Nuovi giochi, nuovi spazi

Giulio Lughi
Università degli Studi di Torino
E-mail: giulio.lughi@unito.it

ABSTRACT

Scopo di questo contributo è di ridefinire il rapporto fra giochi, adolescenti, educazione, in relazione alla variabile *spazio*, e più precisamente l'articolazione degli spazi sociali, la loro percorribilità, la loro mediatizzazione, il rapporto fra spazio fisico e spazio virtuale. In quest'ottica l'età dei new media è andata caratterizzandosi sempre più per una sorta di *rispazializzazione*, guidata in parte dall'avanzata del visuale rispetto allo scritto, in parte dal consolidamento del sistema delle ICT *(Information and Communication Technologies)* e dell'interattività digitale, e in parte dall'enorme sviluppo dei terminali mobili. L'articolo indaga questo scenario in tre momenti: mette a tema la relazione tra media e spazio; riconcettualizza il rapporto tra gioco e spazio, al di là del ruolo del videogioco; infine riflette su tutto questo nella prospettiva dell'educazione mediale.

Parole chiave: gioco; videogiochi; educazione mediale; consumi mediali; media e spazio.

The aim of this article is to redefine the relationship between games, teens, education, according to function of the *space,* more precisely its mediatization, and the relationship between phisic and virtual space. In this sense the age of new media was beed characterized by a process of *re-spatialization*. This process was led by the new importance of writing, the fostering of ICT and digital interactivity, the development of mobile communication. The article investigates this scenario in three steps: studies the relationships between media and space; re-conceptualizes the relationship between playing and space, despite the role of videogames; finally, reflects on all these issues from the point of view of Media Education.

Keywords: play; videogames; Media Education; media consumption; media and youngsters.

Introduzione

Scopo di questo contributo è verificare se il rapporto fra giochi, adolescenti e educazione non debba in questo particolare momento dell'evoluzione mediatica tener presente un elemento che sta acquistando sempre più rilevanza: la variabile spazio, e più precisamente l'articolazione degli spazi sociali, la loro percorribilità, la loro mediatizzazione, il rapporto fra spazio fisico e spazio virtuale.

L'asse portante di questo contributo sarà quindi la parziale revisione di una tradizione interpretativa che ha insistito sul concetto di *despazializzazione* (con le sue declinazioni di delocalizzazione, deterritorializzazione, ecc.) come caratteristica fondante della *media culture* (Meyrowitz, 1985; Thompson, 1995, pp. 52-58).

Naturalmente con *media culture* all'inizio si intendeva solamente "cultura dei mass media", ma in realtà l'idea forte della despazializzazione è stata estesa successivamente — quasi per inerzia — anche alla "cultura dei new media": estensione dovuta in parte alla vischiosità storica dei paradigmi interpretativi, che tendono a travalicare l'ambiente storico-culturale in cui sono nati per conquistare territori limitrofi; in parte alle indubbie somiglianze e affinità che connettono l'età dei mass media e quella dei new media; e infine al particolare peso che su questo nodo teorico hanno avuto gli inizi della stagione new-mediale, quando molta parte del dibattito si è incentrata su un fenomeno di altissimi visibilità e impatto (accademico, mediatico, industriale, emozionale, ecc.) quale la cosiddetta Realtà Virtuale e il suo presunto distacco dalla realtà "reale".

Come vedremo, invece, l'età dei new media è andata caratterizzandosi sempre più per una sorta di *rispazializzazione*, guidata in parte dall'avanzata del visuale rispetto allo scritto; in parte dal consolidamento del sistema delle ICT (Information and Communication Technologies) e dell'interattività digitale; e in parte dall'enorme sviluppo dei terminali mobili e quindi dall'aprirsi di uno scenario di fruizione che si dispiega *naturaliter* nello spazio.

Parallelamente a questa tendenza è emersa sempre più l'importanza della dimensione ludica nella cultura contemporanea: dimensione ludica che si è progressivamente scrollata di dosso le connotazioni negative che la accompagnavano, acquistando invece un posizionamento centrale nelle dinamiche socio-culturali e rimodellando i concetti di *loisir*, di tempo libero, di consumo (culturale e non).

Vedere il nesso profondo fra queste forze, e l'importanza che esso riveste per l'interpretazione storico-critica dei fenomeni mediatici e new-mediatici attuali, e per le loro implicazioni *educational*, è fondamentale per illuminare correttamente il tema di questo contributo, il quale sarà articolato su tre punti dedicati a:

– ripercorrere sommariamente alcuni punti nodali del rapporto tra strutture mediatiche e concettualizzazione dello spazio, in modo da fornire un inquadramento di base che possa essere utile per ragionare sulle problematiche new-mediali in genere e sulle relative implicazioni sociali, culturali, educative;
– esaminare alcuni aspetti ed esempi di come si declina il rapporto fra spazio fisico e attività ludica nell'attuale panorama new-mediatico, uscendo dalla monopolizzazione che il videogioco (soprattutto nelle sue forme più crude) ha esercitato su questo tema;
– trarre qualche conclusione su come queste riflessioni sugli spazi e sui giochi possano portare un contributo nel campo della Media Education, sia in termini di scenario teorico e strategico, sia in termini di eventuali pratiche operative.

