



INDICE

Brainstorming

1. Giovani e bisogno di comunicazione
2. La forza di attrazione delle reti sociali
3. Ricadute negative
4. Influssi positivi

Commiato

BRAINSTORMING

BRAINSTORMING

La mappatura quantitativa e qualitativa dell'utilizzo che i giovani fanno delle reti sociali ci rivela che sono passati dal reale al virtuale e dagli amici visibili agli amici "invisibili".

(Khurana N (2015) *The Impact of Social Networking Sites on the Youth.*, *Journal of Mass Communicat Journalism* 5:285. doi: 10.4172/2165-7912.1000285)

BRAINSTORMING

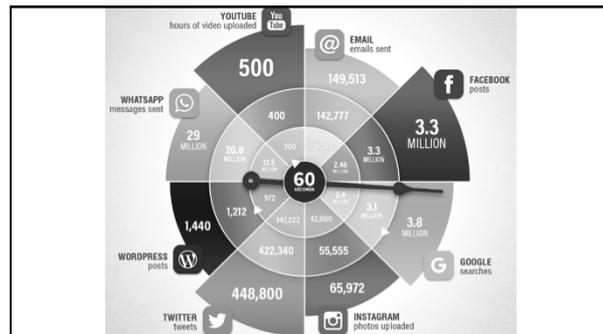
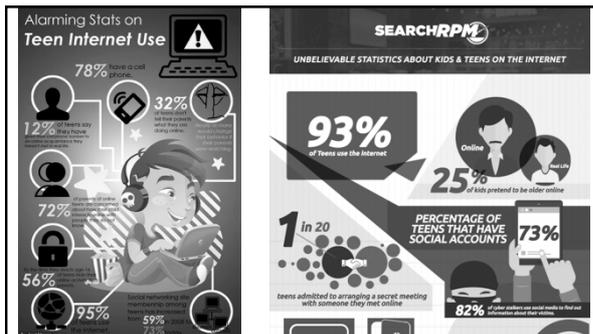
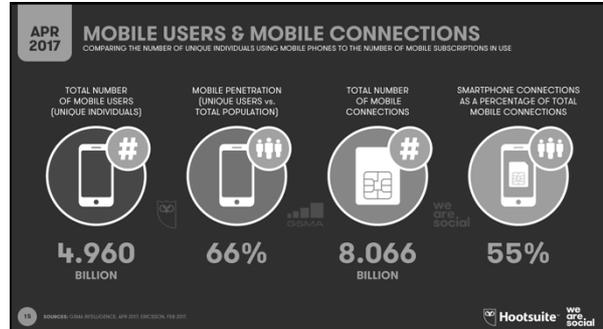
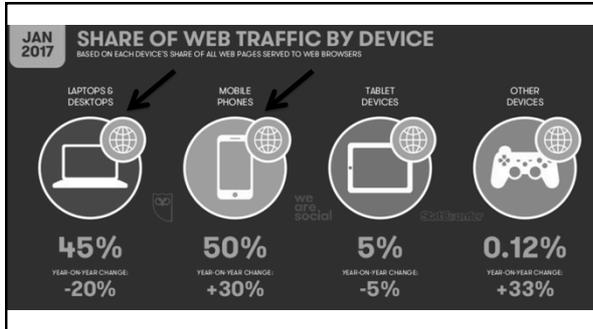
I BIG DATA e le INFOGRAPHICS parlano chiaro:

www.smartinsights.com

www.internetlivestats.com

www.internetworldstats.com





ITALY

IT - 59,797,978 population (2017) - Country Area: 301,323 sq km

51,836,798 Internet users in June/2017, 86.7% p.r., per IWS.

30,000,000 Facebook subscribers on June/2017, 50.2% penetration rate.

