

GENERAZIONE DIGITALE

Mi sembra opportuno, in apertura, fare riferimento al paragrafo n.51 del **Documento della CEI “Educare alla vita buona del Vangelo” dal titolo “La comunicazione nella cultura digitale”**

51. La comunità cristiana guarda con particolare attenzione al mondo della comunicazione come a una dimensione dotata di una rilevanza imponente per l’educazione. La tecnologia digitale, superando la distanza spaziale, moltiplica a dismisura la rete dei contatti e la possibilità di informarsi, di partecipare e di condividere, anche se rischia di far perdere il senso di prossimità e di rendere più superficiali i rapporti.

La crescita vorticoso e la diffusione planetaria di questi mezzi, favorite dal rapido sviluppo delle tecnologie digitali, in molti casi acuiscono il divario tra le persone, i gruppi sociali e i popoli.

Soprattutto, non cresce di pari passo la consapevolezza delle implicazioni sociali, etiche e culturali che accompagnano il diffondersi di questo nuovo contesto esistenziale.

Agendo sul mondo vitale, i processi mediatici arrivano a dare forma alla realtà stessa. Essi intervengono in modo incisivo sull’esperienza delle persone e permettono un ampliamento delle potenzialità umane. Dall’influsso più o meno consapevole che esercitano, dipende in buona misura la percezione di noi stessi, degli altri e del mondo.

Essi vanno considerati positivamente, senza pregiudizi, come delle risorse, pur richiedendo uno sguardo critico e un uso sapiente e responsabile.

Il loro ruolo nei processi educativi è sempre più rilevante: le tradizionali agenzie educative sono state in gran parte soppiantate dal flusso mediatico. **Un obiettivo da raggiungere, dunque, sarà anzitutto quello di educare alla conoscenza di questi mezzi e dei loro linguaggi e a una più diffusa competenza quanto al loro uso.**

Il modo di usarli è il fattore che decide quale valenza morale possano avere. Su questo punto, pertanto, deve concentrarsi l’attenzione educativa, al fine di sviluppare la capacità di valutarne il messaggio e gli influssi, **nella consapevolezza della considerevole forza di attrazione e di coinvolgimento di cui essi dispongono.** Un particolare impegno deve essere posto nel tutelare l’infanzia, anche con concreti ed efficaci interventi legislativi.

Pure in questo campo, l’impresa educativa richiede un’alleanza fra i diversi soggetti. Perciò sarà importante aiutare le famiglie a interagire con i media in modo corretto e costruttivo, e mostrare alle giovani generazioni la bellezza di relazioni umane dirette. Inoltre, **si rivela indispensabile l’apporto dei mezzi della comunicazione promossi dalla comunità cristiana (tv, radio, giornali, siti *internet*, sale della comunità)** e l’impegno educativo negli itinerari di formazione proposti dalle realtà ecclesiali. Un ruolo importante potrà essere svolto dagli animatori della comunicazione e della cultura, che si stanno diffondendo nelle nostre comunità, secondo le indicazioni contenute nel *Direttorio sulle comunicazioni sociali*

L’impegno educativo sul versante della nuova cultura mediatica dovrà costituire negli anni a venire un ambito privilegiato per la missione della Chiesa.

Il **Rapporto-proposta “La sfida educativa”** (2009) sollecita a cogliere le opportunità educative di internet nei suoi diversi aspetti: blog, forum e tutte le novità della comunicazione digitale.

Occorre attrezzarsi, da parte dei genitori, in modo da non restare esclusi dai mondi dei propri figli e, da parte degli insegnanti, in modo da diventare protagonisti della **SFIDA** volta a trasformare il mondo dei media in luogo educativo, avviando i ragazzi ad un utilizzo e ad un **consumo critico** di tali media, sia tradizionali, sia nuovi.

