Dopo la Giornata. Ceinews.it e due libri per non perdere la rotta

«Saluto tutti gli operatori dei media, in particolare i giornalisti che si impegnano a cercare la verità delle notizie, contribuendo a una società giusta e pacifica». Sono le parole che al termine del Regina Coeli di domenica il Papa ha dedicato alla Giornata mondiale delle Comunicazioni sociali, celebrata nella solennità dell'Ascensione sul tema «Fake news e giornalismo di pace». Oltre al messaggio del Santo Padre, la Giornata lascia alcune eredità rilevanti. Anzitutto il nuovo portale www.ceinews.it, online dal 10 maggio, curato dall'Ufficio nazionale per le comunicazioni sociali e che si offre come servizio della Chiesa italiana a chi cerca informazioni e documentazione sicura sui grandi temi dell'attualità. Non un sito di "ultime notizie" ma «un aggregatore di contenuti pensato per percorsi di senso – come spiega il direttore dell'Ufficio Cei, don Ivan Maffeis –. In questo modo non solo mettiamo a disposizione ma valorizziamo la ricchezza dei contenuti prodotti dai media Cei – agenzia Sir, circuito radiofonico InBlu, Tv2000 e *Avvenire* – organizzandoli per argomenti». Un altro strumento pubblicato alla vigilia della Giornata è *Fake news e giornalismo di pace. Commenti al messaggio di papa Francesco*, edito da Scholé e curato da Maffeis insieme al pedagogista Pier Cesare Rivoltella, che riflette sulle diverse questioni sollevate dal messaggio papale attraverso alcuni studiosi ed esperti. Da ricordare infine un altro utile strumento come *Di terra e di cielo* (San Paolo), «manuale di comunicazione per seminaristi e animatori» curato da don Maffeis col filosofo Adriano Fabris. Una ricchezza di contenuti alla vigilia dell'assemblea dei vescovi italiani su «Quale presenza ecclesiale nell'attuale contesto comunicativo» dal 21 al 25 maggio in Vaticano.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

> Non abbiate paura di essere coinvolti. Le parole – quelle vere – pesano: le sostiene solo chi le incarna nella vita.

Chi educa i ragazzi «digitali»?

Anche per le parrocchie la sfida della generazione «tecnologica» Che chiede adulti più coinvolti

UMBERTO FOLENA

Ne sono assorbiti e manipolati. No, sanno destreggiarsi con abilità insospettata. Il guaio di noi adulti: diffidare di ciò che non conosciamo, e quindi ci spaventa, tendendo quindi a proibirlo ai ragazzi. Il guaio dei ragazzi: sono troppo ingenui e indifesi. Eccetera. Sono solo alcuni esempi di ciò che tendiamo a pensare del rapporto tra ragazzi (spesso i figli) e i media. È probabilmente nessuna di queste posizioni può essere giudicata del tutto corretta e produttiva. Il problema è che ne sappiamo pochissimo, perché i due mondi – degli adulti e dei giovani – si sfiorano appena, anzi non si toccano proprio, con una conseguente reciproca diffidenza. A colmare almeno in parte questo gap c'è la recente ricerca «Rapporto giovani-media» del Centro Family & Media della Pontificia Università della Santa Croce, curata da Norberto Gonzalez Gaitano.

La Pontificia Università della Santa Croce propone uno studio su adolescenti e nuovi media

Tema vastissimo. La ricerca non seleziona un campione sociologicamente rappresentativo degli adolescenti italiani, non ricorre né a questionari né a interviste. La tecnica è diversa. Preferisce esplorare alcuni gruppi, anche molto piccoli (tra i quattro e i dieci soggetti ogni volta), e farli giocare e discutere, in genere senza far loro sapere gli scopi dei ricercatori, per non minare la genuinità di risposte e reazioni. Gli adolescenti – circa 100 tra i 14 e i 20 anni di quattro città italiane – sono stati reclutati negli oratori tra gli animatori dei Grest. La prima obiezione è ovvia: sono giovani che in larga parte appartengono a gruppi ecclesiali e quindi seguono un cammino formativo, insomma appartengono a una minoranza... In realtà molti loro atteggiamenti si riveleranno identici a quelli del *mainstream*. E comunque l'obiettivo della ricerca era di esplorare il rapporto con i media, le modalità di fruizione, i meccanismi, non di giungere a conclusioni onnicomprensive. Potremmo aggiungere: l'obiettivo di Family & Media è provocare gli adulti, facendo loro aprire gli occhi. In particolare, offrire una guida e un orientamento teorico e pratico a insegnanti, educatori e genitori, in vista della «formazione del carattere e delle virtù». E per questo obiettivo i giovani animatori dei Grest funzionano benissimo.

