



SOCIAL NETWORK E CULTURE PARTECIPATIVE.
LA MEDIAZIONE DELLE TECNOLOGIE SOCIALI
NELLA COSTRUZIONE DELLA CONOSCENZA

di

Maria Alario, Tiziana Ramaci, Paola Magnano

Introduzione

Essere *sensibili* alla virtualità¹ è ciò che oggi richiede quella particolare rete di *interdipendenze globali* nella quale è in corso un «processo di e-everything»² che esorta tutti ad una continua partecipazione ai flussi digitali, rimodellando, di conseguenza, tempi e spazi relazionali.

Dalla comunicazione mediata da computer siamo progressivamente giunti al paradigma del *Web 2.0* e del *Social Networking*³, in cui i *social media* permettono di condividere informazioni e contenuti digitali tra gli utenti, facilitandone l'interazione e favorendo la creazione di comunità virtuali.

Attraverso l'inserimento di dati personali, l'appartenenza a vari gruppi e la manifestazione delle proprie preferenze (si pensi ad esempio ai *like* su Facebook), il web – dal punto di vista sociale – è di fatto diventato lo specchio del reale⁴.

Assumendo la prospettiva propria della scienza delle reti⁵, attenta a individuare le caratteristiche comuni a tutte le aggregazioni sociali (come, ad esempio, la presenza di *capitale sociale* e la possibilità di attivare *legami deboli*), è possibile affermare che anche i social network potrebbero avere ricadute positive in termini di processi di costruzione dell'identità, di relazione e di comunicazione.

¹ G. Boccia Artieri, *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social Network Society*, Milano, Franco Angeli, 2012.

² C. Ricci, *Tecnologie di gestione della conoscenza e Società della conoscenza*, in *I processi generazionali delle conoscenze nei contesti organizzativi e di lavoro*, cur. A. Bruno, C. Kaneklin, G. Scaratti, Milano, Vita e Pensiero, 2005, p. 199.

³ *Comunità di pratica e società della conoscenza*, cur. G. Alessandrini, Roma, Carocci, 2007.

⁴ S. Zhao, S. Grasmuck, J. Martin, *Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment*, in «Anchored Relationships, Computers in Human Behavior», 24, 5 (2008), pp. 1816-1836.

⁵ A.L. Barabasi, *Link. La scienza delle reti*, Torino, Einaudi, 2004, citato in G. Riva, *I social network*, Bologna, il Mulino, 2010, p. 162.

All'interno dello spazio ibrido, definito come *interrealtà*⁶, possono coesistere contemporaneamente legami virtuali e legami reali⁷. L'attivazione, infatti, di meccanismi empatici tra i membri (da cui deriverebbe la dipendenza dal medium)⁸ suggerisce che il potenziale nascosto in una piattaforma social, non può più rimanere inosservato⁹. Meccanismi continui di identificazione, confronto e scambio sociale sono una dimostrazione del fatto che nuovi modelli di socialità si starebbero affermando proprio a partire dall'utilizzo di internet¹⁰.

L'importante sviluppo di network informali, soprattutto all'interno delle organizzazioni formali, ha consentito la nascita di particolari tipologie di organizzazione – le *Social Enterprise*¹¹ – che hanno compreso pienamente le trasformazioni in atto apportate dai *social media* e dall'innovazione digitale nel tessuto organizzativo, operando una totale osmosi tra mondo *interno* e mondo *esterno*, con l'assoluto coinvolgimento di tutti gli attori organizzativi.

In questo nuovo modello di organizzazione le routine di apprendimento sono di fatto vincolate all'obiettivo di snellire i processi e di valorizzare le competenze dei propri collaboratori in uno scenario (locale e globale) ormai completamente orientato «verso una forte integrazione dei processi fondamentali della collaborazione: comunicazione, coordinamento dei gruppi di lavoro, gestione dell'informazione derivante da sistemi sociali informali»¹². La prima e più importante conseguenza di tale processo è che starebbe aumentando anche l'attenzione verso la possibilità di progettare *digital habitats*¹³ in cui il valore (sia tangibile che intangibile) potrebbe generarsi dalla fiducia, dalla reciprocità e dalla comprensione condivisa dei problemi, soprattutto in assenza di veri e propri confini organizzativi¹⁴.

Tuttavia, non sempre un social network è espressione di una *comunità di pratica*¹⁵, di una cultura, cioè, che possa realmente definirsi partecipativa, specie in mancanza di una piena consapevolezza del ruolo giocato da ciascun attore al-

⁶ G. Riva, *Interreality: A new paradigm for e-health*, in «Studies in Health Technology and Informatics», 144 (2009), pp. 3-7.

⁷ G. Riva, *I social network* cit.

⁸ D. Boyd, *It's complicated. The social Lives of Networked Teens*, New Haven, CT, Yale University Press, 2014.

⁹ G. Riva, *I social network* cit.

¹⁰ M. Castells, *La nascita della società in rete*, trad. it., Milano, Egea, 2002.

¹¹ S. Besana, *Social Enterprise: consigli per lavorare in modalità social*, on line, (10-03-14).

¹² A. Gaggioli, L. Milano, E. Mazzoni, G. Riva, *Networked Flow: A Framework for Understanding the Dynamics of Creative Collaboration in Educational and Training Settings*, in «The Open Education Journal», 4 - suppl. 1:M3 (2011), pp. 41-49.

¹³ E. Wenger, N. White, J.D. Smith, *Digital Habitats: stewarding technology for communities*, Portland, OR, CPsquare, 2009.

¹⁴ M.J. Hatch, *Teoria dell'organizzazione*, trad. it. Bologna, il Mulino, 1999.

