

L'educazione ambientale oggi

Rossella Azzoni

Centro Italiano Studi di Biologia Ambientale (e-mail: ggef1944@yahoo.it)

Riassunto

Descritte a grandi linee le trasformazioni che hanno reso l'educazione ambientale il principale strumento attraverso cui promuovere la sostenibilità degli stili di vita dei cittadini di oggi e di domani, il documento propone una breve analisi del processo di apprendimento permanente e porta esempi significativi di attività di educazione ambientale che utilizzano mezzi di comunicazione di massa.

PAROLE CHIAVE: educazione ambientale informale / lifelong learning / mass media

Environmental Education today

Describing the evolution of environmental education during the past 40 years, this paper examines its present role as tool for sustainable society and global responsibility. Focusing on the concept of lifelong learning, some major examples of informal environmental education by media sector –radio programme and special websites– are highlighted.

KEY WORDS: informal environmental education / lifelong learning / mass media

Negli ultimi quarant'anni l'educazione ambientale ha compiuto una grande evoluzione a livello mondiale.

Se fino alla fine degli anni '70 la disciplina si caratterizzò per l'impostazione principalmente informativa –in base alla quale la conoscenza dell'ambiente naturale e delle sue dinamiche era ritenuta sufficiente per sviluppare nell'uomo un senso di responsabilità in grado di tradursi in un concreto rispetto dell'ambiente– l'accelerazione della crescita economica e tecnologica, così come l'aumento demografico e lo sviluppo industriale, resero sempre più concrete sia le minacce all'equilibrio degli ambienti terrestri sia le disarmonie economiche e sociali a livello planetario.

Alla fine degli anni '80 entrò a far parte del vocabolario comune il concetto di sviluppo sostenibile, e da allora si affermò sempre più la consapevolezza dello stretto lega-

me esistente tra sviluppo economico, salvaguardia dell'ambiente ed equità sociale e quindi della interrelazione e della interdipendenza di tutti i fenomeni: fisici, biologici, sociali e culturali.

Nella nuova visione della realtà l'educazione ambientale non poté più rimanere confinata nel ruolo di semplice strumento per la salvaguardia dell'ambiente naturale: con grande coerenza essa si configurò allora come una forma di educazione alla cittadinanza, alla partecipazione critica, all'assunzione di responsabilità in azioni e decisioni che riguardano l'ambiente nella sua globalità.

Questo processo di trasformazione di finalità, contenuti e interlocutori viene solitamente indicato come il passaggio che porta dall'*educazione ambientale* all'*educazione allo sviluppo sostenibile*.

L'educazione ambientale viene oggi considerata indispensabile per imparare a vivere sulla Terra

poiché incrementa la consapevolezza verso le questioni ambientali accrescendo le capacità necessarie per prendere decisioni responsabili: educare significa infatti guidare le facoltà intellettuali e morali di un soggetto con un'azione continua e coerente.

Resta del tutto evidente che l'educazione ambientale è un processo e come tale non ha capacità dirette di migliorare la qualità dell'ambiente al pari di iniziative più connotate, finalizzate ad esempio al contenimento degli inquinanti atmosferici o al disinquinamento delle acque.

Essa, viceversa, migliora la qualità dell'ambiente fornendo gli strumenti di comprensione e di analisi dei meccanismi e delle problematiche ambientali, orienta alla soluzione dei problemi, favorisce il successo delle azioni di tutela.

L'educazione ambientale ha un ruolo chiave rispetto alla sostenibilità dello sviluppo perché offre

gli strumenti culturali per gestire la conflittualità fra l'interesse del singolo e l'interesse collettivo e costruisce la capacità di ragionamento orientato al futuro.

Nella nuova visione dell'educazione ambientale, lo storico interlocutore rappresentato dalla scuola viene affiancato dal mondo lavorativo e da quello sociale; si affermano così progressivamente nuove forme di relazione fra "educatori" ed "educandi" per garantire l'apprendimento permanente (detto *lifelong learning* negli studi di settore).

Sempre con l'obiettivo di formare cittadini capaci di valutare i vari aspetti dei problemi ambientali e di prendere decisioni informate, motivate e responsabili, accanto all'educazione formale -obbligatoria e realizzata dalle istituzioni dedicate all'istruzione- vivono quindi l'educazione non formale e l'educazione informale, che sono caratterizzate dalla volontarietà, dalla partecipazione attiva e dallo scambio di idee: la prima delle due è rivolta a categorie di utenti ben individuabili, la seconda non è legata a tempi o luoghi specifici ed ha carattere esperienziale.

Poiché il mondo scolastico raggiunge ogni giorno migliaia di giovani, esso rappresenta la sede più appropriata e diretta per formare cittadini in grado di assumere stili di vita coerenti con la tutela dell'ambiente; in tale mondo gli insegnanti -siano essi già presenti nella scuola o ancora in fase di formazione universitaria- rappresentano i soggetti destinati a trasmettere in ambito formale i valori dell'educazione ambientale. È quindi necessario sostenerli nell'affrontare questo impegnativo compito e aiutarli ad acquisire una visione sistemica dei problemi ambientali nonché a migliorare la

capacità di analizzare le relazioni fra ambiente, società ed economia perché possano costruire in classe interventi di educazione ambientale efficaci.

