

Michele Rak

*Il lettore mediale. Testi, modi, dinamiche per
una politica della lettura*

Chi legge impara a fare
Libro delle frasi, pag.140909

1. *Un modello di lettore*

La ricerca intitolata I nuovi lettori tra libro e media. Giovani, lavoratori, anziani, marginali, disabili in Italia come consumatori di libri e altri media studia i protocolli necessari per rilevare i dati relativi al profilo di lettore che si è configurato in Italia nell'ultimo decennio (1999-2010). La ricerca fa riferimento a un modello di lettore qui chiamato lettore mediale. Si muove tra la scrittura, la cultura visuale e il multimediale e apparentemente senza una gerarchia di valori e di testi che piloti le sue scelte tra i flussi testuali della scrittura lineare, visuale e multimediale. I cangianti e articolati modi d'acquisizione delle informazioni da parte di questo lettore richiedono anche diverse strategie e politiche delle istituzioni che le producono.

2. *La lettura connessa*

Si espone qui di seguito una parte della serie di interrogativi sulla lettura che pone l'emersione di questo modello di lettore e che è progressivamente sempre più visibile nell'ultimo decennio. Questo lettore si muove: (i) nel flusso testuale dei media, (ii) utilizza i testi

di tutti i modelli di media, (iii) tende a non fare differenze qualitative o conoscitive tra i media e le loro conoscenze, (iv) tende ad orientarsi verso media e testi di facile uso ergo usa più cellulari che libri, più testi d'icona che di scrittura lineare, (v) si orienta in misura crescente verso testi di flusso (cinema, televisione, internet, spot) che verso testi fissi con importanti ma ancora non misurate modifiche delle procedure di apprendimento, di memorizzazione, di uso ed effetti sui saperi, le enciclopedie, le procedure cognitive.

3. Un nuovo modello di sviluppo

Questo lettore opera in aree che fanno ricorso al modello di sviluppo chiamato cultura mediale, seconda fase della società industriale, che affida gran parte delle sue progettazioni, lavorazioni e scambi al sistema dei media. Questo modello di sviluppo è (i) interculturale, è (ii) esteso in linea di tendenza a tutto il pianeta, è (iii) esteso a tutto l'universo delle merci, comprese le merci testuali, (iv) provoca continue interazioni tra linguaggi e testi, (v) ed una dinamica sempre più accelerata delle trasformazioni strutturali delle culture coinvolgendo pratiche, tradizioni, lingue, icone.

4. Dinamiche del mercato

Le difficoltà del mercato del libro risalgono in parte alle nuove logiche e procedure di formattazione e circolazione delle conoscenze imposte dalla diversa modellizzazione dei linguaggi audiovisivi con accentuata lavorazione tecnologica e dalla loro circolazione su un medium a polluzione come internet. E' persistente l'ipotesi che il libro sia un passaggio ineliminabile per la circolazione delle conoscenze in tutte le fasi della formazione del cittadino, un ponte di passaggio tra le fasce d'età, le generazioni e i gruppi sociali. E' tuttavia emergente una serie di ipotesi sulla necessità di affrontare i nuovi problemi che pone il diverso modo imposto dai media di affrontare i problemi dell'apprendimento, scambio e tesaurizzazione delle conoscenze.

5. *Necessariamente politico*

L'analisi dell'uso del libro, come di qualsiasi altro medium, interessa direttamente la formazione del cittadino e la configurazione e circolazione delle conoscenze (i dati della ricerca) e delle idee (le linee di orientamento delle comunità, le loro dinamiche e tendenze). Ogni discorso sul libro è, di fatto, anche un discorso politico. Riguarda la libertà di scelta, l'accesso al patrimonio culturale, la formazione dell'identità, la partecipazione al cambiamento e ai moti sulla scacchiera della cultura all'interno della quale l'individuo e il gruppo si muovono.

