

E D U C A T O R I A L L A V O R O

Internet e il principio di autorità

Fabrizio Rinaldi*

In un editoriale del 2011¹ questa rivista aveva descritto internet e le nuove tecnologie non come un semplice strumento che dipende da come lo si usa, ma come un intero mondo da abitare dotato di una sua proposta antropologica.

Di tale antropologia sottesa erano state messe in luce alcune linee portanti, in particolare il fatto di rendere la comunicazione sempre possibile e per questo doverosa, di favorire un approccio alla vita protetto da uno schermo e quindi gestibile dal soggetto, di indurre un accertamento della verità di tipo dialogico, con un forte indebolimento del principio di autorità.

Adesso si vuole continuare la riflessione approfondendo in particolare il tema dell'autorità, nell'ipotesi che nel mondo di internet essa non sia scomparsa, ma abbia assunto una nuova forma: è «in autorità» chi è capace di attirare l'attenzione. Per autorità intendiamo non solo le figure di riferimento «più forti» di noi, ma anche quell'insieme di criteri che si propongono a noi come capaci di dare vita e che non siamo noi a formulare. Se la nostra ipotesi è corretta, si capisce più facilmente come le nuove tecnologie comportino un cambiamento antropologico così profondo da creare una incolmabile discontinuità culturale tra i cosiddetti «nativi digitali» e coloro che per età o per storia sono cresciuti a partire da esperienze non-digitali.

* Educatore diplomato presso l'Istituto Superiore per Formatori e docente di Teologia dogmatica all'Istituto Superiore di Scienze Religiose, Modena.

¹ *Internet e la sua proposta di vita*, in «Tredimensioni», 8 (2011), pp. 228-233.

Una comunicazione bidirezionale

La televisione ha segnato in modo così pervasivo e per così tanti anni la vita delle popolazioni occidentali da costituire ancora per molti il modello concettuale di riferimento per comprendere le nuove tecnologie.

Si pensa, erroneamente, ad internet come ad uno sviluppo della televisione ignorando la sostanziale differenza che mentre questa (come la radio) attua una comunicazione unidirezionale, internet *impone* una comunicazione bidirezionale.

Ogni volta che si è connessi ad internet il nostro computer non solo riceve informazioni ma continuamente ne invia. Occorre quindi superare l'idea di essere utilizzatori di un servizio per abbracciare quella più realistica di essere collaboratori di un progetto, spesso ignari di esserlo. Ad esempio, quando accedo a un sito per trovare informazioni o immagini, io usufruisco di un servizio, ma al tempo stesso aumento il numero dei visitatori del sito, il che lo rende più appetibile per gli inserzionisti pubblicitari, per gli scrittori, i giornalisti... e infine, più autorevole. Non è questione di semplice *audience* che attesta o meno la qualità di un prodotto. In internet il mio accesso *fa* la qualità del prodotto. Così, quando uso il navigatore la mia posizione viene continuamente monitorata affinché io possa ricevere indicazioni passo passo sulla direzione da tenere, ma in questo modo si possono compilare facili statistiche a partire dalle quali alcune vie saranno registrate come più scorrevoli di altre e le mappe potranno essere migliorate. Usufruisco di un servizio mentre contribuisco a renderlo migliore.

Una comunicazione bidirezionale significa essere sempre interpellati a dare il proprio contributo, a dire la propria su quello che si vede, si sente, si legge... dentro e fuori dal web. Ecco, allora, il punto: vista la possibilità da parte di tutti di commentare tutto, finisce il principio di autorità per come lo abbiamo conosciuto finora, cioè quel tipo di riferimento a cui attenersi senza aver contribuito a costruirlo e senza possibilità di poterlo riformulare. La bi-direzionalità ti dà, invece, il potere di agire sulla fonte stessa ridefinendola. Anche il messaggio di un capo di stato può essere rimaneggiato al computer da un bambino di dieci anni tramite l'accostamento ad altre immagini e filmati, il cambiamento del tono della voce, le scritte in dissolvenza, la musica

di fondo... così che il contesto di riferimento sarà talmente diverso dall'originale da provocare ilarità o fraintendimenti in chi vede il video. E non esiste alcun modo di opporsi. Chi va sul web si sottopone senza filtri né protezioni al giudizio di chiunque.

Questo principio comunicativo del web non è né buono né cattivo, ma apre a due modalità relazionali paritarie: il rapporto adulto-adulto e quello adolescente-adolescente.

