

# *Social reading* e nuova mediazione: indagine qualitativa sul rapporto tra lettura giovanile, reti sociali e biblioteche

di Simona Paolantoni

## Dentro e fuori la rete

Il modo migliore per avvicinarsi al tema della lettura in ambiente digitale è quello di dimenticare le categorie – spesso presenti nell’immaginario comune – di ‘dentro’ e ‘fuori’ la rete. Questi concetti appartengono infatti a una fase ormai superata delle tecnologie digitali, quella in cui per accedere alla rete era indispensabile un computer e una connessione internet (particolare per nulla scontato), e navigare era considerata un’attività appagante ma superflua, di cui si poteva fare a meno. L’avvento del web 2.0, che si è concretizzato nell’uso di nuovi dispositivi mobili e *smart*, ha sicuramente cambiato le carte in tavola, sconvolgendo abitudini radicate da secoli e cambiando le modalità in cui i mezzi di comunicazione influenzano la società<sup>1</sup>. Oggi, dunque, non può esistere un confine netto tra l’online e l’offline; sono mondi ormai comunicanti, in cui la crossmedialità – ovvero la possibilità di usare diversi strumenti comunicativi per trasmettere lo stesso contenuto – gioca un ruolo di primissimo piano: «Il *wireless* è nell’aria che respiriamo e attraverso i social network anche gli aspetti più intimi della nostra quotidianità si sono trasferiti sulla rete»<sup>2</sup>.

Nel rinnovato orizzonte multimediale la cultura è percepita dall’utente come un servizio, e non più come qualcosa da possedere e tramandare di generazione in generazione, attraverso le enciclopedie di famiglia, i libri e le collezioni accumulate per decenni sugli scaffali. L’era digitale l’ha trasformata in un insieme di pratiche rese pos-

SIMONA PAOLANTONI, Roma, e-mail [simona.paolantoni@gmail.com](mailto:simona.paolantoni@gmail.com).

Ultima consultazione dei siti web: 18 marzo 2021.

<sup>1</sup> Per l’approfondimento di questi concetti si vedano: Giovanni Solimine; Giorgio Zanchini, *La cultura orizzontale*. Bari-Roma: Laterza, 2020; Gino Roncaglia, *L’età della frammentazione: cultura del libro e scuola digitale*. Bari-Roma: Laterza, 2018; Roberto Casati, *Contro il colonialismo digitale: istruzioni per continuare a leggere*. Bari-Roma: Laterza, 2013; Alessandro Baricco, *The game*. Torino: Einaudi, 2018; Anna Galluzzi, *La ‘cultura orizzontale’: prove generali ai tempi della pandemia*, «AIB studi», 60 (2020), n. 1, p. 111-130, DOI: 10.2426/aibstudi-12048; Luca Ferrieri, *Cambio di paradigma e altri paradigmi*, «Biblioteche oggi trends», 6 (2020), n. 2, p. 14-27, DOI: 10.3302/2421-3810-202002-014-1; José Antonio Cordón García, *La lectura digital: intelección, apropiación y contextos*, «Biblioteche oggi trends», 6 (2020), n. 2, p. 28-40, DOI: 10.3302/2421-3810-202002-028-1.

<sup>2</sup> G. Solimine; G. Zanchini, *La cultura orizzontale* cit., p. 6.



sibili proprio dalla condivisione; sul web si fa cultura grazie all'interazione e alla creazione di *community*, e l'apprendimento avviene mediante una lettura non lineare, costituita da infiniti ipertesti, in cui l'immagine riveste una funzione essenziale. In questa nuova dimensione, contraddistinta da un serbatoio inesauribile di conoscenza, non hanno più valore etichette di cultura alta o bassa: tutto contribuisce ad arricchire i contenuti culturali, dalle serie tv di culto alle graphic novel, fino al mondo dei videogiochi. Questo ha portato con sé la graduale erosione del punto di vista privilegiato, di quel 'sapere organizzato' così rappresentativo dell'élite colta, delle strutture scientifiche e degli ambiti accademici<sup>3</sup>. I social network e i moderni portali di informazione permettono a tutti gli spettatori di essere a loro volta produttori di contenuti, in un processo di trasmissione della cultura che da verticale si fa sempre più 'orizzontale'<sup>4</sup>. Il cambio di paradigma al quale stiamo assistendo non solo ha modificato i supporti e gli ambienti sui quali vive la parola scritta, ma ha rivoluzionato il concetto stesso di lettura e scrittura e cambiato il modo in cui ognuno di noi entra in contatto con il mondo circostante. La rivoluzione digitale ha portato il testo a esistere 'intorno' a noi, rendendo la rete un universo inclusivo – una sorta di bolla – in cui gravitano lettori, produttori di contenuti, mediatori, utenti casuali, senza alcuna gerarchia o confine tra un ruolo e l'altro. Chiunque può essere qualsiasi cosa, portando il processo di democratizzazione della cultura alla sua massima espressione.

### Condivisione tra i margini e nuova mediazione

Quando parliamo di *social reading*, sappiamo davvero a cosa ci riferiamo<sup>5</sup>? Riusciamo a cogliere tutte le dinamiche sociali e culturali di questo universo in parte inesplorato? Possiamo innanzitutto affermare che si tratta di un vero e proprio spazio che rende possibile la condivisione delle pratiche di lettura, grazie all'uso di sempre più moderne tecnologie. A caratterizzare il *social reading* è una condivisione *frictionless*, ovvero senza attrito: è una lettura che dal privato si trasferisce al pubblico, in un click, senza alcuno sforzo, raggiungendo così un numero illimitato di lettori.

Secondo lo studioso spagnolo José Antonio Córdón García<sup>6</sup>, questa pratica consente ai lettori affini di scoprire una nuova dimensione della lettura, che grazie a

**3** Su questo tema si rinvia a: Pier Luigi Sacco, *Piattaforme digitali aperte, luoghi della connessione: le biblioteche e la sfida dell'inclusione*, «AIB studi», 60 (2020), n. 3, p. 517-519, DOI: 10.2426/aibstudi-13007.

**4** Secondo i dati del rapporto *We are social* del 2020, in Italia sono quasi 50 milioni le persone online e 35 milioni quelle attive sui canali social, e il tempo trascorso sul web è in continuo aumento: spendiamo in media 6 ore al giorno connessi a Internet, e 1 ora e 57 minuti sui social. I veri protagonisti di questo scenario sono gli smartphone, usati dal 98% degli utenti per accedere ai contenuti social; le piattaforme più utilizzate, in ordine, sono Youtube, WhatsApp, Facebook, Instagram e Messenger, e quella che registra la crescita maggiore rispetto allo scorso anno è Instagram, che passa dal 55% al 64%. Il report completo è consultabile e scaricabile su: <<https://wearesocial.com/it/digital-2020-italia>>, mentre per i dati globali aggiornati al 2021 si veda: <<https://wearesocial.com/it/blog/2021/01/digital-2021-i-dati-globali>>.

