

La sfida educativa

A.A. V.V.

Educare ai tempi di Internet

Imparare, proporre e crescere nella rete



Collana **LA SFIDA EDUCATIVA**

Giuseppe Savagnone - Alfio Briguglia, **Il coraggio di educare**

Sandro Ferraroli, **Educare si può**

Giuseppe Belotti - Salvatore Palazzo, **Genitori, la sfida educativa**

Aa.Vv., **Educare ai tempi di Internet**



© 2010 Editrice ELLEDICI - 10096 Leumann TO

E-mail: mail@elledici.org

ISBN 978-88-01-04546-8

Introduzione

«Ma insomma, Internet è buono o cattivo? C'è chi dice che può essere usato per gli scopi più malvagi. Per scaricare immagini orribili e oscene o istruzioni per fabbricare bombe. Altri però raccontano come si sono salvati trovando nel web informazioni sulla malattia rara di cui soffrivano. Dobbiamo sempre ricordare che ogni cosa importante e potente può essere usata per il bene o per il male. I motori possono far andare un'ambulanza ma anche un carro armato; quindi ciò che sarà di Internet dipende soltanto da noi.

Il web è uno strumento per comunicare. Grazie alla rete possiamo conoscere gli altri, capire davvero che cosa dicono e da dove vengono. Internet può aiutare le gente a comprendersi. Pensate alle cose brutte che sono successe tra le persone che conoscete. Quasi tutte sono accadute per scarsa comprensione degli altri. Anche le guerre scoppiano così.

Usiamo la rete per creare cose nuove ed entusiasmanti. Usiamo il web per far conoscere le persone tra di loro» (disse Tim Berners-Lee, uno degli inventori di Internet, nel 1988).

La sfida di Internet sollecita a decidere come crescere in umanità, libertà, responsabilità, scoprendo le nuove frontiere della comunicazione

I nuovi media svolgono un ruolo fondamentale nella nostra vita, a partire dalla rete Internet e i social network fino ad arrivare ai più moderni smartphone. Stanno infatti rivoluzionando profondamente la società a partire dalla legislatura, passando per la comunicazione, la tecnologia e i rapporti umani.

Una «rivoluzione», infatti, è un mutamento improvviso e profondo che comporta la rottura dei modelli passati e il sorgere di nuovi modelli.

Tutti inoltre ci siamo accorti di quanto i media stiano «dando voce» ad un nuovo (per l'Italia) modo di comunicare: i social network; tanto per fare un esempio: Facebook.

Ma in tutto questo «rumore», cosa c'è di buono, quali le opportunità, e quali i pericoli?

È con questo spirito che nasce l'idea di organizzare prima un convegno/workshop e poi di pubblicare questo libro. L'intento è stato quello di riflettere e confrontarsi su come Internet e i nuovi media stanno cambiando la società, in particolare come sta cambiando la vita dei nostri ragazzi. Ragazzi che fanno sempre più parte di una comunità virtuale. È il cosiddetto popolo di Internet, che vede ogni giorno aumentare le sue adesioni: un mondo virtuale che costituisce il nuovo potere tendente a incidere sulla cultura e sulle abitudini di vita.

La SSF Rebaudengo (sede decentrata della Facoltà di Scienze dell'Educazione dell'Università Pontificia Salesiana - Corso di Laurea in Psicologia della Comunicazione), nel suo grande know how nel settore educativo e nello spirito salesiano, sempre rivolto ai giovani, ha sentito la necessità di soffermarsi un attimo a riflettere con alcuni dei maggiori esperti in Italia su questi temi. Ciò che trovate nelle pagine successive, sono infatti gli interventi degli studiosi invitati alla due giorni di convegno del 18 e 19 settembre 2009.

In questo volume si parlerà di come gli adulti possono appropriarsi o riappropriarsi del ruolo di guida attenta e sollecita nella relazione educativa, consapevoli che l'utilizzo positivo della rete non è automatico né scontato. Di cosa vuol dire perciò educare ai media, di che cos'è la cittadinanza digitale, e quale il rapporto tra Internet e tv, di chi sono i nativi digitali, e come tutelare i nostri dati personali nella rete, quali le nuove frontiere della comunicazione. La rete moltiplica le possibilità di attingere notizie e conoscenze quasi in tempo reale e di imparare una modalità interattiva, una comunicazione però che rischia di diventare incontrollata e incontrollabile, come renderla un'opportunità inedita?

Ci rivolgiamo in particolare a insegnanti, educatori, formatori, genitori, studenti universitari e a tutti coloro che operano nel mondo dei media, dell'informazione e dell'educazione; che riescano ad approfondire ed analizzarne le opportunità, proporle ai giovani perché non siano consumatori passivi, navigatori senza meta, ma creatori responsabili. Una grande sfida per l'educazione 2.0.

