

la cultura orizzontale

L'HO IMPARATO SU INTERNET

Intervista a Giovanni Solimine di LOREDANA FASCIOLA



La rete offre grandi possibilità e presenta grandi rischi. Dipende da come si usa. L'importanza di ordinare contestualizzare le frammentate conoscenze apprese. L'uso delle tecnologie nella didattica

Questi primi 50 anni di internet hanno prodotto nella società dei cambiamenti profondi, tra i quali ciò che lei definisce la "cultura orizzontale". Cosa intende esattamente con questa espressione?

Oggi la trasmissione culturale avviene per via orizzontale, in un contesto che sembra offrire pari opportunità e che quindi non è più condizionato dalle gerarchie del passato, che si fondavano su un rapporto verticale tra chi sapeva e chi doveva apprendere. Nel libro *La cultura orizzontale*, Zanchini ed io riportiamo un brano di Bauman, nel quale si ricorda che storicamente la 'cultura' ha avuto una missione di proselitismo, finalizzata a educare le masse e raffinarne i costumi: gli 'strati bassi della società' dovevano elevarsi.

Oggi forse siamo caduti nell'eccesso opposto: si assiste al rifiuto delle competenze e si disconosce il ruolo degli 'esperti'. Tutti noi abbiamo l'illusione che, a partire da poche e banali notizie recuperate sul web, possiamo saperne quanto basta. Tutti possiamo presumere di essere esperti di qualsiasi cosa.

Sembra che il prestigio dei mediatori, almeno quelli tradizionali, sia scomparso. Gli insegnanti e i giornalisti sembra siano stati sostituiti dagli influencer, dagli opinionisti che sicuramente non sono degli esperti... chiunque può diventare tale sui social!

Il problema è proprio questo. I mediatori non avevano solo il compito di trasmettere e di favorire l'incontro fra domanda e offerta di cultura, erano anche i garanti dell'attendibilità delle fonti e avevano il compito di selezionare all'interno della produzione culturale ed editoriale ciò che di volta in volta era più pertinente alla soddisfazione delle diverse esigenze. Questa funzione sarebbe ancora più necessaria oggi, di fronte alla crescita esponenziale dell'adocumentazione prodotta. Gli *influencer* hanno acquisito un potere enorme e sono in grado di mobilitare masse di seguaci verso le tematiche più varie e di condizionarne le scelte perché vengono percepiti come familiari, intimi, vicini a noi, uguali a noi: per questo motivo un loro consiglio, un loro parere, viene sentito come più affidabile di quello di un ignoto esperto. Anche quando si tratta di pubblicità occulta.

Quali possono essere le potenzialità didattiche del digitale? Come sfruttare la trasformazione digitale nell'apprendimento? E come vede l'attività for-

mativa a distanza utilizzata da molte università?

Un ambiente interattivo ha grandissime potenzialità: lo abbiamo visto, per fare qualche esempio, con i manuali e i libri di esercizi, con i corsi di lingue e con tante pubblicazioni con finalità divulgative e didattiche e con tutti gli strumenti di auto-formazione. Dal punto di vista editoriale è evidente che questo genere di prodotti, insieme alle opere enciclopediche, è quello che meglio si adatta alla rete e infatti il loro trasferimento in forma digitale è stato rapido ed efficace.

In rete cambia anche lo stile di apprendimento: si pensi alle tante occasioni in cui l'immagine prende il posto della comunicazione scritta. Il linguista Raffaele Simone ha liquidato il fenomeno in modo netto, affermando che «guardare è più facile che leggere». Verissimo, ma direi che la situazione è un po' più articolata e complessa.

Anche il mondo dell'*e-learning* è molto variegato. A volte si tratta solo di un affiancamento a forme di didattica tradizionale (*blended learning*), dove si realizza un *mix* di ambienti d'apprendimento diversi, combinando il metodo frontale in aula con attività mediata dal computer. In molti casi, l'effetto pervasivo dell'ambiente digitale sovverte le gerarchie nella metodologia dell'apprendimento: le generazioni precedenti erano abituate a una sequenza che dava la precedenza alla spiegazione da parte dell'insegnante e/o allo studio della manualistica da parte dello studente, che solo in un secondo momento provava amettere in pratica ciò che aveva appreso, attraverso le esercitazioni. Ora non è più così: nel mondo digitale si procede per tentativi e si impara sperimentando (*learning by doing*).



