



**Citation:** A. Cava, A. Penna, D. Pizzimenti (2021) *On life: adolescenti tra narrazioni e identità*. *Media Education* 12(1): 33-41. doi: 10.36253/me-10190

**Received:** December, 2020

**Accepted:** April, 2021

**Published:** May, 2021

**Copyright:** © 2021 A. Cava, A. Penna, D. Pizzimenti. This is an open access, peer-reviewed article published by Firenze University Press (<http://www.fupress.com/me>) and distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

**Data Availability Statement:** All relevant data are within the paper and its Supporting Information files.

**Competing Interests:** The Author(s) declare(s) no conflict of interest.

## *On life: adolescenti tra narrazioni e identità*<sup>1</sup>

### *On life: teenagers between narratives and identity*

ANTONIA CAVA<sup>1</sup>, ASSUNTA PENNA<sup>2</sup>, DEBORA PIZZIMENTI<sup>1</sup>

<sup>1</sup> *Università degli Studi di Messina*

<sup>2</sup> *Università degli Studi di Salerno*

E-mail: [acava@unime.it](mailto:acava@unime.it); [apenna@unisa.it](mailto:apenna@unisa.it); [dpizzimenti@unime.it](mailto:dpizzimenti@unime.it)

**Abstract.** In this paper, we investigate how young people use social media. In particular, we analyse their narrative strategies and what is considered crucial in others' social representation. This research study was carried out in the high schools of Reggio Calabria, a provincial capital medium-sized in the south of Italy. Using a survey, we investigate the everyday uses of the Internet technologies by girls and boys aged between fourteen and sixteen: their performed activities, the smartphone role in their family and peers relationships, the impact of the digital content on their behaviours. According to our findings, dichotomy interpretations of the digital ecosystem turn out to be misleading: people live consistently within both environments of an existence *on-life*. In the conclusions, we claim that we should not stigmatise this double environment lives, but understand and give it value.

**Keywords:** social network, storytelling, teenagers, identity, digital skills.

**Riassunto.** In questo articolo, ricostruiremo gli usi sociali dei social media da parte dei giovani: analizzando, in particolare, le strategie narrative del Sé e cosa sia considerato più rilevante nella rappresentazione degli altri. La ricerca è stata realizzata nelle scuole secondarie di II grado di Reggio Calabria, capoluogo di provincia di medie dimensioni del Sud Italia; indagando, attraverso un questionario, gli usi quotidiani delle tecnologie di rete di ragazze e ragazzi tra i 14 ed i 16 anni: attività svolte, ruolo dello smartphone all'interno delle relazioni familiari e con i coetanei, influenza dei contenuti digitali sui comportamenti. Emergerà la fallacia di letture dicotomiche dell'ecosistema digitale: si vive costantemente nei due ambienti, in un'esistenza *on life* da non demonizzare, piuttosto da comprendere e valorizzare come proveremo a fare emergere nelle nostre conclusioni.

**Parole chiave:** social network, narrazione, adolescenti, identità, competenze digitali.

---

<sup>1</sup> Il lavoro è frutto di una riflessione comune tra le tre autrici. Tuttavia, devono essere attribuiti ad Antonia Cava introduzione e riflessioni conclusive, ad Assunta Penna il paragrafo 2 e a Debora Pizzimenti il paragrafo 3.

## 1. INTRODUZIONE

Le conseguenze della digitalizzazione sulle esistenze degli adolescenti sono al centro, come è noto, di un acceso dibattito di senso comune, che per lo più si esprime attraverso narrazioni manichee. In queste pagine proveremo a superare tale contrapposizione: da una parte, la demonizzazione dei device tecnologici come corruttori delle giovani generazioni; dall'altra, la celebrazione dei media digitali come strumenti di *empowerment*. Rifletteremo sulla polisemia dell'utilizzo che ragazze e ragazzi fanno della rete, in particolare rispetto alla dimensione identitaria e relazionale. Questa esplorazione nasce da una ricerca empirica realizzata nel 2018, in cui gli adolescenti non solo sono stati oggetto di studio, ma soprattutto soggetti costruttori di significati, in grado di fornirci la giusta chiave di accesso al loro mondo sociale.

Se quel progetto aveva come principale obiettivo comprendere l'uso della rete e dei dispositivi tecnologici all'interno della scuola, mettendo a confronto le visioni degli adolescenti con quelle degli insegnanti; in questo lavoro analizzeremo i dati, in cui ragazze e ragazzi hanno descritto gli usi quotidiani delle tecnologie di rete: attività svolte, ruolo dello smartphone all'interno delle relazioni familiari e con i coetanei, influenza dei contenuti digitali sui comportamenti. Nella prima parte dell'articolo rifletteremo su come le nostre vite sono cambiate da quando sono connesse attraverso il web, passeremo, poi, alla descrizione del lavoro sul campo realizzato a Reggio Calabria, città di medie dimensioni del Sud Italia.

Nella parte finale del lavoro emergerà come l'ambiente delle reti e dei dispositivi mobili eroda i confini tra sfere sociali diverse e quindi dei ruoli sociali (Pentecoste, 2013). In rete, così come nella vita offline, l'identità è costituita da ciò che pensiamo di essere, ma anche da come gli altri ci vedono; frequentemente, infatti, il primo contatto che gli altri hanno con noi avviene con i contenuti dei nostri profili sui siti di social network (boyd & Ellison, 2007). Le letture dicotomiche dell'ecosistema digitale, come dimostrato da ampia letteratura (Bennett, 2008; Livingstone & Haddon, 2009; Boccia Artieri et al., 2017; Pasquali et al., 2010; Aroldi, 2012), portano poco lontano. Viviamo costantemente nei due ambienti, in un'esistenza *on life* (Floridi, 2017), che in queste pagine descriveremo attraverso la chiave di lettura delle esperienze degli adolescenti.

