

UNIVERSITÁ DEGLI STUDI DI PADOVA
Dipartimento di Filosofia, Sociologia,
Pedagogia e Psicologia applicata
CORSO DI LAUREA IN
PEDAGOGIA

Il rapporto genitori-figli all'epoca dei *social media* come
problema pedagogico.

Relatore:
Carminé Moreno Conte

Laureando/a:
Agostini Aurora

Numero di matricola
2002773

Anno accademico 2023-2024

Indice

Introduzione	1
---------------------------	---

Capitolo 1: I *social media* e la loro azione sulla società

1.1 Che cosa sono i <i>social media</i> ? Qual è la loro funzione?.....	4
1.1.1 Come si classificano i <i>social media</i> ?	7
1.2 Differenza tra <i>social media</i> e <i>social network</i>	11
1.3 <i>Media</i> digitali e <i>media</i> tradizionali.....	16
1.4 Breve storia dei <i>media</i>	19
1.5 Trasformazione e cambiamento della società dall'introduzione delle nuove tecnologie.....	23

Capitolo 2: Effetti dei *social media* sull'individuo

2.1 Com'è cambiato nel tempo l'individuo a causa dei <i>social media</i>	31
2.2 Effetti dei <i>social media</i> sull'individuo adulto.....	47
2.3 Effetti dei <i>social media</i> sull'individuo adolescente.....	53
2.4 Effetti dei <i>social media</i> sugli individui bambini.....	65

Capitolo 3: Come agiscono i *social media* nel rapporto genitori-figli

3.1 Analisi dei fattori di rischio e di protezione sull'uso dei <i>social media</i>	71
3.2 Cambiamento della famiglia e del rapporto genitori-figli nell'era dei <i>social media</i>	81
3.3 Quali azioni possono essere messe in atto in famiglia per la gestione dei figli in riferimento ai dispositivi digitali e ai <i>social media</i> ?.....	89
3.4 Qual è il ruolo del pedagogo o del laureato in <i>media education</i> ?.....	97

Conclusione	100
--------------------------	-----

Bibliografia e sitografia

Introduzione

All'interno della società moderna uno degli aspetti legati allo sviluppo e al progresso che ha portato a forme di cambiamento e alla conseguente modifica dei comportamenti umani è rappresentato dalla presenza in modo persistente e pervasivo dei dispositivi digitali e delle applicazioni *social*. Questi strumenti, infatti, fortemente presenti all'interno della quotidianità hanno portato ad una ridefinizione della società e conseguentemente anche dei suoi cittadini. Questo cambiamento riguarda e ha riguardato varie età della vita e varie generazioni che all'interno della moderna società digitale coesistono e convivono con la presenza di questi particolari strumenti che hanno ridefinito non solo la modalità di percepire la distanza ma anche le modalità di costruire la propria identità e la propria personalità in base all'immagine presente sui propri profili *social*.

Il forte cambiamento della vita quotidiana in seguito all'introduzione di questi strumenti digitali e dei *social media* ha investito non solo la società ma anche una delle istituzioni fondamentali: la famiglia.

La famiglia, infatti, nel corso del tempo ha modificato la propria modalità d'essere e i propri valori arrivando all'interno della società moderna e digitale a portare un cambiamento radicale e dal forte impatto emotivo e valoriale.

L'obiettivo del presente elaborato finale sarà quello, infatti, di riflettere su alcuni importanti cambiamenti che il digitale e nello specifico i *social media* hanno attivato all'interno della famiglia e nello specifico nel rapporto genitori-figli.

La disamina che verrà presentata cercherà di evitare ogni forma di pregiudizio e di azione volta al discreditamento delle tecnologie stesse e dei *social media*, cercando di portare alla luce il più possibile il cambiamento che la famiglia e il rapporto genitori-figli ha subito senza cadere in una sterile visione oppositiva; è, infatti, al contrario più opportuno assumere un approccio critico e costruttivo.

La letteratura sull'impatto delle tecnologie e dei *social media* sulla società si concentra maggiormente sui cambiamenti e sulle modifiche vissute dagli individui stessi, lasciando ancora un vuoto scientifico e la necessità di attivare delle ricerche più specifiche e approfondite per quanto riguarda la famiglia e il rapporto tra genitori e figli nella gestione di questi strumenti all'interno del contesto familiare e nelle occasioni di socialità.

Il presente elaborato si basa su alcuni importanti tesi di esperti autorevoli che hanno dedicato il loro tempo per la ricerca nell'ambito tecnologico e nella scoperta dei cambiamenti indotti dall'introduzione di strumenti digitali all'avanguardia. La rete digitale, infatti, ha modificato la tradizionale considerazione dei *media* e dei loro effetti portando gli studiosi del settore a concentrarsi maggiormente sui rischi e sui benefici di questo forte cambiamento alla luce della forte pervasività degli stessi nella quotidianità dei soggetti.

L'elaborato sarà formato da tre capitoli che andranno a specializzarsi sempre di più sul tema sopracitato. Si partirà da un primo capitolo introduttivo che andrà a dare una definizione e una classificazione dei differenti tipi di *social media* nonché una chiarificazione specifica e differenziata del concetto di *social media* rispetto al concetto di *social network*. Si presenterà, inoltre, una descrizione analitica delle caratteristiche che determinano l'appartenenza di uno specifico strumento ai nuovi *media* rispetto alle forme più tradizionali dello strumento stesso nonché una breve storia dello sviluppo e della specializzazione dei *social media* all'interno del contesto sociale. Nell'ultima parte del capitolo si lascerà, invece, spazio alla descrizione e alla considerazione dei forti cambiamenti che sono stati indotti nella società in seguito all'introduzione dei *social media* stessi e della tecnologia con particolare attenzione ai cambiamenti valoriali e all'impatto degli stessi sulla libertà d'informazione e sulla considerazione della moderna democrazia.

Il secondo capitolo andrà, invece, a raccontare e raccogliere i forti cambiamenti indotti da questi strumenti sugli individui sia a livello generale nel corso del tempo sia a livello più specifico all'interno di particolari età della vita. Si andrà perciò a descrivere l'impatto di questi potenti mezzi sugli individui d'età adulta e nello specifico sui risvolti che essi provocano sul lavoro e sulla vita intima e privata. Sulla presenza di cambiamenti anche per i soggetti di età adolescenziale, nello specifico sulla loro formazione personale e identitaria e nei bambini, nello specifico sulla formazione delle loro abilità e competenze.

Il terzo ed ultimo capitolo andrà, invece, a presentare una disamina specifica e del tutto neutrale sulla presenza di potenziali rischi e potenziali benefici in seguito all'introduzione dei *social media*. Si andrà a descrivere e presentare in seguito il fulcro del lavoro di tesi e nello specifico il cambiamento indotto da questi mezzi nel rapporto genitori – figli e alcune possibili strategie da attuare per aiutarli nella gestione dei dispositivi digitali e dei *social media* nel contesto familiare. Si concluderà con una presentazione di alcune figure professionali che appositamente formate possono fornire un aiuto e un sostegno competente e adeguato alle famiglie che presentano difficoltà nella gestione dei *social media* e delle tecnologie all'interno della quotidianità dei loro figli. Verranno, infatti, presentate le figure professionali del pedagogo e del laureato in *media education*.

CAPITOLO 1

I *social media* e la loro azione sulla società

1.1 Che cosa sono i *social media*? Qual è la loro funzione?

Tutti noi nel corso della nostra vita abbiamo tenuto tra le mani un dispositivo tecnologico; un telefono o un computer sul quale sono state scaricate delle applicazioni di *social networking* su cui interagire attraverso lo schermo con persone reali e per condividere pensieri, idee, opinioni.

Questi dispositivi, che si specializzano sempre più, arrivano ad accogliere sempre nuove applicazioni che portano con sé nuovi mondi digitali, nuove modalità di essere e rimanere connessi all'interno di questo mondo che appare sempre meno reale e sempre più virtuale.

I nuovi *media* che sono stati introdotti con forza sempre più crescente negli ultimi anni fanno parte ormai della nostra esistenza, ne hanno modificato il modo di comunicare, di relazionarsi; hanno portato le persone a passare molto ore su queste piattaforme alla ricerca e alla scoperta di nuove connessioni e nuove modalità di relazione perdendo spesso la possibilità di farlo con le persone in maniera fisica e non mediata da uno schermo.

Esistono diverse descrizioni su che cosa abbia diritto ad entrare nella definizione di *social media* e cosa irrimediabilmente ne rimanga escluso; la più accettata e riconosciuta è però rappresentata dalla definizione di Andreas Kaplan e Micheal Haenlein.

Secondo la loro definizione un *social media* si definisce come:

*"A group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of User Generated Content"*¹.

Andando a visionare la definizione di *social media* e smembrandola dalle componenti specifiche che la contraddistinguono si possono notare alcuni elementi chiave fondamentali; la rete *web 2.0*, la creazione esclusiva e creativa di contenuti e, infine, la creazione di *User Generated Content*.

¹Kaplan, A. Haenlein, M. (2009). Users of the world, Unite! The Challenges and Opportunities of social media. *Indiana University*, pp.59-68.

I *social media* rappresentano, quindi, un gruppo di applicazioni che sono costruite a partire dalla presenza della più recente ed evoluta rete internet e sulla possibilità da parte di queste applicazioni di generare dei contenuti inediti e di condividerli con altri utenti presenti all'interno della rete stessa.

La funzione determinata da queste applicazioni risulta, quindi, essere la possibilità di condividere delle informazioni e dei contenuti e di scambiarli all'interno di una rete di persone che si adoperano per la creazione collettiva dei contenuti stessi.

La stessa definizione di *web 2.0* coniata da Tim O'Reilly² riflette la tendenza della nuova rete di internet che si è definita nel nuovo secolo che consente ai soggetti di interagire con uno spazio *web* che non è più statico di sola visualizzazione dei documenti ipertestuali ma che si caratterizza per essere uno spazio dinamico e interattivo.

All'interno della definizione di A.Kaplan e M. Haenlein si fa riferimento anche agli *User Generated Content*³; definizione che ha preso sempre più vigore negli ultimi anni e che specifica una tendenza sempre più diffusa dai fruitori del *web* e dei *social media*.

I dispositivi mobili come i telefoni cellulari grazie alla loro disponibilità e convenienza permettono ad una grande quantità di soggetti di accedere alla creazione di contenuti e alla possibilità di poter esprimere in modo libero la propria opinione e punto di vista.

In particolare, sembra che gli utenti più giovani del *web* siano i maggiori produttori e consumatori di questi contenuti multimediali creati sui *social media* e che vengano da loro usati per la conoscenza del mondo circostante e per essere costantemente informati su ciò che accade nel mondo, con un elevato rischio di incappare in false informazioni⁴.

Gli *User Generated Content*, infatti, vengono creati in maniera spontanea dagli utenti non esperti e per tale motivo non sono strutturati o creati da fonti certe ed accreditate per la pubblicazione e la divulgazione di conoscenze e di informazioni.

²https://iol.unibo.it/pluginfile.php/581973/mod_unibores/content/0/CAPITOLO%204%20AUDIENZE%20ATTIVA.pdf.

³Krumm, J., Davies, N., Narayanaswami, C. (2008). User-Generated Content. *IEEE Pervasive Computing*, vol. 7, pp.10-11.

⁴Musto, J., Dahanayake, A. (2021). Quality Characteristics for User-Generated Content. *Lappeenranta-Lahti University of Technology LUT*, pp. 244-263.

I contenuti multimediali o *User Generated Content* rappresentano tutti i modi in cui le persone utilizzano i *social media* e richiedono per essere considerati tali determinate caratteristiche definite dall'OCSE nel 2007⁵.

1. I contenuti vengano pubblicati su siti *web* che siano accessibili al pubblico e a una moltitudine di utenti, escludendo così tutto ciò che viene scambiato dagli utenti tramite *e-mail* o applicazioni di messaggistica istantanea;
2. I contenuti che vengono scambiati dagli utenti devono essere creativi, originali e non devono rappresentare la mera riproduzione di contenuti creati da altri utenti e condivisi tramite la rete (ad esempio la mera riproduzione di un articolo già pubblicato su di una testata giornalistica senza porne dei commenti o la propria personale opinione);
3. la terza ed ultima caratteristica dei contenuti prevede che essi non vengano creati professionalmente da individui che abbiano per questi contenuti scopi commerciali.

I contenuti multimediali possono essere di diversa forma e formato: audio, contenuti testuali e audiovisivi, contenuti audio e *podcast*, giochi, *software* o codici alfanumerici ecc.

⁵Kaplan, A. Haenlein, M., op.cit., p.61.

1.1.1 Come si classificano i *social media*?

Esistono diverse modalità con le quali poter suddividere e differenziare i *social media* in base ai fattori che ogni autore ritiene necessario usare per creare la suddivisione stessa. Secondo alcuni autori si possono dividere i diversi *social media* in base ai diversi formati con i quali essi permettono la creazione di diversi *User Generated Content*, in particolare il dott. Krishna Sankar Kusuma⁶ all'interno del suo articolo citato in nota suddivide i *social media* in determinate categorie in base al formato utilizzato all'interno delle stesse:

- Applicazioni per il caricamento di messaggi, notizie, campagne, dove domina la creazione e lo scambio di contenuti audiovisivi (ad. Esempio *Facebook* o *Twitter*). Utenti politici, governativi, religiosi o celebrità utilizzano queste applicazioni, in particolare, *Twitter* per condividere importanti messaggi, notizie e informazioni. Chiunque possieda un dispositivo mobile può creare questi contenuti e scambiarli all'interno dell'applicazione;
- Applicazioni che si basano sull'utilizzo di immagini e della illimitata possibilità di usare i dispositivi cellulari per la creazione di fotografie con cui condividere la propria vita personale, opinioni ed informazioni. (ad. Esempio *Pinterest* o *Instagram*). Esistono diverse applicazioni per il ritocco e la modifica delle foto così da renderle più accattivanti per gli utenti nonché numerosi filtri e dispositivi che rendono più attraenti le immagini;
- Siti Web e applicazioni di *hosting video* (ad. Esempio *YouTube*), consentono la creazione di video con la possibilità di integrare al suo interno diverse forme d'arte ad esempio musica, danza, *tutorial*... Se questi video diventano virali possono anche generare delle entrate economiche per i soggetti che decidono di creare un proprio canale personale;

⁶Kusuma, K. S., (2022). *New Media: Media Content Production on Multiple Platforms*. *Arshia Publications*, pp.299-307.

- Applicazioni di messaggistica istantanea (ad. Esempio *Snapchat* o *Whatsapp*) che consentono di condividere messaggi con diverse opzioni; videochiamate, messaggi di testo, *chat video*, contenuti audio, contenuti *gif*;
- Applicazioni di talenti su dispositivi mobili (ad esempio *Tik Tok*, *Dubsmash*), che permettono la creazione di video spesso divertenti e per la creazione di contenuti d'intrattenimento. Consentono anche la creazione di video di qualità con filtri di qualità professionale 3D o 4D;
- Piattaforme basate sull'utilizzo di contenuti testuali, pensiamo a *Wikipedia* che è diventata l'enciclopedia più inclusiva dove gli utenti possono aggiungere o modificare contenuti e argomenti. All'interno di questa categoria si possono prendere in considerazione anche i vari *blog* che presenti in internet si fanno portatori e divulgatori di conoscenze e informazioni;
- Applicazioni che si basano sulla creazione di contenuti per la diffusione di notizie, ad esempio, *Mobile Journalism* per la diffusione e la divulgazione di notizie.

Un altro tipo di divisione, invece, è quella proposta dai già citati A. Kaplan e M. Haenlein⁷ e offre una panoramica importante su una possibile classificazione dei *social media* tenendo in considerazione però la possibilità che questa classificazione non sia esaustiva e che non si possa realmente attraverso un metodo sistematico dividere in modo netto i diversi *social media* soprattutto alla luce del continuo sviluppo di nuovi *social*.

Per creare questo schema di riferimento i due autori si sono basati su da un lato di una serie di teorie nel campo della ricerca sui media (*social presence*, *media richness*) e dall'altro sui processi sociali (*self-presentation*, *self-disclosure*).

⁷Kaplan, A. Haenlein, M., op.cit., pp.62-64.

Per quanto riguarda le teorie nel campo di ricerca sui *social media* si possono individuare due elementi chiave:

- *Social presence*, secondo la quale i media si differenziano in base al grado di presenza sociale definita dagli autori come:” Contatto acustico, visivo e fisico che può essere raggiunto da due partner coinvolti nella comunicazione”⁸.

La *social presence* può essere condizionata dal concetto d'intimità che può essere interpersonale (comunicazione faccia a faccia) e mediata (conversazione mediata da dispositivi telefonici) e dall'immediatezza che può essere asincrona(*e-mail*) o sincrona(*live*).

Maggiore risulta essere la presenza sociale, maggiore è l'influenza sociale che gli utenti che stanno comunicando possono avere l'uno sull'altro.

- *Media richness*, concetto secondo il quale i *social media* si differenziano in base alla quantità di informazioni che riescono a trasmettere in un intervallo di tempo e quindi a risolvere l'ambiguità in maniera più efficace.

Per quanto riguarda i processi sociali le due dimensioni chiave sono rappresentate dal concetto di:

- *Self-presentation*, secondo il quale le persone all'interno di qualsiasi tipo di interazione sociale hanno la volontà di controllare le impressioni che gli altri hanno su di loro, sia per influenzare gli altri per ottenere una ricompensa (ad esempio fare una buona impressione) sia per creare un'immagine di sé coerente con la propria identità (ad esempio vestirsi in modo serio ed elegante per il primo giorno di lavoro).
- *Self-disclosure* o anche definita auto-rivelazione che si basa sulla rivelazione di informazioni personali in modo conscio o inconscio coerenti con l'immagine di sé che si vuole rivelare all'esterno.

⁸Ibidem.

Da questa divisione proposta dagli autori si ricavano delle combinazioni che sono state riassunte dagli autori nella tabella 1 allegata.

		Social presence/ Media richness		
		Low	Medium	High
Self-presentation/ Self-disclosure	High	Blogs	Social networking sites (e.g., Facebook)	Virtual social worlds (e.g., Second Life)
	Low	Collaborative projects (e.g., Wikipedia)	Content communities (e.g., YouTube)	Virtual game worlds (e.g., World of Warcraft)

Tabella 1: *Classification of social media by social presence/media richness and self-presentation/self-disclosure* (Kaplan, A.M.; Haenlein M., 2010)

In base alla classificazione già citata e allegata i *social media* possono, quindi, essere differenziati per quanto riguarda i concetti di *social presence* e *media richness* in tre livelli all'interno di un'ideale scala di punteggi.

Al posto più basso sono presenti i *blog* e i progetti collaborativi che composti di solo testo consentono poco scambio tra gli utenti. Nella posizione intermedia si possono trovare le comunità di contenuti e i siti di *social network* che permettono la condivisione di immagini e di video oltre che di messaggi testuali.

Infine, al livello più alto sono presenti i giochi virtuali e i mondi sociali che consentono raffinati scambi tra gli utenti che possono così interagire faccia a faccia all'interno di un ambiente virtuale.

Partendo dallo stesso presupposto i *social network* a partire dai concetti di *self-presentation* e *self-disclosure* permettono, quindi, agli utenti di rappresentare con maggior forza la propria immagine rispetto ai già citati progetti collettivi.

1.2 Differenza tra *social media* e *social network*

Spesso si usano i concetti di *social media* e di *social network* in maniera interscambiabile ma in realtà si può affermare che i *social network* rappresentino solo una delle tante tipologie di *social media* che sono a disposizione degli utenti.

La definizione di *social media* è già stata ampiamente descritta nel paragrafo precedente e si basa sostanzialmente sul riconoscimento della possibilità di queste applicazioni di generare dei contenuti inediti e di condividerli con altri utenti a partire dall'utilizzo della rete *web 2.0*.

Si può, invece, definire il concetto di *social network* come:

“Una piattaforma basata sui nuovi *media* che consente all'utente di gestire sia la propria rete sociale, sia la propria identità sociale”⁹.

Questa definizione parte dal presupposto definito dalla psicologia sociale che sono due le dimensioni che caratterizzano la dimensione sociale del soggetto: l'identità sociale e la rete sociale.

Quando si parla di identità sociale solitamente si fa riferimento alla teoria di Henri Tajfel secondo il quale il termine identità sociale può essere usato per definire la posizione che i soggetti acquisiscono in base al ruolo che rappresentano all'interno della società.

La differenziazione in gruppi sociali presente all'interno della società determina per l'individuo la possibilità di interagire con essi e di ricavarne la definizione della propria identità in virtù del fatto che il soggetto stesso interagisca o meno con quel determinato gruppo sociale. Chi appartiene a un determinato gruppo sociale e si sente rappresentato da quest'ultimo si sente anche protetto e rafforzato nella sua identità sociale. Questo processo determina un senso di appartenenza del soggetto verso il gruppo sociale scelto e un senso di estraneità nei confronti del gruppo esterno. Il contatto con diversi gruppi sociali porta con sé la possibilità di vivere una gerarchia di posizioni all'interno della società stessa che determina il comportamento che il soggetto può mettere in azione in virtù del ruolo che ha assunto.

⁹Riva, G. (2010). *I social network*. Bologna: Il Mulino.

Un soggetto può essere ad esempio contemporaneamente padre, marito e allenatore di calcio; la definizione di questi ruoli porta la possibilità per il soggetto di attivare forme di comportamento e di interazione diversificate in base al ruolo definito che sta attivando in quel determinato momento della giornata o con quella determinata persona con cui si sta relazionando.