BENEDETTO XVI°, il 24 aprile 2010, nel discorso conclusivo al **Convegno nazionale “Testimoni digitali volti e linguaggi nell’era crossmediale”** ha affermato: “senza timori vogliamo prendere il largo nel mare digitale, affrontando la navigazione aperta con la stessa passione che da duemila anni governa la barca della Chiesa. Più che per le risorse tecniche, pur necessarie, vogliamo qualificarci abitando anche questo universo con un

cuore credente, che contribuisca a dare un'anima all'ininterrotto flusso comunicativo della rete".

Il cardinale BAGNASCO, nel saluto al Papa, ha detto: "entriamo da credenti nel continente digitale, per le **grandi opportunità che esso offre alla diffusione dell'annuncio cristiano**".

La passione per Dio e per l'uomo dovrebbe essere la nuova bussola per il cristiano che si impegna nei media in modo da dare nuovi contenuti alle tante forme di deserto che oscurano Dio e svuotano le coscienze.

Oltre alle testimonianze delle Autorità Ecclesiastiche, è risultato utile raccogliere interventi dei maggiori esperti delle "**trasformazioni**" che avvengono con l'uso di Internet e degli altri mezzi digitali.

Le mutazioni sostanziali si riscontrano nella mente di chi li usa e giungono fino a forgiare lentamente un nuovo soggetto antropologico.

Gli Esperti illustrano le metamorfosi in atto presso molti ragazzi, spinti ad elaborare un linguaggio ed un mondo autoreferenziale.

Per questo alla **domanda se Internet sia buono o cattivo** dobbiamo rispondere che dipende solo da chi lo usa: è come il bisturi che può servire per operare o per uccidere ed un motore che può condurre un carro armato o una ambulanza.

Il web è uno strumento per comunicare, quindi può aiutare la gente a conoscersi di più e di conseguenza a comprendersi di più.

Scoprendo le nuove frontiere dell'educazione si può "**crescere**" in umanità, libertà, responsabilità: **è questa la sfida di Internet**.

Internet e i nuovi media stanno cambiando la vita dei nostri ragazzi, i quali, sempre in maggior numero, fanno parte di questa "**comunità virtuale**": costituiscono il "**popolo di Internet**".

L'**Università Pontificia Salesiana**, nello spirito salesiano sempre rivolto ai giovani, ha svolto con studiosi esperti di questo argomento una Convegno il 18 e 19 settembre 2009 rivolgendosi ad insegnanti, educatori, formatori, genitori e studenti universitari, affinché approfondiscano le opportunità educative dei nuovi media, in modo da essere educatori della **generazione 2.0** e fare in modo che i ragazzi non siano consumatori passivi ma creatori responsabili.

Il **Web 2.0** è un termine utilizzato per indicare genericamente uno stato di evoluzione di Internet (ed in particolare del World Wide Web), rispetto alla condizione precedente. Si tende ad indicare come Web 2.0 l'insieme di tutte quelle applicazioni online che permettono uno **spiccato livello di interazione sito-utente** (blog, forum, chat, sistemi quali Wikipedia, Youtube, Facebook, Myspace, Twitter, Gmail, Wordpress, ecc.).

Si riportano di seguito estratti dal testo "*Educare ai tempi di Internet. Imparare, proporre e crescere nella rete*" di Autori vari, Editrice Elledici, 2010. In particolare si fa riferimento alla relazione "*Generazione 2.0*" di Barbara Bruschi.

Nella relazione vengono distinti i nati dopo il 1980, indicandoli come "nativi digitali", differenziati dai nati prima della diffusione di Internet che vengono chiamati "immigrati digitali".

Ma la distinzione deve indirizzarsi a cogliere aspetti connessi più che all'età, alle pratiche d'uso delle tecnologie.

La distinzione anagrafica non è adatta a rappresentare il fenomeno, infatti, alcuni, pur appartenendo alle nuove generazioni, non sono affatto digitali, in contrapposizione ad adulti che vivono in piena cittadinanza il rapporto con le tecnologie digitali.

