuano spesso proprio grazie ai media. Già il sociologo canadese Marshall McLuhan, tra gli anni Cinquanta e Settanta, aveva ampiamente sottolineato il ruolo dei media; sua la distinzione tra *media caldi* e *media freddi* ossia quelli che forniscono un'esperienza sensoriale più intensa e coinvolgente, distinti dai secondi meno partecipativi, come ad esempio la televisione. Ma ancora più interessante il concetto di globalizzazione della comunicazione, *il villaggio globale* dove si ritrovano connesse attraverso i media elettronici le persone di tutto il mondo.

Con un simile scenario, anche l'educazione viene chiamata a ridefinire il proprio corso, ad interrogarsi proprio a partire dai cambiamenti della società dei media e delle persone che abitano una società mediatica in continuo divenire (McLuhan, 2024).

Tale contesto non può che segnalare come prima questione il divario esistente tra coloro che utilizzano le tecnologie e accedono ad una comunicazione aderente al nostro tempo e tra coloro che, invece, non hanno la possibilità o non hanno le competenze per utilizzare la tecnologia e fruire, dunque, di nuove forme di comunicazione. L'ampio solco delle povertà educative tiene dentro anche la questione della possibilità di accesso alla tecnologia (*transizione digitale*) e del conseguente utilizzo (*competenze digitali*). In tal senso l'educazione deve farsi promotrice dell'*accessibilità ai media*, del loro uso consapevole e di

chiare e definite competenze (si pensi ad esempio al framework *DigComp 2.2*)¹; questo per evitare di acuire quel divario esistente nella società attuale, causa anche di divisioni, emarginazione e mancata inclusione per molti.

Delineare un quadro completo della realtà mediatica, dai giornali ai social, dalle tv alle piattaforme on demand, è complesso, oltre che in termini di precisione e completezza, anche di possibile descrizione delle dinamiche. Il dato interessante è che questo affresco produce una molteplicità di rappresentazioni, reali, verosimili e fake, mai riproducibile perché liquido, fugace e, spesso, poco autentico.

Un ultimo aspetto, squisitamente pedagogico, riguarda il fruitore, la persona che *consuma comunicazione*. Infatti, egli non è entità passiva ma essere relazionale caratterizzato da un proprio *format* interpretativo, un background culturale, familiare e sociale, una rete di confronto (altre persone o altre fonti), una formazione che lo ha reso la persona che è nel momento in cui viene investito dal flusso comunicativo. Qui, dunque, la comunicazione veloce e inafferrabile incontra il pensiero, in un confronto che è generativo.

3. Il testo, i media e la comunicazione

Analizzando il testo e il comunicare sotto il profilo di una comunicazione che è informazione (prima che formazione), si prende in esame la *conversazione testuale* in cui l'elemento portante è la *negoziazione*: le notizie vanno oltre la descrizione del fatto, ossia non più considerate per quel che sono, per i contenuti, ma tradotte e, dunque, ridisegnate a seguito dell'interpretazione di chi ne fruisce.

Si comprende bene come il ricettore, considerato come persona pensante capace di critica e in grado di operare delle scelte, meriti un'attenzione formativa; questo perché, soprattutto per quel che riguarda le notizie scritte su carta o online, hanno luogo dei momenti di autoformazione, in parte strutturati, e delle sessioni di approfondimento personale. Chiaro che si sta parlando di formazione del fruitore, certamente non intenzionale ma parimenti non tralasciabile.

Non di secondo piano il tema della relazione con la notizia e, dunque, con i media, oltre alla relazione in sé, ai modelli relazionali proposti dai media, che condizionano notevolmente la società del nostro tempo: anche questo è un tema formativo di stringente attualità.

Proprio le relazioni reali rischiano di essere lo specchio dei modelli appresi attraverso i media, sia nel gruppo dei pari sia nei contesti familiari che in quelli sociali e lavorativi. Pertanto, ritorna qui forte il tema di una educazione che promuova una visione critica e ragionata, una capacità di scelta che sia anche e soprattutto assunzione di responsabilità, delle politiche che abbiano come obiettivo il consumo consa-

1 L'update *DigComp 2.2. The Digital Competence Framework for Citizens. With new examples of knowledge, skills and attitudes* (2022) è dedicato, esclusivamente, alla Dimensione 4 della matrice del modello (esempi di conoscenze, abilità e attitudini applicabili ad ogni competenza). Per le altre dimensioni resta valido quanto indicato nel *DigComp 2.0 e 2.1*.

pevole di quell'eccesso di comunicazione e informazione che si traduce troppo spesso in non comunicazione e/o disinformazione.