Secondo Liana M. Daher¹⁰ l'identità collettiva del soggetto si fonda, infatti, sulle pluri-appartenenze e non più sulle azioni quotidiane dei soggetti e sulla loro specifica visione del mondo.

Il concetto di identità sociale si basa, quindi, sulla presenza di diversi gruppi sociali con cui interagire quotidianamente e sulla possibilità dei soggetti di sentirsi parte di questi determinati gruppi in maniera contemporanea e plurima, acquisendone così plurali posizioni.

Posizioni acquisite dai soggetti che si caratterizzano per essere determinate da tre dimensioni¹¹:

1. Semantica, la quale consente al soggetto di riconoscersi nelle caratteristiche che determinano l'appartenenza ad un gruppo sociale (ad esempio sono marito e non fidanzato perché sono sposato)
2. Valoriale, rappresenta il sistema morale del gruppo sociale a cui il soggetto appartiene (ad esempio se sono tua amica sono pronta ad aiutarti in ogni momento)
3. Comportamentale, rappresenta le azioni che il soggetto può mettere in atto in base alla sua posizione sociale o che permettono di raggiungere una determinata posizione sociale (ad esempio se voglio essere un marito devo sposarmi).

Per quanto riguarda, invece, il concetto di rete sociale si fa riferimento a un insieme di persone che sono tra di loro congiunte da una qualsiasi forma di relazione sociale definita per esempio dalla stessa appartenenza ad una famiglia o dall'appartenenza al gruppo sociale degli studenti se sono iscritto all'università.

L'antropologo Robin Dunbar¹² ha definito un limite alle interazioni sociali e alla

¹⁰Daher, L.M. (2013). Che cosa è l'identità collettiva? Denotazioni empiriche e/o ipotesi di ipostatizzazione del concetto. *Firenze University Press*, vol. 4, n. 8, pp 125.

¹¹Ivi, p.12.

¹²Ibidem.

loro gestione per il soggetto che non supera le 150 persone, limite dopo il quale per il soggetto risulta difficile ricordare i volti e comprendere le emozioni vissute in relazione al volto osservato; sembra, infatti, che la neocorteccia deputata a questo compito sia essa stessa limitante nella gestione delle relazioni sociali e che questa determinazione sia valida sia per le interazioni che avvengono in maniera fisica sia per le interazioni mediate da uno schermo.

Lo sviluppo tecnologico e i progressi ottenuti dalla scienza del *web* negli ultimi anni consentono di affermare una nuova tendenza dei soggetti legata dall'aver acquisito un ruolo attivo nella gestione della propria identità sociale che non più legata a limitazioni spazio-temporali consente al soggetto di espandere e potenziare la propria esperienza sociale.

Il *social network*, in particolare, si definisce sempre di più nel proprio ruolo di mediatore fornendo ai media digitali il ruolo di supporto alla rete sociale, espressione dell'identità sociale degli individui e confronto con altre identità sociali espresse dagli individui sui *media* digitali stessi.

La possibilità di integrare e arricchire l'esperienza sociale all'interno dei *social network* rappresenta sicuramente una zona d'ombra da osservare e da valutare nel suo apporto di rischi e benefici. I *social media* hanno sicuramente modificato il modo di pensare, interagire e di relazionarsi dei soggetti e la forte e la sempre più ricca possibilità di farlo richiede una specifica analisi delle opportunità e dei limiti posti dagli strumenti stessi.

Dopo aver appurato l'apporto fondamentale dei *social network* sulla definizione della rete sociale del soggetto e sulla possibilità di arricchire la propria identità sociale all'interno dei *media* digitali e integrando la definizione di *social network* con alcuni spunti riflessivi di alcune ricercatrici americane¹³ è possibile determinare le tre fondamentali caratteristiche che determinano un *social network*, nello specifico:

- La presenza di uno spazio virtuale in cui il soggetto attiva un profilo che sia un minimo accessibile ad altri soggetti presenti sullo stesso spazio virtuale;

¹³Ivi, p.15.

- La possibilità di creare una rete di persone con cui entrare in contatto e relazionarsi;
- La possibilità di analizzare le caratteristiche della rete, ad esempio, i contatti e i messaggi che vengono scambiati tra gli utenti.

All'interno dei *social network* la relazione determina la caratteristica principale del funzionamento della stessa ma a differenza delle interazioni faccia a faccia che si basano sull'interazione diretta dei soggetti stessi le modalità relazionali presenti all'interno di un *social network* si differenziano in tre specifiche modalità: bidirezionale, di gruppo e a stella.

La modalità bidirezionale permette agli utenti di interagire in maniera diretta attraverso la possibilità di accedere al profilo del soggetto in maniera completa e a seconda poi del *social network* scelto di poter attivare diverse azioni come ad esempio pubblicare notizie, scambiare e condividere messaggi. Questa modalità relazionale crea delle reti chiuse poiché per entrare all'interno della relazione è richiesta una relazione di amicizia che è stata accettata da entrambi i soggetti che entrano in contatto all'interno del *social* scelto per l'interazione.

La modalità relazionale di gruppo prevede ad un gruppo di utenti definito di scambiare messaggi, foto e collegamenti all'interno di un gruppo definito e creato appositamente per questo tipo di relazione. Il gruppo può essere ad accesso libero o privato ed in questo caso la richiesta di partecipare al dibattito interno al gruppo creato viene vagliata da degli amministratori che si occupano del controllo degli accessi e che ne controllano il rispetto delle regole prestabilite per la corretta convivenza e rispetto tra gli utenti.

La terza ed ultima modalità definita a stella si basa sulla differenziazione tra emittente e ricevente del messaggio. I messaggi dell'emittente possono essere condivisi con tutti gli utenti presenti nella rete sociale o essere individuali e diretti ad un solo soggetto specifico.

Chi riceve il messaggio può rispondere ai messaggi di chi invia delle comunicazioni ma non contattare tutti gli altri soggetti che a loro volta hanno ricevuto il messaggio. Questa modalità crea reti aperte.

Da un'analisi dei termini che descrivono le definizioni di *social media* e *social network* si può, quindi, affermare che i *social network* rappresentino sicuramente una delle tante piattaforme che compongono la rosa dei *social media*.

I *social network*, quindi, rappresentano solamente uno dei possibili *social media* per la creazione e la condivisione di contenuti multimediali; nello specifico i *social network* rappresentano per il soggetto la possibilità di attraverso un profilo personale, una bacheca dove poter inserire i propri pensieri, le proprie idee, opinioni, punti di vista, foto, video determinare il tipo di persona che si vuole essere e per trasmettere una buona impressione di sé stessi e della propria persona attraverso proprio i contenuti multimediali creati che vengono condivisi all'interno di una comunità di soggetti che continua a crescere e ad espandersi, aggregando al suo interno sempre nuovi utenti.

1.3 Media digitali e media tradizionali

I *new media* rappresentano una classe di *social media* che si sono sviluppati solo recentemente a partire dagli sviluppi della rete internet avvenuta nel ventesimo secolo e dall'evoluzione della tecnologia che ha permesso la creazione di applicazioni che sono in grado di funzionare su dispositivi mobili come cellulari o *personal computer*.

Nonostante lo sviluppo recente di questa tipologia di *media* in formato digitale, i *media* tradizionali non sono scomparsi dalla scena sociale anzi continuano ad esistere all'interno della società e a compiere la loro fondamentale funzione di mediatori.

Molti autori tra cui Vanni Codeluppi¹⁴ ma anche la stessa realtà sociale ci dimostrano la necessità di prendere in considerazione il fatto che i *media* tradizionali di fronte alla crescente presenza di *media* digitali non sono scomparsi ma hanno solamente ridimensionato il proprio ruolo e hanno inglobato parte delle nuove tecnologie all'interno della loro proposta, rendendola così più ricca e attrattiva per gli utenti.

Pensiamo ad esempio alla possibilità di rivedere i programmi offerti da una nota rete televisiva italiana in *streaming* sul proprio cellulare in un secondo momento rispetto a quello della diretta tv o l'arricchimento dell'offerta pubblicitaria che avvenendo su più reti sociali arricchisce il ventaglio di proposte e la possibilità di arrivare ad un pubblico più ampio rispetto all'uso di un solo canale di ricezione.

Anche Marshall McLuhan¹⁵ sosteneva, infatti, che ogni nuovo *medium* quando si presenta sulla scena sociale non dispone di propri contenuti ma deve obbligatoriamente fare propri quelli generati da altri *media* che sono nati precedentemente. Ne deriva, quindi, una inevitabile convergenza tra i diversi *media* che per funzionare hanno necessariamente bisogno di appoggiarsi ad altri.

Ma in che cosa si differenziano i *social media* dai *media* tradizionali?

I *media* tradizionali quali la televisione, i giornali e le riviste si differenziano dai nuovi *social media* per la possibilità di usare la rete *web* per lo scambio di informazioni e di contenuti e per la creazione di comunità e reti nelle quali la condivisione delle informazioni risulta multidirezionale attraverso uno scambio fecondo e proattivo.

¹⁴Codeluppi, V. (2014). *I media siamo noi*. Milano: Franco Angeli.

¹⁵McLuhan, M. cit.in Riva, G. (2010). *I social network*. Bologna: Il Mulino.

I *media* tradizionali, infatti, si basano sulla possibilità di scambiare informazioni in maniera unilaterale; un mittente invia le informazioni e dei messaggi e un destinatario li riceve. All'interno dei *media* tradizionali manca la rete e la possibilità di creare contenuti in maniera collettiva; essi, infatti, non consentono all'individuo di partecipare in maniera creativa alla produzione di contenuti anzi si determinano per essere fruiti passivamente dai soggetti che ne fanno uso.

I *media* tradizionali possono essere definiti dei *media offline* che non si basano sulla rete internet per la programmazione e la divulgazione di notizie a differenza dei *media* digitali che si basano proprio sulla possibilità di essere *online* e di coinvolgere l'utente per una massima interattività.

Giuseppe Riva¹⁶ all'interno del suo testo citato in nota sottolinea alcune delle caratteristiche dei *media* digitali che li differenziano da quelli tradizionali, nello specifico: la modularità, l'interattività, l'automazione e la variabilità.

La modularità fa riferimento alla serie di moduli, testi, immagini che sono presenti all'interno di una pagina *social* e che anche quando sono inglobati in oggetti più complessi mantengono una propria identità separata dall'oggetto di cui sono parte. La modularità oltre alla modifica autonoma dei moduli consente ai soggetti di riutilizzare lo stesso contenuto anche su piattaforme e *social* differenti.

L'interattività fa riferimento alla modalità di fruizione dei contenuti. I *media* tradizionali, infatti, sono definiti in un ordine rigido di elementi testuali, visivi e sonori all'interno di una narrazione definita a priori e lineare che non consente forme di interazione. All'interno dei *media* digitali, invece, gli utenti possono decidere di fruire dei contenuti in modo libero, consentendo così all'utente non solo di sentirsi parte attiva dei *media* ma anche di attivare un messaggio attrattivo e di aumentare la capacità del messaggio di essere persuasivo per l'utente stesso.

Il concetto di automazione fa, invece, riferimento alla presenza all'interno delle pagine *social* di un *database* interno ad un *layout* realizzato da *web designer* che consente a parità di contenuto di presentare una pagina autonoma per ogni utente, adattando i contenuti presentati.

¹⁶Riva, G., op.cit., pp.47-52.

In modelli più avanzati questa caratteristica consente ad ogni utente di una determinata applicazione di avere da parte dell'applicazione stessa una gestione autonoma dei contenuti; ciò accade in maniera specifica all'interno dei giochi sociali dove l'automazione consente il proseguo del gioco anche se l'utente non è attivo nell'applicazione.

Questa caratteristica presenta possibilità di futuro sviluppo e automazione tali da creare degli agenti intelligenti in grado di filtrare i contenuti secondo le indicazioni fornite dagli utenti.

Infine, l'ultima caratteristica che determina una sostanziale differenza con i *media* tradizionali secondo l'autore è rappresentata dalla variabilità.

I *social media*, infatti, nella loro definizione permettono al soggetto la modifica e il riutilizzo dei contenuti, consentendo la creazione di differenti e numerose versioni dello stesso oggetto. I *social* tradizionali, invece, tendono ad essere fissi e a creare dei contenuti statici.

Un altro elemento di possibile differenziazione tra i *media* tradizionali e i *media* digitali è legato all'apporto dei diversi *media* in seguito al passaggio dall'informazione analogica a quella digitale.¹⁷

Questo passaggio rappresenta il salto di qualità dei *media* in riferimento ad un sistema di grandezze che quando si parla di contenuto analogico si determina per una variabile continua che può, quindi, assumere infiniti valori; quando si fa riferimento ai contenuti digitali, invece, fa riferimento solitamente ad una variabile che può essere definita a salti e che può assumere un numero finito di valori.

Nonostante le grandi differenze che caratterizzano i *media* digitali dai *media* tradizionali si può affermare con assoluta certezza che i *media* digitali non soppianteranno mai i *media* tradizionali ma anzi essi si svilupperanno e specializzeranno sempre di più grazie all'apporto dei *media* digitali ed entrambi i formati contribuiranno alla propria funzione definita di "strumenti di amplificazione degli *input* che vanno dal mondo esterno dentro i nostri corpi, ma anche, inversamente, di espansione del potenziale di azione dei nostri corpi nel mondo esterno". (Mulder, 2006, p.290).

¹⁷<http://www.provincia.bz.it/fp/gutenberg/approfondimenti/app10.html>.

1.4 Breve storia dei *media*

I *media* tradizionali hanno fatto la loro comparsa all'interno della società nell'Ottocento¹⁸. I primi a nascere sono stati i quotidiani e la stampa che grazie alla loro ampia diffusione anche nelle fasce di popolo più povere hanno permesso la creazione di un'identità culturale e nazionale.

Nel corso dell'Ottocento si sono poi sviluppati altri *media* che si sono sganciati dall'utilizzo del linguaggio scritto per la comunicazione e hanno iniziato a differenziare la loro proposta comunicativa, convergendo al proprio interno linguaggi differenti legati al mondo della pittura e dell'arte.

La prima a vedere la luce, dopo la stampa, è la fotografia che ha rappresentato una forma ed un linguaggio innovativo che ha attivato nella società dell'epoca un forte cambiamento culturale dato dalle potenzialità espressive della stessa e dalla possibilità di creare un forte coinvolgimento emotivo con il fruitore dell'opera. Dalla creazione della fotografia nasce la necessità e la conseguente possibilità di aumentare le potenzialità già espresse della fotografia per la creazione di opere cinematografiche. Questo tipo di *media* ha rappresentato per la società un'ulteriore capacità di creare stupore e di creare forme espressive sempre più innovative grazie alla possibilità del cinema di rendere in movimento delle immagini.

Negli anni Settanta dell'Ottocento si è sviluppato il telefono e con esso il conseguente recupero della dimensione orale della comunicazione.¹⁹

Questo tipo di innovazione ha rappresentato per la prima volta un tentativo da parte dell'uomo di creare un contatto e un'interazione attraverso l'uso di un filtro che vedrà poi il suo ampio sviluppo e ricerca con la nascita di internet e dei moderni *media* digitali.

Mc Luhan citato all'interno dell'opera di Vanni Codeluppi²⁰ ha individuato tre fasi che possono essere usate per la descrizione dello sviluppo e l'evoluzione che i *media* hanno compiuto all'interno della società.

¹⁸Codeluppi, V., op.cit., p.11.

¹⁹Ivi, p.14.

²⁰McLuhan, M. cit.in Codeluppi, V. (2014). *I media siamo noi*. Milano: Franco Angeli

Le tre fasi sono rispettivamente la fase orale, la fase stampata e, infine, la fase elettronica. La fase orale rappresenta la fase puerile dei *media* e rappresenta le prime forme di *media* che si sono sviluppate all'interno della società, soppiantate poi dalle forme stampate e dalla possibilità tipografiche che si sono imposte nella società in evoluzione. La terza fase rappresenta, invece, la fase di sviluppo più moderna dei *media* con la creazione di *media* tecnologici dove emerge il recupero dell'oralità e del coinvolgimento di tutti i sensi posseduti dal soggetto. Va sicuramente tenuta in considerazione all'interno della differenziazione proposta in tre fasi della prematura morte dell'autore che non gli ha permesso di valutare gli effetti e gli ulteriori sviluppi dei *media* negli anni della società moderna e di creazione della rete *web 2.0* e dei conseguenti dispositivi mobili come *personal computer*, cellulari, *tablet*, videocamere ed in generale dei dispositivi che non si limitano ad essere solamente dei *medium* ma che accolgono al loro interno numerose funzioni per rimanere in contatto ed in interazione con altri soggetti presenti all'interno delle stesse applicazioni.

La radici²¹, invece, della nascita della rete internet più sviluppata possono essere trovate nel 1992 con la nascita della cosiddetta *internet society* e contemporaneamente negli stessi anni della creazione da parte di un ricercatore del CERN di Ginevra di sistemi di rappresentazione ipertestuale dell'informazione (*HTML*). La creazione di un sistema *browser* da parte dell'informatico Tim Berners Lee²² che consentiva di visualizzare e di navigare in sistemi *HTML* in maniera rapida e semplice ha permesso l'altrettanto rapida diffusione della rete internet e del *world wide web* proprio durante gli anni Novanta con la possibilità di numerosi utenti sempre più crescente di accedere alla rete internet sia per uso personale sia per uso commerciale.

Con il nuovo secolo la rete si sviluppa sempre più e anche le innovazioni introdotte alla fine del Novecento si potenziano e si specializzano sempre di più, consentendo così agli utenti di accedere a siti *web* più rapidi, dinamici e con nuove funzionalità; offrendo contemporaneamente ai soggetti la possibilità di creare dei contenuti multimediali: i già citati *User Generated Content*.

²¹Roncaglia, G. (2009). La rete medium globale. *Enciclopedia del XXI Secolo*, volume 2 - 'Comunicare e rappresentare', pp. 233-241.

²²*Ibidem*.

Il primo *social network* che è stato lanciato nell'ormai lontano 1997 da Andrew Weinreich denominato *SixDegrees*²³ portava con sé l'intento iniziale del suo creatore di creare un sito di incontri privo di false informazioni e di soggetti che avessero delle intenzioni poco chiare e rispettose. Il sito si basava sulla teoria dei sei gradi di separazione secondo la quale i soggetti possono avere un grado di separazione dalle persone che conoscono personalmente, due gradi dalle persone che sono conosciute dalla persona che l'utente conosce personalmente e tre gradi di separazione da persone conosciute da amici di amici. L'obiettivo di questa teoria era determinare la veridicità delle informazioni consentendo la verifica delle informazioni e il contatto di persone che provengono dallo stesso *status* sociale e con lo stesso *status* socioeconomico.

Negli stessi anni si svilupparono altri siti che cercarono di replicare il modello proposto da *SixDegrees* ma con scarsi risultati fino al 2001 con la creazione da parte di Adrian Scott del sito *Ryze.com* che rappresenta il primo *social network* creato per scopi commerciali e professionali, una sorta di antesignano del ormai conosciuto *LinkedIn*.

Nel 2003 nacquero numerosi *social network* che ancora oggi nell'epoca contemporanea hanno un grande impatto sulla vita quotidiana dei soggetti, pensiamo ai conosciuti *Twitter*, *Facebook*, *Whatsapp* e *Instagram*.

Il primo ad essere sviluppato da Mark Zuckerberg è stato *Facebook* nell'ormai lontano 2004 (Franco Angeli, 2018) inizialmente creato per essere fruito dai soli studenti dell'Università di Harvard ma che in poco tempo ha visto una rapida diffusione all'interno della società per la creazione di gruppi chiusi per la condivisione di materiale legato ad un tema specifico con cui poi poter attivare una discussione ed un confronto.

Facebook nel 2012 dopo l'acquisizione di *Instagram* ha avuto una forte responsabilità nella trasformazione di questa applicazione in un *social network*, grazie alla possibilità di creare un profilo personale e alla migliorata capacità di geolocalizzazione.

²³Riva, G., op.cit., p. 65.

Whatsapp nasce, invece, nel 2009 da Jan Koum come una piattaforma per la messaggistica istantanea che attraverso messaggi di tipo testuale o vocale permette ai soggetti di interagire e comunicare tra di loro. La possibilità di creare gruppi chiusi che possono condividere al loro interno informazioni, foto, collegamenti, video ha rappresentato la trasformazione definitiva di *Whatsapp* in un *social network*. I sopra citati *social network* rappresentano la rosa dei *social media* più usati dai soggetti all'interno della società ma anche i *social media* che hanno raggiunto uno sviluppo e una maturità maggiore. I possibili futuri sviluppi della tecnologia sono descritti da Giuseppe Riva²⁴ all'interno del suo testo citato in nota e si basano sulla considerazione di tre specifici futuri sviluppi:

- La possibilità di integrare i media tradizionali con l'esperienza dei *social network* grazie al progressivo e sempre più rapido passaggio dalla rete analogica alla rete digitale. Se ci pensiamo, il telefono risulta essere fortemente rappresentativo di questo cambiamento, ad esempio, attraverso l'aggiunta di tastiere e schermi sempre più grandi e a colori o attraverso l'integrazione di sistemi di geolocalizzazione.
- La creazione da parte dei *social network* di spazi elettronici per la creazione di relazioni scardinando i limiti spazio-temporali consentirà nel prossimo futuro la predisposizione di spazi virtuali o della cosiddetta "interrealtà" con la possibilità di coinvolgere nell'esperienza stimoli sensoriali così da rendere l'esperienza sempre più coinvolgente e accattivante.