**5** Con lo scopo di fornire un orientamento tra le diverse tipologie di *social reading*, Bob Stein, condirettore dell'Institute for the Future of the Book, ci fornisce una tassonomia del fenomeno (Bob Stein, *A taxonomy of social reading: a proposal*, 2010, <<http://futureofthebook.org/social-reading/>>). Per un'ampia riflessione su questo tema si rimanda a: *Le reti della lettura: tracce, modelli, pratiche del social reading*, a cura di Chiara Faggiolani e Maurizio Vivarelli. Milano: Editrice bibliografica, 2016.

**6** José Antonio Córdón-García [et al.], *Social reading: platforms, applications, clouds and tags*, Oxford: Chandos Publishing, 2013.

piattaforme e programmi dedicati può essere proiettata oltre i circoli, più limitati, dei tradizionali gruppi di lettura.

Le piattaforme di *social reading* possono essere considerate «un gruppo di lettura allargato»<sup>7</sup>, attraverso il quale è possibile analizzare una mole considerevole di dati – i cosiddetti *user-generated content* (UGC) – costituiti dalle conversazioni degli utenti. Tante delle attività che svolgiamo sul web sono da ricondurre al *social reading*, ma possiamo distinguere tra le piattaforme che consentono una discussione ‘esterna’ al libro (i *social book network*) e quelle che invece permettono una condivisione ‘interna’ al testo, nei suoi stessi margini. Questi ultimi portali rappresentano delle *community* variegata di autori e lettori, categorie dai confini sempre più sfumati<sup>8</sup>; il più esemplificativo di questa tipologia è Wattpad, fondato nel 2006 da Allen Lau e Ivan Yuen, che nel corso degli anni ha saputo conquistarsi un successo senza precedenti nel suo ambito.

La home page del sito ufficiale, decisamente *user friendly*, si apre con un saluto di benvenuto e le parole: «La piattaforma social di narrativa più amata al mondo. Wattpad unisce una comunità globale di 90 milioni di lettori e scrittori attraverso la forza delle storie»<sup>9</sup>. Secondo i dati messi a disposizione dal portale, gli utenti (il 90% dei quali nati a partire dal 1981) trascorrono su Wattpad in media 52 minuti al giorno e 23 miliardi di minuti al mese, e le storie, pubblicate gratuitamente e in modalità partecipativa, superano i 400 milioni<sup>10</sup>. Il fenomeno della serializzazione, che si sta imponendo sempre più sulle piattaforme di lettura, è probabilmente dettato dalla maggiore rilevanza rivestita dalla versione *mobile* rispetto al sito web (il 90% delle attività si svolgono sull’app): la piattaforma è disponibile sui dispositivi Android, iOS e Microsoft, attraverso i quali permette un’agevole esperienza di lettura e in molti casi persino di scrittura. Wattpad sembra infatti aver dato il via a un fenomeno nuovo e interessante come l’elaborazione di un testo creativo utilizzando come unico strumento il telefono: sono tanti i giovani che, abbandonando definitivamente programmi specifici come Word o Pages, hanno cominciato a scrivere e condividere le proprie storie direttamente sul portale. Nel nuovo contesto informativo, a emergere al di sopra di tutto – spogliata delle sue componenti materiali e liberata dal canone tradizionale – è dunque la lettura nella sua forma più libera, rappresentata da un testo spesso manipolato, evidenziato e corredato di commenti al margine. Una lettura che tende a confondersi con la scrittura, e che fa della socialità il suo punto di forza. Nelle piattaforme collaborative sembra scomparire ogni distanza tra autori e lettori, in una dimensione che vede il confronto e la partecipazione di più persone sul testo.

Il rapporto paritario che contraddistingue l’interazione sulla piattaforma di *social reading* si viene a instaurare anche in altri luoghi virtuali, da YouTube a Instagram, fino a coinvolgere i cosiddetti *book influencer*, nuove figure di riferimento che guidano i giovani lettori nella selezione dei contenuti, svolgendo quella che si può definire una ‘nuova mediazione’. Come ci fa notare Giovanna Burzio nella sua guida ai migliori pro-

7 Chiara Faggiolani, *La dimensione comunitaria e social(e) della lettura*. In: *Atlante Treccani*, 9 agosto 2020, <[https://www.treccani.it/magazine/atlanter/cultura/dimensione\\_comunitaria\\_social\\_lettura.html](https://www.treccani.it/magazine/atlanter/cultura/dimensione_comunitaria_social_lettura.html)>.

8 Per una trattazione dettagliata sulle diverse tipologie di piattaforme si veda: Viola Marchese, *Social reading e social book network: una prima mappa delle pratiche di lettura in rete*. In: *Le reti della lettura cit.*

9 Home page di Wattpad: <<https://www.wattpad.com/>>.

10 Dati disponibili su: <<https://company.wattpad.com/>>.

fili social dedicati alla lettura<sup>11</sup>, gli influencer di libri hanno gusti e interessi diversi tra loro: c'è chi si occupa solo di un sottogenere, come il fantasy o il giallo, chi associa i libri al cibo o alla moda, chi non si pone limiti e si propone di esplorare tutto ciò che attira la sua attenzione. Tuttavia, sono tutti accomunati dal fatto di essere

grandi, voraci, inesauribili, appassionati lettori. E sono preparati, a tal punto da riuscire a creare delle vere *community* in rete mettendosi in gioco in prima persona e condividendo semplicemente il proprio amore per i libri<sup>12</sup>.

Un altro tema al centro del dibattito è il rapporto, da sempre controverso, tra il *social reading* e i gruppi di lettura tradizionali. A rendere questi due universi ancora inconciliabili sono le differenze nell'approccio alla lettura, nelle modalità di interazione, nel target dei partecipanti<sup>13</sup>. Sappiamo che quella sperimentata all'interno di un *book club* è essenzialmente una lettura 'solitaria' che si trasferisce a un contesto sociale<sup>14</sup>, e lo stesso si può dire per il *social reading* e i gruppi di lettura virtuali.

In definitiva, possiamo veramente pensare che tutto ciò non cambi la percezione della biblioteca da parte degli utenti/lettori<sup>15</sup>? Nella consapevolezza che i giovani di oggi non considerano l'esperienza online come qualcosa di staccato dalla vita reale, ma come un'estensione di quest'ultima, si è ritenuto indispensabile cercare di comprendere la percezione della biblioteca dall'esterno, a partire proprio dalle piattaforme social che frequentano ogni giorno.

### Una ricerca esplorativa: indagare il web attraverso il web

È a partire da queste riflessioni che ha preso forma la domanda di ricerca che ha guidato la mia indagine<sup>16</sup> sul *social reading*, con lo scopo di mettere in relazione molteplici

**11** *Bookinfluencer: chi parla di libri e dove trovarli*, a cura di Giovanna Burzio. Torino: La Corte, 2020, versione ebook.

**12** *Ivi*, p. 18.

**13** Si veda: Chiara Di Carlo, *Social reading e gruppi di lettura*, «DigitCult», 3 (2018), n. 2, p. 55-62, DOI: 10.4399/97888255181534; Luigi Gavazzi, *I gruppi di lettura: come, dove e perché leggere insieme*. Milano: Editrice bibliografica, 2019.

**14** Luca Ferrieri, *La lettura condivisa: alcune ipotesi di lavoro*, "Primo incontro nazionale dei gruppi di lettura", Arco di Trento, 30 settembre 2006, p. 5, <<https://gruppodilettera.files.wordpress.com/2006/10/la-lettura-condivisa-relazione-per-arco.pdf>>.

