



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE
Facoltà di Lingue e Letterature Straniere

CORSO DI LAUREA IN RELAZIONI PUBBLICHE

*Corsi di: Comunicazione Sociale, Teoria e Tecniche della Comunicazione Pubblica
e Relazioni Pubbliche (Laurea Specialistica)*
Docente Responsabile: Prof. Francesco Pira

DIPENDE, DA CHE DIPENDE?

Giovani, salute e dipendenze

Ancona, Teatro delle Muse, 18 ottobre 2007

Internet e culture giovanili

di Francesco Pira*

...Un sacco di gente, soprattutto questo psicanalista che c'è qui, continuano a domandarmi se quando tornerò a scuola a settembre mi metterò a studiare. E' una domanda così stupida, secondo me. Voglio dire, come fate a sapere quello che farete finché non lo fate? La risposta è che non lo sapete. Credo di sì. Ma come faccio a sapere? Giuro che è una domanda stupida." (Il giovane Holden - J.D. Salinger)

Il giovane Holden era il precursore dei bamboccioni tanto citati dal Ministro Tommaso Padoa Schioppa? Partiamo da qui.

Premessa

Molto si è scritto e molto si discute del rapporto tra nuove e generazioni e tecnologie. In un recente lavoro di ricerca abbiamo intervistato i bambini dagli 8 agli 11 anni cercando di capire come si relazionano con i media e le nuove tecnologie e questo ci ha dato l'opportunità di tracciare l'identikit di questi bimbi, pre adolescenti che riescono a fare più cose contemporaneamente, di questa nuova generazione ipertecnologica che legge poco e telefona tanto, che studia non tantissimo ma chatta, va su internet e manda sms e mms.

I fratelli più grandi come emerge da una ricerca Doxa dell'inizio di quest'anno possiede un cellulare (i dati parlano di percentuali del 95,9% nella fascia di età compresa tra i 14 e i 17 anni) mentre il 78,7% dichiara di avere internet in casa e l'83% utilizza internet per la scuola e lo studio.

Amano Moccia e i suoi lucchetti e spendono da 50 a 70 euro al mese.

Questi sono i ragazzi nati con la multimedialità nel senso che utilizzano tutti questi media contemporaneamente, sono pienamente integrati nell'era della comunicazione permanente, multicanale, multitasking.

E se è vero, come affermano eminenti esperti, che la dimensione digitale sarà una delle componenti costitutive del XXI secolo, il tema è quello dell'educazione, della costruzione di una cultura della comunicazione digitale che non renda i giovani solo meri consumatori passivi di informazioni, media e *hardware*. Ma attivi, consapevoli, partecipativi, responsabili protagonisti creatori del loro futuro.

Ma di quali giovani stiamo parlando?

Insegno comunicazione pubblica e sociale all'Università di Udine, lavoro con i giovani li osservo nelle aule, dialogo con loro, discuto e progetto con loro. Da quattro anni vivo l'entusiasmante esperienza di direttore responsabile del giornale d'ateneo e da un anno, su delega del Magnifico Rettore Prof. Furio Honsell, coordino il progetto per la web radio d'ateneo. Giovani studenti, futuri professionisti che si sperimentano e utilizzano questi strumenti per trasformare le proprie idee in linguaggio, in comunicazione. Mi direte che è un osservatorio privilegiato. Lo è di certo, questo non vuol dire che non percepisca le contraddizioni. Sono bamboccioni come va tanto di moda dire in questo periodo?

Ha ragione Mark J. Penn quando definisce i ragazzi italiani come i *mammonis*: vitto e alloggio gratis, libertà d'orario, la macchina ogni volta che serve..." o sono vittime di questa società del precariato e dell'incertezza e della paura del futuro?

Sono futili, modaioli, impasticcati, tecnodipendenti?

Ho un figlio di diciannove anni che si sta cimentando con la scrittura. Qualche tempo fa incuriosito da una delle tante ricerche che ormai noi sociologi

sforniamo di continuo ha scritto un breve articolo che ha intitolato Una generazione di impasticcati: è la mia. Scrive:

“Secondo le stime del progetto ARNO, diffuse dall'Espresso proprio in questi giorni, una donna su 18 e un uomo su 33, tra i 19 e i 44 anni, fa uso di antidepressivi. Non solo: scopro che antidepressivi ed eccitanti sono i prodotti preferiti dai giovani dopo cocaina ed ecstasy. Una tragedia. Che tempi, che costumi! I ragazzi sono, di colpo, diventati molli, inetti, apatici, insicuri, scialacquatori e indolenti. Dove sono gli uomini, gli spartani, gli avanguardisti, i vincenti di una volta? Domanda retorica, ma mai quanto la questione sollevata dai nuovi nostalgici del mos maiorum. Il problema sono gli adolescenti del 2000?... Apprendo, quindi, di far parte anch'io di questa generazione di impasticcati, ma, cosa ancora più sconcertante, apprendo di essere un giovane. Sarà perché c'è qualcuno molto intelligente, qualcuno che è capace di demolire ciò che ha appena plasmato. Questo qualcuno sono io, siamo tutti. Noi che vogliamo una società sempre più specializzata, noi che facciamo sfilare i bambini, noi, bambini, che alleviamo degli adulti, i nostri figli. I figli di una società che molti definiscono malata, ma che ha in sé la sua malattia. Noi che creiamo le soubrette, le modelle e le letterine, sbaviamo dietro loro, e poi le chiamiamo puttane. Noi che finanziamo i campus per sviluppare gli ideali di competizione e di cameratismo. Noi che facciamo combattere i bambini. Abbiamo creato un mostro e ora vorremmo combatterlo senza psicofarmaci.

Le riflessioni di mio figlio mi hanno riportato alla mente un passaggio della filosofa Hannah Arendt che di contro alla possibile definizione e riconoscibilità del futuro affermava che “il mondo si rinnova quotidianamente per nascita, ed è continuamente trascinato nella vastità del nuovo dalla spontaneità dei nuovi venuti. Solo depredando i nuovi nati della loro spontaneità, del loro diritto d'iniziare qualcosa di nuovo il corso del mondo può essere deciso e previsto in senso deterministico.”

Si perché parlando di internet e culture giovanili in fondo di cosa stiamo discutendo se non di futuro e di come le nuove generazioni possono contribuire in modo proficuo alla nascita del nuovo e all'innovazione nel senso più ampio del termine.

Di fatto stiamo riportando la discussione entro i binari del confronto tra omologazione e comprensione.

La Arendt ci sta dicendo che il nostro compito è l'ascolto, la guida non la depredazione per trasformarli in “tubi digerenti” come dice Padre Zanolli. Si tratta di stabilire una relazione, di attuare la “libertà di dialogare..- perché solo in essa- il mondo appare quello di cui si parla, nella sua obiettività visibile da ogni lato.”

Bisogno di identità

Ripartiamo dal quesito iniziale, quale generazione? Zygmunt Bauman nel suo "Modus vivendi" affrontando il tema delle comunità urbane degli ambienti fisici e non solo, in cui viviamo afferma che " le città sono diventate le discariche di problemi concepiti a partoriti a livello globale...Come faceva notare Castells il segno sempre più evidente del nostro tempo è l'intensa produzione di senso e di identità: il mio quartiere, la mia comunità, la mia città, la mia scuola, il mio albero, il mio fiume, la mia spiaggia, la mia chiesa, la mia pace, il mio ambiente...Improvvisamente prove di difese contro il turbine globale, le persone ripartono da se stesse"

In quest'ultima affermazione già è possibile cogliere un primo aspetto legato al bisogno, come molti studiosi hanno evidenziato, di affermare la propria individualità e quella del gruppo di appartenenza attraverso l'uso delle tecnologie e di internet.

MMS, video autoprodotti, format televisivi di ogni tipo che giocano sulle leve della rappresentazione della propria identità sono solo alcuni degli esempi che abbiamo ogni giorno sotto gli occhi.

Globalizzazione e rischio omologazione

Tutto finisce nel grande contenitore internet dove tutto si mescola, dove le distanze si annullano e che appare come il simbolo stesso di quella globalizzazione di cui si è sopra accennato. Che fa sì, come dice Eugenia Parito , che la mangiamo col riso basmati o col kebab, la indossiamo con le sneakers e con le t-shirts, l'odoriamo, ce la spalmiamo sulla pelle, che ci arrivi dentro casa tramite quello che guardiamo e ascoltiamo, leggiamo nei media che utilizziamo; la ritroviamo nei grandi riti collettivi; la subiamo perfino nella standardizzazione dei sogni e dei desideri.

In questo senso si mostra il paradosso del bisogno di affermazione dell'io e dell'annullamento di distanze e culture che tende all'omologazione. Ciò significa anche utilizzo delle tecnologie come strumento di affermazione del possesso, inteso come simbolo di ricchezza, di non esclusione dalla società evoluta e contro la massa dei diseredati.

