



CULTURE GIOVANI Li

ADOLESCENTI ALWAYS ON

SOCIAL MEDIA,
WEB REPUTATION E RISCHI ONLINE

Lello Savonardo, Rosanna Marino

FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con **Adobe Acrobat Reader**



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile **con Adobe Digital Editions**.

Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.

CULTURE GIOVANILI

Collana diretta da Enrica Amaturo e Lello Savonardo

La collana intende focalizzare l'attenzione sulle dimensioni più significative che investono la condizione giovanile, soffermandosi su mutamenti sociali, linguaggi culturali e processi comunicativi che caratterizzano le nuove generazioni nelle società contemporanee. Il focus si concentra, in particolar modo, sulle diverse forme di produzione, fruizione e consumo culturale che contribuiscono alla costruzione sociale dell'immaginario collettivo e dell'immaginazione individuale. La creatività giovanile nutre la produzione culturale, ma anche l'economia, liberando e promuovendo l'effervescenza artistica, determinando significativi momenti di aggregazione, generando innovazione e animando le risorse produttive e lo sviluppo economico. Tali dimensioni sono strettamente connesse alla condizione sociale, ai valori, alle opinioni, alle istanze, alle pratiche e ai comportamenti delle nuove generazioni, oltre che alle diverse forme di disagio e di devianza. Inoltre, l'evoluzione tecnologica muta profondamente il loro rapporto con gli istituti tradizionali della cultura, nonché l'approccio alla conoscenza, alla socialità e alla partecipazione civile e politica. Attraverso i media digitali, i giovani esprimono nuovi linguaggi, inedite forme di comunicazione e di partecipazione alla vita pubblica. Studiare le forme espressive giovanili permette di analizzare e interpretare le principali trasformazioni sociali e culturali della contemporaneità. La collana intende accogliere pubblicazioni incentrate su tali temi anche in intesa con enti, istituti di ricerca e istituzioni pubbliche che svolgono attività sui giovani e per i giovani.

I volumi pubblicati sono selezionati dalla direzione di collana e successivamente sottoposti a una procedura di valutazione e accettazione di "double-blind-peer-review" (doppio referaggio anonimo).

Comitato scientifico: Luigi Amodio (*Museo Città della Scienza di Napoli*), Adam Arvidsson (*Università degli Studi di Napoli Federico II*), Giovanni Boccia Artieri (*Università degli Studi di Urbino Carlo Bo*), Sergio Brancato (*Università degli Studi di Napoli Federico II*), Annalisa Buffardi (*Istituto Indire*), Carlo Buzzi (*Università di Trento*), Amalia Caputo (*Università degli Studi di Napoli Federico II*), Iain Chambers (*Università degli Studi di Napoli L'Orientale*), Folco Cimagalli (*Università Lumsa di Roma*), Stefano Consiglio (*Università degli Studi di Napoli Federico II*), Franco Crespi (*Università degli Studi di Perugia*), Linda De Feo (*Università degli Studi di Napoli Federico II*), Dario De Notaris (*Federica Web Learning - Università degli Studi di Napoli Federico II*), Cristiano Felaco (*Università degli Studi di Napoli Federico II*), Paolo Gerbaudo (*King's College London*), Alex Giordano (*Università degli Studi di Napoli Federico II*), Francesca Ieracitano (*Università di Roma Sapienza*), Derrick de Kerckhove (*Università di Toronto*), Carmen Leccardi (*Università degli Studi di Milano-Bicocca*), Rosanna Marino (*Università degli Studi di Napoli Federico II*), Marco Martiniello (*Università di Liegi*), Mario Morcellini (*Università di Roma Sapienza*), Antonio Noto (*Noto Sondaggi*), Donatella Pacelli (*Università Lumsa di Roma*), Mirella Paolillo (*Università degli Studi di Napoli Federico II*), Maria Cristina Pisani (*Forum Nazionale Giovani*), Gabriella Punziano (*Università degli Studi di Napoli Federico II*), Marita Rampazi (*Università di Pavia*), Francesca Sartori (*Università di Trento*).

FrancoAngeli

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità o scrivere, inviando il loro indirizzo, a “FrancoAngeli, viale Monza 106, 20127 Milano”.



CULTURE GIOVANI*i*

ADOLESCENTI ALWAYS ON

SOCIAL MEDIA,
WEB REPUTATION E RISCHI ONLINE

Lello Savonardo, Rosanna Marino

FrancoAngeli

Il presente volume è frutto di riflessioni comuni dei due autori.

In particolare, l'Introduzione è stata elaborata congiuntamente; il capitolo 1 è a firma di Lello Savonardo; i capitoli 2, 3, 4 e 5 sono da attribuirsi a Rosanna Marino; il capitolo 6 è stato così redatto: i paragrafi 6.1 e 6.8 da Lello Savonardo, i paragrafi 6.2, 6.3, 6.4, 6.5, 6.6 e 6.7. da Rosanna Marino.

Il volume è stato pubblicato con il contributo del Dipartimento di Scienze Sociali dell'Università degli Studi di Napoli Federico II - Finanziamento Corecom Campania.