**15** Ricordiamo che i più assidui frequentatori della biblioteca, secondo i dati Istat, sono proprio i bambini e i giovani: 38,5% tra 6 e 14 anni, 35,3% tra 15 e 19 anni, 36,1% tra 20 e 24 anni (*Produzione e lettura di libri in Italia: Anno 2018*, a cura dell'Istituto nazionale di statistica, 2019, <<https://www.istat.it/it/archivio/236320>>). Istat ci comunica, inoltre, che i lettori superano il numero dei non lettori solo tra i più giovani: nel 2018 a leggere è il 54,5% dei ragazzi tra 15 e 17 anni, mentre nel 2016 era il 47,1%. Tuttavia, i dati AIE rilevano che solo l'1% dei giovani tra 15 e 17 anni e il 13% della fascia 18-24 dedica un'ora continuativa alla lettura, che «si fa sempre più frammentaria e interstiziale» (*Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2019: il consolidato 2018 con uno sguardo al 2019*, sintesi a cura dell'Ufficio studi AIE, 2019, <[https://www.aie.it/Portals/\\_default/Skede/Allegati/Skeda105-4499-2019.10.16/Rapporto%202019\\_La%20Sintesi.pdf?IDUNI=h5uqveohkvq4socdcz3wb2iq6208](https://www.aie.it/Portals/_default/Skede/Allegati/Skeda105-4499-2019.10.16/Rapporto%202019_La%20Sintesi.pdf?IDUNI=h5uqveohkvq4socdcz3wb2iq6208)>).

**16** L'indagine è stata sviluppata nell'ambito della mia tesi di Laurea magistrale in biblioteconomia: Simona Paolantoni, *Social reading e partecipazione culturale: come la generazione delle reti percepisce la biblioteca* [tesi di laurea]. Roma: Sapienza Università di Roma, 2020.

tematiche, quali le abitudini e i comportamenti di lettura della cosiddetta ‘generazione delle reti’<sup>17</sup>, la diffusione del *social reading* e il ruolo che la biblioteca può rivestire all’interno del nuovo ecosistema informativo, al fine di comprendere come essa potrà rispondere ai bisogni conoscitivi dei più giovani. Fin dalle prime fasi dell’indagine è parsa evidente l’impossibilità di fornire un quadro omogeneo sulle abitudini di lettura tra le nuove generazioni: nel contesto odierno tracciare una linea di confine tra lettori e non lettori, lettori forti e lettori deboli risulta controproducente, perché nell’ambiente fluido in cui ‘abitano’ i millennial e i *teenager* di oggi assistiamo a inedite modalità di lettura, dalla condivisione ‘tra i margini’ del testo alla lettura dallo smartphone. Partendo dunque da questi presupposti, le domande principali alle quali si voleva dare risposta sono:

- qual è il profilo del lettore in ambiente digitale? Cosa legge, e in che modo? L’utilizzo delle piattaforme ha modificato le sue abitudini di lettura?
- che percezione hanno questi giovani lettori della biblioteca? La frequentano? Per svolgere quali attività?
- il *social reading* può contribuire alla promozione della lettura? In che misura e in quali modalità?
- che ruolo avranno le biblioteche del futuro? Cambierà la relazione con i propri utenti?

La ricerca ha previsto una duplice prospettiva: in un primo momento si è provato a osservare, come farebbe un etnografo<sup>18</sup>, i comportamenti dei giovani sui social network, per ottenere una precisa rappresentazione dell’oggetto di indagine, e nella fase successiva si è proceduto a una vera immersione attraverso la metodologia qualitativa. I soggetti da intervistare sono stati rintracciati direttamente sulla piattaforma dove praticano la lettura condivisa (Wattpad) e sul social network che più di tutti li mantiene in contatto con il mondo (Instagram)<sup>19</sup>: rivolgersi agli utenti su Wattpad e fare le videochiamate attraverso Skype o Whatsapp si è rivelato il procedimento più idoneo per indagare gli aspetti intrinseci della comunicazione sui social e sulle piattaforme di lettura, e per entrare in contatto con persone sparse per tutta Italia. Fin da subito infatti è emersa la necessità di utilizzare un approccio diverso da quello tradizionale, nella volontà di ‘indagare il web con il web’, ovvero attraverso gli strumenti messi a disposizione dai canali social<sup>20</sup>. Per mettere a punto l’indagine ci

**17** Quella che Istat ha definito la ‘generazione delle reti’ è la generazione nata e cresciuta nel mondo digitale, sempre connessa, che vede il web come strumento essenziale per lo svolgimento di qualsiasi attività. Si veda: Giorgio Alleva; Giovanni A. Barbieri, *Generazioni: le italiane e gli italiani di oggi attraverso le statistiche*. Roma: Donzelli, 2016. Per quanto concerne il concetto dibattuto di ‘nativo digitale’, introdotto da Prensky (Marc Prensky, *Digital natives, digital immigrants*, «On the horizon», 9 (2001), n. 5, p. 1-6, DOI: 10.1108/10748120110424816) si sono espressi diversi studiosi, tra cui Casati e Roncaglia (R. Casati, *Contro il colonialismo digitale: istruzioni per continuare a leggere* cit.; G. Roncaglia, *L’età della frammentazione: cultura del libro e scuola digitale* cit.).

**18** Osservare i fenomeni attraverso il filtro dell’etnografia e, nello specifico, della netnografia si è rivelato indispensabile per lo sviluppo della presente indagine. Si rimanda a: Alice Avallone, *People watching in rete: ricercare, osservare, descrivere con l’etnografia digitale*. Firenze: Cesati, 2018.

**19** Le prime fasi della ricerca sono state svolte durante il lockdown – 9 marzo/3 maggio 2020 – e ciò ha in qualche modo agevolato il lavoro perché in questo periodo ci siamo abituati a uno stile, a un linguaggio e a un ambiente di discussione prima del tutto inusuale.

**20** Per ulteriori spunti di riflessione riguardanti il tema della ricerca «‘sul’ e ‘nel’ web sociale» si veda: Giovanni Boccia Artieri, *Gli effetti sociali del web: forme della comunicazione e metodologie della ricer-*

si è avvalsi di un campionamento 'ragionato', scegliendo i profili più adatti per analizzare il fenomeno preso in esame: sono stati selezionati gli utenti tra i 14 e i 24 anni che utilizzano Wattpad per leggere o scrivere, e nella fase finale si è scelto di coinvolgere alcuni *book influencer*, vista l'importanza che queste figure rivestono per le nuove generazioni.

Nel corso della raccolta dei dati sono state registrate e successivamente trascritte letteralmente dodici interviste, indirizzate a dieci utenti di Wattpad – sei femmine e quattro maschi – provenienti da diverse aree geografiche, e a due *booktuber* (nome con cui viene identificato chi crea contenuti su Youtube). Poiché si tratta di una ricerca esplorativa, che mira innanzitutto a fornire le basi per tracciare una strada di lavoro per il futuro, si è scelto un campione esiguo di intervistati per concentrare l'attenzione sulla comprensione profonda dei fenomeni studiati. La scelta dei dieci utenti è caduta sui profili ritenuti più attivi sul portale di *social reading*, mentre per quella degli influencer sono stati accolti i suggerimenti degli stessi ragazzi. Inoltre, ha contribuito a completare il quadro un confronto sui social con Francesca Crescentini (in arte Tegamini), influente *book blogger* che nel 2018 e 2019 è stata premiata per il 'miglior sito letterario'<sup>21</sup> dai Macchianera internet awards, e con Marco Cioni, uno dei fondatori del club del libro digitale La setta dei libri, che hanno dato il loro contributo rispondendo ad alcuni quesiti sui temi emersi.