Nel primo, ciascuno, sentendosi interpellato, si assume la responsabilità di quello che fa e che dice, collabora consapevolmente ad un miglioramento del «progetto». Gli esempi di queste collaborazioni eccellenti e spesso gratuite sono tanto numerosi quanto evidenti: da Wikipedia al sistema Unix, ai siti di informazione alternativa operanti soprattutto nei paesi con libertà di espressione limitata, ai siti di consulenza reciproca circa problemi legali, burocratici, informatici, di salute...

La modalità adolescente-adolescente è invece quella che si crea laddove ogni persona sentendosi interpellata dice la sua in modo piuttosto immediato, emotivo, per vedere l'effetto che produce e da quell'effetto capire retroattivamente se quello che ha detto e fatto era buono. È questa modalità che ora vogliamo approfondire.

Un nuovo principio di autorità

Z. Bauman, nei suoi molteplici saggi di sociologia, afferma che la cultura occidentale (quella che lui chiama «liquida»), dopo aver attraversato epoche che prendevano a riferimento gli eroi e i santi, ora prende come modello le celebrità. Ma mentre i primi erano famosi per le loro virtù e la loro pietà, la celebrità è nota per la sua notorietà. Bauman dice che i giudizi di valore dati dalla società di oggi non si riferiscono alla bontà «intrinseca» dell'oggetto ma alla sua *capacità di imporsi all'attenzione*.

Questa linea culturale è fortemente sviluppata e rinforzata dal web dove gli apprezzamenti sono spesso svincolati da un commento che aiuti a capire i motivi dell'apprezzamento stesso. Ad esempio, i «mi piace», che da Facebook si sono estesi alla grande maggioranza dei siti web, dicono che quel contenuto è apprezzato da chi lo ha visto, ma non dicono nulla sul perché di questa approvazione. Il feedback fornito da internet è quindi ad un tempo rapido, allargato ad una cerchia

potenzialmente infinita di persone e basato sulla capacità di attirare l'attenzione e provocare un'emozione. Non solo. Si crea spesso un effetto circolare tale per cui ciò che è riuscito ad imporsi all'attenzione inizia in automatico a scalare le classifiche, a risultare più visibile e così guadagna ulteriore attenzione in un crescendo tendenzialmente illimitato (per poi sprofondare improvvisamente nel dimenticatoio).

Ecco dunque il passaggio: tanto più piacevole → tanto più noto → tanto più buono e autorevole. Il tutto parte dal «mi piace» senza neanche averlo dovuto giustificare e finisce con il decretare i principi che regolano la realtà: in questo modo *il campo emotivo travalica i limiti delle sue competenze* e diventa la leva che va a modificare le relazioni pubbliche, il reddito, le prospettive di lavoro... con buona pace dei principi di virtù, merito, tradizione... L'oggetto e il soggetto che riescono ad innescare questo crescendo si innalzano ad autorità.

Un esempio dal vivo: due ragazzi inglesi realizzano sul web un filmato comico senza parole, della durata di 3 minuti. Essendo un filmato simpatico, breve e che fa ridere senza bisogno di conoscere la lingua, è stato visto in poco tempo da moltissime persone e ha iniziato, così, a risultare tra i filmati in rapida ascesa. Questo gli ha conferito ulteriore visibilità in un crescendo tale per cui dopo circa un anno i ragazzi hanno guadagnato più di 500.000 euro. Con un video che per la preparazione avrà richiesto non più di due giorni, questi adolescenti hanno ottenuto un reddito superiore a quanto i loro genitori percepiscono in decenni di lavoro. Questo, per i nativi del web, non è una eccezione che conferma la regola, un raro colpo di fortuna, ma insegna il modo giusto di fare gli affari. È un modo che diventa scuola di vita.

Dunque, è irrealistico pensare che internet sia solo l'ambito dello scambio emozionale o informativo con i pari. Esso *assume la funzione, tipica dell'autorità, di indicare i criteri di verifica* per valutare la bontà di quanto i singoli hanno prodotto. L'anomalia è che i criteri di valore ruotano intorno alla visibilità conquistata in un mondo di pari, dove vincono i prodotti che sono ad un tempo gradevoli, immediati, divertenti, mutevoli e a basso costo. Ora, se teniamo conto che nel processo di formare la propria coscienza rientra anche il discernimento su quali devono essere i principi di obbligazione morale (che cosa siamo tenuti a fare?), non è esagerato considerare internet uno dei nuovi maestri di coscienza.

