

La sfida dell'incertezza

Forse mai come oggi la generazione dei giovani ha avuto tanti appellativi da parte dei massmedia, dei commentatori, degli studiosi dei fenomeni sociali. E mai forse come oggi i giovani sono accusati di tradire quello che è il loro ruolo in ogni società e cioè di essere interpreti del proprio tempo, di anticipare ed esprimere i cambiamenti. Definiti narcisisti, egoisti, "bamboccioni", ipertecnologizzati, i protagonisti del passaggio dalla società di massa alla società della Rete, considerati fino a qualche anno fa la generazione vincente del nuovo Millennio appaiono in piena crisi. I "figli dell'incertezza", cresciuti nel mondo della globalizzazione, del terrorismo internazionale e soprattutto della crisi economica sembrano non riuscire ad entrare a far parte nel ciclo di produzione economica della società. Nati in un contesto che ha messo in discussione da tempo le classi sociali, le unità familiari, vivono un processo di individualizzazione che ne ha accresciuto il sentimento di insicurezza, senza contare che profondi mutamenti culturali, tecnologici pongono nuove modalità di interazione con il mondo e tra gli individui. Tutto ciò ha reso più difficile per loro il passaggio all'età adulta e ha messo in crisi ogni forma di progettualità verso il futuro. Ma a guardare con attenzione, dietro questa generazione sotto accusa si intravedono modelli comportamentali e culturali innovativi che potrebbero essere considerati un potenziale in un Paese che alcuni giudicano ormai "solo per vecchi". «I ragazzi stanno vivendo una condizione di incertezza rispetto a una società che non offre certezze – spiega Lello Savonardo, docente di Comunicazione e culture giovanili, presso la Facoltà di Sociologia dell'Università degli Studi di Napoli "Federico II" – questo ha comportato l'allungamento del periodo in cui si rimane socialmente giovani. Se, infatti, fino a venti anni fa si era giovani dai 15 ai 24 anni, ora lo si è fino ai 34 anni. E questo perché, le principali tappe che conducono al diventare adulti, e cioè l'autonomia economica, l'indipendenza e la possibilità di avere un nucleo familiare e quindi dei figli, si sono spostate in avanti nel tempo». Un forte spostamento determinato da un allungamento del processo di scolarizzazione: i ragazzi si trovano a dover acquisire un maggior numero di titoli di studio per essere più competitivi sul mercato con la conseguenza di ritardare il momento dell'entrata nel mondo del lavoro. «Anche se questa è una questione relativa – osserva il sociologo – perché questo non garantisce possibilità di lavoro certo ma solo l'introduzione in una dimensione di lavoro flessibile e precario». Precarietà e incertezza che possono essere viste anche in senso positivo: perché le nuove generazioni sono abituate al cambiamento e, quindi, più predisposte a gestire l'imprevedibile rispetto a quelle precedenti per le quali tutto era meno condizionato dal costante sopraggiungere di nuovi eventi.