6. *Lo stato del libro*

Anche nelle scuole, luogo di formazione primaria dove il libro continua ad essere il più efficace veicolo delle conoscenze di base, insegnanti e studenti sono esposti in misura crescente all'apprendimento di dati attraverso altri media. Questa tendenza richiede procedure in grado di rilevare:

- i mezzi (*media*) che consentono la circolazione dei dati in Italia,
- le mutazioni formali delle conoscenze nel passaggio da un medium all'altro e ai diversi livelli dei linguaggi del discorso comune, della divulgazione e dei linguaggi settoriali,
- la valutazione dell'incremento delle conoscenze necessario a un cittadino che più o meno gradualmente penetri la dimensione della cultura planetaria senza perdere il contatto con il suo patrimonio locale e la sua identità,
- la necessità di incrementare questa circolazione regolando l'accesso ai testi che si rendono disponibili attraverso tutti i canali,
- anche attraverso la produzione di *conoscenze di facile uso*, come detta una formula della ricerca nell'Unione Europea.

7. Il ruolo del libro

Nei processi di apprendimento il libro ha un ruolo necessario, tuttavia progressivamente instabile. È visibile un suo strisciante decadimento nella scala di valori dei media, che circola nelle mentalità, nel costume e negli stili di vita delle società europee. In conseguenza il suo uso e le pratiche di lettura e di scrittura sono in sofferenza, la sua posizione è oscillante nella gerarchia dei media. Un numero notevole di cittadini non è in grado di scrivere testi e non è in grado di decifrarli dalle istruzioni per l'uso delle macchine fino ai saggi e opere della politica, delle scienze e delle arti.

8. Il libro è ancora efficace

Le istituzioni dei paesi europei devono contrastare questa instabilità e decadimento dell'uso del libro perché ad oggi il libro – con i suoi testi di scrittura e iconici – è ancora lo strumento più efficace che consente di far uscire dalla marginalità molti cittadini e di farli partecipare al cambiamento sociale e alla dinamica culturale.

9. Vantaggi

Il vantaggio del libro risiede nel suo basso costo, nella sua trasportabilità, nel suo uso senza fonti di energia come nelle pratiche creative che richiede nel corso della lettura, dell'interpretazione, della proiezione del sé, della ridisposizione dei tasselli dell'immaginario che ogni libro – di qualsiasi qualità e disciplina – finisce per produrre.

10. Un libro per tutti?

La marginalità cognitiva è la fonte maggiore dei conflitti sociali. La necessità di conoscenze di base comuni a tutti i cittadini è una posizione che le istituzioni devono porsi come uno degli obiettivi primari

delle loro politiche. È la componente che attenua il conflitto sociale senza frenarne le pulsioni.

11. *Primario e secondario*

Nel corso delle indagini appare evidente come il libro venga considerato veicolo di due campi conoscitivi, con una distinzione che risale ai primi tempi della Modernità e che è ormai inutilizzabile. Nel primo campo vengono disposte le conoscenze di base relative alla tecnologia, alla legislazione, all'oggettistica, alle merci, alle pratiche, alle scienze. Nel secondo campo le conoscenze relative alla vita di relazione: l'intrattenimento, la comunicazione, il costume, le arti sotto la indefinita categoria del *tempo libero*. Tutti campi praticabili in questo tempo introvabile ideato dal Contemporaneo. Sono categorie pressoché inutilizzabili. Questa distinzione induce a un'irregolare distribuzione del libro e dei suoi contenuti, provoca vuoti e interruzioni nei processi di formazione, frena la divulgazione e l'interazione tra i campi.

12. *Altri media*

Nelle culture locali investite dal processo di globalizzazione veicolato dalla cultura mediale l'acquisizione delle conoscenze avviene *in misura crescente* con l'uso di media diversi dal libro e del loro repertorio di generi, testi e modelli in continua articolazione.

13. *Analisi di settore*

La mancata valutazione di questa tendenza induce a rilevare e valutare i dati relativi ai singoli mercati dei media (libri, tv, cinema, cellulari, viaggi e altro) nel tentativo della logica mercantile di irregimentare i lettori in separati settori del consumo culturale. Tuttavia il processo formativo avviene sempre più per vie trasversali.