¹⁵ G. Boccia Artieri, *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*, Milano, Franco Angeli, 2012.

l'interno di tale network. Il numero di adolescenti sempre più connessi e smarriti nel labirinto di internet tende ad aumentare, così come il numero di adulti, il cui senso di responsabilità dovrebbe, però, servire ad accompagnare i più giovani verso il pieno raggiungimento di quella autonomia decisionale, utile per orientarsi all'interno dei nuovi circuiti, possibili trappole per la soggettività¹⁶.

Per cogliere i vantaggi derivanti dai nuovi strumenti della comunicazione e per ridurre gli eventuali rischi correlati (per esempio, in relazione a forme di fruizione inadeguate) è indispensabile che essi continuino ad essere oggetto di analisi e ricerche da più prospettive (pedagogica, sociologica e psicosociale), e ciò al fine di immaginare adeguati percorsi formativi. Proprio tali percorsi dovranno favorire, nel tempo, un uso più consapevole dei nuovi media da parte di chi è già entrato a far parte del *web sociale* e tentare di ridurre il *divario digitale*, facendo acquisire, a chi ancora non le possiede, le competenze tecnologiche minime per una partecipazione attiva e soprattutto consapevole¹⁷.

La costruzione del profilo tra rischi e opportunità

La personale esperienza del vero da parte dell'identità, online come offline, si gioca sempre sul piano simbolico¹⁸: «che lo vogliamo o meno, i nostri personaggi interiori cercano costantemente un teatro in cui recitare le loro commedie e le loro tragedie. Sebbene raramente ci si assuma la responsabilità delle nostre produzioni teatrali segrete, il regista sta seduto proprio nelle nostre menti»¹⁹. L'essere nel mondo è un continuo ed inarrestabile *processo* alla ricerca di senso e di coerenza tra le diverse esperienze vissute, per cui anche nelle piazze digitali rappresentate dai social network ogni utente è al contempo produttore e consumatore attivo di simboli. Così come già accade nella quotidianità del reale, anche nello spazio virtuale l'identità può arrivare a sperimentare se stessa in ruoli differenti tramite la creazione di *Sé possibili*²⁰, in cui emerge la tendenza a favorire l'espressione del positivo e a mostrare (o addirittura potenziare) alcuni aspetti della propria personalità (quelli ritenuti più desiderabili dall'interlocutore), omettendo tutti quelli, invece, che verrebbero vissuti negativamente.

¹⁶ K. Woodward, *Understanding Identity*, London, Arnold, 2002.

¹⁷ S. Bentivegna, *Disuguaglianze digitali. Le nuove forme di esclusione nella società dell'informazione*, Roma-Bari, Laterza, 2009.

¹⁸ M. Castells, *La nascita della società in rete* cit.

¹⁹ J. McDougall, *Teatri dell'io. Illusione e verità sulla scena psicanalitica*, Milano, Raffaello Cortina Editore, 1988 p. 2.

²⁰ H. Markus, P.S. Nurius, *Possible selves*, in «American Psychologist», 41, 9 (1986), pp. 954-969.

Ciò non significa che in uno scenario virtuale confluisca di fatto un sé fantasioso, artefatto o poco corrispondente a quello reale. Ogni *profilo* costruito nei rapporti interpersonali, finisce inesorabilmente per essere ancora di più un'auto-rappresentazione, una modalità espressiva per trasmettere una buona impressione del proprio sé in pubblico (*impression management*), attraverso cui gli individui cercano di valutare e controllare l'impressione che suscitano negli altri.

Per comprendere appieno quali siano le dinamiche che permettono, in un contesto relazionale di tipo virtuale, una valorizzazione della propria immagine è necessario partire da una premessa: i *social media* consentono alle persone, prima di ogni altra cosa, di soddisfare obiettivi di *self-presentation*²¹. L'utilizzo di un social network prevede come primo step la costruzione di un profilo pubblico, a cui segue l'individuazione di una lista di altri utenti con i quali connettersi, a cui segue la possibilità di individuare le *altre* connessioni di questi utenti all'interno del sistema. Viene dunque a strutturarsi una architettura di *cerchie sociali*²², caratterizzate dall'interesse verso alcune tematiche (si pensi ai tanti gruppi dentro Facebook), entro cui condividere materiale informativo e multimediale. Tale appartenenza attiverebbe un confronto con i pari e contemporaneamente un'auto-osservazione²³ che permetterebbe di guardare se stessi attraverso la percezione che gli altri rimandano a loro volta dall'interno di queste reti.

Da un punto di vista strettamente psicologico, è chiaro che la costruzione di un'identità online²⁴ è un processo estremamente complesso. Potrebbe, infatti, presentare dinamiche non lontane da quelle che avvengono nel contesto reale, in cui si assumono posizioni narcisistiche da un lato o maggiormente propense alla negoziazione dall'altro: le interazioni faccia a faccia si slegano all'interno degli spazi digitali, rendendo i legami tra i membri più *fluidi* e quasi impercettibili, ma non per questo inesistenti o meno funzionali alla costituzione di un gruppo sociale. Dato dall'allargamento della rete sociale di riferimento, è stato dimostrato, peraltro, che attraverso l'uso di social network l'aumento di legami deboli accresca a dismisura il capitale sociale, soprattutto in fase adolescenziale²⁵. Tuttavia, in uno spazio in cui i confini tra *amici* e *conoscenti* spesso non sono ben distin-

²¹ N. Ellison, *Future Identities: Changing identities in the UK - the next 10 years*, (on line): https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/273966/13-523-future-identities-changing-identities-report.pdf (2013).

