



ISSN: 2038-3282

Pubblicato il: Maggio 2020

©Tutti i diritti riservati. Tutti gli articoli possono essere riprodotti con l'unica condizione di mettere in evidenza che il testo riprodotto è tratto da www.qtimes.it
Registrazione Tribunale di Frosinone N. 564/09 VG

**The age reflected. The construction of juvenile subjectivity in 5.0 society
L'età riflessa. La costruzione della soggettività giovanile nella società 5.0**

di Donatella Cannizzo

Istituto Pantheon Design & Technology
donatellacannizzo4@gmail.com

Abstract

The gamble on the realisation of a 5.0 society will be played -in the first place- on the ground of the revaluation of postmodernity to reflect on a not entirely smoothed contradiction: on one side the unprecedented technological development and on the other side its aberration form an ethical and cultural point of view. The 5-0 social actor -the juvenile in particular- is at the center of a context characterized by strong technological anxieties yet not so inclined to embrace its formative and cognitive implications. My contributions means to deepen the top of a multimedial stratification that creates new needs and re-elaborates the everyday reality on a symbolic level.

Keywords: 5.0 society, postmodernity, juvenile socialization, age reflected, multimediality

Abstract

La scommessa sulla realizzazione di una società 5.0 si giocherà anzitutto sul terreno di una rivalutazione della postmodernità per riflettere su una contraddizione non del tutto appianata: da un lato uno sviluppo tecnologico senza precedenti e dall'altro la sua aberrazione dal punto di vista etico e culturale. L'attore sociale 5.0 - quello giovanile in particolare - si trova al centro di un contesto contrassegnato da forti tensioni tecnologiche ma non così propenso ad accoglierne le implicazioni di natura formativa e cognitiva. Il mio contributo vuole approfondire il tema della socializzazione giovanile di fronte allo sviluppo incessante di una stratificazione multimediale che crea nuovi bisogni e rielabora sul piano simbolico la realtà quotidiana.

Parole chiave: società 5.0, postmodernità, socializzazione giovanile, età riflessa, multimedialità

1. La tempesta comunicativa nella postmodernità: modelli di società 5.0

Le condizioni dell'epoca postmoderna poggiano le basi su un modello di *società reticolare* (Castells, 1996) immateriale, pluralistica e dominata dai media dove la realtà oggettiva viene rielaborata sul piano metaforico e autoreferenziale e le relazioni intersoggettive affidate sempre più spesso alla mediazione tecnologica e ai social network. Grazie a una tangibile alterazione del significato attribuito alle categorie di spazio e di tempo, la società postmoderna propone modelli alternativi che favoriscono il progressivo sgretolamento delle visioni dogmatiche in campo istituzionale, politico, culturale ed economico in favore di una concezione liquida e multiforme (Bauman, 2000).

Nella lenta ma inesorabile transizione della società postmoderna in società 5.0 echeggiano come sorprendentemente attuali le riflessioni di Jean Baudrillard sul ruolo delle tecnologie della comunicazione che, sempre più pervasive e ambigue, strutturano una sorta di *iperealtà digitale* costituita da modelli, codici e immagini artificiali che vanificano ogni distinzione tra il mondo reale e quello dell'immagine mediata coinvolgendo la persona in un processo di acquisizione e modifica di conoscenze, competenze e abilità (Baudrillard, 2008).

Se, oltre al ruolo egemone delle nuove tecnologie, i tratti distintivi dell'epoca postmoderna sono contrassegnati da *caos* e *complessità sociale*, la nascente società 5.0 sembra essere pervasa da una sorta di nuovo umanesimo che mette l'attore sociale - soprattutto quello giovanile - al centro delle proprie dinamiche esistenziali e scommette sulla forza dirompente e positiva della multimedialità.

