

Cultura e competenze digitali per il social learning



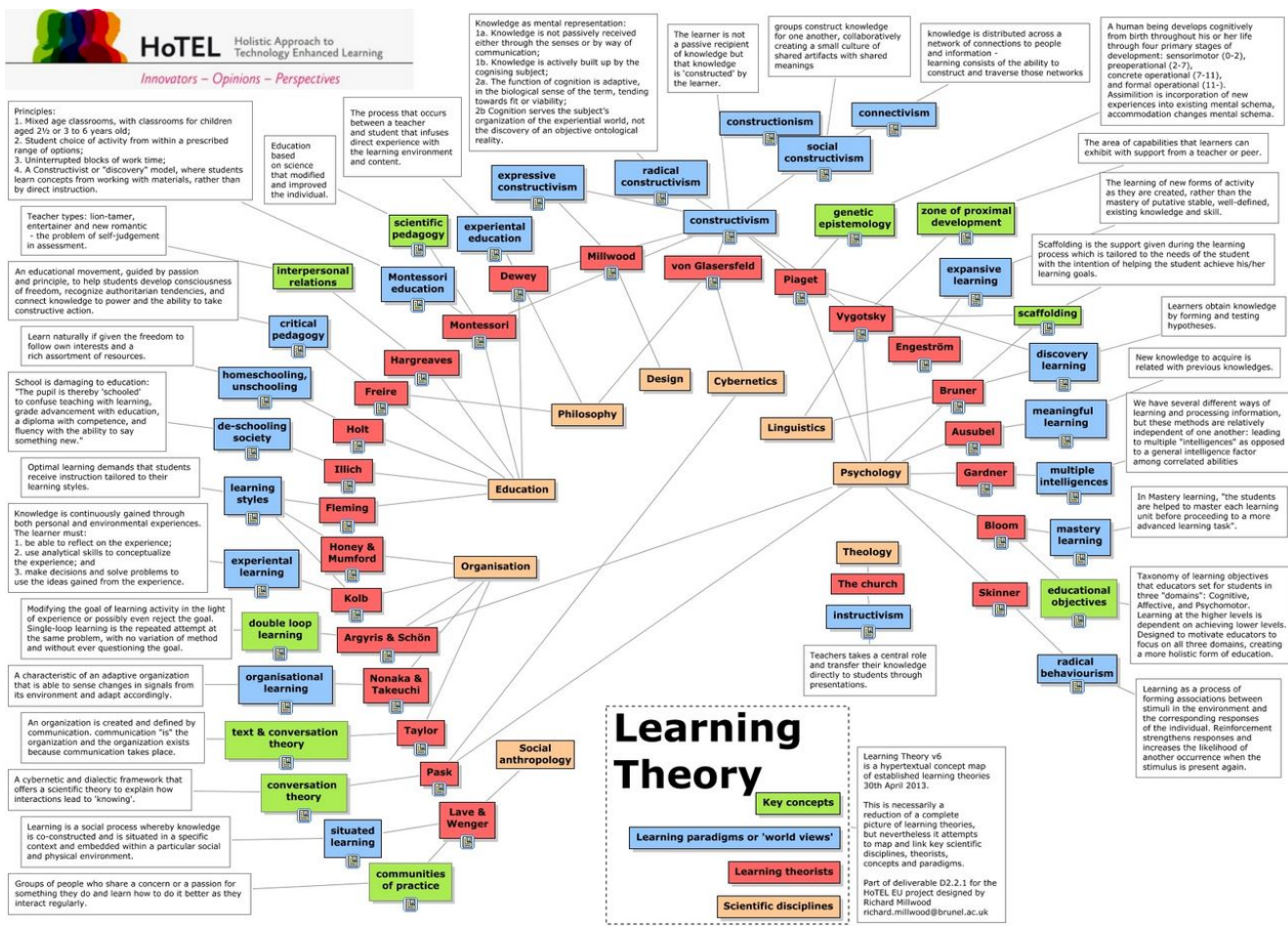
di Franco Amicucci



Il tema del social learning digitale presenta una molteplicità di sfaccettature e piani di discussione, con una complessità che scaturisce dall'altissimo numero di variabili che interagiscono affrontando un tema che mette insieme i tre grandi mondi dell'apprendimento, delle dinamiche dell'interazione sociale dei gruppi e dell'ambiente dei nuovi media. Ne scaturisce un vera e propria "galassia concettuale", giovane e in continua evoluzione! Scelgo di intervenire consapevole del limite di osservazione e di vissuto che ognuno di noi ha di fronte a questa realtà emergente, ma sempre più centrale nelle pratiche di apprendimento. In questa interazione tra mondi che generano il social learning, il contesto digitale è quello che meno dominiamo in termini teorici, perché ne siamo

pienamente immersi, come pesci nell'acqua.