²² D. Boyd, N.B. Ellison, *Social Network Sites: definition, history, and scholarship*, in «Journal of Computer-Mediated Communication», 13 (2008), pp. 210-230.

²³ G. Boccia Artieri, *Stati di connessione* cit., p. 108.

²⁴ F. Boni, *Media, identità e globalizzazione*, Roma, Carocci, 2005.

²⁵ N.B. Ellison, C. Steinfield, C. Lampe, *The benefit of Facebook "Friends": social capital and college students' use of online social network sites*, in «Journal of Computer-Mediated Communication», 12, 4 (2007), pp. 1143-1168.

guibili, sarà ancora più difficile mantenere in perfetto equilibrio la propria reputazione²⁶.

L'identità *fluida* richiesta dal social network è, nella maggior parte dei casi, facilmente gestibile da un soggetto adulto, ma può diventare un compito gravoso per un adolescente che non ha ancora raggiunto una piena maturazione ed integrazione dal punto di vista personale e sociale. La moltiplicazione delle identità (online/offline), richiesta dalla partecipazione in *rete*, potrebbe rallentare il processo di costruzione della personalità e far percepire elevata instabilità²⁷.

Nei profili virtuali degli adolescenti è abbastanza evidente la «ricreazione permanente dell'identità»²⁸ che si manifesta attraverso l'aggiornamento continuo del proprio profilo pubblico, sempre attento alla ricerca di immagini e frasi particolari; i meno giovani, invece, starebbero più attenti alle dinamiche relazionali, che si manifesterebbero, per esempio, con un uso maggiore di commenti ai profili degli altri e con l'appartenenza a un numero maggiore di gruppi o cerchie.

Solo mantenendo una visione psicosociale dell'identità²⁹, tenendo cioè presenti i fattori sociali e culturali ai quali essa è connessa, è possibile individuare nella rete quei rischi cui si potrebbe andare incontro. Tra tutti ci limitiamo a citare la sostituzione della fisicità del corpo con quella del *medium*; nonché i comportamenti violenti e disfunzionali che, proprio nella rete, potrebbero essere facilitati (si pensi per esempio allo stalking, al cyberbullismo o ai cambi di identità).

Diverso e più complesso è il discorso relativo al sovraccarico di informazioni, ossia al rischio correlato all'affaticamento legato all'*information overload*. L'*altra* sensorialità, data proprio dal potenziamento artificiale dei sensi³⁰, attraverso la navigazione nel cyber-spazio, starebbe, infatti, comportando – *click dopo click* – maggiore stress a carico del sistema cognitivo ed emotivo. Stress spesso dovuto a una mancata competenza nel relazionarsi con il *medium*, sino a raggiungere un senso di spaesamento e di irritabilità, soprattutto in assenza di punti di riferimento stabili cui potersi ancorare³¹. Storie di adolescenti che riescono ad utilizzare contemporaneamente più social network³², hanno mostrato che, se da

²⁶ G. Riva, *I social network* cit.

²⁷ Ivi, pp. 165-166.

²⁸ G. Boccia Artieri, *Stati di connessione* cit., p. 108.

²⁹ E.H. Erikson, *Identity: youth and crisis*, New York, Norton, 1968.

³⁰ M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, trad. it., Milano, Il Saggiatore, 1964.

³¹ G. Favretto, *Stress e nuove tecnologie*, Milano, Unicopli, 1990; G. Tomei et al., *Stress e nuove tecnologie*, in «Giornale Italiano di Medicina del Lavoro ed Ergonomia», 33, 3 (2011), pp. 312-314.

³² T. Cheshire, *Credi che smartphone e social network stiano rimbacillando i ragazzi? Ti sbagli. Tuo figlio è più intelligente di te*, in «Wired», 58 (dicembre 2013-gennaio 2014), pp. 96-103.

un lato l'iper-stimolazione da multitasking comporterebbe effettivamente un appagamento di tipo emotivo, dall'altro potrebbe, però, sfociare nella demenza digitale a causa di un mancato rafforzamento dei processi cerebrali dedicati al pensiero e alle decisioni più profonde³³. Navigare in Internet ha sicuramente un effetto stimolante sulla psiche (soprattutto nella ricerca attiva delle informazioni), ma è chiaro che non basta sfiorare le informazioni per coglierne pienamente il senso. A destare tanta preoccupazione sarebbe, inoltre, la *bulimia da comunicazione*³⁴ generata dagli incontri virtuali, in cui pensieri e sentimenti di ciascuno vengono trasferiti con estrema leggerezza dalla vita reale, rischiando talvolta, di non comprendere a fondo le emozioni sia proprie che altrui. La tecnologia *social* se da un lato sta contribuendo a riscrivere una nuova modalità di convivenza, dall'altro fa emergere sempre più per i fruitori il rischio di trasformarli come soggetti *solì insieme*³⁵.

A fronte dunque di una più densa e frequente presenza di *contesti pubblici in rete*, il quadro che si delinea innanzi agli occhi degli studiosi è quello di un sempre più sfumato confine tra pubblico e privato³⁶. Diventa pertanto utile indagare il processo che si nasconde entro ogni *rete* di connessioni.

Networked flow e ambienti digitali di apprendimento

La ricerca organizzativa è stata da sempre attenta alla possibilità di indagare la natura stessa delle reti, intese quali oggetti di conoscenza e strumenti di intervento di cui ogni organizzazione può avvalersi per l'affermazione nel contesto di appartenenza e per la capitalizzazione di un sapere condiviso, attraverso circuiti di negoziazione e comunicazione tra tutti gli attori coinvolti nel processo.