Progetto grafico di copertina di Alessandro Petri

Copyright © 2021 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Prefazione. Educazione e scuola dopo il Covid. Idee, proposte e vision , di <i>Mario Morcellini</i>	pag.	7
Introduzione	»	13
1. Adolescenti <i>onlife</i>	»	23
1.1. <i>Always on</i> , sempre connessi	»	23
1.2. Media digitali, formazione e competenze	»	25
1.3. Il pensiero connettivo	»	28
1.4. Relazioni e capitale sociale online	»	32
1.5. Adolescenti e media digitali	»	34
2. L'uso dei social media tra gli adolescenti	»	41
2.1. Social media e processi comunicativi	»	41
2.2. I social media nella dieta mediale degli adolescenti	»	45
2.3. La fruizione dei siti di social network	»	48
2.4. Il ruolo delle <i>affordances</i> : Facebook, Instagram, WhatsApp e YouTube	»	53
2.5. Osservazioni conclusive	»	61
3. Social media, identità e privacy	»	63
3.1. Social media e identità	»	63
3.2. La costruzione del profilo personale e le performances identitarie	»	68
3.3. Social media e privacy	»	72
3.4. Il valore della privacy e le pratiche di <i>privacy management</i>	»	75
3.5. Osservazioni conclusive	»	81

4. Social media, relazioni e rischi	pag.	83
4.1. Socialità e rischi online	»	83
4.2. <i>Sociability</i> e pratiche di <i>risky communication</i>	»	86
4.3. Il cyberbullismo	»	91
4.4. Il <i>sexting</i>	»	99
4.5. Le violazioni della privacy e l'abuso di dati personali	»	105
4.6. Osservazioni conclusive	»	107
5. Web reputation e strategie di coping	»	109
5.1. Social media e reputazione	»	109
5.2. Le pratiche di <i>web reputation management</i>	»	112
5.3. Le figure di riferimento e le reti di supporto	»	116
5.4. Il contesto familiare	»	118
5.5. Il contesto scolastico	»	122
6. Adolescenti <i>always on</i> in Italia	»	127
6.1. Campania, Lazio e Lombardia a confronto	»	127
6.2. L'uso dei social media tra i ragazzi italiani	»	128
6.3. La gestione delle informazioni personali e della privacy	»	131
6.4. La <i>risky communication</i>	»	134
6.5. I rischi online	»	136
6.6. La gestione della <i>web reputation</i>	»	143
6.7. Famiglia, scuola e gruppo dei pari	»	145
6.8. Osservazioni conclusive	»	148
Postfazione , di <i>Domenico Falco</i>	»	151
Bibliografia di riferimento	»	153

Prefazione. Educazione e scuola dopo il Covid. Idee, proposte e vision

di *Mario Morcellini*

Il Covid-19 chiede a tutti, ma soprattutto alle Università e agli Organi di regolazione come i Corecom, di verificare quanto abbiamo imparato in questo lungo anno di reclusione e didattica a distanza. Su questo tema si è già sviluppato un avvio di dibattito e qualche ricerca che spingono a dare per acquisito un dato: *il sistema formativo ha offerto una prova di capacità di adattamento e di resilienza superiore a qualunque attesa*, anche a fronte delle criticità che si sono manifestate, soprattutto nelle aree economico-sociali più marginali e a rischio di povertà educativa. Viene da domandarsi infatti *cosa avrebbe fatto la scuola senza il digital* (Morcellini 2020), e tuttavia, dopo più di un anno in DaD, urge una riflessione più composita che parta dalla presa d'atto che la modalità *distance* può essere vissuta come misura emergenziale, o a corredo dell'insegnamento in presenza¹. Non può essere una sostituzione *sic et simpliciter*.

Da oggi le nostre istituzioni formative si sentiranno più sicure a fronte di possibili emergenze, anche se tutto fa pensare che la didattica in remoto non possa essere la risorsa quotidiana su cui basare la normalità dello scambio educativo e la ricchezza delle sue funzioni di abilitazione all'interazione e alla cittadinanza. Quanto è successo dovrà rappresentare un acceleratore per un ripensamento che deve fare i conti con una cultura digitale, non più come insostituibile infrastruttura di emergenza, ma canale di allineamento dell'Istituzione formativa ai linguaggi e alle disposizioni dei suoi utenti. In altre parole, occorre sottrarre il termine digitale al lessico emergenziale: solo così la scuola può diventare davvero il tempo e il luogo di un'educazione che renda vivente il messaggio della *società della conoscenza*.

¹ L'Università, a tal proposito, ha dato una bella prova di innovazione attraverso la messa in campo di un palinsesto di *webinar* per accompagnare la società attraverso la pandemia. Il racconto non completo di questo esperimento nel mio articolo: Morcellini M. (2021), *L'università alla prova del webinar. Un primo sondaggio*, «Comunicazionepuntodoc», n. 23, Rubbettino, Soveria Mannelli.