Nella visione paradigmatica di un'organizzazione 5.0 il concetto di comunicazione viene spesso affiancato da quello di apprendimento che si struttura in uno scambio dinamico e mai scontato di conoscenze, competenze e abilità affidato a ciascun soggetto all'interno della propria esperienza individuale e relazionale. L'apprendimento non è più un meccanismo

unidirezionale affidato a una fonte emittente e rivolto a un ricevente poiché i soggetti coinvolti sono entrambi sia emittenti che riceventi, impegnati nella costruzione collettiva e condivisa del significato su livelli diversi di formalizzazione, consapevolezza e intenzionalità (Paccagnella, 2010).

Il *knowledge divide* della società 5.0 sembra pertanto risiedere nella palese antinomia tra un'accelerazione tecnologica che non accenna a rallentare e una *media education* poco sviluppata che non consente ancora un approccio ottimale per superare gli ostacoli che riguardano l'orientamento culturale nonché l'atteggiamento da perseguire nei meandri della rete. *Haters* e *fake news* continuano a imperversare sul web e nei social network per non parlare di risvolti decisamente più aberranti come il *sexting*, il *body shaming* e il *cyber bullismo* tanto da lasciare supporre che invece di chiamare in causa il *divario digitale* bisognerebbe concentrarsi sul *rallentamento intellettuale*.

Non è infatti scontato supporre che a una presenza incontenibile delle tecnologie mediatiche corrisponda un'adeguata conoscenza dei loro meccanismi, sistemi e potenzialità. A fronte di un progressivo aumento della dotazione tecnologica - *devices* mobili in particolare - delle famiglie italiane in cui sono presenti minori ¹ non appare così ovvio l'adeguamento sul piano educativo e cognitivo da parte dell'agenzia cardine della formazione giovanile. Solo pochi enti e/o associazioni culturali insegnano ai genitori come interagire con i propri figli sul piano di una corretta navigazione *on line* e soprattutto come arginare entro confini sicuri una sovraesposizione mediatica sempre più dirompente. Esistono numerosi rapporti di ricerca e analisi di specialisti del settore che dispensano consigli sul sano utilizzo dei media da parte di giovani e adulti ma non vi sono dati sul livello di *educazione ai media* da parte delle famiglie che sono le dispensatrici più generose di tablet e smartphone. Un esempio virtuoso di mobilitazione a favore di questo tema è stata l'iniziativa *Genitori connessi* iniziata in via sperimentale nell'anno scolastico 2015-2016 con un progetto pilota che, nel giro di qualche anno, ha coinvolto i genitori di ragazzi tra i 7 e i 12 anni d'età dei dodici istituti comprensivi di Reggio Emilia. Gli incontri hanno permesso non solo di arricchire il bagaglio di esperienze digitali dei genitori, ma anche di farli riflettere sui modi con cui queste attività possono essere integrate con l'esperienza formativa e didattica dei propri figli. ²

Il tema della responsabilità genitoriale si fonde inesorabilmente con quello del *digital divide* nel momento in cui varca i confini nazionali per esplorare la ricerca *made in USA*, Australia e Regno Unito. In questi Paesi il dibattito si è manifestato più precocemente che in Italia e rimane tuttora acceso, ma all'interno di un quadro strategico che, in particolar modo negli Stati Uniti, assume le sembianze di un processo vero e proprio che vede i due contendenti fronteggiarsi: la Generation Z e gli adulti ³.

I *post-millennials* sono l'oggetto privilegiato di molte ricerche non tanto per l'aspetto relativo alla strutturazione della loro identità in rete, quanto per il loro facile coinvolgimento in pratiche pericolose e in palese contrasto con l'autorità parentale nelle modalità di approccio

¹ Il Rapporto Censis 2019 sulla situazione sociale del Paese sostiene che all'aumentare dei minori in famiglia aumenta la dotazione tecnologica.

² L'iniziativa è stata presentata il 3 febbraio 2020 nell'ambito del Convegno organizzato dal Miur: *Media education: più consapevolezza, più opportunità, più futuro*.

