

# Stress digitale

Gli effetti collaterali  
della sovrabbondanza comunicativa

## Marco Fasoli

Dottore di ricerca in Filosofia e Scienze cognitive  
<marco.fasoli@digitaleresponsabile.it>

## Marco Gui

Docente di Sociologia della cultura e dei media - Università  
Bicocca di Milano <marco.gui@unimib.it>

Lo sviluppo di Internet e dei social network in questi anni ha aperto la porta a un nuovo modo di comunicare, che ancora però non conosciamo profondamente, anche a causa della sua continua evoluzione. Quali pericoli si annidano nelle innovazioni tecnologiche? Come si può imparare a riconoscerli e trasformarli in opportunità?

**F**ino a qualche anno fa la digitalizzazione sembrava generalmente riconosciuta come un processo intrinsecamente positivo, che avrebbe garantito un miglioramento della vita quotidiana di ognuno di noi. Più di recente, tuttavia, molti hanno denunciato i pericoli legati all'uso massiccio del digitale. È stata sostenuta l'esistenza di un suo lato oscuro (cfr Granelli 2013) e proclamata la necessità di agire «contro il colonialismo digitale» (Casati 2013), un'invasione che secondo alcuni rischierebbe di renderci stupidi (Carr 2011) se non addirittura “dementi” (cfr Spitzer 2013).

D'altro canto, le nuove possibilità aperte dalle innovazioni tecnologiche, come l'accesso immediato a un'enorme mole di informazioni, la capacità di comunicare azzerando qualunque distanza fisica e molte altre sono in continuo sviluppo. L'elogio delle potenzialità del web e delle tecnologie, dunque, non ha accennato ad attenuarsi, andando a definire uno scontro – quello tra “tecnocritici” e “tecnoentusiasti” – che tende a lasciare piuttosto disorientati **gli utenti dei media**. Questi **si trovano oggi in una situazione di adattamento continuo a**



**novità che sconvolgono abitudini, modi di relazionarsi con la conoscenza e con gli altri, senza disporre di un quadro interpretativo chiaro di questi mutamenti.** Ancora più disorientati sono gli educatori, dato che le nuove pratiche spesso si diffondono a partire dai giovani e dagli adolescenti e toccano da vicino tematiche educative chiave: i rapporti tra pari, lo studio, la costruzione della propria identità. In questo complesso intersecarsi di rischi e di opportunità non sembra facile fare un bilancio che riesca a distinguere i problemi reali dalle paure infondate, tipiche di ogni brusco cambiamento.

Per operare questa distinzione è necessario interpretare i dati scientifici che cominciano a emergere sugli effetti collaterali e problematici dei media digitali, con la consapevolezza che si tratta di risultati ancora provvisori. Su queste prime evidenze si sono basati negli ultimi quattro anni molti lavori divulgativi che affrontano il tema. Il presente articolo nasce dalla volontà di delineare, sulla base di questa letteratura, un quadro generale del dibattito sui problemi che gli utilizzatori dei nuovi media digitali devono affrontare concretamente nella loro vita quotidiana<sup>1</sup>. Nelle conclusioni faremo il punto su quali sfide la digitalizzazione presenta a livello personale e collettivo, cercando di proporre una lettura il più possibile equilibrata e aperta del ruolo delle nuove tecnologie per lo sviluppo umano.

## **Quando cambiano gli strumenti della comunicazione**

Nella storia umana ogni nuova tecnologia della comunicazione è sempre stata accompagnata da forti preoccupazioni. Si pensi all'invenzione della stampa, accusata di facilitare la divulgazione incontrollata di idee fuorvianti, o a quella della comunicazione audiovisiva, che all'inizio della sua diffusione nei Paesi occidentali (dagli anni '30 e '40 negli Stati Uniti, dagli anni '50 in molte parti dell'Europa, compresa l'Italia) aveva suscitato molte paure di vario genere: sconvolgimenti sociali, aumento della violenza, crollo dei valori etici, perversione dei giovani.