Precursori di questo cambiamento possono essere considerate alcune applicazioni come *Cortana* o *Siri*.

- La capacità da parte dei *social network* attraverso dei meccanismi di scegliere con maggior cura e attenzione le persone da far entrare reciprocamente in relazione tra di loro, valutando con maggior competenza e capacità le persone che possono condividere delle caratteristiche. Alcuni studiosi auspicano anche la possibilità di creare dei sistemi di differenziazione delle "amicizie" con dei sistemi di privilegio differenti.

²⁴Ivi, pp. 76-83.

1.5 Trasformazione e cambiamento della società dall'introduzione delle nuove tecnologie

L'introduzione della rete *web 2.0* e lo sviluppo crescente dei *social media* hanno portato a forme di innovazione imponenti all'interno della società, portando con sé numerosi cambiamenti in numerosi ambiti di sviluppo della società, imponendo in alcuni casi un cambio di rotta molto forte e spesso incontrovertibile.

Lungi dall'esprimere dei giudizi di positività o di negatività dalla forte impronta pregiudiziale è possibile considerare che i cambiamenti che si sono sviluppati nella società dallo sviluppo della società tecnologica rappresentino dei cambiamenti molto forti alla luce della forte pervasività della dimensione digitale in diversi ambiti della vita umana.

La possibilità di analizzare i diversi substrati con i quali è formata la società ci consente di valutare la radicale trasformazione attivata con la società tecnologica e nello specifico la valutazione dei cambiamenti nell'ambito della comunicazione, della relazione, dei valori, del mondo del lavoro e della connettività su larga scala.

Il cambiamento introdotto con la società della comunicazione ha coinvolto anche alcune dimensioni costitutive della società su cui la stessa società si fondava, pensiamo a ciò che sta alla base delle nostre aspirazioni come esseri umani, i nostri valori che hanno da sempre rappresentato una sorta di guida della società o allo statuto epistemologico che fonda la conoscenza e ne determina la scientificità.

I valori che guidavano la società tradizionale sono stati sostituiti da altri valori, credenze che meno finalizzate allo sfruttamento per scopi produttivi dell'ambiente ma che in termini di relazione e di lavoro consentono al soggetto di concentrarsi sulla maggiore espressione del sé e della propria individualità con un'attenzione particolare proprio alla propria dimensione personale e individuale a discapito della comunità collettiva e all'impatto determinato dalla stessa. Elena Bettinelli, ricercatrice in Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi sostiene che in seguito alla creazione di una società digitale l'individuo fatica a riconoscersi in una cornice di senso in riferimento ai valori, al comportamento, ai ruoli, al linguaggio e all'azione.²⁵

²⁵ Bettinelli, E. (2022). Società digitale/società della conoscenza. Per un'ulteriore analisi tra progresso e crisi. *Vita e pensiero. Pubblicazioni dell'università Cattolica del Sacro Cuore*, pp.493-508.

La società non è più capace di creare una cornice di senso che racchiuda tutti i membri che con le loro personali competenze riescano ad integrarsi in un quadro coerente e guidato da forti valori, credenze e tradizioni. Questa mancanza da parte della moderna società di cornici valoriali ha permesso l'emersione e la creazione di una società narcisistica basata sull'ossessione della vita presente e sulla scarsa o pressoché nulla considerazione della memoria collettiva e nella continuità storica²⁶; ne consegue una totale mancanza di considerazione per il passato e per il futuro ed una forte concentrazione sull'epoca presente.

Secondo la già citata sociologa Elena Bettinelli ²⁷ questa confusione rappresenta il frutto di una mancata differenziazione tra spazio pubblico e spazio privato.

Lo spazio privato, infatti, da sempre caratterizzato da norme, valori, codici di comportamento è stato travolto dalla vita pubblica con l'introduzione delle tecnologie digitali portando alla creazione di confini confusi e allo svuotamento dai valori e delle norme sociali tradizionali.

La mancata distinzione tra spazio pubblico e privato è tipica dell'azione dei *social network* che con la loro pervasività consentono al mondo esterno di entrare nella propria intimità e spazio privato portando i soggetti a vivere un forte sbilanciamento verso l'esterno e la possibilità di, attraverso le piattaforme digitali, creare e plasmare la propria identità sociale, cambiando fortemente il rapporto esistente tra l'individuo e la collettività.

La percezione distorta del tempo creatasi in seguito alla globalizzazione e alla creazione della società tecnologica ha imposto un cambiamento anche nel costituzionalismo e nella propaganda politica. L'urgenza e l'immediatezza nella risoluzione di problemi politici nell'epoca moderna ha imposto dei limiti al tempo costituzionale e ha creato una forte incapacità dei governi centrali di controllare gli attori globali. La possibilità degli attori politici di agire all'interno dei *social network* ha imposto forme di radicalizzazione e di frammentazione dello spazio pubblico che aggiunto alla crisi economica ha imposto una incapacità dello stato di risolvere i problemi sociali insiti alla stessa.

²⁶Ibidem.

²⁷Ibidem.

Il cambiamento imposto dalle tecnologie digitali è legato anche alla modifica del concetto di statuto epistemologico che all'interno della società della comunicazione viene messo fortemente in crisi. Lo statuto scientifico della conoscenza, infatti, è messo fortemente in difficoltà dalla presenza di una mole di informazioni pressoché infinita e disponibile in qualsiasi momento della giornata che porta l'individuo a vivere una sorta di stordimento e di difficoltà nella capacità di discernimento delle informazioni che appaiono valide e scientificamente fondate; questo perché l'individuo si confronta con quello che viene definito effetto *information overload* con forti implicazioni sulla reale capacità del soggetto di discernimento.

La forte digitalizzazione imposta dall'evoluzione delle tecnologie digitali ha influenzato un altro aspetto fondativo della società; il sistema politico e il diritto costituzionale di esprimere la propria preferenza di voto all'interno delle elezioni elettorali. La possibilità di elaborare dati di utilizzo dei *social network* in base alle nostre ricerche, ai nostri gusti, alle nostre letture online e la creazione di speciali algoritmi in grado di leggere queste informazioni e di elaborarle ha determinato la possibilità di presentare delle forme di pubblicità personalizzata sui propri profili *social*.

Secondo Paolo Bonafede²⁸ in un articolo citato in nota questa possibilità offerta dai *social media* ha influenzato le elezioni politiche del presidente degli Stati Uniti d'America e le elezioni per la Brexit attraverso la creazione di profili psicologici che hanno creato una reazione contro i candidati alle elezioni portando gli elettori a votare per il candidato più favorevole o determinando l'astensione dalla possibilità di esprimere la propria preferenza sui candidati proposti. Tendenza peraltro confermata anche dallo psicologo Robert Epstein²⁹ dell'Istituto Americano per la ricerca sul comportamento e la tecnologia dell'Università della California.

La propaganda subliminale e le false informazioni sui candidati alle elezioni rappresentano da sempre dei mezzi efficaci per la destabilizzazione delle elezioni politiche ma ciò che differenzia la modalità di influenzare le tornate elettorali prima e dopo la società digitale è rappresentato dalla possibilità offerta dal progresso tecnologico di influenzare l'opinione attraverso una propaganda personalizzata e individualizzata contro una ormai obsoleta propaganda massiccia e generalizzata.

²⁸Bonafede, P. (2019). Nuove forme di socialità nell'era digitale. Questioni filosofico-educative sulle HCI. *Quaderni d'intercultura*, pp. 137-146.

²⁹Pitruzzella, G. (2018). La libertà d'informazione nell'era di internet. *Rivista di diritto dei media*. p.7.

La società si sta avviando in maniera sempre più crescente verso un nuovo paradigma legato alle libertà di informazione che sono state introdotte nell'epoca di internet. Damiano Palano³⁰, professore di filosofia politica sostiene, infatti, che ci stiamo dirigendo verso la creazione di una società dominata dalla cosiddetta *bubble democracy*. La crisi economica impostasi nel 2008 unita alla crisi della politica e della conseguente capacità dei partiti di rappresentarla, l'era di internet e la sua imposizione sui mercati hanno fatto sì che il vecchio concetto di democrazia andasse in crisi egli stesso e che al suo posto nascesse una nuova forma di democrazia basata sulla presenza di *bubble filter* e sulla presenza dei già citati algoritmi.

La capacità degli algoritmi di elaborare i dati che sono stati rilevati su ciascun utente della rete internet in base alle proprie ricerche, preferenze ed interessi e di creare un accesso personalizzato alle informazioni da parte di ciascun utente proprio sulla base delle informazioni raccolte crea un filtro per il soggetto che non accede a delle informazioni in maniera oggettiva e neutrale ma sempre mediata dalla presenza di dati depurati dagli algoritmi.

Questo non solo crea una pubblicità personalizzata in grado di influenzare le scelte di consumo degli utenti ma contribuisce anche la creazione di bolle nelle quali i soggetti sono immersi e nelle quali vengono privati del discorso pubblico e del confronto pubblico che è tipico delle democrazie tradizionali. Il discorso pubblico, infatti, nella più classica forma di democrazia consentiva ai soggetti di confrontare le idee e le opinioni in una sede di confronto pubblica e aperta e di permettere ad ogni cittadino, di fronte alla presenza di dati veritieri provenienti da diverse forme di discussione, di scegliere a quale verità appartenere. All'interno della nuova democrazia *bubble* viene meno la possibilità di attivare forme di confronto, formando così delle comunità chiuse che rinforzano solamente i personali pregiudizi.

Secondo Damiano Palato questo effetto è il frutto di una nuova relazione esistente tra il pubblico che riceve i messaggi dei *media* e l'informazione che viene trasmessa dagli stessi. Sostiene, infatti, che rappresenta una modificazione: “che tende a dissolvere il “pubblico” – inteso come aggregato unitario, composto dall'uditorio del medesimo spettacolo (prevalentemente televisivo) – e a trasformarlo in una molteplicità di segmenti sostanzialmente autonomi l'uno dall'altro, in una miriade di “bolle” in larga parte

³⁰Ibidem.

autoreferenziali e tendenzialmente polarizzate”.³¹

La questione si aggrava ancor di più se pensiamo che nella maggior parte dei casi gli utenti sono del tutto ignari della presenza di questo filtro percettivo che non consente di accedere alle informazioni in maniera del tutto neutrale e scientifica determinando non solo la presenza di informazioni parziali sulle pagine *web* presentate ma creando una comunità di utenti che si trova obbligata ad accettare la personalizzazione dei contenuti *web* poiché manchevole della consapevolezza necessaria per comprendere il funzionamento degli algoritmi. Questo sistema tende, infatti, a creare un punto di vista unico e una strada monodirezionale, eliminando la presenza di punti di vista alternativi.

La *bubble democracy* rappresenta una fonte di pericolo anche per quanto riguarda la presenza e l'espressione di posizioni estreme che veicolano una percezione distorta della realtà e nella maggioranza dei casi non veritiera. Il veicolo di *fake news* rappresenta, infatti, uno dei tanti problemi che affligge la moderna società dell'informazione.

Le false informazioni non sono nate con l'era digitale ma rappresentano un fenomeno già conosciuto e reso pubblico dalla presenza di bufale e false notizie sui giornali e sulle testate giornalistiche pensiamo ad esempio al caso “*Great Moon Hoax*”³² trasmesso dal *New York Times* che ipotizzava la presenza di vita sulla luna.

L'era digitale come accade spesso solamente accentuato e reso maggiormente percettibile il fenomeno, in seguito anche al forte cambiamento che le tecnologie stesse hanno attuato nella modalità di comunicare e di diffondere notizie. La tecnologia ha, infatti, modificato il modo di creare, elaborare e diffondere le informazioni creando un sistema di produzione delle informazioni decentrato.

Nel passato, infatti, le informazioni venivano vagliate da soggetti che professionalmente avevano il compito di selezionare le informazioni presenti, decidere quale importanza e rilevanza dare loro, tenendo sotto controllo nel frattempo il dilagare di sistemi monopolistici dell'informazione.

Con l'era digitale tutto questo viene a disgregarsi, cambia totalmente l'assetto dell'informazione poiché ogni soggetto che detiene uno strumento digitale e una buona connessione ad Internet può diventare in qualsiasi parte del pianeta un produttore di informazioni.

³¹<https://www.ilfoglio.it/politica/2017/05/01/news/la-bolla-mortale-della-nuova-democrazia-132173/>.

³²Ibidem.

Il cittadino comune diviene, quindi, un protagonista attivo dell'informazione nonché padrone della possibilità di condividerla all'interno della rete senza adempiere ad una fonte esterna ed oggettiva di controllo.

Secondo Yochai Benkler³³ siamo entrati in una nuova era, quella della *network information economy* basata proprio sul decentramento dell'informazione e la possibilità di accedere con un costo relativamente molto esiguo alla strumentazione tecnologica in grado di connettere il soggetto con il resto del mondo. L'opportunità che ogni utente del *web* ha nelle proprie mani di diffondere informazioni aumenta la possibilità che le informazioni che vengono veicolate siano false e che si possa cadere, quindi, nel fenomeno delle *fake news*.

La presenza di *fake news* sulla rete internet ha inficiato e reso ancora più complesso il rispetto del diritto costitutivo di manifestare liberamente il proprio pensiero (art.21Cost). La presenza, infatti, di false notizie sul *web* e come già sostenuto il loro ruolo nella gestione e influenza delle elezioni elettorali può essere fonte di disturbo e di messa in discussione della democrazia stessa e dei principi basati sulla costituzione che la guidano e la determinano.

La rete internet ha anche creato una nuova modalità di comunicare e d'interagire basata su una nuova dimensione sociale, *always networked* che porta i soggetti ad essere costantemente connessi. Essere sempre connessi disgrega il concetto di tempo, lo rende fluido, malleabile e porta i soggetti a sentirsi quasi in dovere di postare quotidianamente la propria vita sui *social network*, nella maggioranza dei casi anche in maniera sincrona e immediata nel momento stesso in cui accade il fenomeno o l'evento che si sta vivendo. Questa costante connessione determina la crescita e lo sviluppo di una *network society* e del capitalismo informazionale basato sulla possibilità di comunicare con tutto il mondo e arricchire e trasformare le conoscenze accogliendo punti di vista e opinioni differenti.³⁴

La possibilità di essere connessi porta con sé, però, anche alcuni elementi critici in riferimento a chi non riesce ad arrivare a definire questo *standard* e che spesso rimane escluso da questa possibilità. La presenza di *digital divide* rappresenta, infatti, l'altra medaglia di un mondo che grazie alla presenza di rete internet riesce ad essere sempre più interconnesso e globalizzato ma che porta con sé anche un ampio divario con chi abita in

³³Pitruzzella, G., op.cit., p.3.

³⁴Luzi, M., D'Amore, M. (2019). *Scienza e società: sinergie e criticità nell'era digitale*. Firenze University Press, p.13.

zone della terra che non sono coperte dal segnale internet; per non parlare del divario digitale presente tra soggetti d'età diversa che inevitabilmente entrano in contatto con le tecnologie in modo diverso, attivando diversi modi di comunicare e di usare la strumentazione tecnologica basati proprio su quello che può essere definito un diverso *imprinting* mediatico e tecnologico.

I *media* digitali hanno avuto una forte impronta anche nei confronti della connettività su larga scala specificatamente nella creazione di società che si basano sulla telepresenza e la capacità di portare vicino eventi che avvengono anche a distanza di migliaia di chilometri e di poter osservarne i processi e gli sviluppi di questi eventi anche attraverso un investimento emotivo e di poterlo fare dalla sicurezza e dalla comodità della propria abitazione. Pensiamo ai numerosi *report* di guerra che tutti i giorni entrano nelle nostre case attraverso i media.

Franco La Cecla³⁵ riconosce per tale caratteristica, il ruolo di surrogati di presenza, dove grazie a degli strumenti digitali è possibile vivere la vicinanza di altri anche se spazio-temporalmente distanti. Gli *smartphone* rappresentano, quindi, la possibilità di avere psicologicamente vicino anche ciò che è fisicamente distante, l'universo degli affetti e delle relazioni che compongono la vita dei soggetti a portata di mano.

La possibilità di superare e sganciarsi dai limiti spazio-temporali imposti è ciò che secondo Giddens³⁶ ha consentito il successo delle società moderne; gli ulteriori sviluppi delle tecnologie digitali nel corso del tempo hanno sviluppato quella che può essere definita l'iper-modernità. Il carattere specifico di questo termine è rappresentato dalla creazione di legami e di interconnessioni non più tra luoghi (ad esempio casa- ufficio) dove tradizionalmente erano posti i *media* per comunicare ma tra le persone che grazie ai dispositivi tecnologici possono comunicare in ogni parte del mondo e ogni istante della propria vita.

Da quando i *media* si sono sganciati dal filo che inevitabilmente li teneva legati ad un luogo ben preciso che non consentiva ai soggetti di prendere e portare con sé questi strumenti anche il mondo del lavoro ha subito una forte modificazione.

³⁵La Cecla, F. (2006). *Surrogati di presenza. Media e vita quotidiana*. Milano: Bruno Mondadori.

³⁶Giddens, A. (1994). *Le conseguenze della modernità*. Bologna. Il Mulino.

La possibilità di essere sempre connessi ha modificato, infatti, anche i confini tra lavoro e vita privata che si sono assottigliati sempre di più e che hanno portato gli individui ad essere sempre reperibili anche al di fuori del proprio orario di lavoro. Questo ha cambiato la considerazione del mondo dell'economia attraverso la richiesta di produzione di valore economico anche al di fuori della sfera lavorativa.

L'introduzione delle nuove tecnologie all'interno di settori lavorativi ha creato la necessità da parte dei soggetti di attivare delle *skills* digitali per un settore lavorativo e una società che sta cambiando totalmente il suo aspetto.

L'impatto dell'introduzione delle nuove tecnologie ha avuto, anche, dei risvolti positivi sulla società che grazie a questo forte cambiamento ha finalmente registrato una tendenza positiva a livello economico, contribuendo in maniera lenta e graduale all'uscita dalla crisi impostasi nel 2008.³⁷

Valutando diversi ambiti che compongono la società è possibile notare con una certa dose di sicurezza che le nuove tecnologie hanno prodotto dei forti cambiamenti nella società e che esse abbiano in qualche misura contribuito anche alla creazione di nuove modalità di intendere alcune dimensioni costitutive della società, i suoi valori, lo statuto epistemologico.

Esse hanno rappresentato e rappresentano tuttora una fonte di frammentarietà della realtà politica e del sistema elettorale, determinando un forte impatto con la loro capacità di veicolare messaggi a utenti più o meno consapevoli che di fronte alla presenza di queste forme di propaganda rimangono inermi.

La realtà tecnologica in rapido sviluppo ed evoluzione ha già segnato e segnerà con forza la società moderna determinandone un forte cambiamento e innovazione, agli utenti non rimane e non rimarrà che prendere atto di questi cambiamenti e di acquisire la consapevolezza necessaria per entrare in contatto con le nuove realtà digitali e con la corrispondente nuova modalità di intendere la società.

³⁷<https://www.ebinter.it/ebinter-site/wp-content/uploads/2016/12/Levoluzione-dei-servizi-nellera-digitale.pdf>.

CAPITOLO 2

Effetti dei *social media* sull'individuo

2.1 Com'è cambiato nel tempo l'individuo a causa dei *social media*

Il forte cambiamento indotto dai *social media* e più in generale dalla tecnologia e dai dispositivi digitali rappresenta un forte cambio di paradigma e di modalità di vivere e di relazionarsi che ha portato a numerosi cambiamenti della società e di conseguenza anche sull'individuo che è stato costretto a adattarsi e a rendersi permeabile a queste trasformazioni dovute alla pervasività dei mezzi tecnologici. L'introduzione di dispositivi digitali ha portato l'individuo a dover necessariamente cambiare il proprio *modus operandi* e a rivedere i paradigmi, i valori che lo hanno sempre sostenuto.

Le ricerche in ambito neurologico³⁸ dimostrano e sostengono l'adattamento del soggetto che dotato di un cervello neuro-plastico riesce anche in età avanzata a rimodularsi e adattarsi a nuovi stimoli proposti e a nuove sfide dell'ambiente. Il cervello umano anche di fronte alla tecnologia è riuscito, quindi, a adattarsi a nuove situazioni presentate e ad attivare nuove connessioni. Ciò che differenzia la possibilità di attivare questo cambiamento anche all'interno di soggetti di età avanzata è legato alla volontà dell'individuo che riceve degli stimoli nuovi dall'ambiente che lo circonda e di attivare forme di interesse e partecipazione che creano poi a livello cerebrale nuove connessioni che consentono così di cambiare modalità di pensiero e di funzionamento.

La neuroplasticità del cervello si basa sull'esercizio delle facoltà mentali che se tenute in allenamento consentono al soggetto di rispondere in modo più veloce e puntuale agli stimoli che provengono dall'ambiente e nello specifico in questo caso dalle forme digitali. Ma com'è cambiato il comportamento dell'individuo in seguito all'introduzione dei dispositivi tecnologici e più in generale dei *social media*?

³⁸Boninelli, M. L., Bullegas, D., Damnotti, S. (2016). La modificabilità cognitiva e la plasticità cerebrale in età adulta. *Pensa Multimedia*, pp. 59-70.

Secondo alcuni autori i processi cognitivi e l'agire quotidiano si sono modificati così tanto in seguito all'introduzione delle tecnologie che sono arrivati a coniare l'espressione "*pervasive computing*"³⁹ andando a definire la forte diffusione e pervasività all'interno della società tanto da modificarne le scelte, i modi di pensare e anche le modalità con le quali entrare in relazione.