Il Covid-19 ci ha costretto a radicalizzare tutti gli interrogativi e gli impulsi al cambiamento, ma se quanto è successo spinge a progettare un autentico *piano di digitalizzazione del Paese*, che deve coinvolgere il lavoro, la PA e le relazioni tra cittadini e Istituzioni, *come si potrà partire senza mettere al centro la scuola, l'infrastruttura più sensibile di un progetto di cambiamento?* La scelta di questo *incipit* dà un senso compiuto ad una svolta culturale che non può ridursi alla mera modernizzazione tecnologica, giustificando un investimento a utilità differita nel tempo che nel nostro Paese si può realizzare solo grazie a risorse non ordinarie, come quelle prospettate da un'appartenenza europea tornata finalmente al centro di un progetto di futuro. È una sfida anche rispetto alle *élite* politiche, storicamente abituate a investire più sul domani che sul dopodomani, ed ora hanno invece una concreta possibilità di incidere sulla storia italiana. Partiamo dunque da un'acquisizione potenzialmente ovvia: se la scuola – e cioè gli insegnanti – non sceglie il cambiamento, il rischio di una tacita ma progressiva rotamazione di un intero modello di civiltà e civilizzazione diventa concreto.

Aggiorniamo allora la visione dell'insegnamento, affrontando il bivio di fronte a cui siamo: si tratta di due modi radicalmente diversi di intendere il funzionamento delle comunità umane, e cioè la trasmissione istituzionalizzata dell'eredità sociale e culturale attraverso le reti della formazione.

In una prima accezione, la scuola si presenta come una sorta di *centro di resistenza alla modernità* e, quindi, come un luogo a elevata densità simbolica e valoriale, funzionale per il forte contrasto con la *leggerezza etica* imposta dal cambiamento sociale contemporaneo. È il volto più prudente dell'insegnamento, che gioca le sue carte nell'antagonismo alla “cultura dello *zapping*” e ai suoi risvolti più negativi: il facilismo, l'allentamento di qualsiasi disciplina e la socializzazione dei media e della cultura di massa. Una scuola, quindi, che pensa di arrestare le lancette del cambiamento appoggiandosi esclusivamente sulla tradizione. Ma è sempre più forte una visione diversa della formazione, che abbraccia la logica dell'apertura culturale grazie a un'interpretazione della modernità e del digitale non come ideologia da accettare, ma giocando una coraggiosa *battaglia* di aggiornamento, il cui esito è tutto nella capacità culturale dei docenti. In questa prospettiva, l'educazione tende ad avvicinarsi sempre più al pensiero strategico sulla comunicazione. A farsi strada è un modello che potrà rinnovare la sfida educativa considerando, nella coltivazione delle disposizioni dei giovani, non solo la cultura degli insegnanti ma la qualità dell'esperienza forma-

tiva e di vita frutto di una sapiente interazione tra tutti i soggetti che vi partecipano².

Ma c'è di più. I recenti accadimenti correlati alla pandemia da Covid-19 hanno certamente contribuito a stravolgere le fondamenta su cui si sono basate molte delle nostre riflessioni sul ruolo del digitale nella vita dei più giovani; sembrava impossibile, infatti, a chi studiava i verbali di un'amara modernità comunicativa, che una crisi sconvolgente facesse riaffiorare la forza dei sentimenti di appartenenza e persino un termine deriso fino a ieri come *educazione civica*. Iscritta in questa dimensione formativa, la *media education* si configura allora come una vera e propria politica pubblica per *dar forma* ai cittadini di domani, operando a un duplice livello: da un lato quello delle competenze, che superi la semplicistica e riduttiva visione dell'accesso ai media come dimensione risolutiva e *sufficiente* per un utilizzo consapevole, dall'altro in termini di acquisizione di sapere critico, soprattutto da parte dei più giovani. Con quest'ultima accezione si intenda la necessità, sempre più impellente, di arginare fenomeni tristemente noti al centro proprio di alcuni capitoli di questo libro: dal cyber bullismo e cyberstalking, al *sexting*, alla diffusione delle *fake news* e dell'*hate speech*, ma anche al diritto all'oblio e alla tutela della privacy, senza dimenticare una precisa riflessione sul corpus della legislazione nazionale e internazionale sul tema.

In altre parole, bisogna lavorare sulla *competenza* e sull'educazione degli utenti, come programmaticamente annuncia il titolo stesso di questo bel volume scritto da Lello Savonardo e Rosanna Marino. Ma è bene ricordare qui che si tratta anche di rivendicare una sovranità culturale, non arenandola al cortile domestico, osservando invece quanto i grandi *players* della rivoluzione digitale siano già oggi in grado di scrutare i nostri desideri e persino gli orientamenti culturali all'azione. La globalizzazione allora cessa di essere una minaccia lontana e lambisce, talvolta compromettendola, la titolarità dell'educazione, ponendo la questione di chi forma oggi il soggetto entrante in società.

Prima di interrogarci sugli effetti delle tecnologie occorre però chiedersi quali siano *gli elementi profondi* che determinano e "spiegano" una così forte connessione tra i giovani e le forme di comunicazione mediate dal digitale³. È un rapporto che, soprattutto per i soggetti meno attrezzati dal pun-

² Alcuni temi qui citati in questo testo provengono dalla Rubrica che firmo per la Rivista «Formiche» (*Prima la scuola*, n. 160, luglio 2020).

³ La Commissione europea ha adottato una nuova metodologia per misurare le competenze digitali degli individui: il *Digital Competence Framework* basato sulle attività che le persone hanno concretamente svolto su Internet; i 4 domini individuati sono: informazione, comuni-

to di vista delle *competenze* e della *literacy*, e dunque in possesso di scarse quote di capitale sociale e culturale, assume i tratti dell'esclusività, a dispetto di una certa retorica sulla capacità di sfruttare pienamente le potenzialità della digitalizzazione.