## 2. BIOGRAFIE SOCIAL: RACCONTARSI NEL WEB

I social media si presentano come ambienti all'interno dei quali, attraverso delle narrazioni digitali che

si concretizzano nella condivisione di parole, immagini, video, ecc., è possibile esibire e costruire una certa presentazione del Sè. I social media propongono simboli e personaggi, che diventano più o meno popolari e acquisiscono significato attraverso rappresentazioni inconsuete del nostro mondo consueto. Inoltre, fare ricerca sui social media, come Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok o su applicazioni di messaggistica istantanea, come Telegram e Whatsapp, significa ottenere materiale da campioni di conversazioni, che hanno luogo normalmente in una società.

La costante esposizione alla vita online e offline ha portato a mutamenti comportamentali che vanno dai modi di rappresentarci, a quello di pensare e condividere i nostri mondi interiori, alle modalità di informarci sulla realtà che ci circonda: i confini spazio-temporali diventano porosi nell'ininterrotta prossimità mediale. Perché quando siamo online abbiamo spesso bisogno di raccontarci, e ancor più questo bisogno è sentito dalle giovani generazioni? Che senso danno i giovani a quelle narrazioni? Perché leggiamo e ci interessiamo alle narrazioni altrui? E, soprattutto, come cambia il nostro mondo semantico dopo la lettura sui vari social? Negli spazi sociali digitali è possibile osservare sia la socializzazione online sia gli intrecci tra i vincoli della piattaforma; le sue affordances (Nagy & Neff, 2015) e le pratiche che gli utenti sviluppano, non sono legate esclusivamente alla vita online, ma a una più profonda ricerca di senso della connessione. Per lungo tempo, una buona parte delle ricerche sul rapporto tra media e giovani è stata alimentata da due retoriche principali: da una parte, studi che evidenziavano le insidie del digitale, in termini di isolamento sociale e minaccia alla crescita emotiva (Kraul et al., 1998; Nie & Erbring, 2002; Naas, 2012); dall'altra, letture che ne esaltavano le potenzialità per il rafforzamento delle reti relazionali e per l'apprendimento (Prensky, 2001; Robinson et al., 2002; Rheingold, 2013; Gemini, 2009). Oggi la letteratura nazionale ed internazionale ha in gran parte superato queste dicotomie per indagare il rapporto tra socialità online ed offline (boyd & Ellison, 2007; Livingstone, 2008; Giaccardi, 2010; Cappello, 2015; Biscaldi, 2019).

La ricerca, presentata in questo articolo, mira a sviluppare un discorso sulla natura del rapporto tra minori e social media, a partire dall'osservazione delle pratiche e dalle risposte che i giovani hanno dato ad un questionario, pensato proprio - come approfondiremo nelle prossime pagine - per analizzare quanto e come essi trascorrono il loro tempo online. Obiettivo della ricerca, quindi, è indagare i significati culturali condivisi dai giovani, che saturano il loro quotidiano e le loro pratiche relazionali, analizzando le sensazioni e le emozioni che

intervengono durante l'utilizzo dei social network sites. Le dinamiche di costruzione dell'identità sociale, dei gusti e delle opinioni saranno studiate, utilizzando come chiave di lettura l'esposizione ai modelli di socialità digitale e connessa. Come vedremo, attraverso le risposte date dai ragazzi appare chiaro il fatto che essi sentano il bisogno di essere connessi e di condividere delle informazioni con gli altri utenti, per esprimere il proprio essere e mantenere i rapporti sociali. Allo stesso tempo, però, dichiarano di preferire la conversazione faccia a faccia per comunicare i loro pensieri, perché attraverso essa si sentono più sicuri e stimolati a condividere qualsiasi tipo di pensiero, emozione, idea con gli amici o con individui conosciuti online.

*Tra le cose che facciamo, la conversazione vis à-vis è quella più umana e che ci rende più umani. Pienamente presenti al nostro interlocutore, impariamo ad ascoltare e sviluppare le nostre capacità empatiche. È il momento in cui sperimentiamo la gioia di essere ascoltati e capiti. La conversazione, inoltre, è un preludio all'introspezione, al dialogo con noi stessi – pietra angolare del nostro primo sviluppo e presente poi per tutta la vita. In questi ultimi tempi, tuttavia, troviamo il modo di eludere la conversazione, nascondendoci l'uno all'altro pur essendo costantemente connessi. Sui nostri schermi, infatti, siamo tentati di presentarci come vorremmo essere. Va da sé che un certo grado di performance fa parte di qualsiasi tipo di incontro, ma quando ci troviamo online, pienamente a nostro agio, è facile creare, correggere e migliorare la nostra immagine apportando vari e opportuni ritocchi (Turkle, 2016, p. 8).*

