

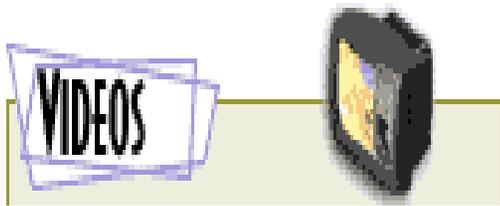
Crescere ...  
Gli adolescenti e i loro  
mondi

**Tavola rotonda**  
**“Che fare? Il compito per gli  
adulti oggi”**

**Bologna, 22 novembre 2007**



- **Lo scenario contemporaneo è caratterizzato da una pluralità di fonti e di “agenzie” di socializzazione talora “concorrenti”**
- **La formazione dei “futuri” (...) cittadini è attraversata ad esempio dall’influenza pervasiva del mondo mediatico e pubblicitario: da cittadini a spettatori o consumatori?**



- **Agenzie di socializzazione**  
**interpersonali:**
  - **Famiglia**
  - **Scuola**
  - **Gruppo dei pari**
- **Nuove agenzie di**  
**socializzazione “mediate”**  
**o a distanza?**
  - **Mezzi di comunicazione di**  
**massa**
  - **Nuovi media e linguaggi**  
**(ICM, videogiochi, musica,**  
**etc.)**

# Opportunità differenziate

- Il peso relativo delle varie agenzie vecchie e nuove è differente e influenzato da diverse variabili:
  - Ceto /Classe
  - Capitale sociale di relazioni
  - Capitale e provenienza socio-culturale
  - Capitale e risorse economiche disponibili

# Opportunità da contrastare?

- I diversi mezzi a disposizione possono essere isolati, contrastati e contrapposti
  - Esempio: “demonizziamo” i nuovi mezzi e “idealizziamo” i mezzi tradizionali?
  - Contrapponiamo il vecchio al nuovo? (esempio: libro contro televisione o libro contro computer?)
  - Generalizziamo il peso delle agenzie “mediate” e evidenziamo la debolezza di quelle interpersonali?

# Opportunità da orientare?

- I diversi mezzi a disposizione possono essere valorizzati e ricombinati
  - Osserviamo i contesti sociali reali e offriamo “pari opportunità” a chi mostra deprivazioni che ostacolano un uso attivo
  - Rielaboriamo vecchio e nuovo per meglio comprendere le opportunità dell’uno e le opportunità dell’altro

# Opportunità reali?

- I dati della diffusione di mezzi di socializzazione mediati mostrano aumento costante: videogiochi, computer, e non solo televisione, cd musicali e non solo libri
  - I responsabili del marketing osservano con attenzione queste evoluzioni e creano nuove forme di interazione per stimolare sin dalla prima infanzia: il loro compito è costruire **consumatori**

# Opportunità reali?

- I responsabili della scuola e delle istituzioni pubbliche hanno il compito di insegnare le nuove competenze necessarie per saper combinare in modo attivo e critico le diverse opportunità: il loro ruolo è di agevolare la formazione del **“cittadino”**

# Opportunità difficili

- Lo scenario in cui si formano oggi gli adolescenti è uno scenario complesso
- Non tutti hanno allo stesso modo le risorse per accedere alle nuove opportunità in modo consapevole e competenze
- Tutti hanno in linea teorica possibilità di offrire “culture” di rielaborazione
- Il rischio non sta nella contrapposizione ma nella **dipendenza ma anche nella difficoltà degli adulti di ascoltare le nuove combinazioni culturali possibili**

# Opportunità paritarie?

- Gli adulti non hanno più il monopolio assoluto del controllo di accesso: nuove libertà, nuovi rischi
- Gli adulti continuano ad avere il compito di ascoltare, formare, valorizzare l'esperienza vissuta e orientare le nuove esperienze di vita
- Gli adulti hanno il compito di agevolare uno scenario di pari opportunità

# Opportunità e competenze

- Competenze per i cittadini di domani:
- Governare la complessità delle relazioni e dei mezzi a disposizione
- Saper scegliere in modo consapevole, responsabile e congruo rispetto alle tante situazioni possibili di vita e di esperienza
- Saper fare a meno di tradizioni e modelli definitivi o totalitari, ma sapere anche tenerne conto

# Competenze difficili

- Agenti sociali **riflessivi**: questo, forse un obiettivo importante che la scuola e le istituzioni “adulte” possono porsi, col difficile compito di:
- Confrontarsi con e mettere a confronto i nuovi modelli di cittadinanza per fornire la “cassetta degli attrezzi” indispensabile per vivere in modo attivo e responsabile nel mondo di oggi e di domani