L'aumento delle competenze degli utenti dovrebbe rafforzare la loro capacità di utilizzo critico dei dispositivi digitali. Il Corecom della Campania, in un contesto nazionale di maggior apertura a questi temi promossi da una ricerca nazionale che ha visto coinvolti anche Lombardia e Lazio, si è distinto quale centro strategico di raccolta documentata di tutte le domande di una diversa qualità dell'informazione e della Rete. In effetti, le grandi piattaforme online, quali i *social network sites*, hanno trasformato la Rete in un *walled garden* in cui l'utente non cerca più autonomamente specifiche informazioni ma finisce per trovarle già pronte all'interno delle stesse piattaforme, determinando un diverso impatto sull'opinione pubblica. Se i siti informativi stimolano il dibattito, sui *social network*, invece, la distribuzione di contenuti è governata da algoritmi in forza di cui i cittadini-elettori seguono e spesso ricevono notizie solo da fonti a loro politicamente e socialmente affini (per effetto delle cosiddette *echochambers*). La conseguenza è rilevante: si determina l'esclusione di una serie di informazioni diversificate che potrebbero concorrere a una dieta più variegata e alla formazione di un'opinione critica sui fatti. Ma al tempo stesso, i social hanno infrastrutturato le relazioni grazie alla loro capacità di "mettere in connessione" gli individui, contribuendo così ad alimentare legami decisivi per sormontare la crisi. Resta tuttavia irrisolto il nodo della disinformazione, che sta diventando centrale negli studi sui media ma soprattutto nelle iniziative di educazione critica alla comunicazione. La fonte del potere seduttivo della tecnologia riguarda in primis la sua aura di novità, di "parità" e un certo senso di trasgressione nel frequentare stili di comunicazione così lontani da quelli degli adulti e per questo capaci di regalare vere e proprie patenti di modernità ed emancipazione generazionale. Una molla motivazionale basata sulla trasgressione, quindi, più che sull'aderenza alla norma; più innovazione (non sempre coerente con contenuti formativi davvero decisivi) che coltivazione dei valori tradizionali.

Ma allora come non chiamare in causa, in questo scenario, la crisi della formazione intesa come rassegnata abdicazione ai valori e agli orientamenti culturali della socializzazione giovanile? In quest'epoca fondata sui media,

cazione, creazione di contenuti, *problem solving*. Nel 2016 è stata pubblicata la versione aggiornata "DigComp 2.0: The Digital Competence Framework for Citizens. Update Phase 1: the Conceptual Reference Model" (<https://ec.europa.eu/jrc/en/digcomp/digital-competence-framework>).

minori e giovani vengono in buona misura affidati alla comunicazione digitale, ai suoi stili e percorsi, rispetto ai quali l'autorevolezza delle agenzie formative tradizionali (famiglia, scuola, università, ecc.) non evolvono in modo altrettanto tempestivo e convinto⁴. Non c'è al momento un adeguato riposizionamento della scuola lungo le linee della comunicazione informale dei new media; su questi canali, infatti, amicizie, aggregazioni, cultura, comunicazioni, musica, tempo libero si intrecciano tra loro senza un percorso cognitivo progettato e adeguato allo sviluppo delle facoltà del singolo.

Le conseguenze sono rilevanti. Mentre nelle società del passato la scuola era stabilmente il centro della socializzazione, da tempo è diventata troppo spesso secondaria se non altro per la pluralità concorrenziale di agenzie formative tipica della modernità. Ciò rischia di produrre una dissonanza che non sempre riesce a interpretare valori, opinioni e orientamenti di senso totalmente rivoluzionati rispetto al passato, ai quali, peraltro, non si oppone un'alternativa convincente. Come dimostra l'annuale Report *We Are Social*, il tempo medio giornaliero che le persone dedicano ai device viaggia attorno alle dieci ore al giorno: questa stima evidenzia quanto le agenzie di formazione non possono rimanere ancorate a modelli ormai esauriti in termini di appetibilità e debbono fare uno scatto in avanti, che comincia con l'adeguamento alle dinamiche e ai linguaggi del digitale. Siamo ancora lontani dal farlo, come certifica l'attuale difficoltà degli istituti scolastici italiani ad allinearsi pienamente alla trasformazione didattica connessa al *distance learning*⁵.

La soluzione va cercata, coraggiosamente, prendendo atto che in uno scenario contemporaneo connotato da una "socializzazione a bassa definizione", accompagnata dalla penetrazione massiva e sostanzialmente anarchica delle nuove tecnologie, è assolutamente necessaria non una *socializzazione al nuovo*, ma una vera e propria bi-alfabetizzazione⁶ capace di assicurare da un lato competenze digitali *media related* (relative alla padronan-

⁴ La dinamica di sviluppo dei media ambientata negli ultimi 25 anni dimostra inequivocabilmente una diversa marcia di sviluppo dei consumi mediali e culturali nel loro insieme a confronto con la progressione della scolarizzazione.

⁵ Parte di questo testo è tratto dalla prefazione a Sala M. (2021), *Libro bianco media e minori. L'educazione ai nuovi media ai tempi del coronavirus*, Rubbettino, Soveria Mannelli.