Per questo motivo è stato coniato un nuovo termine, il neologismo "infopovero" per indicare chi non ha una sufficiente competenza informatica e non domina le nuove tecnologie. (confrontare M. Biffi *Infopovero*, 2009 con richiamo a T. Bianchi 1998)

Di conseguenza, il superamento del concetto di "immigrato digitale", consente di non guardare più agli adulti come a soggetti "mancanti" di qualche cosa ma come "risorsa" per le nuove generazioni, punto di riferimento culturale e sociale.

N. Negroponete, nel suo volume "essere digitali" del 1995, ha indicato nelle tecnologie digitali un cambiamento epocale ed ha affermato: "**la posta elettronica è uno stile di vita che influenza il nostro modo di lavorare e di pensare**".

L'essere *digitali* significa costruire ed affrontare la realtà, sfruttando le nuove tecnologie per informarsi, per comunicare, per svolgere la propria attività professionale ed anche per fare volontariato, per pubblicare contenuti creativi e per intervenire nel dibattito politico e sociale.

Ricordando "Essere ed avere" di Eric Fromm, non si tratta di "avere" le tecnologie, ma di pensare digitale, di vivere digitale, di "essere digitale".

Perciò le **Scienze dell'educazione** sono tenute a sviluppare i principi della "**media education**" come si deduce dal volume di D.Buckingham *Media Education, Alfabetizzazione, apprendimento e cultura contemporanea*, del 2006.

La "media literacy" = "alfabetizzazione ai media" comporta necessariamente oltre al saper leggere anche saper scrivere i media.

I ragazzi vanno educati non solo ad essere "consumatori" dei media, ma, a pieno titolo, "produttori" di media.

Il Web 2.0 attribuisce all'utente un "**ruolo attivo**" per cui egli non si limita alla consultazione dei contenuti, ma provvede alla loro produzione.

Essere digitali significa essere al centro delle dinamiche digitali e costruire nei media il proprio "modo" di stare al mondo.

E. Barret nel volume *Sociomedia. Multimedia*, del 1994, parla di passaggio dal "my media" al "socio media".

Pertanto l'esistenza digitale non è un fenomeno innato, dato dalla convivenza con le tecnologie, ma è un processo determinato da una formazione di tipo digitale consistente in una alfabetizzazione più una socializzazione.

Perciò, in linea di continuità, è in corso una trasformazione accessibile a tutti coloro che, per varie motivazioni, sono interessati ad essa.

In particolare in "educazione" interessa approfondire quali dinamiche debbano essere attivate per garantire una crescita ed uno sviluppo positivo dei più giovani.

Prendiamo in esame alcune "**parole chiave**" e cioè concetti fondamentali.

Conoscenza. La conoscenza è un dovere a cui siamo tenuti.

I genitori sono tenuti a conoscere le nuove dimensioni in cui si svolge l'esistenza dei loro figli: videogiochi, blog, chatting, servizi del web 2.0. e devono essere in grado di comprendere la complessità di tali situazioni, al fine di effettuare corrette valutazioni e valide, nonché efficaci, scelte educative.

Dal canto loro, i più giovani sono tenuti ad appropriarsi delle conoscenze necessarie per muoversi efficacemente nei nuovi contesti professionali, sociali, economici, politici e culturali, secondo i principi dell'alfabetizzazione per il XXI secolo.

Gli adulti, al di là del ruolo educativo o meno cui possono essere chiamati, dovrebbero conoscere le realtà digitali per prendere parte alle dinamiche di cittadinanza che sempre di più trovano una loro espressione importante all'interno dei circuiti digitali.

Educazione. Il compito principale degli adulti consiste nel fornire una buona educazione che consenta, soprattutto ai più giovani, di condurre una sana e corretta esistenza digitale.

Due sono gli snodi educativi da affrontare: **l'educazione alla responsabilità**, intesa come la conoscenza, che gli utenti della rete in generale, ma gli adolescenti in particolare, dovrebbero dimostrare rispetto alle conseguenze che derivano da certe attività svolte nel web.

Segue **l'educazione alla cittadinanza** intesa, sia in termini di produzione di conoscenza, sia in termini di analisi e fruizione critica e consapevole dei nuovi media.

