



Provocations and Dialogues

Mario Ricciardi
editor

Provocations and dialogues è una rubrica prevista da OJS per favorire il dialogo diretto e non convenzionale tra autori degli articoli e anche tra autori e lettori.

Il rischio, per il prodotto accademico, è quello dell'autoreferenzialità e dell'uso della rivista online come campo di una migrazione dalla stampa al digitale, senza alcuna riflessione critica sulle convenzioni che erano proprie del dominio della stampa e del libro e che, invece, sono mutate radicalmente attraverso la circolazione e la comunicazione nei network.

Paradossalmente l'articolo pubblicato non trova i lettori più vicini e potenzialmente più interessati, quelli direttamente chiamati in causa per comunanza di ricerca o di interesse di contenuti e neppure altri autori presenti nella rivista che partecipino attraverso la discussione e la critica delle posizioni espresse.

La comunità scientifica appare poco partecipe e ogni articolo sta a sé con una sua storia (che riguarda l'autore e la sua comunità di riferimento, ma all'origine, nello specifico disciplinare) e le sue motivazioni e le sue caratteristiche che alla fine non vengono quasi mai discusse.

Emerge un interrogativo banale, ma concreto: quale vantaggio e quale cambiamento introduce negli autori e nei lettori una rivista on-line? È solo un popolamento digitale che non riflette e non affronta il cambiamento di ambiente e non solo di strumento?¹

Abbiamo provato a dialogare con il pubblico abituato alla comunicazione attraverso i social network: è stata la creazione di extensions video. Un campo in cui autori e potenziali lettori potessero dialogare usando il linguaggio della parola e dell'immagine, più semplice e diretta. La strada scelta è il cambio di linguaggio.

Le video extension sono brevi video della durata di 4/5 minuti che vengono caricati nella pagina di DigitCult dalla quale è possibile scaricare il pdf del saggio cui si riferiscono. Le video extension sono contenuti multimediali complementari al saggio. Nella video extension l'autore del saggio si rivolge al pubblico per entrare nel merito del proprio contributo ed evidenziare i temi principali, favorendo la discussione che sarà poi sviluppata sui canali social di DigitCult. La video extension fa parte integrante del saggio e si lega ad esso, quindi extension intesa come *ampliamento multimediale* e *dialogo* (grazie alla possibilità di utilizzare canali che facciano vivere i temi dei saggi nelle discussioni online).²

¹ Cfr. Luca Andrea Ludovico, Tatiana Mazali, Domenico Morreale, in Digitcult, I, 3, 2016 Ludovico, L., Mazali, T., & Morreale, D. (2016). Towards Multimodal Content Fruition in On-line Scientific Journals: The Case of DigitCult. *DigitCult - Scientific Journal On Digital Cultures*, 1(3), 1-10. doi:10.4399/97888548993911

² Esempi di video extension:

La prima video extension realizzata per il saggio Scientific Community on Digital Society di Mario Ricciardi, pubblicato su DigitCult Vol. 1 No. 1 (2016) – https://youtu.be/_vQj8uoNTag

Flavia Barca – <https://youtu.be/OibljRdeJYg>

Massimo Riva – <https://youtu.be/62AVg-l6WnU>

Gianni Corino, Michael Phillips – <https://youtu.be/DFS8hhVdAO8>

Simone Pozzi – <https://youtu.be/TwJVwKL-Ua8>

Enrico Pedemonte – https://youtu.be/110rIL_pjFc

Simona Savelli – <https://youtu.be/ZCWJEKSPqHk>

Dunque la video extension è parte integrante di una strategia multimodale che parte dal saggio disponibile online e attiva due dinamiche comunicative. Una centrifuga, che va dal saggio digitale ai canali DigitCult sui social network, con l'obiettivo di rendere accessibili e attivare il dialogo intorno ai contenuti del saggio; l'altra centripeta, con l'obiettivo di incuriosire il pubblico potenzialmente interessato ai contenuti del saggio e, attraverso la comunicazione social, renderlo partecipe della community di DigitCult.

La community online, tuttavia, non ha raggiunto le dimensioni auspiccate e il dibattito multidisciplinare non ha trovato sui social network un terreno fertile per la propria crescita.

Con gli articoli che pubblichiamo nel Vol. 2 No. 1 (2017), DigitCult apre un'altra strada. Si propone come finestra aperta sulle culture digitali, chiamando a collaborare protagonisti che non sono accademici o studiosi o ricercatori ma professionisti, attori a vario titolo. Essi contribuiscono spesso in misura rilevante alle trasformazioni del campo della cultura digitale, partecipando alla ridefinizione di quegli stessi campi che più o meno consapevolmente praticano.

Per questo abbiamo pensato di ospitare il contributo di Andrea Granelli dedicato ai manager nella cultura digitale. Il lavoro *eLeadership: il digitale sfida i manager* è una fotografia appassionata dell'e-leader imprenditoriale, in cui sono presenti osservazioni utili a una definizione dell'e-leader, visto direttamente nel suo ruolo e nelle sue funzioni.

Possiamo sottolineare alcuni punti di convergenza con le tematiche di DigitCult, ad esempio il concetto di *digital awareness*, consapevolezza digitale, un concetto che mette in questione qualsiasi approccio superficiale all'idea di cultura digitale.

Granelli sostiene che la sfida del digitale non è solo addestrativa ma educativa.

Il digitale non è dunque un "semplice" strumento su cui addestrarsi ma è un vero e proprio ambiente di lavoro (e di vita) che richiede anche una trasformazione (spesso significativa) di sensibilità, attitudini e comportamenti, un adattamento non superficiale delle proprie pratiche di lavoro.

Sono presenti nell'analisi di Granelli anche elementi di una visione critica: ad esempio il richiamo e l'attenzione che possono aiutare ciascuno a *proteggersi dai lati oscuri. E quindi contrastare l'affermarsi di un pensiero unico del digitale, che non sia soltanto apologia.*

Interessanti le sue osservazioni sui *costi del digitale*, ad esempio quello energetico:

"Nel 2013 è uscito un rapporto – unico del suo genere – che ha misurato il consumo energetico dei *data center* – solo dei *data center*: nel 2012 è stato di 300 miliardi di watt, equivalente a 30 centrali nucleari: è un costo energetico mostruoso; Google, da solo, consuma un terzo della produzione di una moderna centrale nucleare".

Questi e altri contenuti, nell'articolo di Granelli, certamente incontrano quei problemi e quelle prospettive del *digital connect* che sono propri anche di una rivista scientifica come DigitCult.