⁶ Su questi temi e su una necessaria prospettiva critica dei nuovi scenari, si rimanda all'intero lavoro di riflessione e di analisi di M. Wolf. In particolare cfr. Wolf M. (2018), *Lettore vieni a casa*, Vita e Pensiero, Milano. Sul concetto di bi-alfabetizzazione, e sull'impostazione di un'efficace *media education* focalizzata su un autentico *digitalwellbeing*, in grado di coniugare tradizione e innovazione, cfr. anche Gui M. (2019), *Il digitale a scuola. Rivoluzione o abbaglio?*, Il Mulino, Bologna.

za del mezzo) e dall'altro *digital skills content related*, capaci di andare oltre la mera tecnicità e dimestichezza operativa.

È all'altezza culturale ed etica di questo difficile crocevia che deve porsi la scuola, insieme a tutte le altre agenzie formative e a un'efficace *media education*. Non ha senso oggi, come in ogni altra occasione storica di cambiamento epocale, contrapporre in un inutile duello tradizione e innovazione; è invece urgente *rispondere all'imperante e inconcludente regime di sovrabbondanza informativa e comunicativa* con la difesa decisa e sicura di un "canone formativo" che deve continuare a basarsi sulla forza di contenuti e attività intangibili. Entro questo doppio binario educazione/formazione si dovrà agire parallelamente con interventi specifici mirati su logiche e stili comunicativi divergenti: da un lato, quelli della "navigazione" (ipertestualità, frammentazione, informazione costruita dal basso) e, dall'altro, quelli dell'approfondimento (cultura analogica del libro, *lettura profonda*, linearità, consequenzialità argomentativa, principio di autorità).

Ciò che sembra mancare ai contemporanei è la *competenza digitale critica* che integri le informazioni troppo facilmente reperibili attraverso i nuovi ambienti mediali con un solido e irrinunciabile sistema di precomprensioni basate su immaginari culturali alla cui trasmissione, tradizione e mediazione dovrà continuare a provvedere la scuola e ogni altra struttura formativa. Scegliere la filosofia della *media education* deve diventare l'obiettivo di un progetto di futuro pronto ad abbracciare il nuovo senza dimenticare il senso profondo del passato, le sue ascendenze culturali e, in una parola, il trasferimento dei valori alle generazioni che cambiano.

Introduzione

Lo scenario

I media digitali stanno caratterizzando e influenzando sempre di più i processi sociali, economici e culturali della contemporaneità. Il Web e i social media contribuiscono a ridefinire i confini tra sfera pubblica e privata, favorendo nuove interazioni e modalità di condivisione dei processi sociali. Gli adolescenti, interagendo tra loro sempre di più attraverso i social media, condividono le informazioni e concorrono attivamente a crearle: esprimono le proprie opinioni e dibattono online, partecipano alla vita pubblica e condividono foto e video all'interno della propria rete di conoscenze, scambiano i propri gusti culturali, i propri interessi e le proprie passioni.

Gli adolescenti navigano, creano, comunicano e crescono alimentando relazioni sociali *online* e *offline*, vivono in una nuova condizione *onlife*, che mette profondamente in crisi le tradizionali dimensioni spazio-temporali e il rapporto tra sfera pubblica e privata. *Always on*, sempre connessi, immersi nei social media *anytime* e *anywhere*, gli adolescenti sono tra i principali fruitori delle tecnologie digitali. L'evoluzione dei media e le trasformazioni tecnologiche influenzano inevitabilmente la loro vita sociale e culturale: l'iperconnessione favorisce nuove opportunità di relazione e di sviluppo individuale e collettivo, tuttavia li espone anche a nuovi disagi e inediti rischi, che incidono profondamente sulla costruzione sociale della loro identità e reputazione.

La capillare penetrazione dei social media nella vita quotidiana degli adolescenti ha richiamato negli ultimi anni l'attenzione dei *policy makers* sui comportamenti e le pratiche comunicative online dei ragazzi, al fine di intercettare le esperienze più rischiose e promuovere interventi orientati alla tutela dei minori in Rete, al potenziamento delle opportunità, alla prevenzione dei rischi online e alla riduzione del *digital divide*.

Fenomeni come il cyberbullismo, il *sexting* e le violazioni della privacy – solo per citare alcuni temi chiave di questo volume – sono infatti stretta-

mente connessi al bagaglio di competenze digitali degli adolescenti, al netto dei divari tecnologici e socioculturali relativi al contesto geografico, familiare e scolastico di riferimento. Tali divari, che sono esplosi in modo considerevole con l'avvento della pandemia da Covid-19, evidenziano che non tutti gli adolescenti sono in condizioni di accedere con le stesse opportunità alla Rete e di utilizzare al meglio i media digitali; pertanto è quanto mai necessario che le istituzioni mettano in atto strategie e politiche efficaci per superare le disuguaglianze sociali e culturali, sempre più drammatiche anche a causa della pandemia.

Sulla base di tali riflessioni, questo volume nasce da un'esperienza di ricerca dell'Osservatorio Territoriale Giovani (OTG) del Dipartimento di Scienze Sociali dell'Università degli Studi di Napoli Federico II, condotta tra il 2017 e il 2018 in collaborazione con altri atenei italiani, su impulso dei Co.Re.Com. di Campania, Lazio e Lombardia nell'ambito delle funzioni di vigilanza e tutela dei minori in Rete.

