

Una traccia per la simulazione della prova di italiano

I nuovi media digitali: una risorsa o una minaccia?

Sviluppa l'argomento in forma di «saggio breve», utilizzando, in tutto o in parte, e nei modi che ritieni opportuni, i documenti e i dati forniti. Argomenta la tua trattazione, anche con opportuni riferimenti alle tue conoscenze ed esperienze di studio.

Premetti al saggio un titolo coerente e, se vuoi, suddividilo in paragrafi.

Brano n. 1

La psicologia cognitiva ha dimostrato che ogni tecnologia, compresi i media, per la sua capacità di strutturare l'esperienza interattiva crea, attraverso l'uso, schemi mentali. Questi permettono al nativo digitale di simulare mentalmente le diverse possibilità di azione del medium, consentendogli di usarlo intuitivamente, senza pensare.

Da un punto di vista pratico, è come se i nativi digitali avessero in più, rispetto a chi non è in grado di usare le tecnologie, il potere della “vista a raggi X” di Superman: grazie a essa è possibile vedere attraverso i nuovi media identificando le opportunità nascoste (ai non esperti) e la strada per raggiungerle.

Giuseppe Riva, *Nativi digitali. Crescere e apprendere nel mondo dei media*, Bologna 2014

Brano n. 2

Propongo di considerare l'obesità di media, analogamente a quella fisica, come un concetto che rimanda a due dimensioni: l'eccessiva quantità – di cibo nel caso dell'obesità, nel nostro caso di informazioni, stimoli, tempo passato con i media, relazioni mediate – e la cattiva qualità – in un caso delle miscele di preparazione dei cibi, nell'altro dei contenuti, la natura delle relazioni, la rappresentazione della realtà che riceviamo dai media. Il consumo di cibo e quello di comunicazione costituiscono entrambi pratiche ordinarie e quotidiane, che vengono ripetute diverse volte nel corso della giornata, contribuendo alla sua organizzazione temporale. (...) Sia l'obesità alimentare che quella mediale sono legate alle limitate capacità individuali (di alcune persone e di alcuni gruppi sociali più di altri) di gestire un'offerta sovrabbondante (...).

Marco Gui, *A dieta di media. Comunicazione e qualità della vita*, Bologna 2014