BRAINSTORMING

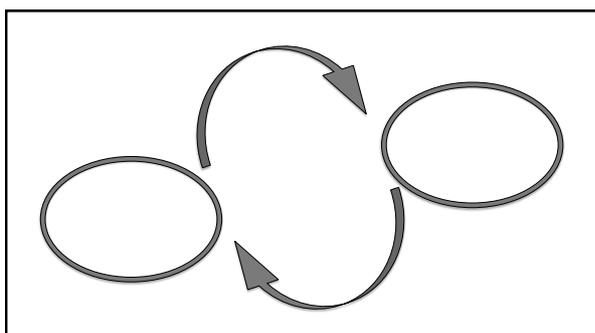
Nella "società complessa", "dell'informazione", "della Rete", ciò che è cambiato e continua a cambiare cambia sono soprattutto le relazioni.



BRAINSTORMING

Le parole d'ordine sembrano essere:

- Interconnessione
- Interdipendenza



BRAINSTORMING

La frequentazione delle reti sociali, a quale domani prepara?

BRAINSTORMING

Contribuisce all'elaborazione di un nuovo umanesimo dalla visione personalista (Io-Tu di Buber)?



BRAINSTORMING

Oppure orienta verso l'isolamento,
l'individualismo esasperato, il soggettivismo?



1. GIOVANI E BISOGNO DI COMUNICAZIONE

1. GIOVANI E BISOGNO DI COMUNICAZIONE

“L'esperienza personale originaria è l'esperienza del
'tu' [...].

Emmanuel Mounier

Copyright - Caterina Cangì

22

1. GIOVANI E BISOGNO DI COMUNICAZIONE

È nell'incontro con l'altro che si fa strada l'idea di
infinito. Evento a cui Lévinas dà il nome di *visage*,
volto.

Copyright - Caterina Cangì

23

1. GIOVANI E BISOGNO DI COMUNICAZIONE

Il volto dell'Altro, afferma Lévinas, “mi parla e mi invita
a una relazione”.

Copyright - Caterina Cangì

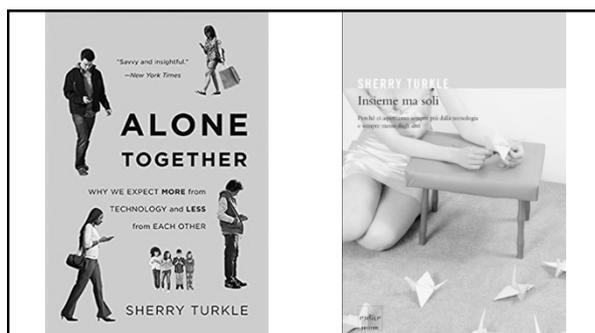
24



1. GIOVANI E BISOGNO DI COMUNICAZIONE

Tonino Cantelmi ha scritto che Internet intercetta il bisogno di comunicare dei giovani e la loro difficoltà a comunicare.

(Cantelmi T., *La mente virtuale*)



1. GIOVANI E BISOGNO DI COMUNICAZIONE

Le reti sociali ci fanno credere di essere meno isolati perché sempre connessi. Si tratta dell'illusione di una reale intimità: i nostri profili online esistono in funzione del numero dei contatti, oggetti inanimati e intercambiabili che acquisiscono il senso di solitudine.

Copyright - Caterina Cangini

28

1. GIOVANI E BISOGNO DI COMUNICAZIONE

"Insieme ma soli" è una storia di dissociazione emotiva ma anche di speranza, perché anche dove la saturazione digitale è maggiore, molti, soprattutto fra i giovani, si interrogano su cosa sia davvero il rapporto umano, e chiedono un ritorno a forme più naturali di dialogo.

Copyright - Caterina Cangini

29

1. GIOVANI E BISOGNO DI COMUNICAZIONE

Ora, la tecnologia viene incontro al bisogno d'incontrarsi e, allo stesso tempo, al bisogno di sentirsi protetti nell'incontro.

1. GIOVANI E BISOGNO DI COMUNICAZIONE

Cantelmi riconosce che il *cyber-spazio* è sia luogo problematico

che

luogo di crescita.

(Intervista a Tonino Cantelmi)

1. GIOVANI E BISOGNO DI COMUNICAZIONE

La psicologia insegna che i giovani ricavano il senso della vita dalla relazione.