Per quanto riguarda il mondo della scuola e dell'università e il modo in cui tutto quello di cui si è appena detto debba essere gestito nelle attività didattiche, credo che il sistema formativo debba mostrare una capacità di orientare e governare i processi. Per esempio, bisogna capire se l'utilizzo in modalità self-service dei materiali didattici disponibili in rete potrà mai generare un percorso formativo capace di sostituire un sistematico e organico corso di studi, o se non servirà comunque una integrazione di tipo analogico, come un servizio di *coaching* pedagogico. Senza disconoscere la necessità di cambiamenti radicali, non pensiamo sia opportuno assecondare la deriva che tende a delegittimare le istituzioni formative, contribuendo a scavare un solco sempre più profondo tra i luoghi e le modalità dell'apprendimento canonico e le pratiche auto-formative delle giovani generazioni, fino ad arrivare a metterle in aperta contrapposizione.

Molto contestata da editori e librai, dopo un lungo iter, è stata approvata

dopo un lungo iter, è stata approvata la legge sulla promozione della lettura e numerose sono le campagne messe in campo a sostegno della lettura. Le sembrano efficaci?

A mio avviso questa legge è come un "attaccapanni". Mi spiego meglio: è una opportunità, che prevede tante cose, ma che destina risorse assolutamente insufficienti ai tanti interventi che prevede.

Spetta a noi agganciare a questa opportunità tante concrete iniziative di promozione della lettura. Dispiace che sui giornali e da parte delle associazioni di categoria il dibattito si sia concentrato quasi esclusivamente sul tema dello sconto sul prezzo di copertina. Ora il compito di quanti hanno a cuore le sorti del libro e della lettura dovrebbe essere quello di impegnarsi perché vengano stanziati maggiori risorse per realizzare gli obiettivi della legge e dare concreta attuazione ai tanti spunti che la nuova normativa offre: mi riferisco al "Piano nazionale d'azione per la promozione della lettura", che dovrà individuare le priorità su cui intervenire e tradurle in azioni concrete; penso a un

la cultura orizzontale

adeguamento del Centro per il libro e la lettura, che deve diventare realmente il punto di coordinamento delle politiche nazionali per la lettura; penso alla salvaguardia del ruolo delle librerie; ma penso in primo luogo alla promozione della lettura a scuola e alle misure per il contrasto della povertà educativa, che dovrebbero dedicare maggiore attenzione alla biblioteca scolastica a chi ci lavora, mettendole finalmente al centro di investimenti seri e duraturi.

In rete esistono molte comunità digitali che mettono insieme persone interessate a discutere e a condividere le letture fatte. È un buon mezzo anche questo per far emergere nuovi lettori?

La rete è una galassia di comunità che nascono attorno a specifici interessi, all'interno delle quali ci si confronta e si condividono esperienze e passioni. Vale anche per la lettura, di cui si discute all'interno di *social network* specializzati come Anobii, ma troviamo tracce di lettura anche in strumenti generalisti come Twitter, Facebook o altri. Direi, però, che i frequentatori di questi strumenti sono già prevalentemente lettori forti.

Come sono cambiati le pratiche, le attività e i consumi culturali dei giovani?

I giovani sono totalmente e costantemente immersi nella rete, che è diventata per loro il modo di fare qualsiasi cosa. E quindi viene naturale trasferire sulla rete tutto ciò che è trasferibile, comprese le attività culturali. Ma non è possibile fotografare con un'unica immagine la realtà giovanile dell'inizio di questo nuovo millennio. Una delle conseguenze della multiformità della rete è che le forme dei consumi culturali si moltiplicano, finendo

quindi con l'attenuare il denominatore comune applicabile a una generazione intera, come eravamo abituati a fare per le generazioni precedenti. La loro identità è indipendente dai luoghi e dal contesto sociale in cui vivono: se esiste un condizionamento ambientale, è la rete a determinarlo.

Il campo in cui gli effetti sono stati più dirompenti è forse quello musicale: la vastità, varietà, articolazione del mondo della musica è impressionante, gli interessi economici enormi, la pratica e le persone che la ascoltano quasi incalcolabili. Orientarsi è difficilissimo: generi e sottogeneri si moltiplicano e cambiano di continuo.