14. *Nodi dell'immaginario*

Il cittadino della cultura mediale converge intorno ai punti nodali dell'immaginario che varie ricerche chiamano *parole d'ordine o idee o icone* e accede a questi attraverso tutti i media disponibili: siano spot pubblicitari, manifesti, serial televisivi, romanzi o articoli di cronaca bianca e nera, sms e altro.

15. *Analisi trasversali*

Questo processo mette in evidenza la mancanza di analisi che consentano di combinare e interpretare i dati forniti da diverse fonti sul nesso tra uso del libro e dei media e organigrammi degli status, sistema dei servizi, stili di vita, gerarchia dei valori, disponibilità economiche.

16. *Soggetti*

Un'ipotesi recita: donne, giovani, lavoratori, anziani, marginali, disabili, bambini-ragazzi, migranti sono gli aggregati sociali a cui viene destinato il maggior numero di inchieste. Questi aggregati apprendono dati e stili di vita attraverso un mix di media e vari protocolli di lettura, interpretazione, fissazione e gerarchizzazione di testi, proiezione di componenti identitarie. Sempre più raramente attraverso il libro.

17. *Ipotesi*

Gran parte dei protocolli necessari a valutare queste interferenze e intersezioni sono ancora da allestire a causa della continua ricomposizione di questi aggregati investiti da migrazioni, trasformazioni dei paesaggi urbani, dei repertori di merci, che modificano molti aspetti dei loro costumi e tradizioni. In misura maggiore questi costumi e

tradizioni sono alterati attraverso una percezione discontinua di stili di vita diversi, divergenti o alternativi. È un effetto dell'uso di media sempre più formalmente articolati e dei loro modelli e contenuti. Molte ricerche non hanno valutato ancora che quello che chiamavano l'irruzione del *diverso* è un fattore che decompone gli stili di vita in uso presso i singoli aggregati.

18. *Consumi*

La ricerca si propone di allestire uno scenario delle tendenze dell'uso del libro e degli altri media e in genere della serie di eventi di solito assemblati sotto la formula del *consumo culturale*. Gli oggetti e le pratiche di questo tipo di consumo non sono ancora definiti in misura sufficiente a consentire interventi e, soprattutto, sono estremamente variabili e contigui con le forme di consumo di molti tipi di merci.

19. *Consumo culturale e forme di euforia*

L'insieme di produzioni e di pratiche che va sotto il nome di *consumo culturale* va osservato come uno dei campi della formazione del cittadino, in competizione strisciante con le istituzioni che hanno lo stesso fine (la scuola, l'università, i luoghi del lavoro, i luoghi d'incontro e di aggregazione sociale). A questo fine la ricerca deve combinare i dati dell'uso del libro e dei media con le indagini sugli stili di vita, sul cambiamento sociale, sui processi di composizione della popolazione, sull'uso di alcuni media - da internet ai videogiochi, con i loro contenuti e modelli. Fra questi va valutato il ruolo dell'innovazione tecnologica, con le sue macchine e format, che produce un'euforia della partecipazione che corrisponde spesso a deboli, passeggeri e fatui incrementi delle conoscenze e tuttavia incide profondamente sulla loro struttura. È un'euforia da novità - di merce e da strumento - che ha a che fare anche con le nuove forme di produzione e polluzione testuale.

20. *Obiettivi*

Il problema maggiore riguarda la composizione di dati eterogenei che compongono questo aspetto del campo e mercato della comunicazione libraria e mediale. Con cinque obiettivi. (a) Rilevare, assemblare e comparare l'insieme dei dati di diverse fonti e linee di ricerca sul sistema, i materiali e le tendenze dell'editoria libraria e digitale in Italia (aziende, lettori, consumatori). (b) Rilevare i dati dell'uso del libro come strumento primario per il superamento delle condizioni svantaggiate di analfabeti, semianalfabeti, disabili, migranti. (c) Analizzare la penetrazione del libro nella scuola e negli status. (d) Osservare, nella prospettiva di alcuni settori di ricerca, gli ostacoli alla diffusione del libro (leggibilità, pressione dei media e del consumo culturale, pratiche della cultura visuale, produzione e fruizione del testo nel passaggio dalla scrittura su carta alla scrittura digitale). (e) Produrre dati e materiali destinati alle istituzioni per favorire le politiche della lettura, della formazione scolastica e dell'educazione permanente.