Il cambiamento avvenuto su più fronti ha richiesto e richiede tutt'ora al soggetto forti competenze e abilità per cercare di rimanere all'interno del nuovo contesto che si è venuto a creare e di riuscire con positività a vivere all'interno del nuovo flusso comunicativo, relazionale, sociale, lavorativo che si è venuto a poco a poco ad attuare in seguito alla presenza di mezzi tecnologici e dispositivi sociali all'interno dell'orizzonte culturale dell'individuo.

Il legame sempre più stretto con la tecnologia secondo alcuni autori tra cui Antonio Calamo Specchia⁴⁰ ha portato ad una modificazione fondamentale e importante dei processi e sulla struttura del pensiero del soggetto. Le possibilità introdotte dalla tecnologia di cancellare, copiare o annullare hanno portato ad un radicale cambiamento dei nostri processi di pensiero, determinati non più da un flusso lineare ma da un processo introdotto con il *web 2.0* legato alla capacità di essere *multitasking* e di ricevere stimoli che provengono da diversi mezzi tecnologici e da diversi canali percettivi che nella maggior parte dei casi avvengono in maniera sincrona.

Queste nuove modalità di pensiero basate su nuove connessioni non più lineari hanno determinato nell'individuo un cambiamento dei comportamenti in seguito ad un processo di pensiero più rapido e meno approfondito.

Numerose ricerche sembrano, infatti, sottolineare una profonda spaccatura e differenza nei processi cognitivi e di pensiero di individui che appartengono a generazioni diverse inevitabilmente, a loro volta, legate a cambiamenti tecnologici insiti alla propria generazione.

³⁹Farruggia, F., Foschi, D. (2021). Giovani e new media. Una ricerca- azione sperimentale *Rivista mensile dell'Istituto di Ricerche Internazionali. Archivio Disarmo – IRIAD*, p.23.

⁴⁰Calamo-Specchia, A. (2015). Psicologia nella comunicazione: il pensiero e le relazioni al tempo di Facebook. *Notiziario dell'ordine degli psicologi della Puglia*. n.15, pp.104-110.

L'ambiente risulta essere un fattore determinante nella definizione dei processi di pensiero e va da sé che ambienti differenti con accesso e con sviluppo differente attivino un portato diverso nei soggetti e che questo comporti da parte dell'individuo la messa in atto di azioni e comportamenti diversi.

I *baby boomers*, infatti, nati in un'epoca dove la tecnologia non era presente si appropceranno in modo differente alle pratiche di consumo mediale legate all'avvicinamento a questi dispositivi in età adulta rispetto alla generazione Z che nata all'interno di una società tecnologica, non conosce una vita senza digitale e, quindi, si avvicina in maniera innata e naturale ai mezzi tecnologici.

I processi mentali dell'individuo caratterizzati da strutture complesse di pensiero e reticolari, unite cioè tra di loro da profonde connessioni neurali, trovano un terreno fecondo e proficuo nelle tecnologie digitali che con la loro strutturazione si soffermano maggiormente sulle immagini, sul suono e sulle conseguenti emozioni attivabili.

Gli ambienti informatici permettono al soggetto di attivare la parte più profonda quella delle emozioni e di produrre nuove forme di conoscenza attraverso la possibilità di simulare la realtà e di cogliere da essa numerose informazioni basandosi proprio sulla sperimentazione in luogo sicuro e simulato. Questo consente ai soggetti di attivare la propria capacità critica e di valutazione per analizzare ciò che all'interno della realtà simulata non ha funzionato e di conseguenza di rimodulare il proprio comportamento in base alle risposte e agli stimoli forniti dalla realtà simulata.

Cambiamento per il soggetto non solo nei processi mentali che guidano il comportamento ma anche dei comportamenti che il soggetto mette in atto nella produzione della conoscenza.

La conoscenza, che non è più considerata come una produzione individuale che porta l'individuo ad attivare forme di comportamento e azioni competitive che portano alla vittoria di alcuni a discapito di altri che si trovano necessariamente ad essere perdenti e in una posizione più svantaggiosa.

La nuova forma di conoscenza veicolata dai mezzi tecnologici richiede forme di partecipazione attiva e di condivisione degli obiettivi tra soggetti che per produrre conoscenza devono rafforzare le proprie *skills* e abilità sociali, modificando i propri processi comportamentali.

Questo significa per il soggetto acquisire la capacità di modificare la propria percezione da un io focalizzato sulla propria individualità ad un noi e alla considerazione di una forma di pensiero circolare che consente al soggetto di cambiare la propria visione prospettica ed evitare forme di stagnazione.

Comportamenti collaborativi e relazionali consentono la creazione di un sentimento di competitività non interno al gruppo ma esterno ad esso, che si traduce nella possibilità di attivare comportamenti proattivi e collaborativi nel gruppo.

La nuova natura professionale che si viene, quindi, a creare si basa sulla capacità dell'individuo di attivare comportamenti e abilità che gli consentano di lavorare all'interno di gruppi di lavoro, che sappiano condividere informazioni e che collaborino alla produzione di materiale all'interno di gruppi fluidi che grazie alla presenza di strumentazione digitale possano organizzare in maniera *smart* il lavoro con la possibilità non solo di lavorare al progetto comune in parti diverse del mondo ma anche in orari diversi; anche all'interno del nucleo familiare, estendendo così l'orario di lavoro e sganciandolo dagli orari imposti dallo spazio di lavoro definito in un'unica sede fissa.

Questo porta necessariamente ad un cambiamento dei comportamenti del soggetto lavoratore che dovendo sostenere i ritmi di lavoro e cercando di dare un'immagine di sé sempre positiva e proattiva all'azienda tende a ridurre i confini che esistono tra mondo del lavoro e mondo privato e intimo della propria abitazione personale.

Il cambiamento dei processi cognitivi con l'introduzione delle tecnologie digitali e il sovraccarico di informazioni presenti sulla rete *web* e sui *social media* hanno portato anche ad una modificazione importante dei processi di lettura che non sono più legati ad una logica sequenziale ma ad un rimbalzo degli occhi del soggetto da informazione a informazione perché catturato da notizie provenienti da canali percettivi diversi e da icone o da *emoticon* che appaiono al nostro cervello maggiormente attrattive e accattivanti.

Questa modalità di relazionarsi con le informazioni presenti in rete è confermata da studi scientifici di "*Eye tracking*"⁴¹ che si basano sul tracciamento dei movimenti oculari dei soggetti. Questa lettura non specifica e casuale dei contenuti non consente forme di approfondimento dei contenuti stessi che sono scelti nella società digitale in base a com-

⁴¹Ranieri, M. (2023). *Ovunque internet*. Lecce: Youcanprint.

portamenti istintivi legati alla paura indotta dai *social media* di perdere informazioni importanti e vitali che non verranno più proposte in un successivo caricamento della pagina *social* e, quindi, potenzialmente perse per sempre.

La modificazione dei comportamenti di lettura dei soggetti determina un risvolto molto importante sulla loro capacità di concentrarsi e di prestare attenzione agli stimoli che vengono proposti. Le aziende produttrici di sistemi digitali hanno sostenuto la creazione di reti *web* e *social media* programmati per attivare nel soggetto questi comportamenti. Alcuni studiosi sostengono⁴², infatti, che la rete è stata progettata come un sistema di interruzione che per la sua conformazione induce il soggetto a seguire stimoli diversi con forti ripercussioni sui processi di pensiero, sulla memoria, sulla capacità analitica e di lettura e sulla concentrazione, portando, inoltre spesso, l'individuo ad attivare condotte ansiogene.

Un altro aspetto molto importante di cambiamento che l'individuo ha subito dall'introduzione dei *social media* è rappresentato dalle modalità di relazione, interazione, socialità e modalità comunicativa. Questa nuova modalità di entrare in relazione e di interagire con altri all'interno dei *social media* ha portato di riflesso ad un cambiamento importante nella definizione dell'identità soggettiva e nello specifico al cambiamento delle modalità di costruire la propria identità che non è più mediata solo dalla presenza di interazioni faccia a faccia ma anche dalle forti pressioni di una socialità mediata dai mezzi tecnologici e dai *social media*.

Questo nuovo ambiente sociale che si è venuto a creare rappresenta per il soggetto un'importante occasione per mettere in atto azioni di sperimentazione e di confronto identitario tra soggetti presenti all'interno della rete sociale.

All'interno della disamina va sicuramente considerato che il bisogno del soggetto di essere stimato da altri soggetti non è un bisogno nato con la società digitale ma rappresenta da sempre uno dei bisogni fondamentali che guidano il desiderio umano. Già Maslow con la sua piramide dei bisogni ci aveva, infatti, ricordato l'importanza di questo bisogno per l'individuo che dopo aver soddisfatto i bisogni primari, fisiologici e i bisogni di sicurezza e appartenenza può dedicarsi alla creazione di reti sociali che gli consentano

⁴²Bettinelli, E., op.cit., p.23.

di sentirsi rispettato, riconosciuto, stimato e approvato per la sua persona e la sua individualità. Una recente rilettura della teoria dei bisogni di Maslow condotta da SMTT e Lombok Design⁴³ ha dimostrato come, con la rete sociale creata con l'avvento del *web* 2.0 e la creazione di internet, la piramide dei bisogni sia pienamente soddisfatta nella parte apicale che riguarda i bisogni di sicurezza, stima, appartenenza e auto-realizzazione ma che non sia per nulla soddisfatta nella parte inferiore della stessa che riguarda i bisogni fisiologici del soggetto. Sembra, quindi, ricordarci come la rete sociale del *web* sia riuscita a dare una risposta ai bisogni del soggetto riguardanti la sfera del sé, della realizzazione e del riconoscimento sociale ma che non sia stata in grado di sostituire e dare risposta ai bisogni del soggetto primari e determinanti per la sua sopravvivenza.

Il bisogno di essere riconosciuto e stimato porta il soggetto ad attivare azioni e comportamenti che determinano la possibilità di essere veramente riconosciuti e di aumentare la propria autostima all'interno dello spazio *social* scegliendo i comportamenti, le emozioni e i momenti di vita personale che si vogliono mostrare per dare un'immagine sempre più positiva di sé. Questo bisogno di essere riconosciuti e stimati sembra essere come lo definisce Lorenzo Denicolai⁴⁴ un bisogno preponderante del soggetto che cerca frequentemente all'interno dei *social* la possibilità di essere riconosciuto nella propria identità attraverso la condivisione di oggetti materiali o contenuti emotivi.

I *social media* per la loro conformazione determinano la possibilità per il soggetto di, all'interno dei *social media* stessi, decidere chi essere, come essere e condividere informazioni su di sé e che parlano di sé differenti, non solo in base alla piattaforma utilizzata ma anche al messaggio e alla percezione di sé che si vuole lasciare all'esterno. Pensiamo ad esempio alle possibilità di creare delle *stories* per raccontare parti di sé e della propria esistenza; ogni *story* rappresenta una parte differente di sé che può essere messa sui *social* e che per la breve durata delle stesse (24 ore) consente al soggetto di cambiare modo di essere e scegliere chi voler essere per quel lasso di tempo breve e fugace dopo il quale, a meno che non vengano salvate in evidenza, esse spariscono dai profili.

⁴³Calamo-Specchia, A., op.cit., pp.104-110.

⁴⁴Denicolai, L. (2014). Riflessioni del sé. Esistenza, identità e social network. *Media education. Studi, ricerche e buone pratiche*, pp. 164-181.

Il soggetto iscritto ai *social* ha il potere di decidere anche quando non rimanere all'interno della rete sociale e di conseguenza quando potersi liberare da essa e dal contatto umano virtuale che si è venuto a creare. Questo determina nell'individuo la possibilità di vivere due vite, una *online* e una *offline* in base alle proprie esigenze e ai propri bisogni di socialità e di riconoscimento.

Va, inoltre, considerato che l'immagine di sé creata attraverso i profili *social* può essere rispondente alla propria identità fisica ma può anche essere una prospettiva fallace e falsa che non necessariamente rispecchia la propria personale identità.

Questa doppia esistenza del soggetto, fisica e virtuale rappresenta in alcuni casi la tendenza del soggetto ad isolarsi e a ricercare un rifugio dalla propria identità fisica reale nel tentativo di sentirsi almeno sui *social* maggiormente accettati e approvati dalla società. Spesso, rappresenta una forma di compensazione dalla realtà nella quale i *social* rappresentano la possibilità di vivere delle forme di relazione e di formazione identitaria che nella vita reale non sono attivabili.

Lorenzo Denicolai afferma, infatti: “Non sorprende che qualcuno racconti di sentirsi deluso quando passa dal mondo virtuale a quello reale. Capita non di rado di vedere persone che maneggiano freneticamente il proprio *smartphone*, cercando luoghi virtuali dove potrebbero essere, ancora una volta, qualcosa di più”.⁴⁵

I *social media* rappresentano, quindi, dei dispositivi digitali che possono essere definiti dei laboratori virtuali d'identità che consentono al soggetto di formare la propria identità nel confronto con altri presenti all'interno del mezzo tecnologico da cui raccogliere *feedback* e impressioni per formare e consolidare la propria identità personale.

L'identità soggettiva determinandosi come un processo in divenire nel corso del tempo richiede numerose caratteristiche per determinarsi all'interno di quello che può essere definito un *puzzle* identitario del soggetto. Questo processo che avviene nel corso del tempo e che raccoglie numerosi elementi di cui il soggetto è composto si basa su un'immagine ideale che il soggetto ha della propria identità e verso la quale tende a svilupparsi.

⁴⁵Ibidem.

Secondo il già citato Denicolai ⁴⁶questa raccolta di parti identitarie che vanno a comporre l'identità personale dell'individuo sono paragonabili al concetto espresso da Levi-Strauss di “*bricolage culturale*”.

Il risultato di questo *bricolage* se così lo si vuol definire è rappresentato dal concetto di *It-self* di Sherry Turkle⁴⁷. Egli, infatti, lo definisce come l'insieme di immagini, contenuti che l'individuo semina all'interno della rete sociale attraverso la creazione di determinati profili e che prende vita quando il soggetto accede alle diverse piattaforme sociali.

Questo determina secondo il già citato Lorenzo Denicolai all'interno del suo articolo “*Riflessioni del sé. Esistenza, identità e social network*”, un passaggio da una tecnologia *multitasking* ad una *multi-lifting* che cerca di dare una spiegazione a questo miscuglio di parti identitarie del soggetto che si è venuto a creare con la presenza dei *social media* e dei dispositivi mobili che hanno pervaso la vita quotidiana dei soggetti e che permettono ai soggetti di sintonizzarsi in modo rapido ai profili per la ricerca di conferme da parte di altri presenti all'interno del bacino *social*. Il dispositivo mobile, infatti, per la sua conformazione permette all'individuo di entrare in contatto con la propria identità in modo fluido in ogni momento della giornata rendendo difficile al soggetto la differenziazione dei vari momenti della stessa: *online* o *offline*.

Questa forma di socialità e di ricerca identitaria sbilanciata verso l'esterno porta con sé la creazione da parte del soggetto di legami deboli che per la loro creazione istantanea e spesso solamente mediata dai mezzi tecnologici non portano con sé un necessario approfondimento e interazione faccia a faccia; questo porta le persone a spezzare con maggiore frequenza e facilità questi legami. Legami che hanno però anche la funzione positiva e importante di, grazie alla loro conformazione, permettere ai soggetti di uscire dalla *comfort zone* per creare delle reti sociali differenziandosi notevolmente dai legami forti che tradizionalmente rappresentano i legami di tutti i giorni che supportano il soggetto nella formazione del proprio capitale sociale e della propria identità.

⁴⁶Ivi, p.173.

⁴⁷Ivi, p.178.

Berti, afferma, infatti: “Sono proprio i legami deboli che garantiscono il successo della rete e che permettono ai singoli individui di uscire verso l’esterno”.⁴⁸

Dalla disamina presentata è possibile, quindi, affermare il forte impatto dei *social media* nella definizione dei rapporti sociali e della formazione identitaria del soggetto.

Le molteplici possibilità, offerte dalle differenti piattaforme sociali, consentono al soggetto di mettere in vetrina numerose identità e di trovare da esse numerosi rispecchiamenti da parte di altri presenti sulle piattaforme sociali. I soggetti mettono in atto questi comportamenti per la ricerca di forme di valorizzazione della propria unicità, per la possibilità di sentirsi qualcuno e di sentirsi riconosciuto ed apprezzato.

Codeluppi⁴⁹ introduce il concetto di micro-fama per definire i comportamenti che portano il soggetto ad esporre la propria identità alla ricerca di conferme d’esistenza. La ricerca di conferme, un bisogno naturale del soggetto, viene accentuata all’interno del *social* che diventano dei potenziatori di appartenenza che portano i soggetti a rimanere iper-connessi alla ricerca della possibilità di ricevere promozioni di sé stessi e della propria esistenza con il rischio di cadere come Narciso ammaliato dalla propria bellezza nella trappola della ricerca incessante di conferme della propria esistenza. Il rischio connesso all’affidamento ai *social media* che il soggetto compie della propria identità ed esistenza non è legato solo al rischio di sviluppare delle condotte narcisistiche ma anche di sviluppare forme di depressione e di ansia connesse non solo alla disconnessione dai dispositivi digitali ma anche alla presenza sui *social* di quelli che Walter Quattrocchi⁵⁰ definisce “*Webete*”.

I “*webete*” sono definiti come; persone ignoranti che sfogano la propria frustrazione sui *social* e che spesso attaccano altre persone presenti sui *social* con parole forti e discriminatorie. Queste parole possono determinare per il soggetto che le riceve una fonte di disagio, preoccupazione, ansia, depressione che possono portare alcuni soggetti più fragili a scelte estreme pur di riuscire a mettere a tacere i commenti negativi. Pensiamo alle numerose vittime di informazioni denigratorie veicolate sui *social* che hanno deciso di porre fine alla propria esistenza.

⁴⁸Berti, F. (2005). Per una sociologia della comunità. Milano: Franco Angeli.

⁴⁹Codeluppi, V., op.cit., p.61.

⁵⁰Quattrocchi, W. (2018). *Liberi di crederci. Informazione, internet e post-verità*. Torino: Codice edizioni.

Questi episodi molto forti accaduti all'interno della società fanno riflettere sull'importanza delle parole e della possibilità di esprimersi anche all'interno dei *social media* soprattutto alla luce del forte cambiamento avvenuto, con l'avvento di Internet, delle pratiche comunicative. La comunicazione, infatti, tra i soggetti ha subito un forte cambiamento in seguito alla creazione di *social network* poiché nella maggior parte dei casi essa avviene attraverso lo schermo ed una tastiera e non, quindi, usando uno dei potenti mezzi che l'uomo possiede per comunicare: la sua voce.

La comunicazione *web* ha ridotto l'impatto e l'importanza della parola che è stata ridotta a segno grafico e spesso ad *emoticons*.

Questo passaggio secondo alcuni autori può essere interpretato individuando una nuova definizione; quella di verb-oralità⁵¹. La verb-oralità indica la transcodifica di qualsiasi forma vocale e suono in grafia.

All'interno di questa nuova forma comunicativa vengono meno anche le caratteristiche tipiche della comunicazione frontale, nello specifico la comunicazione faccia a faccia viene sostituita dalla presenza di mezzi tecnologici che si impongono come mediatori all'interno della comunicazione e che portano il soggetto a dover immaginare o tradurre da azioni orali o scritte le intenzioni di altri che vengono necessariamente a mancare all'interno della comunicazione digitale.

Rispetto, infatti, alla comunicazione *vis a vis*, l'interlocutore fatica a comprendere i messaggi sottostanti alla comunicazione verbale che solitamente sono veicolati dalla comunicazione non verbale, in questo caso totalmente assente.

La comunicazione non verbale, la mimica, i gesti, gli sguardi, la postura rappresentano degli elementi chiave per una totale comprensione degli atti comunicativi che avvengono tra i soggetti. La comunicazione scritta o mediata dai mezzi tecnologici perde, infatti, di vista tutti gli elementi prossemici e paralinguistici determinando una difficoltà nell'interpretazione delle informazioni e provoca malintesi e scarsa comprensione dei messaggi ricevuti e delle intenzioni. Le già citate *emoticons* sono state create appositamente con l'intento di colmare questa mancanza nella comunicazione *social*. Esse, infatti, nelle intenzioni dovrebbero sostituire gli elementi prossemici mancanti della comunicazione, aiutando il soggetto ad interpretare i messaggi ricevuti.

⁵¹Denicolai, L., op.cit., pp.164-181.

Spesso però soggetti diversi utilizzano questi strumenti in modo differente, provocando forti confusioni e complicando ulteriormente gli atti comunicativi.

Un altro forte cambiamento introdotto con l'epoca dei *social media* è legato a comportamenti messi in atto dal soggetto di delega e di negazione della responsabilità. All'interno dei *social*, infatti, i numerosi soggetti presenti con diversi profili attivi spesso non riconoscono una responsabilità delle proprie azioni, dei propri comportamenti e del peso che essi possono avere sulla vita reale del soggetto.

Questa mancanza di responsabilità percepita dai soggetti e la funzione di delega dei propri comportamenti ad entità astratte sganciate dalla propria individualità incitano spesso i soggetti presenti sulle reti *web* ad attivare comportamenti che si traducono in azioni di *hate speech* e in generale di mancanza di rispetto e di dispregio per la vita umana.