Molti di questi timori, fortunatamente, si sono rivelati esagerati. Prendiamo come esempio la visione di immagini violente e il loro impatto sul comportamento degli spettatori. Nella loro forma più estrema le tesi apocalittiche su media e violenza prospettavano un aumento generalizzato dei comportamenti violenti come emulazione di quanto visto al cinema o in TV (si veda ad esempio Blumer 1933 e Wertham 1954). Negli anni successivi alla diffusione dei mezzi di

<sup>1</sup> Lasceremo fuori dalla nostra analisi problemi "macro" come la difesa dei dati sensibili, la governance di Internet o le implicazioni politiche della Rete, che sono di pertinenza di riflessioni più strutturali e meno focalizzate sull'esperienza quotidiana degli utenti.

comunicazione di massa, invece, la violenza privata non è aumentata ma ha seguito il precedente trend negativo (cfr Barbagli e Colombo 2010). È chiaro che altre forze, più rilevanti, del cambiamento sociale hanno giocato in maniera contraria. Tuttavia, se isoliamo l'effetto della fruizione di violenza mediale, ci si accorge che le preoccupazioni di chi vede in essa un pericolo non sono del tutto infondate. Vedere violenza nei media produce effettivamente nel lungo periodo un piccolo ma significativo aumento del comportamento violento, soprattutto laddove interagisce con altri fattori predisponenti (cfr. Anderson e Bushman 2002). Perciò, le conseguenze negative che molti paventavano esistono, anche se non si manifestano in modo così massiccio come si immaginava. È bene tenere a mente questo esempio prima di addentrarsi nel campo dell'analisi degli effetti collaterali dei nuovi media, per non cadere in allarmismi eccessivi: fortunatamente **le società mettono spesso in atto processi creativi, che nel lungo periodo sanno far emergere le opportunità e la capacità di proteggersi dai pericoli delle innovazioni in modi anche inaspettati**. D'altro canto, i rischi collegati ai media esistono ed è quindi corretto vigilare su di essi, soprattutto nel periodo iniziale della comparsa di nuovi strumenti, quando cioè la società non li ha ancora del tutto “digeriti”.

### Le novità dei media digitali

I timori che i media digitali stanno facendo nascere oggi sono diversi da quelli dell'era mediale audiovisiva. I mass media erano, infatti, espressione di un centro politico-economico che emetteva messaggi di cui tutti fruivano (contemporaneamente); conseguentemente i timori principali si concentravano sul grande potere di manipolazione dell'opinione pubblica. Oggi, tuttavia, quel centro quasi non esiste più: la digitalizzazione si è realizzata attraverso una esplosione dei canali di comunicazione. I messaggi su Internet, ma anche in televisione, provengono da fonti molto diverse tra loro, e spesso non sono neppure emessi da professionisti ma da semplici utenti (pensiamo, ad esempio, alle informazioni presenti sui social network). Le fonti della comunicazione mediata, in altre parole, sono estremamente più numerose e diversificate oggi che nell'epoca televisiva: conseguentemente **le preoccupazioni relative alla standardizzazione delle visioni del mondo e all'egemonia culturale delle élite della comunicazione sono meno diffuse di un tempo**. I timori che stanno emergendo ora riguardano piuttosto il contesto comunicativo quotidiano delle persone, che in pochi anni si è arricchito fino ad arrivare a una situazione di «sovraabbondanza comunicativa permanente» (Gui 2014, 131). Questa nuova condizione si è creata in seguito alla diffusione generalizzata dell'accesso a Internet e, soprattutto, della connessione



in mobilità e degli strumenti per fruirne, quali smartphone e tablet. Grazie a queste recenti evoluzioni, **i nuovi media digitali hanno “colonizzato” le attività quotidiane, mostrando una pervasività temporale e funzionale inedita nella vita delle persone.** Temporale, perché il loro uso occupa ormai più della metà delle ore di veglia per molti segmenti della popolazione dei Paesi ricchi; funzionale, perché a differenza del consumo di TV, che era limitato allo svago e all’informazione, con i media digitali si lavora, si studia, si sta con gli amici, si guarda un film, si fa – insomma – quasi tutto. Questo utilizzo universale degli strumenti digitali comporta che le loro logiche fruttive si applichino uniformemente a campi dell’agire umano molto diversi, quali l’apprendimento e le istituzioni scolastiche, i rapporti personali, la costruzione dell’identità sociale delle persone.

