

**Tratto** da: S. Blezza Picherle, *Le dimensioni dell'ascolto*, in G. B. Modonutti (a cura di), *Prevenzione, giovani ed uso di sostanze '02*, Edizioni Goliardiche, Trieste 2002 , pp. 199 – 226. [Copyright ©](#)

## Società della comunicazione e carenza di ascolto

di Silvia Blezza Picherle

*Questo testo, che è solo parte dell'intero saggio citato, l'ho scritto nel 2002, eppure, nonostante i molti anni trascorsi, mi sento di poter confermare tutto ciò che ho esposto ed anche la validità degli studi e delle ricerche a cui faccio riferimento. Direi che i problemi evidenziati non solo permangono, anzi, si sono acuiti anche a causa dell'invasività di media sempre più raffinati, di una vita sempre più vorticoso e superficiale, di una comunicazione sempre più egocentrica ed urlata, dello smarrimento di un parlare autenticamente dialogante.*

Sul finire degli anni '80 il filosofo del linguaggio Massimo Baldini, sosteneva che nelle società industriali avanzate della fine del secondo millennio stava diventando dominante **la cultura del "non- ascolto"**, dove tutti urlavano e parlavano e nessuno ascoltava. Si era verificata una vera e propria "atrofizzazione" dell'ascolto, nel senso che «la capacità di ascoltare il vicino, ma anche se stessi, si è affievolita, intorpidita, depotenziata» (Baldini, 1988). Per Baldini questa situazione derivava da molteplici fattori, alcuni correlati a *tratti di personalità* (egocentrismo, narcisismo, individualismo), altri a *mancaza di competenza* (incapacità di usare un linguaggio chiaro e preciso o di controllare il proprio atto comunicativo), altri ancora, e non certo meno importanti, all'*influsso* che i *media* e lo *stile di vita* potevano avere esercitato nel tempo sulla capacità di ascolto. Secondo lo studioso era venuta a **mancare un'educazione all'ascolto** non solo in famiglia ma anche nella scuola, da sempre più preoccupata ad insegnare scrivere ed a leggere che ad ascoltare in modo attivo.

Da allora la società è ulteriormente cambiata, e non certo in meglio, poiché l'influsso dei *new media* ha prodotto ulteriori profonde modificazioni nelle comunicazioni interpersonali e nello stile di vita.

### I paradossi della società della comunicazione

La società contemporanea si caratterizza in prima istanza per la grande *quantità* di informazioni e di narrazioni che i diversi tipi di *media* trasmettono a ritmo incalzante. Si

tratta di una vera e propria "*esplosione comunicativa*", che ci vede tutti impegnati in un'intensa attività di visione e di "ascolto".

Viviamo altresì in un tempo connotato dalla "*comunicazione universale*", poiché le innovative e raffinate tecnologie offrono agli uomini sempre maggiori possibilità di comunicare tra di loro, sia spostandosi fisicamente sia interagendo "a distanza". Basti pensare alla rete telematica, alla telefonia cellulare e alle mille altre frontiere interattive che collegano le persone in tempo reale.

Tutto ciò *potrebbe far supporre* che sia avvenuto un *miglioramento* anche nelle *modalità di ascolto*. Eppure i dati che provengono dai più diversi ambiti di ricerca fotografano **un mondo in cui l'incomunicabilità e la superficialità nell'ascoltare gli altri si sono addirittura accentuati**.

Si tratta di un *problema "sommerso"*, che spesso sfugge alle rilevazioni statistiche ed alle indagini, in quanto difficilmente analizzabile sperimentalmente. Esso si manifesta in prima istanza nel momento in cui si fa ricorso a metodi osservativi di tipo qualitativo, i quali guardano ai rapporti interpersonali come ad un "testo da interpretare" attraverso criteri ermeneutici (Gennari, 1992). Infatti molti problemi – anche rilevanti – emergono nel momento in cui si colgono e si interpretano i "segnali" singolari ed imprevedibili, spesso silenti o nascosti, che i diversi contesti relazionali inviano. Inoltre il riconoscimento di un "problema d'ascolto" richiede il ricorso pure a contributi scientifici pluridisciplinari, dai quali si possono ricavare concetti e dati significativi per una riflessione critica specifica.

Sono trascorsi molti anni dalle parole di Baldini e, nonostante molte scuole abbiano avviato negli anni **"Progetti" di educazione all'ascolto**, la situazione non sembra essere migliorata di molto. Un segno che indica come l'incapacità di ascoltare sia un problema diffuso è rappresentato da alcuni *spot pubblicitari (pubblicità progresso)* che vengono trasmessi in televisione e alla radio, con lo scopo di invitare a riscoprire la ricchezza della comunicazione interpersonale, sollecitando in particolare i genitori ad ascoltare i figli adolescenti che inviano continue richieste d'affetto, rimaste spesso inascoltate<sup>1</sup>. Si tratta di immagini e brevi frasi di consigli apodittici che non riescono certo ad incidere sui comportamenti. Ci vuole ben altro, infatti, per educare al cambiamento.