L'*hate speech* è stato definito dal Rapporto finale della Commissione Joe Cox nel 2017 come: "L'istigazione, la promozione o l'incitamento alla denigrazione, all'odio o alla diffamazione nei confronti di una persona o di un gruppo di persone, o il fatto di sottoporre a soprusi, molestie, insulti, stereotipi negativi, stigmatizzazione o minacce tale persona o gruppo, e comprende la giustificazione di queste varie forme di espressione, fondata su una serie di motivi, quali la "razza", il colore, la lingua, la religione o le convinzioni, la nazionalità o l'origine nazionale o etnica, nonché l'ascendenza, l'età, la disabilità, il sesso, l'identità di genere, l'orientamento sessuale e ogni altra caratteristica o situazione personale"⁵².

I discorsi di odio che si vengono a creare all'interno della rete sociale sono collegati a quella che può essere definita una piramide dell'odio per citare lo stesso Petruzzella e legati alla presenza di stereotipi e false credenze che vengono veicolate all'interno dei *social* dove non esistono forme di controllo particolarmente efficaci.

Questa forte espressione dell'odio sui *social* afferma l'esistenza di condotte disumane attuate da soggetti che non riconoscono nell'altro la possibilità di provare emozioni e sentimenti. Queste forme di disumanizzazione dei rapporti sociali sono secondo Simona Perfetti e Rosario Ponziano⁵³ frutto del processo di modernizzazione della società e di mancata presenza di un assetto istituzionale solido e funzionante.

⁵²Pitruzzella, G., op.cit., p.15.

⁵³Perfetti, S., Ponziano, R. (2017). Le trasformazioni dell'intimità tra dis-umanizzazione e social media. Edizioni centro studi Erickson, pp. 74-92.

L'*hate speech* ci fa comprendere la necessità di un intervento massiccio e tempestivo dei governi sui *provider* di servizi internet affinché attuino forme di controllo e di legislazione dell'odio presente sui *social*, sperando che attraverso questi provvedimenti disciplinari i soggetti si sentano maggiormente responsabili delle proprie azioni e che al posto di delegare la propria responsabilità nei confronti di comportamenti lesivi siano in grado di riconoscere la colpa e imparare una preziosa lezione.

I *social media* hanno un forte impatto anche sul processo di costruzione della percezione corporea del soggetto. Essa, al livello fisico, fa riferimento alla forma del proprio corpo, al peso e alle proporzioni ma a livello mentale e psicologico rappresenta uno degli elementi chiave per la formazione dell'autostima personale e della propria identità.

Le numerose immagini che nell'epoca dei *social media* sono presenti in maniera preponderante con la rappresentazione di corpi dalle armonie perfette determinano un cambiamento del soggetto nella percezione della propria fisicità rispetto ad un'epoca passata dove il confronto non era così diretto e forte perché non avveniva attraverso delle immagini veicolate da un potente mezzo comunicativo.

Vanni Codeluppi⁵⁴ in riferimento alla percezione corporea soggettiva afferma che la percezione corporea nell'epoca moderna è determinata da una nuova forma comunicativa legata alla vetrinizzazione del corpo. Egli ritiene che nell'epoca moderna si assista ad una forte attenzione nei confronti della cura del corpo e dell'esteriorità poiché i *social media* hanno attivato la necessità per il soggetto di paragonare la propria fisicità a quella espressa dalle numerose immagini presenti sul *web*. Questa continua forma di paragone che il soggetto crea con le immagini presenti sui *social* non solo determina per il soggetto la necessità di mettere in atto comportamenti di ricerca continua e impaziente di perfezione e di canoni estetici sempre più vicini alle immagini presentate ma determina anche, in persone fragili, la possibilità di distorcere la realtà e di attivare condotte e comportamenti lesivi della propria persona per il raggiungimento di canoni di perfezione corporea visti e tanto ammirati sui *social*.

⁵⁴Codeluppi, V., op.cit., p. 65.

Pensiamo ad esempio ai numerosi *selfie* presenti sulle piattaforme sociali che il soggetto pubblica per cercare di emulare e di raggiungere i canoni estetici assolutizzati dai *social media* con il profondo desiderio di essere accettati e di essere confermati nella propria esteriorità dal giudizio degli altri.

Il *selfie* rappresenta un autoscatto del soggetto del proprio viso in primo piano che viene solitamente postato all'interno delle piattaforme sociali con l'intento di apparire e di mostrarsi agli altri affinché essi possano dare in risposta dei *feedback* importanti che vanno a determinare la costruzione dell'identità soggettiva e della percezione corporea individuale.

Questa eccessiva attenzione nei confronti dell'immagine corporea veicolata dai *social media* ha creato una serie di disturbi e di patologie nei confronti della propria percezione corporea rendendo necessari degli interventi in ambito sanitario e medico per la risoluzione della percezione di dismorfie corporee che si sono venute a creare anche grazie alla presenza sui *social* di materiale proponente dei canoni estetici tendenti al perfezionismo. L'immagine esteriore dei soggetti che accedono alle piattaforme *social* sembra, quindi, subire un processo di spettacolarizzazione mediatica degli ideali che compongono l'idea di corpo femminile e maschile.

Questo processo porta i soggetti ad usare delle foto ritoccate dai numerosi filtri presenti e creati dai *social media* stessi, usare delle immagini di altre persone per rappresentarsi nel miglior modo possibile alla società digitale per cercare di conformarsi agli ideali che la società ritiene assoluti per sentirsi approvati nella propria persona.

Vanni Codeluppi⁵⁵ utilizza il termine “confessione digitale” per riferirsi all'esigenza dei soggetti di raccontarsi all'interno di uno spazio *social* e di rappresentare la dimensione più profonda di sé stessi in un costante confronto con il prossimo.

Questa spettacolarizzazione della propria soggettività sui *social* non investe solo il processo di costrizione della percezione corporea individuale ma porta con sé una riduzione dei confini tra spazio pubblico e spazio privato.

Simona Perfetti e Rosario Ponziano⁵⁶ ritengono necessario ricordare che abitare la società connessa significa sovraesporre la propria individualità e non salvaguardare la

⁵⁵Ivi, p.62.

⁵⁶Perfetti, S., Ponziano, R., op.cit., pp.74-92.

propria vita privata, determinando la necessità di una continua mediazione con lo spazio esterno e una modifica dei propri comportamenti a livello emozionale e cognitivo.

Lo spazio pubblico e spazio privato si caratterizzano per dei codici di comportamento e per dei copioni a livello emozionale e cognitivo che sono sempre più opacizzati e sfumati, questo determina una mancata percezione del soggetto di quali codici mettere in atto anche per preservare il proprio spazio di vita privata e determina comportamenti di spettacolarizzazione della propria individualità e sovraesposizione all'interno dei *social media*.

La sfumatura dei confini tra pubblico e privato è fortemente influenzata anche dall'attivazione da parte dei soggetti che vivono le società digitali di comportamenti e pratiche volte alla creazione di una dimensione di continua connessione all'interno delle piattaforme digitali.

Questa continua connessione anche definita dal termine inglese *Always networked* porta i soggetti all'attivazione di comportamenti ossessivi di continua ricerca di informazioni nuove ed aggiornamenti all'interno della sfera *social* per evitare di rimanere esclusi da eventuali novità, per cercare le riposte che avvengono attraverso i *like* o i commenti sulla propria identità individuale e percezione corporea.

Questo determina uno slittamento dei confini personali e pubblici e comporta un venir meno dell'identità personale dei soggetti che poco consapevoli dei rischi che corrono, in riferimento alla propria *privacy*, si affidano alla rete *social*; le minacce sono talmente astratte e lontane che sono mal percepite dai soggetti. Questa consapevolezza di collocarsi all'interno di una vetrina sotto lo sguardo di tutti gli utenti dei *social* determina secondo Marco Ranieri⁵⁷ la possibilità per il soggetto di essere il protagonista del proprio *Truman Show*, a differenza di lui consapevoli di essere all'interno di una gabbia dorata che determina un'incapacità di gestire la propria sfera privata a favore di una totale esposizione con rischi annessi.

I comportamenti ossessivi legati ad una forma di totale dipendenza e compulsione nell'utilizzo dei *social media* sono determinati da alcuni trucchi psicologici che sono messi in atto dai soggetti che hanno progettato i *social media* stessi e le piattaforme digitali.

⁵⁷Ranieri, M., op.cit., pp.115-124.

Nello specifico Nir Eyal⁵⁸, consulente per l'industria tecnologica ha raccolto e condiviso quelli che sono dei trucchi che gli ideatori della tecnologia digitale hanno creato per istillare nel soggetto questi comportamenti ossessivi di dipendenza dai *social media*.

Pensiamo ad esempio al momento nel quale si apre un *social network* e si attende l'apertura dello stesso e del proprio *feed*. Questi secondi di stallo che sono guidati da una schermata monocromatica che riporta il logo del *social* da aprire sembrano a primo impatto una forma di caricamento del *social* stesso ma in realtà questo lasso di tempo esteso è stato creato dai progettisti per instillare curiosità nei soggetti che stanno cercando l'apertura dei *social* e che così facendo fantasticano sulla modalità con la quale si presenterà il *feed* di quel determinato momento; aumentando così il livello di attenzione e di attrattività nei confronti di quest'ultimi.

Il modello ad uncino descritto nell'articolo "*Tecnologie digitali e manipolazione del comportamento*"⁵⁹, inoltre, prevede alcune tappe connesse a delle scelte procedurali che il soggetto deve compiere e che determinano nel soggetto che accede alle piattaforme digitali delle abitudini di consumo.

Nello specifico prevede quattro fasi: innesco, azione, ricompensa e investimento.

- L'innesco, un'azione esterna o un'esigenza interna che attiva nel soggetto la necessità di compiere un'azione. Ad esempio, dei messaggi pubblicitari inseriti tra le stories presenti sui *social networks* o la noia e la solitudine.
- L'azione, il compiere cioè un determinato comportamento.
- La ricompensa, la soddisfazione delle azioni e del comportamento attivato.
- L'investimento, che fa leva sul tempo che si è speso per compiere l'azione. Maggiore risulta essere il tempo speso, maggiore il valore percepito.

Elementi di *game design* che rendono maggiormente accattivante l'applicazione o la possibilità di vivere esperienze di *gamification* determinate da offerte di gioco ulteriore, ricompense commemorative, "*lootbox*" o anche definite ricompense o bottini misteriosi che graficano il soggetto rappresentano degli elementi chiave per l'adescamento dei soggetti che accedono ai *social media* e per creare attraverso questi strumenti delle abitudini di consumo da cui i soggetti sono totalmente dipendenti ed assuefatti.

⁵⁸ Crafa, S., Rizzo, M. (2019). Tecnologie digitali e manipolazione del comportamento. *Mondo digitale*, pp.1-13.

⁵⁹Ibidem.

Uno dei trucchi psicologici più pericolosi è legato ai *dark pattern* o anche definiti schemi progettuali che portano il soggetto a compiere delle azioni che non aveva intenzione di compiere ma che è stato ingannato a fare. Pensiamo agli annunci promozionali che nascondono dei *download* di siti a pagamento.

Dalla disamina, appare chiaro ed evidente il cambiamento avvenuto nelle abitudini, nei comportamenti e nelle azioni dei soggetti in seguito all'introduzione dei *social media* e delle tecnologie digitali.

2.2 Effetti dei *social media* sull'individuo adulto

I *social media* hanno un bacino d'utenza molto vasto che comprende diversi individui differenziabili in diverse fasce generazionali in base all'età e alla capacità dei soggetti stessi di saper usare in modo corretto gli strumenti digitali e le applicazioni *social*.

Le fasce generazionali di soggetti in età adulta che accedono ai social sono definite dalla presenza sui *social* stessi delle generazioni dei *baby boomers*, della generazione X e della generazione dei *Millennials*.

I *baby boomers* (1946-1964) rappresentano la generazione di soggetti nati nell'era del boom economico e demografico, definibile di pre-digitalizzazione. Questi soggetti hanno avuto accesso alla tecnologia solo in età adulta. Possono essere definiti "immigrati digitali"⁶⁰ perché apprendono con difficoltà i meccanismi che regolano il funzionamento delle tecnologie digitali; spesso vengono da loro usati in modo erroneo e senza nessuna forma di capacità critica, cosa che spesso li porta a credere a false informazioni e a cadere in truffe online.

La generazione X (1965-1979) rappresenta una generazione di soggetti che ha avuto accesso alle tecnologie in modo pioneristico. Sanno destreggiarsi nel mondo dei *social media* e sembrano avere maggior consapevolezza delle dinamiche che regolano le tecnologie digitali. Questa consapevolezza li porta a verificare le informazioni e la loro provenienza. Infine, la generazione dei *Millennials* (1980-1995) viene spesso indicata come la generazione dei "nativi digitali"; così definiti perché nati negli anni dell'accelerazione tecnologica e dello sviluppo della digitalizzazione. Rappresenta i soggetti che vivono costantemente in spazi ibridi tra mondo *online* e *offline*.

Le statistiche Istat, incluse all'interno dell'indagine sull'utilizzo delle tecnologie della comunicazione e dell'informazione da parte di individui e delle famiglie, permettono di valutare le competenze digitali degli adulti che utilizzano i dispositivi digitali e che accedono ai *social media*; nello specifico dai dati emersi sembra che gli italiani di età compresa tra i 16 e i 74 riescano a raggiungere delle competenze digitali di base, con un forte divario con i paesi europei ma anche forti divari all'interno del paese stesso.

⁶⁰Farruggia, F., Foschi, D., op.cit., pp.8-11.

Il forte divario interno al paese sembra essere legato non solo all'età ma anche alla forte divisione socioeconomica presente all'interno delle regioni d'Italia.

Dai dati emersi nell'indagine del 2021 sembra che gli individui adulti abbiano delle competenze digitali più avanzate nelle aree riguardanti la comunicazione e la collaborazione. Queste due dimensioni fanno riferimento alle competenze che i soggetti mettono in atto nell'interazione con internet e nei *social media*.

Nei confronti dei soggetti di età adulta si registra, quindi, un forte “*digital divide*” e mancanza di alfabetizzazione digitale nei confronti della generazione più giovane che nata all'interno di un mondo globalizzato e interconnesso anche grazie alle tecnologie digitali e i *social media* possiede delle competenze diverse e maggiormente affinate nell'uso dei dispositivi digitali. L'alfabetizzazione digitale prevede secondo la definizione di alcuni studiosi la capacità dei soggetti di comprendere e utilizzare informazioni in molteplici formati provenienti da una ampia gamma di dispositivi disponibili e presentate attraverso il computer⁶¹. Sembra, quindi, mancare nelle generazioni adulte una consapevolezza nell'utilizzo dei dispositivi digitali e la capacità di usare gli strumenti digitali in modo adeguato.

Una ricerca empirica condotta all'interno di un'università finlandese ha confermato la presenza di un divario tra immigrati e nativi digitali, nello specifico gli autori sostengono il diverso impatto che la tecnologia può avere su queste due categorie di soggetti. Gli autori del progetto sono partiti dal presupposto che i nativi digitali sono nati in un ambiente digitale che ha avuto un forte impatto sul loro modo di pensare, di agire, di essere inevitabilmente diverso dagli immigrati digitali anche se secondo una revisione della letteratura⁶² condotta da alcuni studiosi si può affermare che, nonostante la crescita in contesti più o meno digitalizzati, siano presenti dei comportamenti digitali e delle abilità digitali comuni con i soggetti di età più giovane nelle competenze riguardanti l'utilizzo della messaggistica istantanea e alle *app* di *social networking*.

Il mondo tecnologico e la presenza di strumenti digitali così pervasivi all'interno della società hanno richiesto ai soggetti adulti forme di cambiamento e di trasformazione di alcune abitudini e di alcuni comportamenti.

⁶¹Nikou, S., Brannback, M., Widén, G. (2019). L'impatto della digitalizzazione sull'alfabetizzazione: immigrati digitali vs nativi digitali. *Documenti di ricerca*, pp.1-15.

⁶²Myers, M., D., Sundaram, D. (2012). Nativi digitali e immigrati digitali: verso un modello di fluidità digitale. *Atti ECIS*. Volume 39, pp.1-13.

La tecnologia in generale ma ancora più nello specifico i *social media* hanno modificato il mondo informazionale e i comportamenti messi in atto dai soggetti alla ricerca di nozioni e informazioni utili. Le tecnologie e i *social media*, infatti, danno la possibilità ai soggetti di compiere con pochi *click* delle ricerche *online* riguardanti le tematiche d'interesse. Sembra, infatti, che l'adulto che si reca sui *social* cerchi all'interno degli stessi la dimensione informazionale che un tempo veniva tramandata dai soggetti più anziani della famiglia con nozioni trasmesse attraverso forme ricche di narrazione e di esperienze o affidata a libri che esposti in biblioteche consentivano ai soggetti, tramite la loro consultazione, la formazione di modelli e processi di pensiero volti alla formazione di idee e di nozioni.

Con l'avvento dell'era digitale e nello specifico dell'era dei *social media* hanno visto la luce, da parte di vari professionisti dei diversi settori professionali che regolano la società, numerosi profili che propongono in pochi secondi anche in maniera simpatica ed ironica le informazioni di cui il soggetto ha bisogno, dando rinforzo positivo ai fruitori della rete *social* nella continua ricerca di informazioni *online*.

Pensiamo ad esempio ai numerosi profili di professionisti dell'area pedagogica che offrono strategie educative ai genitori in riferimento all'educazione dei propri figli.

Questo a volte determina dei risvolti negativi legati soprattutto alla luce della scarsa capacità critica dei soggetti che accedono alle informazioni. Questi soggetti bombardati da numerose nozioni su quali comportamenti attivare e come essere portano spesso il soggetto a sperimentare forme di confusione e di mancata valutazione critica delle informazioni trovate. Spesso questi soggetti non solo si trovano di fronte ad informazioni contraddittorie entrambe valide all'interno della ricerca informazionale fatta ma attivano nel soggetto che le ricerca una sensazione positiva di possesso delle conoscenze che poi all'interno di una dimensione reale perdono di significato perché non elaborate con capacità critica dai soggetti che spesso non essendo dei professionisti del settore riescono a comprendere ed elaborare le informazioni solo in maniera unilaterale e parziale.

Pensiamo ad esempio ai numerosi genitori che attivano pratiche comunicative straordinarie come la comunicazione aumentativa con bambini sani e non affetti da disturbi autistici solo perché un profilo di un professionista all'interno di un social media ne aveva elogiato i benefici.

Secondo Donatello Smeriglio⁶³ le tecnologie digitali hanno portato un forte cambiamento in quella che può essere definita la noosfera, definibile come la dimensione più profonda dell'uomo, dell'esperienza interiore, della coscienza individuale e collettiva, dei pensieri, dei giudizi, delle credenze e delle opinioni con dei risvolti faticosi anche sulla formazione da parte dei soggetti di valori, dell'identità personale, delle credenze che guidano il suo agito e i suoi comportamenti e che spesso portano il soggetto a ricercare questi valori, credenze e opinioni sui *social media* dove sono presenti numerosi profili che nutrono questa ricerca. I *social media* come già affermato hanno cambiato la modalità di interagire e di relazionarsi dei soggetti, attivando nuovi spazi e nuove dimensioni di relazione e comunicazione. Questo processo ha investito tutte le età della vita e ha attivato anche in soggetti più adulti la curiosità e l'attrazione verso questi strumenti digitali.

Soggetti anziani soprattutto hanno scoperto le potenzialità dei *social media* e si attestano, soprattutto nella fascia over 60, come fetta di popolazione che usa maggiormente i *social media*. Uno studio statistico conferma questa tendenza di cambiamento, sostenendo la presenza sui *social network* di almeno un milione e mezzo di italiani over 60⁶⁴.

I soggetti anziani, infatti, hanno scoperto le enormi potenzialità espresse dalla strumentazione digitale di connettere persone lontane e di attivare spazi ibridi e digitali che si intrecciano con quelli reali data la possibilità offerta dai *social* di re-incontrare amici di vecchia data e conoscenti di gioventù.

Salvo Mizzi, responsabile di internet e della comunicazione digitale di Telecom Italia sostiene, infatti, che: “Del resto, se *Facebook* è il luogo della memoria, dove ritrovarsi e mantenere in vita le relazioni, più la memoria è lunga, più è articolato il passato da ricostruire, meglio funziona. *Facebook* si propone come un contenitore di rapporti familiari, via via sempre più allargato»⁶⁵

Gli strumenti digitali e i *social media* come sostiene Sabina Minardi⁶⁶ non solo consentono ai soggetti più fragili e di età anziana di restare in contatto e connessi con altri soggetti ma anche di attivare forum di discussione di confronto su passioni condivise all'interno di gruppi appositamente creati. Sembra così che i *social media* con la loro conformazione siano riusciti in parte sostituire quella piazza pubblica di confronto e di

⁶³Smeriglio, D. (2012). *Il cervello connesso. Ipotesi di una didattica futura*. Milano: Franco Angeli.

⁶⁴Minardi, S. (2011). *Sorpresa: Facebook è dei nonni*. Torino: Editrice Edisco.

⁶⁵Ibidem.

⁶⁶Ibidem.

dialogo che avveniva nella piazza pubblica della polis greca, dando la possibilità ai soggetti di attivare forme di discussione e di dialogo arricchente e propositivo.

Dibattiti, possibilità di confronto e di discussione all'interno dei *social media* sono stati usati o meglio dire sfruttati anche dalle grandi aziende per attivare forme di pubblicità e di *marketing online*, determinando così un forte cambiamento sui comportamenti d'acquisto dei soggetti fruitori dei *social media* e degli acquisiti *online*.