1. GIOVANI E BISOGNO DI COMUNICAZIONE

Anche culturalmente non possiamo prescindere dalla centralità dell'elemento relazionale.

1. GIOVANI E BISOGNO DI COMUNICAZIONE

Il giovane ha un forte bisogno di comunicare. Quando l'adulto o l'altro è "assente" o l'ambiente dove vive è poco incline alla comunicazione, organizza le proprie forme comunicative come meglio sa e può.

E la Rete gli va incontro.

1. GIOVANI E BISOGNO DI COMUNICAZIONE

Sfortunatamente, le nuove tecnologie non stanno cambiando solo il modo di comunicare, ma la comunicazione in se stessa. Siamo di fronte a una vera e propria rivoluzione culturale. Perché?

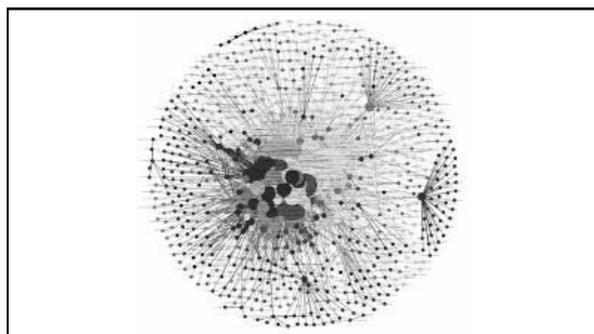
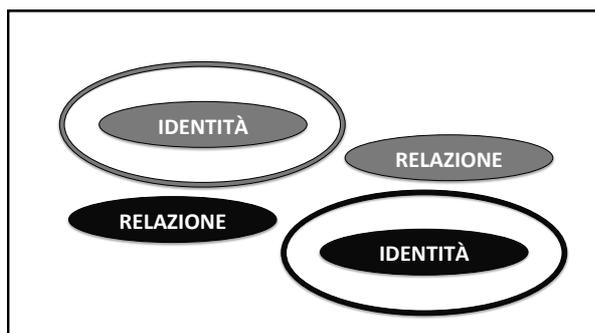
1. GIOVANI E BISOGNO DI COMUNICAZIONE

Per la loro stessa strutturazione ipertestuale, per il sincrono, per la facilità d'uso e per la portatilità.



1. GIOVANI E BISOGNO DI COMUNICAZIONE

Quale comunicazione nelle reti sociali?



1. GIOVANI E BISOGNO DI COMUNICAZIONE

Stare sempre connessi significa stare sempre in relazione con gli altri, vivere una reale e concreta vita di relazione?

2. LA FORZA DI ATTRAZIONE DELLE RETI SOCIALI

2. LA FORZA DI ATTRAZIONE DELLE RETI SOCIALI

L'attrazione che esercita Internet è la "sommatoria" dell'attrazione che esercitano:

- la TV
- i videogiochi
- l'interattività
- Il vivere "in sincrono"

2. LA FORZA DI ATTRAZIONE DELLE RETI SOCIALI

Le reti sociali offrono:

- anonimato
- una piattaforma per esprimersi senza inibizioni
- la sensazione di essere socievoli senza esserlo
- una ricca esperienza mediale
- l'opportunità di interagire senza pregiudizi

2. LA FORZA DI ATTRAZIONE DELLE RETI SOCIALI

- giochi di identità,
- assenza dei vincoli spazio-temporali
- parificazione dello status sociale
- accesso a più relazioni
- possibilità di emozioni imprevedibili
- libertà di trasgressione
- assenza di barriere geografiche
- mix culturale

2. LA FORZA DI ATTRAZIONE DELLE RETI SOCIALI

Il giovane è attratto dall'ampliare la sua rete di "amicizie" attraverso il collegamento con nuove persone.

(Ricerca di Khurana N. *The impact of social networking sites on the youth*, 2015)

2. LA FORZA DI ATTRAZIONE DELLE RETI SOCIALI

Soprattutto perché il divario tra il giovane e l'adulto è sempre più accentuato.

2. LA FORZA DI ATTRAZIONE DELLE RETI SOCIALI

La forza di attrazione delle reti sociali viene anche dal loro numero e dalla facilità di accesso.



