

SUL RUOLO DELLA COMUNICAZIONE NELLA DIFFUSIONE DELLE CONOSCENZE

di Fausto D'Aprile

L'accrescimento delle conoscenze scientifiche nella società in generale è sempre più uno dei punti maggiormente posti all'attenzione di chi si occupa di ricerca, e in modo particolare di quanti operano nel sistema della Comunicazione. Una efficace comunicazione facilita, di certo, la diffusione delle conoscenze nella società moderna, il cui sviluppo economico - sociale è sempre più strettamente legato ai risultati della ricerca scientifica e tecnologica.

La divulgazione di notizie chiare e di dati decifrabili costituiscono l'essenza della comunicazione intelligibile; una comunicazione rivolta al grande pubblico, capace di soddisfare la domanda di conoscenza proveniente dai diversi settori della società.

Quanti operano nel mondo della ricerca possono contribuire considerevolmente alla diffusione della mentalità e della cultura scientifica, se incentivati a sviluppare e a diffondere maggiormente i risultati del proprio lavoro intellettuale. La diffusione della cultura scientifica necessita, ad esempio, dell'attivazione di un canale permanente di comunicazione tra laboratori di ricerca, scuole e musei, basato sull'apprendimento. I media, per loro conto, possono fornire un importantissimo servizio come potente strumento di diffusione e di penetrazione dell'informazione in larghi strati della società..

Le considerazioni che seguono prendono spunto dal significativo procedere dell'evoluzione nel settore della comunicazione, e dai conseguenti grandi cambiamenti indotti nella Società e nel Sistema Ricerca più in generale.

E' interessante soffermarsi, innanzitutto, sul ruolo della comunicazione nei suoi differenti aspetti, come elemento imprescindibile che consente a qualsiasi scienza e a qualsiasi esperienza di divenire patrimonio comune, di allargare così il concetto stesso di conoscenza riaffermando l'idea che non esiste scienza senza comunicazione. In altri termini, va ribadito il principio fondamentale secondo il quale nella scienza i risultati della ricerca devono sempre essere resi pubblici.

Qualsiasi cosa gli addetti alla ricerca pensino o dicano individualmente, le loro scoperte finiscono per appartenere alla conoscenza scientifica solo quando vengono riferite o registrate in modo permanente, ossia quando divengono patrimonio di tutti attraverso la divulgazione.

Non è un caso che la scienza moderna abbia ricevuto un impulso dopo l'invenzione della stampa, la quale, come è noto, ha creato le condizioni per una comunicazione pubblica, rapida e diffusa, con la possibilità di discutere i risultati delle indagini scientifiche.

Di certo, a partire dal XV secolo nessuna scoperta, nessun fatto politico, nessuna cultura avrebbero potuto emergere in modo così dirompente e persistere nel tempo senza

la loro rapida pubblicazione e diffusione a mezzo stampa.

Tutti noi conosciamo bene i danni prodotti dai regimi dittatoriali, là dove hanno impedito la possibilità di discutere, far circolare e accrescere –con contatti esterni– la produzione scientifica interna.

La mancanza di una adeguata comunicazione pubblica della scienza ha rallentato, se non addirittura impedito, che importantissime ricerche e rilevanti studi divenissero per tempo patrimonio culturale di tutti, confermando più in generale il principio che non vi è fatto di rilievo che possa assumere un significato universalmente valido se non è comunicato.

Tutto ciò è ancor più vero se si considera che il Sistema della comunicazione è un sistema dotato di una sua intrinseca forza e di notevole strategicità, in grado, quindi, di conferire una particolare dinamica al progresso della scienza e allo sviluppo tecnologico di una Società moderna.

Già dalla fine del XVIII secolo la comunicazione si è andata evolvendo con documenti, saggi, articoli, ma soprattutto con il nuovo medium: la Rivista scientifica. Oggi, in realtà, la comunicazione cresce e si diffonde non solo per iscritto, ma anche, e sempre più, attraverso il mezzo orale e visivo, come il telefono, la radio, la TV, e altre grandi invenzioni che si impongono con la loro forza espressiva e realizzativa. Osserviamo, così, che la comunicazione e le comunicazioni, più in generale, sono divenuti attori principali nei

diversi *sistemi*, compreso quello scientifico nazionale ed internazionale.

L'intero settore della *comunicazione*, quindi, è andato acquisendo un ruolo determinante nelle società moderne. Un ruolo così importante che, senza dubbio, può essere affermato che accanto al tradizionale potere politico ed economico - finanziario, si è sviluppato un nuovo *potere* -altrettanto significativo- rappresentato dal complesso dei *media*, dalla *pubblicità* e da *internet*; un potere che potremmo definire *simbolico*.