I giovani come risorsa L'età della giovinezza è quella che tradizionalmente porta più innovazione e creatività nel sistema sociale. Ma questa convinzione oggi sembra registrare una battuta di arresto nel nostro Paese. A rivelarlo una recente ricerca condotta dalla Camera di commercio di Roma (dal titolo Padri analogici e figli digitali vedi box pag. 26) sulla creatività nel nostro Paese. I risultati dicono che sono proprio loro a sentirsi frenati nella corsa verso la realizzazione del nuovo, e costretti a rimanere in una situazione di sterilità creativa rispetto alla generazione dei quarantenni. «Purtroppo – replica il sociologo – l'Italia non investe sulla creatività dei giovani, una reale risorsa per lo sviluppo economico e culturale del nostro Paese. Occorrerebbe essere più attenti ai nuovi linguaggi giovanili, coglierne le potenzialità perché talvolta anticipano e interpretano i mutamenti sociali. Questo aiuterebbe a capirne meglio gli orientamenti e a indirizzare le politiche giovanili sul territorio e quindi contribuire alla definizione dei loro percorsi futuri. E, invece, i ragazzi sono spesso sotto l'attenzione dei media, dei giornalisti e dei sociologi soprattutto per i loro disagi – continua l'esperto – per le loro devianze che inevitabilmente rappresentano solo dimensioni minoritarie rispetto alla complessità e alla ricchezza dell'universo giovanile. Senza considerare che lo stesso malessere dei giovani può essere prevenuto attraverso strategie che valorizzano a monte la creatività delle nuove generazioni». Sempre più nel cyberspazio Immersi nelle tecnologie digitali i giovani del Terzo Millennio hanno rimodulato radicalmente il loro modo di rapportarsi con l'altro da sé: rispetto alla generazione dei "migranti digitali" e cioè quelli che hanno vissuto il passaggio dall'analogico, i "nativi digitali" viaggiano con naturalezza nel cyberspazio che ha cambiato il loro rapporto con la collettività. Lo stesso concetto di privacy sembra non essere più ai primi posti nelle necessità delle giovani generazioni: recentemente proprio il creatore di Facebook, Mark Zuckerberg, ha sottolineato come oggi sia, invece, la condivisione e non più la privacy ad essere riconosciuta un valore. La socializzazione "virtuale" vissuta dalle giovani generazioni ha indubbiamente aumentato la possibilità di creare nuove relazioni e, si può dire definitivamente tramontata la paura dell'uomo condannato alla solitudine davanti al computer sorta negli anni Ottanta. «Un timore dovuto al fatto che il computer in quegli anni non erano in Rete – spiega Savonardo – e le potenzialità di Internet non erano ancora esplose. Oggi i ragazzi possono continuare a mantenere le relazioni che hanno nella loro vita "reale" e crearne di nuove arricchendo il proprio capitale sociale di "legami deboli" che in qualche modo favoriscono la costituzione di nuove "amicizie"

oltre a rafforzare quelle già esistenti, in una dimensione sempre meno virtuale, poiché, per esempio su Facebook, è la propria “faccia” a garantire l’identità delle persone».

Meno politica più impegno sociale Recenti ricerche a livello nazionale (svolte dall’Istituto IARD) rivelano che sono la famiglia, il lavoro e l’amicizia ad essere i principali riferimenti dell’universo giovanile. Una scala che mette in evidenza l’importanza della sfera affettiva, rispetto alla necessità di essere indipendenti economicamente. «I giovani appaiono ripiegati su loro stessi, verso una socialità ristretta legata a parenti e amici – osserva l’esperto – con poca predisposizione a esprimersi in modo dirompente verso obiettivi “macro” anche perché la crisi delle certezze mette in crisi l’idea di un futuro, di un progetto». I giovani del Nuovo Millennio si interessano ai cambiamenti climatici, alle sorti del pianeta, vivono una generale sfiducia verso le forme della politica tradizionale ed esprimono il loro impegno sociale in movimenti transnazionali, in associazioni di volontariato o comunque in forme di partecipazione civile che passano anche attraverso i nuovi linguaggi del Web.

Essere glocal Meno idealisti, forse, i giovani di oggi ma sicuramente pronti a individuare strategie di adattamento in una società sempre più frammentata. Mentre il sociologo Ilvo Diamanti parla di “generazione invisibile” intendendo questa tendenza a rinchiudersi in una dimensione più privata dall’altra parte i giovani vivono una dimensione sempre più “glocal”. Un concetto che esprime la doppia condizione del giovane che si ritrova da una parte a partecipare ai processi di comunicazione come cittadino del mondo attraverso la televisione e il Web e i mezzi che offre la tecnologia e, dall’altra, a vivere la dimensione sociale dell’ambiente in cui vive, quella più legata ai territori di appartenenza. E il futuro di questa generazione? «È in costruzione – afferma Savonardo – attraverso una serie di incertezze, punti interrogativi e dubbi che sono comunque importanti per la crescita degli individui. Perché, per citare Georg Simmel, viviamo il mutamento perpetuo, siamo costantemente immersi nel flusso incessante della vita e il divenire è parte della nostra condizione sociale».