21. *Ragioni diverse*

Le motivazioni dei ricercatori che cercano di ricostruire questo mercato sono diverse da quelle degli editori e dagli altri operatori del mercato del libro. I ricercatori hanno il compito di individuare i canali e le modalità che consentano una sempre maggiore circolazione delle idee per contribuire alla formazione del cittadino e le varie forme di partecipazione che richiede un modello sociale che, sotto qualsiasi aspetto lo si osservi, è sempre più interculturale e competitivo. *Anche* attraverso il libro.

22. *Punto d'incontro*

Il punto d'incontro di questi operatori (ricerca e impresa editoriale) è poco frequentato dagli studi. La ricerca segnala la destinazione dei te-

sti e dei generi, le tendenze, la domanda di partecipazione del lettore. L'editoria intende seguire il lettore, inseguirlo, attrarlo, convincerlo, sedurlo. Sia chiaro: la ricerca non lavora per gli editori come aziende, ma per gli editori e le istituzioni come soggetti pubblici responsabili dell'accesso all'informazione e della circolazione delle idee.

23. Domande

Le istituzioni e le aziende, nazionali e locali, fanno una politica discontinua della lettura. Spesso si pongono queste domande:

- quali contenuti privilegiare?
- quali formazioni testuali hanno maggiore probabilità di invertire le tendenze negative del non-lettore che segnalano spesso anche una difficoltà o un rifiuto di partecipazione?
- in quali punti del processo di formazione intervenire? (quanto è necessario lavorare con romanzi e libri di divulgazione scientifica?)
- dove sono materialmente i punti di passaggio del libro dove il lettore può trovare il libro o almeno la notizia di questo?
- come si attiva il desiderio e la crisi della lettura?
- con quali strumenti (formativi, finanziari, legislativi) è possibile modificare le abitudini di lettura e il patrimonio testuale disponibile per il cittadino??
- è un'azione sociale possibile con i mezzi disponibili (legislazione, investimenti, infrastrutture, prodotti)?
- con quali forme di comunicazione è possibile contattare i lettori e i non-lettori?

24. Alcune risposte da rivedere

Spesso le istituzioni e le aziende sono in grado di rispondere soltanto in sede locale e lo fanno attraverso eventi locali: *festival, fie-*

re, giornate del libro, sconti. Di solito questo tipo di eventi provoca distorsioni (in qualche caso creative) nei modi d'uso del libro come supporto della meditazione privata con un'accentuazione della componente di intrattenimento, di socializzazione e di ostensione e con un'immagine divergente della lettura.

25. *Dove intervenire*

Una variazione in positivo nell'uso del libro può essere realizzata soltanto intervenendo nei luoghi di formazione della pratica della lettura (la scuola, le università), nei luoghi di passaggio e di distribuzione (le stazioni, i supermarket, i cinema) e operando sulla comunicazione. La ricerca, nella sua parte politica, è orientata a collaborare con aziende e istituzioni per individuare questi passaggi.

26. *Due ipotesi*

Ci sono due ipotesi ricorrenti per sanare le difficoltà del mercato del libro. La prima è votata a un compito impossibile (formula: *fare leggere di più i lettori-forti*). La seconda è lodevole nei suoi intenti, ma incerta sulle sue procedure (formula: *fare leggere i non-lettori*). Quando si escludano varie forme di tortura (stivaletto malese con romanzi selezionati soltanto quando contengano corpi in forma di cadaveri o sessualmente appetibili) indurre a fare qualcosa che non si sa fare è come convincere qualcuno a guidare un aeroplano senza avere il brevetto di pilota. Questo può accadere, ma non agevola la circolazione degli aeromobili e neanche quella delle idee.

