

MEDIA GIOVENTU' COLLEGATA

L'arrivo dei digital kids e la sana dieta mediale

«La net generation è qui tra noi. Ottantotto milioni di ragazzi americani e canadesi si apprestano a diventare una reale forza di trasformazione sociale grazie al loro peso demografico e, soprattutto, alla profonda conoscenza delle nuove tecnologie. Il loro accesso ai mezzi digitali fa sì che imparino, lavorino, pensino e creino in maniera diversa da quella dei loro genitori. Per questi ultimi, per gli insegnanti, i politici e i responsabili marketing non c'è cosa più importante che capire e conoscere questa nuova generazione». È questo il suggerimento di Don Tapscott, autore del best seller «Wikinomics» e di «Grown Up Digital, The Rise of the Net Generation», l'ultimo suo lavoro appena pubblicato, nel quale descrive i digital kids americani (i ragazzi che, a differenza dei digital immigrant cresciuti con la carta stampata, sono nati nell'era di internet, che in America si fa risalire alla fine degli anni Ottanta), più smart, più veloci, e più propensi alla giustizia delle generazioni precedenti. Il loro effetto, spiega Tapscott, si è già fatto sentire durante la campagna di Obama alla quale proprio grazie a internet hanno partecipato attivamente. E se il "pericolo" per noi italiani è ancora lontano, - i digital kids nostrani sono nati a metà degli anni Novanta non appena internet ha iniziato a comparire nelle nostre case -, l'attenzione verso la nuova generazione è però molto alta, basti pensare che a Milano, in poco più di 20 giorni, sono state presentate tre differenti ricerche sui giovani e le tecnologie digitali dalle quali emerge un profilo piuttosto coerente della nuova generazione e non lontano da quello descritto da Tapscott.

Secondo la ricerca dell'Osservatorio nuovi media dell'Università Bicocca di Milano, presentata all'inizio di novembre, i giovani -

**Nuovi studi su giovani e comunicazione
Sempre più online o al cellulare,
sempre meno davanti alla tv e ai libri**

un campione di 1.186 studenti universitari, rappresentativi di circa 21.054 ragazzi - usano quasi tutti internet (98,4%), navigano in gran parte per più di cinque ore al giorno (68,7%), utilizzano regolarmente servizi di messaggistica istantanea (57% tutti i giorni), poco l'e-mail (26%), e guardano la tv meno di cinque ore alla settimana (53,7%). Più attenzione al web e meno all'editoria, se si considera, inoltre, che il 42% degli interpellati dichiara di avere un blog personale, il 78% di consultare altri e il 63% di leggere meno di cinque libri l'anno.

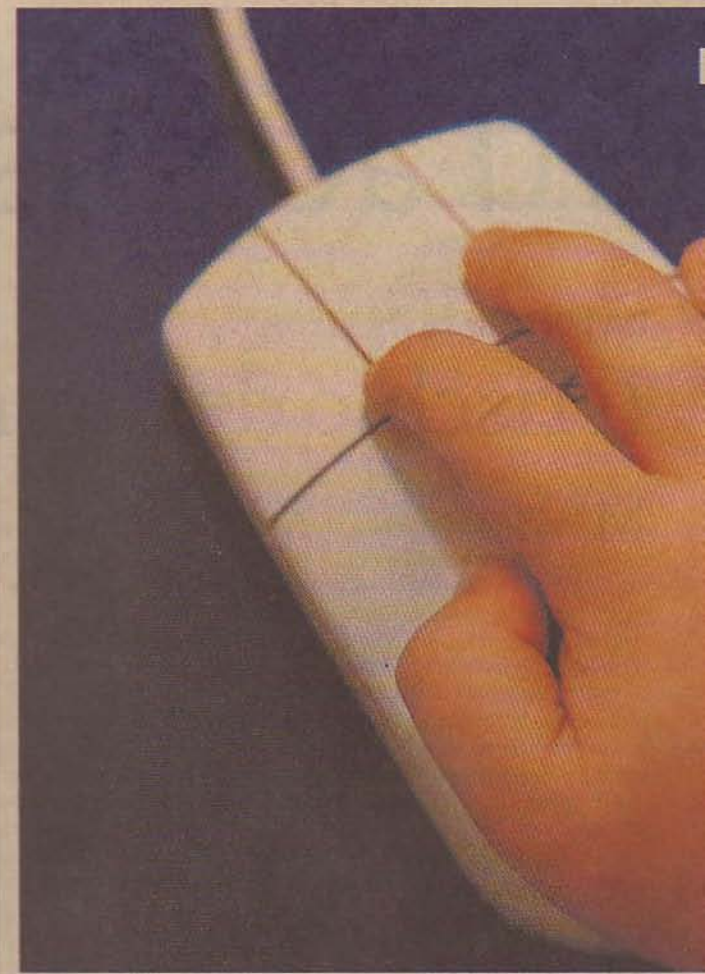
«I giovani oggi - sostiene Paolo Ferri, professore di Teoria e tecnica dei nuovi media all'ateneo milanese e curatore della ricerca - leggono meno libri e giornali, ma si informano ugualmente consultando diverse fonti alternative, soprattutto in rete, e creandosi, poi, un'opinione personale della notizia». I dati raccolti