Media/spazi

Intendiamo qui *media* in senso molto ampio, come mezzi di comunicazione strutturati che supportano in vario modo i processi di formazione personale, di coesione sociale, di trasferimento della conoscenza, di costruzione culturale. Assumeremo un punto di vista per cui risulta opportuno accorpare l'età classica e quella rinascimentale con quella dei mass media, in quanto non presentano sostanziali differenze nella gestione dello spazio testuale; mentre separeremo l'età dei new media in due periodi, quello della *staticità* e quello della *mobilità*, proprio perché la variabile spazio rappresenta un fattore forte di differenziazione fra i due momenti.

Antichità e mass-media

Nell'antichità il nesso fra testo e spazio si stringe in maniera definitiva già con la nascita della scrittura a mano, nel momento in cui le forme della comunicazione orale, aeree, provvisorie ed evanescenti sono costrette a fissarsi entro le dimensioni geometriche di un supporto fisico.

Il processo diventa però irreversibile e cogente con la nascita della stampa a caratteri mobili, quando alla spazialità si aggiungono i caratteri della stabilità, della regolarità, della replicabilità ben evidenziati da Walter Ong (1982). Ma se Ong osserva soprattutto i fenomeni legati al testo scritto, dal nostro punto di vista intrinsecamente "multimediale" sarà opportuno considerare anche quanto sottolinea Renato Barilli (2002) — seguendo le anticipazioni di McLuhan — a proposito della pittura, e in particolare del rapporto fra scrittura e pittura, nonché riguardo agli aspetti materiali e meccanici che accomunano queste due "macchine da guerra" della cultura rinascimentale e occidentale:

> […] la modernità si reggerebbe su due pilastri: l'invenzione di Gutenberg, la stampa a caratteri mobili, la tipografia, avvenuta nel 1450, e la rispondenza omologica riscontrabile tra questa procedura tecnica e la prospettiva, teorizzata per le arti visive (pittura, scultura, architettura) da Leon Battista Alberti nel trattato *De pictura* (1435). **#se è una citazione da Barilli, indicare pp.#**

Si tende di solito a sottovalutare l'importanza delle macchine, e quindi della tecnologia, nell'evoluzione rinascimentale e occidentale della nostra cultura, privilegiando piuttosto la dimensione mentalistica e idealistica per cui il testo scritto garantirebbe il dominio del tempo e della logica, e quindi il controllo sequenziale e razionale sulle cose; mentre la pittura coprirebbe la dimensione della spazialità associativa e intuitiva, legata più alle emozioni e alla percezione immediata.

Val la pena di insistere invece (anche con il supporto delle immagini) sul fatto che la prima rudimentale meccanizzazione, tecnologizzazione, e

Figura 1 **#inserire didascalia#**

Figura 2 **#inserire didascalia#**

mediatizzazione dei processi di produzione culturale — ai fini del controllo della spazialità testuale — viene portata avanti proprio su entrambi i piani: mediante la stampa a caratteri mobili da una parte; e mediante i dispositivi per la riproduzione prospettica dall'altra, molto più diffusi e usati di quanto normalmente si pensi.

Insistiamo su questo nesso in quanto rappresenta il nucleo primario, ancora rudimentale ma già operativo, di quel rapporto fra *testo, spazio* e *tecnologia* che sarà destinato a costituire il supporto della nostra cultura fino alle modificazioni portate dai mass media, con la rivoluzione industriale, e poi dai new media, con l'avvento delle nuove tecnologie della comunicazione, e di cui intendiamo seguire le tracce in questo contributo.

Con la stagione dei mass media industriali assistiamo certamente a un progressivo avanzamento dell'immagine, grazie soprattutto allo sviluppo delle tecniche di riproduzione a stampa (e al conseguente abbattimento dei costi di produzione). Con la fotografia, con la stampa industriale, e poi con il cinema e la televisione, la dimensione iconica recupera posizioni, modificando a volte in maniera pesante i rapporti di forza e di funzionalità nei confronti della scrittura: le nuove immagini sono il regno dello spazio articolato, delle profondità, dei piani molteplici, della visione complessiva, panoramica, che sempre più incalza quella lineare, sequenziale, filiforme e cronologica della scrittura. Si appanna sicuramente il senso dell'antico detto: *pictura laicorum scriptura*, attribuito a S. Gregorio Magno, che sanciva una sorta di gerarchia culturale tra lo scritto e l'iconico.

Ma non ci soffermeremo su questi aspetti, in quanto scritto e iconico — pur nelle loro profonde differenze — esercitano nei confronti dello spazio esclusivamente il controllo della visibilità. Mentre la svolta che qui effettivamente ci interessa si verifica alla fine dell'età dei mass media, in coincidenza con l'avvento dei new media.

New media stanziali

Nell'ultimo quarto del Novecento il testo, che fino a quel momento è solo *visibile,* diventa anche *percorribile*, *praticabile*.