Le grandi imprese di *marketing*, infatti, nell'era moderna utilizzano i *social media* per influenzare le abitudini di consumo dei soggetti attraverso la proposta di prodotti con l'intenzione di ingaggiare i potenziali acquirenti facendo scoprire loro prodotti e *brand* o di mantenere attivi i clienti creando una rete di fidelizzati.

La creazione di rapporti a lungo termine con soggetti attivi all'interno dei *social media* crea per l'azienda numerose opportunità di *marketing* ma soprattutto di scoperta e di ricerca dei comportamenti messi in atto dagli stessi affinché le pubblicità dei prodotti proposti possano diventare sempre più attrattive e accattivanti, che sappiano indirizzare in maniera ancora più forte e decisa i consumi a partire proprio dai comportamenti messi in atto dai soggetti all'interno della rete *online*.

Il *social commerce* consente, infatti, di migliorare i rapporti con la clientela di riferimento e di riflesso aumentare la propria competitività con aziende concorrenziali.

Secondo la più recente ricerca in ambito accademico⁶⁷ il *social commerce* si basa sulla creazione di reti sociali e sulla grande capacità dei *social* di mantenere attive le relazioni e le interazioni tra gli utenti.

Le relazioni tra i soggetti rappresentano proprio il fattore di attrazione dei soggetti che potendo esprimere la propria opinione partecipano in maniera attiva ai processi di *marketing*, contribuendo al circolo vizioso voluto dalle aziende di vendita di prodotti.

La possibilità dei *social network* di creare legami, amicizie e di mantenere il contatto e l'interazione tra soggetti anche temporalmente e spazialmente distanti ha creato per i soggetti anche la necessità di usare i *social media* per la creazione di legami stabili che vanno al di là dell'amicizia e che si avvicinano a forme di relazione amorose.

⁶⁷Mazzucchelli, A., Chierici, R. (2017). *Social commerce e comportamento d'acquisto. Gli effetti del digital sulla fiducia del consumatore*. Torino: G. Giappichelli Editore.

Alcune ricerche⁶⁸ condotte sul tema, infatti, rivelano come una percentuale di soggetti che si attesta tra il 15 e il 20% utilizzi i *social network* per creare dei legami e per flirtare con altri soggetti presenti sulla rete. Alcune stime dimostrano addirittura che entro il 2025 un terzo delle coppie amorose presenti al mondo si saranno formate attraverso l'uso di tecnologie digitali e nello specifico attraverso l'uso dei *social media*.

Ma perché i soggetti hanno cambiato le loro abitudini e i loro comportamenti nella creazione di interazioni e relazioni amorose?

Sicuramente perché la rete *social* permette ai soggetti di superare le barriere fisiche e spaziali, dando la possibilità ai soggetti di, anche con persone che conosciute attraverso interazioni faccia a faccia ma che vivono lontano, mantenere delle forme di contatto e di vicinanza ma anche di attivare forme di comunicazione più personale. Questo perché i soggetti all'interno dello spazio *social* sono maggiormente disposti a rivelare il vero sé e a condividere maggiori informazioni personali. Un altro fattore che attiva nei soggetti il desiderio di attivare la ricerca di relazioni amorose attraverso la rete *social* è determinata dalla somiglianza, la presenza cioè all'interno della rete di soggetti con caratteristiche simili sembra agevolare la ricerca di queste relazioni; unita alla possibilità di controllare le informazioni e l'immagine di sé che si vuole rivelare all'esterno. Sembra, infatti, che le relazioni amorose via internet siano maggiormente ricercate dai soggetti per la possibilità di mostrare solamente quello che può essere definito un corpo digitale che è composto da una molteplicità di immagini presenti sui *social* che riescono a dare una precisa immagine di sé stessi. Infine, va ricordato che all'interno dello spazio *social* il soggetto può decidere quale tipo di comportamenti mettere in atto in base al tipo di obiettivo che si ha per quella determinata relazione.

Nello specifico si può decidere di attivare dei comportamenti per il corteggiamento del soggetto con l'obiettivo di attivare poi delle interazioni faccia a faccia o di mantenere una relazione definibile *cyberflirts*, totalmente *online*, senza forme di conoscenza personale.

⁶⁸Riva, G., op.cit., p.120.

2.3 Effetti dei *social media* sull'individuo adolescente

La rete digitale e i *social media* hanno avuto importanti risvolti anche sui soggetti appartenenti alla fascia d'età definibile adolescenziale. La fascia d'età per la quale si può essere definiti adolescenti secondo le Nazioni Unite corrisponde al divario di età che va dai 10 ai 19 anni. Secondo l'Enciclopedia Treccani è possibile definire l'adolescenza come l'età della vita interposta tra fanciullezza ed età adulta. È possibile definire quest'età come un'età difficile costellata da importanti cambiamenti; nello specifico cambiamenti corporei fondamentali e progressiva autonomia dal contesto familiare.

Secondo James Hull ⁶⁹ l'adolescenza rappresenta un periodo di cambiamento ma anche di confusione e di resistenza; durante questo periodo, infatti, avvengono importanti cambiamenti connessi alla esperienza psicologica ed emozionale legata alla pubertà e al paradosso presente in quest'età di oscillazione tra la ricerca di forme di indipendenza, autonomia e di appartenenza al nucleo familiare.

Secondo Matteo Lancini⁷⁰ l'età adolescenziale è un'età in cui il soggetto inizia ad avere la necessità di ricevere dagli adulti di riferimento o dai modelli culturali scelti forme straordinarie di verità. Durante questa fase di vita, infatti, il soggetto ricerca importanti conferme riguardanti differenti aree di sviluppo che richiedono al soggetto adulto di essere all'altezza delle richieste e di fornire forme di verità e d'informazione.

Secondo l'autore la verità è necessaria all'adolescente perché evolutivamente lo aiuta ad elaborare a livello mentale e affettivo il dolore della crescita e ad affrontare le numerose trasformazioni che caratterizzano questa età e i relativi compiti evolutivi.

L'adolescente che vive all'interno della società della comunicazione digitale si trova a dovere vivere le trasformazioni e a dover affrontare il cambiamento indotto a livello fisico e psicologico all'interno di una dimensione di vita costellata dall'utilizzo dei media digitali. L'età di accesso ai *social media*, infatti, avviene tra i 9 e i 13 anni e rappresenta per gli adolescenti un rito di passaggio che sancisce la transizione dalla fanciullezza all'età adulta.

⁶⁹Savonardo, L., Marino, R. (2021). *Adolescenti always on. Social media, web reputation e rischi online*. Milano: Franco Angeli.

⁷⁰Lancini, M. (2015). *Adolescenti navigati. Come sostenere la crescita dei nativi digitali*. Trento: Centro Studi Erickson.

Le indagini statistiche sull'utilizzo delle tecnologie digitali da parte degli adolescenti mostrano la forte portata del fenomeno digitale all'interno della quotidianità degli stessi. Il rapporto emerso, infatti, dall'indagine condotta nel 2018 da *Eu Kids Online*⁷¹ dimostra il frequente utilizzo da parte degli adolescenti dei dispositivi mobili, nello specifico questi dispositivi vengono usati dal 97% dei ragazzi tra i 15 e i 17 anni e il 51% tra i 9 e i 10. Il 44% di questi soggetti usa questi dispositivi all'esterno della propria abitazione, arrivando addirittura al 74 % nel caso di soggetti di età compresa tra i 15 e i 17 anni. Un altro dato che potrebbe preoccupare è rappresentato dal tempo che gli adolescenti passano utilizzando uno schermo del computer, arrivando per i soggetti adolescenti di età compresa tra i 15 e i 17 anni ad un uso che supera le tre ore quotidiane.

Questi dispositivi vengono usati maggiormente per la comunicazione con amici e familiari con una percentuale che si attesta attorno al 79%.

Per quanto riguarda i *social network* nel loro specifico i dati ci mostrano un cambiamento messo in atto dagli adolescenti nelle applicazioni social scelte. Gli adolescenti, infatti, sono passati dal tradizionale uso di *Facebook* ad un aumento nell'uso di *Whatsapp*, *Instagram* e *Snapchat*.

Come affermato da Dario De Notaris⁷² queste piattaforme non sono solo delle piattaforme presenti sui cellulari ma delle applicazioni che hanno delle forti implicazioni sulla vita quotidiana, sulle relazioni e sull'identità in questo caso degli adolescenti.

La pervasività degli strumenti e di queste applicazioni fa sì, infatti, che gli adolescenti vivano una nuova condizione che non è più determinata dalla dicotomia *online* vs *offline* ma che assottigliata proprio in questa dicotomia attiva forme di vita all'interno di una dimensione definibile *onlife*.

L'adolescente che vive in questa condizione deve, infatti, ricercare all'interno della nuova dimensione anche un nuovo equilibrio tra quelle che sono le opportunità offerte dal *web* e i rischi che si possono correre all'interno della dimensione dei *social media*.

Appare evidente che una maggiore esposizione aumenta in egual modo la possibilità di incappare in nuove opportunità offerte dalla rete ma anche in uno dei numerosi rischi presenti all'interno della stessa.

⁷¹ <https://www.miur.gov.it/documents/20182/0/EU+Kids+Online+Italy+report+Gennaio+2018.pdf>.

⁷² De Notaris, D. (2010). *Vite condivise. Dal newsgroup al social network*. S. Maria Capua a Vetere: Ipermedium Libri.

Ma quali sono le motivazioni che spingono gli adolescenti ad usare la rete e nello specifico i *social media*?

Le motivazioni che spingono gli adolescenti a ricercare i *social media* sono varie e diversificate ma hanno tutte in comune la necessità da parte degli adolescenti di vedere soddisfatti i bisogni individuati da Maslow di associazione, sicurezza, autostima e realizzazione.

Come già citato in altre parti del capitolo, infatti, i *social media* aiutano i soggetti adolescenti e non solo a sentirsi parte del gruppo e accettati dai pari, forniscono un senso di sicurezza al soggetto che attraverso le immagini che pubblica sui *social* riesce ad avere il controllo sulla propria immagine e reputazione. Consentono all'adolescente di conquistarsi il rispetto e di aumentare la propria autostima attraverso il contatto e la relazione con altri da sé. I *social media* permettono, inoltre, al soggetto di definire la propria identità attraverso la ricerca di quelli che Boccia Artieri⁷³ definisce stati di connessione; questi stati consentono all'adolescente di definire la propria identità e personalità attraverso una continua dialettica riflessiva del proprio essere in contatto con altri pari all'interno della rete sociale. Infatti, la prima motivazione espressa dagli adolescenti stessi sulle motivazioni d'uso della rete *social* è legata alla possibilità di attivare forme di comunicazione, rapporti sociali e di costruzione della propria identità nel rapporto con l'altro.

Dalla tabella allegata in riferimento ad un rapporto di *Save the Children* sullo stato degli adolescenti connessi alla rete *social* si può notare, infatti, che nella maggior parte dei casi gli adolescenti ricercano all'interno dei *social media* la dimensione della conoscenza e della relazione con altri soggetti.

Spesso in quest'età, infatti, la rete dei *social media* rappresenta per i soggetti la possibilità di accrescere la propria dimensione sociale attraverso la conoscenza di persone con cui intrattenere dei contatti virtuali e, al contempo, arricchire e mantenere stabile il rapporto con i pari presenti e conosciuti anche nella dimensione reale.

⁷³Artieri, B. (2015): *Gli effetti sociali del web. Forme della comunicazione e metodologie della ricerca online*. Milano: Franco Angeli.

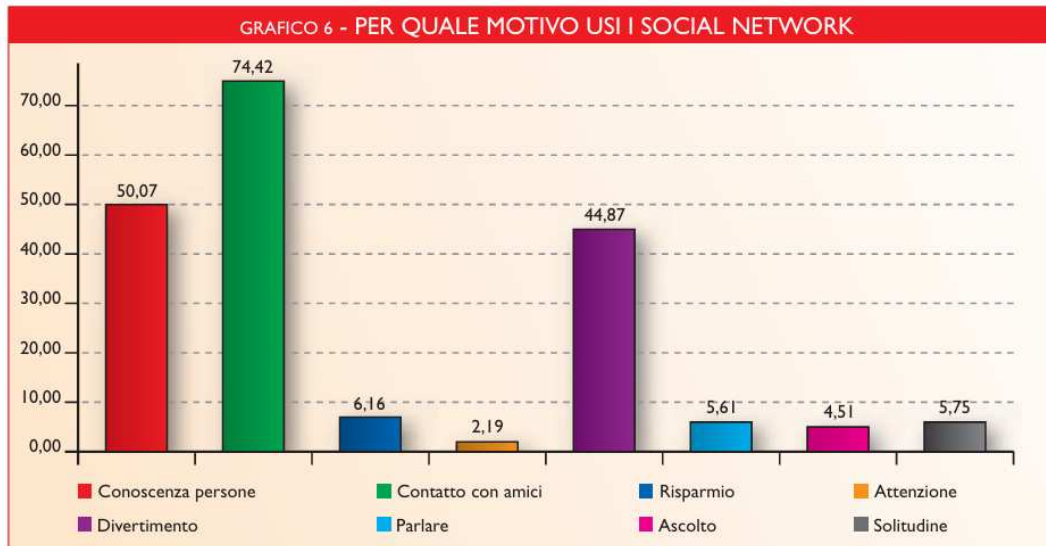


Tabella 2: Per quale motivo uso i *social network* (Rivoltella, P., C., Carenzio, A. *Save the Children Italia Onlus.*, 2008)

Le motivazioni che spingono gli adolescenti a ricercare i *social media* e le *affordances* o anche definibili architetture delle piattaforme sono determinanti nella scelta del tipo di applicazione *social* da utilizzare. Sembra, infatti, che gli adolescenti utilizzino *Facebook* in modo diverso rispetto ad *Instagram* e ad altre piattaforme *online*.

Facebook viene, infatti, usato dagli adolescenti soprattutto per le applicazioni di gioco, per la possibilità di esprimere il proprio stato d'animo e le proprie emozioni e per leggere notizie o partecipare a gruppi di discussione. *Instagram* viene usato dagli adolescenti per la sua architettura di comunicazione sintetica che avviene attraverso la condivisione di foto, video e che come già sostenuto permette, attraverso la funzione *stories* della durata di 24h, al soggetto di scegliere quale identità e parte della propria personalità mettere in vetrina nel corso di giornate diverse.

Whatsapp, invece, rappresenta uno strumento per la comunicazione molto rapido e immediato. Viene usato come piattaforma di comunicazione privata che può avvenire solamente tra soggetti che hanno condiviso tra di loro il proprio numero di cellulare e di arricchire lo scambio di informazioni all'interno di gruppi chiusi di persone conosciute almeno nella maggior parte attraverso forme di interazioni *face to face*.

Infine, *YouTube* viene usato per la condivisione di contenuti audio-video; la maggior parte dei soggetti adolescenti di sesso maschile utilizzano questa applicazione come trampolino di lancio per carriere nell'*editing* di video a differenza delle ragazze che utilizzano questo strumento per l'arricchimento delle conoscenze e per l'acquisizione di abilità manuali attraverso video *tutorial*.

Come per gli adulti anche per gli adolescenti è cambiata la modalità di accedere alle informazioni e alla formazione della conoscenza, determinando nei moderni adolescenti la possibilità di accedere ad un numero elevato di conoscenze e di ampliare il bagaglio con forme di arricchimento e di approfondimento. A livello psicologico questo determina dei problemi di ricordo e nelle funzioni della memoria.

Studi dimostrano, infatti, che i soggetti tendono a non ricordare perché affidano la loro memoria ad un agente esterno, nello specifico alla memoria del proprio telefono o a dispositivi esterni con la grave conseguenza di lasciare i soggetti sprovvisti delle numerose potenzialità della propria memoria.

Con l'introduzione dei *social media* per gli adolescenti dell'epoca dei *social* rispetto agli adolescenti del passato si è attivato un forte cambiamento anche nella formazione dell'identità personale e della personalità. Secondo Simone Tosoni⁷⁴, infatti, l'epoca digitale è caratterizzata da forme di identità digitale che rappresentano un altro canale o paradigma per pensare al sé all'interno di esperienze di relazione *online*.

Sembra, quindi, che l'identità del soggetto adolescente che inizia a formarsi e a crescere proprio in questa età sia determinata rispetto al passato anche dalla presenza di *media* digitali che rappresentano una sorta di palestra di vita identitaria.

Questa palestra consente al soggetto di esercitarsi a livello relazionale nella capacità di farsi pensare, desiderare e di essere simpatico e di trovare nell'altro *feedback* sulla propria capacità di entrare in relazione e sul proprio essere come soggetto dotato di identità. Queste nuove esperienze mediali rappresentano la possibilità di costruire il proprio sé all'interno di esperienze di autoformazione che vengono attivate all'interno dei *social media*.

⁷⁴Aroldi, P. (2009). Crescere con i nuovi media. *Rassegna bibliografica infanzia e adolescenza*. Istituto degli Innocenti Firenze, pp.5-22.

La rete *social* rappresenta un ancoraggio per l'adolescente alla ricerca della propria dimensione identitaria; la rete, infatti, può essere considerata una sorta di fucina identitaria per sperimentare parti di sé, per narrarsi e affermare la propria presenza sociale all'interno di un ambiente comunicativo. La presenza di diversi profili *social* rappresenta un esercizio riflessivo per il soggetto che ha la possibilità all'interno di essi di sperimentare e imitare forme identitarie e modelli culturali; questa continua riflessione di sé e sperimentazione risulta essere una fondamentale occasione per l'adolescente che vive all'interno di un periodo della vita condizionato da forti crisi identitarie.

Boccia Artieri⁷⁵ e alcuni colleghi hanno individuato quattro forme di rappresentazione di sé stessi che possono essere messe in atto e che rappresentano dei modelli di gestione della propria identità *online*. I quattro modelli sono: cosmesi positiva, cosmesi negativa, anti-cosmesi e cosmesi promozionale.

- La cosmesi positiva rappresenta una strategia di rappresentazione di sé che ha come obiettivo la conferma delle proprie e le altrui aspettative per attivare forme di accettazione e di apprezzamento sociale,
- La cosmesi negativa fa riferimento a forme di autocensura che l'adolescente mette in atto per non svelarsi eccessivamente,
- L'anti-cosmesi è una strategia di rappresentazione del sé che consente al soggetto di soddisfare i propri bisogni espressivi,
- La cosmesi promozionale ha un carattere autocelebrativo e rappresenta una forma di rappresentazione di sé che mira a catturare l'attenzione degli altri.

Oltre a vari modelli di rappresentazione di sé, secondo alcuni autori⁷⁶, esistono anche varie forme di *performances* identitarie; *performances* che sono orientate alla messa in vetrina della propria identità e della gestione delle impressioni degli altrui sulla propria personalità. Le *performances* si dividono in *performances* orientate alla protezione del sé, all'espressione del sé, all'empowerment e all'esibizione di sé.

⁷⁵Artieri, B., Gemini, L., Pasquali, F., Carlo, S., Farci, M., Pedroni, M. (2017). *Fenomenologia dei social network. Presenza, relazioni e consumi mediati degli italiani online*. Milano: Guerini e Associati.

⁷⁶Ibidem.

Le *performances* orientate alla protezione del sé si manifestano attraverso forme di *self-closure* e *self-disclosure* volte alla definizione di confini e di limiti all'accessibilità delle informazioni. Spesso alla base vi è il timore di incappare in alcuni rischi connessi all'utilizzo della rete. Questo tipo di *performances* si avvicina alla cosmesi negativa, volta alla salvaguardia della propria *privacy online* e alla ricerca di una condivisione mirata dei contenuti. Le *performances* orientate all'espressione del sé si basano sulla condivisione da parte dei ragazzi di emozioni, stati d'animo, interessi volti all'espressione di sé e alla costruzione della propria identità. Questa definizione si avvicina ad alcune caratteristiche espresse dall'anti-cosmesi basate sul principale bisogno espresso dal soggetto di comunicare i propri stati d'animo e di trovare conferma della propria identità attraverso le impressioni degli altri. Le *performances* orientate all'*empowerment* di sé si basano sulla messa in scena della migliore parte di sé stessi attraverso la pubblicazione sui *social* di immagini che hanno l'obiettivo di costruire un'immagine di sé socialmente desiderabile. Questo tipo di *performances* condivide alcuni elementi con la cosmesi positiva.

Infine, le *performances* orientate all'esibizione di sé sono orientate all'esibizione della propria immagine sui *social* con l'obiettivo di esprimere la propria vanità e per attirare l'attenzione ed esercitare forme di influenza. Questo tipo di espressione di sé si avvicina alla cosmesi promozionale.

Le *performances* orientate alla messa in vetrina della propria identità fanno riferimento alla ricerca da parte dell'adolescente di un equilibrio tra la propria affermazione personale e la gestione delle impressioni che provengono da altri significativi. Questo tipo di equilibrio va a determinare nel soggetto la formazione di una propria reputazione a partire dal riconoscimento che viene espresso da altri attraverso valutazioni, *like*, commenti espressi da altri significativi all'interno del mondo dei *social media*.

Questa reputazione che si viene a creare con la dimensione digitale può essere definita *web reputation*. Esistono due forme di gestione della propria *web reputation* che gli adolescenti possono mettere in scena: una forma di gestione preventiva e una correttiva. La prima forma di gestione della propria *web reputation* è basata su forme preventive messe in atto dal soggetto adolescente per l'evitamento di situazioni rischiose e pericolose

all'interno del *web* che potrebbero determinare un danno per la propria immagine personale. Questo è possibile, ad esempio, attivando dei messaggi criptati non accessibili a tutti ma comprensibili solo ai soggetti destinatari del messaggio stesso.