La rete e i dispositivi mobili vengono usati per liberarsi da ogni schiavitù di luogo e di tempo: essere "sempre connessi" consente di non sottostare alle scelte dei palinsesti delle emittenti televisive o degli editori discografici. E quindi, via libera allo streaming e ai servizi *on demand* con i quali costruire *playlist* e fruire serie televisive, per cui il pubblico giovanile è migrato verso Spotify e Netflix, solo per citare i due servizi maggiori.

Nel nostro libro parliamo del modo in cui i giovani accedono ai saperi, di come è cambiato il loro modo di leggere e di informarsi, di come si sia modificato il loro rapporto con la radio e con le televisioni, del peso che stanno assumendo i videogiochi o alcune forme di "controcultura". Si è creata una zona di confine tra lo studio, la ricerca, la sperimentazione e il divertimento, che si identifica in nuove forme di sapere pratico, fatto di manualità, intraprendenza, creatività. Mi riferisco al movimento dei makers – un po' inventori, un po' artisti, un po' artigiani, calati in questo mondo un po' per hobby e un po' per professione – che hanno dato vita a una comunità assolutamente informale,

eppure diffusissima e fortemente interconnessa, in cui l'innovazione tecnologica alimenta una sperimentazione continua e la nascita di nuovi prodotti.

Siamo proprio certi che il connotato di questi comportamenti sia riconducibile all'età anagrafica di questi soggetti, o piuttosto al fatto che essi siano profondamente calati nel contesto digitale? Osservare da vicino il mondo giovanile, come cerchiamo di fare nel libro, ci serve anche per capire la direzione in cui il mondo intero si sta muovendo.

In tempi di "società liquida" e di "cultura orizzontale" esiste, secondo lei, una correlazione tra l'uso dei nuovi media e una minor fiducia nella politica, nelle istituzioni, nella democrazia?

La comunicazione diretta e immediata, la tentazione del fai-da-te, la tendenza alla disintermediazione e tutto l'ecosistema della rete finisce con il favorire una tentazione all'autosufficienza e quindi con l'indebolire il ruolo della politica e delle istituzioni, che hanno essenzialmente una funzione di mediazione. Eppure, potrebbe accadere il contrario: la rete potrebbe essere un potente strumento con il quale favorire la partecipazione democratica. Ma la rete incrocia i destini della politica in tanti modi e a volte lo fa negativamente. Il dibattito sulle *fake news* e sulla post-verità, i timori per le interferenze nelle scelte che compiamo quotidianamente negli ambiti più diversi (dai consumi alla salute, dalla finanza all'alimentazione, fino ai comportamenti elettorali) sono all'ordine del giorno. Ma è importante non fare confusione tra la rete in sé, che non va demonizzata, e il modo in cui la utilizziamo.

