

Alberto Marinelli, Università "La Sapienza":
dai ragazzi un'attenzione parziale continua

Tre parole chiave del mondo digitale: mobile, network e society

Negli Stati Uniti c'è un grande dibattito sull'utilizzo dei nuovi media, soprattutto per capire gli effetti sulla psiche ed il cervello.

Il media cambiano le relazioni, ma anche il modo di conoscere le cose e di prestarvi attenzione. È su questi argomenti che si è focalizzato l'intervento di Alberto Marinelli, che insegna Teoria e tecniche dei nuovi media all'Università 'La Sapienza' di Roma. Senza mai dimenticare la sua estrazione sociologica Marinelli si è soffermato sulle conseguenze del rapporto osmotico che i giovani hanno con il digitale. "Per spiegare la cultura giovanile personalmente sto lavorando sul 'Multitasking': lo studio sul chi fa e sa tante cose insieme è infatti fondamentale per capire che oggi dobbiamo competere con ragazzi che mentre gli parli chattano, telefonano, scrivono, eccetera. Si tratta in larga prevalenza di giovani che vivono esperienze molto più mediate che immediate".

Per Marinelli tra le caratteristiche del 'Multitasking' (che letteral-

mente significa multiproccuralità) c'è quella di riuscire a "spiegare la differenza tra 'agricoltori' e 'cacciatori': i primi sono quelli che vengono formati a scuola, dove si getta il seme e poi con il tempo si verifica il risultato in attesa della sua maturazione. I 'cacciatori', invece, gestiscono il mondo digitale".

Per Marinelli le parole chiave per capire questo percorso sono quindi tre: mobile, network e society. "Sul *mobile* - dice il docente universitario - c'è da dire che erroneamente si pensa che possa raggiungere ogni luogo. Invece la vera novità introdotta è nel dispositivo personale, oltre che dinamico. Sul secondo termine, *network*, bisogna sottolineare che sul mercato esiste una grande quantità di potenziali legami elettivi, che come Internet hanno una durata effimera e quindi temporanea: se questo è il quadro di riferimento, è normale che in classe, dove prevalgono legami subiti e non scelti volontariamente, i ragazzi si annoiano. Per quanto riguarda, infine, la dimensione sociale è evidente che ormai prevalga un'appropriazione di tipo individuale".

E sul singolo individuo che interagisce con l'Ict e con tutto

quello che è digitale, c'è ancora molto da scoprire: "Negli Stati Uniti c'è un grande dibattito sull'utilizzo dei nuovi media, soprattutto per capire gli effetti sulla psiche ed il cervello. Sinora le risposte che danno i ragazzi ad un mondo non stabile, ma fluido, sono prevalentemente dettate da un'attenzione 'parziale continua'. Direi anche un'attenzione tutt'altro che formale".

La naturale conseguenza è che tutti coloro che hanno 'rapporti ravvicinati' e permanenti coi nuovi media "non sono più associabili alle 'antenne', ma al massimo a mediatori intelligenti".



www.comunicazione.uniroma1.it

Facoltà di Scienze della comunicazione
de La Sapienza di Roma

Istruzioni a pag. 43