Questa necessità di condividere e raccontarsi è, dunque, centrale nello sviluppo dell'emozionalità e dell'empatia. Ed è evidente che, attraverso i social, abbiamo la possibilità di generare discorsi sulle nostre biografie personali, per delineare un'immagine concreta del nostro sé da restituire ai nostri contatti online. Inoltre, la pratica del narrare è centrale nei processi di costruzione identitaria. La narrazione può essere considerata un'«abitudine» (*habit*) al pari del camminare o del parlare (Cometa, 2017, p. 25). Raccontare il nostro 'io', attraverso i media e soprattutto attraverso le narrazioni mediali, significa generare contenuti che sono caratterizzati da proprietà di *persistence*, *searchability*, *spreadability*, *visibility* (boyd, 2014), che rendono la presentazione del sé sui social media un atto di esibizione, oltre che una pratica di *impression management* (Farci, 2017, p. 128). Come emergerà dai dati, che illustreremo nel prossimo paragrafo, è evidente che i social media rappresentano oggi un ambiente centrale all'interno del quale rappresentare il proprio sé, e che le modalità di narrarsi in rete consentano manipolazioni nella costruzione della propria immagine, messe in atto da strumenti linguistici e no,

che sono evidentemente condivisi e comunemente usati dai giovani. Ad esempio, l'uso dello smartphone, come principale dispositivo d'accesso ai siti di social network, è un importante elemento di coesione nel gruppo. L'identità individuale si costruisce in una continua interazione tra online e offline, nell'ambito della quale i social appaiono utilizzati in funzione del rafforzamento identitario, per selezionare persone e contenuti che siano affini ai gusti di chi li sceglie, piuttosto che per cercare di conoscere nuove persone o impegnarsi nel multitasking identitario, fingendo identità diverse dalla propria (Roversi, 2006).

### 3. ANALISI DEI DATI

La ricerca è stata effettuata, nei mesi di aprile e maggio 2018, in 9 scuole secondarie di secondo grado della città di Reggio Calabria e ha coinvolto 353 giovani (169 ragazze e 180 ragazzi<sup>2</sup>, di età compresa tra i 14 e i 16 anni) (Tab. 1). Il campione utilizzato è frutto di una procedura di campionamento non probabilistico, che mira a soddisfare una rappresentatività 'tipologica', ma non statistica; in altre parole aspira a presentare la descrizione di una realtà esistente nella popolazione non assicurando la generalizzazione dei risultati.

Prima di descrivere lo strumento d'indagine utilizzato ed i risultati della ricerca, analizziamo brevemente il contesto regionale in cui abbiamo lavorato. Considerando i dati Istat (2019), in Calabria risiede il 3,2% del totale della popolazione residente in Italia (1.947.131 persone). Riguardo la mobilità, l'indice di attrazione dall'esterno del proprio territorio, per motivi di studio o lavoro, mostra una media regionale significativamente più bassa rispetto al dato nazionale. Il quadro sociale regionale riflette ovviamente la condizione di difficoltà del mercato del lavoro, mostrando un livello di capitale sociale eroso da decenni di migrazioni.

Con riferimento alle dinamiche economiche, le famiglie che si trovano in uno stato di povertà relativa nella regione sono il 30,6 % (11,8 % in Italia); rispetto alla condizione occupazionale, emerge che il 22,2 % delle famiglie con almeno un componente da 15 a 64 anni non ha alcun componente appartenente alle forze di lavoro, una quota di 9 punti percentuali al di sopra del dato nazionale. Il livello medio di benessere economico vede la Calabria collocarsi verso il basso del gruppo delle regioni europee, insieme ad altre regioni del Sud italiano, come la Sicilia e la Puglia, a numerose regioni greche, a Malta, a regioni del Sud e del centro della Spagna.

<sup>2</sup> 4 unità del campione non hanno indicato il loro sesso.

Tabella 1. Il campione.

	N.	Maschi	Femmine	*	
Istituto scolastico (Secondaria di II Grado)	Liceo Classico "Tommaso Campanella"	40	11	27	2
	Liceo Scientifico "Alessandro Volta"	38	20	18	0
	Istituto tecnico statale economico "Raffaele Piria"	40	16	24	0
	Istituto di istruzione superiore "Augusto Righi"	36	34	2	0
	Istituto di istruzione Superiore "E. Fermi"	37	25	12	0
	Istituto di istruzione superiore "U. Boccioni"	33	19	14	0
	Liceo Statale "Tommaso Gulli"	33	3	29	1
	Liceo Scientifico "Leonardo Da Vinci"	58	33	25	0
	Istituto di istruzione superiore "G. Ferraris"	38	19	18	1
	Totale	353	180	169	4

Note: 4 unità del campione non hanno indicato il loro sesso.

Per quanto riguarda gli studenti, popolazione al centro del nostro studio, nel 2018 in Calabria gli iscritti al sistema di istruzione sono 289.404, di cui i giovani della scuola secondaria di I e di II grado rappresentano insieme il 52,5 % del totale. In particolare, la città di Reggio Calabria, in cui abbiamo realizzato la nostra osservazione empirica, ha un totale di 85.443 studenti, di cui 28.130 iscritti alla scuola secondaria di secondo grado. I dati sull'utilizzo di Internet rivelano che in Calabria più di un terzo delle famiglie (il 32,7%) non dispone ancora di un accesso ad Internet da casa. Il confronto con le altre regioni dell'Unione Europea non è favorevole per l'accesso alla banda larga, che si rivela insufficiente (si colloca nella medesima posizione di regioni del centro-sud della Romania, della Corsica e di regioni magiare<sup>3</sup>). Tra le famiglie che non dispongono di accesso alla rete, da notare che circa il 60 % di esse dichiara di non sapere usare Internet, mentre il 21,7% non lo ritiene utile e/o interessante. In Calabria il 62,1 % tra le persone in età di 6 anni e oltre fa utilizzo di Internet, un dato inferiore rispetto alla media nazionale (70,4%). Gli utilizzatori assidui (tutti i giorni) sono il 46,4 % (in Italia il dato è più alto: 54,7%). Questi dati ci raccontano interessanti caratteristiche di contesto, che contribuiranno alla comprensione di alcune risposte da parte dei nostri intervistati.