In una famosa intervista del 1969, McLuhan descriveva l'effetto dei nuovi media dell'epoca, ma profeticamente anticipava il nostro vissuto attuale: *“Chiamo questa particolare forma di auto-ipnosi narcosi di Narciso, una sindrome per la quale l'essere umano non ha coscienza degli effetti psichici e sociali di una nuova tecnologia così come un pesce non ha coscienza dell'acqua in cui nuota. Conseguenza ne è che, proprio nel momento in cui l'ambiente creato da un nuovo media diviene onnipervasivo e modifica il nostro equilibrio sensoriale, esso diviene anche invisibile”*. Diversamente, il mondo dell'apprendimento e il mondo delle scienze sociali ed organizzative, hanno accumulato nei secoli studi, teorie, ricerche, una infinità di sperimentazioni e modelli. Condivido una interessante mappa ipertestuale, frutto del lavoro di un gruppo di ricerca europeo coinvolto nel progetto HoTEL, Holistic Approach to Technology Enhanced Learning, dove sono raccolti i principali concetti chiave e paradigmi di apprendimento, le diverse discipline scientifiche che interagiscono come la psicologia, le scienze dell'organizzazione, l'antropologia, la filosofia, la cibernetica, il design, la linguistica e le grandi figure dell'educazione e dell'apprendimento:



[Cliccare sull'immagine per ingrandirla]

Lo stesso lavoro, con la stessa profondità di sistematizzazione non siamo ancora in grado di farlo per gli ambienti digitali, perché ne siamo dentro da poco, perché questa è la fase in cui stiamo imparando a cavalcare le diverse onde digitali che si presentano sempre più intense e frequenti.



Il tema delle competenze digitali è centrale, tale da renderlo prioritario in ogni programma di aggiornamento delle persone nelle organizzazioni e nella società. Il requisito minimo, anche se non sufficiente, per pratiche di social learning digitale nelle organizzazioni è la presenza di quella che in alcuni progetti in corso ho definito come lo “standard minimo di competenze digitali” posseduto dall’insieme delle persone dell’organizzazione. Possiamo affermare che senza il possesso di uno standard minimo digitale diffuso l’organizzazione scivola nell’analfabetismo comunicativo e nella rapida emarginazione. Ritardi e resistenze sono presenti ancora in forma preoccupante in molte grandi organizzazioni, anche importanti per l’economia del paese. Organizzazioni dove è presente un paradosso organizzativo, dove chi ha potere è normalmente una persona con molta esperienza e molti anni sulle spalle, ma è privo di competenze e cultura digitale, mentre chi ha cultura e competenze digitali normalmente è giovane, ma con poco potere organizzativo. Questo porta ad un governo “incompetente” da una parte, e frustrazione e demotivazione dall’altra.

In mancanza di un modello definito e stabile, utile a definire con precisione lo “standard minimo di competenze digitali”, possiamo far riferimento alla [Scala di Forrester](#), nata per analizzare nei diversi paesi il comportamento digitale dei consumatori. Questa scala categorizza 6 comportamenti:

1. Gli inattivi. Nessun rapporto con la cultura digitale. Figure in forte diminuzione, ma ancora presenti nelle organizzazioni più tradizionali
2. Lettori in grado di leggere e visionare ambienti digitali, ma non in grado di interagire
3. Partecipanti che sanno utilizzare i social network più diffusi come Facebook

4. Partecipanti che sanno fare ricerca avanzata, collezionare ed archiviare notizie
5. Partecipanti che interagiscono con colleghi, commentano, forniscono contributi, si muovono agilmente nei diversi ambienti digitali
6. Creatori di filmati da pubblicare online, di ambienti come blog e forum

Requisito minimo di competenza digitale per una community di Social learning digitale è sicuramente il livello 3, ma è dal livello 4 della scala di Forrester che può attivarsi un processo di interazione virtuosa in termini di apprendimento. Programmi di sviluppo delle competenze digitali sono ormai diffusi nel paese, alcuni di questi si basano sull'utilizzo di modalità di social learning digitale, altri programmi sul reverse mentoring, dove i "nativi digitali" dell'azienda affiancano le persone più adulte e le accompagnano ad un uso avanzato degli ambienti digitali.