Le prime interviste hanno previsto un nucleo iniziale dedicato al rapporto dei giovani con la lettura e all'utilizzo della piattaforma Wattpad. Pertanto è stato chiesto agli intervistati di dare risposte riguardo al genere letterario preferito, al supporto utilizzato e alla quantità di libri letti in un anno; inoltre si è indagato il motivo per il quale si sono iscritti al portale e il cambiamento nelle abitudini di lettura. Infine, è stato chiesto loro se seguissero altre piattaforme o *blog* letterari, e se le recensioni lette online influenzassero i loro acquisti. Il secondo nucleo tematico ha affrontato invece il ruolo che la biblioteca riveste nella loro vita: la domanda introduttiva «Cos'è per te la biblioteca?» cercava di comprendere la percezione che i ragazzi hanno di questa istituzione, e cosa rappresenta per loro. I quesiti successivi si ponevano come obiettivo quello di capire i motivi per cui l'intervistato prende o no in considerazione la biblioteca come luogo di studio, di lettura o altro. Dopo aver affrontato il tema dei gruppi di lettura – per comprendere se questi si possono annoverare tra le pratiche culturali dei più giovani, e quale modalità si avvicina di più alle loro esigenze – l'attenzione è stata posta sui prestiti e download di libri durante il periodo di lockdown. La parte conclusiva ha riguardato, infine, la biblioteca del futuro: come se la immaginano e cosa si augurano per gli anni a venire. In seguito alle prime interviste – che hanno coinvolto lettrici provenienti da Toscana, Veneto, Lazio e Puglia – si è sentita la necessità di modificare e ampliare la traccia iniziale, scartando ad esempio la domanda sulla quantità di libri letti e inserendone una relativa al perché amano leggere, nella convinzione che a essere rilevante nella lettura ai tempi dei social non siano più i numeri ma le motivazioni. Prendere in considerazione solo il numero di libri, infat-

*ca online*. Milano: Angeli, 2015. Secondo il sociologo l'emergere del web 2.0 «ha messo a fuoco una natura sociale della Rete ed ha evidenziato come questa sia un luogo della società e come tale vada pensata». Da segnalare anche il contributo di Richard Rogers, che vuole rovesciare l'approccio allo studio dei media, fornendo nuovi orientamenti di ricerca a partire dal *medium* stesso (Richard Rogers, *Metodi digitali: fare ricerca sociale con il web*. Bologna: Il mulino, 2016).

21 <<http://www.tegamini.it/>>.

ti, significa ingabbiare una lettura che ormai è del tutto fluida e include al suo interno attività di diverso tipo (basti pensare alla lettura sperimentata su Instagram, Twitter e i numerosi *blog* sparsi per il web). Sarebbe dunque più utile analizzare il tempo che si trascorre leggendo, le sensazioni provate e i benefici che ne derivano.

Per quanto riguarda l'area della biblioteca, si è scelto di riflettere sulla funzione del bibliotecario, per indagare l'immaginario dei ragazzi e capire come questo ruolo può rispondere ai loro bisogni conoscitivi. Spesso, infatti, la figura del bibliotecario è vittima di uno stereotipo che tende a rappresentarlo come una persona grigia e cupa, circondata da un'aura di mistero, e che incute nei lettori un timore reverenziale: «Fedele al suo ruolo, il nostro bibliotecario sembra uscito da un'abbazia medievale: gilet, pantaloni e giacca di velluto, sempre nei rassicuranti toni del maron, sono il suo saio d'ordinanza»<sup>22</sup>.

Una delle ultime domande, «Cosa dovrebbe fare secondo te la biblioteca per essere più social?», ha voluto invece lasciare la parola ai giovani, che più di tutti conoscono il funzionamento dei social network, per comprendere come questa istituzione culturale potrebbe essere più attraente ai loro occhi. La nuova traccia è stata sottoposta quindi a sei ragazzi (quattro maschi e due femmine) provenienti da Campania, Lombardia, Piemonte, Friuli e Sicilia.

I due *book influencer* che sono stati coinvolti nell'indagine sono Mmarti Nao (alias Martina Petrucci), ragazza di 26 anni che consiglia libri, fumetti e serie tv sul suo canale Youtube, e Mirko Smith, un altro *youtuber* ventiseienne appassionato di romanzi fantasy che guida i suoi follower alla scoperta di questo genere. Grazie al loro aiuto è stato possibile riflettere sui temi emersi dalle interviste precedenti, come l'approccio alla lettura, la propensione a frequentare gruppi di lettura virtuali rispetto a quelli tradizionali, il *social reading* come valido strumento per incentivare la lettura e il nuovo ruolo di mediazione rappresentato dall'influencer. Lo scopo principale che ci si è prefissati in quest'ultima fase della ricerca è stato dunque rispondere alle seguenti domande:

- perché i *book influencer* sono così seguiti?
- che tipo di mediazione offrono?
- cosa li rende più efficaci nella promozione della lettura rispetto ad esempio alle biblioteche/librerie?

### **I risultati: il web come luogo di interazione e partecipazione culturale**

Quelli che mi lasciano proprio senza fiato sono i libri che quando li hai finiti di leggere e tutto quel che segue vorresti che l'autore fosse tuo amico per la pelle e poterlo chiamare al telefono tutte le volte che ti gira<sup>23</sup>.

Il quadro tratteggiato dalle interviste ci restituisce un'immagine eterogenea delle nuove generazioni, che fatica a essere incasellata in una descrizione uniforme.

L'indagine ha evidenziato che l'universo in cui si muovono i millennial e i *teenager* di oggi è più che mai vasto e imprevedibile, e le segmentazioni socio-demografiche non sembrano più sufficienti a rappresentarlo, mentre una segmentazione psicografica (che unisce alle variabili socio-demo i tratti della personalità, gli stili di

<sup>22</sup> Valentina Petri, *Portami il diario: la mia scuola e altri disastri*. Milano: Rizzoli, 2020.

<sup>23</sup> J. D. Salinger, *Il giovane Holden*, traduzione di Adriana Motti. Torino: Einaudi, 1961.

vita, i valori e i comportamenti) potrebbe aiutarci ad arrivare a una comprensione più profonda del loro mondo<sup>24</sup>. I ragazzi vengono spesso raffigurati come svogliati, disinteressati a ogni forma di cultura e con lo sguardo rivolto perennemente ai loro smartphone. Eppure dalle interviste realizzate affiora un dato che contraddice questa visione: gli stessi giovani che faticano a staccare gli occhi dai loro dispositivi elettronici nella maggior parte dei casi sfruttano l'ambiente digitale per creare iniziative culturali, esprimere la propria creatività, costruire vaste *community* dove poter condividere le proprie passioni e sentirsi a 'casa', accettati per quello che sono. Le molteplici iniziative messe in atto sul web, anziché isolarli dal mondo, li mettono in contatto con una comunità dai confini illimitati. In questo contesto che si trasforma a una velocità incredibile, di pari passo con le innovazioni tecnologiche, le piattaforme di lettura e scrittura diventano un punto di ritrovo, un luogo di socializzazione in cui appare più semplice instaurare legami con persone affini.