Il questionario è strutturato in 35 domande a risposta multipla suddivise in tre sezioni: nella prima parte è disegnato un profilo socio-demografico dell'intervistato; nella seconda si ricostruiscono gli usi delle tecnologie digitali; nella terza, infine, si indagano le relazioni sociali in Rete.

Iniziamo, ora, a delineare l'identikit digitale del nostro campione. L'85% delle ragazze e dei ragazzi uti-

lizza internet tutti i giorni, e quasi la metà degli adolescenti ha effettuato il primo accesso a internet tra i 7 e gli 11 anni. In media, gli adolescenti coinvolti nella ricerca dichiarano di trascorrere su internet tra le 2 e le 3 ore in un normale giorno scolastico, lo stesso vale per i giorni in cui i ragazzi non si trovano a scuola. Le risposte sulla frequenza d'uso della rete sembrano risentire dell'effetto di desiderabilità sociale: i ragazzi sottostimano la quantità di tempo online, probabilmente consapevoli di fare un uso della rete che potrebbe apparire eccessivo. Lo usano, infatti, oltre che per essere connessi ai loro coetanei tramite i social, anche per vedere film o ascoltare musica. Dobbiamo, però, considerare i dati prima illustrati sull'insufficiente accesso alla banda larga e su un uso di Internet da parte della popolazione di 6 anni ed oltre, che è inferiore rispetto alla media nazionale. La disponibilità di un'infrastruttura telematica stabile e veloce, infatti, costituisce un elemento cruciale per un utilizzo assiduo della rete. Tuttavia, c'è chi dichiara di essere sempre connesso con il proprio smartphone (24,6% del campione)<sup>4</sup>. Sebbene la differenza di genere non determini usi diversi dei social, considerando quanto dichiarato dai nostri intervistati, solo la risposta sullo "stato di connessione

<sup>3</sup> Report regionale 2019 realizzato nell'ambito del progetto Sistema Integrato di Supporto alla Progettazione degli Interventi Territoriali.

<sup>4</sup> La nostra ricerca è stata realizzata prima della pandemia di Covid-19. Indubbiamente l'isolamento forzato che ne è conseguito ha determinato un aumento del tempo trascorso online. Smartphone, social media e web in generale hanno garantito, infatti, le relazioni anche quando erano vietate. Secondo i dati di una ricerca condotta nel 2020 dall'Osservatorio scientifico della no-profit Movimento Etico Digitale, il 79% dei ragazzi tra gli 11 e i 18 anni trascorre più di quattro ore al giorno sui social, sbloccando in media il loro smartphone 120 volte al giorno. Per un'approfondita analisi delle radicali trasformazioni imposte a socialità e pratiche formative dall'emergenza sanitaria, si può far riferimento al numero 15/2020 di *Mediascapes Journal* "Shockdown: la ricerca dopo. Temi emergenti e sfide metodologiche per l'analisi di media, cultura e comunicazione nel post Covid-19" ed al vol. 11 (2) di *Media Education. Studi, ricerche e buone pratiche* "Media and Education in the pandemic age of Covid-19".

permanente” rivela una maggiore dipendenza online delle ragazze (65,6% di chi dichiara di essere sempre connesso) rispetto ai ragazzi (34,4%). Per il resto, in linea con la letteratura degli ultimi anni, il genere non appare più una variabile discriminante nell’accesso e frequenza d’uso di Internet (Gui, 2015; Mainardi *et al.*, 2013).

Anche il tipo di scuola che si frequenta (Istituto tecnico commerciale-economico, Liceo Scientifico, Classico o delle Scienze Umane, Istituto professionale nel settore industria e artigianato) non è una variabile che determina differenze di uso della rete e dell’ampiezza del range di attività svolte online.

Relativamente alle attività su internet svolte con maggiore frequenza, risulta che, oltre a visitare vari siti di social network simultaneamente e a modellare il proprio profilo, più del 50% dei giovani intervistati effettua acquisti online, generalmente con le carte di credito di uno dei genitori, tramite i social network o sui vari siti di commercio elettronico. Gli acquisti, nel campione analizzato, sono finalizzati innanzitutto a reperire prodotti tecnologici di ultima generazione e a dotarsi di indumenti, accessori, libri. Sebbene i web influencer abbiano la capacità di modificare le opinioni e le decisioni di acquisto, innescando un passaparola digitale che non può lasciare indifferente i più giovani (Mortara & Roberti, 2016), solo il 12,7% dei nostri intervistati dichiara di essere orientato al consumo dalla fascinazione esercitata dagli influencer più celebri. Ne risentono l’influenza più le ragazze (58% di chi ha dichiarato di orientare i propri consumi in base ai suggerimenti delle *microcelebrities* del web) che i ragazzi (42%). Il 66,9% di questi adolescenti rivendica, invece, la propria autonomia, servendosi della rete solo come risorsa informativa rispetto alla qualità dei prodotti (Tab. 2).

