

Sedetevi a tavola con il vostro figlio digitale

Come si dialoga con gli ufo della Net Generation? Una ricerca americana

ANNA MASERA

Come fanno e che ne sarà di loro? Sembrano eternamente distratti, invece riescono a fare mille cose contemporaneamente. Videogiocano mentre lavorano; chattano mentre studiano; si informano sui motori di ricerca anziché sui libri; condividono videoclip e musica su Internet anziché addormentarsi davanti alla tivù; scrivono pigiando sui tasti rapidi come schegge senza formalizzarsi sulla sintassi o la grammatica; copiano e rubano idee, per poi personalizzarle e scambiarle in rete; non sanno che cosa sia la privacy; diffidano dell'establishment, ma accettano l'amicizia degli sconosciuti. Il mondo è diviso fra tecno-denigratori e tecno-entusiasti ma in mezzo ci stanno loro, quelli della «Net Generation», quegli alieni cresciuti nell'era digitale di Internet. Che ci piaccia o no, stanno cambiando il mondo. A prendere le loro parti, con un saggio appena pubblicato, ci pensa Don Tapscott, con un consiglio per tutti: «Sedetevi a tavola con loro e imparate insieme».

Uno dei maggiori «cyber-guru» del mondo (a decretarlo tra gli altri è Al Gore), già autore di *Crescere digitale* e inventore del termine «Wikinomics» sull'economia nell'era digitale, Tapscott è senza mezzi termini dalla parte dei suoi figli (ne ha due, nativi digitali ormai quasi trentenni): per lui quella di Internet è la «Smartest Generation». Lo dice a ragion veduta: ha intervistato, attraverso il centro di ricerche «nGenera», oltre diecimila giovani residenti in tutto il mondo, nati tra il 1977 e il 1997, una forbice anagrafica di 21 anni. Quelli che li hanno preceduti, la Generazione X, figli e fratelli dei baby boomer,

erano ibridi: questa generazione «Y» invece rompe ogni legame col passato, prospettando un futuro che spaventa chi non riesce nemmeno a immaginare come sta cambiando il mondo. Interrogativi nuovi: ci saranno ancora i posti di lavoro o si lavorerà da casa, nomadi digitali? Si andrà ancora a scuola o la vita sarà un e-learning perenne, con corsi online per ogni esigenza? Ci saranno ancora i negozi o sceglieremo tutto sui siti online, paragonando in tempo reale i prezzi e ordinando dal miglior offerente? Che fine farà la privacy? Ma interrogativi anche vecchi: scompariranno intere industrie a favore di altre? L'amore e le amicizie internazionali resi possibili dalla comunicazione virtuale favoriranno la comprensione fra i popoli? La politica diventerà più trasparente?

Le persone oggi tra i 14 e i 34 anni di età sono abituate da sempre ad avere a che fare con i computer e il perenne apprendimento reso necessario dall'evoluzione rapidissima e incessante dei nuovi media, impensabile 20 anni fa. Eppure qualcuno li accusa di essere «meno svegli di quanto eravamo noi alla loro età» perché sono «screen-ager» dipendenti dalla rete a scapito dei libri o di attività salutari come lo sport. E poi: viziati dai genitori, sono disorientati e non riescono a trovare la loro strada. Rubano: condividono tutto ciò che possono sui network peer-to-peer senza alcun rispetto per i diritti dei creatori o dei proprietari di tali contenuti. Molestano online: per la gloria su YouTube farebbero qualsiasi cosa. Non hanno un'etica del lavoro, saranno pessimi dipendenti. Fanno parte di una generazione narcisista e presuntuosa. Non hanno interessi: non possiedono valori e mettono in primo piano solo i loro bisogni. Non vanno a votare, sono cittadini di-

sinteressati.

Accuse pesanti. Tapscott, che si auto-definisce ottimista e globale, li difende: «A mio avviso questi ragazzi, tutto sommato, non stanno poi così male... I risultati delle nostre ricerche lasciano presagire la nascita di una società migliore. Dobbiamo solo dare il via libera ai giovani. Per la prima volta ci troviamo di fronte a un'unica generazione globale i cui membri imparano insieme agli altri e cercano di condividere la ricchezza che creano. C'è però un lato oscuro che preoccupa persino Tapscott, in questa Net Generation, ed è quello della mancanza di consapevolezza delle conseguenze della perdita della privacy. Non provano vergogna, pubblicano foto provocanti ignari delle conseguenze, «postano» ogni tipo di informazione privata, la nuova parola d'ordine è «condividere» senza rendersi conto dei rischi. «E' un grave errore. Bisogna aiutarli a divenire consapevoli dei limiti alle informazioni personali che si possono condividere». Ma per aiutarli, bisogna conoscere gli strumenti che usano, imparare con loro. Per le generazioni precedenti insomma serve un corso accelerato, perché è diventato indispensabile apprendere la nuova grammatica digitale. Invece per troppi, educatori e legislatori, questo apprendimento è un ostacolo ancora insormontabile: così, i ragazzi sono abbandonati in balia di se stessi, imparano dai loro pari o a proprie spese. Proprio per questo, Tapscott dedica il suo libro a quelli che dichiarano «con questi giovani non ci capisco niente»; ai politici che dichiarano (e quasi si vantano) di «non essere digitali»; ai manager e ai giornalisti analogici che si sentono minacciati; a tutti quelli che si fanno (ed esprimono) un'opinione sulla generazione dei giovani cresciuti con Internet senza conoscer-

ne nulla; e a tutti quelli che non vogliono essere d'accordo, ma con cognizione di causa. Dichiaro la figlia dell'autore, Niki: «Accetterò che i miei figli abbiano più autorità di me in alcune aree, ma cercherò sempre di aggiornarmi e mettermi in pari. Ascolterò le loro "folli teorie" su ciò che non conosco. Ma non mi farò spaventare; su Internet posso trovare una rete di sostegno enorme e accedere a fonti inesauribili d'informazioni, che mi aiuteranno costantemente».