Se da un punto di vista prettamente sociale, l'attenzione è rivolta all'intensità della leva relazionale nell'autoaffermazione del network, da un punto di vista prettamente organizzativo-strutturale è rilevante osservarne la funzionalità strategica, dal momento che tale funzione permetterebbe alle organizzazioni di accedere a risorse (materiali e immateriali) e di divenire flessibili e maggiormente competitive nell'ambiente. Gli script non codificati che alimentano lo scambio collaborativo fra i membri di un sistema rappresentano, infatti, un capitale socia-

³³ *Ibidem*.

³⁴ P.E. Cicerone, *Meglio soli ...*, in «Mente e cervello», 66 (2010), pp. 78-85.

³⁵ S. Turkle, *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*, New York, Basic Books, 2011.

³⁶ D. Boyd, *Taken out of context. American teen sociality in networked publics*, Phd Dissertation, University of California-Barkeley, School of Information, 2008.

le che, al pari di ogni altra forma di capitale, è in grado di incidere notevolmente sulla competenza organizzativa e sulla predisposizione al cambiamento³⁷.

Una rete *creativa* è capace di attivare un'esperienza ottimale di gruppo in cui l'intenzione soggettiva diventa collettiva, fino a guidare l'azione di tutti i membri coinvolti. La potenzialità di tale esperienza è data dal raggiungimento di vette *creative*, non altrimenti raggiungibili individualmente, oltretutto dalla capacità che ha l'energia emotiva di stimolare sentimenti di fiducia, empatia e condivisione, permettendo loro di circolare all'interno del gruppo e di formalizzarsi in artefatti cognitivi. Il processo alla base della formazione di una *rete creativa* può essere definito *networked flow*³⁸. Esso consiste in un'auto-organizzazione dinamica derivante dalle interazioni complesse che si svilupperebbero tra i membri di un gruppo e individuabile anche negli artefatti che essi creano e condividono fra loro.

Tra i fattori che favoriscono la nascita della creatività di rete c'è principalmente il *senso di presenza*, vale a dire la capacità con cui il soggetto riesce a far affermare le proprie intenzioni all'interno del gruppo e il *senso di presenza sociale*, intesa come la capacità di accogliere e comprendere le intenzioni degli altri membri.

La Swarm Creativity (prospettiva della *creatività di sciame*) introduce un nuovo concetto di Collaborative Innovation Networks, o COINs quale metodologia per migliorare la qualità e il vantaggio competitivo delle organizzazioni e dei gruppi. Un COIN è un «Cyberteam di persone auto-motivate, con una visione condivisa e che utilizzano strumenti web che consentono loro di raggiungere un obiettivo attraverso lo scambio di idee, pratiche e conoscenze [...]. Lo sviluppo di un COIN si basa su una struttura interna che identifica tre ruoli chiave: l'innovatore, il comunicatore e il collaboratore. Un COIN usualmente nasce a partire da un'elevata motivazione condivisa, obiettivi comuni e creazione di nuova conoscenza»³⁹.

La capacità (auto-organizzata) di generare una conoscenza accessibile a tutti con estrema trasparenza e fiducia nei loro riguardi, diffonderà l'innovazione dal fulcro interno sino a tutta la comunità di pratica che lo contiene. Un sistema evolutivo e alimentato dai feedback positivi e costanti che, a loro volta, accrescono il livello di benessere dei membri e rafforzano il processo di *networked flow*.

³⁷ C. Dell'Olio, *Istituzioni formative e pratiche di coordinamento organizzativo: modelli di pensiero e schemi d'azione del networking nei contesti scolastici*, in *Pedagogia delle risorse umane e delle organizzazioni*, cur. G. Alessandrini, Milano, Guerini e Associati, 2004.

³⁸ A. Gaggioli, L. Milano, E. Mazzoni, G. Riva, *Networked Flow* cit., pp. 13, 195.

³⁹ P. Gloor, *Swarm Creativity, Competitive Advantage through Collaborative Innovation Networks*, Oxford, Oxford University Press, 2006.

Nelle organizzazioni moderne e creative gli individui dovrebbero potersi sempre percepire spontaneamente quali membri di una rete, in cui un gruppo di persone integrano le loro personali competenze per raggiungere un medesimo obiettivo. La pluralità di competenze confluite in un unico flusso creativo dovrebbe sempre apportare qualità nelle azioni da intraprendere, con l'opportunità di sviluppare una maggiore consapevolezza organizzativa e una visione sistemica delle problematiche. Tuttavia, sarà sempre e solo la decisionalità del singolo a individuare, di volta in volta, l'uso migliore che potrà fare della rete (online e offline), *vivendoci dentro*⁴⁰.

A fronte di queste considerazioni e prendendo atto dei processi informali che pervadono oramai la logica di organizzazioni tradizionalmente strutturate, come ad esempio quella scolastica, ci si interroga allora su come sia possibile una reale innovazione che preveda *altre* modalità di accesso alla conoscenza, mutate proprio dai nuovi modi di comunicare tramite i nuovi media⁴¹.

L'avvento di Internet ha favorito, in questi anni, l'istituzione di ambienti digitali di apprendimento⁴² che hanno apportato un'innovazione nella diffusione, nella distribuzione e nella gestione della conoscenza da parte degli attori organizzativi. Fondamentale in questo senso la Raccomandazione del Consiglio Europeo stilata il 20 dicembre 2012 sulla convalida dell'apprendimento non formale e informale, che richiede agli Stati membri, entro il 2018, la possibilità di mettere le persone nella condizione di individuare, documentare, valutare e certificare ciò che hanno appreso al di fuori dell'istruzione e della formazione formali.