Dalla ricerca emerge come molti giovani (41,9%) amino seguire le mode che nascono online, poiché rappresentano un fattore fondamentale per la costruzione delle loro soggettività e dei loro stili. Spesso la moda riflette anche i loro valori etici, spazio identitario attraverso cui condividere ed esprimere pubblicamente le proprie preferenze personali, il proprio stile e i propri gusti. Non si evidenziano significative differenze tra ragazze e ragazzi; il discorso di moda pare affascinarli in ugual misura. Bisogna, poi, considerare che più della metà dei rispondenti (57,7%) ha dichiarato di tenere in poco conto o di essere indifferente ai modelli di stile e di gusto e, più in generale, alle tendenze che si affermano in Rete (Tab. 3). Le mode online sembrano funzionare solo se intercettano un bisogno identitario degli adolescenti che stiamo studiando.

Il desiderio di avere pubblici prevale su quello di essere pubblici. Per quel che riguarda, infatti, il numero

**Tabella 2.** Quando desideri acquistare un prodotto, un capo d’abbigliamento, un libro o uno strumento tecnologico, accade perché?

	Student*	%
L’ho visto sui social, solitamente pubblicizzato da un influencer	45	12,7
Quando scelgo un prodotto sono spesso influenzato dai gusti dei miei amici e compagni di scuola	38	10,8
Scelgo autonomamente ciò che voglio acquistare, non mi faccio condizionare dagli influencer; cerco informazioni, anche su internet, sulle caratteristiche dei prodotti	236	66,9
Nessuna risposta	34	9,6
Totale	353	100

**Tabella 3.** Quanto è importante per te seguire le mode che nascono sul web?

	Student*	%
Moltissimo	40	11,3
Molto	108	30,6
Poco	141	39,9
Per niente	63	17,8
Nessuna risposta	1	0,3
Totale	353	100

di followers sui vari social, la metà dei rispondenti trova che essere seguiti da un numero elevato di individui sia molto importante. Ci sembra interessante rilevare come questi giovani pare vogliano sganciarsi da quella passività, che li ritrae spesso nel dibattito pubblico come utenti che si muovono in un web anonimo ed alienante. Sembrano più interessati a diventare micro-leader d’opinione delle loro comunità, piuttosto che affidarsi e seguire in maniera impersonale le *celebrities* del web.

Nella parte del questionario dedicata all’autovalutazione del proprio comportamento online, è stato chiesto se internet rappresenti un ambiente reale o se viceversa si tratti di un luogo dove poter scrivere e condividere qualsiasi tipo di informazione, senza dare alcun peso e importanza al contenuto. La maggioranza del campione dichiara un uso responsabile del web, percependo la rete un luogo reale e ritenendo opportuno che ciò che si diffonde in rete debba essere sensato e veritiero. Tuttavia, circa il 39% dei rispondenti, rivela di percepire internet qualcosa di irrealistico, e non riconosce le dinamiche che vi stanno dietro. Nonostante la competenza consapevole sembri essere il tratto caratterizzante la navigazione dei giovani da noi incontrati, quel 39% che interpreta il web

come spazio privo di effetti di realtà, ci invita a interrogarci su quanto ancora si debba fare nel campo della social media literacy.

Nella sezione del questionario “Usi e fruizione”, è stato chiesto ai ragazzi cosa pensassero, invece, dell’uso di internet e dei social media da parte degli adulti, ad esempio, dei loro genitori o insegnanti. Il 50% circa dei partecipanti ha risposto che gli adulti non sanno usare internet e che usano i social media in maniera goffa e solo per mettersi in mostra e pubblicare foto. Emerge in maniera chiara la distanza che rivendicano da genitori e docenti rispetto ai vissuti in rete. Questa distanza è stata indagata in numerosi progetti di ricerca, aventi come oggetto gli “sguardi digitali” adottati da giovani ed adulti per dare significato all’uso che fanno della rete (Pattaro et al., 2017; Ahn & Jung, 2016). Un dialogo che svela l’esistenza di confini generazionali che costruiscono stereotipi reciproci. L’appartenenza generazionale determina una certa percezione rispetto all’uso “appropriato” delle piattaforme digitali: adolescenti ed adulti considerano rispettivamente inadeguate le pratiche digitali degli “Altri”, così definiti in quanto appartenenti ad altre coorti d’età (Comunello et al., 2020). L’unione di generazioni diverse solleva sempre sfide simboliche in termini di riconoscimento sociale (Carlo & Bonifacio, 2020). Da una parte, le opinioni dei giovani che danno per scontata la presenza delle tecnologie digitali nella loro quotidianità; dall’altra, le interpretazioni degli adulti che intendono il digitale più come fonte di rischio che di opportunità. Interessante è anche la preoccupazione degli adolescenti per l’uso di queste tecnologie da parte delle generazioni più anziane: sembra abbiano interiorizzato la retorica nativi digitali vs. immigrati digitali (Piccioni et al., 2020; Drusian et al., 2019).

La rete può rappresentare un rifugio dove potersi esprimere in libertà con il linguaggio degli Hashtag, che gli adulti ancora troppo spesso mostrano di non tenere in conto con la necessaria attenzione.