A partire da un inquadramento teorico che ripercorre il dibattito sui nativi digitali, sul rapporto tra Internet e minori e sui rischi e le opportunità online per i ragazzi, il libro presenta i principali risultati dell'indagine che fotografa i comportamenti online degli adolescenti, fornendo una panoramica delle tendenze più diffuse a livello nazionale e cross-regionale nel periodo precedente all'avvento del Covid-19. Il volume approfondisce in modo particolare il caso della Campania, la regione al tempo stesso più "giovane" e più "social" d'Italia.

La ricerca

La collaborazione avviata tra l'Osservatorio Giovani dell'Ateneo Federico II di Napoli e il Co.Re.Com. Campania parte dall'obiettivo comune di indagare sul territorio regionale campano le esperienze online di preadolescenti e adolescenti, con particolare riferimento all'uso dei siti di social network (SNS). La ricerca condotta a livello locale, dal titolo *L'influenza dei media locali sui minori e nuovi media*, fotografa le pratiche comunicative più diffuse tra i ragazzi campani dagli 11 ai 18 anni e punta i riflettori su alcuni fenomeni particolarmente problematici, come il cyberbullismo, il *sexting*, le violazioni della privacy e l'abuso di dati personali, nonché sulle risorse messe in campo dai giovani utenti per la gestione della propria *web reputation* e sul ruolo delle *agencies* di riferimento nella mediazione dei rischi e nell'attivazione di strategie di *coping*. Grazie alla sinergia tra i Co.Re.Com. della Campania, del Lazio e della Lombardia, lo studio campa-

no è confluito in un programma di ricerca cross-regionale più vasto, dal titolo *Web reputation e comportamenti online degli adolescenti in Italia*, che ha visto la partecipazione di quattro atenei e di 1500 ragazzi nelle tre regioni¹. Attraverso la medesima metodologia di ricerca adottata nei tre contesti territoriali, è stato possibile ottenere una fotografia d'insieme dei comportamenti online dei ragazzi italiani, ovvero di quelli delle tre regioni *benchmark* che, pur non essendo tecnicamente rappresentative dell'intero territorio nazionale, permettono di esprimere con ragionevole approssimazione le tendenze più significative rispetto alle diverse aree del Paese (Nord, Centro e Sud).

La ricerca si è svolta in due fasi distinte. Nella prima fase, è stata condotta una *survey* esplorativa parallelamente nelle tre regioni su un campione di 1500 unità (500 per ciascuna regione), rappresentativo delle quote della popolazione campana, laziale e lombarda di età compresa tra gli 11 e i 18 anni, utenti di Internet, selezionata rispetto alle caratteristiche “sesso”, “età”, “provincia di residenza”, “titolo di studio” e “condizione lavorativa del capofamiglia”. Al campione è stato somministrato un questionario strutturato in modalità CAWI e CAPI e i dati raccolti sono stati sottoposti ad analisi monovariate e bivariate. L'analisi dei dati è stata condotta sia rispetto alle singole regioni che in chiave comparativa a livello cross-regionale.

Nella seconda fase, che ha riguardato solo la Campania, è stato sviluppato un *follow-up* qualitativo, che ha previsto la realizzazione di 10 focus group in 10 scuole secondarie di secondo grado (6 licei e 4 istituti tecnici-professionali), distribuite nelle cinque province del territorio campano, con la partecipazione di 84 studenti di età compresa fra i 15 e i 18 anni. La selezione delle scuole e degli studenti è avvenuta sulla base di criteri a scelta ragionata (*snow ball technique*), tenendo conto delle caratteristiche del campione della *survey* e dei principali risultati emersi nella prima fase della ricerca. Nella fase qualitativa, infatti, si è scelto di focalizzare l'attenzione in particolare sugli adolescenti (15-18 anni) perché più attivi sui SNS dei preadolescenti (11-14 anni) e in grado di fornire indicazioni sull'esperienza in corso e quella vissuta durante la preadolescenza.

¹ Lo studio è stato realizzato per l'unità territoriale della Campania dall'Università degli Studi di Napoli Federico II (OTG-Osservatorio Territoriale Giovani, Dip. Scienze Sociali, coordinatore scientifico Lello Savonardo); per l'unità territoriale del Lazio dall'Università La Sapienza di Roma (Dip. CORIS-Comunicazione e ricerca sociale, coordinatore scientifico Simone Mulargia) e dall'Università Lumsa di Roma (Dip. Scienze Umane, Comunicazione, Formazione e Psicologia, coordinatore scientifico Donatella Pacelli); per l'unità territoriale della Lombardia dall'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano (OssCom-Centro di ricerca sui media e la comunicazione, coordinatore scientifico Piermarco Aroldi).

Relativamente al contesto campano, le tendenze emerse nella prima fase di ricerca (*survey*) sono state approfondite con la gamma di motivazioni, valori, significati e opinioni dei ragazzi derivanti dalla seconda fase di ricerca (*focus group*), al fine di ottenere spiegazioni qualitative ricche e profonde a supporto dei dati quantitativi. Tale strategia di ricerca, che rientra nella famiglia dei *mixed methods*, ha consentito di ottenere per la Campania risultati dotati allo stesso tempo di ampiezza e profondità, intercettando tendenze generali e aspetti particolari dei fenomeni indagati. Il volume, infatti, restituisce nel corso dei vari capitoli la complessità indagata in Campania e si conclude con le principali evidenze emerse sul piano nazionale sulla base del confronto cross-regionale. Infine, per evidenziare similitudini e differenze tra i ragazzi che vivono fasi diverse dello sviluppo individuale, i risultati sono presentati tenendo conto di due classi d'età: i preadolescenti (11-14 anni) e gli adolescenti (15-18 anni).