Troppo a lungo, infatti, la riproduzione della conoscenza si è basata soltanto sull'interazione tra il formatore e il discente, attraverso un processo di tipo formale, non sempre funzionale alla necessaria «mobilitazione cognitiva»⁴³ da parte del soggetto (si pensi, a solo titolo di esempio, all'utilizzo delle piattaforme di e-learning).

Innumerevoli gli esempi che dimostrerebbero il tentativo di coordinamento delle nuove tecnologie per fini educativi, come quello di una maestra canadese che – intravedendo la portata rivoluzionaria dei social network – pensò di avviare tra i banchi di scuola elementare qualche progetto su Twitter, per stimolare una discussione su tematiche di carattere storico (ad esempio, la Shoah), facendo interagire i piccolini con persone di tutto il mondo, esperte della tematica. «Con

⁴⁰ D. Ferrari, *Due gradi e mezzo di separazione. Come il social networking facilita la circolazione delle idee (e fa circolare l'economia)*, Milano, Sperling & Kupfer, 2014.

⁴¹ M. Ranieri, S. Manca, *I social network nell'educazione*, Trento, Edizione Erikson, 2013.

⁴² E. Wenger, N. White, J.D. Smith, *Digital Habitats* cit.

⁴³ *Comunità di pratica e società della conoscenza* cit., p. 18.

i loro cervelli plastici e adattivi e la loro crescita avvenuta in piena immersione digitale, i bambini di questa generazione potrebbero essere i più brillanti, i più creativi, i più connessi della storia dell'umanità»⁴⁴.

Ma non occorre necessariamente guardare oltreoceano per trovare iniziative virtuose nel tessuto scolastico: a Lecce il docente Daniele Manni (candidato al Global Teacher Prize nel 2014) ha accolto la richiesta proveniente da un gruppo di adolescenti di creare una pagina Facebook contro il bullismo. Una piattaforma con l'obiettivo di raccogliere storie e consigli da estendere progressivamente a tutte le classi scolastiche di Italia, affinché ognuna di queste possa richiedere e meritarsi alla fine il bollino di *classe debullizzata*⁴⁵.

Anche l'Università, nell'ottica di un apprendimento life-long, starebbe cercando di programmare interventi per fare in modo che ciò che comunemente e formalmente viene definito *fare formazione* possa essere decostruito e ri-organizzato alla *presenza* dell'informale tecnologico. A Pavia, qualche anno fa si pensò di proporre la *twitteratura*: venne sviluppata una piattaforma tecnologica ad hoc, studiata per il supporto all'attività di insegnamento dei testi letterari, con l'obiettivo di invogliare alla lettura e di affinare la capacità interpretativa dello studente. Ci si interroga su cosa significhi oggi essere dei *lettori connessi*⁴⁶.

Pratiche che nascono e si diffondono, dunque, capillarmente nelle organizzazioni formative, per cercare di andare oltre un'inerzia istituzionale, alla luce delle dimostrazioni di un'efficacia delle tecnologie nella creazione di ambienti per l'apprendimento collaborativo⁴⁷.

Mettere a disposizione degli studenti luoghi virtuali di condivisione dei processi potrebbe favorire, difatti, una partecipazione maggiore e garantire nel tempo la produzione di prodotti collettivi sempre più creativi ed efficaci, come ha dimostrato uno studio che ha analizzato il rapporto tra gli indici di *social network*, il flusso e le prestazioni creative negli studenti che collaborano in un ambiente misto⁴⁸. L'obiettivo principale verso cui si tenderebbe, sarebbe sostanzialmente quello di creare un ponte tra la formazione formale, non formale ed informale attraverso un uso funzionale delle tecnologie, per imparare ad imparare attraverso la *pratica* di un'intelligenza connettiva.

⁴⁴ T. Cheshire, *Credi che smartphone e social network* cit., p. 103.

⁴⁵ C. Spagnolo, *Noi che sfidiamo in classe il bullismo con una app*, in «La Repubblica», 1 marzo 2016, p. 31

⁴⁶ P. Costa, *Il futuro della lettura. L'esperienza del testo nell'era postmediale*, Milano, Egea, 2016.

⁴⁷ E. Wenger, N. White, J.D. Smith, *Digital Habitats* cit.

⁴⁸ A. Gaggioli, E. Mazzoni, L. Milani, G. Riva, *The creative link: Investigating the relationship between social network indices. Creative performance and flow in blended teams*, in «Computers Human Behavior», 12, 3 (2013).

I docenti dovranno sintonizzarsi sulle nuove dinamiche comunicative e sociali favorite anche dai social media, riuscendo a considerarli come mezzi di supporto allo studio, come quella parte informale da integrare necessariamente alla componente formale del processo di insegnamento, generando un flusso orizzontale di conoscenza⁴⁹. È pur vero, però, che l'esperienza in aula nelle nostre scuole italiane rispetto all'avanzamento tecnologico, mostra spesso una vera e propria resistenza, limitandone così la portata evolutiva. Non è solo questione di introdurre il fattore tecnologico nell'organizzazione per favorire innovazione: occorre un rinnovamento del management che deve essere in grado di coordinare processi informali, spontanei e contestuali dentro e fuori i confini organizzativi. È chiaro che, in questi casi, giungere ad un coinvolgimento attivo e partecipativo della persona è sicuramente impresa non facile e non basta di certo la diffusione dell'informazione in modo informale. Per poter progettare e successivamente realizzare opportuni interventi di apprendimento (autoregolato) nel campo della *open-learning* occorrono competenze meta-cognitive adeguate da parte dell'utente in quanto si tratta sostanzialmente di un «processo attivo, costruttivo, secondo il quale i soggetti che apprendono pongono gli obiettivi del loro apprendimento e quindi cercano di seguire, regolare e tenere sotto controllo la propria cognizione, motivazione e il proprio comportamento al loro servizio, guidati e condizionati dalle caratteristiche personali e dagli aspetti contestuali dell'ambiente»⁵⁰.