Nella sezione “Relazioni sociali in Internet”, abbiamo dedicato attenzione anche ai rischi della rete, episodi pericolosi ai quali si può andare incontro, quando si naviga in internet (ad esempio cyberbullismo o richieste particolari da parte di utenti non bene identificati), oppure alcuni comportamenti di per sé potenzialmente pericolosi (i contatti online con sconosciuti o la navigazione su siti poco sicuri). I dati emersi sembrano allontanarsi da una visione allarmistica spesso dominante nell’opinione pubblica; il cyberbullismo risulta poco diffuso tra gli studenti, inclusi nel campione di questa ricerca. Più diffusa è la pratica di entrare in contatto con messaggi e immagini sessuali, con una percentuale del 32%, che anche questa volta non evidenzia significati-

ve differenze di genere. Anche per quel che riguarda la privacy, i rispondenti al questionario si sono dimostrati abbastanza interessati a chi legge i propri contenuti; oltre il 50% degli intervistati afferma di controllare spesso le impostazioni della privacy e di bloccare i propri contenuti per gli sconosciuti o per chi non è nelle proprie liste di amici. Inoltre, il 75% dichiara di poter conoscere e condividere qualsiasi tipo di informazione con qualcuno, solo dopo averlo conosciuto di persona. La penetrazione tra dimensione fisica e immateriale emerge in queste risposte: i nostri adolescenti si muovono in un tessuto di continuità tra spazi materiali e digitali, vivendo costantemente nei due ambienti, attualizzando quella virtualità reale di cui ci parla Castells (1998). Non basta affidarsi alle narrazioni identitarie nelle vetrine social (66,9%) (Tab. 4).

È stato espresso un larghissimo interesse per lo studio a scuola di internet e dei social media, della loro storia, la loro evoluzione, le loro funzioni sociali e culturali, con oltre il 75% del campione che ritiene utile studiare queste dinamiche, perché fondamentali per la loro crescita personale (Tab. 5). Questo dato rivela l’esigenza che

**Tabella 4.** Credi che basti leggere il blog o le pagine social di un utente per capire veramente come è fatta quella persona?

	Student*	%
Assolutamente sì, tutto ciò che vediamo sui social network corrisponde alla reale descrizione di una persona	15	4,2
Non credo che basti leggere un blog o una pagina social per capire a fondo come è fatta una persona, bisogna guardare in faccia il proprio interlocutore e comunicare dal vivo per capire bene come è fatto qualcuno	236	66,9
Domanda 3.9 Si e no, spesso sui social si costruiscono notizie false e si modificano foto per apparire alla moda, impegnati in qualche attività particolare o in splendida forma	91	25,8
Nessuna risposta	11	3,1
Totale	353	100

**Tabella 5.** Credi sia utile studiare i media (internet, la fotografia, il giornale, la televisione, etc.) la loro storia, la loro evoluzione, le loro funzioni sociali e comunicative a scuola?

	Student*	%
Domanda 3.12 Si	268	75,9
No	78	22,1
Nessuna risposta	7	2,0
Totale	353	100

le giovani generazioni hanno di conoscere in maniera approfondita questi meccanismi e i loro sviluppi, proprio perché sono argomenti che a scuola vengono affrontati poco o quasi per nulla.

Un ulteriore dato che vogliamo riportare e che riteniamo rilevante, riguarda la richiesta di includere nei programmi scolastici – sin dalle scuole secondarie di primo grado o anche prima, tramite programmi mirati e specifici per studenti di tutte le età – corsi incentrati sugli sviluppi tecnologici, sociali, culturali e politici delle comunità e dell'intero pianeta.

Il quadro, che emerge dalla ricerca, evidenzia usi della rete e dei media digitali assai variegati e complessi, smitizzando alcune convinzioni che vedono i minori sempre più isolati e vittime indifese dei tanti pericoli che si celano in internet. Allo stesso tempo, questa molteplicità di usi non presuppone per forza un atteggiamento responsabile e consapevole da parte dei giovani.

#### 4. RIFLESSIONI CONCLUSIVE

I media contemporanei, come si sa, ridefiniscono le geografie situazionali all'interno dei luoghi fisici dell'esperienza sociale (Meyrowitz, 2006). Gli ambienti digitali costituiscono frame, particolari 'mondi di esperienza' dai confini molto permeabili, ed ancora più indeterminati ed ambigui rispetto a quelli della vita offline (Cava, 2020). Nel contesto di auto-comunicazione di massa (Castells, 2009), la rappresentazione del self nella quotidianità digitale attinge ancora di più a contenuti mediali. In questo scenario è più facile o difficile gestire la costruzione identitaria? Per le ragazze e i ragazzi che hanno scelto di offrire il loro sguardo sulle vite in rete, i social sono oggetti multiformi, a cui accedere attraverso diversi mezzi (pc, smartphone, ecc.), che permettono di gestire la propria rete sociale e la propria identità sociale. I siti di social network sono mezzi per soddisfare molti dei bisogni sociali dei più giovani. Questi, infatti, permettono di soddisfare il bisogno di organizzazione, perché supportano la rete sociale personale, poi quello di confronto, permettendo di esplorare i profili altrui per farsi un'idea dell'identità degli altri, e infine quello di descrizione e definizione, attraverso la gestione del proprio profilo personale, vera 'faccia digitale' (Riva, 2016).