Da sempre, la media education insiste sull'importanza di favorire la "cittadinanza democratica" (Buckingham, 2006).

Se in un passato i media venivano visti con atteggiamento difensivo, oggi si preferisce preparare le nuove generazioni alla consapevolezza e alla partecipazione attiva, intesa come principale forma di «controllo» dei media stessi.

Fiducia. La costruzione di un rapporto di fiducia avviene attraverso la definizione e condivisione di regole precise e di indicazioni dettagliate rispetto alle criticità della rete e dei media digitali più in generale. Ciò comporta, da parte degli educatori, una conoscenza puntuale dei servizi e dei meccanismi di rete e la disponibilità ad una partecipazione attiva all'esistenza digitale dei più giovani, al fine di poter comprendere pienamente, non solo il

funzionamento dei servizi, ma le dinamiche sociali e culturali che sono attivate al loro interno. Solo in questo modo le regole potranno essere significative e condivisibili.

Scena, retroscena e ruoli. Il problema della condivisione degli spazi digitali tra soggetti che occupano ruoli differenti si sta presentando in tutta la sua complessità. Cosa deve rispondere l'utente a cui il «capo» chiede amicizia su Facebook? E il docente che riceve una richiesta di amicizia da parte dei suoi studenti, deve accettare o sarebbe meglio un gentile rifiuto?

Ad entrare in campo ci sono fattori come: la credibilità, l'autorevolezza, la privacy, la gestione dell'identità che, per la loro complessità, devono essere affrontati evitando la leggerezza e nella consapevolezza che i servizi digitali introdotti con il web 2.0, se da una parte favoriscono le possibilità individuali di partecipazione, dall'altra aumentano anche l'incidenza e la portata dei rischi.

E' necessario mettere in atto delle scelte ben ponderate.

Privacy. Si tratta di tutelare la propria immagine e i propri dati in modo che non possano essere usati da terze persone per finalità illegali o lesive. Innanzitutto, è fondamentale sapere e ricordare che tutto ciò che viene messo in rete è assolutamente pubblico e che lascia una traccia indelebile dietro a sé. Inoltre, nel momento in cui tutto è accessibile a tutti è impossibile sapere chi si appropria di informazioni e dati che ci riguardano e a quale scopo. Dunque, occorre valutare molto bene prima di pubblicare qualunque informazione.

Creatività. Come noto, una delle caratteristiche del web 2.0 è la centralità dell'utente inteso non più come un fruitore di informazioni prodotte da altri, ma come creatore principale di contenuti. La totalità dei servizi 2.0 (Facebook, YouTube, Google Groups, ecc.) parte proprio dal principio che le informazioni inserite dagli utenti sono la materia prima che garantisce l'esistenza stessa del servizio. Ciò significa, in qualche modo, che per essere in rete oggi, per condurre la propria esistenza digitale **non è più sufficiente essere connessi e navigare, ma occorre scrivere, fotografare, ma soprattutto pubblicare.**

Si tratta di un passaggio di grande interesse, questo reso possibile dal web 2.0, che in epoche precedenti era stato fortemente stimolato. Si pensi all'introduzione degli ipertesti e alle teorie che ne derivarono rispetto alla riduzione del potere dell'autore unico, verso l'acquisizione di importanza del ruolo dei lettori-scrittori (Landow G., 1983; Bush V., 1945). Se, però, con gli ipertesti non si era riusciti a passare dalla teoria alla pratica, con il web 2.0 non solo questo passaggio è avvenuto, ma è diventato l'elemento fondante di un nuovo modo di stare in rete. La creatività dimostrata dagli utenti, talvolta, viene considerata anche la criticità maggiore del web 2.0, in quanto, come abbiamo in parte dimostrato in precedenza, possono nascere delle difficoltà con cui non siamo ancora abituati a confrontarci (gestione della privacy, appropriazione di dati personali).

