

LE NUOVE TECNOLOGIE DELLA COMUNICAZIONE E DELL'INFORMAZIONE: OPPORTUNITA' E CRITICITA' PER I GIOVANI

Mario Rotta



Storico dell'arte, archivista e museologo, si è successivamente specializzato in informatica umanistica e ha collaborato per più di 15 anni con il Laboratorio di Tecnologie dell'Educazione dell'Università di Firenze. Si occupa di didattica online, progettazione di sistemi di e-learning, servizi informativi e biblioteche digitali. Attualmente collabora con varie università, tra cui l'Università di Siena per Stranieri, e con aziende e agenzie formative, tra cui Smart Skills Center, per cui ha progettato e coordina il portale eKnow. Ha pubblicato molti articoli e libri sulla comunicazione multimediale, la cultura digitale e l'apprendimento in rete. Si occupa anche di scrittura creativa e fotografia digitale.

Abstract

Nel rapporto tra i più giovani e i cosiddetti *social media* è difficile distinguere le reali potenzialità dal rumore di fondo. Bisogna prima di tutto capire che in rete coesistono varie forme di presenza sociale, e acquisire la consapevolezza necessaria per contestualizzare i messaggi e le interazioni in modo coerente. Ma bisogna anche imparare a identificare le numerose contraddizioni del web, per poter formulare le domande critiche necessarie per sfruttare al meglio la molteplicità di strumenti e di scenari che abbiamo a disposizione.

Keywords

Presenza sociale in rete, social media, identità, web 2.0, consapevolezza, desiderio, testimonianza, rappresentazione

Che le ICT rappresentino delle opportunità e allo stesso tempo delle criticità per le nuove generazioni è un dato di fatto. Tuttavia, al momento è ancora troppo presto per ricavare una chiave interpretativa univoca su fenomeni così complessi e che stanno modificando sia i comportamenti degli studenti che la relazione tra soggetto che apprende e oggetto dell'apprendimento. Possiamo però identificare alcuni elementi del rapporto tra i giovani e determinate tecnologie (i cosiddetti *social media*), su cui da anni si concentrano sia la ricerca in campo educativo che quella in ambito sociale. Partiamo da un'ipotesi critica: in teoria, grazie all'evoluzione di Internet, le informazioni online non sono più filtrate da un soggetto che esercita di fatto un controllo su di esse prima di erogarle a una molteplicità indistinta di destinatari passivi, come accade in televisione. Sono gli stessi utenti, al contrario, che possono filtrare l'enorme quantità di informazioni disponibili in base alle proprie istanze¹. E questo rovesciamento radicale della relazione tra persone e informazioni, e, in definitiva, tra persone e persone, configura dinamiche assolutamente nuove². Ma nella realtà è davvero così? I più giovani sono in grado di decidere consapevolmente in che modo filtrare gli insiemi di

¹ Siemens G. (2006), *Knowing Knowledge*. E-Book [PDF, EN], Lulu.com. URL:

<http://www.lulu.com/shop/george-siemens/knowning-knowledge/paperback/product-545031.html>.

² Siemens G. & Tittenberger P. (2009), *Handbook of Emerging Technologies for Learning*. E-Book [PDF, EN], University of Manitoba. URL:

http://www.bucks.edu/media/bcccmcdialibrary/documents/academics/facultywebresources/Handbook_Emerging-Technologies.pdf.

informazioni a cui possono accedere? Ancora: poiché la rete è uno scenario relativamente giovane e in continuo cambiamento, come possiamo capire se l'espansione delle sue modalità di utilizzo sociale sintetizzate in varie sigle di dubbia sostenibilità³ e nelle parallele etichettature che si adottano per evocare un certo tipo di rapporto tra i giovani e queste tecnologie, come "nativi digitali" o *millennials*⁴, rappresentano un fenomeno stabile e osservabile?⁵ Non è facile dare una risposta a questi interrogativi, anche se su un punto sembrano tutti d'accordo: alcuni elementi tipici delle tecnologie di nuova generazione accompagnano un cambiamento che non possiamo più né ignorare, né stigmatizzare in modo sbrigativo.