Un'acquisizione della conoscenza che dipenderà, dunque, dal continuo scambio con l'ambiente, dal net-learning quale «sistema integrato di autoformazione, ricerca e consulenza, costruito da comunità di pratica che condividono passioni e risorse»⁵¹, in cui gli elementi principali da valutare sarebbero principalmente tre: le caratteristiche dei soggetti, le potenzialità del sistema di e-learning e le caratteristiche di presentazione dei contenuti.

Le tecnologie, in quanto co-costruite, nel loro utilizzo sembrano essere capaci di snellire la partecipazione alle pratiche cooperative e sostenibili delle comunità (reali e virtuali).

Comunità di pratica che potrebbero trasformare il modo stesso in cui pensiamo le organizzazioni nel vasto sistema globale della conoscenza⁵².

⁴⁹ *Technology and Knowledge Flows*, cur. G. Trentin, Oxford, UK, Chandos Publishing, 2011.

⁵⁰ P.R. Pintrich, A. Zusho, A. Wigfield, *The development of academic self-regulation: The role of cognitive and motivational factors*, San Diego CA, Academic Press, 2002.

⁵¹ *Comunità di pratica e società della conoscenza* cit.

⁵² E. Wenger, R. Mc Dermott, W.M. Snyder, *Coltivare comunità di pratica. Prospettive ed esperienze di gestione della conoscenza*, trad. it., Milano, Guerini e Associati, 2007.

Riflessività “mediale” e culture partecipative

Rimanere collegati alla propria comunità, con il suo alto potere creativo e di condivisione, rappresenta la priorità assoluta nel Web 2.0, risposta tecnologica ai cambiamenti della *network society* (e non viceversa)⁵³. È prima di tutto una questione di *fiducia*: se nel network questa prevale, cresce il vantaggio competitivo per il capitale sociale, poiché donare qualcosa – anche una semplice informazione ad un altro – significa di per sé attivare un reale processo di *networking*⁵⁴. La tesi a sostegno di tale considerazione è quella che vede «alla base di tale comportamento un senso di responsabilità sociale nei confronti della comunità che spinge gli utenti dei social network a mettere a disposizione degli altri qualcosa di proprio: informazioni, conoscenze, contenuti. [...] In quest’ottica, obiettivo dell’azione dei soggetti non è il profitto, diviso equamente tra i membri della rete, ma la creazione, il mantenimento e l’allargamento della comunità: l’interesse del soggetto si realizza insieme a quello degli altri (intenzione collettiva)»⁵⁵.

Nella *social computing society*, il potere innovatore starebbe passando progressivamente dall’Istituzione alle Comunità, la cui materializzazione ha inizio a partire da un intreccio di legami deboli, potenzialmente capaci, però, di maggiori connessioni⁵⁶.

La possibilità di *vivere* il web e di contaminarlo con le proprie conoscenze e le proprie idee, mettendole a disposizione degli altri, dimostra che il mezzo tecnologico è solo un *medium* che consente un’aggregazione dell’intelligenza distribuita in diversi individui e gruppi sociali, dando luogo ad un comportamento collettivo cognitivo⁵⁷. Dall’emergere di relazioni che creano un vantaggio reciproco (es. il raggiungimento di un obiettivo comune) aumenterebbe il senso di fiducia e l’input a vivere un’appartenenza multipla, intrecciando relazioni anche con altre comunità.

Tuttavia, ripensando al ruolo giocato dai social network nella società della conoscenza, è bene ricordare che «un social network non è di per sé una comunità di pratica; al suo interno può formarsene una se viene auto-selezionato da alcuni membri un dominio caratterizzato da una passione comune, una condivisione di interessi attorno alle quali si sviluppano competenze che valgono internamente anche se non necessariamente vengono riconosciute all’esterno»⁵⁸.

⁵³ D. Bennato, *Il Web 2.0 non è una bolla!*, in «Internet Magazien», 108 (2006), pp. 24-25, online: www.tecnoetica.it

⁵⁴ D. Ferrari, *Due gradi e mezzo di separazione* cit.

⁵⁵ G. Riva, *I social network* cit., p. 134.

⁵⁶ E. Wenger, R. Mc Dermott, W.M. Snyder, *Coltivare comunità di pratica* cit., p. 112.

⁵⁷ D. Bennato, *Sociologia dei media digitali*, Roma-Bari, Laterza, 2011.

⁵⁸ G. Boccia Artieri, *Stati di connessione* cit., pp. 78-79.

Jenkins, per spiegare come il concetto di *comunità di pratica* sarebbe alla base delle tecnologie della comunicazione, preferisce utilizzare il termine di *culture partecipative*⁵⁹, dando maggiore risalto alla partecipazione (propria della cultura) che all'interattività (propria delle nuove tecnologie).

Nella diffusione esponenziale di servizi che mirano alla costruzione di collegamenti fra gli utenti, c'è nascosto il desiderio di trasformare questi ultimi in una community capace di «attivarsi» in vista di uno scambio sociale delle proprie conoscenze: da fruitori a protagonisti del servizio stesso. Solo una conoscenza culturale di tipo partecipativo può rappresentare la base per l'utilizzo consapevole dei social media, il loro funzionale utilizzo all'interno delle nostre pratiche formative trova terreno fertile nel cosiddetto «processo sociale reticolare»⁶⁰.