Una delle domande che ci si è posti all'inizio del percorso di indagine è stata: cosa spinge i ragazzi a iscriversi a Wattpad? Non si può negare che gran parte degli utenti usa Wattpad per far conoscere i propri 'romanzi nel cassetto', complici anche i libri di successo nati sulla piattaforma e che per molti rappresentano un modello da seguire (ne sono un esempio *After* di Anna Todd e, nel nostro paese, *My Dilemma is you* di Cristina Chiperi), ma non mancano all'appello coloro che hanno iniziato a utilizzare il portale esclusivamente per la lettura, e solo in seguito hanno deciso di mettersi in gioco e cimentarsi con la creazione di contenuti. Uno degli intervistati definisce Wattpad una «editoria pubblica, come se fosse una grande biblioteca, dove tutti possono leggere gratuitamente varie storie»<sup>25</sup>. Dai temi affrontati con i ragazzi risulta che l'esperienza sulla piattaforma ha cambiato le loro abitudini di lettura, permettendo loro di scoprire generi letterari a cui prima non si sarebbero avvicinati e in particolare di iniziare a leggere in digitale. Wattpad è riuscito a conquistare anche coloro che prima di iscriversi erano poco inclini alla lettura, riuscendo così a invogliarli a leggere di più. A questo proposito è emerso un aspetto particolarmente significativo: i più giovani sembrano preferire la lettura sul portale perché l'offerta si differenzia da quella «classica»; la classicità evocata sembra ricollegarsi ai libri letti a scuola, molto spesso imposti dagli insegnanti, mentre le storie presenti su Wattpad si discostano dal canone tradizionale<sup>26</sup> proprio per il fatto di essere scritte 'dai ragazzi per i ragazzi'<sup>27</sup>. Gli autori, che sono spesso anche lettori, scrivono quello che vorrebbero leggere, creando uno spazio 'fuori dal canone' in cui si sentono liberi di esprimere la propria creatività in generi come le fan fiction e il fantasy.

Come è stato detto in precedenza, a determinare una modalità di lettura inedita sulla piattaforma è proprio la possibilità di inserire commenti a margine del testo, per

**24** È utile citare, a questo proposito, il contributo di Beatrice Eleuteri sul rapporto tra gli adolescenti e la lettura: Beatrice Eleuteri, *L'adolescente e il libro: una proposta di indagine motivazionale di tipo qualitativo*, «Biblioteche oggi», 37 (2019), p. 8-16, DOI: 10.3302/0392-8586-201905-008-1.

**25** Le citazioni che verranno riportate d'ora in avanti sono tratte dalle trascrizioni delle interviste effettuate.

**26** Per un approfondimento sul concetto di canone, cfr. *Canone e canonici: opinioni a confronto*, a cura di Gino Roncaglia e Giovanni Solimine, «Biblioteche oggi trends», 1 (2015), n. 2, p. 6-22, DOI: 10.3302/2421-3810-201502-006-1.

**27** Questo tema si ricollega nuovamente all'indagine condotta da Eleuteri, che mirava a rendere i ragazzi veicolo di promozione della lettura proprio attraverso l'adozione del dibattito retorico come metodo di ricerca qualitativa.



iniziare una conversazione con gli altri utenti che stanno leggendo la nostra stessa storia, o per far sapere all'autore cosa pensiamo di ogni capitolo o paragrafo nel momento stesso della lettura, senza dover aspettare la conclusione. In questo modo i commenti e i giudizi sono spesso spontanei e ricchi di impressioni a caldo, non ancora filtrati dalla rielaborazione della trama nel suo complesso. È una funzionalità che, più che ad avviare una critica letteraria sul testo, mira a creare un'interazione tra gli utenti: d'altronde è questa la massima espressione del *social reading* secondo la tassonomia di Stein.

Ma come si approciano i lettori a questo tipo di lettura aumentata<sup>28</sup>? Sono davvero portati a leggere e commentare allo stesso tempo, generando un tipo di testualità che possiamo definire – prendendo in prestito il neologismo di De Kerckhove – «scrittura»<sup>29</sup>? La quasi totalità dei ragazzi ha espresso un'opinione favorevole sull'uso dei commenti al margine: lo scambio che si viene a creare tra gli utenti è senz'altro uno dei punti di forza di Wattpad, poiché consente agli iscritti di confrontarsi tra loro e di instaurare dei veri e propri legami

Il nucleo tematico successivo è stato introdotto dalla domanda “Cos'è per te la biblioteca?”<sup>30</sup>; quasi tutte le risposte, dalle più poetiche alle meno articolate, hanno tratteggiato un'immagine romantica, quella di un luogo dove potersi sentire ‘a casa’, al sicuro e protetti dal mondo esterno. Tuttavia, questa percezione – condivisa dalla maggior parte degli intervistati – non è quasi mai accompagnata da un'assidua frequentazione della biblioteca. Le motivazioni sono varie: alcuni di loro affermano che non ci sono biblioteche nel paese in cui vivono, altri non sono soddisfatti dal servizio offerto, altri ancora ammettono di prediligere la libreria. A sorprenderci è il fatto che ad avere un'idea ben precisa su questo luogo sono proprio coloro che non la frequentano abitualmente. Questo è riconducibile in alcuni casi all'immaginario della ‘biblioteca fantastica’, filtrato dalla letteratura e dal cinema, a partire dalla saga di Harry Potter<sup>31</sup>. Riguardo al ruolo del bibliotecario – su cui si è riflettuto a partire

**28** Le attività di *augmented reading* permettono l'integrazione tra contenuti analogici e digitali, per approfondire le opere e gli argomenti trattati, e implicano la produzione, ricerca e integrazione di contenuti da parte degli stessi utenti. Una delle iniziative sperimentate in questo ambito è The living book, progetto diretto agli studenti tra i 9 e i 15 anni, nato in collaborazione con il Forum del libro e con il supporto del programma dell'Unione Europea Erasmus+ (<<https://thelivingbook.eu/it/#g-feature>>).

**29** Derrick De Kerckhove, *Biblioteche e nuovi linguaggi: come cambia la lettura*. In: *Le teche della lettura: leggere in biblioteca al tempo della rete*, a cura di Claudio Gamba e Maria Laura Trapletti. Milano: Editrice bibliografica, 2006.

**30** È da segnalare l'indagine condotta dall'AIE all'interno dell'“Osservatorio della lettura e dei consumi culturali” (*Se ti dico biblioteca, cosa pensi? Un'indagine su come gli italiani percepiscono la biblioteca*) realizzata da Pepe Research su un campione rappresentativo di 4000 persone (per area geografica, età, genere, reddito e titolo di studio) di età compresa tra i 14 e i 75 anni. I risultati sono consultabili e scaricabili all'indirizzo <[https://media.giornaledellalibreria.it/presentazione/allegati/Se%20ti%20dico%20biblioteca%20cosa%20pensi\\_osservatorio%202018.pdf](https://media.giornaledellalibreria.it/presentazione/allegati/Se%20ti%20dico%20biblioteca%20cosa%20pensi_osservatorio%202018.pdf)>.