In una simile situazione, un abuso di questi strumenti, le cui conseguenze ci sono per molti versi ancora sconosciute, può incidere in modo molto negativo sulla qualità della vita. Urge quindi una analisi della adeguatezza di queste logiche ai nostri obiettivi e alla nostra qualità della vita. Pur evitando di cadere nell’allarmismo, sarebbe infatti irragionevole lasciare che queste pratiche si diffondano acriticamente solo perché più “innovative”.

Vediamo quindi quali sono i principali problemi di gestione della sovrabbondanza comunicativa nella vita quotidiana, utilizzando dati e riflessioni teoriche raccolti e pubblicati di recente.

## Difficoltà di valutare le informazioni

Offrendo una quantità di informazioni sterminata, il web ha ormai assunto il ruolo di “grande biblioteca”, e ciò rappresenta uno dei suoi lati più spesso elogiati. Tuttavia, la facilità e la libertà di pubblicazione delle informazioni in Rete, specie dopo la diffusione del cosiddetto web 2.0, improntato maggiormente a una dimensione comunicativa, espressiva e comunitaria, è una sua caratteristica inedita. **Il fatto che il web sia un sistema totalmente aperto è da un lato uno dei suoi punti di forza**, nella misura in cui garantisce la circolazione costante di una grande massa di informazioni, **ma dall’altro lato determina anche una grande variabilità nella qualità del materiale pubblicato on line.** Il web permette infatti a chiunque, con poche risorse e in pochissimo tempo, di pubblicare (quasi) qualsiasi cosa, incluse le cosiddette “bufale”, spesso diffuse ad arte con precisi scopi economici e/o politici<sup>2</sup>. **In questa situazione diventano fondamentali alcune**

<sup>2</sup> Il problema delle bufale è stato recentemente affrontato in modo esteso da Howard Rheingold in uno dei suoi ultimi lavori (2013). Secondo Rheingold, l’abilità di individuare le bufale è oggi una delle competenze imprescindibili per riuscire a sfruttare efficacemente le potenzialità informative del web.

**“competenze digitali” per riuscire a selezionare e valutare le informazioni in modo efficace.** Attualmente tali competenze non sono però diffuse in modo uniforme nella popolazione ma sono fortemente legate alla disuguaglianza sociale (cfr Gui 2009). La sfida è quella di diffondere il livello culturale generale e le competenze digitali specifiche, in modo che il rischio di un uso distorto delle informazioni in Rete sia minimizzato.

## **Tendenza alla conferma**

Strettamente connessa alla problematica della selezione delle informazioni è quella della tendenza a essere attratti da informazioni che confermano il nostro punto di vista. La mente umana, infatti, subisce un condizionamento chiamato *confirmation bias*. **La “tendenza alla conferma”, per cui si tende a ritenere la propria opinione più diffusa e condivisa delle altre e a ricercarne conferme, è ben documentata dalla letteratura psicologica.** Con i media digitali questo problema si manifesta particolarmente in due direzioni. Da un lato noi stessi, nella sterminata possibilità di scelta del web, abbiamo l’opportunità di ritagliarci una dieta informativa che confermi pienamente le nostre credenze. Dall’altro lato, molti strumenti del web, a differenza dei media della generazione precedente, tendono a proporre esattamente ciò che sanno esserci gradito, acuitizzando così gli effetti del *confirmation bias*.