Per formulare un giudizio coerente dobbiamo piuttosto analizzare il modo in cui i giovani proiettano in rete la loro identità, così come la loro diversità. Mentre la nostra identità di adulti resta solidamente imprigionata nei limiti delle dimensioni consuete, le nuove generazioni cercano in rete una soluzione all'ambiguità intrinseca nel rapporto tra reale e immaginario attraverso una sorta di compromesso strategico tra desiderio, testimonianza e rappresentazione. In pratica, non trovando più, né nella realtà, né nelle sue manifestazioni tradizionali, risposte soddisfacenti rispetto al loro bisogno di affermarsi come individui e di trovare un posto nel mondo, tendono a identificarsi in una quantità crescente di eventi, ambiguamente sospesi tra l'essere preannunciati, l'essere effettivamente in atto e l'essere condivisi, raccontati e commentati. Di fatto, si configura uno scenario in cui non è importante essere o non essere, ma esserci o non esserci⁶, attraverso una commistione tra reale e virtuale che, più che Heidegger, richiama Schopenhauer.

La natura di queste nuove forme di partecipazione può essere esplorata analizzando alcune modalità di relazione tra persone ed eventi, e quindi tra realtà effettiva e realtà rappresentata. Parlo di modalità, e non di strumenti o ambienti, perché in questo caso ciò che conta non sono le caratteristiche dei cosiddetti *social media*, ma le forme che assumono e le funzioni che svolgono rispetto ai fenomeni a cui si riferiscono. La prima è il *networking* in senso stretto, ovvero le interazioni di chi utilizza la rete prevalentemente come spazio di socializzazione e di condivisione. L'ambiente più noto di questo tipo è *Facebook*. La seconda si può definire *microblogging*, adottando un termine che deriva dallo strumento dedicato a questa modalità di interazione, *Twitter*, ovvero la rete come spazio di narrazione in tempo reale. Infine, la terza modalità consiste nelle interazioni tra chi condivide e commenta eventi già accaduti o fenomeni consolidati: anche se è spesso descritta come *broadcasting*, consiste essenzialmente nell'arricchimento di archivi, come succede in *YouTube*. Complessivamente, quindi, si configurano tre forme di aggregazione delle informazioni condivise dagli utenti: da forme iniziali di interazione conversazionale, ovvero strategie per poter dire "a cosa sto pensando", si passa a momenti di affermazione contestuale ("cosa sto facendo", "cosa sta accadendo"), per sedimentare poi la memoria di ciò di cui siamo stati testimoni attraverso forme di documentazione esperienziale ("che cosa ho visto", "che cosa ho fatto"). Il ciclo si può considerare completo quando sono stati condivisi messaggi per affermare che ci sarò o vorrei esserci, messaggi per dimostrare che sono "qui e ora" e messaggi per raccontare che ci sono stato: desiderio, testimonianza, rappresentazione.

Ma che cosa si fa, nella scuola, per far crescere nei ragazzi la coscienza di questa complessità e, parallelamente, dare loro spunti per gestirne le implicazioni? In linea di massima e al di là di alcuni progetti specifici⁷, nulla. In compenso, si enfatizza la dimensione strettamente

³ Il riferimento più evidente è quello alla sigla Web 2.0, su cui sono subito espresso criticamente vari ricercatori. Si veda ad esempio Metitieri F. (2009), *Il grande inganno del Web 2.0*. Bari, Laterza.

⁴ Horovitz B. (2012). *After Gen X, Millennials, what should next generation be?*. USA Today, 24 November 2012. Strauss W. & Howe N. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York: Vintage Original.

⁵ Downes S. (2006), *Learning Networks and Connective Knowledge*. IT Forum. URL: <https://www.downes.ca/cgi-bin/page.cgi?post=36031>.

⁶ Rotta M. (2010), *Esserci o non esserci? La rete come desiderio, presenza e rappresentazione*. Religioni e Società, Anno XXV, 65, Gennaio-Aprile 2010.