Abbiamo già avuto modo di sottolineare (Lughi, 2001) la singolarità di alcuni fenomeni editoriali che anticipano quel particolare processo definito di *riconfigurazione del libro e dello schermo*. Nell'ultimo quarto del Novecento assistiamo infatti alla progressiva apparizione di strumenti e oggetti che hanno trasformato questi due grandi dispositivi di conoscenza — che

agivano solo *attraverso l'occhio e la mente* — in dispositivi di conoscenza in grado di rilasciare il loro sapere anche *attraverso la mano*, in quanto potevano essere manipolati, gestiti, governati da azioni manuali, tattili, fisiche, sulla spinta dell'ondata costruttivista che aveva investito molti campi del sapere.

Per quanto riguarda il libro, ci riferiamo soprattutto ai libri-oggetto, che appaiono nell'editoria giovanile negli anni Ottanta (gonfiabili, galleggianti, con pagine trasparenti, o attraversate da fori e fessure, o con piccole finestre, con parti mobili o sonore, anche governate da piccoli dispositivi a batteria, ecc.); e in parallelo ai *game-books,* racconti labirintici di avventura, a scelta multipla, che per essere letti (e anche giocati) richiedevano gomma e matita e la consultazione/compilazione di tabelle, punteggi, mappe, tracce di percorso. Anticipatori (e concorrenti) dell'ipertesto d'avventura e poi dei videogiochi, hanno sicuramente rappresentato un punto di svolta rispetto alla tradizionale fruizione del libro mediante la pura lettura.

Parallelamente, anche lo schermo (della tv e poi del computer) si riconfigurava, aprendosi alla dimensione *hands on* prima con il telecomando sullo schermo analogico, e poi soprattutto con il mouse sullo schermo digitale, aprendo così la strada alla dimensione del multimedia interattivo.

Questa trasformazione dello spazio testuale da *spazio visibile* in *spazio praticabile* rappresenta il decisivo momento di svolta rispetto alla precedente età dei mass media, svolta che si è concretizzata fondamentalmente con il consolidamento di due paradigmi ormai dominanti nella testualità culturale: l'ipertesto e la grafica 3D. Il primo più legato al mondo della scrittura, la seconda a quello dell'immagine, ma destinati entrambi a confluire nelle forme sempre più convergenti del multimedia interattivo.

Non ci interessa qui entrare nei dettagli di questi due paradigmi, ma vale la pena considerare rapidamente quanto osserva Lev Manovich (2000, pp. 112 e 248) sulla grafica 3D a proposito della distinzione fra *rappresentazione* e *simulazione*; Manovich infatti ci offre un interessante punto di vista sul rapporto fra testo, spazio, visibilità e percorribilità, e allo stesso tempo ci riporta al Rinascimento come snodo storico fondante per le problematiche che qui ci interessano.

Secondo Manovich la *rappresentazione* separa spazio fisico e spazio visuale, mentre la *simulazione* tende a mescolarli. Come esempio della rappresentazione Manovich cita il quadro dotato di cornice, tipico dispositivo visuale rinascimentale albertiano dove si realizza il meccanismo della pro-

spettiva come separazione dell'immagine dal reale; mentre come esempio della simulazione cita l'ambiente affrescato o a mosaico, spazio illusorio che ingloba in sé l'immagine e soprattutto è strettamente legato al contesto architettonico. Mentre la pittura di cornice è essenzialmente mobile (tolta dal muro può essere spostata ovunque), ma obbliga lo spettatore all'immobilità, l'ambiente affrescato o a mosaico consente la mobilità da parte dello spettatore in quanto la stretta connessione fra affresco e architettura crea una continuità tra spazio reale e virtuale.

In linea con il nostro discorso, quindi, secondo Manovich la grafica 3D, frutto esclusivo della cultura del computer e dei new media, con le sue caratteristiche di immersività e di simulazione riafferma la percorribilità pre-rinascimentale degli spazi-testi, riaprendo — dopo tre secoli di ininterrotto dominio della rappresentazione — uno scenario in cui il testo dei new media diventa a tutti gli effetti praticabile.

New media nello spazio mediato

Tuttavia, Manovich parla ancora di un utente/lettore/spettatore fermo davanti a un computer, mentre il primo decennio del Duemila rappresenta la fase di diffusione di massa dei dispositivi di comunicazione mobile (cellulari, smartphone, console portatili, media player, e-book player, fino ai recenti fenomeni di successo come gli iPhone e gli iPad), oggetti in piena evoluzione che ancora non hanno trovato la stabilità di forme e funzioni necessaria per avviare una fase di standardizzazione della produzione e del consumo, e che di conseguenza sono ancora indocili a quei processi di *domesticazione* che invece rappresentano la soglia necessaria per un collocamento stabile nell'orizzonte sociale e culturale delle persone.

Ne è derivato comunque un profondo mutamento di scenario, che va considerato con attenzione se non si vuole perdere di vista un passaggio di estrema importanza: mentre nella prima fase di diffusione dei new media, quella dei new media stanziali, si verifica la *trasformazione del testo in spazio percorribile e praticabile*; nella seconda fase, quella dei new media mobili, con una sorta di traiettoria speculare, assistiamo alla *trasformazione dello spazio fisico in testo leggibile*, *interpretabile* e in qualche modo anche *scrivibile*.

