



Giovani e comunicazione

Il 58% dei bambini tra 2 e 5 anni gioca ai videogame, sa destreggiarsi con l'iPad, ma non sa andare in bicicletta e l'11% non sa come allacciarsi le scarpe e non sa rispondere correttamente quando viene loro chiesto l'indirizzo di casa. È il destino della *screen generation* che, sin

dai primi mesi di vita, ha a che fare con i display di computer, videogame, cellulare e dei dispositivi touch come tablet e smartphone prima di aver imparato abilità utili nella vita di tutti i giorni.

Sono solo gli ultimi dati di una ricerca che intendeva monitorare come è cambiata l'interazione tra bambini e tecnologie.

La Y generation

L'era digitale è caratterizzata da una generazione giovane che è nata con le nuove tecnologie, ne viene plasmata, le usa con grande disinvoltura e, purtroppo, anche con grande indifferenza e inconsapevolezza dei meccanismi profondi che le regolano, attenti a un uso solo opportunistico, funzionale. Cambia il modo di comunicare, la percezione del tempo e dello spazio, il concetto di realtà, come pure il modo di fare i figli, di allevarli e di educarli, di apprendere e di insegnare.

Descrivere i giovani, oggi, richiede un notevole sforzo di conoscenza e di comprensione dei linguaggi, delle forme di comunicazione ed espressione loro propri. Il giovane di oggi si connette a tempi multipli e si muove attraverso spazi decentrati e ambivalenti. A tutti i meridiani e i paralleli, gli ambienti che frequenta sono sempre più spazi dove il tempo e il consumo di beni, reali e virtuali, si fondono e con-fondono.

La cosmovisione giovanile si configura a par tire da interscambi comunicativi planetari. I giovani sperimentano una sensazione di ubiquità, muovendosi attraverso le diverse culture e geografie virtuali, entrando in relazione con altre lingue, altre culture, diventando protagonisti di un apprendimento ibrido.

Essi "sono" la comunicazione odierna, ci sono nati, la amano, la consumano e la producono.

La *Y generation* acutizza la sensibilità e i processi cognitivi, parte dall'immagine. È una generazione abituata a mettere in comune le esperienze, a confrontarsi in modo diretto, a darsi consigli e a dialogare simultaneamente. La sua giornata scorre da una tastiera all'altra: passano velocemente dal cellulare al computer all'iPod (questa attività viene detta *multitasking*) vivendo (o meglio attraversando) molteplici esperienze. Contemporaneamente studiano, chattano, ascoltano musica, rispondono al cellulare, guardano la televisione (sul web, ovviamente).

Il tessuto sociale è ormai spaccato in due grandi gruppi culturali: i *digital natives* (nativi digitali), loro, i giovani, che sono nati nel mondo della tecnologia digitale, e i *digital immigrants* (immigrati digitali), noi, che ci siamo stati proiettati (o sbalzati?) da adulti.

La frattura è generata da un'alterazione dei collegamenti neurali del cervello delle giovani generazioni, che modifica e trasforma i tradizionali divari generazionali in qualcosa di nuovo: una voragine, che gli scienziati chiamano *brain gap*. Nei bambini che hanno un'interazione precoce con la televisione e con il computer, le connessioni cerebrali si sviluppano in modo diverso rispetto a chi esercita un'attività di lettura e scrittura o un'attività corporea. In particolare oggi nella scuola (ma non solo), vengono a contatto insegnanti e allievi che, per le loro diverse esperienze cognitive precoci, hanno strutture cerebrali diverse e perciò dialogano con grande difficoltà.

Questa vera e propria mutazione antropologica si traduce in un bisogno di *lateralizzarsi*, di essere continuamente connessi nel contesto fluido dell'informazione.

La centralità dei social network

Il web 2.0 segna il passaggio dalla prima forma di Internet (il web 1.0 con le pagine web, i siti statici, i motori di ricerca, ecc.) al social network (SN), cioè ambienti come Wikipedia, Google, YouTube, Facebook, Twitter ecc., caratterizzati da socialità, interattività, multimedialità, ipertestualità, condivisione delle conoscenze, facilità d'uso, autorialità dell'utente nella produzione della comunicazione stessa (*user generated content*).

La centralità dei SN nella vita dei giovani è di tipo valoriale. Le piattaforme per la socialità in rete si inseriscono con forza nel tempo quotidiano dei giovani, i loro servizi diventano sempre più “indispensabili”, in quanto legati a una contemporaneità accelerante e complessa, che necessita di strumenti che semplificano e stabilizzano relazioni e tempi, aumentano la molteplicità del reale e le occasioni di relazionalità.

I giovani se ne servono per controllare i “movimenti” dei propri contatti, “tracciare” gli spostamenti degli amici e conoscenti: si tratta di porre la cerchia amicale in una continuità tra online e offline. Attraverso i SN i giovani si “prendono cura” degli amici, organizzando vere e proprie “compagnie” consolidate attorno ad interessi, scopi comuni: un modo di continuare a sentire “tutti vicini”. I SN attivano e coltivano il desiderio di mantenere sempre aperta la comunicazione con i propri amici, rimanendo sempre connessi, raggiungibili, rintracciabili durante ampie fasce della giornata.