3. RICADUTE NEGATIVE?

3. RICADUTE NEGATIVE?

Le reti sociali passano tutte dal cellulare smart. Tra il 1993 e il 2000 il cellulare è diventato un oggetto e una pratica di massa, pure essendo un personal media.

3. RICADUTE NEGATIVE?

Sempre più bello, fattore di moda, gradevole al tatto, colorato, personalizzato con suonerie, con cover differenti, quest'oggetto si fonde con il nostro corpo e ne diventa ormai una vera e propria protesi.

3. RICADUTE NEGATIVE?

Con il cellulare il tempo “raddoppia” perché consente di fare più cose contemporaneamente allungando i tempi di lavoro e di vita, eliminando i tempi morti e sfruttando gli intervalli.

3. RICADUTE NEGATIVE?

Ha modificato le abitudini di vita e sociali di tutti noi.

3. RICADUTE NEGATIVE?

Ha creato e favorito alcuni meccanismi sociali e di orientamento della comunicazione per cui è più importante stare sempre in contatto, rispetto alla comunicazione vera e propria o si tende a riempire con esso spazi di tempo non esplicitamente finalizzati.

3. RICADUTE NEGATIVE?

Il tempo vitale viene trasformato in un tempo sempre più insufficiente per eseguire tutte le attività che si vorrebbero eseguire in risposta ai nuovi canoni culturali.

(Cf. R. Balaguer, *Videojuegos, Internet, infancia y adolescencia del nuevo milenio*, <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=6>, 26.05.03)

3. RICADUTE NEGATIVE?

Il cellulare abbatte la divisione tra lo spazio pubblico e lo spazio privato, fondendoli.
Quali le forti ricadute negative?





4. INFLUSSI POSITIVI

4. INFLUSSI POSITIVI

Si allargano gli orizzonti della conoscenza con tutto il materiale informativo e formativo di qualità che si trova sulle reti sociali, messo in circolazione dalle *Istituzioni* tradizionali che usano le potenzialità del digitale.

4. INFLUSSI POSITIVI

I giovani partecipano a eventi interessanti e straordinari che si svolgono a miglia e miglia di distanza.

4. INFLUSSI POSITIVI

Nei giovani vengono potenziate:

1. la *comunicazione*, che fa scambiare pareri sulle problematiche del quotidiano in comunità e nella pastorale.

4. INFLUSSI POSITIVI

2. la *condivisione*, che fa attingere a risorse comuni, per la cultura e per la preghiera in comunità e per la pastorale giovanile.

4. INFLUSSI POSITIVI

3. la *collaborazione*, che fa lavorare a progetti comuni.

* i giovani religiosi che vivono in contesti distanti fra loro, ma che hanno una visione comune e unitaria sull'evangelizzazione e sulla vita di comunità possono realizzare insieme qualcosa.

4. INFLUSSI POSITIVI

4. la *cooperazione*, che comporta la suddivisione di compiti che, una volta svolti, formeranno un grande progetto comune.

4. INFLUSSI POSITIVI

Moltiplicare la mente per altre menti = aumentare la connettività.

4. INFLUSSI POSITIVI

I rischi dell'abuso delle reti sensibilizzano i formatori a orientare la formazione:
- sulla centralità della persona
- sul valore assoluto delle relazioni interpersonali

4. INFLUSSI POSITIVI

Dato che la prima condizione per "fare Rete" davvero è la vicinanza e la fiducia, queste qualità vengono potenziate.

4. INFLUSSI POSITIVI

La seconda condizione è il clima di gratuità.
La Rete sociale funziona se si va oltre lo scambio alla pari di beni e servizi.

4. INFLUSSI POSITIVI

La terza condizione/convincione è: la Rete è opera corale.

4. INFLUSSI POSITIVI

La quarta condizione/convinzione è:
tutto inizia dalla relazione interpersonale faccia a faccia.

Il saluto, il dialogo cordiale, la condivisione dei problemi di ogni giorno, la capacità di ascolto, la disponibilità allo studio insieme...