Social network e motori di ricerca, infatti, raccolgono in continuazione informazioni sulle nostre attività online e sulle nostre preferenze. Questo meccanismo non si esaurisce semplicemente in un commercio dei nostri dati a scopo pubblicitario, ma ha ripercussioni anche sulla scelta dei contenuti che ci vengono offerti durante la navigazione in Internet. Quando usiamo un motore di ricerca, ad esempio, questo avrà registrato le nostre sessioni di lavoro precedenti e attraverso algoritmi molto complessi selezionerà i risultati che ritiene possano interessarci maggiormente (l’unico motore di ricerca che attualmente dichiara di non fare ciò è Duck Duck Go, un progetto ancora in fase di sviluppo). Così come le pubblicità che compaiono sui banner delle pagine web non sono scelte a caso, anche le notizie in evidenza nella schermata principale del nostro social network preferito (*news feed*) sono spesso selezionate per noi. Questo meccanismo di personalizzazione (o *mass customization*) può offrire alcuni vantaggi pratici ma presenta anche delle ripercussioni sulla nostra capacità critica (cfr Parisier 2012 e Casati 2013).

Selezionando e riproponendoci ciò che più ci piace, **il web ci gratifica confermando le nostre opinioni e rinforzando i nostri gusti, ma costruisce attorno a noi una sorta di bolla che tende a nascon-**



**dere le opinioni su cui non siamo d'accordo**, le fonti diverse dalle nostre preferite, i prodotti commerciali che non ci piacciono.

## **Problemi di gestione della socialità virtuale**

Una delle novità di portata maggiore degli ultimi anni è la nascita dei social network che, assieme alle chat e ai programmi di comunicazione VoIP, consentono di effettuare chiamate e videochiamate via Internet e ci permettono di tessere legami sociali e relazioni attraverso il web. Questa nuova modalità di vivere la nostra socialità ha generato alcuni problemi, tra cui due che la letteratura recente ha messo particolarmente in rilievo. **Il primo è quello delle informazioni che comunichiamo di noi in Rete e dei diversi pubblici a cui queste arrivano.** Se infatti nel mondo reale ognuno di noi mostra lati di sé differenti a seconda del contesto in cui si trova (lavorativo, di amicizia, del tempo libero), i social network ci inseriscono in una “piazza” che annulla queste differenze. Nei social dobbiamo confezionare una singola immagine di noi stessi e ci troviamo quindi davanti al problema di scegliere quali gusti, idee e opinioni esprimere al nostro “pubblico”, che a volte immaginiamo molto diverso rispetto a quello reale. Alcune ricerche hanno dimostrato che spesso tendiamo a pubblicare dei contenuti immaginando di rivolgerci solo a un sottoinsieme della nostra audience effettiva. Ciò che comunichiamo potrebbe dunque essere incoerente con l'immagine che di noi hanno altre persone che vedranno quel contenuto. Inoltre, ciò che postiamo persiste nel tempo e potrebbe essere visto anche al di fuori della nostra cerchia di “amici” (ad esempio dal nostro datore di lavoro). Esistono diverse strategie che gli utenti dei social network mettono in atto per affrontare questo problema (cfr Joinson 2013). Alcuni comunicano di sé solo ciò che tutte le loro audience trovano coerente, altri non si fanno problemi e non usano particolari attenzioni, altri ancora applicano una serie di filtri che permettono di rivolgere messaggi diversi a gruppi selezionati di contatti, altri infine non pubblicano nulla e si limitano ad assistere. Ognuna di queste strategie presenta vantaggi e svantaggi e non esiste un approccio del tutto efficace e soddisfacente al problema della diversità dei pubblici. Ciò che, tuttavia, manca ancora è la consapevolezza di questo problema e degli inconvenienti che può causare nel breve e nel lungo periodo, specie nel mondo giovanile.

**Un secondo nodo riguarda la gestione delle relazioni mediate nell'economia della giornata.** Secondo alcuni autori le forme di socializzazione online non vanno semplicemente ad affiancarsi a quelle “tradizionali”, ma possono influire negativamente su queste o addirittura porsi come loro surrogati. Secondo la psicologa statunitense Sherry Turkle, esperta di antropologia del cyberspazio, la tendenza a