³ La Generazione Z o *post-millennials* indica i ragazzi appartenenti alla classe di età compresa tra il 1995 e il 2010 caratterizzata da una precoce e dirompente socializzazione digitale.

alla *comunicazione istantanea* e nella condivisione dei contenuti (Boyd-Ellison, 2010). C'è tuttavia un aspetto su cui la ricerca anglosassone e americana si fa sempre più pressante: il gap generazionale. La maggior parte degli studi analizzati si concentra infatti sulla necessità del controllo parentale sul comportamento *online* degli adolescenti. La ricerca USA ha fornito dal 2012 ad oggi risultati compatibili con le rilevazioni italiane in merito alla diffusione del fenomeno, ma mentre l'oggetto della ricerca italiana è costituito dalle peculiarità espressive e relazionali dei giovanissimi iperconnessi, gli adulti americani - poco presenti in famiglia e poco avvezzi sul piano tecnologico - sembrano essere gli imputati principali della scarsa consapevolezza giovanile dei pericoli incombenti nella rete. Le analisi sottolineano come, essendo nati e cresciuti in una dimensione sociale e culturale prettamente tecnologica, gli adolescenti siano più esperti dei loro genitori che, proprio per questo, si sentono in palese difficoltà nel fornire ai propri figli la guida necessaria e di conseguenza nel rafforzare la loro *consapevolezza digitale*. Avere derogato ai media gran parte delle prerogative assegnate al nucleo familiare sembra essere uno dei principali motivi di una linea di condotta spesso rischiosa dei giovanissimi (Paciello - Tramontano - Nocentini - Fida - Menesini, 2019).

La linea di analisi registrata negli Stati Uniti, nel Regno Unito e in Australia è sicuramente più pragmatica che in Italia perché mira anzitutto ad affrontare i problemi legati al controllo e alla sicurezza di una futura società 5.0 in cui i cittadini digitali - quelli più giovani in particolare - si muoveranno entro un quadro etico e normativo ben delineato.

Nelle ricerche esaminate, infatti, il ritratto che emerge è quello di un adolescente iperconnesso *-on line* in media 5 ore al giorno- che non incontra tra le pareti domestiche grossi ostacoli alla sua estenuante navigazione sui social network, nonostante tre genitori su quattro affermino di avere avuto una conversazione sulle modalità di sicurezza del web con i loro ragazzi. Gli autori sottolineano inoltre come la conseguenza più evidente della *disconnessione dei genitori* sia la reiterazione di azioni inappropriate dei propri figli come, ad esempio, download e streaming pirata di materiale audio e video; violazione di altri account dei social media; falsificazione di test scolastici.

Nei Paesi anglosassoni e in Australia, il tema della sicurezza è affrontato a livello istituzionale e riguarda anche la scuola. A partire dal 2005, in Australia il governo si è affidato a *Cyber Smart*, un programma nazionale di educazione alla sicurezza informatica gestito dall'*Australian Communications and Media Authority* (ACMA) specificamente progettato per dispensare consigli pratici agli educatori. L'attività di informazione gestita dal programma si rivolge soprattutto ai bambini, aiutandoli a gestire il proprio account sui social media per evitare forme precoci di bullismo, *sexting* e altre pratiche più adulte. Anche nel Regno Unito dal 2015 il programma istituito dalla Commissione Europea *Safer Internet Centre* si pone tra i principali obiettivi lo sviluppo di nuove risorse educative e di sensibilizzazione per i genitori sul tema non secondario dell'impatto a lungo termine sulla *reputazione digitale* dei propri figli.

La responsabilità genitoriale come fulcro educativo dei futuri cittadini attivi e responsabili nella nuova configurazione sociale 5.0 cominciava ad essere analizzata nel 2010 anche dall'Istat in un periodo di forte espansione mediatica in cui il contesto familiare si distingueva

già come principale fornitore di apparecchiature ultramoderne, ma poco avvezzo all'approfondimento dell'utilizzo reale della rete da parte dei minori coinvolti⁴.

I protagonisti di questa contraddizione incolmabile tra il potenziamento della tecnologia e il più lento fluire dei valori e degli stili di vita sono proprio i membri più giovani del nucleo familiare, precursori e leader indiscussi del consumo di *smartphone*, dispositivo digitale che più di ogni altro incarna il ruolo di vero *driver* della rivoluzione compiuta dal sistema dei media negli ultimi anni⁵.