Tuttavia, occorre sottolineare che questi processi creativi costituiscono anche una grande rivoluzione nel rapporto che si definisce tra soggetti e media. Un rapporto che, da sempre, **la media education tende a concentrare attorno ai processi produttivi e creativi**, intesi quale unica forma di fruizione che non sfocia nell'atteggiamento passivo determinato dai media analogici e che consente lo sviluppo di competenze nell'analisi critica dei prodotti e nella loro valutazione consapevole.

Scientificità e verità. Una delle caratteristiche più evidenti della rete è che, al suo interno, è possibile trovare ormai di tutto. Qualunque informazione, notizia, immagine, filmato, mappa ci occorra possiamo avere la certezza, quasi totale, che in rete sarà disponibile. Per questo motivo, quotidianamente, milioni di soggetti navigano tra le pagine web alla ricerca delle informazioni necessarie per poter portare a termine il proprio lavoro o per impostare un progetto o per studiare.

Molti sanno, però, che **non tutto ciò che è presente e disponibile in rete è valido** dal punto di vista scientifico e corrisponde a realtà. Ciò proprio in virtù del fatto che da sempre, ma in maniera più evidente con l'ingresso del web 2.0, **chiunque può pubblicare in Internet** a prescindere dalle proprie credenziali e, soprattutto, dalle competenze personali. Ciò ha fatto sì che **la quantità di sapere a disposizione sia enorme**, ma che **la possibilità di incontrare materiale non valido dal punto di vista scientifico sia altrettanto probabile.**

Questo elemento di criticità assume dimensioni considerevoli soprattutto nel caso dei più giovani che risultano meno preparati a discernere ciò che è valido da ciò che non lo è, a distinguere le informazioni che possono essere considerate «vere» da quelle che invece non lo sono.

Risulta pertanto fondamentale **che la scuola metta in atto delle iniziative volte ad educare ad un uso consapevole della rete**, che non si esaurisca nella definizione dei potenziali pericoli, ma che includa forme di alfabetizzazione specifica in cui siano trasmessi gli orientamenti necessari per la **ricerca, selezione e gestione delle informazioni in Internet**.

Si tratta di fornire agli studenti delle indicazioni precise circa le modalità secondo cui effettuare ricerche efficaci e attraverso cui individuare materiali che possano essere considerati scientificamente validi. Risulta altresì fondamentale ritornare alla cultura della documentazione intesa come l'organizzazione delle informazioni e l'accesso alla conoscenza secondo modalità e criteri scientificamente determinati (Otlet R, 1990).

Etica. Anche in questo caso la scuola svolge e svolgerà un ruolo determinante nel trasmettere, alle nuove generazioni di naviganti, gli orientamenti e le norme necessarie per la salvaguardia della libertà digitale.

In particolare, è fondamentale assicurare che il materiale scaricato dal web sia rispettoso delle differenze, della libertà di pensiero, di parola e di espressione.

L'attenzione dovrebbe essere rivolta, in particolare, ai più giovani innanzitutto in quanto, in funzione della loro giovane età, necessitano di interventi finalizzati allo sviluppo di atteggiamenti eticamente corretti.

Dall'altra, anche perché sono, a tutti gli effetti, tra i principali abitanti della rete e occorre che mettano in atto comportamenti in linea con i principi della cittadinanza digitale.

Valorizzazione. Da quanto affermato sin qui e da ciò che si può rilevare dalla semplice osservazione dei giovani utenti della rete, allo stato attuale la disponibilità delle risorse digitali viene data, dalla maggior parte degli utenti, come assolutamente scontata.

Se, da una parte, ciò può essere considerato un atteggiamento «normale», dall'altra costituisce un fattore problematico in quanto rischia di «banalizzarne» il ruolo della rete e il suo valore nel contribuire allo sviluppo sociale, economico e politico dei Paesi e delle Comunità.

In questo momento, **è fondamentale che le nuove generazioni**, e la maggior parte degli utenti, **acquisiscano una dimensione finalizzata ad un migliore sviluppo delle conoscenze**.

BIBLIOGRAFIA :

AA.VV. (2010). *“Educare ai tempi di Internet. Imparare, proporre e crescere nella rete”*, Editrice Elledici.