preferire la socializzazione digitale a quella faccia a faccia sarebbe dovuta alla capacità delle tecnologie di offrirci forme di comunicazione più gratificanti nel breve periodo e meno impegnative rispetto a quelle normali (Turkle 2012). In un dialogo tra due persone fisiche le domande e le risposte si susseguono rapidamente, gran parte dell'attenzione deve essere dedicata alla conversazione e la corporeità può tradire le emozioni. Attraverso un sms o un *instant message*, al contrario, possiamo comunicare dilatando i tempi che questo processo richiede nel mondo reale, selezionando le emozioni che vogliamo esprimere e nascondendo più facilmente quello che non desideriamo esternare. Ed è proprio il fatto di garantire un maggior controllo e un minore impegno mentale, secondo la Turkle, il nucleo essenziale dei problemi legati alla socializzazione digitale, in quanto è ciò che può spingere i soggetti più deboli o in formazione, ad esempio gli adolescenti, a sostituirla a quella reale. In tal modo essi rischierebbero di **perdere la capacità di relazionarsi di persona e quella di comunicare le proprie emozioni, finendo per evitare di sviluppare rapporti umani "autentici" proprio perché più impegnativi.**

## Frammentazione dell'attenzione

L'attenzione è una delle nostre risorse più importanti, tanto che nelle scienze cognitive essa viene considerata un fenomeno intimamente legato a quello della coscienza. Per risolvere un problema, leggere un libro difficile o svolgere una qualsiasi attività complessa, abbiamo bisogno di dedicare tutta la nostra attenzione a quello che stiamo facendo. **Le tecnologie di ultima generazione, tuttavia, sono progettate per distribuire la nostra attenzione su più compiti in lassi di tempo molto stretti.** Il loro design è multifunzionale, ciò significa che è caratterizzato da una struttura che ci permette di tenere attivati contemporaneamente più programmi e più pagine web e di passare rapidamente da uno all'altro. Tale pratica è per certi versi stimolante per il nostro cervello, che avendo costantemente "fame" di stimoli diversi è eccitato da **questo zapping continuo, chiamato comunemente multitasking.** Tuttavia, la ricerca ha iniziato a metterne in luce le controindicazioni: tentare di svolgere più attività allo stesso tempo può comportare un abbassamento della qualità del nostro lavoro (Ophir, Nass e Wagner 2009). Alcuni studi hanno mostrato addirittura che chi si abitua a distribuire continuamente la sua attenzione su più compiti, paradossalmente, sembra diventare meno capace di farlo quando davvero ce n'è bisogno (Gorlick 2009).

I pericoli principali del multitasking sono sostanzialmente due. Il primo riguarda la possibilità che l'abitudine a passare rapidamente da un'attività all'altra interferisca con l'indispensabile capacità di concen-

trarsi per lunghi periodi su un solo compito (Fasoli 2013). In secondo luogo, le statistiche mostrano che l'abitudine al multitasking ci sta portando a metterlo in pratica sempre più spesso, anche in contesti pericolosi, come nel caso dell'uso dello smartphone durante la guida. Non si tratta di bandire il multitasking, che in determinati contesti è una modalità di lavoro necessaria, ma di imparare a distinguere i momenti in cui è utile distribuire l'attenzione su più fronti da quelli in cui è necessario non lasciarsi distrarre.

## Frammentazione dei tempi quotidiani

Per chi svolge la propria attività lavorativa attraverso uno strumento connesso alla rete (PC, tablet, smartphone), **qualsiasi luogo rappresenta potenzialmente una postazione di lavoro o di svago**. Se per molti versi ciò è una grande comodità, per altri rende necessario sviluppare una nuova capacità di gestione del proprio tempo. Evitare di lavorare con il PC quando siamo in famiglia può risultare difficile, così come riuscire a evitare di dare un'occhiata alla bacheca dei social network o alla pagina di un quotidiano durante il tempo lavorativo. **Distrarsi con queste attività durante il lavoro è una pratica diffusa, definita *cyberslacking***. Non aiuta il fatto che passare da un'attività all'altra attraverso i nuovi media sia un'operazione talmente rapida da essere quasi impercettibile. Il problema della gestione del tempo è particolarmente rilevante per i giovani che, approfittando dell'assenza di costi economici della comunicazione di *instant messaging*, costruiscono flussi di comunicazione ininterrotti e che diventano gestibili solo restando sempre connessi. In tal modo, essi tendono a eliminare qualsiasi "tempo morto" nella loro vita, cioè qualsiasi momento di inattività, che secondo alcuni potrebbe essere invece un tempo necessario a rielaborare il proprio vissuto (Turkle 2012).