2. L'età riflessa: socializzazione giovanile e multimedialità

La rapida diffusione delle tecnologie multimediali e della comunicazione *postmoderna* è strettamente legata a quella di una nuova figura di adolescente che, stando ai dati degli ultimi rapporti Istat e Censis già citati, manifesta elevati livelli di competenze digitali e tecnologiche. Questi si palesano anche nella pratica autoreferenziale della *tv fai da te* attraverso il web e grazie alle modalità *smart* e *mobile* che trasformano l'icona mediatica per eccellenza, alterandone la dimensione spaziale che da fissa diventa variabile sovrapponendosi spesso ad altre attività per approdare a nuovi significati di visione ibridi e *crossmediali*.

Un'interazione così intima con lo schermo alimenta l'ipotesi secondo cui l'esperienza che il giovane accumula nel suo contatto quotidiano con le fonti medialità vecchie e nuove sia più che altro evocativa di un'esistenza vissuta prevalentemente nei luoghi virtuali e nelle vie telematiche, quasi a delineare un universo riflesso speculare a quello reale.

Quello che nella società postmoderna veniva denominato *processo di mediatizzazione* si sta evolvendo in uno sconfinamento di compiti e prerogative assegnati ai media che comincia a configurarsi con l'aspetto tangibile di una progressiva *scomparsa dell'infanzia*. L'infanzia come categoria sociale non esiste più: è stata sostituita dalla preadolescenza proprio in virtù della presenza massiccia di internet, tablet e *smartphone* che ha modificato in maniera integrale le fasi salienti dell'età evolutiva anche nei settori dell'abbigliamento, del linguaggio e degli approcci interpersonali. La formazione dei più giovani è delegata oggi al contributo informale dei media e dei nuovi strumenti tecnologici e la costruzione della soggettività giovanile avviene grazie a un interscambio costante con la realtà mediatizzata più che tramite il contatto con le tradizionali agenzie della socializzazione. Essere sempre connessi, in contatto con il proprio mondo di riferimento rappresenta una normale attitudine, una forma abituale di comunicazione tra pari oltreché una contestuale tensione verso l'autonomia e l'individualizzazione di ciascun nuovo adepto alla socializzazione 5.0.

Gli aspetti di una formazione giovanile affidata in maniera sempre più esclusiva a chi, ponendosi al centro delle proprie pratiche di apprendimento e di consumo, riesce a forgiare *on line* la/le propria/proprie identità rischiano di provocare forme di interazione virtuale più forti di quelle reali. In assenza di un confronto con altre fonti informative ma, soprattutto, senza quella mediazione esercitata da figure istituzionali in grado di rappresentare una valida

⁴ Ulteriori dati di contesto sono contenuti nella *Indagine Multiscopo: Cittadini e nuove tecnologie* (Istat, 2010).

⁵ Gli under 30 sono passati da un'utenza pari al 26,5% nel 2009 all'86,3% del 2019 (*Rapporto Censis 2019 sulla situazione sociale del Paese*).

guida, il neo-socializzando potrebbe scontrarsi con situazioni quali l'isolamento passivo, la perdita di autonomia e l'eterodirezione dei contenuti (Cannizzo, 2014).

A conferma ulteriore del trend relativo a forme di adultizzazione precoce si registra l'incremento degli utenti del social network *Tik Tok* che ha quadruplicato i propri accolti arrivando nel 2019 a registrarne 6,4 milioni (Rancilio, 2020)⁶. Il problema è che il social, destinato a un'utenza di età compresa tra i 9 e i 12 anni che comunica tra di loro tramite brevi video autoprodotti, registra una larga presenza di soggetti adulti (il 54,7% degli utenti in Italia ha più di 35 anni). Mentre le bambine scimmiettano le movenze sensuali delle *popstar* del momento, i maschi si sfidano virtualmente in prove di resistenza in un'atmosfera che trascende spesso nella morbosità e volgarità a uso e consumo di un pubblico post adolescenziale le cui intenzioni possono rivelarsi non del tutto innocenti come nel caso della scoperta di una rete di pedofili che si scambiava video rubati proprio dal social in questione.