Per alcune organizzazioni, come l'ente bilaterale del commercio e turismo, Quadrifor, che associa 50.000 quadri di 11.000 imprese aderenti a Confcommercio ed altre organizzazioni come Bnl, un team di miei giovani collaboratori ha messo a punto un programma per la diffusione delle competenze digitali utili ad attivare pratiche di social learning. In altre organizzazioni, come una grande compagnia telefonica ed una azienda del lusso, le attività di social learning digitale si sono attivate con modalità diverse, in un caso per sviluppare programmi condivisi di innovazione, nell'altro per condividere la conoscenza della storia aziendale e consolidare motivazione e appartenenza. In tutti questi casi fattori che hanno determinato il successo dei programmi di social learning, sono stati il forte commitment dei gruppi dirigenti, ambienti digitali ben strutturati e facilitanti l'interazione, sistemi di gamification e forte possibilità di interazione tra partecipanti, una rete di supporto e di nutrimento delle comunità di social learning digitale.

In estrema sintesi, condivido parti di un programma formativo propedeutico al lancio di un ambiente di social learning digitale, caratterizzato da brevi momenti d'aula iniziali, con 5 incontri di 90 minuti per affrontare 5 famiglie di competenze digitali, di una immediata attivazione di un ambiente social interno e consegna di un tradizionale gadget, un mousepad con l'elenco di 30 ambienti social esterni. Il mousepad è l'unico materiale didattico touch, il resto è tutto virtuale. Primo incontro, sulle tecniche di ricerca avanzata, con esplorazione di circa 15 diversi ambienti. Invito i lettori di questo mio post a sperimentare la metodologia e il percorso in estrema sintesi. Proviamo a ricercare "social learning" su slideshare.net, youtube.com/education, ted.com, scribd.com, book.google.it, goodreads.com, mappio.com, coursera.com. Il risultato sarà quello di una immensa mole di documenti, slides, filmati, mappe, estratti di libri, percorsi formativi proposti dalle università online. Per non essere sommersi da informazioni inutili bisognerà sviluppare abilità di ricerca avanzata, capacità di fare domande e di filtrare i risultati. Capacità evolute di ricerca sono il frutto di specifiche capacità tecniche, ma anche atteggiamenti come la curiosità e l'apertura alla non linearità, alla serendipità. Il passo successivo è quello di selezionare ed organizzare i contenuti acquisiti con la ricerca. Per questa attività sono richieste capacità di sintesi, di riconoscimento delle classi semantiche ricorsive all'interno del contenuto trattato e di costruzione di mappe dinamiche della conoscenza. Ambienti consigliati per gestire bene questa attività sono Diigo.com, l'ambiente

che preferisco, oppure delicious.com, ma sono molto utili anche evernote.com, pearltrees.com, mindmeister.com.

Un'ambiente di social learning digitale partecipato da persone con elevate capacità di ricerca e di organizzazione dei contenuti, sarà completamente diverso da un ambiente dove le persone non sono in possesso di queste capacità. La terza famiglia di competenze digitali è quella della capacità di condividere e collaborare a distanza. In questo caso, oltre alla padronanza degli ambienti digitali di condivisione, sono fondamentali valori come la fiducia e la generosità, valori spesso assenti nelle organizzazioni tradizionali. Gli ambienti digital utilizzati dalle community coinvolte in esperienze di social learning sono moltissimi. Troviamo ambienti tradizionali per le grandi organizzazioni, come Sharepoint, intranet sempre più orientata alla dimensione social, su slideshare.net troviamo una [interessante casehistory TIM di social learning](#). Rimane sempre valido il classico utilizzo di forum, blog, microblog aziendali, ma assistiamo ad una rapida diffusione di ambienti come yammer.com e socialcast.com, che, per dare una risposta alle esigenze delle corporate, cercano di incorporare nello stesso ambiente le funzionalità tipiche dei forum, twitter, e-mail, facebook.

Infine, il tema del linguaggio. L'interazione comunicativa negli ambienti di social learning evolve sempre più verso la brevità, il linguaggio visivo, le infografiche, la leggerezza, l'ipertestualità. Saper utilizzare voicethread.com, piktochart.com, prezi.com o ambienti simili rientra nello standard evoluto di competenze digitali delle persone che vogliono essere protagoniste degli ambienti social. Ad esempio, in questo ambiente troviamo [contributi sul social learning esclusivamente in infografica](#)! Per concludere, ritengo che la strada aperta dalle esperienze di social learning, ci indichi un percorso, che si basa sullo sviluppo contemporaneo di uno "standard minimo di competenze digitali" come requisito minimo per tutte le persone dell'organizzazione e la necessità di valori come fiducia, curiosità, apertura, flessibilità, creatività, generosità.

Profilo dell'autore

Franco Amicucci è Vicepresidente della Fondazione Lavoroperlapersona, sociologo e formatore. Nel 2000 ha fondato Amicucci Formazione, con la missione di farne il punto di riferimento in Italia per la ricerca e la sperimentazione di una formazione efficace ed innovativa. "[La formazione fa spettacolo](#)" è la sua pubblicazione più importante, edita da Il Sole 24 Ore.

Articolo pubblicato online in [blog Bicocca](#).