I mass media, affiancati sempre più con forza dai social network, si pongono come una complessa voce della società, che attornia i giovani e penetra nella vita delle famiglie in modi molteplici, che non si riducono al pur sintomatico evento notiziato. È noto che si tratta di una voce strumentalizzata, ma l'educazione non può prescindere tanto dal dovere di difendere gli educandi dalla manipolazione, quanto dal considerare le grandi possibilità educative, che ciascuno dei mass media contiene in sé. Ciascun mezzo, infatti, con il vigore e l'ampiezza di penetrazione del suo linguaggio e delle sue strutture tecniche va in prospettiva considerato come uno strumento a disposizione della società educante, ed esige una volontà politica capace di impegnarlo a fini educativi.

Già a inizio degli anni Novanta Bardulla (1991) notava come i mass media presentassero degli aspetti positivi, sintetizzabili in:

- un miglioramento del prodotto informativo;
- una nuova domanda di cultura, cui fa riscontro una crescente attenzione dei media agli eventi artistico-culturali;
- rapida diffusione di nuove tendenze (si pensi alla sensibilità ambiente o al cibo biologico).

Alla luce di ciò lo stesso autore è poi giunto a ritenere che si sia pervenuti a quello che viene definito uno *stadio di maturità* (nei fatti e nelle evoluzioni poi smentito dal tempo); ma avverte anche che non mancano aspetti di segno chiaramente negativo, come:

- l'incapacità della comunicazione di massa di fornire una rappresentazione fedele della società;
- tendenza alla concentrazione della proprietà in mano a pochi a discapito del pluralismo;
- la spettacolarizzazione del sociale;
- il ruolo centrale della televisione nel panorama informativo (messa da parte con l'avvento dei social diversi anni dopo).

Nonostante si possano formulare critiche ai mezzi di comunicazione, soprattutto quando si rivolgono ad un pubblico di minori, essi svolgono se pure in circostanze del tutto eccezionali, una evidente funzione educativa, fornendo ai cittadini non solo notizie, ma anche spiegazioni chiare e convincenti di quanto è capitato.

4. Comunicazione e Neurolinguistica

La Neurolinguistica è una disciplina che si occupa dello studio delle basi biologiche del linguaggio. Questo campo di ricerca analizza l'interazione tra il cervello e il linguaggio, cercando di comprendere come il cervello elabora, produce e comprende il linguaggio. L'obiettivo principale della *neurolinguistica* è quello di identificare i meccanismi neurali coinvolti nel linguaggio, attraverso l'analisi delle strutture cerebrali e delle funzioni linguistiche (Watzlawick et al., 1967). Essa si basa su un approccio scientifico che uti-

lizza metodi sperimentali, come l'uso delle neuroimmagini, ad esempio, per indagare i processi cognitivi legati al linguaggio.

Nel contesto della neurolinguistica, è particolarmente importante comprendere l'organizzazione anatomica del cervello e le connessioni neurali che supportano il linguaggio. Il cervello è diviso in due emisferi, destro e sinistro, connessi da una struttura chiamata corpo calloso. L'emisfero sinistro, in particolare, è considerato il principale responsabile del linguaggio negli individui dextramano. All'interno di ciascun emisfero, diverse aree cerebrali, come l'area di Broca e l'area di Wernicke, svolgono un ruolo cruciale nella produzione e comprensione del linguaggio. L'area di Broca, localizzata nell'emisfero sinistro, è coinvolta nella produzione del linguaggio e nella pianificazione e coordinazione dei movimenti coinvolti nella parlata. L'area di Wernicke, anch'essa nell'emisfero sinistro, è responsabile della comprensione del linguaggio. Altre regioni corticali sono coinvolte nel processamento dei suoni del linguaggio e delle regole grammaticali. Gli studi di imaging cerebrale hanno dimostrato l'importanza di un network esteso di aree cerebrali, chiamato network del linguaggio, che lavorano in sinergia per supportare le diverse funzioni linguistiche.