Il declino delle aspettative sull'infanzia e l'adolescenza risulta essere il risultato più lampante della rivoluzione cognitiva contrassegnata dall'incalzare delle tecnologie digitali, dalla multimedialità e da un contesto familiare fortemente digitalizzato in cui bambini e giovanissimi muovono i *primi passi* nella prospettiva di affacciarsi in un nuovo *habitat* - la società 5.0 - contrassegnato da sinergie inedite con l'intelligenza artificiale, l'auto-apprendimento e un comportamento in rete più responsabile. E' proprio l'aspetto della crescente diffusione di tablet e smartphone negli ambienti domestici che impone alla ricerca sociologica una riflessione tempestiva sul contatto precoce dei bambini di età compresa tra i 3 ed i 5 anni con le nuove tecnologie. Il tema era già assurdo ad argomento autonomo di analisi in molti paesi europei e negli Stati Uniti a partire dal 1999 - anno di svolta per l'incremento del consumo dei dispositivi elettronici da parte dei minori - anche se è il periodo 2010-2016 quello ad essere considerato più prolifico per la ricerca empirica.

Se negli USA gli studi compiuti intorno al 2012 rilevavano già l'ampia diffusione nell'uso casalingo del web da parte dei bambini di 5 anni, qualche anno più tardi anche l'Ofcom Study (UK) ha evidenziato come il 28% dei *toddlers* dai 3 ai 4 anni sfrutti il tablet interagendo con *app* ludico-didattiche suggerite dai genitori ma gestite in totale autonomia⁷. Nelle ricerche sociologiche statunitensi le ipotesi della *scomparsa dell'infanzia* e dell'utilizzo precoce dei *new media* sono in molti casi suffragate da una visione specificamente ecologica che assimila i media non solo a strumenti attraverso cui comunicare, ma ad ambienti simbolici - insieme di forme culturali e tecnologiche - in cui ogni famiglia è di fatto inserita che contribuiscono a plasmare le interazioni sociali che si instaurano in ogni comunità (Granata, 2015).

Uno scenario così delineato richiede tempi e modi più decisi nell'adeguamento dei paradigmi basilari dell'apprendimento e della formazione da parte di scuola e famiglia. Le agenzie più importanti della socializzazione sono chiamate a gran voce a testimoniare il passaggio da una società postmoderna rarefatta e frammentata a una 5.0 incentrata su un attore sociale forte,

⁶ I dati sono stati diffusi attraverso DataMediaHub dall'agenzia di marketing Sensemakers

⁷ Dalle ricerche del Joan Ganz Cooney Center sul processo di alfabetizzazione digitale dei bambini (<http://www.joanganzcooneycenter.org>) a quelle condotte dall'autorità competente per le società di comunicazione nel Regno Unito OFCOM, il tema dominante è sempre incentrato sul rapporto genitori-figli (<http://www.ofcom.org.uk>).

competente e in grado di dominare l'apparato mediale con senso critico e approccio etico dove l'accesso ai nuovi media non provochi disuguaglianze culturali e sociali, ma unisca le generazioni in un arricchimento reciproco e in una valutazione positiva delle tecnologie che aiutano ad affrontare meglio la vita quotidiana.

La soluzione ai problemi sollevati in letteratura da una sovraesposizione multimediale può venire unicamente da una ri-educazione alla elaborazione dei messaggi da affidare agli strumenti tecnologici e da una rinnovata visione del *policentrismo educativo* grazie all'ausilio della *media education* che sottolinei l'importanza di un reale coinvolgimento degli adulti - genitori e insegnanti - nell'atto della decodifica dei contenuti digitali e soprattutto nella capacità di mediazione tra i giovani internauti, la visione culturale e la società (Rivoltella, 2008; Jenkins, 2010; Buckingham, 2019).