**31** Quello della ‘biblioteca fantastica’ è uno dei modelli individuati da Egizia Cecchi nella sua indagine sulla costruzione dell'immaginario. Si veda: Egizia Cecchi; Chiara Faggiolani; Roberta Montepeloso, *Dalla evidence-based librarianship alla narrative-based librarianship: percorsi di ricerca emergenti in Italia*, «Biblioteche oggi trends», 4 (2018), n. 1, p. 65-80, DOI: 10.3302/2421-3810-201801-065-1; Egizia Cecchi, *Radicalismo e impatto di una biblioteca di comunità*. In: Chiara Faggiolani, *Conoscere gli utenti per comunicare la biblioteca: il potere delle parole per misurare l'impatto*, con contributi di Maddalena Battaglia [et al.]. Milano: Editrice bibliografica, 2019.

dalla quinta intervista – è stata evidenziata da parte di alcuni giovani la necessità di rapportarsi con una figura «amichevole» e «giovane *inside*», più aperta e socievole rispetto a quella tradizionale, che sappia instaurare un dialogo costruttivo con gli utenti. Ciò che emerge dalle parole degli intervistati è che spesso la biblioteca non resta che un ricordo felice della propria infanzia, un'immagine mitica che fanno fatica a tradurre nel mondo reale<sup>32</sup>. Una delle sfide che le biblioteche si troveranno ad affrontare nella contemporaneità sembra essere, pertanto, quella di coinvolgere la fascia d'età che più di tutte rischia di dimenticare il valore di questa istituzione, i *teenager* e i ventenni, attratti dal linguaggio immediato e accattivante dei social network.

Prendendo in considerazione la diffusione dei gruppi di lettura tra i giovanissimi e il loro rapporto con il *social reading* in senso stretto, possiamo rilevare che quest'ultimo è senza dubbio l'ambiente di lettura condivisa in cui le nuove generazioni si muovono con più dimestichezza, mentre il gruppo di lettura tradizionale rappresenta per molti una realtà sconosciuta ed estranea al loro mondo. Dall'analisi delle risposte fornite è parso evidente che l'espressione «gruppo di lettura» genera ancora un po' di confusione tra i ragazzi: alcuni lo confondono con la presentazione di libri, altri con gli scambi di lettura e le collaborazioni su Wattpad, a dimostrazione del fatto che di questa attività, fuori dai circoli culturali, si parla poco.

Inoltre, se è vero che la modalità online appare come la più attraente ai loro occhi («ti dà molta più libertà perché comunque recuperi i messaggi e scrivi quando vuoi, quando riesci»), è altrettanto vero che alcuni intervistati si sono dichiarati disposti a sperimentare anche gli incontri 'faccia a faccia', se ne avessero l'opportunità.

Si può affermare, dunque, che una maggiore diffusione dei *book club* online potrebbe contribuire alla promozione delle attività delle biblioteche, facendole conoscere al di fuori della cerchia degli utenti più assidui, e permettendo ai ragazzi di mettersi in gioco nella modalità che più si adatta al loro modo di essere. Per quanto concerne i suggerimenti per rendere la biblioteca 'più social', è interessante notare come la maggior parte degli intervistati non si sia limitata a proporre la creazione di pagine sui principali social network: quello che oggi i giovani si aspettano dalla biblioteca è una maggiore interazione sul web, per attirarli e coinvolgerli a partire proprio dalle piattaforme che frequentano ogni giorno. Le iniziative proposte dai ragazzi spaziano dai sondaggi alle videoconferenze, fino ai *contest* e agli eventi settimanali dedicati a diversi generi letterari, con l'immane coinvolgimento degli autori attraverso incontri virtuali. Insomma, la biblioteca dovrebbe «fare delle cose più *smart*, come dire, più adatte alla tecnologia, soprattutto usare la tecnologia come un potenziale strumento di connessione e condivisione».

Le tematiche e considerazioni scaturite dalla domanda «Come immagini la biblioteca del futuro?» si intrecciano inevitabilmente al tema del Covid-19: la pandemia ha senza dubbio mutato le prospettive future dell'istituzione bibliotecaria e avviato un'ampia discussione sulla nuova identità che essa sarà chiamata ad assumere. Alcuni degli intervistati sottolineano la necessità di una svolta digitale, suggerendo ad esempio un'app dedicata ai prestiti, sia per quanto riguarda il cartaceo che per il digitale. Tuttavia, nonostante i ragazzi si mostrino interessati all'applicazione delle nuove tecnologie in biblioteca, dall'analisi dei dati risulta che la maggior parte di loro non è a conoscenza dei servizi di prestito digitale o delle piattaforme online messe a disposizione dalle biblioteche (ne è un esempio il fatto che MLOL sia stata citata solo da

**32** La stessa percezione emerge dall'indagine di Egizia Cecchi sopra citata (E. Cecchi, *Radicamento e impatto di una biblioteca di comunità* cit.).

una persona); per questo motivo, nonostante durante il lockdown sia aumentato in misura esponenziale il numero dei prestiti<sup>33</sup>, quasi tutti gli intervistati hanno affermato di aver letto prevalentemente su Wattpad, mentre alcuni di loro hanno acquistato ebook su Amazon o libri cartacei sul sito della Feltrinelli.

Dalle risposte dei giovani emerge insomma un'idea di biblioteca ancora strettamente legata alla sua funzione tradizionale: essi fanno fatica a concepire un connubio tra il mondo del web e quello delle biblioteche; queste ultime sono viste troppo spesso come uno spazio inanimato, pieno di libri e scaffali, ma privo delle componenti che dovrebbero farne il luogo di partecipazione culturale per eccellenza, ovvero le persone e il servizio<sup>34</sup>. Quella che sognano è una biblioteca più *smart*, più digitale, vicina ai giovani e aperta al cambiamento: un vero e proprio centro culturale che dia spazio anche ad altre forme d'arte, come la musica e il teatro. Riguardo al ruolo che questa istituzione potrebbe rivestire in futuro, soprattutto di fronte all'emergenza da Covid-19, emerge la convinzione che essa possa contribuire a «riparare a un'annata di distanziamento», puntando sulla sua dimensione sociale, per consentire alla comunità di riconquistare la fiducia nel prossimo.

### Un'alleanza necessaria

Come già accennato, l'aspetto più interessante emerso dalla ricerca è senza dubbio lo scenario delineato dal nuovo concetto di mediazione, che andrà necessariamente approfondito. Grazie al prezioso contributo dei *booktuber* Martina Petrucci e Mirko Smith, della *blogger* Tegamini e della Setta dei libri, è stato possibile indagare più a fondo il ruolo svolto dai *book influencer* e soprattutto il rapporto di fiducia che essi instaurano con i giovani lettori.