dalla Bicocca sono in gran parte confermati anche per i più piccoli, i quattordici-diciottenni osservati da una ricerca di Doxa Teens e presentata in ottobre a Milano, dalla quale emerge che l'uso della rete e del cellulare aumenta con l'avanzare dell'età mentre, viceversa, quello della tv diminuisce. «La televisione continua però a rimanere accesa nelle camere dei ragazzi - spiega Sergio Amati, responsabile marketing di Doxa - quello che cambia è l'attenzione che le si dedica. I ragazzi oggi sono multitasking, mentre guardano la televisione navigano in internet, usano il cellulare, giocano a un videogame».

Al rapporto dei giovani con il cellulare si è dedicato, inoltre, il Centro di ricerca per l'educazione ai media all'informazione e alla tecnologia (Cremi), attraverso uno studio qualitativo presentato il 29 ottobre scorso a Palazzo Marino di Milano. Nuovo cordone

ombelicale che unisce genitori e figli, secondo la ricerca il telefono è posseduto da più del 90% del campione, e spesso è utilizzato per gestire l'organizzazione della famiglia. «I genitori regalano il cellulare ai figli - afferma Pier Cesare Rivoltella, docente di Tecnologie dell'istruzione e dell'apprendimento all'Università Cattolica e direttore del Cremi - perché così possono controllarli, e i ragazzi accettano di essere sempre reperibili pur di guadagnarsi maggiore libertà di movimento». Il cellulare sembra ormai entrato a far parte delle pratiche naturali degli adolescenti che lo usano soprattutto come macchina testuale divenendo, in particolare per le ragazze, uno strumento di raccolta di memorie personali. «Il telefono, il messenger, Facebook - continua Rivoltella - sono come delle protesi del corpo dei ragazzi, dei prolungamenti della loro vita sociale. Per gli adolescenti non c'è separazione tra virtuale e reale e per questo si espongono sui Blog o su Youtube come nella vita reale».

Ma come l'uso intensivo della tecnologia digitale influenza i comportamenti cognitivi dei giovani? E come incide nel loro percorso formativo? «Difficile dirlo - risponde il professor Ferri - è ancora troppo presto per avere riscontri scientifici certi». La ricerca New Millennium Learner dell'Ocse (Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico di cui fanno parte gran parte dei Paesi europei) ci prova, attraverso un programma di studio, avviato nel 2007, che prevede di analizzare in dettaglio, da un punto di vista quantitativo, i comportamenti di apprendimento dei nativi dei Paesi Ocse. Da un primo rapporto pubblicato ad aprile - l'indagine è ancora in corso - emerge che gli studenti che utilizzano le tecnologie a casa e a scuola



la ottengono un punteggio Pisa (Programme for international student assessment) maggiore degli altri. Tuttavia la stessa indagine rileva che il 50% degli studenti europei non ha usato un computer in classe negli ultimi 12 mesi e che, seppur la scuola sia dotata di una buona infrastruttura tecnologica, questa non viene sfruttata adeguatamente.

«I nativi digitali - spiega Paolo Ferri - apprendono per schemi, icone, giochi, "navigazioni" virtuali. Non usano, come noi figli di Gutenberg, le parole in maniera sequenziale, ma procedono per processi di apprendimento più paralleli. Inoltre, il costante riscontro con i coetanei favorisce un approccio "open source" e cooperativo alle fonti del sapere che ben è rappresentato dal modo in cui i giovani condividono la musica, l'informazione e le esperienze online.

Per stabilire un linguaggio comune con questi ragazzi non basta, quindi, fare scuola con le tecnologie digitali, ma è necessario gettare un ponte tra le pratiche d'uso delle tecnologie degli stu-

denti e le pratiche formative della scuola stessa. Per far questo genitori e insegnanti devono essere consapevoli che esiste una "dieta mediale" e che loro stessi dovrebbero essere i responsabili della progettazione dei menù mediali tra i quali i ragazzi possono scegliere i "piatti" più golosi. L'educazione a un uso critico degli strumenti di comunicazione (la cosiddetta media education), è tanto più importante in un contesto educativo in cui i genitori sono mediamente più assenti e più preoccupati rispetto al passato: «Siamo passati dalla bedroom culture alla pocket culture - afferma ancora Rivoltella - la tecnologia oggi non è più solamente in casa ma è in tasca dei ragazzi e li accompagna ovunque. Non basta più, com'era all'epoca della tv, stimolare i giovani a sviluppare un atteggiamento critico davanti ai mezzi di comunicazione, ma è necessario responsabilizzarli, dar loro fiducia, accettando i rischi che questo comporta. Tutto il contrario di quegli atteggiamenti ansiosi e compulsivi tipici dei genitori di oggi».

MARTA MAINIERI