Forse va ascritto a Walter Benjamin (1982), e alla sua labirintica opera sui *passages* parigini, il merito di aver "visto" — sulla scorta dell'intuizione di Baudelaire, ma in chiave decisamente postmoderna — lo spazio

metropolitano come luogo dove il *flaneur* compie, con i suoi vagabondaggi, un'attività riconducibile a quella della lettura e della scrittura testuale.

Le successive riflessioni (Codeluppi, 2000) sui parchi disneyani, sui parchi a tema, sui non-luoghi, sui grandi *mall* commerciali, non fanno che portare avanti una linea interpretativa il cui dato saliente è la testualizzazione dello spazio, la sua leggibilità e scrivibilità, fino alle ipotesi di Jeremy Rifkin (2000, pp. 195-205) sulle «recinzioni culturali» da cui oggi saremmo circondati, e — in una prospettiva di più ampio respiro — fino al concetto di «spazio dei flussi» di cui parla Manuel Castells (2001) nel tracciare la storia e la nascita della società in rete.

Spazi fisici come spazi mediati, già anticipati dalla fantascienza in *Blade Runner* (Scott, 1982) e realizzati poi nel primo decennio del Duemila in edifici come lo Zero Energy Media Wall, costruito per le Olimpiadi di Pechino del 2008, capace di assorbire energia solare durante il giorno attraverso pannelli di copertura che durante la notte si trasformano in enormi schermi da cui promanano trasmissioni mediatiche ininterrotte e altamente spettacolari.

Si tratta di un settore trasversale fra urbanistica, design e produzione mediatica (von Borries, Walz & Böttger 2007) che nelle sue varie declinazioni e a seconda dei punti di vista viene definito Media Façade, Lighting Design, Façade Engineering. E fin qui abbiamo visto spazi urbani visti come testi

Figura 3 #inserire didascalia#

Figura 4 inserire didascalia#

mediatici, ma non abbiamo ancora fatto il passo successivo, quello dove entrano in scena i dispositivi mobili.

Non bisogna dimenticare che i dispositivi mobili sono sì oggetti, mediante i quali possiamo comunicare, ma sono altresì oggetti di cui è possibile stabilire il posizionamento fisico. Questo vale per i sistemi di rilevamento satellitare come il GPS (Global Positioning System), ma vale anche per tutti i dispositivi che incorporano sistemi di telefonia cellulare, che in questo modo consentono una totale tracciabilità nello spazio geografico e una riconoscibilità dell'utente. Le applicazioni di questa tracciabilità sono ormai all'ordine del giorno, e vanno dagli impieghi promozionali (ad esempio, per il lancio di un album musicale sono stati affissi dei particolari manifesti, dotati di un microprocessore in grado di mettersi in contatto con i telefoni cellulari dei passanti e consentire loro di scaricare gratuitamente i videoclip delle canzoni) fino a ipotesi ormai non più tanto fantascientifiche come quella presentata nel film *Minority Report* (Spielberg, 2002), dove il protagonista viene riconosciuto dai cartelloni pubblicitari i quali gli rivolgono automaticamente offerte commerciali personalizzate.

Interattività, distribuzione mirata di contenuti mediatici, tracciamento del fruitore in mobilità nel contesto urbano: sono questi gli elementi che ormai costituiscono la base di quei processi estremamente diffusi e sempre più importanti dal punto di vista economico che ci obbligano a vedere *gli spazi reali come testi*. Consciamente o inconsciamente il moderno *flaneur* dotato di cellulare, che si muove nello spazio urbano, *scrive* ininterrottamente la traccia del suo passaggio, che verrà *letta* dai sistemi di rilevazione e di *data mining*, costruendo così quella potente tessitura sotterranea di dati

e informazioni che ormai lega in un'unica rete i produttori, i consumatori, i media digitali e gli spazi urbani mediatizzati.

Spazi/giochi

Il gioco si innesta direttamente nelle nostre problematiche con l'avvento dei new media. In questa traiettoria il gioco ha svolto e svolge un ruolo determinante, sia nella prima fase sia nella seconda, per le diverse sfaccettature che questa misteriosa e centrale attività umana sta rivelando a indagini sempre più numerose, approfondite, sempre più "serie" e soprattutto multilaterali (Pecchinenda, 2004; Limone, 2006; Bittanti, 2008; Flanagan, 2009; Comunello & Panarese, 2010). Più la riflessione sul gioco si approfondisce, più svela connessioni profonde con i meccanismi-guida dei processi psicologici, sociali, economici, culturali, di apprendimento, oltre che naturalmente di svago e di gestione del tempo libero.

La connessione fra spazio è gioco fisiologica, nel senso che nei giochi di movimento e di strada, come del resto in molti sport, il gioco rappresenta un'assunzione di controllo sullo spazio e sul territorio, è un'attività di modellizzazione e appropriazione della realtà esterna.