27. *Una terza ipotesi*

L'ipotesi che regola questa ricerca è di tipo diverso e prevede: (i) un collegamento tra diversi campi disciplinari e gruppi di lavoro sulla

lettura, (ii) un lavoro di persuasione e pressione presso gli editori e le istituzioni per incrementare l'accesso al libro (prezzo, biblioteche, visibilità), (iii) un articolato e crescente colloquio con il complesso aggregato della scuola, che usa molte risorse in altre direzioni senza tenere conto del suo compito primario – fornire, attraverso la lettura e il libro, le basi cognitive (dati, procedure, tecniche) che mettano in grado il cittadino di partecipare alla produzione della vita sociale. (iv) Non esclude alcune critiche alle scelte mercantili che hanno un'immagine del lettore come un marginale della cittadinanza e della partecipazione.

28. Questa ipotesi prevede alcune opzioni come azioni

(i) Comunicare in misura maggiore e attraverso tutti i canali praticabili la presenza del libro, la sua disponibilità nel mercato o nelle biblioteche: nessuno compra o legge il libro di cui non conosce l'esistenza, (ii) facilitare questa comunicazione attraverso internet: sapere che è uscito un libro deve essere un'azione gratuita e va considerato un diritto, (iii) far entrare e far circolare il libro nella scuola in misura crescente con pratiche di addestramento elementare e anche con campagne di lettura, (iv) far entrare l'uso del libro nel costume della famiglia e tra i suoi valori e (v) ancorarlo agli stili di vita. In fondo si tratta di un mezzo che ha soltanto 500 anni d'uso, che sono una goccia nella storia della comunicazione delle culture.

29. Motivazioni

La ricerca si sviluppa in queste direzioni perché intende rivedere i protocolli delle indagini sulle motivazioni che alcuni istituti e centri di ricerca hanno rilevato in maniera erratica e che le istituzioni non hanno avuto il tempo di mettere in forma di politica.

30. *Non ho tempo*

Il lettore non ha tempo. E' la motivazione più diffusa per la non-lettura ed è ragionevole se osservata nell'ottica della vita quotidiana del cittadino medio. Di fatto il lettore mediale è occupato ogni giorno in molte azioni di lettura che riguardano un universo di testi molto più ampio di quello visibile dal punto di vista degli osservatori del mercato del libro.

31. *Consumi culturali e tempo libero*

L'uso del libro ha a che fare (i) con una classe di consumi definiti *culturali* e di solito (ii) ascritti al campo del *tempo libero*. Una revisione di queste categorie potrebbe consentire di ricostruire alcune delle ragioni del mancato uso del libro e della persistenza di un numero alto di non-lettori in Italia.

32. *Tempo del lavoro*

La lettura non è soltanto del tempo libero è del tempo del lavoro e della formazione – e questa, nelle culture europee di questo decennio, è continua, permanente, inevitabile.

33. *Appropriazione e decifrazione dei linguaggi d'arte*

Il libro è anche un mezzo che consente un avvicinamento analitico – di prospettiva, di decifrazione, di produzione del senso - ai linguaggi d'arte e di comunicazione. Questi linguaggi e le loro opere producono di solito molti ponti cognitivi tra le identità poiché di solito non fanno riferimento a momenti del conflitto sociale o, meglio, ne consentono una visione *in assenza*, senza il coinvolgimento che comporta il contatto tra i gruppi che è tendenzialmente conflittuale. Musica, pittura e altre arti della visione, letteratura, fotografia,

mostre e altri eventi sono occasioni riservate alle minime guerre tra esperti, interpreti e appassionati. Il pubblico legge e non legge, cifra e decifra nelle opere le tendenze che producono il cambiamento e ne fa uso come strumenti per l'acquisizione dell'identità e per l'individuazione della sua posizione nello scenario sociale.