È “il non sentirsi mai soli” e isolati, ma sempre al centro dei pensieri della propria rete di amicizie. Non ultimo, attraverso i SN i giovani diventano “autori” di comunicazione, produttori di contenuti audio, video, testi, immagini che vengono poi condivisi per intessere e mantenere le relazioni. Un esempio lampante è la “distribuzione” di file musicali attraverso supporti digitali portatili, come l’Ipod e che, attraverso la rete, vengono poi distribuiti e “ascoltati” in gruppo.

I giovani vivono la comunicazione in rete in continuità: l’online e l’offline non sono mondi paralleli, ma un unico spazio “reale” di esperienza, diversamente articolato e unificato dalle pratiche e dalle relazioni. La centralità della relazione si gioca nelle dinamiche del riconoscimento e della fiducia come chiave di accesso alle cerchie sociali, che costruiscono relazioni stabili, custodiscono memorie e si aprono alle potenzialità del futuro. Viene messa in atto una vera e propria capacità di “stare-con”, di condividere, di accompagnarsi a vicenda sia nei momenti di passaggio della vita, sia nella quotidianità. In questo caso, le parole (scritte e parlate) valorizzano e tessono uno spazio comune e creano le condizioni per dare e ricevere gratuitamente, la capacità di narrare di sé con fiducia, costruendo, dal basso, un ambiente in cui la dimensione personale viene messa in comune.

Rischi e ambiguità

A fronte di queste che sono “buone notizie”, è importante non sottovalutare rischi e le ambiguità che derivano soprattutto dalla velocità di interazione, dalla rapidità di diffusione delle informazioni e dalla costruzione della comunicazione in Rete, che sopprimono la dimensione temporale, annullando il passato e rischiando di appiattire tutto sul presente.

La moltiplicazione delle amicizie online possono essere a scapito di una profondità di tali relazioni perché fondate su legami deboli. Il misurarsi con una o più identità digitali, mentre da una parte rivela l’estrema versatilità dei giovani a “stabilire” contatti, dall’altro paventa il pericolo che l’identità, ancora in fase di consolidamento soprattutto nella preadolescenza ed adolescenza, si pluralizzi in una miriade di comunità virtuali anche loro declinate al plurale, dove si punta alla collaborazione e all’interazione sociale, ma dove è altrettanto presente la “con-fusione” tra dimensione pubblica e privata.

Allo stesso tempo, forme di banalizzazione per evitare il conflitto o di omologazione, dove non si esprimono posizioni dissonanti rispetto a quelle del gruppo; l’espressione dell’intimità che passa attraverso modelli “allineati” al gruppo, o si esprime prevalentemente in forma indiretta e mediata; il prevalere di una parola puramente detta, che impoverisce lo scambio e rende impossibile l’incontro, al di là dell’essere-con; l’amicizia che si costruisce sulle basi della similitudine e dell’affinità, lasciando fuori tutto ciò che è “altro” (per età, autorevolezza, diversità di storie e vedute; alterità rispetto alla dimensione dell’intimo; alla dimensione dell’immanenza).

Senza un’apertura all’alterità difficilmente può esserci incontro e comunicazione; il non voler “emergere” come persona porta ad inibire la responsabilità, la testimonianza; il non riuscire ad articolare la dimensione privata con quella pubblica, in vista della partecipazione a una società civile digitale.

È tempo di educatori e comunicatori testimoni

La persona è, e rimane, una creatura della comunicazione che, diceva Mounier, è «meno frequente della felicità, più fragile della bellezza: basta un nulla a fermarla o a spezzarla tra due soggetti». La comunicazione è dunque un fenomeno complesso, in cui si mescolano elementi naturali e convenzionali, sintattici e semantici, pragmatici ed emotivi. I processi, e le attività, comunicativi sono intessuti di metafore, significati, codici, intenzioni, progetti, scopi e aspirazioni, volontà di collaborazione e di coinvolgimento dei partecipanti che ne fanno una delle dimensioni umane più belle e, allo stesso tempo, faticose. La comunicazione conduce i

dialoganti a un continuo controllo e aggiustamento dell'interazione e della condivisione, alla costruzione di convergenze mutevoli ed empatiche.

Nell'era digitale, dunque, se le nostre competenze comunicative non evolvono, presto o tardi, ci ritroveremo fuori gioco, seduti in panchina e... non avremo più niente da dire, perché ci mancheranno le categorie del "come" dirlo.

C'è bisogno di educatori e di comunicatori che testimonino l'ebbrezza e la determinazione interiore per affrontare il mare aperto della trasformazione; che siano essi per primi uomini e donne di avventura; esploratori umili e perseveranti che sappiano fissare lo sguardo su una terraferma che resta però sempre futura, in avanti; che non posseggano sempre tutte le risposte, ma conoscano qualche segreto pratico e concreto per vivere senza troppa paura, e per continuare a fidarsi della rotta che di notte ci offre soltanto la stella polare.

Maria Antonia Chinello, fma