Padri analogici e figli digitali Padri analogici e figli digitali è la ricerca della Camera di commercio di Roma che ha coinvolto 4.000 italiani fra i 18 e i 55 anni, sul tema dell’innovazione e del comportamento individuale e sociale verso la creatività e la propensione delle persone al cambiamento e allo sviluppo dello spirito creativo. Le conclusioni danno un’inaspettata inversione di ruoli fra adulti e giovani, con i secondi, che al di là delle comprensibili e fisiologiche paure e incertezze che accompagnano questa fase della vita, appaiono caratterialmente meno dinamici e attivi delle generazioni precedenti, scarsamente motivati e mentalmente pigri. Un quadro ottimistico in cui le generazioni di adulti appaiono molto meno analogici di quanto ci si potesse aspettare, ma allo stesso tempo si evidenzia la necessità di ripensare i luoghi in cui le nuove generazioni sono chiamate ad esprimere la loro creatività e le modalità con cui stimolarla. L’imperativo che emerge con forza, alla luce di questo lavoro, è puntare sulla formazione e la competenza in ambienti caratterizzati dal confronto aperto, dalla facile accessibilità alle informazioni, dalla presenza di “maestri” che sappiano motivare, sapendo che i giovani sono l’investimento per il futuro. I dati che hanno portato a queste conclusioni, descrivono uno spaccato confortante degli italiani caratterizzato da una creatività diffusa (75%), con molti interessi (82%), reattivi a confrontarsi con l’innovazione (43%), relegando a percentuali basse soggetti nettamente chiusi a qualunque forma di spinta innovativa (25,5%) e tendenzialmente rinunciatari e disfattisti (10%). Inaspettatamente segmentando il campione in fasce di età e confrontandole con le risposte date dagli intervistati, emerge come le generazioni più giovani (18/24 e 25/34 anni), risultino le più frenate in termini di creatività e innovazione subendo forti blocchi legati al “trittico delle paure” (timore di sbagliare, di essere mal giudicati, di non essere capaci) e all’insicurezza individuale, in cui spiccano motivazioni come paura del giudizio (54% e 40%), contesto sorvegliante (53% e 42%), paura di non essere capaci (49% e 38%). Rispetto ai più giovani, gli adulti (35/44 e 45/54 anni) risultano meno frenati nell’espressione della propria creatività, lamentando comunque gli effetti negativi delle regole imposte e della gerarchia (52% e 42%), dello stress per la pressione delle scadenze (45% e 37%), la scarsa motivazione legata alla convinzione che lo sforzo creativo non venga premiato (36% e 25%), la paura di non essere all’altezza (31% e 25%). Per la maggioranza (59%), la creatività si apprende e le vie di uscita ai limiti imposti dalle regole, dalla gerarchia, dalle paure individuali sono: preparazione e competenza (51%), creatività e capacità di innovazione (36%), conoscenze (34%), capacità relazionali (33%), determinazione e spirito di sacrificio (32%). Giovani e adulti indicano come principali “killer” della creatività la gerarchia (39%), lo stress (35%), la routine e la scarsa motivazione (30%) e la paura di sbagliare (29%); “killer” attribuibili sia al comportamento dei datori di lavoro (o di chi in genere “comanda”) e all’ambiente di lavoro, sia a quello che i ricercatori hanno indicato come il “trittico delle paure”(vedi schema in alto). L’ambiente di lavoro è un elemento centrale per stimolare o limitare la creatività e questa ricerca fra i molti meriti, ha quello di rinnovare la domanda che ha alimentato moltissimi studi sulle organizzazioni e sui rapporti di lavoro: per stimolare la creatività risulta migliore un ambiente di lavoro improntato su un modello relazionale di tipo verticale-gerarchico o su un modello relazionale di tipo orizzontale-cooperativo?

01/08/2010