E. BARRET, (1994), *Sociomedia. Multimedia, hypermedia and the social construction of knowledge*, MIT Press.

B. BRUSCHI, A. PAROLA, (2005), *Figli dei media*, Torino, SEI.

D. BUCKINGHAM, (2006), *Media Education. Alfabetizzazione, apprendimento e cultura contemporanea*, Trento, Erickson.

N. NEGROPONTE, (1995), *Essere digitali*, Milano, Sperling & Kupfer.

P. OTLET (1990), *International Organisation and Dissemination of Knowledge: Selected Essays of Paul Otlet*, Illinois, Elsevier for the International Federation of Documentation, <http://hdl.handle.net/2142/4004>

Sintesi del capitolo sui MASS MEDIA della Sfida Educativa

Tra educazione e comunicazione c'è stretto rapporto perché si educa comunicando ed al tempo stesso ci si educa a comunicare.

Due sono i tipi di media:

- 1) **New media**: telefoni-cellulari (per le applicazioni evolute), internet (siti web, e-mail, chat, blog, forum), comportano relazioni fondate anche su interessi, gusti,

cultura. Un esempio di nuove aggregazioni che utilizzano internet sono i Social networks (facebook, myspace, twitter, ecc.)

2) **Mass media:** stampa, cinema ed in particolare TV.

Mc Luhan afferma che da villaggio globale si è passati a teatro globale

- i giornalisti sono gatekeepers (mediatori della conoscenza)
- le fiction così come i talkshow, afferma Paul Ricoeur, dilatano l'orizzonte dell'esistenza.

Tre sono gli **aspetti di forza dei media:**

- 1) conferiscono prestigio a ciò di cui si occupano
- 2) forniscono materiale ai nostri discorsi
- 3) trasmettono un realismo con relazioni para-sociali.

La conseguenza è la pervasività dell'ambiente mediatico.

Tuttavia l'incontro avviene sempre fra due libertà e due volontà autonome: quella dell'emittente e quella del destinatario.

A questo punto si pone la domanda: **i Media hanno responsabilità educativa?**

- 1) Essendo l'educazione relazione interpersonale (Incontro di due libertà), i media non possono essere poli di una relazione educativa.
- 2) L'altra faccia dei media è che essi, per il loro fascino ed il loro vantaggio competitivo, interferiscono nel processo educativo.

Ma qui entra in gioco la **credibilità degli adulti**. Romano Guardini nella "Credibilità dell'educatore" afferma: "io adulto sono credibile se in cammino di crescita con loro".

Nello svolgimento pratico la logica che sta alla base è sempre quella della ricerca del massimo indice di ascolto e, quanto ai contenuti, le caratteristiche sono:

- 1) I programmi sono svolti per i più piccoli e poi per il mondo degli adulti. Non c'è attenzione né per i pre-adolescenti né per gli adolescenti.
- 2) I cartoni animati fanno la parte del leone. Invece i bambini avrebbero bisogno di esplorare la realtà e, spesso, finiscono per seguire i programmi per adulti.
- 3) Spesso si inserisce il marketing, i gadget, la strategia pubblicitaria e tutto condiziona l'utenza.

Due sono i **criteri di credibilità dei media:**

1) **Cercare e dire la verità.**

Non come ha detto Luhmann valorizzare solo quello che ha il carattere di "novità", ma sinceramente cercare di comprendere come stanno le cose, senza temere controlli e smentite.

2) **Orientamento all'umano.**

Evitare di parlare quasi esclusivamente il linguaggio delle emozioni, senza sollecitare la riflessione.

La scuola in particolare ha il compito di abituare al giudizio ed all'esercizio del senso critico: giudicare secondo i valori del bene, del bello, del buono, del giusto.

Le principali **tendenze negative** dei programmi dei media sono:

- a) l'identità spettacolarizzata: l'apparire, la notorietà
- b) il fascino del negativo: cattive notizie, devianze, situazioni di odio, frustrazioni
- c) l'immagine dell'adulto ed il disincanto del bambino: si procede ad una delegittimazione del mondo degli adulti "gli adulti corrotti, violenti, mentitori".
Questo porta nei bambini disillusione e sfiducia su ogni comportamento adulto.