34. Che fare?

Questo tipo di ricerca è necessariamente orientato a una collaborazione con le istituzioni che operano negli stessi campi, ma da altri punti di vista. Non prevede operazioni di vertice, ma persuasioni diffuse e eticamente fondate. Non prevede l'ossessiva difesa della scrittura lineare e su carta stampata, ma si muove in parallelo alle nuove possibilità della scrittura e della lettura mediale.

35. Dopo Lisbona 2000

Il Consiglio Europeo di Lisbona (23-24 marzo 2000) ha fissato l'obiettivo di rendere competitiva, entro il 2010, l'economia dell'Unione Europea puntando sulla sinergia tra lo sviluppo della tecnologia applicata all'industria e l'economia della conoscenza. La crescita dei contenuti creativi e l'espansione della produzione industriale avviene in parallelo. La ricostruzione delle dinamiche di sviluppo e di crescita del settore culturale e creativo è una necessità a cui gli stati membri non possono sottrarsi per le implicazioni sociali ed economiche e le potenzialità di sviluppo internazionale, nazionale e locale che il settore dell'economia culturale rappresenta per l'Unione e come per le sue diffuse identità, nazionali e locali.

36. Gli osservatori

Negli ultimi venti anni molti saggi, riviste specializzate, manuali professionali hanno osservato il rapporto tra libro e altri media. Alcuni

studi sono stati realizzati a corredo delle strumentazioni tecnico-tecnologiche per analizzarne la portata conoscitiva e gli effetti sociali. I risultati più interessanti vengono da campi come la storia dell'editoria e del libro, l'uso sociale dei media, più raramente il contributo e la funzione dei linguaggi d'arte e di comunicazione al mutamento sociale. Da punti di vista diversi hanno lavorato a questi problemi settori disciplinari come la Storia del libro e della lettura, la Storia dell'editoria, la Sociologia dei processi culturali e dei media, i Cultural Studies, la Comunicazione multimediale, la Teoria e critica della letteratura, la Psicologia e la percezione visiva, la Linguistica. Di qui la composizione di questo gruppo di ricerca e l'aggregazione su una metodologia interdisciplinare di competenze di fatto convergenti. La convergenza si realizza intorno a un quesito forte: con quali media si stanno trasformando le società europee?

37. *Un contenitore forte*

Il libro a stampa è uno dei contenitori in cui passa l'educazione di base e permanente. È una delle fonti che alimenta e sollecita il discorso delle comunità – storico, politico, economico, artistico. È il veicolo dominante attraverso cui vengono comunicati i risultati della ricerca – dalla biologia all'archeologia – e varie forme di partecipazione e sintonizzazione con il mutamento – dal gossip al romanzo. La sua forma e materia e i suoi modi d'uso (la lettura, l'annotazione, la trasportabilità, la proiezione) consentono la riflessione, lo studio, l'acquisizione dell'identità.

38. *Tuttavia altri media*

Tuttavia sono necessarie alcune premesse. (i) Altri media in misura crescente sono incisivi veicoli di contenuti e fattori della formazione. (ii) Richiedono altri modi d'uso e modelli conoscitivi, (iii) sono caratterizzati dall'andamento *a flusso*, (iv) sono dotati di alti livelli di varietà e variabilità e (v) da una instabilità programmata, forniscono

materiali in quantità crescenti e caratterizzati da una ridisposizione continua, casuale, infrenabile, come i pezzi di vetro di un caleidoscopio.

39. Per uno scenario della lettura

Per rispondere ai quesiti che pone questa produzione testuale studi e ricerche lavorano (i) sui segmenti di mercato dei singoli contenitori o canali – del libro e della televisione, di internet e del cinema e (ii) sul passaggio dei contenuti da uno ad altro contenitore sulla linea della digitalizzazione (che comporta trasformazioni formali dei testi) perseguita anche dagli editori del libro a stampa. Questi sono in misura crescente anche editori di testi in forma di immagini, video, siti. Abbiamo scelto questa prospettiva di scenario, rinunciando a seguire i percorsi sociali dei singoli testi.