Per comprendere la parabola evolutiva di questi anni, che ha visto come protagonisti i *media* da un lato e la *società* dall'altro, occorre guardare alle caratteristiche strutturali delle culture partecipative, che proprio nel networking dei social media hanno trovato la loro espressività. Ci riferiamo all'appartenenza mediale riflessiva, all'espressività mediale, al problem solving collaborativo e a quella che è stata, poi, definita *condivisione di flusso*⁶¹.

Per ciò che concerne l'*appartenenza mediale riflessiva* si fa riferimento al vissuto del singolo che confluisce in comunità online sostenute dalla comunicazione mediata e in cui c'è un reciproco riconoscimento attorno a pratiche culturali che sussistono anche grazie alle potenzialità mediologiche che la tecnologia offre. La generazione di senso è in questo caso strettamente collegata alla riflessione *sulle* connessioni e *nelle* connessioni⁶². L'abilità nella rielaborazione dei contenuti che circolano online e nella produzione di prodotti mediali che assumono forme diverse rispetto all'originale (es. una foto alla quale viene aggiunta una frase o un video al quale viene aggiunto un motivo musicale), concerne, invece, ciò che viene definita come *espressività mediale*.

Il *problem solving* collaborativo richiama, invece, la capacità di teamwork (es. Wikipedia), la cui essenza è «lo sviluppo e la conservazione di relazioni reciproche di aiuto fra tutti i membri»⁶³ anche quando i membri non operano nello stesso posto e si forniscono aiuto elettronicamente. In tal caso è fondamentale «costruire la relazione sulle parole scritte»⁶⁴ e ricercare il maggior numero di

⁵⁹ H. Jenkins: www.henryjenkins.org/2006/confronting_the_challenges_of.html (October, 20, 2006) in G. Boccia Artieri, *Stati di connessione* cit., p. 83.

⁶⁰ D. Bennato, *Introduzione*, cit. in A. Gaggioli, L. Milano, E. Mazzoni, G. Riva, *Networked Flow* cit., p. 10.

⁶¹ G. Boccia Artieri, *Stati di connessione* cit.

⁶² *Ibidem*.

⁶³ E. Schein, *Le forme dell'aiuto*, Milano, Franco Angeli, 2010, p. 89.

⁶⁴ Ivi, p. 105.

informazioni (dare e ricevere feedback in modo costruttivo) in vista del buon funzionamento del network e del raggiungimento degli obiettivi. Un processo non sempre esente da vincoli, specie di fronte ad un'eventuale divergenza dei vari punti di vista, che potrebbero creare non poche dinamiche conflittuali.

Infine, la *condivisione di flusso* è data dalla pluralità di conoscenze e competenze confluite in un unico flusso creativo, nel quale sono gli stessi utenti a segnalare altri utenti, e che dovrebbe apportare qualità nelle decisioni e nelle azioni da intraprendere, mostrando il potere di quel «soggetto collettivo contemporaneo dopo-moderno che sono i pubblici connessi»⁶⁵. Ciò richiederà, nel tempo, l'emergere di una nuova riflessività, definita *mediale*, che richiama proprio la possibilità di fare esperienza rispetto a ciò che viene rappresentato, attraverso idonee modalità di riconoscimento e distanziamento. Questa nuova riflessività darà luogo ad una *doppia osservazione*, ovvero: per un verso, una *auto-osservazione* avente ad oggetto il legame tra la propria identità e le proprie produzioni comunicative (es. come mi presento attraverso i post che scrivo? Ci si analizza come se fossimo noi stessi il possibile pubblico); per un altro verso, una *etero-osservazione*, legata al rapporto tra sé e ambiente mediale (che consente sempre un'esperienza dell'esperienza dell'altro)⁶⁶.

Alla luce di tale particolare intreccio di informazioni, la sfida più complessa (ed invero ambiziosa) non sarà tanto quella di riuscire a gestire l'abbondanza delle informazioni che circolano nel sistema, quanto quella di «concepire il *complexus* (ciò che è tessuto insieme)»⁶⁷, ossia *come* queste informazioni vengano organizzate e interpretate da ciascuno in relazione agli altri attori sociali, vicini e lontani.

Considerazioni conclusive

Oggi come ieri, il punto di partenza per provare a cogliere il senso dell'agire sociale (e organizzativo, in particolare) è il *groviglio di significati*⁶⁸, a maggior ragione se ciò si esplica entro una cornice di interazione sociale allargata a dismisura.

Nell'ottica del *networking* ci si muove in modo più *veloce*, con una prospettiva post-moderna che ha esaltato all'ennesima potenza il senso della frammen-

⁶⁵ G. Boccia Artieri, *Stati di connessione* cit., p. 86.

⁶⁶ Ivi, pp. 163-165.

⁶⁷ R. Morin, *Le defi de la complexité*, in *La sfida della complessità*, cur. A. Anselmo, G. Gambillo, Firenze, Le lettere, 2011, pp. 72-73.

⁶⁸ C. Geertz, *Interpretazione di culture*, trad. it., Bologna, il Mulino, 1987.

tazione, della complessità, della visione poliedrica della realtà, della continua ricerca di alternative, facendo maturare maggiori livelli di partecipazione; processi comunicativi e decisionali aperti e collaborativi⁶⁹. L'appartenenza ricercata all'interno dei social network ha fatto emergere numerose domande sulla possibilità dell'acuirsi di un senso di solitudine⁷⁰ e sul rischio di una *radicalizzazione della dimensione relazionale*⁷¹.

Tuttavia, il progressivo avanzamento delle nuove tecnologie sociali dipenderà molto dall'adattamento alle modalità di condivisione, dalle forme di autocontrollo, dall'assunzione di responsabilità, dal rispetto per gli altri, anche se inseriti all'interno di un teatro virtuale. Le piattaforme non farebbero altro che incorporare quelli che sono i nostri valori sociali, favorendone successivamente una diffusione⁷².