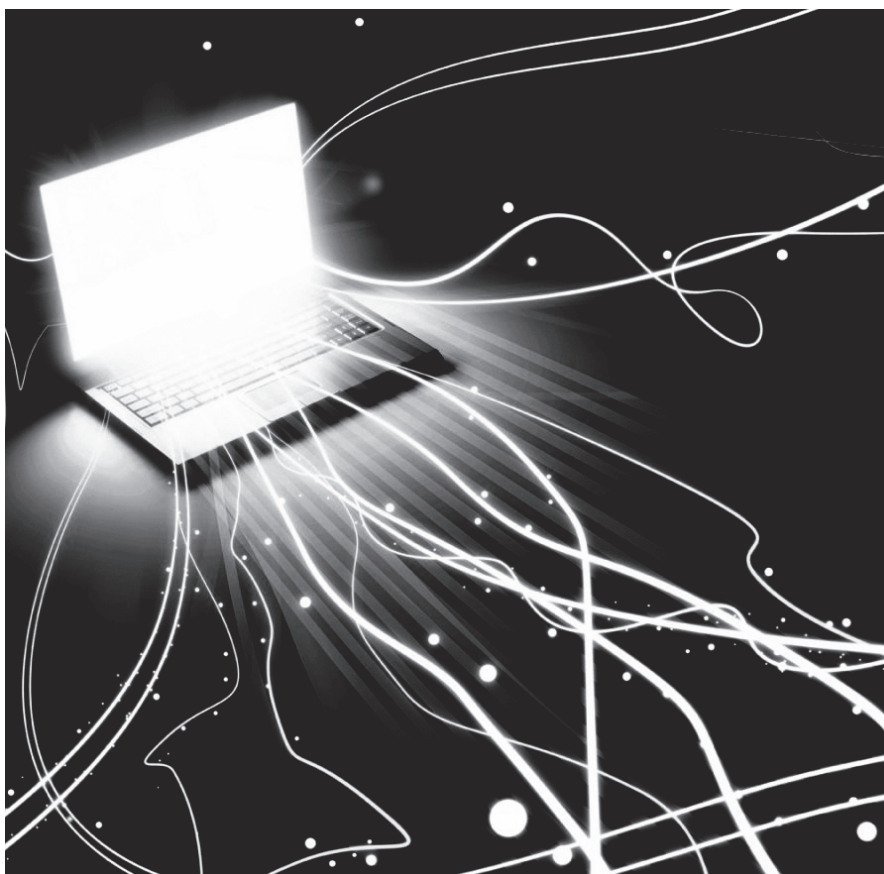
Lei e Zanchini, il coautore del libro, non siete assolutamente degli “apocalittici”, ma neanche sembra facciate parte della schiera degli “integrati”. Credete che ciò che acquistiamo compensi ciò che si è perduto con l’avvento del web?

Zanchini ed io cerchiamo di guardare con equilibrio ai fenomeni che si stanno manifestando, e cerchiamo anche di capire quale sia il bilancio fra ciò che si guadagna e ciò che si perde. Ovviamente siamo consapevoli che chi, come noi, si è formato in un’era pre-internetiana e si è accostato alla cultura attraverso forme e linguaggi propri dell’universo analogico (l’apprendimento impostato sulla lezione frontale, lo studio fon-

dato sulla comunicazione scritta, la fruizione culturale praticata nei luoghi della cultura ‘alta’ come i teatri, i musei, le biblioteche) imposta inevitabilmente la sua osservazione delle evoluzioni in corso facendo un confronto fra il ‘prima’ e il ‘dopo’, che può essere falsato dall’età e dalla nostalgia. Tutte le opportunità di avvicinare chi produce cultura e chi desidera fruirne, tutti gli strumenti che ci consentono di essere alternativamente produttori e fruitori di cultura vanno in direzione di una maggiore democratizzazione del sapere e quindi vanno accolti favorevolmente. Per questo motivo penso che, malgrado i rischi e le difficoltà di cui parliamo nel libro, il bilancio sia comunque positivo, sia per l’enorme quan-

tità di sapere disponibile sia per la grande quantità di persone che può accedervi: in nessun momento della storia dell’umanità c’è stata tanta gente in grado di accedere all’istruzione e alla conoscenza come in questo momento.

Ma, se è vero che l’approccio multidimensionale e onnivoro della “generazione delle reti” si fonda sul presupposto tecnico e da un certo punto di vista “filosofico” della vastità mondiale degli stimoli che tutti riceviamo, è anche vero che quegli stimoli hanno bisogno di essere messi in forma, ordinati, che il sapere ha bisogno di essere correlato e organizzato, che le conoscenze hanno bisogno di essere consolidate. La cultura orizzontale in altre parole non può fare a meno della cultura verticale. ■



Giovanni Solimine insegna presso l’Università di Roma La Sapienza, dove dirige il Dipartimento di Lettere e Culture Moderne. Si occupa di politiche della ricerca, di progettazione e gestione di servizi bibliotecari, di biblioteche digitali e consumi culturali in rete, di cultura editoriale e promozione della lettura, di information literacy. Ha presieduto l’Associazione Italiana Biblioteche (AIB) ed è attualmente presidente della Fondazione Bellonci - Premio Strega e presidente onorario del Forum del libro. Autore di numerosi volumi, per Laterza ha pubblicato *La biblioteca. Scenari, culture, pratiche di servizio* (2004), *L’Italia che legge* (2010) e *Senza sapere. Il costo dell’ignoranza in Italia* (2014).

È autore della Rubrica *Il grillo parlante* della rivista “Pepeverde”.