Come detto, l'approccio del *lifelong learning* richiede però di abbandonare la convinzione che il sistema scolastico sia il solo luogo di apprendimento, e richiede nel contempo di far propria l'idea che è possibile apprendere in modo informale durante la vita di ogni giorno: si apprende in famiglia, nell'ambito lavorativo, navigando nel web, guardando la televisione, partecipando a eventi e manifestazioni; si apprende osservando, sperimentando, ascoltando e riflettendo sui propri errori.

In un contesto di tal genere i mass media si confermano come un formidabile strumento educativo, sia che si tratti dei mezzi di comunicazione più classici -giornali, radio, televisione- sia che si tratti di Internet. Partendo dal presupposto che l'ambiente sia una componente importante dell'agire sociale, infatti, è necessario rendere *trendy* la conoscenza delle questioni ambientali inserendole all'interno del consumo culturale contemporaneo.

Un primo esempio di moderna attività di educazione ambientale informale è perciò rappresentato da un programma radiofonico iniziato nella primavera del 2011 sui tre network di un noto gruppo editoriale nazionale (e sui siti web delle emittenti).

Il nostro pianeta viene incarnato da un saggio nonno che attraverso il racconto, la riflessione e l'ironia veicola un messaggio di fiducia per la sopravvivenza futura del mondo: intende infatti convincere l'ascoltatore che molto si potrà ottenere per migliorare la qualità della vita e dell'ambiente se ognuno di noi muoverà nel proprio pic-

colo i giusti passi.

Con passaggi giornalieri multipli, l'intenzione del progetto è quella di educare quotidianamente gli ascoltatori a comportamenti virtuosi e responsabili nei confronti del pianeta e della natura attraverso un'interlocuzione non allarmistica.

Con grande coerenza, le "due chiacchiere" quotidiane puntano direttamente agli stili di vita delle persone e spaziano da argomenti e azioni già abbastanza noti -quali il risparmio idrico, il risparmio energetico, la minor produzione o la raccolta differenziata dei rifiuti- a temi meno conosciuti come la mobilità sistematica dei cittadini, le ricadute ambientali di viaggi e vacanze, la salvaguardia della biodiversità locale o il significato delle etichette ecologiche.

Un secondo esempio è rappresentato da un'attività realizzata negli anni 2009-2011 da ARPA Lombardia, che ha intravisto l'opportunità di sfruttare il web per creare prodotti educativi in grado di raggiungere il pubblico in modo efficace ed efficiente. Il web è infatti un canale di comunicazione flessibile e dinamico che lascia libertà di fruizione nel tempo e nei luoghi, utilizzato secondo recenti statistiche da oltre l'80% dei giovanissimi e da oltre il 75% dei giovani.

L'Agenzia si è data il compito di creare strumenti educativi orientati alla comprensione dell'ambiente e in grado di migliorare nei lettori la capacità di analizzare le relazioni fra ambiente, società ed economia, con l'obiettivo ultimo di infondere senso di responsabilità e contribuire al cambiamento dei comportamenti verso modalità favorevoli alla tutela dell'ambiente.

Operativamente ha progettato una serie di siti, ognuno dei quali sviluppato secondo due direttrici:

la direttrice orizzontale –che pone in discussione le diverse sfaccettature specialistiche del tema ambientale– e la direttrice verticale, che tende ad approfondire progressivamente i differenti aspetti specialistici e si occupa di evidenziare le interrelazioni fra gli uomini e l'ambiente.

La serie –che può essere arricchita periodicamente di nuovi contenuti– tratta attualmente argomenti che vanno dall'acqua ai cambiamenti climatici, dalla meteorologia alla biodiversità, dal dissesto idrogeologico alla combustione della legna, ed ha lo scopo di dare soluzioni a chi cerca risposte in rete.

Per concludere, in tema di educazione ambientale occorre approfondire la riflessione e orientare le azioni future avendo in mente due elementi fondanti:

– l'educazione ambientale non può assolutamente più essere interpretata come didattica delle scienze: essa va interpretata come processo attraverso cui promuovere i valori, i comportamenti e gli stili di vita richiesti per un futuro sostenibile. L'educazione ambientale deve quindi saper costruire –nei cittadini di ogni fascia di età– lo spirito critico e la capacità di ragionamento necessari per analizzare i meccanismi e i problemi dell'ambiente,

per interessarsi alla soluzione delle sfide che derivano dalle attività dell'uomo sul pianeta, per intraprendere azioni che migliorino la qualità dell'ambiente

– il rapido sviluppo di nuovi mezzi di comunicazione di massa (come i *social network* o i media digitali) porterà probabilmente a cambiamenti significativi nel rapporto fra gli elementi della società. Ne deriva che già da ora le strategie con cui vengono prodotti e diffusi i messaggi divengono ancor più importanti dei messaggi stessi, specialmente quando lo scopo di tali messaggi è quello di influenzare i comportamenti dei destinatari.