

# **Comunicare e collaborare in Rete**

**di Livia Petti**

Questo documento raccoglie alcuni importanti elementi rispetto al tema della comunicazione e collaborazione in Rete utili per lo svolgimento dell'attività in classe. Invitiamo l'insegnante a leggere il documento per avere un'idea maggiormente precisa rispetto alle dimensioni di competenza del framework DigComp 2.0 che andremo a sviluppare in questo modulo:

- comprendere l'importanza e le caratteristiche della propria identità digitale; [2.6] (documento + video)
- comprendere le dinamiche dei conflitti relazionali on line e in modo specifico nei social network; [2.1]
- comprendere le modalità di condivisione in rete [2.2]
- sensibilizzare i giovani ai temi della cittadinanza digitale; [2.3]
- comprendere il senso e l'importanza dell'applicazione delle regole di una netiquette [2.5] (video)

## 1. Identità digitale: cosa è

Il concetto di identità è da sempre legato all'individualità del singolo. Se cerchiamo la parola nel dizionario Treccani troveremo che il termine rispetto al concetto di persona così viene definito: «l'essere appunto quello e non un altro: stabilire, provare l'identità di qualcuno, chi egli sia veramente; controllare l'identità di qualcuno, verificare che le sue generalità corrispondano veramente a quelle indicate in apposito documento (documento d'identità)».

L'identità è quindi ciò che caratterizza ciascuno di noi come individuo singolo e inconfondibile e impedisce alle persone di scambiarsi per qualcun altro. Nella vita quotidiana l'essere del singolo si mostra a noi per alcune caratteristiche fisiche (es. altezza, peso, colore degli occhi...), sociali (es. stato civile, professione...) e infine psicologiche date dalla mia personalità e dal mio comportamento.

Agli esordi del Web, si era soliti mantenere l'anonimato in rete, utilizzando ad esempio nickname fantasiosi che consentivano di chattare mantenendo nascosta e/o svelando successivamente, la propria identità. Molto diffusa nelle community e recentemente nei videogiochi è la costruzione e/o scelta di uno o più avatar, un'immagine che rappresenta la mia identità on line (es. personaggio dei fumetti) e che andava, specie nei forum e nelle chat, a comporre, insieme al nickname, il mio modo di essere in rete spesso del tutto diverso dal mio essere nella vita di tutti i giorni.

In campo sociologico già Goffman (1959) e dopo di lui Meyrowitz (1985) e Slevin (2000) hanno sostenuto che l'uomo presenta IO molteplici assumendo la metafora del teatro come criterio di interpretazione dell'agire sociale: ciascuno di noi infatti gioca ruoli diversi sui diversi palcoscenici della vita - una donna può essere madre, moglie, avvocato e utilizzare conseguentemente nelle interazioni con ciascun destinatario registri comunicativi diversi.

Con l'avvento del Web 2.0 e dei Social Network accade un'inversione di rotta: raramente si mantiene celata la propria identità dal momento che creare account con il proprio nome e cognome consente di farsi facilmente trovare dalle proprie cerchie amicali. Ci si adopera invece per costruire la propria identità digitale facendo trasparire e apparire il sé (e non l'avatar) attraverso i social network in un continuo confronto con gli altri. Nella costruzione dell'identità digitale la fotografia perde il suo ruolo tradizionale di supporto per la memoria divenendo uno strumento imprescindibile: basta pensare alla moda dei selfie e a quello della ricerca dello scatto perfetto da pubblicare in rete.

I modelli che gli adolescenti seguono in rete sono soprattutto quelli degli Instagrammer, vip che raccontano di sé in rete (utilizzando il social network Instagram, da qui il nome) e vengono seguiti dai fan che lasciano like o commenti alle foto postate o, altro caso celebre, è quello delle fashion blogger che forniscono consigli sulla moda e make-up. Spesso dietro a queste persone, oltre ad esserci un giro di denaro notevole, sono in molti a lavorare proprio perché nulla è lasciato al caso.