Due generazioni e due mondi culturali

Si è visto che internet ha una sua proposta antropologica, entra cioè a definire in che mondo viviamo, che cosa siamo tenuti a fare, che cosa dobbiamo soddisfare, che procedure conviene seguire, che cosa è di valore... Questa proposta deriva dalle regole intrinseche al web e pertanto influenza chiunque lo usa.

Si nota però una differenza notevole tra coloro che sono cresciuti senza questa tecnologia digitale e solo in un secondo momento l'hanno incontrata e appresa – chiamati «immigrati digitali» – e coloro che di fatto sono cresciuti fin da piccoli già immersi in alcune di queste tecnologie. Per questi ultimi, chiamati in genere «nativi digitali», l'antropologia proposta da internet rischia di essere l'unica modalità attraverso cui sanno di poter fare esperienza. Semplificando possiamo indicare alcune delle principali differenze.

Immigrati digitali	Nativi digitali
Cellulare e pc sono uno <i>strumento</i> : li uso quando ho bisogno di trovare informazioni o di comunicare a distanza.	Cellulare e pc sono <i>compagni di vita</i> : sono sempre connesso, poi vedrò di volta in volta di cosa ho bisogno.
<i>Prima</i> vivo un'esperienza, <i>poi</i> la condivido su internet.	<i>Mentre</i> vivo l'esperienza <i>subito</i> la condivido.
I feed-back dicono come <i>gli altri</i> reagiscono all'esperienza che <i>io ho già ritenuto valida</i> .	I feed-back istantanei mi dicono come <i>anch'io</i> devo comprendere e rielaborare la mia esperienza.
Il <i>virtuale</i> può aiutare a vivere meglio il <i>reale</i> .	<i>Virtuale e reale</i> sono sempre insieme, non riesco a immaginare uno senza l'altro.

<p>Immagini, suoni, commenti possono essere artefatti <i>oppure</i> corrispondere al vero e solo in questo caso vanno presi seriamente.</p>	<p>Immagini e video sono sempre un misto di verità e molto ritocco, per cui non vanno mai presi troppo sul serio.</p>
<p>L'apprendimento di competenze richiede <i>impegno</i> e avviene secondo un <i>progetto</i> didattico fatto da adulti.</p>	<p>L'apprendimento di competenze avviene in modo <i>ludico</i> e autodidatta, secondo il <i>bisogno</i> del momento.</p>
<p>Lavoro e reddito si realizzano attraverso la <i>scelta</i> di obiettivi e il perseguimento di risultati <i>progressivi</i> negli anni.</p>	<p>Lavoro e reddito si realizzano attraverso i <i>tentativi</i> più svariati e creativi, fino a <i>indovinare</i> un prodotto che ci renda visibili.</p>

Tra immigrati e nativi digitali la differenza di approccio – alla realtà e non solo ad internet! – è notevole, al punto che spesso genera incomprensioni e diffidenza reciproca. Per esprimerci con una metafora: l'immigrato all'estero apprende la lingua del nuovo paese di accoglienza, ma per lui mai diventerà la lingua madre; dalla nuova lingua, anche se appresa molto bene, mantiene sempre un senso di distacco ed estraneità, tanto che nei momenti importanti della sua vita ricorrerà alla sua lingua d'origine. Il nativo, invece, ha solo una lingua e solo quella va a modellare, in automatico, la sua identità.

Ecco un esempio emblematico e, purtroppo, piuttosto ricorrente di questa differenza. Una ragazza manda foto osé al proprio fidanzato. Dopo alcuni anni, in seguito alla brutta chiusura del rapporto, l'ex fidanzato pubblica quelle foto su internet. Le foto continuano a rimbalzare da un pc all'altro negli anni seguenti e non c'è modo di eliminarle del tutto. Un giorno la ragazza viene contattata dal preside della scuola presso cui lavora, che le dice: «Sono spiacente, ma non possiamo rinnovare il tuo contratto, con quelle foto sui telefonini dei tuoi alunni non hai credibilità come insegnante e anche i genitori si lamentano». Lei si chiede se delle immagini che risalgono a parecchi anni prima siano poi così importanti, dato che gli stessi suoi alunni sarebbero in grado di realizzare fotomontaggi simili per ogni insegnante della scuola e probabilmente nessuno dei genitori saprebbe