Da una parte, i digital media aprono a un campo infinito di possibilità espressive, permettendo la sperimentazione di identità multiple. È più facile scegliere come presentarsi alle persone, che compongono la rete dei giovani che abbiamo descritto, utilizzando al meglio le risorse di cui dispongono. Dall'altra, lo stato di connessione permanente (Boccia Artieri, 2012), a cui sono

abituati, rende ancora più faticosi i 'giochi d'interazione', costringendoli ad un'attività frenetica di autorappresentazione: disponibili al contatto interpersonale in ogni luogo ed in ogni momento, espongono la loro immagine a conseguenze imprevedibili. Gli strumenti digitali consentono di sperimentare un senso di prossimità costante, ne emerge un'identità forse più frammentata e parziale; questi frammenti si offrono, infatti, all'interpretazione dei diversi pubblici che li guardano in rete. Ma il concetto di privacy è cambiato e si manifesta proprio nella differenza tra la rappresentazione di sé, come processo di socializzazione e l'idea di non voler essere pubblici, non volere che tutto sia conosciuto e condiviso.

La lettura dei dati ci permette di delineare uno scenario delle vite digitali degli adolescenti decisamente incoraggiante, rispetto a profezie che li vorrebbero utenti della rete disarmati di fronte alla viralità di cattiva informazione, immagini di violenza e frivolezza dilagante. Due, però, sono gli aspetti critici emersi, a cui è necessario dedicare un'attenta riflessione. Iniziamo dal 32% che dichiara di entrare in contatto frequentemente con immagini e messaggi sessuali. Attraverso le piattaforme digitali gli adolescenti condividono parti anche molto intime di sé, condivisioni che possono tradursi in pericolo, nel caso di costruzione di contatti in rete con sconosciuti. La curiosità ed il divertimento, che spesso motiva questi comportamenti, può aumentare il rischio di vittimizzazione sessuale (Soavi & Allegro, 2012). Secondo Livingstone (2009), il fatto di poter essere al tempo stesso vittime o carnefici motiva paura e fascino. Il rischio di fare strani incontri può diventare allora una prova da sostenere. Il nuovo modo di concepire la propria identità e il modo di rappresentarla, si legano ad un modello performativo di Sé che include una drammatizzazione, che rischia di degenerare in dinamiche di relazione di gruppo che possono sfociare in uso spregiudicato del corpo, attribuendo un senso completamente nuovo al concetto di intimità (Cava & Pira, 2015).

Un approfondimento merita, infine, l'arretratezza, percepita dai nostri giovani, del sistema educativo rispetto all'uso dei social media. Si parla tanto di didattica digitale, ma le dichiarazioni degli intervistati ci fanno riflettere ulteriormente su quale enorme cambiamento di paradigmi richieda. Occorre ripensare agli strumenti didattici, al rapporto docente-studente, all'ora di lezione e incentivare opportunità di apprendimento deistituzionalizzate (Balzola, 2020). Mettendo i ragazzi alla prova, per esempio, con una ricerca su Google, stimolandone le competenze sulla credibilità delle fonti nel flusso informativo, molto spesso disorientante dell'ecosistema digitale.

In conclusione, non possiamo non considerare quanto il confine tra mondo online e offline sia ormai

sottilissimo, ciò che accade in uno ha comunque degli effetti sull'altro. Non si tratta di uno spazio virtuale separato da uno spazio reale, ma di un insieme processuale di interazioni (Boccia Artieri *et al.*, 2017) in un'esistenza perennemente *on life* (Floridi, 2017). Questo spazio sociale ibrido complica i processi di costruzione, relazione e comunicazione dell'identità personale. Il legame tra il contesto fisico e le dinamiche di rete è molto evidente: il cyberspazio non è un luogo altro, è un ulteriore mondo sociale mediatore delle interazioni tra esperienze di sé (Stone, 1997; boyd, 2014). La realtà delle reti è Realtà.