I risultati

Il volume si apre con un capitolo che presenta un inquadramento teorico sui principali temi che investono le trasformazioni sociali e culturali nell'era digitale. In particolare, la riflessione si concentra sulle opportunità e le criticità generate dalla Rete e dalle nuove tecnologie con un richiamo al *digital divide* oltre che alle diverse forme di relazioni sociali online, ai processi psico-cognitivi e al pensiero connettivo che derivano dall'evoluzione dei media. In particolare, viene presentato il dibattito su adolescenti e Internet, sottolineando la condizione *always on* delle nuove generazioni e il mutato rapporto tra sfera pubblica e privata in una dimensione iperconnessa e sempre più *onlife*.

I capitoli successivi (2-5) presentano il quadro dei risultati di ricerca relativi alla Campania, mentre il sesto capitolo chiude il volume con una prospettiva cross-regionale.

In particolare, nel secondo capitolo sono approfondite le pratiche di fruizione dei SNS tra preadolescenti e adolescenti campani sulla base delle azioni svolte più frequentemente dai ragazzi nelle loro *routines* quotidiane. Le dimensioni analizzate riguardano l'accesso ai Social Network Sites (SNS), i dispositivi e le piattaforme più utilizzati e la gamma di attività svolte online. Attraverso le opinioni, le motivazioni e i bisogni dei ragazzi si tenta di ricostruire l'universo valoriale e simbolico che orienta le loro pratiche e i loro vissuti online. La ricerca mostra che la fruizione dei SNS da parte dei giovani utenti campani si configura come un processo "in di-

venire”, mutevole e situazionale: i comportamenti di preadolescenti e adolescenti relativi all’uso dei SNS si differenziano, infatti, sulla base dei bisogni e delle aspettative che caratterizzano le diverse fasi del percorso di crescita e di sviluppo individuale, ma anche dei diversi livelli di intensità di utilizzo, di presenza, di partecipazione e di competenze possedute nel gestire le opportunità e i vincoli delle *affordances* delle piattaforme. Sulla base degli elementi indagati, è stato possibile ricavare alcune tendenze generali, che identificano differenti stili di fruizione dei SNS e tre possibili gruppi di utenti: gli *intensive users*, i *not-intensive users* e i *not-interested users*. Gli *intensive-users* sono quegli utenti che fanno frequentemente uso dei social network, hanno più profili su piattaforme diverse e sono molto attivi nella condivisione di informazioni e contenuti. Gli appartenenti a questa categoria considerano i SNS come parte integrante della propria vita e prediligono un accesso mobile alla Rete che gli consente di essere *always on*, ovunque e in qualsiasi momento. Il loro obiettivo principale è esibire se stessi alla ricerca di un riconoscimento sociale ed essere in contatto con i coetanei. I *not-intensive users*, invece, sono quegli utenti che usano i siti di social network con moderazione, privilegiando la fruizione dei contenuti altrui e pubblicando solo in parte informazioni che li riguardano. Sono utenti più interessati alla cura delle relazioni online piuttosto che della propria immagine. Il loro obiettivo principale è mantenere rapporti comunicativi con gli altri, soprattutto tramite *instant messaging*, e osservare quello che gli altri hanno da mostrare e da dire. I *not-interested users*, infine, sono quegli utenti che fanno uno scarso uso dei siti di social network e si dimostrano anche poco interessati a frequentarli. Non amano pubblicare informazioni personali, né partecipare alla vita sociale online, se non in rare occasioni. Questi utenti privilegiano al contrario l’utilizzo di alcune specifiche piattaforme e applicazioni della Rete, finalizzate alle attività di produzione e *sharing* di *user generated content*. Il loro obiettivo principale, infatti, è esprimere la propria creatività.

Il terzo capitolo si concentra sull’analisi dei processi di costruzione dei profili personali dei ragazzi sui SNS, in relazione alla gestione dell’identità e della privacy online. A partire da alcune riflessioni preliminari sul rapporto tra social media, identità e privacy, il capitolo mette in evidenza quanto i profili dei ragazzi sui SNS possano essere considerati dei dispositivi di narrazione e rappresentazione del sé online, di riconoscimento e appartenenza sociale. In tal senso, la ricerca approfondisce in particolare le informazioni personali condivise dai ragazzi online, le performances identitarie e le pratiche di *privacy management*. Dall’analisi emerge che i profili dei ragazzi sui SNS sono composti da un mosaico di informazioni personali di diversa