distinguere le foto originali da quelle contraffatte. Questa «nativa digitale» solo adesso prende atto che il preside e i genitori parlano una lingua che non è la sua; per loro, tra reale e virtuale, tra foto autentiche e fotomontaggi, c'è un'enorme differenza. Adesso, l'episodio appare come: «Lei è stata ingenua a mandare le foto, non si è resa conto di quello che faceva». Tra un po' di anni sarà letto come: «Il preside è stato ingenuo a licenziarla, non si è reso conto che il mondo era cambiato».

Proporre la diversità

La nostra analisi porta a delineare il web come un mondo che ha una sua proposta antropologica e che rischia di porsi come assoluta soprattutto per coloro che fin dai primi anni di vita hanno avuto a che fare con essa. Ne segue che un cammino formativo deve innanzitutto *far emergere le linee di fondo di questa proposta per aprire la possibilità di poter usare anche una seconda «lingua»*. In questo senso risultano essere molto utili le situazioni che pongono una discontinuità rispetto alle regole comunicative di internet come per esempio i tempi di silenzio e riflessione personale, il dover realizzare una sintesi in modo narrativo e non per accostamento di immagini e suoni, l'accettare una distanza rispetto ad alcune relazioni sempre attive, il dare una propria valutazione di quanto si vive prima di condividerla...

Provocare ad esperienze di tipo diverso rispetto a quelle accessibili tramite la tecnologia digitale è però efficace solo nella misura in cui vi sia una relazione con il mondo adulto che aiuta a comprendere e a rielaborare queste stesse esperienze. Ma, in questo campo, la relazione fra nativi e non nativi è possibile? La nostra analisi ha mostrato una forte distanza culturale tra i nativi digitali e la generazione che li ha preceduti oltre ad un netto cambiamento nella percezione dell'autorità e del suo ruolo. Questa distanza generazionale induce spesso timore proprio in noi educatori che, parlando di internet, rischiamo di chiuderci nel ruolo di predicatori saccenti o al contrario di rincorrere le modalità adolescenziali nel goffo tentativo di non rimanere tagliati fuori. Invece, è più onesto e produttivo *riconoscere che una distanza culturale c'è*, che genitori e figli, insegnanti e studenti, parroci e giovani hanno spesso due esperienze della vita molto diverse.

La distanza incolmabile ostacola sia l'istruzione che l'emulazione, cioè impedisce di modulare l'intervento formativo sulla base di una relazione esistente (che non c'è). L'attenzione dell'educatore dovrebbe, allora, dirigersi (anche) verso se stesso, verso *il proprio modo di entrare nella distanza*: quale immagine do di me stesso a chi è e rimane per me in parte oscuro e io per lui/lei? Certo, vale sempre la curiosità di scoprire il mondo dei nativi informatici, di capire le motivazioni che sostengono quei comportamenti che appaiono così strani, ma – fatto ciò – l'oscurità che ci separa resta. Occorre allora controllare come il formatore vuole entrare in essa, cioè puntare l'attenzione su che tipo di immagine di noi adulti e del mondo reale vogliamo proporre ai giovani: chi sono io davanti a loro (piuttosto che: chi sono loro davanti a me)? Quali relazioni ho, io, con gli altri adulti (piuttosto che: quali relazioni loro devono avere con noi adulti)? Come vogliamo essere ai loro occhi (piuttosto che: come vogliamo che loro siano ai nostri occhi)? Dunque, *vivere la diversità davanti a loro e decidere quale diversità proporre*. Prima di concretizzarsi nella libertà di dire la propria non solo sui comportamenti ma sul modo di affrontare le esperienze, ciò si concretizza nella nostra disponibilità a guardare con i *nostri* occhi negli occhi chi ci sta di fronte, cosa che nel vocabolario digitale non è prevista.

Se guardi negli occhi qualcuno, quello – a sua volta – si sente stimolato a far trapelare dai suoi quello che ha *dentro*. L'adulto, allora, stimola quello che il web non stimola: a scoprire che ciò che ci fa esaltare, piangere, desiderare..., insomma, a vivere quello che è dentro di noi e si tratta di qualcosa di «forte» che va messo alla luce del sole altrimenti scoppia dentro, semmai davanti al computer.