PuntoSicuro

ARTICOLO DI PUNTOSICURO

Anno 21 - numero 4520 di Martedì 30 luglio 2019

Modalità di apprendimento dei Millennials e della Generazione Z

L'impatto della tecnologia ha radicalmente modificato non solo il modo di apprendere dei nuovi studenti ma anche di pensare. Cosa e come cambiare della proposta formativa classica?

Quando parliamo di Generazione Y (o Millennials) intendiamo i nati tra gli anni '80 e 1995; si tratta di una generazione nata in un periodo di cambiamenti rapidi e radicali, come la nascita delle famiglie allargate, la diffusione dei computer, la tecnologia senza fili, il lavoro a tempo pieno per le donne, ecc. Ad oggi, il 98% delle persone comprese nella fascia d'età tra i 18 e i 34 anni, possiede almeno uno smartphone. Si tratta di una generazione che costituisce ben il 24% della popolazione globale e intorno al 2025 rappresenterà il 75% della forza lavoro mondiale; sono i figli del cambiamento e vengono definiti "Generation Uphill", che in italiano significa "Generazione in salita", ossia pronta ad affrontare ogni cambiamento, in un mondo che ormai non è mai fermo ed è in costante evoluzione. Questa generazione è nata e cresciuta con internet ed è abituata ad utilizzare più mezzi di comunicazione contemporaneamente. È la generazione del multitasking e dei social e, per questo, catturare la loro attenzione è diventata un'impresa difficile: è necessario utilizzare il "loro linguaggio" per poter comunicare efficacemente con loro.

Per Generazione Z, invece, si intende quell'insieme di persone nate dal 1995 al 2018; generazione che ha dunque assistito al terrorismo globale, alla recessione economica e alla crisi dei mutui. Parliamo di individui abituati alla globalizzazione e quindi agli spostamenti e all'accettazione di persone provenienti dall'altra parte del mondo, con abitudini e culture diverse dalle proprie. A questa generazione appartengono i consumatori del futuro (nel 2020 costituiranno il 40% dei consumatori globali). Questa generazione, ancora di più rispetto alla precedente, è abituata ad interfacciarsi continuamente con internet, lasciandosi influenzare dai nuovi media. Per questo motivo, diventa ancora più importante per i nuovi brand imparare a comunicare usando il loro linguaggio.

Svariati studi hanno illustrato come l'impatto della tecnologia abbia radicalmente modificato non solo il modo di apprendere dei nuovi studenti ma anche di pensare. Secondo queste indagini, i ragazzi di oggi, sono più propensi a una conoscenza di tipo parallelo e non sequenziale: svolgono più compiti contemporaneamente. Svolgendo più operazioni nello stesso momento, però, verrebbero meno la loro efficienza e precisione e aumenterebbe la possibilità di commettere errori. Inoltre, i giovani, preferirebbero la modalità visiva e uno studio declinato attraverso le immagini, molto più immediate rispetto a un testo scritto o una lezione orale.

Importanti sono anche gli effetti sulla memoria: avendo costantemente a disposizione un'infinità di informazioni, le nuove generazioni non hanno più bisogno di memorizzarle. Questo avrebbe degli effetti anche sulle loro capacità di concentrazione e riflessione. Infine, il costante uso della tecnologia avrebbe reso i giovani superficiali e molto più facilmente distraibili; maggiormente inclini a collaborare

che non affrontare i compiti da soli, aumentando inoltre la loro tendenza ad apprendere attraverso il gioco.

Pubblicità
<#? QUI-PUBBLICITA-SCORM1-[EL0331] ?#>

Anche secondo lo psichiatra e professore Tonino Cantelmi, per loro il sudore e la fatica non sarebbero più tollerabili e, per questo, necessitano di esperienze veloci e divertenti; il segreto è divertirsi studiando. Tutto deve essere interattivo e mai unidirezionale e se per i genitori di questi ragazzi ciò risulta incomprensibile, è proprio il cervello di queste generazioni e richiedere tali modalità di studio ed esperienza.