Conoscendo la nostra tendenza a fare *cyberslacking*, possiamo decidere di cercare di eliminare a monte la possibilità di distrarci. **Allo scopo di amministrare meglio il proprio tempo, sono stati sviluppati alcuni software che permettono agli utenti di interrompere la connessione internet per un tempo stabilito**, in modo da costringersi – ad esempio – a lavorare senza subire distrazioni. Queste strategie sono chiamate tecniche di *precommitment* (Paglieri 2014), cioè di "vincolo a priori", e il loro scopo è ottenere un controllo strategico delle situazioni. La diffusione di tali strumenti testimonia l'oggettiva difficoltà insita nella gestione del tempo, a dispetto di quanto si potrebbe pensare se si parte dal presupposto che i soggetti siano sempre liberi di scegliere e razionali.

Oltre agli strumenti di autolimitazione, esistono programmi in grado di monitorare tutte le attività che svolgiamo, in modo da poter



sempre avere un quadro complessivo del tempo speso in Rete e di aiutare l'utente a guadagnare consapevolezza rispetto ai reali consumi giornalieri di media. Recentemente anche i dispositivi mobili hanno iniziato ad offrire funzioni in grado di aiutarci a gestire il nostro tempo in modo migliore, che bloccano in determinati momenti tutte le notifiche e le chiamate provenienti da mittenti che non sono inclusi nella lista dei contatti preferiti.

## Trasformare i problemi in opportunità

La rivoluzione digitale è uno degli esempi più lampanti di una tendenza comune delle società moderne: quella di mettere a disposizione dei suoi cittadini un'offerta sempre più abbondante di beni che nel passato erano scarsi. Ogni nuova opportunità porta però con sé effetti collaterali di cui occorre prendere consapevolezza. È accaduto così per il consumo di cibo e la conseguente crescita dell'obesità, e ciò che sta accadendo nel consumo di comunicazione presenta rilevanti analogie con quella esperienza (cfr Gui 2014). Non riuscire a gestire la sovrabbondanza genera insoddisfazione. Tuttavia, così come successo per i programmi di sensibilizzazione sull'alimentazione corretta, **c'è molto spazio per favorire una presa di coscienza dei problemi del digitale.**

Le problematiche che abbiamo ora passato in rassegna sono le principali che la letteratura in materia ha preso finora in considerazione. Altre ne emergeranno certamente mano a mano che la digitalizzazione evolverà. Se non ci spaventiamo né assumiamo atteggiamenti di chiusura, ma ci abituiamo a identificare questi problemi, sarà più facile per noi approfittare delle opportunità che la digitalizzazione offre. **Educarsi a un uso consapevole della rivoluzione delle comunicazioni è un aspetto di fondamentale importanza per il futuro della società.** Le istituzioni formative sono chiamate ad assumere un ruolo primario in questo senso, trovando i modi più adatti per offrire attività di *media education* per i giovani e per gli adulti, in particolare per i genitori. Su questo punto, la *Carta dei diritti di Internet*, che sta prendendo forma in queste settimane, rappresenta un grande passo in avanti nella misura in cui stabilisce che la formazione all'uso consapevole di Internet è un diritto fondamentale (art. 12).

