

# ESSERE GIOVANI NELL'ERA DIGITALE



È diventato difficile leggere le generazioni odierne, sia giovani che adulte, soprattutto alla luce della crisi delle mediazioni sociali che ha profondamente investito il nostro Paese e di cui non sempre abbiamo avuto la forza di scorgere criticità, principi di precauzione e conseguenze inattese (Donati, 1998; Besozzi, 2006; Morcellini, 2004). La perdita di peso della società nella vita degli individui, il processo di svuotamento delle relazioni significative con istituzioni, politica e vita pubblica, che in qualche modo facevano da interfaccia ai bisogni di identità e di definizione dell'esperienza soggettiva, sono tutti aspetti in cui si manifesta uno sfarinamento dei legami che un tempo univano le esperienze degli individui. Il soggetto moderno, nella sua esperienza di vita quotidiana, è costretto a percorrere un itinerario di costruzione della propria personalità complesso e incerto, senza poter più contare con forza sul ruolo delle istituzioni (Bauman, 2002).

I soggetti in formazione, in particolare, cercano di ridefinire la propria personalità in una realtà gravemente confusa e contraddittoria, a causa della profonda crisi valoriale e normativa che la caratterizza e la *segna*.

Cosa significa oggi la parola *giovane*, tanto amata dal sistema dei media? Cosa implica in termini di rappresentazione e di comunicazione? È necessario sottoporre questo termine, e tutto ciò che esso sottintende, al centro di una riflessione scientifica. Nello sbrigativo sistema mentale degli uomini di oggi, giovane significa «moderno», radicalmente nuovo, e solo in ultima istanza *in-formazione*. Eppure è proprio questa sua condizione a denotare lo status sociale del giovane, l'evidenza di essere in *transizione*.

In passato la società era interfaccia di identità, una fonte di protezione e rassicurazione: tutte queste funzioni, tra cui anche la costruzione di mete culturali collettive, e non solo individuali, sono diventate più problematiche e per molti versi improbabili. Pensiamo al disagio della condizione giovanile, che non trova un'adeguata risposta da parte della società, sempre più incapace di riempire di contenuti nuovi le identi-

tà dei soggetti, in particolare dei giovani. Il loro nomadismo oscilla fra il desiderio di protagonismo, strettamente collegato al rinnovato individualismo, e il malessere di chi risente di una carestia di punti di riferimento, rispetto a cui non c'è alcuna soluzione immediata. Gli individui, soprattutto se giovani, necessitano di esprimere i loro vissuti problematici e rileggerli secondo modalità più adeguate: è necessario offrire uno spazio di ascolto e di confronto ai ragazzi, nel quale possano far emergere i propri disagi all'interno di una relazione autentica, fronteggiando quella tendenza che, nella drammatica precarietà dei tempi moderni, da distruttiva diventa autodistruttiva.

Lo sforzo di riduzione delle distanze fra giovani e adulti si trasforma, spesso maldestramente, in un eccesso di tutela e in una esasperazione dei sistemi di attesa da parte delle figure genitoriali, che non rispecchiano certamente i sistemi di scelta individuali dei propri figli. Il focus d'attenzione dovrebbe spostarsi in direzione del «dare voce ai giovani», alle loro esperienze, osservando la loro *partecipazione mediale*: la comunicazione delle giovani generazioni è un autentico labirinto di espressioni.

Indiscutibilmente positivo è l'atteggiamento proattivo dei giovani, capace di mettere in campo *nuove forme di socialità* che promettono una società diversa e nuove interazioni non solo autoreferenziali: uno dei pericoli del tempo moderno è che la comunicazione finisca per essere eccitazione dell'autoreferenzialità invece che della società; è il rischio che conduce alla brutta diagnosi del nostro tempo, difficile da sedare, come tempo dell'individualismo, una formula poco convincente per i giovani.

Viviamo, di fatto, un «passaggio al futuro» graduale, che tuttavia emerge più espressivamente se si osserva con continuità l'universo giovanile. Vale, per certi aspetti, la metafora di un *salto d'epoca*: le tecnologie segnano i confini di una sorta di area extra-territoriale della casa, di difficile accesso cognitivo per i genitori. Tuttavia, nonostante le opportunità di coinvolgimento e interazione offerte dalle nuove tecnologie, si è assistito anche alla riscoperta di forme di fruizione in passato definite di *nicchia* o *d'élite*, come il teatro, la musica classica, i musei, le mostre e i dibattiti culturali. È come se l'abitudine d'uso dei nuovi media spingesse i giovani a cercare forme di consumo partecipativo «altre» accanto a quelle praticate quotidianamente con le tecnologie.

