

SOCIAL NETWORK E NOTIZIE
GLI STUDENTI NELL'ECOSISTEMA
DELL'INFORMAZIONE DIGITALE

Se parliamo di social network, oggi dobbiamo ormai parlare di **“the net in the net”**: **la rete nella rete**. Lo sviluppo dei social è stato così impetuoso e differenziato da prefigurare un modello di rete quasi autonomo e indipendente dagli altri grandi player del web. I numeri ci dicono che una larga parte della popolazione delle aree più sviluppate e urbanizzate oggi è online soprattutto perché, prima di tutto, è sui social. Soltanto Facebook è ormai oltre il miliardo e 400 milioni di utenti nel mondo, rispetto a una “popolazione internet” che complessivamente sfiora i tre miliardi.

Per molti giovani, Internet è prima di tutto Facebook, poi (se serve) è tutto il resto: Google, Yahoo, Amazon ecc. ecc. I social network non sono più semplicemente degli “strumenti” ma costituiscono un ecosistema, un vero e proprio “ambiente” di vita: **esperienze, informazioni, incontri, conoscenza, comunicazioni, si formano e si decompongono nel flusso continuo dei contenuti** che attraversa questo mondo. Un mondo facilmente accessibile attraverso qualsiasi device e, in particolare, ormai costantemente “on” grazie al mobile: gli smartphone.

Un fenomeno così **impetuoso e travolgente non poteva non coinvolgere l'informazione: il suo processo produttivo, distributivo, culturale e sociale**. Come dimostrano i risultati di Newsruption, il rapporto di Burson-Marsteller e Human Highway, che analizza il cambiamento che il digitale ha prodotto nel modo d'informarsi degli italiani negli ultimi dieci anni. Emerge un nuovo sistema dell'informazione di attualità, guidato da nuovi soggetti e nuove abitudini di interazione con la notizia. **E' mutato il modo di consumare informazione degli italiani, sempre più attivi sul Web e sulle App, e le loro abitudini rispetto al mondo delle news: la condivisione è ormai entrata a far parte della quotidianità** con una crescita importante negli ultimi 2 anni (+185% dal 2013 al 2015). Il fenomeno, segnato da un volume di 30 milioni di condivisioni mensili, si sviluppa a partire dai 100mila articoli di attualità prodotti dalle cento principali testate d'informazione online. Il 55% delle condivisioni sui social network è relativo ad articoli pubblicati sui siti Web dei quotidiani cartacei.

Un altro elemento significativo riguarda la nuova dinamica di distribuzione dell'informazione trasformata dall'online e dai social network. La vita della singola notizia non termina con la vita del quotidiano: una volta pubblicata sul Web, la notizia è libera di diffondersi al di fuori del suo contenitore originario (sia la carta, la radio o la TV). **Con la diffusione dei Social Network e degli Smartphone la condivisione è diventata un fenomeno di massa e ha trasformato l'incontro con l'informazione in un evento spesso casuale**, che avviene mentre si svolgono altre attività e si seguono altri interessi, a conferma di come gli utenti siano sempre più multitasking. I fruitori dei servizi online sono esposti a un continuo sottofondo e spesso questo processo non avviene più con la mediazione di una testata, ma direttamente con l'articolo, del quale si può anche non conoscere con

precisione l'autore, la fonte, la data di pubblicazione e, ovviamente, l'affidabilità.

Gli utenti online hanno quindi cambiato il proprio comportamento, grazie a una modalità di partecipazione più attiva e più critica. È diventata decisiva l'espressione del proprio modo di leggere la realtà: si condivide sui Social Network per dare voce alla propria opinione su un tema o per enfatizzare un tema a cui si è particolarmente legati. Tra i quattro social network più utilizzati nella condivisione dell'informazione online la quota principale è di Facebook con il 96%. Lo spazio che rimane è quasi tutto di Twitter e solo qualche punto decimale è riservato a Google+ (in calo) e a LinkedIn (in crescita).

L'utilizzo dei social network, specie nel suo interagire con l'informazione, presenta tutti i limiti e i rischi dell'adozione

inconsapevole. Ma al tempo stesso presenta anche moltissime opportunità, spesso non abbastanza valutate e valorizzate da chi ne fa un uso prettamente istintivo. **Per gli studenti, in particolare, i social network possono costituire una grande opportunità di conoscenza, crescita e maturazione.** Il tema della consapevolezza e quello dell'utilità costituiscono un connubio culturale che oggi non può più essere lasciato all'improvvisazione né, tanto meno, a una visione tecnologica del mondo. Mettere la persona al centro dei grandi cambiamenti significa partire dalle sue esigenze, dalle sue esperienze e dalle sue ambizioni.