Nei social il confine tra pubblico e privato, tra scena e retroscena si fa più labile: infatti in rete la sfera privata (il retroscena) invece di ritirarsi dalla sfera pubblica (il palcoscenico) esplose in essa, Rivoltella (2009) chiama società estroflessa la società in cui il “personale” è sempre più spesso “pubblico”. Tisseron (2016) parla di desiderio di estimità caratteristica che consente di «rendere pubblici alcuni elementi della propria vita intima al fine di valorizzarli grazie ai commenti di coloro che abbiamo scelto per esserne testimoni» (Tisseron, 2016, p. 75), ciò, se non portato all’eccesso, non ha nulla a che fare con l’esibizionismo, ma contribuisce alla crescita di autostima del singolo e alla creazione e consolidamento dei legami all’interno del network. Ciascuno in rete può quindi costruire la propria narrazione digitale che, poiché è sottoposta allo sguardo altrui spesso non è pienamente libera: non è raro che si cerchi di apparire più che essere, mostrando ciò che si ritiene adatto al pubblico con l’obiettivo di ricevere consenso e l’approvazione da parte degli utenti – in rete rappresentato dal “like” e/o da commenti positivi.

Il concetto chiave diventa quello di web reputation che si esprime in ciò che gli altri pensano di noi: quanto più è alto è il consenso degli altri, tanto più la nostra visibilità e popolarità all’interno della rete sarà elevata. Per avere massima visibilità in rete dovrei avere altissima reputazione on line (il suo contrario spesso genera vergogna e isolamento).

## 2. La comunicazione consapevole con gli strumenti digitali

Il verbo “comunicare” e il suo sostantivo la “comunicazione”, derivano dalla voce latina “*communis*” e significano “mettere in comune”, “rendere partecipe” qualcuno di idee, conoscenze e pensieri di cui siamo portatori. Infatti avviene comunicazione quando un soggetto produce dei segni per un altro o quando un soggetto ritiene che un segno sia prodotto da un altro soggetto. La comunicazione verbale non è, naturalmente, l’unica forma comunicativa utilizzata, l’introduzione di strumenti per comunicare, a partire dalla scrittura, ha dato vita a numerose forme di comunicazione che non utilizzano la voce come medium, e ha reso possibile la comunicazione a distanza; la nascita di tecnologie comunicative legate alla rete, e lo sviluppo e la diffusione di “dispositivi relazionali” come il cellulare e il tablet, hanno influenzato e plasmato le forme di comunicazione. Ma perché si comunica e soprattutto si comunica on line? Un’importante funzione della comunicazione è quella relazionale, poiché ogni soggetto è inserito in una rete di relazioni costruite, alimentate e modificate per tutto il corso della sua esistenza (Anolli, 2006) che contribuisce a mantenere vive anche oltre la presenza.

Si parla di Comunicazione Mediata da Computer (CMC) o *Computer Mediated Communication* quando ci si vuole riferire a tutte le forme di comunicazione rese possibili dall'utilizzo della rete e che possono essere di tipo sincrono (chat, videoconferenza) o asincrono (forum, e-mail, blog, social network, ecc.). Calvani e Rotta (2000) pongono l'attenzione su alcuni tratti di questa forma di comunicazione, che la rendono interessante oggetto di ricerca per la sociologia della comunicazione, ma che introducono anche alcuni fattori determinanti per comprendere limiti e vantaggi che vanno capiti al fine di utilizzare la comunicazione on line in modo maggiormente consapevole. Uno dei limiti di questo tipo di comunicazione è legato all'assenza di segnali extralinguistici che la rendono meno comprensibile il messaggio e «molto critica l'interazione online, soprattutto sul piano emozionale» (Bonaiuti, Calvani, Ranieri 2007 p.99); per ovviare a ciò si fa ricorso a specifici elementi iconografici come le emoticons che non sempre sono però sufficienti a garantire l'efficacia comunicativa rendendo alto il rischio di fraintendimento. Il linguaggio in rete cambia rispetto a quello tradizionale e può essere descritto come una forma di "oralità scritta" (Paccagnella 2000), se ne ritrovano i tratti distintivi nel cosiddetto *written speech* dove, per guadagnar tempo e spazio si usano abbreviazioni per scrivere (cmq, asp, tt, mic...); inoltre la comunicazione in rete è «in grado di coniugare l'immediatezza dell'oralità e la permanenza della scrittura» (Bonaiuti, Calvani, Ranieri 2007 p.99); questa caratteristica determina attenzioni da parte dell'utente: ogni forma comunicativa può infatti coinvolgere e stimolare reazioni emotive forti che se non ben calibrate generano risposte basate più sulla velocità di pensiero e sul fattore emozionale che sul pensiero razionale generando *flame* e incomprensioni. Inoltre la presenza di un *medium* (come il pc o il tablet) tra l'utente e la comunicazione on line agita, può favorire la mancanza di responsabilità rispetto ai propri comportamenti, generando comunicazioni disfunzionali, favorendo conflitti e aggressività. Tutti questi fenomeni hanno fatto nascere la necessità di introdurre, anche per la comunicazione in rete, delle norme di comportamento definite "netiquette" (cfr. video).