A ben vedere, **il tratto comune alle questioni che abbiamo descritto è la crescita delle sfide alla nostra capacità decisionale.** L'enorme disponibilità di testi da leggere, ad esempio, ci impone scelte molto più esplicite su cosa meriti la nostra attenzione. La continua possibilità di essere in contatto con chiunque vogliamo ci impone, poi, una scelta sui rapporti a cui vogliamo dedicare tempo e spazio mentale. L'esigenza di questa selezione è imprescindibile se non vo-



gliamo disperderci in mille rivoli senza trarre valore da alcuno. In questo modo, le tecnologie ci spingono ad affiancare a un'innovazione tecnologica anche un'innovazione educativa, una nuova "autodisciplina mediatica" che ci faccia fare un passo avanti nelle nostre capacità quotidiane di discernimento. Con la loro continua richiesta di scegliere tra infinite opportunità, i nuovi strumenti comunicativi ci costringono a esplicitare più chiaramente ciò che veramente vogliamo e cosa rappresenta una priorità per la nostra vita. **La sfida di oggi è quella di sviluppare un modello che educhi a un uso critico delle tecnologie, la cui competenza chiave deve quindi essere la capacità di gestire la libertà comunicativa.** Se questa viene affrontata con una chiarezza di obiettivi e una costanza nel perseguirli, le opportunità della digitalizzazione si aprono. Senza queste capacità, invece, rischiamo di rimanere soffocati dalle infinite possibilità della Rete.

Sul lungo periodo siamo moderatamente ottimisti: le opportunità che sono derivate da ogni innovazione importante, com'è oggi la Rete, sono sempre state enormi per l'uomo quando questi ha compreso il modo giusto di sfruttarla.

- ANDERSON C.A. – BUSHMAN B.J. (2002), «The Effects of Media Violence on Society», in *Science*, 295 (5564) 2377-2379.
- BARBAGLI M. – COLOMBO A. (edd.) (2010), *Rapporto sulla criminalità e la sicurezza in Italia*, Ministero dell'Interno, <[http://poliziadistato.it/poliziomoderna/download/inserto\\_ago-sto\\_2011.pdf](http://poliziadistato.it/poliziomoderna/download/inserto_ago-sto_2011.pdf)>.
- BLUMER H. (1933), *Movies and conduct*, McMillan, New York.
- CARR N. (2011), *Internet ci rende stupidi? Come la rete sta cambiando il nostro cervello*, Raffaello Cortina, Milano.
- CARTA DEI DIRITTI DEGLI UTENTI DI INTERNET, <[www.camera.it/application/xmanager/projects/leg17/attachments/upload\\_file/upload\\_files/000/000/187/dichiarazione\\_dei\\_diritti\\_internet\\_publicata.pdf](http://www.camera.it/application/xmanager/projects/leg17/attachments/upload_file/upload_files/000/000/187/dichiarazione_dei_diritti_internet_publicata.pdf)>
- CASATI R. (2013), *Contro il colonialismo digitale. Istruzioni per continuare a leggere*, Laterza, Roma-Bari.
- FASOLI M. (2013), «Cos'è il multitasking e perché dovrebbe restare fuori dalla scuola», <[www.digitaleresponsabile.it/scuola-e-digitale-responsabile/17-che-cos-e-il-multitasking-e-perche-dovrebbe-restare-fuori-dalla-scuola](http://www.digitaleresponsabile.it/scuola-e-digitale-responsabile/17-che-cos-e-il-multitasking-e-perche-dovrebbe-restare-fuori-dalla-scuola)>.
- GOLEMAN D. (2013), *Focus. Perché fare attenzione ci rende migliori e più felici*, Rizzoli, Milano.
- GOODWIN J. (2013), «L'autorità di Wikipedia», in *Sistemi Intelligenti*, 1, 9-38.
- GORLICK A. (2009), «Media Multitaskers Pay Mental Price, Standford Study Shows», in *Standford University News*, 24 agosto 2009.
- GRANELLI A. (2013), *Il lato oscuro del digitale. Breviario per (soprav)vivere nell'era della rete*, FrancoAngeli, Milano.
- GUI M. (2014), *A dieta di media. Comunicazione e qualità della vita*, il Mulino, Bologna.
- JOINSON A. (2013), *Pictures on my wall: The impact of Facebook photographs on social relations and behaviour*, Presentazione al convegno «Così vicini, così lontani: la via italiana ai social network», Università Cattolica del Sacro cuore di Milano, 26/27 settembre 2013.
- OPHIR E. – NASS C. – WAGNER A.D. (2009), «Cognitive Control in Media Multitaskers», in *Proceedings of National Academy of Science* 106, 37, 15583-15587.
- PAGLIERI F. (2014), *Saper aspettare. Come destreggiarsi fra impazienza e pigrizia*, il Mulino, Bologna.
- PARISIER E. (2012), *Il filtro. Quello che internet ci nasconde*, il Saggiatore, Milano.
- RHEINGOLD H. (2013), *Perché la rete ci rende intelligenti*, Raffaello Cortina, Milano.
- SPITZER M. (2013), *Demenza digitale. Come la nuova tecnologia ci rende stupidi*, Corbaccio, Milano.
- TOYAMA K. (2011), «There are no Shortcuts to Good Education», in *Educational Technology Debate*, ICT in Schools, January 2011.
- TURKLE S. (2012), *Insieme ma soli. Perché ci aspettiamo sempre di più dalla tecnologia e meno dagli altri*, Codice Edizioni, Torino.
- WERTHAM F. (1954), *Seduction of the innocent*, Rinehart, New York.



