



Nuovi alfabeti e nuovi formati

Insegnare nella società postmediale

Dai linguaggi agli alfabeti

Nessuno oggi mette più in discussione che nella società attuale sia necessario prendere in considerazione i media anche in prospettiva educativa, il “come” farlo però deve nascere dall’innovare il concetto di *alfabetizzazione ai media*. L’idea di una nuova media literacy non può passare più semplicemente dalla abilitazione all’uso degli strumenti digitali e al controllo del loro consumo, ma deve fare i conti con un’idea più larga, un’idea di literacy multilivello che, a partire dalla strumentalità prenda in considerazione *i linguaggi* in quanto ciò attraverso cui le forme simboliche, le forme della cultura si costruiscono e quindi, dal livello dei linguaggi raggiungere il livello dei significati culturali dentro i contesti (Rivoltella 2020). Probabilmente, siamo stati gli ultimi figli di un tipo di cultura che trovava nella centralità del libro e nell’alfabeto della letto-scrittura, quello che siamo abituati a conoscere e dentro il quale siamo cresciuti, l’orizzonte di comprensione delle cose; e siamo stati i primi di un nuovo tempo, quello della nostra cultura, contraddistinta da nuovi alfabeti digitali.

Gli insegnanti in questi anni si sono trovati ad abitare questo tempo di mezzo (Flusser 2004) e ad essere una guida nel passaggio alla lettura dei nuovi alfabeti della contemporaneità, la cui comprensione richiede il possesso di nuove competenze, più strategiche e mirate, e una consapevolezza di fondo sulle caratteristiche dell’attuale società, nella quale i media oggi, sono talmente permeati e diffusi da poterli considerare, secondo la loro definizione di *strumenti* prima e *ambienti* poi, definitivamente morti (Eugeni 2015).

Oggi viviamo in una **condizione postmediale**, abbiamo superato cioè l’idea di una presenza dei media in seno alla società, essendo i media stessi migrati dentro le cose (Internet of Things). L’universo della comunicazione odierna non si limita a funzionare ma è in grado di riflettere sul proprio funzionamento e di metterlo in scena attraverso grandi narrazioni che lo percorrono e ne animano le dinamiche (Eugeni 2015).

Questa permeabilità senza mediazione tra spazio privato e pubblico (Rivoltella 2020), questa ibridazione tra biologico ed artificiale, deve portare insegnanti e studenti a riflettere sulla responsabilità che ha oggi chi produce contenuti e li mette in rete, ma anche sulla capacità di lettura e di comprensione dei contenuti condivisi, avendo ben chiaro il cambiamento del concetto di autore e la disintermediazione oggi presente nella comunicazione. Tutti possono essere autori, senza intermediari e condividere artefatti on line, ricerche, compiti, e questo richiede consapevolezza e responsabilità.

hashtag cancelletto: simbolo grafico adottato in alcuni motori di ricerca seguito da parola o frase (composta da più parole scritte unite) che serve per etichettare e rintracciare argomenti di interesse (es. *#generazioniconnesse*). Nelle reti sociali questo simbolo precede la parola chiave per classificare gli argomenti di discussione; in questo modo possono essere create e inserite etichette su notizie poi rintracciabili tramite ricerca con #.

@ tag targhetta, cartellino. Rappresentato dal simbolo @ accostato ad una immagine, ad un nome, un luogo li identifica rendendone possibile la classificazione. Lo scopo del tagging, o del taggare nei social è di individuare (marcare) in una immagine, o in un post, una persona, un luogo, un video. Il tag permette la classificazione o individuazione di elementi sulla base dei tag associati (marcatura). Ad esempio se in un post in un social (Facebook) si digita *@generazioniconnesse* sul social si identifica la pagina corrispondente, così se si “tagga” la persona o il luogo lo si “indico” nel post in maniera visibile a tutti.



Quali nuovi formati per comunicare ed educare

I nuovi media sviluppano oggi una vera e propria “cultura della partecipazione” (Jenkins 2009) che dà la possibilità di avere più punti di accesso al sapere, ma prevede la conquista della conoscenza degli alfabeti digitali che consentono di costruire narrazioni transmediali, cioè di passare da un linguaggio all’altro, da una piattaforma all’altra, seguire un messaggio in più forme, e di scriverlo seguendo percorsi su piattaforme diverse, che richiedono competenze e formati diversi. L’abilità di appropriarsi di oggetti mediali e fonti informative in modo critico (Judgement) navigando su differenti piattaforme (Transmedia navigation) per farli propri e rimodellarli (Appropriation) e disseminare quindi i propri artefatti (Networking) (Jenkins 2009) presuppone la conoscenza di formati e alfabeti nuovi. Passare da un testo scritto di un blog, ad un post su Facebook, ad un Tweet di 140/280 caratteri, ad un meme su Instagram, ad una gif animata su Tik tok, ad un podcast su Anchor, presuppone la conoscenza di queste piattaforme, i formati che contengono e il canale preferenziale di comunicazione.

meme

Termine inventato nel 1976 dal biologo Richard Dawkins per indicare una informazione replicabile, nel web il meme rappresenta un’informazione, per lo più immagini virali, che generano emozioni e che possono venire anche personalizzate. Il gioco dell’associazione dell’immagine/espressione virale ad un contenuto, rappresenta una forma di scambio di informazioni e di sottintesi che crea comunicazione. Può diventare interessante la costruzione di meme legati a contenuti didattici, o lavorare sulle inferenze tra immagine e contenuto.

podcast

Parola coniata nel 2004, è la combinazione tra il termine, “iPod” e il termine “broadcast”; al di là dell’origine del termine che richiama la Apple, rappresenta una serie episodica di file audio digitali che un utente può scaricare, su un qualsiasi dispositivo personale, per un facile ascolto. L’utilizzo in didattica è legato al microlearning, o a web radio scolastiche progettate come redazioni, su piattaforme quali Speaker o Anchor.

Gli alfabeti digitali sono dei linguaggi che mettono in forma lessici culturali, ma hanno a che fare anche con i formati. Saper raggiungere e produrre artefatti didattici attraverso tutti i formati a disposizione permette di raggiungere tutti gli stili cognitivi attraverso canali diversi di comunicazione. Allo stesso tempo conoscere il significato e il senso di un Tag, la ricerca semantica e la conseguente creazione responsabile di un Hashtag, apre la possibilità ad una capacità di ricerca curata di contenuti e all’abilità di saper leggere le informazioni, riuscendo a smontare e rimontare i significati per non essere manipolati. *Se so leggere so rivendicare i miei diritti, se so e posso rivendicare i miei diritti sono cittadino attivo capace*; come diceva don Milani “la parola fa eguali”, la conoscenza dei nuovi alfabeti e l’abilità di creare e usufruire dei nuovi formati “fa eguali”.

Letture

Eugeni, R. (2015). La condizione postmediale. Brescia:ELS La Scuola.

Flusser, V. (2004) La cultura dei media. Torino: Mondadori Bruno

Jenkins H. et al., (2009) Confronting the Challenges of Participatory Culture Media Education for the 21st Century, Reports for the John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Digital Media and Learning, The MIT Press, Cambridge-London 2009, p XIV

Rivoltella, P. C. (2020). Nuovi alfabeti. Educazione e cultura nella società post-mediale. Brescia: Scholé.