40. Livelli

Questa prospettiva comporta che i ricercatori che osservano il libro come settore della comunicazione devono lavorare su 3 livelli. (i) Gli stili di vita che fanno uso del libro come uno dei mezzi dominanti per il bagaglio di conoscenze che reputano necessario e canonico. La lettura (del libro) ha una parte dominante nel proceso di acquisizione dei modi di accesso ai mestieri e alle professioni. (ii) La politica della lettura. Istituzioni e aziende devono venire in possesso dei dati che consentano loro di promuovere la lettura tra i gruppi più sensibili a questo mezzo o di sensibilizzare al suo uso le comunità. (iii) Le intersezioni tra i diversi contenitori e le forme del passaggio di testi/immagini dall'uno all'altro settore della comunicazione.

41. I contenuti digitali

Questa espressione segnala una crescente perplessità teorica che in-

duce a chiedersi attraverso quali istituzioni, mezzi e tecnologia passi la formazione e l'informazione. Passa sempre meno per la scuola e l'università e sempre più attraverso il flusso dei media. Sempre più attraverso la digitalizzazione di testi di scrittura e iconici che possono passare da un mezzo all'altro con costi sempre minori e qualità formale sempre maggiore.

42. *La carta stampata*

L'editoria della carta stampata che seleziona contenuti in forma di testi si sta orientando verso altri supporti. Articolando i contenuti su più supporti è possibile raggiungere il lettore già sensibile alla comunicazione musicale, multimediale, visuale. Queste aree produttive sono presidiate da aziende diverse da quelle della carta stampata. La diffusione del testo digitalizzato è possibile quando l'editore posseda in esclusiva (con il diritto d'autore) un testo, un'icona, una marca e la estenda a un insieme di testi della comunicazione - dal fumetto al cartoon, dall'agenda al manifesto, alle strisce sui periodici, ai quaderni attraverso la tecnologia della digitalizzazione.

43. *Non soltanto di letteratura*

La letteratura produce insiemi testuali adatti per studiare alcuni aspetti della lettura, tuttavia è soltanto uno dei campi ai quali si dedica questo progetto di ricerca. I problemi del mercato dell'editoria in questa fase e le forme di passaggio, interazione e conflitto tra libro e media la ricerca si muove nel settore della ricerca applicata e si configura come interdisciplinare (usa la strumentazione degli studi sugli stili di vita, sull'uso dei media, sulla posizione del libro nel sistema dei consumi culturali, sulla teoria della letteratura e delle arti visive, sulla storia sociale, sulla linguistica).

44. *Giovani e altri*

Giovani, lavoratori, anziani, marginali, disabili apprendono dati e stili di vita attraverso un mix di media. (i) In questi processi di apprendimento il libro ha un ruolo funzionale, ma è sempre più evidentemente instabile presso alcuni gruppi sociali. (ii) L'acquisizione delle conoscenze avviene in misura crescente attraverso l'uso dei media e del loro repertorio di generi in continua espansione. (iii) Il nuovo lettore si muove senza regole, divieti o gerarchie tra il libro e i media e (iv) fa uso di pacchetti di materiali conoscitivi e di modalità di lettura offerti prevalentemente da Internet. (v) Sono ancora rari gli studi e le analisi trasversali che consentono di combinare ed interpretare i dati forniti da diverse fonti sul nesso tra uso dei media nei paesi europei e, tra questi, in particolare del libro e condizione sociale, sistema dei servizi, stili di vita, gerarchia dei valori, disponibilità.

45. *Scenario*

In questo senso la ricerca tende ad allestire scenari delle tendenze dell'uso del libro e degli altri media e in genere sul consumo culturale, operando in collaborazione con istituzioni - come Istat - che necessitano di creatività e di teorie.

Università di Siena, 769° anno (2009-2010)

www.lettura.unisi.it/osservatorio

www.michelerak.eu

michele.rack@fastwebnet.it