origine e qualità, a cui i giovani utenti attribuiscono significati e valori differenti. In particolare, le informazioni incluse più frequentemente nei loro profili sui SNS riguardano alcuni elementi distintivi, utili a rimarcare la propria unicità e riconoscibilità all'interno delle reti sociali di riferimento, ma molto spesso tali informazioni servono anche a fornire un'immagine di sé desiderata e desiderabile. In base alle informazioni personali condivise e allo stile di presentazione di sé adottato dai ragazzi campani sui SNS, è stato possibile rintracciare quattro diverse performances dell'identità: le performances orientate alla "protezione del sé", basate sulla scelta dell'utente di non svelarsi troppo sui SNS, le performances orientate all'"espressione del sé", mosse dal bisogno dei ragazzi di esprimere sé stessi e assecondare le proprie inclinazioni, le performances orientate all'"empowerment del sé", che nascono dal bisogno di accrescere il proprio senso di sicurezza nei confronti degli altri, ribadendo la propria unicità e i propri punti di forza, e le performances orientate all'"esibizione del sé", di tipo narcisistico, che si praticano nel tentativo di diventare famosi ed esercitare una certa influenza sulle proprie *audiences*. Rispetto alle impostazioni della privacy dei profili dei ragazzi campani sui SNS, è stato rilevato che poco più della metà del campione ha impostato un profilo "privato", cioè visibile solo agli amici, mentre meno della metà del campione ha un profilo "pubblico", cioè visibile a tutti gli utenti della piattaforma. Gli utenti che scelgono l'impostazione "privata" esprimono il bisogno di mostrare le informazioni personali e i contenuti solo a coloro che rientrano nella propria rete di contatti, ovvero le persone di cui ci si fida e con cui spesso si hanno rapporti *face to face*, al fine di avere un maggiore controllo sulla propria privacy. Gli utenti che scelgono l'impostazione "pubblica" ritengono che sia importante essere *always on* e sempre rintracciabili nei SNS. Per questi adolescenti, la privacy non costituisce una priorità nella scala dei valori che riguardano la vita online, anzi l'idea di privacy viene associata ad una scarsa socialità e partecipazione nei SNS. Gli adolescenti campani sfruttano a proprio vantaggio le caratteristiche tecniche delle piattaforme e introducono usi inediti e creativi. La ricerca evidenzia, infatti, una nuova pratica relativa alla costruzione dei profili personali su Instagram, ovvero l'adozione di un *business account* al posto di un account personale. L'account business, pensato da Instagram per personaggi pubblici e brands, viene "addomesticato" dagli adolescenti che rimodellano la sua funzione originaria, attribuendogli una nuova funzione di account personale. La motivazione più comune che spinge gli adolescenti a usare un *business account* riguarda il bisogno di monitorare le *reactions* dei propri followers e rispondere alle aspettative delle proprie *audiences*. Gli utenti con business account hanno un'idea di privacy molto

complessa: da un lato condividono informazioni e contenuti intimi e privati in maniera pubblica, mentre dall'altro avvertono il bisogno di controllare chi accede a tali informazioni per tutelare la propria *web reputation*.

Nel quarto capitolo l'attenzione si concentra su socialità e rischi in Rete. Rispetto alla dimensione della *sociability*, la ricerca mette in luce che alcune pratiche socievoli dei ragazzi campani possono rappresentare pratiche di *risky communication*, ovvero azioni comunicative rischiose che espongono i ragazzi a potenziali esperienze indesiderate o pericolose. Tra queste vi sono la ricerca di nuovi amici, l'aggiunta di persone sconosciute alla propria lista di contatti e l'invio di informazioni personali a queste ultime. Tra i ragazzi campani si registrano differenti livelli di socievolezza e consapevolezza rispetto ai rischi che possono derivare dalla frequentazione di utenti sconosciuti sui SNS e, a seconda dei casi, essi possono essere considerati più o meno "prudenti" ed "esperti": c'è chi corre dei rischi per mancanza di competenze e abilità, chi tenta di evitarli e chi si espone volontariamente a potenziali rischi pur di massimizzare le opportunità sociali e personali offerte dai SNS. Alcuni degli effetti collaterali più problematici della socialità online per i ragazzi campani sono il cyberbullismo, il *sexting*, le violazioni della privacy e l'abuso di dati personali, che generano nelle vittime turbamento e danni psicologici anche gravi. Al di là delle caratteristiche distintive dei tre fenomeni, la ricerca mostra che i rischi vissuti nei SNS sono strettamente connessi alle opportunità sociali e relazionali offerte da questi strumenti e, in particolare, alcuni comportamenti online orientati a sfruttare tali opportunità risultano correlati positivamente con una maggiore probabilità di fare esperienze rischiose. Non a caso, i principali fattori di rischio sono rappresentati proprio da quegli elementi che i ragazzi percepiscono come fonte di opportunità individuali e sociali, tra cui la quantità e la varietà di informazioni personali presenti nei profili utente, la visibilità pubblica del profilo, l'amicizia e la condivisione di informazioni private con gli sconosciuti. La ricerca mette in luce anche che coloro che adottano comportamenti più disinibiti sui SNS (i maschi e gli adolescenti) risultano più esposti ai rischi rispetto a coloro che adottano una condotta più prudente (le femmine e i preadolescenti). Tuttavia, i dati mostrano che la maggiore esposizione al rischio non implica necessariamente maggiori conseguenze in termini di danni o turbamenti psicologici; al contrario, sembra che i danni maggiori siano subiti soprattutto da chi è più cauto.

Il quinto capitolo si concentra sulle strategie adottate dai ragazzi campani per la gestione della propria reputazione online, con particolare riferimento alle azioni messe in campo per fronteggiare le esperienze rischiose vissute nei SNS e al ruolo delle principali *agencies*, come la famiglia, la