I processi di comprensione e produzione del linguaggio implicano, dunque, una serie di complessi meccanismi neurali che permettono di decodificare e generare il linguaggio. Durante la comprensione del linguaggio, il cervello analizza e interpreta le informazioni linguistiche mediante l'attività di diverse aree cerebrali coinvolte nella semantica, nell'analisi sintattica e nella memoria di lavoro. Durante la produzione del linguaggio, il cervello pianifica e coordina i movimenti articolatori attraverso l'attività di regioni come l'area di Broca. I processi di comprensione e produzione del linguaggio sono strettamente interconnessi e richiedono una precisa integrazione tra le varie aree cerebrali specializzate.

La comunicazione e la neurolinguistica sono strettamente collegate, poiché il cervello svolge un ruolo fondamentale nel processo comunicativo. Attraverso il cervello, le persone elaborano e comprendono il linguaggio, che è uno dei principali strumenti di comunicazione. L'interazione tra il cervello e la comunicazione è un ambito di studio che si focalizza sulle dinamiche neurali coinvolte nel processo comunicativo. Durante la comunicazione, il cervello attiva diverse regioni neurali che sono responsabili di diverse funzioni linguistiche, come la comprensione del linguaggio, la produzione del linguaggio e l'interpretazione dei segnali non verbali (Bandler & Benson, 2023). Queste interazioni tra il cervello e la comunicazione sono oggetto di ricerca nella neurolinguistica, che cerca di comprendere come queste interazioni influenzino l'efficacia e la comprensione della comunicazione umana. Proprio la neurolinguistica presenta numerose applicazioni pratiche nel campo della comunicazione. Attraverso lo studio approfondito delle dinamiche neurali e dei complessi processi linguistici che avvengono nel cervello umano, è possibile sviluppare strategie altamente efficaci per migliorare la comunicazione in varie situazioni. Ad esempio, nel contesto terapeutico, la neurolinguistica offre ap-

procci innovativi per aiutare le persone che hanno subito danni cerebrali ad affrontare disturbi del linguaggio, facilitando la loro riabilitazione e il recupero delle abilità linguistiche compromesse. Inoltre, la neurolinguistica svolge un ruolo fondamentale nello sviluppo di *nuovi strumenti e metodi che potenziano l'apprendimento delle lingue*. Basandosi sulle caratteristiche neurali individuali, è possibile personalizzare l'insegnamento linguistico e adattarlo alle esigenze specifiche di ogni studente, migliorando l'efficacia degli approcci didattici tradizionali e accelerando il processo di acquisizione linguistica. Le conoscenze fornite dalla neurolinguistica aprono anche nuove prospettive nello sviluppo delle interfacce uomo-macchina. Grazie alla comprensione delle dinamiche neurali coinvolte nella comunicazione, è possibile creare sistemi più intuitivi e facili da usare, che permettono una comunicazione più fluida e naturale tra l'uomo e la macchina. Questo ha importanti implicazioni in vari settori, come la progettazione di dispositivi di assistenza per le persone con disabilità e l'ottimizzazione delle tecnologie di traduzione automatica e riconoscimento vocale, rendendole sempre più accurate e affidabili. In conclusione, la neurolinguistica rappresenta un campo di ricerca attivo e in continua evoluzione che offre molteplici applicazioni pratiche nella comunicazione umana (Impara, 2020; D'Agostini & Crescentini, 2022).

Nonostante i numerosi progressi, la neurolinguistica affronta diverse limitazioni e sfide nella comprensione della comunicazione umana. La complessità del cervello e dei processi neurali rende difficile isolare e comprendere in modo esaustivo i meccanismi sottostanti il linguaggio. Inoltre, le diverse strategie metodologiche utilizzate nella ricerca neurolinguistica possono presentare limitazioni, come la mancanza di generalizzare i risultati ottenuti da studi su campioni ridotti o le difficoltà legate all'interpretazione dei dati neuroimaging. In più, l'etica e la privacy rappresentano ulteriori aspetti rilevanti quando si utilizzano tecnologie invasive o non invasive per studiare il cervello umano. Tuttavia, grazie a un approccio multidisciplinare e al continuo avanzamento delle tecnologie di neuroimaging, la neurolinguistica continua a progredire nella comprensione delle basi neurali della comunicazione umana.