I due *youtuber* hanno rivelato di aver cominciato a creare contenuti sul web proprio per il bisogno di condividere con qualcuno la propria passione, e in questo modo sono entrati in contatto con una vasta *community* formata da persone con i loro stessi interessi letterari. Essenzialmente è proprio la volontà di instaurare un rapporto paritario con i propri 'seguaci' la carta vincente degli influencer. Ad attrarre maggiormente i ragazzi è l'approccio spontaneo, ironico, quasi improvvisato che mostrano nei loro video; ne è un esempio la scelta di Martina, laureata in filologia moderna, di parlare di libri in modo diverso da come le è stato insegnato nel mondo accademico:

conosco l'ambiente universitario, e voglio far di tutto per non far passare quel tipo di messaggio, ovvero che la cultura è elitaria, che i libri sono elitari, che devi leggere soltanto determinati generi altrimenti non sei nessuno.

Alla domanda «secondo te cosa rende più efficaci gli influencer rispetto alle biblioteche o librerie?», la *youtuber* risponde che, a suo parere, le figure professionali pos-

**33** I dati MLOL del 2020 ci dicono che le consultazioni e i prestiti sono aumentati del 102,56%. Si veda: Giulio Blasi, *MLOL 2020: numeri ed evoluzione della piattaforma*, «Medium», 10 gennaio 2021, <<https://giulio-biasi.medium.com/report-mlol-2020-db1b8e545f5c>>.

**34** È lo stesso immaginario tratteggiato dall'indagine AIE sopra citata e in quella realizzata nel 2019 presso l'Università La Sapienza di Roma durante la manifestazione Porte aperte (esplicativa della percezione condivisa dagli studenti è stata la risposta di una ragazza, che in un post-it ha scritto: 'Libri senza gente'. Si rimanda a: C. Faggiolani, *Conoscere gli utenti per comunicare la biblioteca: il potere delle parole per misurare l'impatto* cit.).

sono incutere un certo disagio nei giovani, che talvolta provano vergogna a chiedere consiglio, mentre avere di fronte un loro coetaneo, con gli stessi gusti, li fa sentirsi rassicurati e a proprio agio.

Secondo Marco Cioni della Setta dei libri, il successo dei *book influencer* è da ricondurre all'efficacia dei *social media*, ormai superiore a quella della televisione e degli altri mezzi di comunicazione: grazie al web si ha infatti la possibilità di interagire con persone che abbiamo imparato a conoscere e con le quali si è creato un linguaggio condiviso. Francesca Crescentini, invece, ritiene che il punto di forza degli influencer sia quello di riuscire a intercettare anche utenti che «difficilmente entrano in biblioteca di loro spontanea volontà», ma possono essere attratti da un profilo generalista come il suo, finendo per essere esposti anche a dei contenuti culturali. Alla domanda se l'atmosfera di 'casa' (che diversi intervistati hanno ricondotto alla biblioteca) si possa ricreare tra le *stories* di Instagram, la *blogger* risponde che se utilizziamo i social selezionando i contenuti che rispondono ai nostri interessi e ci rendono felici, anche in questi spazi virtuali si può trovare «un piccolo rifugio, una piccola tana».

Un altro tema affrontato con gli influencer è stato quello dei gruppi di lettura: ci viene confermato che i ragazzi preferiscono la modalità virtuale; secondo Martina, questo è dovuto soprattutto al fatto che il web «accorcia le distanze», e permette quindi di parlare con delle persone che altrimenti non si potrebbero incontrare dal vivo. A tal riguardo, Marco Cioni racconta che solo grazie al web il loro club del libro può arrivare a coprire tutto il territorio italiano (la pagina Instagram della Setta dei libri conta attualmente più di 40 mila follower) e avvicinare alla lettura tante persone che altrimenti non avrebbero mai potuto raggiungere. Dal suo punto di vista, inoltre, a rendere unica La setta dei libri è il fatto di non essere «il classico bookstagrammer», ma un collettivo di persone che partecipa attivamente alle iniziative del gruppo di lettura. Possiamo constatare come gli influencer svolgano in questo contesto virtuale lo stesso ruolo che spetta ai moderatori di un *book club* tradizionale. I vantaggi di un gruppo di lettura online sono innanzitutto il coinvolgimento che si viene a creare sui vari canali social (come ci fa notare Mirko Smith, «il gruppo di lettura fisico saranno al massimo venti persone, invece online è potenzialmente un numero che cresce di giorno in giorno»), e in secondo luogo la possibilità di esprimere la propria opinione su un passaggio del libro in qualsiasi momento, senza dover aspettare l'incontro mensile. I gruppi di lettura virtuali, inoltre, riescono ad abbattere barriere psicologiche come la timidezza, perché alcuni ragazzi, pur volendo partecipare, si sentono a disagio all'idea di un incontro dal vivo. Secondo Mirko «la *community* di persone che parlano di libri sul web è proprio un porto sicuro», un posto in cui è possibile instaurare anche relazioni durature. Questo aspetto si rivela particolarmente interessante, in quanto ci fa vedere, forse per la prima volta, i social come strumento per lo scambio di beni relazionali, quei beni costituiti dalle relazioni sociali, che contribuiscono al benessere della comunità e alla costruzione del capitale sociale; la condivisione che nasce tra le pagine virtuali di Instagram, nei video su Youtube e tra i commenti al margine di Wattpad è per i ragazzi una nuova socialità, sicuramente diversa da quella che si sperimenta nei corridoi delle scuole o nelle sale delle biblioteche, ma che deve essere senza dubbio legittimata<sup>35</sup>.

<sup>35</sup> Al riguardo è utile segnalare: Davide Bennato, *Wireless e comportamenti sociali emergenti*. In: Gino Frezza e Michele Sorice, *La TV che non c'è: scenari dell'innovazione televisiva in Europa e nel Mediterraneo*. Salerno: Edizioni 10/17, 2004. In questo contributo lo studioso coglie una «lettura di tipo emozionale» di alcune tecnologie della comunicazione, affermando che attraverso queste ultime è possibile «condividere con altri le mie esperienze e rendere quindi il luogo in cui mi trovo socialmente ed emotivamente denso».

Alla luce delle riflessioni che hanno animato questo lavoro si può auspicare che in futuro la biblioteca possa stringere un'alleanza con le nuove figure di mediazione rappresentate dai *book influencer*, avviando collaborazioni, sia in presenza che virtuali, e presentandosi come un'istituzione al passo con i tempi, al fine di essere maggiormente considerata anche da un pubblico ostico come quello dei *teenager* e ventenni di oggi, e di rendersi 'visibile' anche a non utenti e lettori deboli<sup>36</sup>.

L'immobilità non si addice alle biblioteche. Esse sono specchio della società, pertanto devono necessariamente trasformarsi e adattarsi al contesto che cambia: nella visione più recente di Luca Ferrieri l'istituzione bibliotecaria si dovrebbe collocare all'interno della grande mutazione, accogliendo tutto ciò che è «postumano», mantenendo però «un controllo, duttile e competente, dei processi e dei saperi», per imparare a conoscere e affrontare il cambiamento, e non doverlo subire. Tutto questo nella convinzione che la «professione bibliotecaria potrà esistere anche *fuori* dalle biblioteche (già oggi è così), ma non potrà esistere *senza* le biblioteche»<sup>37</sup>.