Un altro fattore che Calvani e Rotta (2000) sottolineano è l'ecologia comunicativa legata a possibili effetti di *processing overload*; infatti uno dei fattori distintivi e più difficili da controllare in rete è la quantità di messaggi e informazioni generate dagli utenti. Anche se questo aspetto determina la ricchezza - almeno in termini quantitativi - della comunicazione online, non si possono trascurare gli effetti negativi che l'eccesso di messaggi può apportare al processo comunicativo, con la sovrastimolazione e il sovraccarico cognitivo dovuto al fenomeno chiamato "*information overload*". Si comprende come per comunicare in rete in modo consapevole sia necessario aver sviluppato alcune dimensioni della competenza digitale che mi permettono, ad esempio, di comunicare scegliendo il canale più appropriato (capendo ad esempio cosa distingue un messaggio che veicolo attraverso la

mail da quello in cui scelgo WhatsApp), prediligendo un registro consono al contesto, comprendendo anche chi è il destinatario, l'obiettivo e il contenuto della mia comunicazione.

Altri elementi che esprimono consapevolezza nella comunicazione in rete si possono trovare nel rispetto della forma verbale, dello spazio altrui (es. sulla bacheca di un'altra persona di fatto non mi permetto di scrivere), del tempo, del mio corpo e di quello degli altri.

Trattando il discorso da un'angolazione diversa, proponiamo un elenco delle maggiori forme di Cyber Stupidity (Rivoltella, 2015) che vanno a connotare comportamenti di "stupidità digitale" dove si utilizza in maniera impropria la comunicazione in rete.

- *Spamming*: invasione dello spazio privato digitale altrui senza chiedere il consenso;
- *Flaming*: aggressione verbale, comunicazione aggressiva che spesso genera una escalation di toni;
- *Cyber harrasment*: insultare una persona per motivi di odio razziale o religioso o di genere;
- *Bodysnarking* apprezzamenti e commenti su foto che hanno a che fare con il corpo altrui (es. sei grassa, sei bella, sei vestita male...)
- *Sexting*: invio di messaggi multimediali (di solito foto) dal contenuto sessuale esplicito;
- *Happy slapping*: uso del social network per prendere in giro;
- *Hate Speech*: discorsi d'odio.

### 3. Gestire le interazioni e i conflitti nei social network

I social network sono innanzitutto uno spazio di comunicazione e di azione sociale che tra i loro obiettivi principali hanno quello di mantenere le relazioni oltre la presenza. Accade però che alcune interazioni a volte siano problematiche e che si generino conflitti, anche molto feroci, all'interno degli spazi di comunicazione on line che a volte sfociano in veri e propri flame (litigi on line).

Il nostro modo di pensare, come evidenzia il premio Nobel Daniel Kahneman, procede in due direzioni: c'è un pensiero istintivo, irrazionale, iperemotivo e c'è un pensiero più ponderato e riflessivo. Spesso nel dibattito pubblico on line prevale la rabbia e l'emozione del momento, i social infatti incoraggiando la velocità di risposta, non danno modo all'utente di fermarsi a riflettere e le posizioni che spesso si leggono sono semplificate ed estreme. La soluzione sarebbe quella di fermarsi a riflettere "dormirci sopra" per non rispondere d'istinto, ma ponderando le azioni comunicative seguendo l'ormai vecchio adagio del "Prima Pesa Poi Pubblica" (PPPP). È un invito ad essere virtuosi (Rivoltella, 2015), ad usare il pensiero lento: quello che distingue, confronta, verifica e non si lascia

disorientare dall'umore del momento, dalla rabbia e dalla paura. D'altra parte come ricorda Austin (1975) il linguaggio è azione e ogni nostro dire è anche un fare, per questo la comunicazione dovrebbe volgersi ad essere uno spazio di accoglienza e relazione educativa e non uno spazio sterilmente conflittuale.