5. Educazione, media e nuovi media

Nella nostra realtà, i mezzi di comunicazione e i social network svolgono un ruolo preminente. La maggior parte del tempo l'uomo di oggi, praticamente, lo trascorre tra tv, smartphone, internet.

La massima diffusione di internet ha ridisegnato i confini di gran parte dei media precedentemente conosciuti, intersecando ruoli, funzioni e azioni con social network, metaverso e intelligenza artificiale. Quel che mantiene un ruolo centrale è tuttavia l'interazione tra utente e sistema mediale, in forma sempre più immediata e realistica. Ma non è tutto:

“C'è un incontro fra comunicazione e uomo che è nevralgico comprendere, che è importante approfondire affinché la comunica-

zione, di cui pur vive l'essere umano, non lo sovrasti fino a farlo scomparire. In un turbine incessante di *post*, di *tweet*, di *image*, di *sound*, di *app*, di *cloud*, il contenuto/detto/senso ha lasciato spazio pieno alla traccia del contenitore. C'è ancora un contenuto, ma ha necessità di essere fatto emergere” (Anichini et al., 2012, p. X).

La comunicazione viaggia sempre più verso una appropriazione di orizzontalità a discapito di un antico verticismo che vedeva l'emittente in posizione privilegiata rispetto al fruitore, che oggi è più libero, anche di compiere scelte sbagliate e perdersi nella rete della sovrabbondanza comunicativa.

Come osserva Santelli (2001) i problemi che attraversano il nostro tempo - paure, incertezze, solitudini, difficoltà a capire e a gestire i cambiamenti - sono problemi concreti, quotidiani che si ritrovano nelle diverse città, in differenti gruppi e ambienti, le cui possibili soluzioni sono rintracciabili non necessariamente su base locale. La comunicazione globale ha un posto cruciale, gioca un ruolo di grandissima rilevanza nella vita dei singoli e di intere popolazioni. L'intera umanità è *collegata*, aprendo alla possibilità di proliferazione e differenziazione di una vasta pluralità di linguaggi e di scambi. Da qui la necessità che le soluzioni tecnologiche vengano assunte all'interno di una prospettiva culturale e politica e che sia curata un'educazione alla comunicazione attenta alle sue complesse dimensioni e ai suoi molteplici significati sociali (Santelli, 2001, p. 58).

Le dinamiche comunicazionali e partecipative vanno sostenute e, soprattutto, avverte Santelli, comunicazione e partecipazione vanno interpretate come un agire finalizzato allo scopo di riconoscere l'altro, di incrementare gli spazi di libertà reciproca, di costruire necessariamente una civile convivenza (Santelli, 2001, p. 59). Concetti come *alterità* (Buber, 1960) e *riconoscimento* (Ricoeur, 2005, p. 24) rimandano infatti ad una realtà eticamente connotata e legano la comunicazione ad una esperienza che è anche morale (Broccoli, 2024, p. 69). Inoltre,

“in educazione non è possibile separare l'asse *semantico* della comunicazione (quello che riguarda il puro significato dei contenuti trasmessi) dall'asse *relazionale* (che concerne il 'senso' della relazione interpersonale tra dialoganti), poiché è evidente che entrambi gli aspetti concorrono a commutare il carattere di ogni relazione” (Broccoli, 2024, p. 70).

Al cospetto di nuovi alfabeti medialità, sempre in evoluzione, è necessaria una risposta formativa che sia pertinentemente adeguata alla portata del fenomeno, che porta in dote forme di complessità sociale alle quali l'educazione non può proporre ricette preconfezionate, ma diventano occasioni di lavoro e proposta, di ricerca e azione, di arricchimento di modelli e pratiche; da un punto di vista più teorico, non solo l'approfondimento dell'impegno di riflessione culturale e di affinamento tecnico, ma anche la testimonianza e l'autenticità di vita (Balzano, 2022).

6. Comunicazione è formazione

Nella più celebre delle teorie comunicative, quella che è giunta, con la scuola di Palo Alto, a formulare gli assiomi, si afferma, proprio nel primo assioma che *Non si può non comunicare*. La trasposizione, ugualmente valida, è, in pedagogia, *non si può non educare*, dunque, *non ci si può non formare* in qualsiasi contesto. Esisterebbe, quindi, una concordanza concettuale tra comunicazione e formazione. Una reciprocità che permette ad entrambi di autoalimentarsi.