FINALITA' FORMATIVE

- Acquisire consapevolezza delle dinamiche culturali e informative che si innescano nel rapporto fra utilizzo di un social e i suoi contenuti informativi.
- Innescare un circuito virtuoso fra sviluppo della alfabetizzazione digitale e crescita della capacità critica sia nell'utilizzo del mezzo sia nella lettura della realtà che rappresenta.
- Acquisire nozioni di base su come viene costruito il palinsesto informativo dei vari media, con particolare attenzione a quelli digitali e audiovisivi.
- Acquisire competenze digitali inserendole nel quadro normativo nazionale e internazionale che governa i processi della rete.
- Approfondire la conoscenza dei nodi culturali, sociali, politici ed economici che l'intreccio fra informazione tradizionale e digitale hanno evidenziato.

OBIETTIVI DIDATTICI

- Individuare i percorsi di crescita collettiva e personale che la dialettica fra social network e informazione può fornire.
- Riconsiderare l'esperienza di cittadinanza alla luce dei nuovi meccanismi partecipativi che la rete offre.
- Fornire know-how di base sul ruolo dell'informazione professionale nel nuovo ecosistema digitale.
- Interagire con le materie sia umanistiche che scientifiche ricollocandole nei processi di cambiamento della realtà circostante.
- Evidenziare i pericoli di un approccio scorretto col tema delle notizie

in rete, contemporaneamente sottolineare le opportunità che il tema stesso contiene sotto il profilo della conoscenza e della cittadinanza attiva.

SVILUPPO DEL PROGETTO

Si tratta di un processo da innescare attraverso un piano di formazione costituito da una parte teorica e da una parte pratica che, nell'insieme, mettano in condizione lo studente di capire come muoversi in un ecosistema ad alto tasso tecnologico, ma nel quale l'approccio umanistico è fondamentale. La multimedialità, con l'utilizzo delle immagini e dell'interattività, è certamente la chiave comunicativa del futuro (e per molti aspetti già del presente). Ma è proprio dalla scuola (forse *soltanto* dalla scuola) che può partire un processo di reale consapevolezza e di maturo utilizzo di questi nuovi strumenti. I moduli da sviluppare sono:

- Nascita e sviluppo dei social network: numeri e statistiche del fenomeno in Italia e nel Mondo
- Social networking: che cosa significa operare in rete con gli altri utenti.
- I devices mobili e la velocità di esecuzione: il pensiero prima di premere il tasto "send"
- L'informazione digitale: dalla carta stampata ai siti, dai fondi ai blog. Brevi cenni si storia del giornalismo.
- Scrittura e altri strumenti di comunicazione/informazione: strutturare un messaggio.
- Dare notizie con le immagini: rischi e limiti nell'uso di foto, video. Uso personale e uso collettivo.
- Condividere l'informazione: la responsabilità dei contenuti informativi immessi nella rete.

MATERIALI DIDATTICI

Al fine di preparare gli incontri con gli studenti e dare continuità didattica al progetto, sarà necessario preparare una dispensa (anche in formato elettronico) che inquadri le tematiche, suggerisca percorsi di approfondimento, contenga una minima bibliografia e anticipi alcune relazioni di inquadramento generale. La dispensa sarà concepita come un vero e proprio work in progress che insegnanti e studenti possono arricchire con considerazioni e spunti a valle degli incontri nelle scuole.

FORMAT DEGLI INCONTRI

Al fine di omogeneizzare gli interventi nelle scuole è necessario adottare uno standard formativo. Un vero e proprio format che permetta l'intercambiabilità dei partecipanti, tenendo fissi i soggetti, in base alle disponibilità, alle esigenze del territorio e alla didattica adottata negli istituti che verranno di volta in volta coinvolti. Il format si può sviluppare secondo queste linee di intervento.

1. La dispensa da fornire agli insegnanti prima degli incontri per dare loro modo di preparare gli studenti interagendo con loro anche con

contaminazioni con le materie di insegnamento (storia, educazione civica, economia, multimedialità ecc).

2. Brevi lezioni frontali per preparare l'approfondimento tematico e inquadrare il lavoro didattico.
3. Costruzione di un ambiente digitale (pagina Facebook, profilo Twitter, blog ecc) tenendo conto del contenuto informativo che gli si vuole dare.
4. Interagire con un sito giornalistico condividendone i contenuti sulle pagine dei social network e facendo esperienza della diffusione virale di una notizia.
5. L'utilizzo della multimedialità nei social network in funzione di crescita culturale e di consapevolezza della centralità dell'informazione.