Occorreranno delle vere e proprie strategie di gestione della vita in network, lo sviluppo cioè di competenze necessarie all'utilizzo del *medium*, poiché nell'arena tecnologica l'identità dovrà imparare a difendere la propria *web reputation*, anche tramite una costruzione «oculata» del proprio profilo.

Abbiamo voluto rendere evidente, perciò, l'importanza della costruzione attiva e collaborativa della conoscenza in ambienti innovativi di apprendimento, in cui la comunità decide di muoversi come un *network learning*, in cui il processo di collaborazione è attivato grazie alla mediazione delle tecnologie, capaci di supportare la formazione di reti sociali inclusive e sostenibili anche negli ambienti più formali, come può essere quello di un'aula scolastica.

Le innumerevoli *modalità multiple di interazione* racchiudono oggi una nuova potenzialità creativa perché «se da un lato le reti creative sono esistite sin dall'inizio della storia, dall'altro ciò che le rende così rilevanti e importanti per la vita della nostra società è proprio l'esistenza di Internet e dei nuovi strumenti di *social networking* online, che permettono alle reti creative di sviluppare al massimo il loro potenziale, grazie soprattutto alla massa critica di individui che esse possono attrarre e coinvolgere»⁷³.

Nel passaggio dalla *Information Age* alla *Connection Age*⁷⁴ milioni di persone utilizzano Internet come un luogo privilegiato di scambio e le tecnologie del

⁶⁹ M.J. Hatch, *Teoria dell'organizzazione* cit.

⁷⁰ J. Cacioppo, W. Patrick, *Solitudine. L'essere umano e il bisogno dell'altro*, Milano Il Saggiatore, 2009.

⁷¹ L. Iannelli, *Netdologia. Strumenti per l'analisi dei reticoli sociali online*, in *Comunicare le identità. Percorsi della soggettività nell'età contemporanea*, cur. L. Bovone, P. Volontè, Milano, Franco Angeli, 2006.

⁷² D. Bennato, *Sociologia dei media digitali* cit.

⁷³ A. Gaggioli, L. Milano, E. Mazzoni, G. Riva, *Networked Flow* cit., p. 142.

⁷⁴ J. Rifkin, *L'era dell'accesso: la rivoluzione della new economy*, trad. it., Milano, Mondadori, 2001.

social computing consentono di creare comunità anche a prescindere dalle istituzioni e dal loro potere esercitato. Altre forme di potere (mediatico, economico e dell'apprendimento) stanno diffondendosi nello scenario, richiedendo così nuove capacità di adattamento cognitivo. Saremo, dunque, realmente in grado di parlare di *learning citizenship* solo quando le organizzazioni formative si dimostreranno capaci di valorizzare il potenziale auto-generatosi dalla rete sociale e dalla collaborazione basata sul web.

Se è vero che il cyberspazio può talora rappresentare una vera e propria trappola, in particolare per gli adolescenti, un atteggiamento proibizionista verso l'utilizzo dei social potrebbe rivelarsi solamente controproducente, soprattutto dinanzi al bisogno di percepirsi parte di un *gruppo 2.0*. Riuscire ad attivare, invece, strategie educative e preventive entro la cornice istituzionale, con una riflessione critica su un utilizzo responsabile del web, permetterebbe alle identità dei giovanissimi (e non solo a loro!) di essere sicuramente più attenti e meno vulnerabili⁷⁵.

ABSTRACT

L'ipotesi di lavoro è che la diffusione dell'utilizzo dei nuovi media nelle organizzazioni tenderebbe a rimodellare i processi attraverso cui si forma l'identità del singolo lavoratore, e dei gruppi di cui è parte attiva. Di fronte a meccanismi relazionali sempre più transitori, nei quali non è sempre chiara la modalità di inclusione o di esclusione, un uso inconsapevole del *medium* tecnologico potrebbe risultare alquanto nocivo. Far parte di un *Gruppo 2.0* e la conseguente emersione di una *creatività collettiva 2.0* starebbe progressivamente dimostrando che ad avere la meglio è stata l'innovazione nell'interazione piuttosto che l'artefatto tecnologico in sé. La massiccia presenza dei social media dipende sostanzialmente dall'affermazione di *culture partecipative*. Non viceversa. Se è vero, d'altro canto, che il cyberspazio può talora rappresentare una vera e propria trappola, con l'attivazione di forum, blog, piattaforme di e-learning e social network, le informazioni circolano adesso sicuramente più in fretta, favorendo la partecipazione aperta e attiva del singolo e una continua decostruzione e ricostruzione collettiva del sapere.

The working hypothesis is that new media tend to reshape the process through which the worker's identity, and of group in which he is an active part, was created. We argue that faced with increasingly transient relational mechanisms, in which it is not always clear inclusion or exclusion mode, an unconscious use of the technological medium could be quite harmful. Be part of *Group 2.0* and the new *collective creativity 2.0*, are gradually proving that to get the better is the new mode of interaction rather than the

⁷⁵ I. Casadei, A. Bilotto, *Genitori social ai tempi di Facebook e Whatsapp. Gestire opportunità e rischi delle nuove tecnologie*, Milano, Red edizioni, 2014.

technology itself. Social media's inescapable presence depends on participatory cultures. Not vice versa. If it is true, on the one hand, that cyberspace could sometimes be a real trap, with its forums, blogs, e-learning platforms and social networks, on the other the information can sometimes encourage active participation in self-organizing, and a continuous deconstruction-reconstruction of the collective knowledge.