In questo senso anche tutti i videogiochi classici, sia di abilità, sia di avventura, sia di simulazione, a partire da Pong, Space Invaders e Supermario, fino a Myst e Tomb Raider, fino a SimCity, The Sims e Spore, rappresentano forme e modelli di controllo sullo spazio. Eredi in questo dei giochi di ruolo (Role Playing Game), prendono sia il controllo dello *spazio giocato*, quello dove si svolge l'avventura, sia dello *spazio del giocatore*, quello che a partire dagli ultimi anni del Novecento comincia a estendersi sulla rete attraverso i MMORPG (Massive Multiplayer Online Role Playing Game). Ci limiteremo qui ovviamente a considerare solo alcuni esempi di giochi ad alta componente tecnologica che in qualche modo si esercitano entro spazi mediati, siano essi interni ai dispositivi di comunicazione oppure esterni.

Restando nel campo delle console, va innanzitutto segnalata la Nintendo Wii. L'importanza di questa console consiste nel fatto che rispetto alle concorrenti (Microsoft XBox e Sony Playstation), che sul mercato sembravano irragiungibili, essa ha basato il suo successo introducendo la dimensione dello spazio non nel testo, ma fuori dal testo. La Wii, estendendo le potenzialità del telecomando e del mouse al di fuori dello schermo, ha introdotto

una omologia fra testo e spazio che rappresenta molto bene a livello simbolico il discorso che stiamo portando avanti.

Nella Wii, infatti, i movimenti del corpo, delle braccia, delle gambe vengono *letti* nello spazio reale e *riprodotti* sullo schermo, diventando però immediatamente — in "tempo reale" — dei feed back per l'autoregolazione delle azioni del giocatore che agisce nell'ambiente. L'uomo ha sempre avuto dei feed back dallo spazio intorno a sé, ma qui assistiamo effettivamente a una quasi-coincidenza di *testo e spazio*, in cui tra l'altro il processo non è di rispecchiamento bensì di continua lettura-scrittura ciclica, e a una velocità tale da far apparire il processo come continuo. Il giocatore che si muove nello spazio fisico "scrive" infatti delle istruzioni precise sul testo che governa il funzionamento del gioco, e questo testo a sua volta "scrive" o meglio "proietta" sullo schermo un testo visivo che suggerisce a quel particolare dispositivo umano che è il giocatore come deve muoversi…

Abbiamo avuto modo di insistere altrove (Lughi, 2006) sull'importanza di queste accelerazioni nella ciclicità dei media, utili per intendere appieno le dinamiche di funzionamento dei new media. Nel caso della Wii, oltre al fattore velocità, si assiste anche a processi di fusione, alternanza e intercambiabilità fra testo scritto e testo visivo che rappresentano un'ulteriore rottura del paradigma gutenberghiano-albertiano esposto precedentemente.

Ma è tempo di uscire dai new media stanziali (e in fondo la Wii lo è, nonostante i movimenti fisici che consente di fare) per osservare il mondo dei dispositivi mobili. Qui i giochi sono stati inzialmente individuali, e necessariamente limitati dalla ridotta capacità di processing dei dispositivi, dalla rudimentale definizione degli schermi e dalla mancanza di connessione in rete. La vera evoluzione si è verificata con la diffusione dei dispositivi mobili in rete e quindi degli ambienti di gioco multiplayer: qui la spazialità virtuale della rete si apre infatti alla spazialità reale dell'ambiente fisico; l'avversario o l'alleato delle nostre avventure può essere un personaggio virtuale ma può anche essere una persona fisica che si trova nel nostro raggio di azione o di percorrenza. Questo aspetto è particolarmente importante nel caso di giocatori adolescenti, per i quali l'esperienza di gioco si integra, o comunque è costretta a misurarsi, con l'esperienza di socializzazione in community virtuali/reali, aprendo territori sperimentali di estremo interesse per esaminare i rapporti fra socializzazione in rete e socializzazione in presenza.

Questo scenario è caratterizzato dai *pervasive game*, termine ombrello variamente declinato *(location-based game*, *location-enabled game*, *loca-*

tion-aware games, *augmented reality games*, *alternate reality game)* che qui ci limitiamo a segnalare come sterminato territorio di pratiche, sperimentazioni, indagini empiriche e prime sistemazioni categoriali. Il punto centrale su cui questi giochi si basano è la localizzazione del giocatore attraverso un dispositivo mobile, e la possibilità di connettersi con altri giocatori (fisici) altrettanto localizzabili: da qui si parte per una serie infinita di variabili, che possono includere una dimensione narrativa piuttosto che competitiva, uno scenario urbano piuttosto che extraurbano, una condotta di gara individuale piuttosto che di gruppo, con tutte le alleanze, le rivalità, gli accordi, gli scontri che possono generarsi su un doppio campo di tensioni, quello virtuale di rete e quello reale sul terreno.