Le nuove generazioni, attive, esplorative e capaci di leggere il flusso comunicativo, dimostrano di sapersi muovere sull'asse generalismo-

personalizzazione, nella ricca e variegata offerta di input mediali e culturali. La capacità di decidere quando, dove, perché, come e con chi comunicare — soprattutto nelle nuove esperienze di comunicazione e socializzazione legate a internet e anche al cellulare — lascia intravedere l'immagine sfocata di viandanti che costruiscono la propria strada combinando diverse forme di consumo (Morcellini e Cortoni, 2007; Censis, 2008).

È forse più importante capire la relazione che le persone instaurano fra i diversi arcipelaghi piuttosto che il singolo medium, ed è solo riflettendo sui percorsi ondivaghi e di rete attivati dagli individui rispetto ai processi e ai prodotti culturali che possiamo giungere a una rappresentazione più puntuale del mondo comunicativo delle nuove generazioni.

Vale la pena riflettere su come, più in concreto, la rilevazione della centralità dei consumi culturali nel contesto della vita quotidiana dell'individuo possa consentire la messa a punto di un modello di analisi più adatto a spiegare le pratiche d'uso delle tecnologie. Il dato fondamentale è costituito dai *network delle relazioni comunicative del soggetto*, che evidenziano come siano le forme e i contenuti del discorso comunicativo a definire i comportamenti di utilizzo delle «macchine» mediali.

Tecnologicamente competenti e culturalmente attivi, i ragazzi sono tendenzialmente deprivati di molte chances di accesso alle risorse costitutive per le loro identità reali e materiali. Se l'attenzione della politica, l'esaurimento della forza educativa della famiglia e la precarizzazione del mercato del lavoro appaiono scoraggianti e anelastici, la comunicazione si offre come elastica e flessibile, una piattaforma che permette quelle condotte frustrate dalla realtà extramediale. Se la nostra cultura non prende atto, però, del giacimento di frustrazioni che si sta alimentando, la dilatazione della sfera comunicativa rischia di diventare l'unica figura del rapporto con gli altri e, dunque, un ostacolo alla possibilità e alla volontà di uscire dal mondo virtuale.

È proprio all'interno di una complessiva riflessione sul posto che la comunicazione occupa nella società moderna e nella vita degli uomini, che vanno inserite la scuola e l'educazione.

È rilevante interrogarci su come la scuola si sia *disposta*, su quali siano i sistemi di relazione tra la faticosa funzione di riadattamento della scuola nella modernità e il *lavaggio* che i media sembrano aver fatto ai soggetti. È possibile il *cambiamento culturale* a carico della scuola? Riscende ancora a essere il motore e il promotore di una costituzione del sé

degli individui che non regali soltanto precarietà esistenziale? Quanto riesce ad essere decisiva nella crescita affettiva e cognitiva dei suoi allievi e a intercettare le aspettative profonde del suo utente?

Certamente una scuola moderna funziona se fa *alleanze*, riuscendo così a entrare più facilmente nel sistema di rilevanza del soggetto; essa deve insegnare i linguaggi, conferire ai soggetti il potere di usare il simbolico come elemento di crescita del sé e di riduzione dell'incertezza. La scuola deve credere a tutto ciò che viene vissuto all'interno dell'aula e costruire le condizioni per cui possa sentirsi orgogliosa di *essere scuola*, andando *incontro* ai suoi soggetti, utilizzando la comunicazione come elemento di accrescimento della formazione, per insegnare *anche la tradizione*, attraverso linguaggi «cinicamente» moderni.

Mario Morcellini

## BIBLIOGRAFIA

- Bauman Z. (2002), *Modernità liquida*, Roma, Carocci.
- Besozzi E. (2006), *Società, cultura, educazione. Teorie, contesti e processi*, Roma, Carocci.
- Bolter J.D. e Grusin R. (2002), *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Milano, Guerini.
- Censis (2008), *Settimo Rapporto sulla comunicazione. L'evoluzione delle diete mediatiche giovanili in Italia e in Europa*, Milano, FrancoAngeli.
- Censis (2009), *Ottavo Rapporto sulla comunicazione. I media tra crisi e metamorfosi*, Milano, FrancoAngeli.
- Donati P. (1998), *Lezioni di sociologia. Le categorie fondamentali per la comprensione della società*, Padova, Cedam.
- Fabris G. (2008), *Il nuovo consumatore: verso il postmoderno*, Milano, FrancoAngeli.
- Grasso P. (1974), *Personalità e innovazione: ricerca psicologico-sociale sulla condizione giovanile di transizionalità culturale*, Roma, Coines.
- Morcellini M. (a cura di) (2004), *La scuola della modernità. Per un manifesto della media education*, Milano, FrancoAngeli.
- Morcellini M. (a cura di) (2005), *Il Mediaevo. TV e industria culturale nell'Italia del XX secolo*, Roma, Carocci.
- Morcellini M. e Cortoni I. (2007), *Provaci ancora scuola*, Trento, Erickson.
- Morin E. (2001), *I sette saperi necessari all'educazione del futuro*, Milano, Raffaello Cortina.