### Orizzonte futuro: i *social media* come strumento di indagine

Quando si comprende che conoscere i *social media* non è un mero esercizio per delineare le caratteristiche di un set di piattaforme, ma implica piuttosto riconoscere in cosa il mondo le ha trasformate, attraverso il loro contenuto, allora si rivela l'immensità della questione<sup>38</sup>.

La rilevanza che le nuove forme di comunicazione hanno assunto nella vita di tutti noi, e in particolar modo in quella dei giovanissimi, deve inevitabilmente spingerci a indagare più a fondo le pratiche culturali presenti sul web, e per farlo occorre una ricerca che si avvalga dei *social media* come strumento primario di indagine. La disciplina che può aiutarci ad assolvere questo compito nel migliore dei modi è la cosiddetta *netnografia*, o *etnografia digitale*, che adatta il metodo etnografico utilizzato nelle scienze umane al contesto digitale. Questo metodo di ricerca, introdotto per la prima volta nel 2009 dall'antropologo Robert Kozinets<sup>39</sup>, ha lo scopo di analizzare le interazioni tra le persone, conoscerle a partire dall'ambiente web in cui sono immerse e riuscire così a comprendere la complessità del mondo contemporaneo. Insomma, oggi non ci si limita a osservare tribù disperse in qualche parte del mondo, ma si volge lo sguardo a una popolazione nuova ed eterogenea come quella virtuale. Basta un qualsiasi device e una password di accesso sui social network più diffusi per iniziare a mimetizzarsi all'interno di gruppi e conversazioni, pubbliche

**36** Si rimanda a: Riccardo Marlin; Marco Locatelli; Silvia Zanini, *Discussione: esiste ancora una politica degli acquisti?*, «Biblioteche oggi trends», 4 (2018), n. 2, p. 18-28, DOI: 10.3302/2421-3810-201802-018-1. Nel suo contributo, Silvia Zanini afferma che la biblioteca, in quanto mediatrice culturale, è chiamata essa stessa a diventare una *influencer*, prendendo a modello le tecniche di comunicazione proprie del web e suggerendo la nuova figura del *librarian-blogger*.

**37** Luca Ferrieri, *La biblioteca che verrà: pubblica, aperta, sociale*. Milano: Editrice bibliografica, 2020.

**38** Daniel Miller [et al.], *How the world changed social media*. London: UCL Press, 2016, p. 215, DOI: 10.14324/111.9781910634493 (traduzione propria).

**39** Le edizioni più recenti della sua opera sono: Robert Kozinets, *Netnography: redefined*. London: Sage Publications, 2015; *Netnography: the essential guide to qualitative social media research*. London: Sage Publications, 2019.

o private. È proprio questo il terreno d'indagine dell'etnografia digitale, che ora non analizza più il rapporto tra l'uomo e la macchina, ma il rapporto che si instaura tra persone reali 'attraverso' la macchina<sup>40</sup>. Un'esperienza che di recente ha dato un grande contributo agli studi di netnografia è quella realizzata da un gruppo di nove antropologi della University College di Londra, che hanno vissuto per quindici mesi in nove comunità sparse per il mondo – dalla Cina rurale al Cile – al fine di comprendere il ruolo che svolgono i *social media* nella vita delle persone. Il progetto, denominato Why we post<sup>41</sup> (che ha portato alla pubblicazione del volume *How the world changed social media*, da cui è tratta la citazione in esergo) si propone di studiare l'uso quotidiano degli strumenti social e i suoi effetti, attraverso indagini e osservazioni sul campo, producendo dati testuali e visivi e mettendo a disposizione i video delle interviste realizzate. I *social media* possono raccontarci molto della vita delle persone e della loro interiorità, della cultura di un popolo, e del rapporto che instauriamo gli uni con gli altri. Per questo la netnografia rappresenta un terreno di ricerca che va necessariamente percorso per comprendere fino in fondo ogni aspetto del mondo in cui viviamo.

Articolo proposto il 8 febbraio 2021 e accettato il 28 marzo 2021.

---

## ABSTRACT

AIB studi, 61 n. 1 (gennaio/aprile 2021), p. 85-99. DOI 10.2426/aibstudi-13076  
ISSN: 2280-9112, E-ISSN: 2239-6152 - Copyright © 2021 Simona Paolantoni

---

SIMONA PAOLANTONI, Roma, e-mail [simona.paolantoni@gmail.com](mailto:simona.paolantoni@gmail.com).

### **Social reading e nuova mediazione: indagine qualitativa sul rapporto tra lettura giovanile, reti sociali e biblioteche**

Questo articolo indaga il fenomeno della lettura nella sua dimensione sociale e, attraverso una ricerca sul campo, riflette sul ruolo delle piattaforme collaborative, dei gruppi di lettura e delle nuove figure di mediazione rappresentate dai *book influencers*, per stabilire quanto l'ambiente digitale influisce sui comportamenti e le scelte dei giovani lettori e sulla percezione che essi hanno della biblioteca come luogo di sviluppo e crescita culturale. A tale scopo, delle interviste semi-strutturate sono state sottoposte agli utenti della piattaforma Wattpad e ad alcuni *book blogger* e *booktuber*.

L'indagine ha permesso di trovare un *fil rouge* tra il tema della lettura giovanile, la crossmedialità e il rapporto con la biblioteca e la rete; si tratta di un primo approccio per iniziare a delineare una strada di lavoro per il futuro, e cercare di capire cosa può fare la biblioteca per rispondere alle esigenze dei nuovi fruitori, sempre più 'connessi' e immersi in un orizzonte culturale frammentato, in cui i social network rappresentano le principali bussole per orientarsi.

La sfida maggiore per la biblioteca nella contemporaneità risulta essere quella di stringere un'alleanza con gli influencer e il mondo del web, avviando collaborazioni, sia in presenza che virtuali, e presentandosi come un'istituzione al passo con i tempi, al fine di essere maggiormente considerata anche da un pubblico ostico come quello dei *teenager* e ventenni di oggi, e di rendersi 'visibile' anche a non utenti e lettori deboli.

40 A. Avallone, *People watching in rete* cit.

41 Pagina web dedicata al progetto: <<https://www.ucl.ac.uk/why-we-post/>>.

**Social reading and new mediation: qualitative study about the relationship between youth reading, social networks and libraries**

This paper explores the phenomenon of social reading and reflects – through a field research – on the collaborative platforms' role, book clubs and the new mediation represented by book influencers, to determine the impact of the digital environment on the young readers' behaviors and choices and their perception of library as a place of development and cultural growth. For this purpose, some semi-structured interviews have been submitted to the users of the platform Wattpad and to some book bloggers and booktubers.

The study enabled to find a *fil rouge* between the topic of youth reading, cross-media experience and the relationship with the library and the web; it consists of a first approach to start delineating a way of work for the future and try to understand what the library could do to meet the needs of the new users, more and more 'connected' and immersed in a fragmented cultural horizon, where social networks represent the main compass to orient oneself.

The primary challenge for the libraries in the contemporary world seems to be making an alliance with influencers and the world of web, launching collaborations, both presential and virtual, and presenting themselves as institutions who keep up with the times, in order to be taken more into account even by a difficult audience such as that of teenagers and millennials and become more 'visible' to non-users and weak readers.