

Net Generation Come si cambia il mondo con i «social network»

La via digitale porta alla Casa Bianca

! GIANFRANCO MARRONE

Riconosciamolo: i nuovi media sono vecchissimi. Il computer, che li ha generati risucchiando e riprogettando quelli vecchi (radio, tv, cinema), esiste da sempre: alla stregua del frigorifero, della lavatrice, dell'automobile. Internet è per noi come lo specchio di Alice: sta lì e aspetta che attraversiamo il display di un qualsiasi aggeggio tecnologico per entrarvi e iniziare a vivere, imparare, giocare, pensare, incontrare e dialogare con gli altri. Il telefono cellulare ci fa da sveglia al mattino, illumina le nostre incursioni notturne in giro per casa, ci fornisce le prime informazioni su quel che è accaduto durante il riposo, ci fa da navigatore verso le nostre mete quotidiane. Per non parlare dei social network, Facebook in testa, luoghi naturali dove metterci in gioco, condividendo amori e tradimenti, nostalgie e desideri, trasgres-

Il presidente Obama rappresenta le virtù dei nuovi media: l'inchiesta del sociologo canadese Tapscott

sioni e intimità: barattando il mito borghese della privacy con brandelli di identità individuale e collettiva.

Basta mettersi nella prospettiva di chi parla di tutto ciò, rivendicandolo ed esponendolo a chi, estraneo e terrorizzato, non sa e non vuol capire. Si tratta della Net Generation, quella dei cosiddetti

«nativi digitali», di coloro i quali, nati negli ultimi vent'anni, hanno verso le tecnologie comunicative e informatiche una dimestichezza assoluta. Riuscendo non solo farle funzionare perfettamente ma a farle interagire fra loro, a gestirne parecchie nello stesso tempo, a reinventarle di continuo. È finita, scrive il sociologo canadese Don Tapscott, non solo l'epoca dei «baby boomers», cresciuti nell'epoca della floridezza economica, ma anche quella della «generazione X», ripiegata su se stessa e priva d'ideali. Ed è arrivata l'età della «net generation», per la quale l'uso dei media non è né aleatorio né problematico ma costitutivo, una sorta di seconda natura con la quale convi-

vere, usandola a proprio uso e consumo. Così, se un «baby boomer» andava a vivere in una comune e l'esponente della «generazione X» restava da fannullone a casa coi genitori, il rappresentante nella «net generation» fa le due cose insieme: mette su casa con amici e conoscenti per risparmiare sulle spese d'affitto e di gestione, mantenendo con la famiglia un dialogo continuo, entrando e uscendo dalla sua stanza da ragazzino con la medesima frequenza con la quale si connette in rete.

In questi ultimi decenni, mentre schiere di studiosi e opinionisti si arrovellavano circa il senso da attribuire ai vari strumenti di comunicazione, i ragazzi venivano su usandoli alla perfezione, consumandone i contenuti, personalizzandoli e trasformandoli, adattandoli al-

le loro esigenze quotidiane, alle loro aspirazioni, ai loro sogni. Secondo Tapscott, che ha condotto una vasta inchiesta fra i giovani dei principali Paesi avanzati, c'è di che essere ottimisti. E soprattutto non c'è nulla da temere. Non solo i ragazzi di oggi, grazie alle tecnologie a loro disposizione, sanno gestire perfettamente la propria vita, ma addirittura stanno cambiando il mondo. O quanto meno potrebbero farlo, e noi con loro, se solo li si ascoltasse, li si comprendesse, li si considerasse. Avrebbero così qualcosa da insegnarci in molteplici campi, come la scuola e l'istruzione, la famiglia, l'azienda e il mondo dei consumi, la politica.

Tapscott, da avvertito uomo di marketing, insiste sul fatto che la «net generation» è portatrice di valori positivi come l'integrità, la collaborazione, l'innovazione, la capacità critica, ma anche la libertà e il divertimento, la voglia di fare insieme. Vivere su Facebook, chattare, partecipare ai blog, aprire forum di discussione non sono passatempi da sciocchi, come ancora troppa gente ritiene, ma proprio il contrario: significa fare rete, essere inter-

Una palestra di valori: l'integrità, la capacità critica, l'innovazione, ma anche la libertà e il divertimento

connessi, socializzare. Se Internet è una rete non è perché mette in collegamento milioni di siti-vetrina (com'era nella sua prima versione), ma perché (nella sua seconda versio-

ne) fa in modo che le persone siano in continuo contatto fra loro, facciano gruppo, massa critica. E se qualcuno ancora pensa che tutto ciò sia banale simulazione, vita virtuale, esperienza fittizia, gli esempi con cui controbattere potrebbero essere tanti. Uno per tutti, che ha un nome e cognome: Barack Obama, presidente verissimo nato dai social network.



→ **Don Tapscott**
→ **NET GENERATION**
Come la generazione digitale sta cambiando il mondo
→ **Franco Angeli**, pp. 316, €39



Don Tapscott