Media/spazi/giochi/education

Volendo riassumere per punti quanto esposto finora, si potrebbe dire che:

1. con l'invenzione della scrittura, e poi soprattutto nel Rinascimento con la stampa, il testo e l'immagine sono entrambi strumenti di comunicazione che si materializzano in uno spazio, ma sono ben differenziati tra loro e presentano comunque come caratteristica comune la *visibilità*;
2. nell'età dei mass media testo e immagine cominciano a mescolarsi e a rinforzarsi reciprocamente, ma comunque la loro caratteristica principale nei confronti dell'utente è di essere soltanto *visibili*;
3. all'inizio dell'età dei new media il testo e l'immagine, oltre a fondersi e a integrarsi sempre di più, accanto alla caratteristica della visibilità acquistano quella di essere *percorribili e praticabili*; inoltre accanto a queste caratteristiche si innesta quella di essere testi/spazi *giocabili*;
4. con la fase più recente dei mew media, legata soprattutto alla diffusione dei dispositivi mobili, assistiamo addirittura a un ribaltamento per cui — accanto ai testi mediatici da vedere, percorrere, praticare, e giocare — *gli spazi fisici si trasformano in entità testuali*, diventando così anche mezzi di comunicazione e quindi veicoli di conoscenza.

Questo chiasmo evolutivo, per certi aspetti inquietante ma anche affascinante, rappresenta forse il terreno su cui la mediologia e la Media Education sono chiamate a esercitare i loro strumenti più efficaci, in quanto mette in crisi la secolare diarchia su cui si è basata la trasmissione della cultura occidentale, e cioè l'opposizione/alleanza fra scrittura e pittura, fra linguaggio

verbale e linguaggio iconico. Ma non basta: proiettati come siamo in una classica prospettiva postmoderna, ecco che entra in crisi anche il rapporto gerarchico fra produzione e consumo, fra media broadcast e comunicazione interpersonale. Entra in crisi anche il rapporto tra maestro e allievo, che richiede di immaginare nuove forme di apprendimento basate su paradigmi dinamici, in cui accanto alla dimensione *formale* diventa sempre più importante quella *informale*, meno controllabile, a volte "selvaggia", ma sicuramente immessa in una circolazione culturale che esercita grande influsso sui processi autoformativi e che presenta ampie zone di tangenzialità e di sovrapposizione con la fruizione dei media (mass- e new-).

In questo senso, e nell'ottica di una profonda ristrutturazione delle metodologie di ricerca sui media partecipativi (Monaci & Scifo, 2009), sta diventando sempre più interessante una piattaforma di rete come Facebook, caratterizzata da una dimensione iniziale di classico social network, ma che in realtà sta evolvendo rapidamente verso forme complesse di costruzione identitaria (in Facebook tendenzialmente si è se stessi, l'adozione di un avatar rappresenta una seconda scelta), costruzione basata su un accurato dosaggio dei testi o messaggi elaborati in proprio con citazioni provenienti da altre fonti mediatiche (letterarie, musicali, iconografiche, cinematografiche).

In Facebook è molto frequente il ricorso a Flickr, a YouTube o ad altre repository mediatiche come database di microelementi con cui costruire i propri discorsi; repository mediatiche le quali d'altra parte si integrano sempre più dando vita a uno "spazio delle piattaforme" che va ad accostarsi/sovrapporsi allo "spazio dei flussi" individuato da Manuel Castells come tipico dell'età dell'informazionalismo.

Non solo: a conferma della stretta relazione fra media, spazi e giochi, Facebook sta cominciando a ospitare al suo interno dei veri e propri ambienti di gioco on line che moltiplicano l'effetto caleidoscopico della attuale vita sulla rete e portano verso una sempre maggiore fusione fra media classici e social network. Esemplare in questo senso è Farmville (http://www.facebook.com/FarmVille), un gioco di simulazione di vita agricola, sull'esempio di SimCity, frequentato settimanalmente da ottanta milioni di persone, e il cui motto è *connecting the world through games*. Farmville presenta indubbie valenze educative, in quanto richiede progettualità, capacità di valutazione del rischio, decisione nella scelta degli investimenti in tempo e risorse, disponibilità alla collaborazione con gli altri amici-giocatori che

possono essere chiamati in aiuto o ai quali può essere offerto sostegno in situazioni di emergenza.

Ma uscendo (parzialmente) dalla rete, vanno considerati con estremo interesse anche giochi come Power Agent (http://www.youtube.com/watch?v=m3FFMynT8HY), che rappresentano la tendenza più recente di *pervasive game*.

Power Agent è una piattaforma di gioco pervasivo concepita come strumento per stimolare gli adolescenti a farsi parte attiva in famiglia sul tema del risparmio energetico. I ragazzi che partecipano al gioco sono infatti connessi tra loro via telefono cellulare, si prefiggono ogni giorno un incarico diverso (sempre riguardante il risparmio energetico) e devono coordinarsi per attuare nelle rispettive famiglie e nelle rispettive case delle strategie efficaci, raccogliendo dati, scambiandoli o integrandoli con altri partecipanti al gioco, convincendo la famiglia ad adottare pratiche e comportamenti alternativi, verificando con i compagni di gioco l'efficacia delle strategie adottate. Come osservazione estemporanea, ma a conferma di quanto queste spinte provenienti "dal basso" vadano poi a influenzare anche la classica dimensione broadcast dei mass media, nel periodo in cui stiamo scrivendo (aprile 2010) le televisioni italiane stanno mandando in onda lo spot di una importante casa automobilistica nordeuropea che pubblicizza un'auto a basso consumo e basso impatto ambientale, in cui si vede una bambina che rimprovera dolcemente il padre per aver lasciato inutilmente aperto il rubinetto dell'acqua…