Ma non può non considerarsi come centrale il concetto di educazione informale, che avviene anche a prescindere da una scelta intenzionale o di un setting educativo ben definito, “intreccio instabile e differenziato di molte esperienze”, da non ritenere “componente minore del sistema educativo nel quale ogni essere umano è inserito” (Tramma, 2024, p. 151). Nello specifico quando tale forma educativa incontra i media, e in particolare la televisione,

“va considerata come una delle vicende formative più significative degli ultimi decenni, dalla sua diffusione alla comparsa dell’esperienza diversamente complessa del web. È stata la TV – prima quella pubblica, alla quale sono state attribuite importanti funzioni ‘pedagogiche’, poi quella privata-commerciale – a diffondere più o meno intenzionalmente modelli di comportamento moderni [...] e a favorire, forse più della scolarizzazione, l’unione linguistica del Paese contribuendo a diffondere l’uso dell’italiano al posto, o in aggiunta, del dialetto” (Tramma, 2024, p. 151).

La comunicazione, dunque, riveste un ruolo fondamentale nell’ambito della formazione. Attraverso una comunicazione efficace (e autentica) gli insegnanti, ad esempio, possono trasmettere in modo chiaro e completo le informazioni agli studenti, facilitando così il processo di apprendimento. La comunicazione bidirezionale, in più, consente agli studenti di porre domande, di chiarire dubbi o di esprimere opinioni. Ma questo non riguarda solo gli insegnanti e gli studenti, perché può anche coinvolgere altri attori come i genitori, i colleghi o i professionisti del settore. La comunicazione può avvenire attraverso diversi canali, verbale, scritto o non verbale, e può essere facilitata anche da strumenti digitali. In ogni caso, una comunicazione efficace nella formazione contribuisce a creare un ambiente di apprendimento positivo e stimolante, favorisce la comprensione e la memorizzazione delle informazioni e promuove lo sviluppo delle competenze necessarie per affrontare le sfide della vita professionale (Biagioli et al., 2022).

Le competenze comunicative svolgono un ruolo fondamentale nell’apprendimento efficace. Una buona comunicazione consente agli studenti di acquisire e comprendere nuove informazioni in modo più completo e significativo. Gli insegnanti devono pertanto possedere competenze comunicative solide per essere in grado di trasmettere in modo chiaro e diretto i concetti e i contenuti didattici agli studenti. Allo stesso modo, gli studenti devono sviluppare le proprie competenze comunicative per essere in grado di esprimere pensieri, dubbi e domande in modo efficace (Carrón, 2020). Tali competenze comunicative

comprendono non solo la capacità di parlare in modo chiaro e comprensibile, ma anche di ascoltare attivamente, di porre le domande giuste, di lavorare in gruppo e di utilizzare in modo adeguato i mezzi di comunicazione digitale. Il miglioramento delle competenze comunicative è essenziale per favorire la partecipazione attiva degli studenti all’interno della classe e favorire un apprendimento interattivo e collaborativo (Anello, 2023). Gli insegnanti devono essere in grado di comunicare in modo chiaro ed empatico, adattando il proprio linguaggio e il proprio stile di comunicazione alle esigenze degli studenti. La comunicazione verbale e non verbale rappresenta la base per una corretta interazione e permette di creare un ambiente positivo di apprendimento (Zhao & Sun, 2024). Inoltre, una comunicazione efficace aiuta gli insegnanti a individuare eventuali difficoltà degli studenti e a proporre strategie didattiche adeguate a favorire il loro apprendimento. E non di rado una buona comunicazione è essenziale per instaurare un rapporto di reciprocità e rispetto tra insegnante e studente, fondamentale per un processo di insegnamento-apprendimento di successo (Baldassarre & Sasanelli, 2020).

Come strumento di motivazione e partecipazione nella formazione la comunicazione gioca un ruolo fondamentale; crea uno spazio di partecipazione attiva, dove gli studenti si sentono liberi di esprimere le proprie idee, fare domande e interagire con l’insegnante e i compagni di classe. Questa partecipazione attiva fa sì che gli studenti si sentano coinvolti nel processo di apprendimento, accrescendo l’interesse e l’entusiasmo verso le materie di studio. Nel complesso può favorire la motivazione degli studenti e creare un ambiente di apprendimento partecipativo (Bragaglia et al., 2023).