Il sistema educativo in particolare dovrà farsi carico di investimenti sempre più cospicui nelle tecnologie ausiliarie all'insegnamento tradizionale per bilanciare l'adeguamento tra l'utilizzo scolastico e quello extrascolastico degli strumenti informatici e telematici e concedere una reale opportunità formativa ai nuovi apparati tecnologici in una mediazione ininterrotta tra mondo virtuale e mondo reale.

3. La (smart) TV delle aspettative: percorsi multimediali di socializzazione

Uno dei punti focali della configurazione 5.0 è l'approccio costante della multimedialità come risorsa per i più giovani che, come già anticipato nel capitolo 1, approfittano dei dispositivi ultramoderni per dedicarsi alla visione dei loro programmi televisivi preferiti in qualunque momento della giornata e in qualunque ambiente. Il giovane 5.0 guarda ancora la tv? Sì, ma in versione *mobile* e rigorosamente in *streaming* come testimonia il dato Censis secondo cui il 47,8% delle famiglie in cui vive almeno un minore ha in casa una smart tv o dispositivi esterni che consentono di collegarsi al web.

Una modalità di fruizione televisiva così autarchica rivela che le competenze di apprendimento digitale della nuova generazione sono da inscrivere in un più complesso meccanismo di comunicazione trasversale che, facendo leva sul medium di maggiore *appeal*, innesca un modello di realtà riflessa e speculare i cui contenuti appaiono fortemente orientati alla creazione di aspettative e di pseudo-fenomeni a esclusivo uso e consumo giovanile.

Il giovane fruitore 5.0 si trasforma in spettatore di un groviglio sempre più intricato di atteggiamenti, modelli e stili di vita evocati da precise strategie di marketing multimediale. L'elemento cui vanno dedicate più riflessioni è quello relativo non solo al cambiamento del modo di fare tv, ma anche e soprattutto alle modalità social e interattive di quasi tutti i programmi presenti sui palinsesti che attivano meccanismi di feedback comunicativi talmente efficaci da trasformare ogni spettatore in complice: il pubblico giovanile non solo interagisce sempre più efficacemente con le dinamiche della trasmissione, ma ne diventa il vero interprete.

Le principali metafore che ispirano oggi la drammaturgia mediatica sono costituite dalla *reality-tv* e dalla *expectation-tv* e vanno indagate in parallelo alle trasformazioni dell'immaginario collettivo e dell'agire di consumo giovanile: è la strategia comunicativa di MTV.

Nato in Italia nel 1997 per trasmettere quasi prevalentemente videoclip rivoluzionando il panorama televisivo del recente passato, il network rappresenta l'esempio più lampante di

adeguamento progressivo al sistema digitale e alla convergenza tecnologica, superando con abilità le barriere culturali tra vecchio e nuovo e incarnando il prototipo di canale tematico concepito per un uditorio giovane ed esigente. Dopo il successo nella tv analogica, nel 2015 MTV viene venduto a Sky e nel 2016 approda anche sul digitale terrestre. I suoi programmi - reality show, musica e documentari sulle star del web - sono trasmessi 24 ore su 24 e disponibili anche in *streaming on demand* direttamente sul sito ufficiale.

Nei *docu-reality* che affollano il network i protagonisti di *Geordie Shore*; *Catfish: false identità*; *Ricchezza*; *16 anni e incinta*; *Ginnaste: vite parallele* si muovono, come il loro pubblico, entro uno spazio sociale fortemente digitalizzato, precocemente adulto e parallelo al vissuto quotidiano. Lo *storytelling* di MTV scorre senza confine alcuno fra pubblicità, informazione, intrattenimento e finzione grazie all'assemblaggio tra i diversi generi e i dispositivi comunicativi in cui la contaminazione reciproca appare scontata.