È chiaro — al di là delle prime valutazioni sull'efficacia di questo tipo di progetti (Gustafsson, Katzeff & Bang, 2009) — che in questo esempio ritroviamo molti degli aspetti di cui abbiamo finora trattato: lo spazio domestico come spazio di gioco ma anche come fonte di conoscenza sulle problematiche energetiche; lo spazio interdomestico (di quartiere o di città) come base per una serie di relazioni comunicative finalizzate a un progetto comune; il recupero del rapporto adulti-adolescenti basato sul parziale rovesciamento di ruoli nel trasferimento di conoscenza; la nuova socializzazione su due livelli: transgenerazionale in famiglia, a livello di gruppo dei pari sulla rete telematica; sviluppo delle capacità cooperative; nuove abilità nella strutturazione della conoscenza; capacità di problem solving; ecc.

A conclusione, è evidente quindi che i videogame stanno diventando un terreno di esplorazione e di ricerca molto fecondo per le prospettive di apprendimento, con un'intensa focalizzazione sullo spazio inteso in due

accezioni: *spazio interno* al video game, come terreno efficace per sperimentare nuove interfacce, nuove testualità, nuove relazioni fra processi di apprendimento e processi narrativi; ma anche *spazio esterno* al videogame, nel senso delle relazioni che la rete e/o i dispositivi mobili costruiscono negli spazi sociali (fortemente *testualizzati*, insistiamo su questo aspetto) dove le relazioni tra le persone si organizzano secondo linee varie e diversificate, ma dove sicuramente va riconosciuta l'importanza che la dimensione ludica svolge nella gestione della conoscenza.

Quello che un tempo chiamavamo videogioco tende a diventare sempre più un prodotto culturale generalista, che esce dalla nicchia di genere e di età in cui era stato confinato, per assumere un ruolo centrale di mediazione nello sviluppo dei processi sociali e culturali. Come afferma Pecchinenda:

> […] il videogioco può essere considerato […] lo strumento fondamentale e indispensabile attraverso il quale il computer e la cultura informatica ad esso associata è giunto a diffondersi e a radicarsi nella società contemporanea, a partire dalle più giovani generazioni per giungere a quelle oggi più mature. (Pecchinenda, 2004, p. VIII)

In una prospettiva più ampia Pecchinenda (2004, p. 116) riprende il tema weberiano del *disincanto* come scomparsa della dimensione magica nell'età industriale, ma vede anche nel videogioco, o più in generale nella dimensione ludica tecnologizzata dell'età post-industriale, una possibilità di *reincanto* che superi l'alienazione "moderna" del Doppio per giungere a una composizione/ricomposizione dell'identità basata sulla simulazione come accettazione dell'interfaccia Io/Altro. E tornando alle indicazioni di Barilli (2002), è opportuno quindi non restare legati

> ai parametri del "vecchio" universo moderno, devoto al culto della rappresentazione: come se compito dell'artista fosse ancora quello di "rappresentare" su una superficie quanto gli si offre nel mondo esterno. Ma questo è un rito di osservanza gutenberghiana, come McLuhan ci ha ben dimostrato. È proprio il concetto di rappresentazione che la contemporaneità tende a cancellare. Non ha più senso procedere in termini dualistici, di là starebbe una realtà, di qua un foglio o un altro apparato di superficie per raccoglierne l'immagine. L'artista, oggi, si può aggirare tra le cose, assumerle, manovrarle, secondo la tecnica del ready-made duchampiano, esattamente come l'energia diffusiva elettromagnetica circola liberamente, non contenuta entro argini fissi. (Barilli, 2002, p. **#?#**)

Barilli parla di "artisti", ma possiamo benissimo estendere il discorso a quelle figure miste di cui la modernità — e poi la postmodernità — ci hanno fatto conoscere l'incerto statuto e la collocazione borderline: il *flaneur* innanzitutto, ma poi il *surfer*, il *wreader (writer-reader)*, lo *spett-attore*, il *prosumer (producer-consumer)*. E possiamo anche pensare in questo senso a quel pubblico misto di "grandi e piccini" che è stato individuato con lucidità da Steven Spielberg, e che ha trovato in quella grande "terra di mezzo" che è il Fantasy lo spazio ideale per avviare quella grande mescolanza di immaginario, di generi, di temi che sembra essersi saldata con le connessioni globali della rete, con la cultura della convergenza di cui parla Jenkins (2006), con le pratiche di produzione che oggi vedono coinvolti in una incessante ciclicità produttiva e di consumo (Rieser & Zapp, 2002) il cinema, i videogiochi, la post-televisione, le pratiche di socializzazione sul territorio, i consumi culturali e non.

