

# COMUNICAZIONE E EMERGENZA AMBIENTALE

## INTRODUZIONE

Gli studi sociologici sulla comunicazione dei fatti ambientali sono divenuti, possiamo dirlo con una certa sicurezza, un filone autonomo di interessi e di ricerca, sviluppatosi in risposta ai bisogni di coloro che vivono in realtà territoriali 'a rischio'. Pianificatori, amministratori, associazioni di cittadini, singoli membri delle comunità locali, operatori ed utenti dei *media*, hanno stimolato negli ultimi anni un notevole lavoro sociologico come supporto alla trattazione dei problemi emergenti.

Si chiede al sociologo non solo «come risolvo questo problema?» ma anche «qual è il problema?», «chi sono i miei interlocutori?», «chi sono i miei antagonisti?». È evidente che a così facili domande corrisponde un impegno di ricerca tutt'altro che semplice per la nostra disciplina, reso ancor più arduo dal fatto che le emergenze ambientali sono un vero rompicapo: per il cittadino rappresentano un dilemma permanente, per l'amministratore un'arma a doppio taglio, per i *media* un oggetto di improvvisazione, e così via.

I saggi che presentiamo si differenziano innanzitutto per l'approccio, teorico-metodologico il primo, empirico il secondo, ma anche per una diversa collocazione rispetto a un tema fondamentale: la comunicazione del rischio (forse l'aspetto saliente della comunicazione ambientale) è un insieme di strategie da attivare in situazioni di emergenza, o rappresenta una linea di condotta che abbraccia la condizione ordinaria di esposizione ai pericoli/danni ambientali?

Il dibattito si apre con il taglio più 'olistico' del primo autore, che individua nella comunicazione ambientale un programma di ricerca a vasto raggio, con intenti e responsabilità più pedagogiche, cioè preventive. Il secondo autore, invece, prende spunto da una recente indagine sul campo per sviluppare il tema della comunicazione e il ruolo dei comunicatori in una situazione di rischio tecnologico. In questa prospettiva il saggio introduce gli aspetti problematici delle strategie comunicative, con particolare riferimento ai caratteri di chiarezza, competenza e obiettività attribuiti alle singole fonti dai cittadini intervistati, nel tentativo di elaborare un modello tridimensionale per il *crisis-management*.

M.C.-M.L.