Anche in questo frangente le forme della realtà vengono artificialmente *manipolate* dalla regia che si avvale del materiale a sua disposizione per focalizzare e rielaborare immagini ricche di drammaticità - esercizi ginnici e competizioni molto difficili - e tensione - pianti, litigi, effusioni - grazie ai processi di affabulazione e ritualizzazione in atto nelle dinamiche fra i generi che rendono pubblico e divulgabile ciò che non molto tempo fa era considerato privato, intimo e inviolabile. MTV ha costruito in laboratorio un format che avvolge la realtà quotidiana come un bozzolo in cui vengono generati fenomeni la cui esistenza al di fuori del piccolo schermo sarebbe inconsistente.

Effettivamente assistiamo già da qualche tempo anche sui canali satellitari e del digitale terrestre a una copiosa rappresentazione di *reality* e *talent show* incentrati proprio sulle aspirazioni giovanili di diventare famosi e sulla precisa volontà di ascendere con coraggio e ostinazione la vetta del successo: il ruolo della famiglia è subordinato a quello del gruppo amicale e la tecnologia -lo *smartphone* in particolare- diventa un accessorio tangibile per filmare situazioni, chattare in autonomia e testimoniare i momenti *clou*. Reality e *talent show* quali *Amici*, *Grande Fratello*, *X Factor* e *Uomini e Donne* sono concepiti al fine di stimolare identificazioni e consensi nella platea giovanile grazie a una produzione mediale di aspettative a uso e consumo dell'industria culturale, spazio aperto nella sperimentazione di nuovi percorsi di socializzazione.

La *televisione delle aspettative* mette a disposizione del proprio interlocutore privilegiato un esclusivo *modello comunicativo* al fine di rappresentare figure vincenti di giovani e adulti che, in un'ascesa ideale dal *basso* della vita di tutti i giorni verso l'*alto* del palcoscenico, mettono in gioco la propria immagine (*Uomini e donne*; *Grande fratello*; *Ricchezza*; *Geordie Shore*) o il proprio talento (*Amici*; *X Factor* e *Ginnaste*) diffondendo al target di riferimento sentimenti e bisogni incentrati sulla realizzazione di speranze, attese e desideri (Cannizzo, 2003).

Conclusioni

La rivoluzione tecnologica è già in atto. Le forme immanenti dell'accesso ai *new media* sono funzionali all'espletamento di ciascuna funzione in cui veniamo coinvolti: in uno scenario non troppo futuribile le competenze digitali sono assimilabili alla nuova alfabetizzazione. La società 5.0 non può e non deve coglierci impreparati anche se gli argomenti fin qui esposti paaventano ancora una certa resistenza alla cultura tecnologica dovuta soprattutto alla frattura giovani-adulti. Il panorama di riferimento suggerisce che i termini della questione non risiedono tanto sui temi dell'adattamento generazionale quanto sulle opportunità concesse a ciascuno di accedere a una società più avanzata. Se i giovani ne costituiscono la parte più superficialmente illuminata, l'atteggiamento prudente e riluttante degli anziani verso una realtà che non sempre viene loro sufficientemente resa comprensibile si sta lentamente modificando a interpretare il bisogno non solo di non sentirsi isolati ma anche quello di non perdere autorevolezza e prestigio socio-culturale. Gli over 65 infatti restano i meno avvezzi al progresso tecnologico, ma la loro sfida nei confronti del nuovo viene compiuta a partire dal tradizionale e rassicurante medium televisivo che sempre più spesso è dotato di dispositivi di ultima generazione che consentono anche agli spettatori meno giovani livelli multimediali di interazione. Sul versante opposto rintracciamo l'atteggiamento positivo e fiducioso delle nuove generazioni sempre più precoci nell'avvicinarsi al mondo delle nuove tecniche, ma poco formati alla coltivazione del senso critico in un sistema sociale che si presta alle più disparate contraddizioni. Il rapporto Istat sul livello di dotazione tecnologica delle famiglie italiane disegna una situazione idonea per compiere il *passaggio al futuro* potendo soprattutto contare su una generazione *in fieri* di cittadini digitali 5.0 già altamente contrassegnata dall'utilizzo della rete fin dalla più tenera età come si evince dalla figura 1.