NUOVI MEDIA: ERA DIGITALE

Sono nati dalla confluenza di due filoni tecnologici:

- l'informatica
- le telecomunicazioni

Le conseguenze sono:

- 1) **la pervasività:** penetrano in ogni ambiente
- 2) **l'interattività:** si rompe la divisione dei ruoli fra emittente e ricevente, perché il ricevente può diventare co-autore

- 3) **l'appropriazione e la condivisione** dei contenuti mediali: siti, blog ecc. fino a Wikipedia

Conseguenza principale: l'amicizia, la reciprocità per cui l'amicizia in rete **può assumere valenza educativa**, in base alla qualità della relazione ed alla qualità della conversazione.

RISCHI:

- 1) i **cattivi maestri**: gruppi estremisti e violenti che disseminano odio e intolleranza; pornografia; mercificazione del sesso
- 2) **falsi amici**: adescamento in rete, invasività commerciale, inganni vari

RELAZIONI INQUINATE:

- a) **narcisismo**: blog personali, uso egocentrico di facebook
- b) **identità truccate**, favorite dai nicknames con false identità, inganni vari, giochi perversi
- c) **rifugio nella rete**, inteso come **fuga dalle relazioni concrete**, fino ad originare vere e proprie patologie

OPPORTUNITA' E PROGETTI POSITIVI

- 1) la **socializzazione in rete** non è verticale ma largamente orizzontale
- 2) riconoscimento e valorizzazione delle competenze dei più giovani, con **crescita dell'autostima**
- 3) apertura alla **partecipazione civica e democratica** a temi civili, etici e politici.

RISPOSTE POSITIVE si possono dare col principio di precauzione e col senso di responsabilità:

1) principio di precauzione

Siccome ci si attiene alle regole del mercato (auditel) prevalgono notizie leggere, gossip ed anche trasgressione, volgarità e violenza.

La legislazione europea, a tale proposito, richiama alla tutela della salute e dei consumatori, per non introdurre prodotti mediali pericolosi per la salute. Bisogna evitare anche il rischio di imitazione ed assuefazione alla violenza attraverso i media.

2) IL SENSO DI RESPONSABILITA'

Non basta la precauzione, occorre anche un protagonismo attivo, come **deliberata volontà di bene**. Il filosofo Karl Popper ha sostenuto che la responsabilità degli operatori è come quella degli insegnanti ed il giornalista E. Rossi dice che nel mestiere degli operatori non si può essere cinici.

Bisogna tener presente che fiction e film agiscono in modo efficace sui destinatari.

E' importante che i contenuti siano positivi. Per tale scopo è necessario:

- a) che i professionisti (operatori, registi) orientino al bello, al buono, al giusto
- b) che i destinatari siano educati ad un "consumo critico" e, attraverso il dialogo, preparati sia alla buona scelta sia alla critica.

A partire dalla **Chiesa**, dall'Università, dall'Ordine dei giornalisti, risulta fondamentale la formazione dei comunicatori.

La **SCUOLA**, fin dall'età dell'obbligo, ha il compito dell'alfabetizzazione ai linguaggi dei media (OBBLIGO DELLA MEDIA EDUCATION), ma anche di promuovere l'autonomia critica che sappia utilizzare i media nel modo giusto.

Le **FAMIGLIE** devono educare ad un uso positivo e critico dei media. Occorrono:

- a) "difesa esterna": vigilanza per non esporre i più piccoli a contenuti inadatti e pericolosi
- b) "difesa interna": seguire con intelligenza e criticità i messaggi.

PARROCCHIE ed ASSOCIAZIONI possono realizzare iniziative di formazione rivolte ai genitori su un utile uso dei media, sia di quelli tradizionali, sia dei new media.

Bibliografia: Gili G., (2006), "La violenza televisiva" - Luhmann (2000), "La realtà dei mass media" - Popper, (2002), "Cattiva maestra TV"