Altri segnali allarmanti ci provengono da diversi ambiti di ricerca. Ci sembrano particolarmente interessanti gli studi che mettono in evidenza come la fruizione abituale, massiccia ed eccessiva dei *media* possa contribuire ad una *diminuzione del tempo*

---

<sup>1</sup> Si pensi, ad esempio, agli spot trasmessi sulle rete RAI e sulle tv private dal 2001 al 2004 dal titolo "*Chi ascolta cresce*". In essi si vedono persone che adottano gesti eclatanti (urlare, fare le boccacce, gridare, ecc.) per impedirsi di ascoltare qualcuno che sta parlando con loro. Il tutto si concludeva con questa frase-consiglio "Le parole degli altri possono arricchirci, ascoltiamo".

d'ascolto e ad una *perdita della qualità* dello stesso. Non si tratta di assumere una posizione "apocalittica" verso i media, ritenendoli la causa prima degli attuali problemi comunicativi, in quanto ciò sarebbe scorretto scientificamente (Eco, 1964). Il ruolo attivo che assume il singolo e l'incidenza profonda del contesto socio-culturale sono variabili che vanno tenute nella giusta considerazione (Wolf, 1992)<sup>2</sup>. In questa sede si vogliono **proporre** piuttosto **alcune riflessioni critiche** che aiutino a capire e a delineare meglio le nuove ed emergenti "difficoltà d'ascolto".

### Le metamorfosi dell'ascolto

I *media* hanno **rimodellato il "sensorio"**, portando ad un *cambiamento delle modalità di lettura e di scrittura, dei tempi e delle caratteristiche del divertimento*, nonché indirettamente anche *dell'ascolto*. Come si sa tali tecnologie, interagendo con i nostri sensi e con la nostra sfera emotiva, producono effetti profondi sul sistema di formazione e di trascrizione della cultura, apportando inoltre delle sostanziali mutazioni nei processi percettivi e cognitivi dell'uomo. La struttura e la grammatica del *medium* in pratica "costringe" il fruitore ad attivare - e quindi a sviluppare maggiormente - soprattutto i processi mentali che servono alla decodificazione e alla comprensione di quei particolari tipi di messaggi (Baldini, 1995; McLuhan, 1962; Oliverio, 1995; Ong, 1982; Simone, 2000; Scavetta, 1992).

Il linguista Raffaele Simone, ad esempio, sostiene che siamo giunti in una "terza fase culturale", nella quale **si acquisiscono nuove forme di sapere mentre se ne perdono altre**. Ad esempio, mentre la lettura del libro si caratterizza per la *monosensorialità*, in quanto vi è impegnato esclusivamente uno solo dei cinque sensi (la vista), la "lettura" dei *media* si presta piuttosto ad un approccio *multisensoriale*. La visione multisensoriale si rivolge contemporaneamente a più sensi del ricevente, creando una specie di ridondanza, poiché i rumori, i suoni e le parole ripetono il messaggio che l'immagine convoglia all'occhio (Simone, 2000).

Se da una parte la multisensorialità permette di non perdere gli elementi essenziali del messaggio, dall'altra essa crea nel fruitore l'abitudine ad una visione e ad un ascolto non concentrati. Si potrebbe dire, secondo Simone, che **oggi non si ascolta ma si "intra-sente"**, cioè *dei diversi messaggi verbali si colgono solo alcune parole o segmenti di*

---

<sup>2</sup> Secondo Wolf i modelli di fruizione, di interpretazione e di reazione al contenuto televisivo e ai media in generale sono tutti influenzati dalla famiglia e dal gruppo dei pari al quale l'individuo appartiene. Ad esempio, "l'influenza della televisione sulla costruzione sociale della realtà non può essere descritta come diretta, ma deve invece essere vista come un processo complesso che ha luogo nei contesti della persona" (Hawkins-Pingree in Wolf M., *Gli effetti sociali dei media*, Bompiani, Milano, 1992, p. 134).

*frasi*, presupponendo che ciò sia sufficiente per ottenere la comprensione. Quest'ascolto "per frammenti", che implica un basso livello di attenzione e di sforzo, finisce con il disabituare all'ascolto attento, profondo e costante che è richiesto invece per comprendere un'esposizione più lunga ed argomentata, sia essa massmediale o interpersonale. In particolare la forte carica emotiva dei messaggi multimediali sollecita a soffermarsi esclusivamente su quelle parti di essi che attirano e coinvolgono sotto il profilo sensoriale-emotivo.