Dalla libertà di dialogare al linguaggio per dialogare con i giovani.

Per comprendere le culture giovanili è necessario soffermarsi sul **problema del linguaggio**, perché spesso gli adulti non riescono a parlare coi giovani con la capacità di interagire che loro si aspettano. Bisogna cercare di adottare linguaggi che rispettino il loro modo di essere senza essere però intrusivi. I linguaggi e gli strumenti che i ragazzi adottano vanno conosciuti e adoperati, bisogna cioè pensare ad un uso intelligente di blog, sms, mms,

social network, tenendo presente l'alto livello di imprevedibilità dei giovani ma anche l'alto livello di competenze che hanno in relazione a questi strumenti. In ogni caso, per attuare una comunicazione riuscita con dei giovani, è necessario:

1. attivare realmente la propria **capacità d'ascolto**, cioè sentire cosa i giovani vogliono che si comunichi loro.
2. in una realtà satura di messaggi e immagini come la nostra, è necessario avere un **piano strategico**, cioè avere un progetto a breve, medio e lungo termine.
3. fare dei **giovani i protagonisti** della comunicazione, tenendo presente la diffidenza che spesso i giovani hanno nei confronti delle istituzioni. Necessità quindi di un linguaggio non istituzionale.
4. **essere identificabili, credibili e autorevoli**.
5. cercare di instaurare **comunicazioni dirette e indirette**, per evitare di lasciare "buchi". Ciò significa che occorre instaurare processi comunicativi non solo affidandosi a dei media per arrivare al destinatario (modalità indiretta) ma anche cercando il contatto diretto con esso. Questo soprattutto per ridurre al minimo la distorsione del messaggio che può avvenire nel doppio passaggio: emittente/media, media/destinatario.

La comunicazione digitale

La prof.ssa Viveka Novak della Pennsylvania University in una recente intervista parlando di social media e di politica ha detto "Internet è croce e delizia... si trovano sia un gran numero di informazioni utili così come una gran quantità di disinformazione" e Steve Grove responsabile del canale news e politica di YouTube avverte che "oggi la barriera d'ingresso a internet è molto bassa ma sono molti gli utenti che non sono in possesso degli strumenti per interpretare le informazioni in modo adeguato."

Dunque la relazione tra internet e culture giovanili, ma non solo, si sviluppa attraverso la conoscenza, l'utilizzo e la creatività che consegue dall'interiorizzazione di forme nuove di comunicazione che generano nuove comunicazioni, nuovi modi di relazionarsi e di agire sociale.

Internet ha dentro tutto, cultura e informazione così come ignoranza e disinformazione, è strumento di relazione ma diventa media "tradizionale" quando utilizza i bisogni degli utenti per trasformarli in business e quindi in prodotto.

La chiave interpretativa gli strumenti di conoscenza sono essenziali. Le culture giovanili nascono e si diffondono in parte attraverso l'uso delle tecnologie e di internet in particolare. Modi e mode rimbalzano attraverso i gli snodi della rete, sono captati come il tam tam della giungla. Per questo devono diventare parte integrante dei percorsi educativi in famiglia come a scuola perché è solo attraverso la capacità di riqualificare il rapporto tra cultura e strumenti di diffusione e apprendimento che si può realizzare vera

cultura. Intendo dire che internet non è cultura in quanto tale è uno strumento capace di creare cultura e conoscenza che necessita per svilupparsi del contributo consapevole di chi vi partecipa. Le risposte fornite dagli intervistati all'indagine Doxa ci mostrano con tutta evidenza che vi sono attese diverse in funzione del ruolo e dell'età. I genitori al quesito su chi deve informare sui rischi di internet mettono al primo posto i mass media con il 35,4% e a seguire la scuola con il 26,1%. I giovani allo stesso quesito rispondono che vorrebbero avere queste informazioni dai genitori e dalla scuola 47%.

Intanto questa evidenza che come ci siano aspettative diverse e la cosa che dovrebbe fare riflettere di più è che a fronte di una deresponsabilizzazione del genitore che in qualche modo si chiama fuori e tira dentro proprio i tanto vituperati media tradizionali a cui è attribuito il ruolo di educatori, dall'altro i giovani che chiedono di trovare le risposte nei due luoghi riferimento per loro casa e scuola.