La *comunicazione* costituisce, oggi, il *cemento* delle culture e delle identità (individuali e collettive), di quei valori condivisi che uniscono intere nazioni, gruppi sociali, organizzazioni e partiti politici di ogni genere, etc. Essa, in definitiva, rappresenta lo *strumento* principale di ciò che possiamo definire il *Potere simbolico*. Non vi è, infatti, momento storico o evento di qualsiasi natura che non finisca per essere associato ad un momento di *comunicazione* altrettanto grande in grado di evidenziare, tra l'altro, il proprio conflitto tra *valori* simbolici.

Il sorgere di una *comunicazione* più estesa, diffusa e multiforme, porta a riconoscere che la grande società in cui viviamo appare sempre più un insieme di *mezzi* e *reti* *interconnesse* fondamentali per lo sviluppo delle *culture* umane.

L'estendersi della *comunicazione* -trasversalmente in ogni ambito- sembra sfuggire ad ogni tipo di controllo e non avere più confini. Essa parte dalle Istituzioni, dagli Organismi pubblici e privati, per incontrare il *pubblico*; supera i confini degli Stati per incontrare popoli e culture diverse.

Le nuove tecnologie, lo sviluppo della digitalizzazione, stanno cambiando radicalmente il modo di relazionarsi; sempre più si passa ad una *comunicazione* del tipo: *da molti a molti*. Tale processo di trasformazione multimediale determina, tra l'altro, una formidabile accelerazione nello scambio delle *informazioni*. Basta pensare ad *internet* e a ciò che ha comportato il suo avvento, anche nel campo delle nuove professioni.

Comunicare è principalmente un *mettere in relazione*, per attuare un reciproco confronto.

La *comunicazione* ed i *media*, nel loro complesso, rappresentano oggi i veri *mediatori* del pianeta. Attraverso di essi passa il *mondo* con i suoi valori, le sue ideologie, gli scenari più diversi, l'universo mentale. Si forma così la nostra mentalità individuale e collettiva, il nostro modo di capire e prevedere ciò che accade nel mondo.

LA PRODUZIONE E DIFFUSIONE DI NUOVA CONOSCENZA, TRA PASSIONE E RAGIONE

E' in questo *quadro* d'insieme che si inseriscono bene la *comunicazione scientifica*, le *attività* e il ruolo svolto dagli studiosi, dai ricercatori, dagli addetti alla ricerca, come *operatori* culturali.

In particolare va rimarcato il compito fondamentale affidato al *ricercatore* nelle vesti di studioso, di *intellettuale*, di *comunicatore* in prima persona. Ciò è molto importante in quanto è necessario riconoscere che il ricercatore, lo studioso in genere, nel suo lavoro porta tutto se stesso, la sua *cultura*, le sue *scelte* (anche inconsapevoli), la sua *passione* appunto. Con la sua *creatività*, la capacità di intravedere un *ordine* diverso delle *cose*, egli produce nuova *conoscenza* che va divulgata a beneficio di tutti.

A tal proposito osserviamo, inoltre, che proprio il complesso processo di produzione di *conoscenza* non può essere considerato un fenomeno esclusivamente razionale, *freddo*. Tutt'altro; esso spesso finisce per coinvolgere funzioni mentali che hanno a che fare con l'immaginazione e la fantasia, le emozioni e l'affettività. Ciò che muove, infatti, il *ricercatore*, che fa nascere nella sua mente l'*esperimento* come *progetto* o la nuova *teoria* con capacità di risistemazione del *Sapere*, ha una sua ragione che è anche *passionale* e che ha origine spesso da una sorta di *corto circuito* tra passione e ragione, dal desiderio di innovazione, dall'*innesto* di una nuova idea comportante, ad esempio, la costruzione di un nuovo *modello* scientifico. Pertanto, parlare di *passione del conoscere* nel campo della ricerca scientifica può volere significare *riconnettere* queste diverse *dimensioni* della vita e dell'attività intellettuale, recuperando - nello stesso momento- la completezza dell'esperienza dell'*esplorazione del mondo*.

INTERPRETARE I BISOGNI ALTRUI

La rigidità ad ascoltare ed interpretare i *bisogni* della società, sempre più dipendente dalla ricerca scientifica e dallo sviluppo tecnologico, impedisce agli individui -seppur intelligenti e professionalmente competenti- di esser *visti* come *valore aggiunto* per la società stessa, per il proprio datore di lavoro,

sia questi lo Stato, un'Azienda, un Ente, un singolo imprenditore, o altro.

E' necessario, quindi, curare maggiormente la *comunicazione* tra i singoli, tra i singoli e la società, poiché spesso una *comunicazione difettosa* genera *resistenza* iniziale.