Non è poi marginale, considerare che la comunicazione svolge un ruolo fondamentale nel collegare la teoria all’applicazione pratica all’interno della formazione (McLuhan, 2023). Gli insegnanti devono essere in grado di trasmettere le conoscenze teoriche in modo chiaro e comprensibile, fornendo esempi e spiegazioni che consentano agli studenti di visualizzare come mettere in pratica ciò che stanno imparando. La comunicazione come ponte tra teoria e pratica favorisce l’integrazione delle conoscenze, migliorando l’apprendimento e preparando gli studenti per l’applicazione di ciò che hanno imparato nel mondo lavorativo (Gabbi, 2023), oltre che nei futuri scenari che si andranno a configurare negli anni a venire, momento in cui le nuove forme di comunicazione e il metaverso giungeranno ad integrazioni nuove, tali anche sul fronte educativo (Calvani, 2012; McLuhan, 2023).

7. Comunicazione e impegno sociopolitico

Comunicazione e impegno sociopolitico sono due tematiche strettamente legate, poiché la comunicazione svolge un ruolo fondamentale nella promozione dell’azione sociale e politica. Essa permette di diffondere informazioni, sensibilizzare l’opinione pubblica e coinvolgere le persone in iniziative che mirano al miglioramento della società. Attraverso diversi canali

di comunicazione, come i media tradizionali e i social media, è possibile raggiungere un vasto pubblico e influenzare i dibattiti e le decisioni che riguardano la comunità. Pertanto, la comunicazione è uno strumento potente per promuovere l'impegno sociopolitico e favorire il cambiamento sociale (Del Gobbo, 2021). Attraverso la diffusione di informazioni e l'esposizione di problemi sociali, la comunicazione può contribuire a sensibilizzare l'opinione pubblica su questioni importanti e spingere le persone all'azione. Inoltre, la comunicazione può promuovere il dialogo tra diverse parti interessate, favorire la conoscenza reciproca e facilitare la comprensione delle diverse prospettive. In questo modo, può creare un terreno comune per il cambiamento sociale, contribuendo a rompere le barriere e a promuovere un'azione collettiva per il progresso della società.

Ponendosi sul terreno dell'educazione alla politica, la comunicazione (politica) svolge un ruolo fondamentale nella partecipazione. Attraverso questa i cittadini vengono informati sulle attività dei governi, sui programmi politici e sulle decisioni che li riguardano direttamente. Tale forma comunicativa crea un dialogo tra i governanti e i cittadini, consentendo l'espressione di opinioni e l'interazione tra le diverse parti. Inoltre, può stimolare l'interesse e la partecipazione dei cittadini alle questioni pubbliche, promuovendo l'accesso all'informazione e incoraggiando il coinvolgimento attivo nella vita della comunità. Pertanto, una comunicazione politica efficace risulta oggi basilare per sostenere la partecipazione e la democrazia.

“Pedagogia e politica, consapevoli dei propri ambiti, delle proprie specificità e della propria autonomia, ma non chiuse in sé stesse, possono, con i loro percorsi di ricerca, unire i propri sforzi per perseguire l'autenticamente umano, lontano da forme di mero individualismo, fautore di domande di senso sul vivere comune e predisposto al coinvolgimento diretto nelle questioni della vita politica in ogni contesto, sia esso pubblico o privato, e in ogni tipo di relazioni, brevi, quelle che orientano le pedagogie, e lunghe, quelle che orientano la politica” (Elia, 2024, p. 277). Se, quindi, l'educazione alla politica è un'esigenza forte del nostro tempo, funzionale a comprendere e decifrare il mondo in cui vive l'uomo/cittadino, ed è quindi “segmento significativo di preparazione della cognizione della pertinente presenza nel mondo, delle scelte da fare per sostenere processi di miglioramento da parte dei diversi soggetti e nei diversi spazi privati e pubblici” (Elia, 2024, p. 278), diventa necessario anche riconoscere all'educazione alla politica una certa autonomia dalla politica stessa, indipendente da qualsivoglia logica esterna, finalizzando l'intero discorso alla “formazione dell'uomo autentico” (Elia, 2024, p. 280; cfr. anche Pati, 1996, p. 111).