Figura 1: La diffusione della tecnologia in famiglia. Fonte: nostra elaborazione su dati Istat

Mai come in questo periodo in cui il distanziamento sociale è la prima regola per contrastare la diffusione del Covid 19, il ruolo dei mezzi di comunicazione - analogici ma soprattutto digitali - si integra perfettamente all'interno di ogni nucleo familiare e sembra finalmente conciliare le divergenze digitali intergenerazionali. Giovani e adulti si confrontano e si supportano quotidianamente per arginare la crisi relazionale ed emotiva in cui ciascuno è coinvolto, dall'espletamento dello *smart working* alle modalità di *e-learning* fino alla celebrazione di veri e propri riti collettivi associati alle news e all'intrattenimento⁸. Ancora oggi possiamo prendere in prestito la brillante teoria McLuhaniana *il medium è il messaggio* nel momento in cui è proprio grazie alle capacità dirompenti del web che, a prescindere dal contenuto veicolato, stiamo riuscendo ad arginare l'isolamento sociale condividendo e scambiando contenuti di ogni tipologia, dallo sport alla scienza. Non è peraltro sufficiente possedere uno o più media - intesi come dispositivi tecnologici - per sfruttare al meglio le enormi potenzialità della rete in tempo di crisi ma sono proprio i fruitori più giovani che stanno utilizzando i *devices digitali* per proseguire, ad esempio, i propri studi in maniera alternativa e sperimentare in modalità formativa di *edutainment* modelli di resilienza e socializzazione digitale. La tematica di un'innovazione tecnologica consapevole e diffusa non può prescindere dalla messa in atto di precise metodologie di apprendimento che, sul piano dei contenuti, servono a contrastare la diffusione di codici comunicativi improntati su disvalori e pratiche aberranti. Solo se ciascun fruitore - giovane o adulto - saprà comparare con attenzione le diverse fonti informative e combinare tra loro le modalità di formazione e socializzazione più tradizionali con quelle più innovative potrà assumere con orgoglio il ruolo di protagonista principale della società 5.0.

Riferimenti bibliografici:

- Castells M. (1996). *La nascita della società in rete*. Milano: Egea.
- Bauman Z. (2000). *Modernità liquida*. Milano: Laterza.
- Baudrillard J. (2008). *Simulacri e impostura. Bestie, beaubourg, apparenze e altri oggetti*. Roma: Pgreco.
- Paccagnella L. (2010). *Sociologia della comunicazione*. Bologna: Il Mulino.
- Meyrowitz J. (1995). *Oltre il senso del luogo. Come i media elettronici influenzano il comportamento sociale*. Bologna: Baskerville.
- Boyd D., Ellison N. (2010). Social network sites: Definition, history and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Pennsylvania State University.
- Paciello M., Tramontano C., Nocentini A., Fida R., Menesini E. (2020). The role of traditional and online moral disengagement on cyberbullying: do externalizing problems make any differences?. *Computers in Human Behavior*. Coventry University.
- Cannizzo D (2014). L'età riflessa: preadolescenti, new media e vite parallele. *In-Formazione* n.12, Roma: Falzea editore, pp.112-123
- Rancilio, G (2020). Perché il successo di Tik Tok dovrebbe farci pensare, *Avvenire.it*
- Granata P. (2015). *Ecologia dei media. Protagonisti, scuole, concetti chiave*. Milano: Franco Angeli.

⁸ Una vera e propria platea mediatica -17 milioni e mezzo di italiani- si è riunita davanti al teleschermo lo scorso 27 marzo 2020 per assistere alla preghiera del venerdì santo di Papa Francesco in una Piazza San Pietro vuota e silenziosa.

- Rivoltella, P.C (2008). *Educazione e nuovi media. Diritti e responsabilità verso una cittadinanza globale*. Milano: Mondadori Educational.
- Buckingham D. (2019). *The media education manifesto*. Cambridge: Polity Press.
- Jenkins H. (2010). *Culture partecipative e competenze digitali*. Milano: Guerini.
- Cannizzo D. (2003). *Saranno famosi. La produzione mediale delle aspettative giovanili*. Roma: Eucos.