Una buona *comunicazione* facilita, invece, il compito di noi tutti. Del resto anche se non facciamo *politica* attiva, tutti abbiamo i nostri *elettori*. Questi possono essere: persone, Enti, società, etc, a cui *vendiamo* (o per certi versi si aspettano da noi) buoni *servizi*, o buoni *prodotti*, siano questi del genere *materiale* oppure di natura *intellettuale*, come accade appunto nel mondo della ricerca scientifica.

La divulgazione di dati e notizie *decifrabili*, la *diffusione delle conoscenze* -più in generale- in modo chiaro da parte del ricercatore, costituisce certamente un importante *servizio* alla società perché contribuisce, tra l'altro, all'accrescimento della pubblica consapevolezza sul ruolo svolto dalla scienza e dalla tecnologia nel Paese, all'aumento della consapevolezza sulle implicazioni di carattere etico derivanti dalle applicazioni della conoscenza scientifica in determinati settori.

In conclusione, la diffusione delle conoscenze -attraverso una *comunicazione* sempre più intelligibile- aiuta la *Società* a crescere culturalmente, nel suo complesso.

BIBLIOGRAFIA

- Apollonio U. : *Scienza e Ricerca: Conquiste, sfide e dilemmi*. Rubettino, 2002
 Accademia Nazionale dei Lincei: *La diffusione della cultura scientifica*. Atti dei convegni Lincei, Accademia Nazionale dei Lincei, n. 108, 1994; n. 123, 1996
 AA.VV.: *Comunicazione e Apprendimento in situazione di gruppo*. Edizioni A.E.C.C., 1982
 AA.VV.: *Convegno Spoleto - Scienza*. Fondazione Sigma Tau, 2002
 Allori L.: *Dizionario dei Mass Media*. Mondadori, 1992
 Ackermann, W. Dubmij: *La diffusion des connaissances scientifiques*. Revue Française de Sociologie, n. 3, 1971
 Baldini M.: *Storia della Comunicazione*. Newton Compton editori, 1995. Dello stesso autore: *Gli scienziati ipocriti*, 1978; *Parlar chiaro Parlar scuro*, 1988
 Brenner S.: *The impact of Society on Science*, vol. 282, n. 5393, 1998
 Cannavò L. (a cura di): *La scienza in TV. Dalla divulgazione alla comunicazione scientifica pubblica*. Nuova Eri, 1995. Dello stesso autore: *Professione scienziato*. Franco Angeli, 1989
 Carità E.: *Una sfida per la stampa. Come informatica e telecomunicazioni rivoluzionano i mass media*. Etas libri, 1981
 Cini M. et al.: *L'Ape e l'Architetto. Paradigmi scientifici e materialismo storico*. Feltrinelli, 1975
 Di Trocchio F.: *Le bugie della scienza*. Mondadori - De Agostini, 1995
 Elia Valori G.: *Lezione accademica su le Scienze della Comunicazione*. Lumsa News, n. 1-4, 2003
 Fabris G. (a cura di): *Sociologia delle comunicazioni di massa*. Franco Angeli, 5^a edizione, 1987
 Fracassi C.: *Le notizie hanno le gambe corte. Guida alla lettura delle informazioni*. Rizzoli, 1996
 Kohn A.: *Falsi profeti. Inganni ed errori nella scienza*. Zanichelli, 5^a ristampa, 1995
 Kuhn T.S.: *La struttura delle rivoluzioni scientifiche*. Einaudi, 4^a edizione, 1999
 Lepri S.: *Medium e Messaggio*. Gutenberg 2000, edizione 1986
 McLuhan M.: *Gli strumenti del comunicare*. Garzanti, 1986. Dello stesso autore: *La galassia Gutenberg: Nascita dell'uomo tipografico*. Armando, 1976
 MURST: *Rapporto sulla diffusione della cultura tecnico-scientifico in Italia*. MURST, 1998
 Pescarolo M.: *La circolazione internazionale delle notizie*. Franco Angeli, 1985
 Valci G.: *Dizionario del giornalismo*. Gremese, 1989
 Varsavsky O.: *Lo scienziato e il sistema nei paesi sottosviluppati*. Feltrinelli, 1976

FAUSTO D'APRILE

Laureato in ingegneria, ha pubblicato lavori nel campo delle energie alternative, della strumentazione elettronica e a raggi X. E' autore di studi sul "Sistema Ricerca" del Mezzogiorno, è coautore della prima banca dati degli Organismi di Ricerca del Mezzogiorno del CNR. Ha ideato e realizzato il Museo della Strumentazione e Informazione Cristallografica dell'I.C. del CNR, di cui ne è il responsabile scientifico. Giornalista da molti anni, ha al suo attivo una notevole attività pubblicitaria.

Contatti:

CNR-Ist. Cristallografia
 Tel. 06-90672634

Area Ricerca Roma 1
 E-mail: fausto.daprile@ic.cnr.it

00016 Monterotondo (RM)
 Fax 06-90672630