Non è tuttavia da tralasciare la dimensione etica, che tanto in politica, quanto in pedagogia, così come nella comunicazione, riveste un ruolo di primo piano. Si consideri su tutti il principio di verità, trasparenza e rispetto delle persone coinvolte. Nel contesto sociopolitico, l'etica della comunicazione richiede la diffusione di informazioni accurate e complete, evitando la manipolazione o la distorsione dei fatti. Inoltre, implica il rispetto dei diritti e della dignità delle persone e la promozione di un dialogo aperto e inclusivo.

L'etica della comunicazione nel contesto sociopolitico garantisce una comunicazione responsabile e consapevole, che promuove il rispetto reciproco, la comprensione e il progresso della società (Sciaccia, 2022):

“Il fine ultimo è l'affermazione dell'uomo come cittadino capace di vivere, incarnare e realizzare ideali e valori di vita democratici. Un individuo dunque, che, lungi dall'inseguire le continue trasformazioni tipiche della attuale società con una funzione puramente adattiva, è capace di collocarsi all'interno del flusso degli accadimenti storici senza per questo rimanerne travolto, conquistando l'irrinunciabile capacità di assegnare senso alle molteplici manifestazioni della realtà” (Tedesco, 2020, p. 536).

L'educazione, dunque, quale termine medio tra la comunicazione, nell'ampio senso esposto, e la politica – come educazione alla politica e/o politica dell'educazione – a formare un asse significativo in grado di dare sostanza a quell'impegno attivo che può diventare pungolo a sostegno di una comunicazione autentica per una pari educazione.

8. Conclusioni

La comunicazione come formazione implica questioni di tipo fondativo, connesse alla ricerca, di strategia culturale e di politiche sociali e educative. È necessaria, dunque, una riflessione accurata di tipo teorico alla luce degli stimoli molteplici che la società attuale, post pandemica o dell'intelligenza artificiale, pone.

La comunicazione è sempre *in divenire* e si difonde, si legittima, si estende. Ed è fatto soggetto ad una notevole crescita incontrollata. In un futuro, che probabilmente è già qui, è necessario tener ferma quella comunicazione formativa come neo-paradigma di socializzazione (e di esistenza personale) affinché sia “architrate su cui dovrà poggiare la società plurale e aperta del futuro e quel soggetto “proprio” e flessibile che dovrà abitarla” (Anichini et al., 2012, p. 63). Seppure con i caratteri dell'informale che il panorama comunicativo delinea, l'educazione deve consentire di “rilevare il senso vero dell'esistenza umana e il valore di una visione politica in grado di accedere ai complessi meccanismi del nostro tempo, disponibile a individuare nuove armonie tra convivenze e tornanti d'ambito e la tensione verso il bene di tutti” (Elia, 2024, p. 280).

Riferimenti Bibliografici

- Anello, F. (2023). La comunicazione verbale dell'insegnante nell'uso del Reciprocal Teaching per la comprensione in lettura: Uno studio esplorativo. *Formazione & insegnamento*, 21(1), 62–70. https://doi.org/10.7346/-fei-XXI-01-23_09
- Anichini, A., Boffo, V., Cambi, F., Mariani, A., & Toschi, L. (2012). *Comunicazione formativa: Percorsi riflessivi e ambiti di ricerca*. Apogeo.
- Balzano, G. (2022). Il ruolo del digitale a scuola dopo la pandemia. Verso una scuola 4.0. *Studi Sulla Formazione/*