Questo mi fa tornare ad un dato che avevo letto con una certa sorpresa nell'indagine EUYOUPART voluto dalla Commissione Europea per comprendere i comportamenti e gli atteggiamenti dei giovani europei tra i 15 e i 25 anni rispetto alla politica (2003 – 2005). Ebbene il 45% dei genitori italiani del campione di 1000 giovani intervistati ha un livello di istruzione basso, la scuola elementare, contro il 30% circa di diplomati e il 10% di laureati.

Che cosa significa che siamo una generazione di ignoranti? In parte è così ma credo soprattutto che ci manchi come adulti la volontà di chiamarci in causa di fare lo sforzo come dicevo quando parlavo di linguaggi giovanili di comprendere e dunque di apprendere nuovi linguaggi per essere in grado di relazionarsi in modo corretto e per indirizzare come gli stessi giovani chiedono esplicitamente.

Allora quando Pier Vittorio Tondelli nel suo Sillabario uscito su Repubblica di martedì 9 ottobre chiedeva chi sono i giovani d'oggi? E concludeva il suo ragionamento affermando che "c'è in ballo anche la grande responsabilità degli organi di informazione e dell'establishment culturale, poiché se tutti noi offriamo ai più giovani soltanto schifezze, che cosa potremo mai chiedere in cambio?"

Questo a mio avviso è il nocciolo della questione. I giovani ci chiedono di essere all'altezza degli interrogativi che questo "mondo liquido" ci pone e forse non sono così felici di essere omologati come bamboccioni.

E per tornare a internet. Se è vero che l'utente è attivo, è autore, partecipante deve essere in grado di capire il senso vero della parola libertà che non passa per l'assenza assoluta di regole ma per la consapevolezza e responsabilità di sapere che stiamo condividendo informazioni, conoscenza con milioni di utenti della rete.

In questo senso le culture giovanili possono diventare motore di sviluppo perché promuovono ricerca e attuano nuove forme e nuovi modi e non nuove

mode. Vorrei qui sottolineare che a mio parere esiste una netta distinzione tra cultura giovanile e moda.

Creare video originali appartiene alla cultura, promuoversi artisticamente e commercialmente sul web fa parte del nuovo modo di relazionarsi e sfruttare la meglio le potenzialità delle tecnologie. Diverso è utilizzare lo strumento in violazione della privacy, o come luogo di aggressione o semplificazione.

Risulta evidente che se si costruisce un percorso di educazione di conoscenza si dà vita a cultura in caso contrario è solo massificazione e qualunquismo.

Per questo vorrei concludere citando G. K. Chesterton: *“se c'è qualcosa di peggio dell'odierno indebolirsi dei grandi principi morali, è l'odierno irrigidirsi dei piccoli principi morali”*.

Per dire che spesso ci capita di dire che i giovani non hanno i nostri grandi principi, ma non riusciamo a stargli accanto per coltivare i piccoli principi, come è nostro dovere. Li dotiamo di tutto, soprattutto di soldi e tecnologie, ma non riusciamo a stargli vicino perchè abbiamo troppo da fare.

Adolescenti digitali, bamboccioni, navigatori perversi di internet. Sono i nostri figli, i nostri studenti, i ragazzi che vediamo tutti i giorni. Non extraterrestri e se sono così è forse anche un po' colpa nostra.

*Docente di Comunicazione Sociale e di Teoria e Tecniche della Comunicazione Pubblica e Relazioni Pubbliche. E' ricercatore in sociologia dei processi culturali e comunicativi presso la Facoltà di Lingue e Letterature Straniere dell'Università degli Studi di Udine.

Giornalista , è Consigliere Nazionale dell'Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica. Opinionista dei quotidiani Messaggero Veneto e Affari Italiani e di numerose riviste specializzate, autore di numerose pubblicazioni. E' Responsabile della Radio Web d'Ateneo dell'Università di Udine e **Direttore Responsabile del periodico Il Gomitolo** realizzato dalle Associazioni Studentesche del polo di Gorizia dell'Università di Udine. Ha svolto numerose ricerche sul rapporto tra bambini media e nuove tecnologie. È stato ed è Consulente per la comunicazione di amministrazioni locali, provinciali e regionali, del Formez e di importanti strutture formative oltre che di rilevanti realtà del mondo del volontariato. Ha pubblicato tra gli altri: *Di fronte al cittadino* (Franco Angeli 2000), *La nuova comunicazione politica* (Franco Angeli 2004) con L. Gaudiano, *Come comunicare il sociale* (Franco Angeli 2005) e con V. Marrali *Infanzia Media e Nuove Tecnologie* (Franco Angeli 2007).

Mail: francesco.pira@uniud.it

Web site : www.francescopira.it