Al contrario la strategia correttiva comprende una serie di azioni che sono volte a dare una risposta alle violazioni presenti sul *web* e di correggere la propria condotta e minimizzare le conseguenze delle proprie azioni. Questo è possibile farlo ad esempio attraverso la cancellazione di alcuni *post* o di alcuni commenti presenti sui *social media*.

La rete dei *social media* risulta un elemento critico per gli adolescenti anche in riferimento alla creazione della propria identità e della propria immagine corporea. Spesso, infatti, i cambiamenti fisici indotti dalla pubertà tipici dell'età adolescenziale portano il soggetto a sviluppare forme di vergogna e di disagio verso il proprio corpo che sta inevitabilmente cambiando e mutando le proprie forme. Per la prima volta l'adolescente si trova a dover fare i conti con il proprio corpo e con un compito evolutivo molto importante di mentalizzare il proprio corpo e la propria immagine. Il senso di inadeguatezza che a volte si viene a creare porta l'adolescente a ricercare forme di nascondimento dietro lo schermo di un computer e attraverso la ricerca accurata di foto da pubblicare *online*. La protezione del proprio corpo dietro uno schermo assicura all'adolescente la protezione dalle proprie fragilità e dal dover necessariamente mettere la faccia all'interno della relazione con altri. L'accesso ai *social* senza un corpo reale aiuta i soggetti a superare il disagio, ponendo delle barriere fisiche alla possibilità di ricevere da altri commenti e giudizi negativi sulla propria immagine e sulla propria identità. La paura di essere mortificati da altri presenti sulla rete attiva nel soggetto la necessità di ricercare delle forme di protezione nella realtà virtuale che consente il mantenimento dei rapporti sociali senza però esporre concrete parti di sé. Questa strategia difensiva può, se non patologizzata, rappresentare una buona soluzione per entrare in contatto con altri e contemporaneamente proteggere la propria immagine attraverso il sostegno delle tecnologie.

Un altro aspetto che si è modificato con l'introduzione delle tecnologie digitali e con l'avvento dei *social media* nei comportamenti degli adolescenti è legato alla modalità degli adolescenti stessi di socializzare e di entrare in relazione con altri soggetti all'interno dei *social media*. Le modalità di entrare in relazione, infatti, con l'introduzione di questi mezzi si sono modificate e accanto alla dimensione tradizionale della relazione

face to face si è inserita la possibilità di arricchire la propria dimensione sociale all'interno di applicazioni *social*.

Queste applicazioni rappresentano degli strumenti chiave soprattutto nel corso dell'età adolescenziale in cui il soggetto è chiamato a mettere alla prova la propria capacità di entrare in relazione e di allenare le proprie attitudini relazionali. Le relazioni costruite attraverso i *social media* rappresentano la possibilità per l'adolescente di dare una risposta al bisogno di associazione, di sentirsi parte del gruppo e apprezzati nella propria identità.

Benkler⁷⁷ ritiene che i *social media* si siano sviluppati così tanto nel corso del tempo da diventare delle vere e proprie piattaforme di relazione umana che offrono ai ragazzi numerose occasioni e possibilità di aumentare la propria cerchia sociale. Questo perché, grazie allo stato di connessione perenne, le reti sociali non si sostituiscono a quelle reali ma si integrano e si arricchiscono. La maggior parte delle relazioni *social*, infatti, sono tra soggetti che si conoscono tra di loro anche all'interno della dimensione reale. I *social networks*, infatti, aiutano gli adolescenti a sentirsi parte di un gruppo e a rimarcare la propria presenza all'interno di determinate cerchie sociali e in alcuni casi anche di trasformare il contatto *online* in occasioni di contatto dal vivo.

I *social media* rappresentano, inoltre, per gli adolescenti un luogo nel quale creare una comunità sociale basata su un linguaggio specifico che si viene a creare all'interno della comunità stessa. Queste nuove forme di linguaggio e di semantica creano per il soggetto una cultura identitaria in cui rispecchiarsi e nella quale, attraverso proprio il linguaggio, gli adolescenti possono sentirsi parte di una comunità.

La possibilità di mantenere i contatti con altri significativi all'interno di applicazioni *social* sia per la creazione identitaria sia per la formazione di arricchite forme di socializzazione restringe i confini tra dimensione pubblica e dimensione privata, ridefinendo il concetto di *privacy*. *Privacy*, senso del pudore che spesso gli adulti credono erroneamente e in modo pregiudizievole che gli adolescenti moderni non abbiano.

Gli adulti, infatti, credono che gli adolescenti che pubblicano molto su di sé sui *social* abbiano smarrito il senso della dimensione privata ma non considerano che gli

⁷⁷Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven: Yale University Press.

adolescenti non hanno la necessità di proteggere la propria *privacy* da governi e aziende multinazionali ma proprio dalle figure genitoriali e dal controllo imposto da loro.

Gli adolescenti, infatti, pubblicano sul *social network* meno usato dai propri genitori per eludere da essi forme di controllo, di restrizione e per sentirsi liberi di esprimersi e di relazionarsi con i coetanei lontano dallo sguardo degli adulti. Gli adolescenti, infatti, creano delle liste di contatto differenziate che consentono loro di stabilire dei confini di accesso al proprio racconto personale e alle proprie informazioni.

È necessario, però, considerare che la possibilità di raccontarsi, di comunicare e di relazionarsi che i *social media* offrono non sempre rappresenta un'occasione feconda e proattiva per l'adolescente che in alcuni casi all'interno della rete può cadere vittima di alcuni rischi o per colpa di un eccessivo uso della rete sviluppare forme di dipendenza dai *social media* tanto da sviluppare anche una vera e propria fobia e ansia da disconnessione.

I fenomeni che rappresentano maggiormente un rischio per gli adolescenti dell'epoca moderna inseriti all'interno dei *social* sono il *cyberbullismo* e il *sexting*.

Il *cyberbullismo* ora regolato dalla legge 71/2017 rappresenta un fenomeno rilevante all'interno della sfera sociale degli adolescenti e nello specifico all'interno della società. Dati statistici, infatti, dimostrano che almeno un adolescente su tre ha assistito a fenomeni di bullismo e il 59% degli adolescenti ha dichiarato di aver subito delle forme di prevaricazione *online*.⁷⁸

Il *cyberbullismo* rappresenta una variante del più conosciuto fenomeno del bullismo, una dinamica relazionale disfunzionale di carattere aggressivo e discriminatorio che il soggetto adolescente vive all'interno della relazione con i propri pari.

Il bullismo si caratterizza per uno squilibrio di potere tra aggressore e vittima dove il più forte attiva delle forme di prevaricazione intenzionale e reiterata nel tempo. Il *cyberbullismo* si specializza per alcune caratteristiche legate all'utilizzo della rete sociale come mezzo di comunicazione, nello specifico si fa riferimento all'elevato grado di anonimato di cui i soggetti aggressori sono portatori e la persistenza delle informazioni e dei contenuti *online* per molto tempo anche in seguito alla cancellazione degli stessi dalla rete. Secondo alcuni ragazzi intervistati all'interno del testo "*Adolescenti Always on. Social media, web reputation e rischi online*" la garanzia dell'anonimato rappresenta per

⁷⁸Caravita, S. C.S., Della Valle, V., Ghiringhelli, L. (2019). Il cyberbullismo nella percezione di genitori, figli e insegnanti. *Consultori familiari oggi*, pp.41-53.

alcuni soggetti la miccia per l'attivazione di comportamenti aggressivi volti alla discriminazione di altri presenti all'interno della rete *social*; questi ragazzi, infatti, faticano spesso a mantenere il controllo delle loro azioni e un comportamento sociale adeguato all'interno della rete *social*. Questi fenomeni hanno a che fare spesso con forme di discriminazione di soggetti di etnia, religione, razza diversa che purtroppo spesso divengono vittime di azioni aggressive quali *flaming*, *harassment*, *denigration*, *exclusion* o *happy slapping*, solamente per citarne alcune.

Oltre al *cyberbullismo* un altro fenomeno che caratterizza negativamente la vita sociale in rete degli adolescenti è il *sexting*. È un fenomeno che si basa sullo scambio di messaggi dal contenuto sessuale esplicito. In letteratura esistono diverse definizioni del fenomeno e alcune tendono ad una visione positiva del fenomeno stesso legata alla sperimentazione da parte degli adolescenti della propria sessualità. Questo scambio di messaggi che solitamente avviene tra pari spesso è però ricercato anche da persone adulte che si nascondono dietro profili e false identità che portano l'adolescente a dover accettare per obbligo lo scambio di messaggi dal contenuto sessuale esplicito. Questo comporta per gli adolescenti coinvolti la possibilità di vivere forme di disagio e di abuso anche sessuale.

Queste forme di abuso sugli adolescenti possono portare a gravi conseguenze quali aumento del livello di depressione, vergogna, abuso di sostanze stupefacenti o il suicidio.

La pervasività degli strumenti tecnologici e la presenza di numerose applicazioni di *social media* hanno fatto sì che alcuni adolescenti sviluppassero forme di dipendenza da questi strumenti digitali tanto da sperimentare forme di ansia da disconnessione.

Un eccessivo uso dei *social media* e della rete digitale può, infatti, portare l'adolescente a perdere il contatto con la realtà e a vivere una dimensione della vita solamente digitale. Questo tossico utilizzo della rete spesso condiziona l'adolescente nelle sue scelte di vita, nei modi di pensare e di agire ma anche di relazionarsi con il mondo circostante.

Questa modalità di relazione mediata dai mezzi virtuali rappresenta la forma comunicativa privilegiata scelta da alcuni adolescenti che attivano forme di ritiro sociale.

Questi ragazzi, chiamati anche *Hikikomori*, decidono di interrompere la loro vita all'esterno della propria abitazione e di condurre una sorta di ritiro sociale all'interno della propria abitazione e in casi più gravi all'interno della propria camera personale.

Il sentimento e l'emozione che accompagna questi ragazzi è spesso la vergogna e il timore di sottoporre il proprio corpo e la propria individualità al giudizio del mondo esterno e di fallire nel proprio compito evolutivo.

Il corpo vittima di una trasformazione inarrestabile rappresenta un nemico per l'adolescente che prova disagio nel doverlo esporre al giudizio di altri tanto da sperimentare sullo stesso corpo dei sintomi fisici molto forti. Questo sentimento che accompagna l'adolescente lo porta a rifiutarsi di andare a scuola e di ritirarsi in uno spazio che rappresenta un luogo sicuro e protetto. Questi adolescenti non interrompono i contatti con il mondo esterno ma usano la rete come forma di ancoraggio alla realtà. La rete non solo aiuta il soggetto adolescente a mantenere i contatti con il mondo esterno ma fa sì che il soggetto possa anestetizzare i propri vissuti e le proprie emozioni in quella che Matteo Lancini⁷⁹ definisce un'incubatrice psichica virtuale. In questa sorta di incubatrice il mondo è anestetizzato e il soggetto può attivare un'esplorazione del proprio immaginario personale e attivare forme di mediazione tra il proprio ritiro sociale e il mondo esterno.

⁷⁹ Lancini, M., op.cit., p.53.

2.4 Effetti dei *social media* sugli individui bambini

La pervasività dei *social media* e l'utilizzo continuativo all'interno della dimensione quotidiana hanno determinato importanti cambiamenti in tutte le età della vita, anche in quella della fanciullezza. I bambini si trovano a vivere all'interno di una quotidianità digitale dove gli schermi del telefono e di altri dispositivi digitali sono onnipresenti.

I genitori, infatti, spesso utilizzano questi mezzi nel corso della loro giornata senza rendersi conto del forte impatto che hanno sui loro figli, determinando spesso da parte di quest'ultimi la messa in atto di comportamenti di imitazione delle azioni dei genitori. Accade così che anche bambini molto piccoli hanno accesso a dispositivi digitali e a schermi nel corso dei primi anni della loro vita.

Uno studio condotto dall'Istituto Superiore della Sanità ha dimostrato, infatti, che vi è un'alta percentuale di bambini che già all'età di sei mesi viene esposta agli schermi di un dispositivo mobile con forti conseguenze sul suo sviluppo e sulla crescita evolutiva.

Le tecnologie digitali basate sugli schermi *touchscreen* come sostiene Renata Metastasio⁸⁰ consentono al bambino di superare le barriere linguistiche e cognitive che un tempo erano necessarie per accedere a dispositivi digitali. Queste competenze solitamente acquisite in età più avanzata non permettevano, infatti, ai bambini più piccoli di età di accedere con facilità a questi dispositivi. Con l'avvento delle moderne tecnologie basate sull'utilizzo della corporeità e di forme gestuali che i bambini possono acquisire anche in età precoce indipendentemente da forme di apprendimento linguistico e di alfabetizzazione anche bambini non alfabetizzati possono entrare in contatto con questi dispositivi, abbassando così di molto l'età di accesso alle tecnologie digitali.

Un caso emblematico (vedi figura 1) è rappresentato da una bambina che prova a girare le pagine di una rivista compiendo dei gesti che derivano dalla cultura digitale dei nativi digitali e che fanno ben comprendere le abitudini digitali che si formano anche in bambini più piccoli.

⁸⁰Metastasio, R. (2021). *La media education nella prima infanzia (0-6). Percorsi, pratiche e prospettive*. Milano: Franco Angeli.

Ricerche condotte in varie parti del mondo dimostrano come anche bambini molto piccoli d'età entrano in contatto con i dispositivi digitali, che utilizzano quotidianamente.

Dalle ricerche emerge, infatti, che il 38% dei bambini al di sotto dei due anni utilizza abitualmente un dispositivo tecnologico per l'accesso e la visione a contenuti video, percentuale che sale al 72% per i bambini dell'età di otto anni.⁸¹ Un bambino su due tra i sei e i dieci anni possiede un dispositivo mobile personale che utilizza e maneggia in modo autonomo e indipendente dai genitori. Uno studio condotto da *Net Children Go Mobile*⁸² ha dimostrato che i bambini e i ragazzi tra i 9 e i 16 anni possiedono già per il 60% un profilo *social* che usano per interagire con altri presenti all'interno della rete.

A nove anni il 30% dei bambini possiede un profilo *Tik Tok* e il 70% usa abitualmente *Whatsapp* per comunicare e interagire con i pari e con familiari o conoscenti.⁸³



Figura 1: Un giornale un tablet che non funziona (Dini, S., Ferlini, L. (2016). La conoscenza tra le dita dei bambini. Imparare a giocare a tempo di app. TD Tecnologie Didattiche.

⁸¹Tamburlini, G., Balbinot, V. (2015). Tecnologie digitali e bambini. Indicazioni per un uso consapevole. *Rivista Medico e bambino*, pp. 644-650.

⁸²Cerimoniale, G. (2023). La tecnologia digitale in pediatria ovvero come promuovere un uso giudizioso nei bambini. *Rivista il medico pediatra*, pp.644-650.

⁸³Viola, R. (2022). Bambini social. *Università Cattolica del Sacro Cuore*, pp.24-30.

Una ricerca condotta in America denominata “*Common Sense Media*”⁸⁴ non solo dichiara che il 51% dei soggetti di età compresa tra gli zero e gli otto anni possiede uno *smartphone* ma dichiara anche che le motivazioni che portano un soggetto di quest’età ad utilizzare un dispositivo digitale sono legate alla ricerca di forme d’intrattenimento, di comunicazione istantanea e nell’utilizzo di *social network* per interazione con amici e parenti e per l’espressione della propria identità personale.

Se si osservano le motivazioni che spingono i bambini ad usare i dispositivi digitali si può notare una certa somiglianza con il mondo degli adulti questo non solo perché questi dispositivi sono stati creati appositamente con i suoi contenuti per l’attrazione di un pubblico vasto e diversificato ma anche perché la società moderna sta compiendo sempre di più un processo di adultizzazione precoce dei bambini in vari settori della vita, pensiamo ad esempio al vestiario o al cinema dove vengono sempre più paragonati a dei piccoli adulti. La tecnologia e in generale tutti i *social media* contribuiscono in modo importante a questo processo di progressiva adultizzazione proponendo modelli di vita a cui ispirarsi, nello specifico un modello di donna attraente, *sexy* e un modello di uomo eroe e insensibile. Questa precoce esperienza di erotizzazione fa sì che i bambini saltino delle tappe importanti per il proprio sviluppo evolutivo e che si trovino a dover affrontare queste esperienze senza essere adeguatamente equipaggiati dal punto di vista cognitivo ed emotivo. Neil Postman⁸⁵ afferma che proprio questa precoce adultizzazione sia la causa della scomparsa dell’infanzia e che la tecnologia e i dispositivi digitali abbiano dato un’importante sferzata in questa direzione. Secondo l’autore, infatti, l’infanzia con il suo tempo lento non è adatta nella società moderna dove l’incessante flusso di informazioni e la cultura dell’immagine non lasciano spazio proprio ai bambini che “perdono” il loro tempo. I genitori si adoperano affinché i bambini possano occupare il loro tempo con attività *extra* e non solo si adoperano anche per dare loro le migliori condizioni di vita e di crescita e per fare questo spesso cedono all’acquisto di media digitali anche in età molto precoci poiché essi sembrano essere indispensabili per la crescita e lo sviluppo dell’individuo.

⁸⁴<https://iclissonoprmo.edu.it/wp-content/uploads/2019/03/Presentazione-IC-Via-Mariani-05.03.pdf>

⁸⁵Senatore, M. (2019). *Bambini digitali. Alterazione del pensiero creativo e il declino dell’empatia*. Torino: Edizioni Il leone Verde.

All'interno della società moderna con i suoi ritmi frenetici viene meno anche l'importante dimensione dell'attesa e della lentezza; i bambini, infatti, anche all'interno dei *social* ricercano sempre nuove ed eccitanti esperienze perché abituati a veder soddisfatti i propri bisogni in maniera puntuale e rapida. La gratificazione istantanea dei propri bisogni non permette ai bambini di vivere il tempo dell'attesa utile per l'apprendimento e la creazione di sistemi di gestione delle proprie emozioni.

Spesso i genitori si propongono come filtri delle emozioni dei propri figli assieme agli *smartphone* che contribuiscono a questo processo di ammortizzamento delle emozioni. Essi vengono, infatti, usati spesso dai genitori come loro surrogati per calmare proprio le frustrazioni che il bambino può vivere all'interno del contesto di vita senza riflettere sulle pericolose conseguenze per il bambino. Facendo così, infatti, l'emozione espressa in seguito ad uno stato di frustrazione rimane inespressa e latente all'interno del bambino che molto confuso non apprende le modalità corrette per gestire i propri stati emotivi.

Va, inoltre, considerato che i dispositivi mobili mancano di quell'importante rispecchiamento emotivo che viene dato dallo sguardo umano e che il *web* non riesce a replicare. Questo genera nei bambini una forte mancanza che si riflette sulla capacità del bambino di aprirsi al mondo e di attivare le proprie competenze per la conoscenza dello stesso. I bambini attratti dalle numerose immagini presenti sui *social* si isolano dal mondo e dal contatto con esso, questo genera in loro una mancanza di desiderio, di ricerca di mete raggiungibili con le proprie capacità poiché già sovra stimolati dalla presenza di numerosi contenuti *online*.

Secondo Manfred Spitzer in "*Demenza Digitale*"⁸⁶ dare a un bambino piccolo un dispositivo digitale rappresenta un'azione paragonabile alla chiusura di questo bambino all'interno di una cantina buia. I dispositivi digitali rappresentano, infatti, per il bambino una catalizzazione delle esperienze perché propongono una sola dimensione di esperienza e non consentono al bambino di esplorare la realtà, vivendo appieno dell'esperienza fruita con i cinque sensi. I bambini vengono privati della dimensione importante dell'esperienza diretta e concreta con il mondo e con la realtà che li circonda.

⁸⁶Ivi, p.20.

Dall'analisi della letteratura si può notare, inoltre, che questi dispositivi sono portatori per i bambini di alcune conseguenze negative per il loro sviluppo, nello specifico in alcuni casi determinano un'importante perdita dello sviluppo della capacità di concentrarsi e di prestare attenzione per colpa della loro attrattività e capacità di fornire stimoli continui. L'utilizzo di dispositivi mobili e di applicazioni *social* determinano anche delle conseguenze a livello fisico e salutare, nello specifico determinano un aumento del peso e dei fenomeni di obesità a causa di comportamenti sedentari legati all'utilizzo di questi dispositivi per un lasso di tempo notevole e di conseguenti forme di alimentazione scorretta. La luce chiara e i contenuti stimolanti presenti sui *social media* peggiorano la qualità del sonno e provocano secchezza oculare e difficoltà nella formazione del linguaggio per i bambini che vi accedono in età precoce quando la formulazione del linguaggio non è ancora completa e definita. Un altro elemento nella moderna società a causa dei *social media* i bambini non riescono a vivere appieno è la noia; il bambino, infatti, bombardato dai media digitali più o meno recenti non ha la possibilità di sperimentare nella propria giornata forme di noia e lassi di tempo non organizzati. La noia rappresenta un aspetto importante per lo sviluppo della creatività, della capacità di attivare le proprie risorse per il *problem solving* e per l'attivazione di esperienze d'introspezione.