- Open Journal of Education*, 25(2), 87–92. <https://doi.org/10.36253/ssf-14039>
- Bandler, R. (2023). *Insegnare e imparare con la PNL: Come usare la programmazione neuro-linguistica per migliorare l'apprendimento*. Unicomunicazione.it.
- Bardulla, E. (1991). Sport, turismo e mass-media: Le risorse dell'educazione informale. In N. Galli (Ed.), *Educare nella società complessa: Problemi, esperienze, prospettive* (pp. 183–211). La Scuola.
- Bargaglia, B., Zaggia, C., & Doria, B. (2023). La motivazione all'apprendimento nella formazione a distanza: Uno studio sui cambiamenti percepiti dagli studenti dopo il lockdown. *RTH - Education & Philosophy*, 10, 9731. <https://doi.org/10.6093/2284-0184/9731>
- Biagioli, R., Grilli, A., & Rozzi, F. (2022). La formazione digitale per gli insegnanti: Il modello digitale integrato del Corso di Laurea in Formazione Primaria all'Università di Firenze. *Annali online della Didattica e della Formazione Docente*, Vol 14, 3-17. Paginazione. <https://doi.org/10.15160/2038-1034/2403>
- Broccoli, A. (2024). Comunicazione. In D. Simeone (Ed.), *Dizionario di Pedagogia generale e sociale* (pp. 67–72). Scholè.
- Buber, M. (1960). *Il principio dialogico*. Edizioni di comunità.
- Calvani, A. (2004). *Educazione, comunicazione e nuovi media: Sfide pedagogiche e cyberspazio*. UTET.
- Cambi, F. (2011). Neuroscienze e pedagogia: Quale rapporto? [Application/pdf]. *Studi sulla Formazione*, 14(1), 19–25. https://doi.org/10.13128/STUDI_FORMAZ-10788
- Capruso, M. (2015). Educazione e neuroscienze. *L'integrazione Scolastica e Sociale*, 14(1), 49–60.
- Carrón, J. (2020). *Educazione, comunicazione di sé: Un contributo all'evento voluto da papa Francesco "Ricostruire il patto educativo globale"*. San Paolo.
- D'Agostini, M., & Crescentini, C. (Eds.) (with Fabbro, F.). (2022). *Le vie della conoscenza: Riflessioni sull'attività di ricerca in ambito scientifico e umanistico: Festschrift in onore di Franco Fabbro*. Mimesis.
- Del Gobbo, G. (2021). Sustainability mindset: A challenge for educational professions? *Form@re - Open Journal per La Formazione in Rete*, 21(2), 1–5. <https://doi.org/10.36253/form-11549>
- Elia, G. (2024). Politica. In D. Simeone (Ed.), *Dizionario di Pedagogia generale e sociale* (pp. 276–281). Scholè.
- Gabbi, E. (2023). Be connected, exchange, but also create: Teachers' professional growth within an online community of practice. *Form@re - Open Journal per La Formazione in Rete*, 23(2), 228–243. <https://doi.org/10.36253/form-14509>
- Galli, N. (Ed.). (1991). *Educare nella società complessa: Problemi, esperienze, prospettive*. La Scuola.
- Impara, L. (2020). *Percorsi formativi per un rinnovamento educativo e pedagogico*. Armando.
- McLuhan, M. (2019). *Educazione e nuovi media: Come evitare il collasso della cultura di fronte allo strapotere dei media* (E. Gandini Gamaleri, Trans.; Revised). Armando.
- McLuhan, M. (2023). *L'educazione nell'età elettronica* (S. Biasio, Ed.). Edizioni ETS.
- McLuhan, M. (2024). *I new media: Opportunità e rischi per la società* (G. Gamaleri, Ed.). Armando.
- Pati, L. (1996). *L'educazione nella comunità locale: Strutture educative per minori in condizione di disagio esistenziale* (1st ed.). La Scuola.
- Ricoeur, P. (2005). *Percorsi del riconoscimento: Tre studi* (F. Polidori, Ed.). Raffaello Cortina.
- Santelli Beccegato, L. (2014). *Pedagogia sociale*. La Scuola.
- Sciacca, F. (Ed.). (2022). *Buoni e cattivi: Etica, politica e potere al tempo di internet*. Mimesis.
- Tedesco, A. (2020). La nuova frontiera delle competenze: Una scuola per la cittadinanza. *Formazione & insegnamento*, 18(1), 532–542. https://doi.org/10.7346/fei-XVIII-01-20_45
- Watzlawick, P., Bavelas, J. B., & Jackson, D. D. (1967). *Pragmatics of human communication: A study of interactional patterns, pathologies, and paradoxes*. Norton and Co.
- Zhao, K., & Sun, Z. (2024). Continuing Education and Professional Development: Teachers' Roles and Challenges in Cbme Implementation. *Medical Teacher*, 1–1. <https://doi.org/10.1080/0142159X.2024.2374509>