Oltre a ciò gli utenti in rete provano anche un desiderio di conformità che li fa adattare a ciò che dicono gli altri e in cui è difficile essere fuori dalla norma. Secondo la teoria dell'equilibrio di Heider (risalente agli anni '50) spesso gli individui cercano di evitare le situazioni conflittuali e, per non creare spiacevoli attriti, tendenzialmente adottano scelte conformiste, adeguandosi alle scelte degli amici. Prevale l'azione istintuale che spinge a mettere "like" senza approfondire il contenuto, spesso fornire la nostra approvazione serve solo per ricambiare il favore ed essere sicuri di avere dei seguaci. Un comportamento che si colloca nella direzione opposta è quello di rifiutare il conformismo e l'omertà, di avere il coraggio di esprimere le proprie opinioni nel modo più corretto possibile sviluppando quindi la virtù della fermezza (Rivoltella, 2015).

E se il conflitto scoppia in rete, magari all'interno del nostro gruppo on line come fare a limitarlo?

Per limitare il più possibile il conflitto on line e prediligere la negoziazione consigliamo di utilizzare la scrittura assertiva (Greco & Bellafiore, 2016) calibrando ad esempio l'enunciato in funzione di chi legge, dell'obiettivo comunicativo e del contesto in cui il messaggio verrà letto.

Nelle interazioni on line diventa importante rileggere con attenzione quanto scritto, non rispondere di getto, prendersi del tempo per riflettere, utilizzare un tono fermo senza essere offensivi, trovare un punto di incontro e, in alcuni casi, se tutto ciò non dovesse bastare, diventa maggiormente proficuo un confronto telefonico o di persona.

#### 4. Condividere, collaborare e cooperare in rete

Collaborare e cooperare vengono spesso utilizzati come sinonimi anche se in realtà in letteratura i due termini corrispondono a due concezioni ben definite dell'agire insieme.

Seguendo la definizione fornita da Hooper (1992) la collaborazione può essere definita come un processo di gruppo in cui tutti i membri lavorano su tutte le parti del compito complessivo, mentre nella cooperazione gli individui appartenenti ad un gruppo portano sempre a termine un obiettivo comune ma l'apporto di ciascuno è previamente definito e strettamente connesso a quello dell'altro.

Ne consegue che il lavoro collaborativo non avendo metodi e regole predefiniti necessita di parecchia negoziazione da parte del gruppo. Come ben sottolinea Trentin «il tipo di prodotto da realizzare, la pianificazione dell'attività, la strategia di collaborazione da adottare, l'assegnazione dei compiti ecc.

devono essere, infatti, patrimonio del gruppo, da questo riconosciuti e condivisi» (Trentin, 1998, p.126). Questa caratteristica rende la collaborazione aperta e versatile, ma allo stesso tempo non essendo attribuiti ruoli e funzioni all'interno del gruppo non è raro che qualcuno si possa «defilare». Il lavoro cooperativo invece presuppone un'attribuzione precisa dei ruoli all'interno del gruppo facendo in modo che ciascuno possa lavorare su una parte del prodotto; il risultato finale è opera del lavoro complessivo del gruppo in quanto l'apporto di ciascun membro è fondamentale ai fini della realizzazione dell'intero prodotto. Creare attività didattiche di gruppo di tipo cooperativo presuppone la distribuzione di ruoli e sotto-compiti all'interno dello stesso gruppo operazioni necessarie a raggiungere il risultato finale.

Come ricorda Calvani (2001), la collaborazione va costruita: nasce da un bisogno ed è diretta ad uno scopo, l'ambiente on line quindi di per sé non è sufficiente a creare un gruppo che collabora anche se utilizzare una buona tecnologia ne facilita l'uso e l'organizzazione.

L'avvento del Web 2.0 ha reso semplice e a basso costo la possibilità di condividere on line artefatti digitali. È sufficiente creare un account in un qualsiasi sistema cloud di condivisione di risorse (es. Google Drive, Dropbox, Office 365) per permettere a più persone di lavorare sullo stesso documento in maniera sincrona o asincrona, archiviare i prodotti in cartelle condivise. Un unico e semplice strumento permette di fare tutto compreso comunicare con gli altri membri del gruppo rimuovendo i vincoli di spazio (la distanza) ma anche di tempo (necessità di essere simultaneamente collegati) grazie alla funzione chat o utilizzando i commenti, prima che fosse possibile ciò i sistemi di comunicazione consentiti erano la posta elettronica o altri sistemi aziendali molto costosi.