I "giochi" hanno riguardato, ad esempio, un vero e proprio videogioco, *Privacy Traders*. Scopo del gioco: raccogliere più dati possibile sulle persone che si hanno attorno. Scopo dell'esperimento: comprendere come gli adolescenti stanno nei social, quando ricorrono all'anonimato o alla menzogna, quanto sono vulnerabili agli "assalti" dei malintenzionati. Conclusione: sono molto meno indifesi di quanto probabilmente pensino gli adulti ma non si interrogano sulla natura dei social, del perché ad esempio siano gratuiti e non chiedano nulla in cambio, all'apparenza... Un altro esperimento ha riguardato la fiction *Braccialetti rossi* con i suoi temi: amicizia, dignità umana, famiglia, solidarietà, esistenza dell'anima, innamoramento, libertà e regole.

Le conclusioni? «Piuttosto che cambiare l'approccio degli adolescenti ai media – scrive Fabrizio Piciarelli – va cambiato quello degli educatori, che non hanno più motivo per vederli come una distrazione ma come un nuovo strumento per la cura di *softskill* e virtù» e, se si condivide questa passione, un modo in più per avvicinarsi al mondo dei ragazzi e di non essere percepiti come «adulti estranei». Il Web, quindi, non come «universo virtuale» ma come «dimensione ulteriore delle nostre esistenze, reale quanto il mondo materiale; invasiva, a volte, oltre il desiderabile, ma ormai irrinunciabile».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il Portaparola di «Avvenire» premiato a Nocera

Un premio per il Portaparola. L'ha assegnato la diocesi campana di Nocera-Sarno, che ha deciso di includere tra i destinatari dell'undicesima edizione del suo premio Euanghelion per la comunicazione anche il progetto di *Avvenire* per incoraggiare la presenza e la diffusione dei media cattolici nelle parrocchie attraverso gli animatori della cultura e della comunicazione. L'iniziativa è sostenuta e raccontata ogni settimana su questa pagina, attivata nel novembre 2002 dopo il convegno Cei «Parabole mediatiche». Col tempo la pagina ha incluso anche i temi dell'educazione alla scelta e all'uso critico di tutti i media, fino a quelli digitali. Sabato a Nocera Inferiore ha ritirato il premio Francesco Ognibene, coordinatore della pagina. Con il Portaparola sono stati premiati anche Bruno Mastroianni, Vera Gheno ed Enzo D'Errico per l'inserto «Buone notizie» del *Corriere della Sera*.

Lo staff della diocesi di Nocera con i premiati

La ricerca. Tra «sexting» e «hate speech»

Si possono conoscere le paure, le risorse e i rischi della Generazione Z, quella successiva ai Millennials? È una domanda che percore il nuovo volume *Generazione Z*, pubblicato da Vita e Pensiero, che raccoglie la più recente ricerca nell'ambito del Rapporto Giovani dell'Istituto Toniolo. «Spesso definiti dal mondo adulto in termini "deprivativi" (gli adolescenti "che non") o negativi (bulli, inattivi, prepotenti)» gli adolescenti della Generazione Z sono «da conoscere e da aiutare nel loro ingresso nella società degli adulti», spiega la prefazione del volume. Aiutare una generazione a far fronte a rischi e problemi che corre, rispetto alla generazione precedente è l'obiettivo di ogni educatore. Come indicano Fabio Introini e Cristian Pasqualini nel capitolo a loro cura dedicato ai "nativi digitali", il 21% dei ragazzi tra i 12 e i 18 anni è stato vittima di bullismo mentre il 12% indica la rete come ambiente in cui le vessazioni hanno avuto luogo con maggiore frequenza. Quali sono i comportamenti negativi che hanno preso maggiormente piede?

Se il *sexting* è la sintesi di due parole – *sex* (sesso) e *texting* (mandare messaggi) – e indica l'invio di testi e foto sessualmente esplicite tramite smartphone e social, il *trolling* è relativo a quelle persone che durante una chat scrivono messaggi provocatori, irritanti o falsi con lo scopo di disturbare uomini pubblici e non. L'*hate speech* invece indica un insieme di parole e discorsi che offendono una persona o un gruppo. E mentre il *sexting* ricopre una considerevole importanza per la Generazione Z, il *trolling* risulta una pratica meno utilizzata mentre l'*hate speech* sembra essere praticato solo dai più grandi.

Le percentuali di chi subisce o è protagonista di episodi di *sexting* sono comunque basse se si campione ha un'età inferiore ai 16 anni, mentre salgono nella fascia fino ai 18 anni. La maggioranza dice di non postare materiale osceno ma nella voce "qualche volta" il 21% risponde di averne ricevuto, il 6,4% di inviarlo spontaneamente mentre il 12% ha ricevuto la richiesta di produrre e inviare materiale proprio.