4. INFLUSSI POSITIVI

Fare Rete è un cammino privilegiato per la formazione alla responsabilità sociale.

4. INFLUSSI POSITIVI

Questo avviene quando sviluppiamo la capacità di lavorare con gli altri, promuovendo una competizione orientata a sconfiggere le difficoltà e i problemi e a costruire insieme.

4. INFLUSSI POSITIVI

Sui percorsi dell'integrazione e della corresponsabilità, la Rete forma.

4. INFLUSSI POSITIVI

Ci sono "ambienti tecnologici" e reti sociali che possono promuovere un apprendimento lo studio universitario collaborativo.

4. INFLUSSI POSITIVI

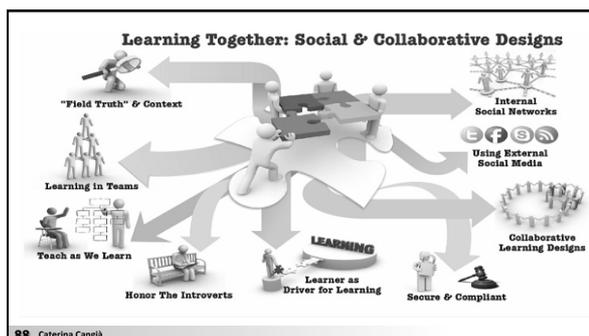
Gli Open-Ended Learning Environments.

4. INFLUSSI POSITIVI

Ambienti adatti a manipolare, interpretare e sperimentare i contenuti impegnando gli studenti universitari in problemi complessi e significativi che li aiutano a collegare le nuove conoscenze con la vita reale.

4. INFLUSSI POSITIVI

In secondo luogo, gli ambienti TILE (Transform, Interact, Learn and Engage), nati per supportare, all'università, attività di apprendimento collaborativo.



4. INFLUSSI POSITIVI

- il feedback ricevuto potenzia l'autostima
- i veri amici sono distanti solo un tocco di dita
- consigliano e sono disponibili per uno sfogo, sempre.

4. INFLUSSI POSITIVI

Quale identità si forma sulle reti sociali usate saggiamente?
 Un'identità che conosce in maniera approfondita lo strumento che utilizza e, proprio per questo, sa discernere quali sono i pericoli in agguato.

COMMIATO

NUCELO DI APPROFONDIMENTO

Non dimentichiamo mai che sulle reti sociali è in ballo la nostra capacità comunicativa, la nostra identità, le nostre emozioni.

COMMIATO

Sì, le reti sociali possono formare persone

- di dialogo
- di accoglienza
- di collaborazione
- di comunione

capaci di creare amicizia e comunità attorno a un progetto comune...

COMMIATO

E se un adulto educatore fosse parte attiva della rete sociale?
Forse i giovani si aiuterebbero a vicenda a sognare, a perseguire grandi ideali...
Forse crederebbero nelle possibilità inedite presenti in loro.

COMMIATO

Forse coltiverebbero a loro volta una bella, grande passione educativa, affidata a una nuova generazione di formatori.

COMMIATO

Esiste uno stile cristiano di presenza anche nel mondo digitale: si concretizza in una comunicazione **ONESTA, APERTA, RESPONSABILE e RISPETTOSA DELL'ALTRO.**
(XLV Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali)

COMMIATO

Abbiamo voglia di un nuovo umanesimo che riconosca il vertice della verità nella **PERSONA**, "luogo" in cui si manifesta un'inesauribile fonte di valore e di senso.



BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA



Ai genitori dei "bambini digitali"

da Caterina Cangia



bambinidigitali.blogspot.it

Ai genitori dei "ragazzi digitali"

da Caterina Cangia



ragazzidigitali.blogspot.it

BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

La Guerra dei Social Network

<http://www.youtube.com/watch?v=j7z3VQ5JL2E>

Social Media Revolution

<http://www.youtube.com/watch?v=NhPgUcjGQAw>
(Usa)

<http://www.youtube.com/watch?v=XLgM1UAiRXU> (Ita)

Grazie!