⁷ Ad esempio Bardi D., Castelli C., Cusconà S., Mora P., Morosini E., Rotta M., Testa S. & Testoni C. (a cura di) (2011), *Oltre la carta: in aula con gli iPad e gli eBook Reader*. Strategie, strumenti, appunti e

tecnologica, attribuendo agli strumenti attraverso cui si forma e si afferma l'identità in rete (e non al modo di utilizzarli) valori assolutamente negativi o significati astrattamente positivi, a seconda dei casi. Eppure, si potrebbe attingere anche ad altri *framework* per arricchire il quadro di riferimento. Anderson⁸, ad esempio, identifica nel futuro della rete vari nodi critici: l'espansione della produzione di contenuti generati direttamente dagli utenti (*User Generated Content*); la necessità di indirizzare (in originale: *harness*, letteralmente imbrigliare) il trattamento delle informazioni attraverso i TAGs; la crescita esponenziale dei dati aggregabili; il concetto di "architettura della partecipazione"; l'importanza di una riflessione coerente sugli effetti delle reti; il concetto di apertura (*openness*). Si colgono alcune problematiche essenziali, ad esempio il bisogno di riflettere non tanto sulla fenomenologia ma sull'architettura delle interazioni, premessa indispensabile per muoversi verso quella che Siemens e altri hanno già chiamato "ecologia della conoscenza"⁹. Sembra interessante anche l'identificazione delle criticità connesse al bisogno di stabilire modalità di relazione significative tra la tendenza all'apertura¹⁰, alla condivisione, alla personalizzazione e la necessità di dotarsi di strutture rigorose, quanto meno mentali, per affrontare il rischio del sovraccarico, la dispersione, l'inconsistenza. In sostanza, per affrontare le contraddizioni intrinseche di questo momento di evoluzione del web in quanto scenario di interazioni sociale¹¹, bisogna imparare a gestire una serie di conflitti.

Il primo riguarda l'attrito tra **immediatezza** e **ipermediazione**. Jay Bolter¹² ne evidenziò la criticità descrivendo il concetto di ri-mediazione (*re-mediation*): le tecnologie di rete, in quanto contenitori di media, forzano i linguaggi e gli stili comunicativi da un lato verso la trasparenza, dall'altro verso la sovrapposizione dei codici, il sovraccarico, la contaminazione. I più giovani vivono quotidianamente questo conflitto quando si immergono nei videogiochi, ad esempio. Un secondo conflitto è quello tra **integrazione** e **specializzazione**. Si tratta di una dicotomia evidente: da un lato si accumulano più funzioni in un unico artefatto, ad esempio lo *smartphone* è *anche* macchina fotografica, videocamera e registratore; dall'altro si intuisce che per obiettivi precisi occorrono utensili specializzati, soprattutto se si ha a che fare con implicazioni cognitive (ad esempio, si può leggere un *eBook* anche su un portatile o su uno *smartphone*, ma per leggere bene ci vuole un *eReader*, come il Kindle). Ne conseguono molte domande aperte per chi si occupa di didattica: quale tecnologia va utilizzata in un contesto dato e in relazione agli obiettivi da raggiungere? Siamo inoltre schiacciati tra il bisogno di **personalizzazione** e la ricerca della **standardizzazione**: possiamo aggregare le informazioni che ci servono su uno spazio virtuale personale, condividendo con gli altri non solo il risultato ma anche il processo attraverso cui lo abbiamo generato; ma questa opportunità produce sovraccarico, alimenta la generazione incontrollata di metainformazioni, rende ibridi i linguaggi. Le nuove generazioni lo sanno?¹³ C'è poi la dicotomia tra **consistenza** e **vacuità**: la rete è una risorsa insostituibile? O il rumore di fondo prevale su ciò che è significativo fino a disperderlo? Come si riconoscono le *fake news*? Ovvero, come si fa ad accertare l'attendibilità e l'autorevolezza delle fonti e allo stesso tempo salvaguardare la visione libertaria del Web

riflessioni per una sperimentazione sull'uso integrato di mobile device e contenuti digitali personalizzati nella scuola secondaria superiore: il caso del Liceo "F. Lussana" di Bergamo. Con il contributo di Giuseppe Colosio, Cesare Quarenghi, Annamaria Romagnolo e gli studenti della 4L. Milano, Nova Multimedia Editore.