Feltrinelli  
Milano 2014  
pp. 224, € 18

Howard Gardner – Katie Davis

## Generazione app

La testa dei giovani e il nuovo mondo digitale

«**L**a nostra tesi è che i giovani di quest'epoca non solo sono immersi nelle app, ma sono giunti a vedere il mondo come un insieme di app e le loro stesse vite come una serie ordinata di app – o forse, in molti casi, come un'unica app che funziona dalla culla alla tomba» (pp. 18-19). Una visione estrema o digital dipendente quella elaborata da Howard Gardner e Katie Davis nel volume che porta già nel titolo la sintesi della loro tesi? Tutt'altro. Leggendo le pagine di *Generazione App* si assiste a una descrizione precisa di una scena che conosciamo, che abbiamo sempre davanti agli occhi, ma che finora non abbiamo focalizzato a dovere. E alla fine ne traiamo delle utili conclusioni per analizzare le nostre abitudini in fatto di web, oltre che per comprendere quelle delle ultime generazioni ritenute, spesso anche a torto, web-dipendenti.

Il libro è il risultato di uno studio che coinvolge soggetti appartenenti a generazioni diverse: dall'era pre-smartphone all'attuale infrazione da tablet, applicazioni e social media. L'uso delle app, che nell'ultimo triennio ha conosciuto un'impennata, viene presentato come ultima frontiera dello studio sulle abitudini dei giovani, un mezzo innovativo al servizio di psicologi ed educatori. La consuetudine nell'utilizzo o meno di alcune app fornirebbe un quadro psicologico decisamente attendibile dei soggetti presi in esame. Insomma, la tecnologia si mette al servizio della psicologia o, meglio ancora, le app al servizio della ricerca sociologica. Gli A. individuano tre aspetti della vita dei giovani influenzati dalla tecnologia digitale: il senso d'identità, la capacità di avere relazioni intime e le facoltà d'immaginazione, le cosiddette "tre I". Riflettono poi sugli effetti che una "app-coscienza" può avere su altri aspetti della vita di oggi avvalendosi dell'aiuto della sorella diciottenne di Davis e del nipotino seienne di Gardner, oltre che del lavoro di gruppi di ricerca universitari di Harvard e del risultato di numerose interviste a blogger e utilizzatori di social. Quello che emerge dalla raccolta nutrita di tutti questi dati parrebbe a prima vista paradossale: se da una parte la funzione originaria della tecnologia consiste nel far guadagnare tempo alle persone per potersi permettere momenti di libertà, i modi in cui di solito vengono usate le app portano a individuare la dipendenza da esse. Le app si trasformano in una sorta di schiavitù tecnologica? Non è così. La *Generazione app* di Gardner e Davis può liberamente decidere di svincolarsi dal mondo digitale e migliorare le proprie sfere d'identità, intimità e immaginazione. Le app rendono le "tre I" obiettivi con la lettera maiuscola, a patto che minuscola rimanga la sottomissione a esse dei loro giovani (e non) fruitori.

*Francesca Garré*