Per Tapscott le norme che differenziano gli under 30 dalle generazioni precedenti si possono sintetizzare in otto parole-chiave: libertà, personalizzazione, valutazione, integrità, collaborazione, divertimento, velocità e innovazione. Queste caratteristiche sono radicate in ogni espe-

IN COSA SONO DIVERSI Imparano insieme agli altri e cercano di condividere la ricchezza che creano

rienza di vita dei giovani e derivano soprattutto dalla loro «dieta» mediatica: individui cresciuti nella naturale convinzione di essere attori, creatori, giocatori e collaboratori. Dalla sua indagine emerge una generazione socialmente responsabile, in grado di sviluppare innovazione, di interagire costantemente, di lavorare collaborativamente, di socializzare a prescindere dalle distanze fisiche grazie a tecnologie che essi stessi aiutano a perfezionare continuamente. Una generazione che guarda molto meno la televisione: al massimo l'ascolta mentre chatta con gli amici e naviga su Internet. Che ha appena iniziato a usare l'immenso potere di questo strumento digitale e che lo sta cambiando. Soprattutto, che ha appena iniziato a realizzare il sogno dei «vecchi» baby boomers: «Power to the people», dare il potere alla gente comune. I governi devono scegliere se «mettersi comodi ad aspettare che i Net Gener li costringano a essere più trasparenti o se partecipare attivamente alla ridefinizione del flusso comunicativo con i cittadini». Obama ha vinto grazie alla sua campagna su Internet. E se è vero che chi detiene il potere è riluttante a consentire agli altri di partecipare e controllare (le rivolte nel Maghreb sono solo l'esempio recente più lampante), è ormai chiaro che dietro l'angolo ci sarà sempre più spesso una Wikileaks sulla Rete.

www.lastampa.it/masera

IL PUNTO DEBOLE
Non sembrano consapevoli
delle conseguenze
della perdita della privacy

L'IDENTIKIT
Sono nati tra il 1977 e il 1997
e sono cresciuti utilizzando
il computer e la Rete

11 mila interviste

Net Generation. Come la generazione digitale sta cambiando il mondo è il titolo del libro di Don Tapscott (in basso) in uscita da **Franco Angeli** (320 pag., 39 euro). Il canadese Don Tapscott è un guru delle nuove tecnologie. In questo lavoro ha intervistato quasi 11 mila giovani per dare un quadro articolato della cosiddetta Net Generation

Un giorno da Net

Il diario di una giornata-tipo di Rahaf, 24 anni, imprenditrice nell'ambito dei nuovi media che lavora nel suo appartamento a Toronto:

ore 10:30

Sveglia, doccia, colazione, accendo il mio computer MacBook. Sandy (www.iwantsandy.com) è la mia segretaria virtuale, gestisce gli appuntamenti della giornata. Uso blog reader per vedere cosa succede nella blogosfera.

ore 11

Inizio a lavorare. Effettuo login su un client Wiki che ho predisposto per vedere se durante la notte è stato aggiunto del materiale (il cliente ha un fuso orario diverso). Parlo con i miei amici in chat, guardo qualche video divertente su YouTube, video-chiamo mia sorella, che abita a Londra, con Skype: la guardo preparare panini al pollo per il pranzo.

ore 14

Vado in palestra, metto gli ultimi podcast nell'ipod e un paio di episodi del Colbert Report e del Daily Show per poterli guardare mentre corro sul tapis roulant. Di ritorno a casa ricevo un messaggio che mi ricorda il compleanno di mia madre venerdì sera.

ore 15:30

Meeting con il cliente. Mentre sono sul taxi chiacchiero un po' con gli amici in chat. Sul calendario degli eventi condivisi di Google vedo che i miei amici hanno organizzato una serata al cinema. Cerco il trailer online e leggo la recensione del film. Sul sito cookthink.com cerco una ricetta basata sugli ingredienti che posso reperire nel frigo e su quello che ho voglia di mangiare: trovata, peperoni ripieni.

ore 19

Dopocena sbrigo qualche faccenda online, pago le bollette, compro il regalo per mia madre su Amazon, controllo Facebook.

ore 20-22

Mi rilasso un po'. Guardo l'episodio del mio serial tv preferito che ho registrato prima per saltare la pubblicità. Guardo un po' di tv sul computer dal sito Joost.com. Commento l'ultimo episodio di *Lost* sul forum.

ore 22-130

Finisco il lavoro per il cliente.

ore 2-2,45

Aggiorno la mia pagina Shelfari con l'ultimo libro che ho letto, gli attribuisco un voto e lo commento con gli altri utenti online. Controllo la lista di appuntamenti per il giorno successivo inviata da Sandy e mi preparo per andare a dormire.