#### BIBLIOGRAFIA

- Ahn, J. & Jung, Y. (2016). The common sense of dependence on smartphone: a comparison between digital natives and digital immigrants. *New Media and Society*, 18 (7), 1236-1256. <https://10.1177/1461444814554902>
- Aroldi, P. (2012). Digital Generation? Giovani e nuove tecnologie della comunicazione, al di là delle retoriche. *Studi di Sociologia*, 50 (1), 91-107.
- Austin, M. (2010). *Useful Fictions. Evolution, Anxiety, and the Origin of Literature*. University of Nebraska Press.
- Balzola, A. (2020). L'educazione a distanza alla luce e all'ombra della pandemia. *Mediascapes journal*, 15, 203-210.
- Bennet, W.L. (2008). Changing Citizenship in the Digital Age. In W. L. Bennett (ed.), *Civic Life Online. Learning How Digital Media Can Engage Youth*, MIT Press, 1-24.
- boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated communication*, 13 (1), 210-230. <https://10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Biscaldi, A. & Matera, V. (2019). *Antropologia dei social media. Comunicare nel mondo globale*. Carocci.
- Boccia Artieri, G., Gemini, L., Pasquali, F., Carlo, S., Farci, M., & Pedroni, M. (2017). *Fenomenologia dei social network. presenza, relazioni e consumi mediiali degli italiani online*. Guerini.
- Bruner, J. (1987). Life as narrative. *Social research*, 54 (1), 11-32.
- Bruner, J. (1991). The narrative construction of reality. *Critical inquiry*, 18(1), 1-21.
- Carlo, S., Bonifacio, F. (2020). "You Don't Need Instagram, It's for Young People": Intergenerational Relationships and ICTs Learning Among Older Adults. In Q. Gao & J. Zhou (eds.), *Human Aspects of IT for the Aged Population. Technology and Society*. Springer.
- Cappello, G. (2015). *Ritorno al futuro. Miti e realtà dei nativi digitali*. Aracne.
- Castells, M. (2009). *Comunicazione e potere*. Università Bocconi Editore.
- Castells, M. (1998). *End of Millennium, The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol. III. Blackwell.
- Cava, A. (2020). Uno, nessuno, centomila Sé. Per una semiotica dell'identità. In M. R. Bartolomei (Ed.), *La realtà manipolata. L'impatto delle nuove tecnologie sui sistemi individuali e collettivi di pensiero e di azione* (pp. 18-35). L'Harmattan.
- Cava, A. & Pira F. (2015). *Social Gossip. Dalla chiacchiera di cortile al web pettegolezzo*. Aracne.
- Cometa, M. (2017). *Perché le storie ci aiutano a vivere*. Raffaello Cortina Editore.
- Comunello, F., Rosales, A., Mulargia, S., Ieracitano, F., Belotti, F. & Fernández-Ardèvol, M. (2020). 'Youngsplaining' and moralistic judgements: exploring ageism through the lens of digital 'media ideologies'. *Ageing & Society*, 1-24. <https://10.1017/S0144686X20001312>
- Drusian, M., Magaudo, P. & Scarcelli, M. (2019). *Vite interconnesse. Pratiche digitali attraverso app, smartphone e piattaforme online*. Meltemi.
- Floridi, L. (2017). *La quarta rivoluzione. Come l'infosfera sta cambiando il mondo*. Raffaello Cortina.
- Giaccardi, C. (2010). *Abitanti della rete. Giovani, relazioni e affetti nell'epoca digitale*. Vita e Pensiero.
- Gemini, L. (2009). *Stati di creatività diffusa: i social network e la deriva evolutiva della comunicazione artistica*. In L. Mazzoli (a cura di), *Network effect. Quando la rete diventa pop* (pp. 113-136). Codice.
- Gui, M. (2015). Le trasformazioni della disuguaglianza digitale tra gli adolescenti: evidenze da tre indagini nel Nord Italia. *Quaderni di Sociologia*, (69), 33-55. <https://10.4000/qds.515>
- Kraul R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay & Scherlis, W. (1998). Internet Paradox: A Social Technology That Reduces Social Involvement and Psychological Well-Being?. *American Psychologist*, 53 (9), 1017-31. <https://10.1037//0003-066x.53.9.1017>
- Livingstone, S. (2009). *Children and the Internet*. Polity Press.
- Livingstone, S. & Haddon, L. (2019). *Kids Online. Opportunities and Risks for Children*. The Policy Press.
- Livingstone, S. (2008). Taking Risky Opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society*, 10 (3), 393-411.



- <https://10.1177/1461444808089415>
- Mainardi, A., Mangiatordi, A., Micheli, M. & Scenini F. (2013). Gender differences in online consumption and content production among Italian undergraduate students. *Rivista Pic-Ais Cultura e Comunicazione*, 3, 39-53.
- Mortara, A. & Roberti, G. (2016). Da appassionato a testimonial: l'evoluzione del blogger. *Micro & Macro Marketing*, 75 (3), 397-410. <https://10.1431/84722>
- Naas C. (2012). Is Facebook Stunting Your Child's Growth?. *Pacific Standard*, 23.
- Nagy, P. & Neff, G. (2015). Imagined Affordance: Reconstructing a Keyword for Communication Theory. *Social Media + Society*, July-December, 1-9. <https://10.1177/2056305115603385>
- Nie H. N., Erbring L. (2002). Internet and Society: A Preliminary Report. *Internet and Society*, 1 (1), 275-283.
- Pasquali F., Scifo, B. & Vittadini N. (2010). *Crossmedia cultures. Giovani e pratiche di consumo digitale*. Vita e Pensiero.
- Pattaro, C., Riva, C. & Tosolini, C. (2017). *Sguardi digitali. Studenti, docenti e nuovi media*. FrancoAngeli.
- Pentecoste, N. (2013). Goffman Rewind: la presentazione del self nel quotidiano digitale. *Mediascapes Journal*, 2, 106-118.
- Piccioni, T., Scarcelli, C.M. & Stella, R. (2020). Inexperienced, Addicted, at Risk. How Young People Describe Their Parents' Use of Digital Media. *Italian Journal of Sociology of Education*, 12(1), 270-292. <https://10.14658/pupj-ijse-2020-1-15>
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9 (5).
- Rheingold, D. (2013). *Perché la rete ci rende intelligenti*. Raffaello Cortina.
- Riva, G. (2016). *I social network*. Il Mulino.
- Robinson, J. P., Kestnbaum, M., Neustadtl, A. & Alvarez, A. (2002). *The Internet and the Other Uses of time*. In B. Wellman & C. Haythornthwaite (eds.), *The Internet in Everyday Life* (pp. 244-262). Blackwell.
- Roversi, A. (2006). *Lodio in rete. Siti ultras, nazifascismo online, jihad elettronica*. Il Mulino.
- Soavi, G. & Allegro, S. (2012). L'abuso sessuale online: tra prassi di intervento consolidate e nuove sfide. *Maltrattamento e abuso all'infanzia*, 14 (3), 7-16. <https://doi.org/10.3280/MAL2012-003001>
- Stone, A. R. (1997). *Desiderio e tecnologia. Il problema dell'identità nell'era di Internet*. Feltrinelli.
- Turkle, S. (2016). *La conversazione necessaria. La forza del dialogo nell'era digitale*. Einaudi.