Si sviluppa così una sorta di "*ascolto egocentrico*", che è centrato sul soddisfacimento dei propri bisogni e interessi momentanei e non tanto sull'intenzione di comprendere i messaggi altrui nel modo più completo ed oggettivo possibile. Si potrebbe parlare anche di "*ascolto intermittente*", in quanto le frasi e le parole vengono colte solo in alcuni momenti, a fasi alterne e non in modo continuo e strutturato.

Un altro aspetto che influisce - seppure indirettamente - sull'ascolto è l'*abitudine*, creata proprio dalla lettura multisensoriale, a *svolgere più attività* contemporaneamente. I *media*, per la loro stessa struttura, si prestano ad essere guardati e ascoltati attraverso l'uso simultaneo dei diversi sensi, poiché il messaggio audiovisuale si costruisce proprio con l'integrazione dei diversi linguaggi (iconico, sonoro-musicale, verbale). Si tratta di un processo che Raffaele Simone denomina "*co-vedere*" e "*co-ascoltare*", nel senso che le attività del vedere e dell'ascoltare non sono concentrate ed escludentesi a vicenda, bensì vengono svolte contemporaneamente (Simone, 1990). Alla televisione, ad esempio, si guardano le immagini in movimento mentre si ascoltano le parole e le musiche su un sottofondo di suoni.

Sempre più frequentemente **le abilità del "co-vedere" e del "co-ascoltare"** si trasferiscono quasi automaticamente ed inconsapevolmente **nei diversi contesti della vita quotidiana**, tanto che i bambini, i giovani e gli adulti sono ormai abituati a svolgere più attività nello stesso momento. Ad esempio, si "guarda" la televisione mentre si parla con gli altri o si fa qualcos'altro; oppure si ascolta musica e si studia; o ancora si "videogioca", si ascolta musica e si parla con gli amici. Si tratta di un "*ascolto pluriorientato*", che implica una maggiore superficialità e una minore attenzione non tanto alle singole parole in sé, quanto piuttosto alla struttura e alla logica del discorso. Soprattutto **tra i giovani sembra si stia diffondendo una diffusa "sordità al linguaggio"**, nel senso che il mare di suoni e musica in cui essi nuotano finisce per disabituarli a cogliere ed a controllare il linguaggio orale che, rispetto a quello musicale, si presenta maggiormente strutturato e dotato di significati (Simone, 1990). Si può dire che i

bambini e i giovani di oggi "sentono" ma più difficilmente "ascoltano" messaggi più articolati e organicamente strutturati.

Oggi si parla di *multitasking*, cioè di quella capacità, considerata spesso una vera competenza da formare, che consiste nel **svolgere più attività simultaneamente**, per di più **in tempi velocissimi**. In realtà, come stanno sottolineando studiosi di campi disciplinari diversi, tra gli effetti secondari negativi prodotti da questo modo di lavorare e di vivere c'è non solo l'ascolto superficiale, ma anche la perdita della creatività, la superficialità del pensiero, oltre che seri problemi di salute (ansia, depressione, perdita di memoria, deficit di attenzione)<sup>3</sup>.

A sua volta lo psicobiologo Alberto Oliverio propone alcune riflessioni sull'uso di *internet*, che rappresentano altrettanti segnali di futuri e possibili problemi di ascolto. Egli sostiene che **i messaggi multimediali** – sia visivi che musicali – **sono diversi da quelli naturali**, in quanto sono *rapidi, allusivi* e dotati di *forte carica emotiva* (Oliverio, 1995). Per cui l'uso continuo e prolungato di *ipertesti* e *ipermedia* rafforza un tipo di ascolto dai tempi veloci e contratti, nel senso che non si aspetta più che l'interlocutore abbia concluso l'esposizione per capire il suo pensiero o le sue emozioni. Anzi lo si interrompe frequentemente o prima della conclusione, convinti che sia stato sufficiente cogliere soltanto alcune allusioni verbali - sotto forma di singole parole o spezzoni di frasi - per avere compreso tutto il messaggio. Addirittura ci si può soffermare ad ascoltare solamente quelle parti della comunicazione che contengono elementi carichi di *pathos* o dai toni fortemente emotivi, perché esse sollecitano la sfera emotivo-affettiva proprio come avviene nei *media*. In questo contesto il senso, la ragionevolezza o la veridicità dei messaggi diventano assolutamente irrilevanti. Un esempio della sollecitazione all'ascolto "emotivo" è dato dalle trasmissioni che trattano di problemi sentimentali; sono situazioni in cui si parla molto, però le tecniche e le strategie adottate in fase di programmazione e di ripresa fanno in modo che il telespettatore ascolti guidato esclusivamente dall'emotività.