Il Preside della SSF Rebaudengo, prof. EZIO RISATTI

4.4. Internet, strumento di comunicazione di respiro sociale

Un approfondimento a parte merita l'analisi della **dimensione sociale di Internet**.

L'aspetto **collaborativo e socializzante** dell'uso di Internet è spesso sottovalutato dai media, che privilegiano la descrizione di altri contenuti, altrettanto importanti, ma non esaustivi. La disponibilità di applicazioni di comunicazione interpersonale, create per soddisfare le esigenze più varie, rende possibile l'utilizzo della rete per una grande quantità di rapporti, **sia in ambito lavorativo, sia in quello domestico**.

In ogni tipo di comunità umana sono di capitale importanza i **rapporti interpersonali**. In passato, il contatto fra i membri della comunità avveniva prevalentemente in un **ambiente fisico condiviso**, che dava la possibilità di comunicare, sulla base di interessi e conoscenze comuni, con interlocutori ben determinati. L'incontro fisico di più individui è tuttora lo strumento di base per creare una comunità. Ma già da anni esistono forme di comunicazione atte a far nascere vere e proprie comunità prescindendo dal contatto *de visu* fra i singoli individui.

Ad esempio, si parla spesso della **comunità scientifica internazionale**: persone che hanno in comune scopi, metodi di ricerca e un patrimonio culturale e cognitivo relativamente uniforme, e che comunicano prevalentemente attraverso pubblicazioni scientifiche. Gli incontri fisici (meeting e convegni) sono solo occasionali, anche se contribuiscono in maniera forse determinante nel fornire al singolo il senso di appartenenza alla comunità.

Le possibilità di socializzare, condividere problemi, aspettative, emozioni, nel caso di simili comunità a distanza sono tuttavia abbastanza rare: nell'immaginario comune termini come comunità scientifica internazionale sono più che altro astrazioni. Quello che manca a questo tipo di comunità non è la possibilità di comunicare in genere, ma la possibilità di farlo in maniera realmente continua e naturale: manca un luogo, o un insieme di luoghi, che sia condivisibile e universalmente riconosciuto dai membri della comunità come sito conventuale.

Internet, in questo caso, può contribuire alla socializzazione dei membri di queste comunità, fornendo loro uno spazio che, seppure parzialmente virtuale, è condiviso e fisicamente apprezzabile nella concretezza dei messaggi condivisi.

In questa ottica, i **siti comunitari telematici** costituirebbero **il territorio di un popolo**, che in questi anni ha appena imparato ad incontrarsi, a conoscersi e a combattere per i propri diritti. A dire il vero, gli ultimi sviluppi nell'ambito delle comunità virtuali sembrano smentire questa affascinante previsione. Oggi la **collocazione sociale e culturale** dei milioni di utenti della rete è decisamente cambiata e di conseguenza diverso è il profilo degli attuali partecipanti alle comunità virtuali.

Oggi, con la commercializzazione sempre più massiccia della rete e la diffusione capillare di Internet su tutto il pianeta, le cose stanno, lentamente, ma inesorabilmente, cambiando.

L'aspetto più negativo di tale cambiamento è la **progressiva perdita di quell'atteggiamento spontaneo e anarchico che caratterizzava le comunità di un tempo**. Il motivo principale di questa trasformazione, come detto, è da ricercare nell'esplosione nel numero di utenti della rete. Questo fatto, lungi dall'essere di per sé un male, ha tuttavia suscitato gli appetiti di grossi gruppi commerciali che, investendo nella rete, considerano gli utenti come una massa di potenziali acquirenti o come un numero sterminato di contatti pubblicitari, da rivendere con profitto agli sponsor.

Sono nate, e continuano a nascere, delle enormi comunità virtuali che mettono a disposizione servizi gratuiti per attirare gli utenti della rete. Ma ovviamente la presenza di potenti gruppi industriali e grossi investimenti alle spalle di queste comunità lascia molti dubbi sulla capacità di autogestione di questi spazi elettronici da parte dei loro frequentatori.

Ad esser pessimisti, potremmo affermare che creare una comunità virtuale (ed organizzare in modo centralizzato discussioni, concorsi a premi, giochi) potrebbe essere un modo per **concentrare un enorme potere economico** – e forse anche politico – **in mano a pochi grandi gruppi**. Potere basato su forme di socializzazione che, **da valore aggiunto della re-**

te (nella loro originaria forma intrinsecamente democratica e fondata sulla libera circolazione dell'informazione), rischiano di rivelarsi **strumenti di controllo sociale** indotti artificialmente. **Le comunità virtuali potrebbero così trasformarsi in consessi frequentati da masse di potenziali consumatori, in mano a grandi gruppi commerciali e a professionisti della comunicazione di massa.**