Un'alta percentuale di giovani trova nei social una via per essere aggiornata sulle notizie nel mondo e cerca relazioni amicali o d'amore attraverso la messaggistica perché comunicare se stessi e i propri sentimenti online è più facile che nella vita offline. L'ovvietà della presenza dei social nella quotidianità della Generazione Z rischia di «inibire la riflessività dell'attore sociale, la capacità di problematizzare gli ambienti e le situazioni».

Quale è quindi il futuro? «È necessario disporre di una vera e propria alfabetizzazione culturale ai media – concludono gli autori di questa parte della ricerca –. Il che non significa banalmente conoscerne il funzionamento pratico ma la loro logica e la loro grammatica profonda». **(E.G.)**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Occhi più aperti sulle serie tv»

EMANUELA GENOVESE

Qual è il futuro per le storie in televisione? Saranno il nuovo fronte per l'educazione dei giovani? Il successo delle serie "generaliste" come *Don Matteo* (in lavorazione la dodicesima serie) e *Montalbano* (la dodicesima in onda nel 2018), entrambe nate nel 2000, sono la prova che serie di qualità, ben scritte, che mirano a valori universali, come la ricerca del bene e la sconfitta del "cattivo", è la chiave vincente del successo televisivo. Da alcuni anni però le serie si sono moltiplicate nel mondo sfornando nuovi modelli, ruoli, personaggi e imponendosi anche all'attenzione dei più giovani, che, con un solo clic, hanno a disposizione le storie sullo smartphone. Paolo Braga, ricercatore di Semiotica e docente di tecniche di sceneggiatura al Master in Scrittura e produzione per la fiction e il cinema dell'Università Cattolica, intervenuto pochi giorni fa al corso della diocesi di Milano per animatori parrocchiali della comunicazione, unisce lo sguardo dello studioso a quello dell'educatore.

Paolo Braga

Il semiologo Paolo Braga: attenti ai modelli che fanno presa sui giovani

Qual è la peculiarità del linguaggio delle serie tv?

Rispetto al cinema la scrittura è più complessa, restituisce spazio e attenzione al particolare. A volte le serie sono create intorno a un personaggio che definiamo l'antieroe, con un'emotività più complicata, che conduce lo spettatore in quelle zone dell'umano più nere e generatrici di ansia. Penso a serie come *Survivors*, *Breaking Bad*, *In Treatment*. Una serie televisiva è un racconto che dura anni: ha un aspetto positivo perché può raggiungere livelli di verosimiglianza psicologica superiore al cinema. I cambiamenti che viviamo richiedono tempo, hanno sconfitte e vittorie, mentre la serialità con i suoi tempi lunghi espone al pericolo dell'incoerenza e della deviazione. La scommessa per la squadra di sceneggiatori, che a volte cambiano nel tempo, è trovare nuovi problemi esistenziali. E le stagioni che si susseguono corrono il rischio di diventare meno coerenti rispetto alla prima.

A quali pensa?

Alle serie dedicate a un pubblico di giovani. Spesso il loro schema di base è ridurre la presenza degli adulti, che sono negativi, assenti o impotenti sulla vicenda. Le serie che si smarcano da questa poetica sono poche. Julian Fellowes, lo sceneggiatore di *Downton Abbey*, dice che quando scrive i suoi personaggi pensa a uomini e donne sostanzialmente onesti che fanno di tutto per andare avanti. Una differenza narrativa evidente rispetto all'idea di *Tredici*, serie di successo tra i ragazzi, che racconta la crisi di una piccola comunità quando una ragazza, che ha subìto il bullismo, registra alcune audiocassette per raccontare le motivazioni del suo suicidio. L'occhio tecnico percepisce il voler mettere al centro gli adulti che manifestano preoccupazione e interesse verso i giovani, anche se sono esterni alla vita troppo autoriferita di questi ragazzi. Si ha l'impressione che il mondo giovanile sia solo questo: nessun personaggio è espressione di una realtà sociale diversa.

Cosa consiglia rispetto alla visione di una serie?

Occorre alimentare una "dieta" equilibrata, un occhio attento, conoscendo la possibile incoerenza delle trame nelle stagioni, e l'apertura all'antieroismo. Le serie possono aiutare a far comprendere la realtà nella sua complessità e anche nella sua malvagità, ma allo stesso tempo non possono assolutizzare il bene e il male. Dovrebbero aiutare ad alimentare la speranza e non solo la disillusione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

VkVSlyMjVm9sb0Vhc3lSZWFkZXJfU2lylyMjNTQ5MjVlM2EtZTc1MS00NjFiLThjYjctM2I5ZjMzYzE3NDg2IyMjMjAxOC0wNS0xNVQxNjoxNzo0NyMjI1ZFUg==