Alcuni psicologi e neurofisiologi evidenziano inoltre come l'eccessivo *bombardamento di notizie, informazioni e messaggi* cui ci sottopongono i *media* può causare una sorta di **collasso del pensiero critico**, con la conseguente **atrofizzazione e chiusura all'ascolto**. La televisione, i cellulari, i computer, gli *ipod*, ad esempio, stanno invadendo ad una velocità esponenziale il nostro cervello. Esso viene come paralizzato da questa quantità enorme di informazioni che occupa le sue vie di entrata principali (visiva e

---

<sup>3</sup> Gli studiosi di scienze cognitive e di neuroscienze si interrogano, e non solo sugli effetti del *multitasking*, ma anche su quelli del *task switching*, cioè sul gestire più compiti in rapida successione. Recuperare piena attenzione richiede tempi di "raffreddamento", altrimenti tutto viene compiuto male e in modo superficiale.

uditiva), tanto che le cellule nervose non trovano il tempo fisiologicamente necessario per analizzare analiticamente le parole, per sollevare critiche e approvazioni, insomma per valutare criticamente il messaggio (Maffei, 1996). Questo significa che l'uomo di oggi, abituato ad un "assorbimento" veloce, acritico e passivo dei messaggi audiovisuali e multimediali, finisce spesso per adottare un identico atteggiamento quando ascolta le persone.

Secondo Francesco Colucci, invece, la sovrabbondanza di messaggi (televisione e *internet*) e di stimolazioni (visive, acustiche, virtuali) crea nei giovani una sorta di "autismo", cioè di **chiusura verso le informazioni e le conoscenze che sono parte essenziale della nostra cultura** (Colucci, 1999). Questi giovani adottano sempre più frequentemente la tecnica del "non ascolto", che rappresenta una chiusura difensiva per sovraccarico. Andando oltre le considerazioni di Colucci, potremmo dire che sussiste un fondato pericolo che tale *tecnica di chiusura all'ascolto* diventi con il tempo una pratica abituale, alla quale ricorrere ogniqualvolta si percepisca come troppo pesante ed invasiva la comunicazione interpersonale.

Gli studi sopra citati costituiscono soltanto alcuni esempi relativi alle profonde trasformazioni che stanno avvenendo nelle modalità d'ascolto, soprattutto in rapporto alla fruizione dei *media*. Essi evidenziano come si stia sviluppando una *nuova e diversa capacità di ascolto*, che potremmo definire "*multimediale*", la quale si fonda su un'attenzione non tanto prolungata e concentrata, quanto piuttosto "pluriorientata" e quindi piuttosto superficiale e "intermittente". Il problema nasce nel momento in cui ci si accorge che lentamente e inconsapevolmente tali modalità di ascolto vengono adoperate abitualmente anche per relazionarsi con gli altri nella vita quotidiana.

### **Bibliografia:**

- Baldini M., *Educare all'ascolto*, La Scuola, Brescia 1988.  
Baldini M., *Storia della Comunicazione*, Newton Compton, Roma 1995.  
Colucci F. P. (1999), *Ignoranti per troppo sapere*, "CorriereSalute", supplemento a "Il Corriere della Sera", 7 marzo 1999, p. 23.  
Eco U., *Apocalittici e integrati*, Bompiani, Milano 1964.  
Gennari M., *Interpretare l'educazione. Pedagogia, semiotica, ermeneutica*, La Scuola, Brescia 1992.  
McLuhan M., *La galassia Gutenberg* (1962), Armando, Roma 1976.  
Maffei L., *Tv, il sonno della ragione*, in "La Stampa", Torino, 22 maggio 1996.  
Oliverio A., *Media e strutture mentali*, [www.mediamenterai.it](http://www.mediamenterai.it), 5 dicembre 1995.  
Ong W., *Oralità e scrittura. Le tecnologie della parola* (1982), Il Mulino, Bologna 1986.  
Scavetta D., *Le metamorfosi della scrittura*, La Nuova Italia, Scandicci (Fi) 1993.  
Simone R., *Il libro e l'antilibro; L'occhio e l'orecchio*, in Simone R. (a cura di), *Un mondo da leggere*, La Nuova Italia, Scandicci (Fi) 1990, pp. 145-154.  
Simone R., *La Terza Fase. Forme di sapere che stiamo perdendo*, Laterza, Roma-Bari 2000.  
Wolf M., *Gli effetti sociali dei media*, Bompiani, Milano 1992.