A tal proposito Christy Price, professore di psicologia alla Dalton State College, ha condotto un'analisi qualitativa su queste nuove generazioni con l'obiettivo di cogliere le loro preferenze in merito ai compiti, alla valutazione e alle caratteristiche del "docente ideale". Il risultato delle sue indagini ha portato ad un report intitolato "cinque R per coinvolgere i millennials":

1. Ricerche basate sui metodi: i Millennials preferiscono un apprendimento che sia contemporaneamente attivo e ricco di stimoli. D'altronde la tecnologia e l'avvento dei social network hanno messo a disposizione di chiunque, in particolare dei giovani, contenuti multimediali veloci, immediati e a costo zero; contribuendo così a rafforzare il trend del visual learning.

2. Rilevanza: se i nativi digitali hanno un dubbio, la cercano su Google. Per loro, le informazioni hanno un valore solo se trovano un collegamento con il mondo reale.

3. Razionale: i Millennials sono la generazione del multitasking e, per questo, anche la formazione deve strutturarsi su più livelli. L'impostazione unidirezionale della scuola odierna non è sufficientemente stimolante e coinvolgente per queste nuove generazioni! Ecco perché è fondamentale integrare un livello digitale al livello fisico per suscitare in loro dell'interesse.

4. Relax: i Millennials preferiscono un ambiente di apprendimento informale, che consenta loro di interagire con il docente e con gli altri studenti. Per questo motivo risulta importante creare aule dalle dimensioni non eccessive per favorire il dibattito e il confronto tra i partecipanti.

5. Relazioni: per queste generazioni è importante creare una connessione emotiva con i propri docenti, dai quali cercano cure e attenzioni. Tale legame è molto importante ai fini dell'apprendimento.

In un mondo caratterizzato da sovraccarico cognitivo come quello dei Millenials, la formazione deve essere modificata in una logica di aggiornamento e di in-formazione continua e il digitale è certamente il mezzo più efficace.

Secondo alcuni studi condotti dalla piattaforma online Teleskill ? Innovating with passion, che si occupa di e-learning per conto di Atenei universitari come la Sapienza di Roma, per interessare le nuove generazioni occorre gestire il corso in modo da adattarlo alle loro straordinarie capacità.

Di seguito una lista delle caratteristiche che, secondo questi studi, dovrebbe avere un corso online per essere in linea con questo particolare target:

§ Sfruttare la loro propensione al social networking

§ Focalizzare bene il vantaggio che avranno dal corso

§ Costruire una "sfida" da affrontare

§ Rendere ludica l'esperienza formativa

§ Rendere le lezioni breve e concise

§ Rendere il sistema flessibile

È necessario che l'e-learning, così come la scuola, si adattino al loro linguaggio e ai loro comportamenti: deve coinvolgerli, renderli protagonisti, favorendo la lettura dei contenuti, senza dimenticare mai la loro propensione alla frammentarietà, alla distrazione e il loro amore per la velocità legata al loro metodo di ricerca e reperimento delle informazioni.

L'insegnamento, così come lo intendiamo oggi, non risulterebbe dunque essere adatto alle nuove generazioni. Annoiati e non supportati dalle tecniche di insegnamento "vecchio stile", i cosiddetti nativi digitali necessitano di un nuovo piano formativo organizzato su più livelli in cui le lezioni frontali sono integrati con una parte digitale che possa stimolare il loro interesse, catturando la loro attenzione e contrastando la loro difficoltà di concentrazione. I giovani necessitano di velocità, partecipazione, fruibilità dei materiali da qualsiasi dispositivo e in qualsiasi momento.; non si accontentano più di slides e di corsi di aggiornamento.

Massimo Servadio

Psicoterapeuta e Psicologo del Lavoro e delle Organizzazioni, Esperto in Psicologia della Salute Organizzativa e Psicologia della Sicurezza lavorativa

Questo articolo è pubblicato sotto una Licenza Creative Commons.

www.puntosicuro.it