⁸ Anderson P. (2007), What is Web 2.0? Ideas, technologies and implications for education. JISC, Technology & Standards Watch, February 2007. URL:

<http://www.jisc.ac.uk/media/documents/techwatch/tsw0701b.pdf>.

⁹ Cfr. Siemens, 2006.

¹⁰ Sul concetto di Open Content si segnala in particolare Hess C., Ostrom E. & Ferri P. (2009), La conoscenza come bene comune. Dalla teoria alla pratica. Milano, Bruno Mondadori.

¹¹ Rotta M. (2009), Learning³: gli scenari dell'innovazione nelle strategie per la costruzione della cittadinanza digitale e della conoscenza in rete. In "Cittadinanza Digitale", a cura di Luisanna Fiorini, "Quaderni di Documentazione dell'Istituto Pedagogico di Bolzano", 22, 2009.

¹² Bolter J. & Grusin R. (1999), Remediation. Understanding New Media. The MIT press. Tr.it. Remediation, Milano, Guerini e associati, 2002.

¹³ Per una prima indagine sul problema si rimanda a Capitani P. & Rotta M. (eds) (2008), Comunicare diversa-mente: gli scenari della comunicazione e lo spazio dell'informazione. 2 voll. Roma, Garamond.

come territorio in cui ciascuno può esprimersi senza bisogno di mediatori?¹⁴ Ne consegue un'altra contraddizione, quella tra **socializzazione** e **autoreferenzialità**: poter condividere informazioni e conoscenze senza il vincolo dello spazio e del tempo è una delle più interessanti opportunità che le reti ci hanno concesso; ma è proprio necessario che ciascun abitante del pianeta pubblichi un blog personale, o addirittura due o tre? E che ogni utente registrato su un *social media* possa creare decine di gruppi aggiungendo alla lista dei partecipanti profili che non sono stati neppure interpellati? Stiamo parlando delle stesse tecnologie che ci permettono di affrontare anche il rapporto tra **ubiquità** e **contestualizzazione**, ovvero tra globale e locale. Ambienti di straordinarie potenzialità, come *Google Earth*, lo risolvono (almeno in apparenza) attraverso un'intelligente integrazione di funzioni di georeferenziazione, il cui risultato è una metafora della rete stessa, ma anche una mappa per accedere alle informazioni in modo diverso, valorizzando (e non è cosa da poco) la relazione tra informazione e contesto. Ma quanti sono coloro che ne sfruttano realmente le funzioni avanzate? Resta infine irrisolta la dicotomia tra **liquidità** e **solidità**, già ampiamente evidenziata da Bauman¹⁵: il problema è che soltanto lo spazio è diventato liquido; il tempo, invece, resta drammaticamente solido¹⁶. Abbiamo la possibilità di accedere ad una quantità di informazioni e conoscenze inimmaginabile, e senza più vincoli spaziali. Ma non abbiamo tempo. Tempo per leggere, tempo per rileggere, tempo per pensare, tempo per riflettere, tempo per reagire, tempo per arricchire, tempo per approfondire. Chi troverà il tempo per spiegare tutto questo agli studenti di oggi e ai cittadini di domani?

¹⁴ Tra i tanti contributi su queste tematiche si citano almeno Brown J.S. & Duguid P. (2000), *The sociale life of information*. Harward Business School Press e DeKerckhove D. (1996), *The Skin of Culture*, Sommerville House Books Limited, Toronto, Canada, 1995. Trad. it., *La Pelle della Cultura. Un'indagine sulla nuova realtà elettronica*, a cura di Christopher Dewdney, Genova, Costa & Nolan.

¹⁵ Bauman Z. (2000), *Liquid Modernity*. Cambridge. Polity Press. Tr.it. *Modernità liquida*, Bari, Laterza, 2003.

¹⁶ DeKerckhove D. (a cura di) (2003), *La conquista del tempo. Società e democrazia nell'era della rete*. Roma, Editori Riuniti.