Dovendo adottare una formula per concludere il discorso fin qui fatto, si potrebbe pensare a qualcosa come *rimediazione ludica*, riprendendo in questo modo la fondamentale riflessione di Bolter (1999) sulla ciclicità dei processi mediatici e culturali, con in più il riconoscimento del ruolo decisivo di riappropriazione svolto — anche mediante l'ironia, il distacco, le procedure di remake — in questi ultimi anni dal videogioco e dai suoi discendenti nel riorganizzare entro gli spazi virtuali e in quelli reali gli aspetti cognitivi, sociali, formativi e culturali del rapporto fra giochi, adolescenti e educazione.

Figura 5 #inserire didascalia#

Riferimenti bibliografici

Barilli, R. (2002). Marshall McLuhan e il materialismo storico culturale di fronte all'arte moderna e contemporanea. *Studi di estetica,* III Serie, *XXX* (26). (http://www2.unibo.it/estetica/files/SOMMARI/2002_26.htm).

Benjamin, W. (1982). *Das Passagenwerk*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. (Benjamin, W., *I passages di Parigi*. Torino: Einaudi, 2002).

Bittanti, M. (2008). *Intermedialità. Videogiochi, cinema, televisione, fumetti*. Milano: Unicopli.

Bolter, J.D., & Grusin, R. (1999). *Remediation. Understanding new media*. Cambridge (MA): The MIT Press. (Bolter, J.D., & Grusin, R., *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*. Milano: Guerini, 2002).

Castells, M. (2001), *Internet Galaxy*. Oxford: Oxford University Press. (Castells, M. *La galassia Internet*. Milano: Feltrinelli, 2002).

Codeluppi, V. (2000). *Lo spettacolo della merce*. Milano: Bompiani.

Comunello, F., & Panarese, P. (Eds.) (2010). *Business e gaming. Gioco e social network nella rete d'impresa*. Roma: Nuova Cultura.

Dena, C. (2008). Emerging participatory culture practices: Player-created tiers in alternate reality games. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies,* 14 (1), 41-57.

Flanagan, M. (2009). *Critical play, radical game design*. Cambridge (MA): The MIT Press.

Grange Sergi, T., & Onorati, M.G. (2006). *La sfida della comunicazione all'educazion*e. Milano: FrancoAngeli.

Gustafsson, A., Katzeff, C., & Bang, M. (2009). Evaluation of a pervasive game for domestic energy engagement among teenagers. *Computers in Entertainment (CIE), 7* (4).

Hutchison, D. (2007). Video games and the pedagogy of place. *The Social Studies,* January/February, 35-40.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture. Where old and new media collide*. New York (NY): New York University Press. (Jenkins, H., *Cultura convergente*. Milano: Apogeo, 2007).

Limone, P. (2006). Videogiochi e pedagogia. Training Level ed applicazioni didattiche. In T. Grange Sergi & M.G. Onorati, *La sfida della comunicazione all'educazione* (pp. 129-142). Milano: FrancoAngeli.

Lughi, G. (2001). *Parole online. Dall'ipertesto all'editoria multimediale*. Milano: Guerini.

Lughi, G. (2006). *Cultura dei nuovi media*. Milano: Guerini

Manovich, L. (2000). *The Language of new media*. Cambridge (MA): The MIT Press.

Meyrowitz, J. (1985). *No sense of place*. New York: Oxford University Press (Meyrowitz, J., *Oltre il senso del luogo*. Bologna: Baskerville, 1993).

Monaci, S., & Scifo, B. (2009). *Sociologia 2.0. Pratiche sociali e metodologie di ricerca sui media partecipativi*. Napoli: ScriptaWeb.

Montola, M., Stenros, J., & Waern, A. (2009). *Pervasive games: Theory and design*. Burlington (MA): Morgan Kaufmann.

Ong, W. (1982). *Orality and literacy. The technologizing of the word*. London-New York: Methuen. (Ong, W., *Oralità e scrittura. Le tecnologie della parola*. Bologna: Il Mulino, 1986).

Pecchinenda, G. (2004). *Videogiochi e cultura della simulazione. La nascita dell'homo game*. Bari-Roma: Laterza.

Reid, J. (2008). *Design for coincidence: Incorporating real-world artifacts in location-based games*. Proceedings of ACM International Conference on Digital Interactive Media in Entertainment and Arts, Athens.

Rieser, M., & Zapp, A. (Eds.) (2002). *New Screen Media. Cinema/Art/Narrative*. London: BFI Publishing.

Rifkin, J. (2000). The Age of access. London-New York: Penguin Putnam. (Rifkin, J., *L'era dell'accesso. La rivoluzione della new economy.* Milano: Mondadori, 2001).

Salen, K., & Zimmerman, E. (2004). *Rules of play.* Cambridge (MA): The MIT Press.

Taylor, T.L. (2009). *Play between worlds: Exploring online game culture*. Cambridge (MA): The MIT Press.

Thompson, J.B. (1995). *The Media and modernity. A social theory of the media*. London: Polity Press. (Thompson, J.B., *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*. Bologna: Il Mulino, 1998).

von Borries, F., Walz, S.P., & Böttger, M. (Eds.) (2007). *Space time play. Computer games, architecture and urbanism: The next level*. Berlin: Birkhäuser.