Trentin (1996) fornisce alcune indicazioni chiave per condurre attività di tipo collaborativo, le abbiamo rilette in luce odierna:

- nominare un referente per il lavoro di gruppo (con l'accortezza di farlo turnare per responsabilizzare di volta in volta persone diverse);
- fissare regole precise riguardo contenuti, stili e strutturazione. Condizione importante on line è quella di fornire indicazioni precise rispetto all'attività proprio per non disorientare i partecipanti;
- è possibile utilizzare un canale parallelo per comunicazioni veloci es. gruppi creati nei social network oppure strumenti di mobile instant messaging come WhatsApp;
- pianificare la scansione delle attività di produzione. Aver chiare le deadline e, in caso di lavori corposi prevederne più di una, aiuta i partecipanti ad organizzarsi al meglio.

Proviamo a fare un esempio didattico di attività collaborativa. Nella scuola secondaria la lettura e la scrittura non sempre sono un oggetto di apprendimento, ma sono sempre veicolo all'apprendimento stesso. Trattando della cultura francese in chiave multidisciplinare potrebbe essere possibile chiedere

ai ragazzi divisi in sottogruppi di analizzare un aspetto della cultura francese: arte, cucina, storia, letteratura, natura.

Il fine è quello di produrre una mini-guida (di classe) contenente: opere presenti al Louvre, menù con presentazione delle regioni di provenienza dei principali prodotti utilizzati, opuscolo sulla storia della monarchia francese da fornire ai visitatori della reggia di Versailles, dispensa con alcuni poeti francesi, carta dei sentieri relativa ad un tratto del territorio francese.

## **APPROFONDIMENTI STORICI SUL TEMA**

Barrett già nel 1988 sottolinea la centralità della tecnologia come ambiente per la costruzione sociale della conoscenza: l'autore pensava ai groupware, applicazione usata da gruppi di lavoro che consentiva di vedere in ogni istante il lavoro degli altri inserendo commenti personali. È proprio negli anni '90 che si parlerà di CSCW Computer Support for Cooperative Work settore che si occupa delle metodologie e delle applicazioni tese a favorire il lavoro cooperativo con l'ausilio delle tecnologie di cui un'applicazione era proprio il groupware.

## **Bibliografia**

- Anolli L. (2006). *Fondamenti di psicologia della comunicazione*. Bologna: Il Mulino
- Austin J. (1975). *Come fare cose con le parole*. Torino: Marietti.
- Bonaiuti G., Calvani A., Ranieri M. (2007). *Fondamenti di didattica. Teoria e prassi dei dispositivi formativi*. Roma: Carocci.
- Calvani A. (2001). *Educazione, comunicazione e nuovi media. Sfide pedagogiche e cyberspazio*. Torino: Utet.
- Calvani A. & Rotta M. (2000). *Fare formazione in Internet. Manuale di didattica online*. Trento: Erikson.
- Goffman E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. United States: Anchor Books.
- Greco S. & Bellafiore E. (2016). *Assertività e scrittura. Come curare al meglio le proprie relazioni con la comunicazione scritta: nel privato, nel social network e nel lavoro*. Milano: Francoangeli.
- Hooper S. (1992). Cooperative learning and computer-based instruction. *Educational Technology Research and Development*, 40, 3, pp. 21-38.
- Meyrowitz J. (1985). *No Sense of Place*. Oxford: Oxford University Press.
- Paccagnella L. (2000). *La comunicazione al computer*. Bologna: Il Mulino.
- Rivoltella P.C. (2015). *Le virtù del digitale. Per un'etica dei media*. Brescia: Morcelliana.
- Rivoltella P.C. (2009). Social network: relazioni umane 2.0? *Vita e Pensiero*, 1, pp.58-64.

Slevin J. (2000). *The Internet and Society*. Cambridge: Polity Press.

Tisseron S. (2016). 3-6-9-12. *Diventare grandi all'epoca degli schermi digitali*. Brescia: La Scuola.

Trentin G. (1996). *Didattica in Rete: Internet, telematica e cooperazione educativa*. Roma: Garamond.

Trentin G. (1998). *Insegnare e apprendere in rete*. Modena: Zanichelli.