I dispositivi digitali non rappresentano però, come già ampiamente sostenuto, solamente dei dispositivi capaci di catalizzare l'attenzione dei bambini più piccoli e di attivare numerose conseguenze negative anzi rappresentano se correttamente usati dai bambini attraverso delle applicazioni educative dei sistemi di crescita e di sviluppo. Nello specifico esistono delle applicazioni che possono essere usate per integrare l'esperienza concreta dei bambini che vi accedono attraverso la possibilità di creare una coordinazione tra lobo frontale e parietale del cervello.

Alcuni ricercatori del Centro di Neuroscienze di Washington ⁸⁷propongono la classificazione di queste applicazioni educative in tre categorie, nello specifico:

- applicazioni didattiche istruttive che richiedono al bambino di compiere delle azioni per raggiungere uno scopo; esse permettono al soggetto di rafforzare la conoscenza attraverso la ripetizione di schermi
- applicazioni manipolative che consentono forme di sperimentazione guidata

⁸⁷Serra, A. (2021). Infanzia, dispositivi touch e app. *Servizio Marconi*, pp.1-4.

- applicazioni aperte per la creazione libera di contenuti

Secondo un'indagine condotta da Hirsh-Paesk⁸⁸ le applicazioni istruttive rappresentano il 75% dell'offerta di applicazioni educative, le applicazioni manipolative il 23% e quelle aperte solamente il 2%.

Andando a valutare le differenti posizioni e raccomandazioni all'interno dell'ampia letteratura sulle applicazioni educative risulta fondamentale che i bambini che si avvicinano a queste applicazioni abbiano a disposizione delle *app* che consentano loro di sperimentare situazioni che stimolino domande, la conseguente ricerca di risposte a queste domande e che promuovano il collegamento tra esperienze di vita *online* e *offline*.

Il bambino così ha la possibilità di integrare le proprie esperienze di vita concrete con dei dispositivi che consentono loro di espandere le proprie conoscenze e competenze, senza necessariamente doversi sostituire ad esse.

Il bambino che vive all'interno della dimensione digitale si troverà sempre più a dover integrare gli strumenti e i mezzi concreti con i mezzi digitali che andranno a essere sempre più presenti nella loro vita e nelle loro abitudini. Le istituzioni dovranno lavorare affinché si creino delle importanti forme di tutela dei minori che accedono ai *social* e ai dispositivi digitali proponendo delle adeguate forme di educazione e alfabetizzazione digitale.

⁸⁸Ibidem.

CAPITOLO 3

Come agiscono i *social media* nel rapporto genitori-figli

3.1 Analisi dei fattori di rischio e di protezione sull'uso dei *social media*

Quando si fa riferimento alla tecnologia e ai *social media* all'interno della letteratura sull'argomento si possono trovare numerose posizioni espresse da fonti autorevoli o meno che si esprimono in toni concitati a favore o a sfavore di questi importanti mezzi tecnologici che mediano la nostra quotidianità e che, come già precedentemente descritto, pervadono ogni spazio e ogni tempo della stessa con forti conseguenze anche per i soggetti di più tenera età. L'analisi di quelli che possono essere definiti dei fattori di rischio e di protezione derivanti dall'uso dei *social media* consente la comprensione reale della portata del fenomeno e delle possibili conseguenze a lungo termine per il soggetto che vive all'interno della società digitale ma non può e non deve rappresentare l'occasione per sottolineare solamente gli effetti negativi derivanti dall'uso degli stessi. La letteratura ha, infatti, dimostrato in varie occasioni che i rischi e i benefici che possono derivare dall'uso di questi strumenti tecnologici sono estremamente interconnessi. La decisione di usare i *social media*, infatti, mette il soggetto che compie questa decisione di fronte alle stesse possibilità. I soggetti che acquisiscono maggiori benefici, infatti, dai *social media* sono anche quelli che rischiano maggiormente di incorrere in potenziali rischi. È difficile minimizzare i rischi senza ridurre anche i potenziali benefici.

L'intento di questa disamina, per tali motivi, sarà del tutto sganciato dalla volontà di esprimere commenti pregiudiziali e il solo obiettivo sarà quello di presentare solamente i due lati della stessa medaglia, tendendo conto del fatto che per definire un'esperienza negativa o positiva intervengono anche altri fattori che possono rappresentare un peso decisivo che fa spingere la bilancia da un lato piuttosto che nell'altro. David Buckingham, emerito professore presso la Loughborough University afferma, infatti: "Non esiste una semplice equazione in grado di creare un equilibrio tra queste cose e che possa essere valida per ogni singolo individuo. ciò che conta come positivo e negativo dipende dal contesto e dagli scopi dell'utente"⁸⁹.

⁸⁹Buckingham, D. (2020). *Un manifesto per la media Education*. Firenze: Mondadori Università.

Accade, infatti, che alcuni aspetti che possono essere individuati come positivi se osservati all'interno di un contesto ben preciso o se eccessivi possono essere considerati degli elementi negativi per quel soggetto che ha avuto quella determinata esperienza, smarcandosi così dalla sua iniziale posizione feconda per il soggetto.

Pensiamo ad esempio alla formazione dell'identità, alla quantità di informazioni disponibili *online*...

Uno degli aspetti che caratterizza positivamente i *social media*, infatti, risulta essere come già sostenuto nel capitolo precedente l'opportunità per il soggetto che vi accede di relazionarsi con individui diversi che possono rappresentare per lo stesso l'occasione di interagire con quest'ultimi per la creazione della propria identità e della propria personalità. La risposta che gli altri soggetti presenti sul *web* possono dare ai contenuti che vengono pubblicati sui *social* contribuisce con certezza alla creazione del proprio *It-self* e della propria identità grazie ai *feedback* che provengono da altri soggetti presenti sulla rete ma al contempo contribuisce a creare una forte instabilità e mancanza di insicurezza. Questa instabilità deriva dalla considerazione che se io soggetto padrone del mio personale profilo *social* posso facilmente cambiare la mia identità sui *social* e decidere l'immagine di me stesso che voglio presentare al mondo *social* e anche vero che l'intervento esterno di qualche altro soggetto consapevole o meno può egli stesso modificare l'immagine che io soggetto padrone del mio profilo ho cercato di trasmettere agli altri. Questo avviene ad esempio tramite la funzione *tag* dei *social* mediante la quale si può collegare ad una determinata immagine o contenuto un'etichetta con il nome del soggetto presente all'interno di questo contenuto; questo determina la presenza di contenuti multimediali che il soggetto non ha scelto sul proprio profilo *social*.

Il risultato è determinato da quella che Giuseppe Riva⁹⁰ definisce identità fluida, molto flessibile ma anche precaria e incerta. Questo tipo di identità non rappresenta una grande problema per il soggetto adulto ma rappresenta, invece, un fattore problematico per i soggetti in età adolescenziale che stanno ancora formando la propria identità. L'identità, infatti, rappresenta un'integrazione tra componenti personali, sociali ed esperienziali che si devono amalgamare tra di loro fino a formare la personalità e l'identità del soggetto.

⁹⁰ Riva, G., op.cit., pp.140-144.

All'interno dell'epoca moderna, però, dove *online* e *offline* si intrecciano e permettono la moltiplicazione delle identità soggettive, l'adolescente rischia di vedersi rallentare questo processo di costruzione dell'identità con forti conseguenze sulle proprie relazioni e sulla capacità degli stessi di mettere in atto azioni sociali per interagire con altri. La possibilità di assumere identità diverse all'interno dei *social* che possono o meno corrispondere alla propria identità reale ha fatto emergere anche alcuni altri importanti e preoccupanti fenomeni, quello del *gender swapping* o dei *profili fake*. Questi fenomeni si basano sul cambiamento di identità, e nel caso del *gender swapping* anche di genere, per l'assunzione di un'identità fittizia da usare per relazionarsi con altri presenti all'interno della sfera *social*. Solitamente questi soggetti utilizzano questi mezzi per truffare altri soggetti presenti all'interno della rete o per adescare soggetti con lusinghe e promesse ingannevoli. Spesso, infatti, soggetti di età adulta iniziano a relazionarsi con i minori presenti all'interno della rete *social* e a condividere con loro materiale fotografico e video con sfondo pedopornografico. Il rapporto stilato dal Ministero degli interni sulle percentuali di soggetti minorenni che sono vittime ogni anno di adescamento *online* non presenta dei numeri confortanti, pur dimostrando un leggero calo rispetto al 2019, porta con sé la descrizione di un fenomeno ben presente e radicato all'interno della società con una percentuale molto alta di soggetti che ogni anno cade vittima di questo tipo di reato. Secondo alcuni dati statistici editi in seguito ad un'indagine del Telefono Azzurro il reato di adescamento di adulto su minore rappresenta il 7.4% delle richieste di aiuto che la fondazione riceve ogni anno da minori presenti su tutto il territorio italiano.

Un altro aspetto del contatto del soggetto con i *social media* che può essere letto sia in chiave positiva che negativa a seconda del contesto e dei soggetti che ne fanno uso è rappresentato dalla possibilità di trovare *online* e all'interno dei vari profili *social* un gran numero di informazioni di cui il soggetto ha bisogno in pochi *click*. L'era della digitalizzazione, infatti, ha reso maggiormente reperibile una grande quantità di informazioni e di materiale con il quale accrescere la propria conoscenza personale o con il quale documentarsi su di una specifica tematica. La realtà virtuale grazie alla sua conformazione consente, infatti, di rendere accessibili numerose informazioni dal punto di vista spaziale e temporale anche molto distanti da chi sta compiendo la ricerca di talune informazioni.

La ricerca *online* di queste informazioni non solo permette al soggetto di accedere al patrimonio culturale dell'umanità ma rappresenta anche, soprattutto per i ragazzi, la possibilità di sviluppare la propria attitudine e abilità alla ricerca di informazioni e alla loro valutazione critica.

La possibilità di usare questi mezzi tecnologici anche per la comunicazione e l'interazione con altri presenti all'interno della rete permette ai soggetti sia la condivisione tra di loro di informazioni che si possono trovare all'interno della rete sia la possibilità di partire da queste informazioni per la creazione di dibattiti e di momenti di confronto costruttivo. I pionieri del *web* che si possono idealmente collocare all'interno di quella che può essere definita l'ideologia californiana⁹¹ di cui fanno parte, ad esempio, Steve Jobs o Mark Zuckerberg ritenevano già fin dalle origini della società digitale fondamentale la possibilità dei *social media* di dare accesso ad una illimitata quantità di informazioni che avrebbero permesso al soggetto che vi accedeva di attivare forme di espressione creativa e di incoraggiare forme di attivismo e di partecipazione civica.

In modo paradossale, però, proprio la numerosa presenza di informazioni *online* accessibili a tutti gli utenti richiede a tutti i soggetti, anche a quelli meno esperti, che accedono alla rete di possedere delle adeguate competenze di analisi e di valutazione critica delle informazioni a cui accedono. Questo provoca la presenza di quella che può essere definita un'*overdose* di informazioni che dà l'illusione ai soggetti stessi di essere informati ma che in realtà li lascia spesso in balia di numerose informazioni che non riescono a gestire che si rivelano poi inutilizzabili. Pensiamo ad esempio che all'interno di un'intera giornata vengono prodotte 20.000 nuove informazioni tecniche e che un lettore allenato è in grado di leggere solamente 1.000 parole al minuto⁹²; questo determina una sovrapproduzione giornaliera di informazioni a cui il soggetto rimane irrimediabilmente escluso poiché non concretamente in grado di raggiungere la conoscenza totale delle informazioni prodotte. Secondo Giuseppe Riva⁹³ questa *overdose* di informazioni crea delle importanti conseguenze da tenere in considerazione: l'ansia da mancanza di informazione sufficiente che nasce dalla difficoltà nel trovare all'interno dell'incessante flusso di informazioni a cui il soggetto è sottoposto le informazioni più

⁹¹Buckingham, D., op. cit., p.71.

⁹²Gaitano, N. G. (2023). Osservazioni sul ritorno al potere dei media. Gli effetti a lungo termine. *Quaderni digitali*. Pontificia Università della Santa Croce, pp.1-5.

⁹³Riva, G., op.cit., p.150.

adeguate alla propria ricerca e, quindi, il conseguente disinteresse o rifiuto per l'informazione stessa.

Questo rifiuto nasce da quello che può essere definito un vero e proprio bombardamento di informazioni che non permette al soggetto di trovare le informazioni che lo interessano portandolo così a prendere una decisione drastica di abbandono della ricerca delle informazioni e di totale disinteresse per le stesse.

Va considerato però che all'interno della letteratura sul tema questo controbilanciamento tra effetti positivi dei *social media* ed effetti negativi non è sempre possibile; esistono, infatti, degli effetti e delle importanti conseguenze sia in chiave positiva che in chiave negativa che determinano e delineano l'esperienza digitale del soggetto che possono e devono essere valutati solamente per il loro apporto senza per forza doverne trovare anche un suo "alter ego" di positività o di negatività.

L'apporto positivo che deriva per il soggetto dall'utilizzo dei *social media* si racchiude attorno ad alcune tematiche chiave riguardanti la socialità e la possibilità, attraverso questi mezzi tecnologici, di superare alcune barriere altrimenti invalicabili che determinano l'esperienza comunicativa e l'esperienza sociale stessa.

Uno degli aspetti positivi dei *social media*, infatti, è legato alla possibilità degli stessi di abbattere le numerose barriere sociali, comunicative, spaziali, temporali e di permettere, grazie a questo smantellamento delle barriere, il contatto tra soggetti a livello internazionale. Non a caso, infatti, molti movimenti sociali di protesta sono nati all'interno della dimensione *social* e hanno preso forza grazie proprio a questi mezzi che hanno con forza partecipato alla strutturazione e, in alcuni casi, all'esportazione dal territorio d'origine di questi movimenti che da locali sono diventati globali. Pensiamo ad esempio al movimento *Fridays for future* di Greta Tunberg.

Questo contatto internazionale permette, inoltre, al soggetto di creare fondamentali relazioni ed interazioni con soggetti che appartengono a culture differenti dalla propria e grazie al contatto con esse di migliorare anche la personale comprensione e conoscenza delle altre culture sociali. Danovich⁹⁴, professoressa di psicologia e scienze cognitive presso l'Università di Louisville, ritiene fondamentale l'apporto dei *social media* nell'interazione con soggetti provenienti da parti del mondo diverse da cui apprendere

⁹⁴Kamlesh, Y. (2022). Uso della tecnologia e dei social media da parte dei bambini. *Neuro Quantologia*. Volume 20, pp.116-122.

nuovi costumi, tradizioni, credenze e sistemi valoriali.

La comprensione e la condivisione di alcuni sistemi valoriali in comune consentono, inoltre, ai soggetti che accedono ai *social media* di mettere in atto le proprie competenze per la creazione di reti sociali e relazionali positive e feconde. La *rete social*, infatti, ha il pregio di aiutare i soggetti che vi accedono ad entrare in relazione, ad accrescere le proprie conoscenze, amicizie e ad estendere ed arricchire i legami creati al di fuori della *rete social*. La *rete social* non consente ai soggetti solamente di comunicare in modo efficace anche a lunghe distanze all'interno di un contesto che se adeguatamente usato rappresenta uno spazio di relazione sicuro ma contribuisce anche alla costruzione da parte del soggetto di quelle che possono essere definite delle competenze sociali. Le competenze sociali vengono maggiormente create dai soggetti attraverso l'uso di videogiochi e di quelli che possono essere definiti *serious game*. I *serious game* consentono, infatti, di creare dei veri e propri ambienti ludici nei quali creare delle esperienze di apprendimento virtuale che sono in grado di ampliare le conoscenze, le competenze e le abilità dei soggetti attraverso forme di apprendimento esperienziale.

I *social media* permettono, inoltre, al soggetto che vi accede di allenare la propria creatività grazie alla possibilità di mettere in atto delle esperienze di espressione personale all'interno del proprio profilo *social*, consentono l'acquisizione di competenze e abilità di *problem solving* che contribuiscono nell'aumentare il senso di competenza, di autodeterminazione e di autoefficacia personale e, infine, grazie alla loro conformazione permettono al soggetto che vi accede di attivare forme di pensiero divergente.

Volendo valutare anche l'altro lato della medaglia e gli effetti negativi che i *social media* possono avere sul soggetto che vi accede si possono considerare i numerosi effetti che questi dispositivi provocano sulla salute del soggetto sia a livello fisico che mentale. Numerosi studi longitudinali⁹⁵, infatti, segnalano la presenza di risvolti negativi a livello psico-fisico per il soggetto che accede ai *social media* in modo eccessivo e continuativo, nello specifico appare evidente che l'utilizzo di questi dispositivi tecnologici contribuisca, soprattutto per i bambini e per gli adolescenti, ad uno stile di vita sedentario e passivo che provoca un conseguente aumento dell'indice di massa corporea.

⁹⁵Tamburlini, G., Balbinot, V, op.cit., pp.644-650.

L'obesità conseguente allo stato di immobilità indotto dai *social media* e dai dispositivi tecnologici provoca anche la possibile insorgenza di malattie cardiovascolari, osteoarticolari e il diabete di tipo 2.

Emerge da questi studi, inoltre, la necessità di ridurre il tempo di esposizione ai dispositivi tecnologici che sarebbero produttori di onde elettromagnetiche in grado di esporre il soggetto che ne fa uso all'insorgenza di tumori cerebrali. Dai numerosi documenti e studi condotti sul tema sembra, inoltre, che l'uso eccessivo di dispositivi digitali e dei *social media* correlino positivamente con la comparsa nei soggetti che ne fanno uso di disturbi dell'attenzione, di alterazione dei ritmi circadiani e di disturbi socio-emozionali quali comportamenti aggressivi, ansia e irritabilità. L'utilizzo, infatti, di dispositivi digitali prima del sonno provoca nel soggetto che vi accede la riduzione del sonno di almeno sei ore e mezzo nel corso della settimana. Questa riduzione del sonno provoca nel soggetto numerose conseguenze sul suo funzionamento psico-fisico, nello specifico aumenta la probabilità che insorgano malattie cardiovascolari, alterazioni delle funzioni metaboliche ma anche eccessiva stanchezza, maggior probabilità di cadere vittima di sindromi depressive e di sviluppare forme di dipendenza da questi stessi strumenti tecnologici. Sembra, anche, che l'esposizione a schermi digitali possa provocare forte secchezza oculare, fatica oculare, abbagliamento ed eccessiva irritazione oculare. Vengono, inoltre, descritte numerose conseguenze anche a livello muscolare; sembra, infatti, che i soggetti che utilizzano in modo eccessivo queste applicazioni *social* siano maggiormente a rischio di sviluppare di disturbi muscolo-scheletrici e stress della colonna vertebrale cervicale.

L'eccessivo utilizzo di dispositivi tecnologici e dei *social media*, come già sostenuto, può provocare anche in alcuni soggetti una forte dipendenza per gli stessi. Numerosi studi, infatti, dimostrano come l'eccessivo utilizzo dei *social media* porta il soggetto che ne fa questo eccessivo uso a sviluppare forme di dipendenza al pari di una sostanza stupefacente. La dopamina, infatti, sostanza normalmente prodotta dal cervello umano è un neurotrasmettitore che viaggia all'interno dei neuroni e porta stimoli ed informazioni nelle varie parti del cervello. Questo neurotrasmettitore ha un ruolo fondamentale nella motivazione dei comportamenti del soggetto.

Alcuni stimoli esterni possono aumentare la produzione di questo neurotrasmettitore (ad esempio l'assaggiare un cibo gustoso, la droga...) che viene rilasciato nel cervello come sistema di gratificazione che spinge il soggetto alla continua e ripetuta ricerca dello stesso. Gli schermi dei dispositivi con i quali si accede ai *social media* e gli stimoli contenuti negli stessi lavorano su questo neurotrasmettitore e ne favoriscono l'eccessiva produzione e il relativo sistema di gratificazione che contribuisce alla creazione di un sistema di dipendenza dai *social media* stessi.⁹⁶ Questo stato di dipendenza provoca, inoltre, nel soggetto che ne è privato comportamento irritabile e umore negativo.

Questa dipendenza del soggetto ha dato vita ad un vero e proprio disturbo, il disturbo da dipendenza da internet. Questo disturbo viene definito da Ivan Goldberg⁹⁷ come: “disturbo psicofisiologico caratterizzato da dipendenza, perdita delle relazioni interpersonali, modificazioni dell'umore, alterazione del vissuto temporale, attenzione completamente orientata all'utilizzo compulsivo del mezzo”. Nonostante sia un disturbo fortemente presente all'interno della sfera sociale e fortemente dibattuto da vari autori all'interno delle loro trattazioni i manuali diagnostici non si sono ancora espressi sulla chiara definizione di disturbo da dipendenza da internet, rinviando una possibile definizione dello stesso in seguito ad ulteriori e più specifici studi.

Come anche già citato in alcune parti dei due capitoli precedenti i *social media* e i dispositivi tecnologici rappresentano, inoltre, una forma di rischio per tutti gli avventori dei *social media* ma nello specifico per i soggetti di età più giovane che possono cadere vittime di *cyberbullismo*, *cyberstalking*, *phishing*, *body-shaming*, adescamento e violenza fisica o verbale, prevaricazione virtuale, *Revenge porn*, risse virtuali, accesso a contenuti violenti, perdita dell'esperienza reale e disorientamento valoriale, forme di criminalità informatica, *virus* e forme di plagio.

Uno dei rischi maggiormente vissuti dai soggetti adolescenti all'interno dell'epoca moderna è rappresentato dalla presenza su queste piattaforme *social* di quelle che possono essere definite delle *social challenge*. Le *social challenge* sono delle sfide create dagli utenti dei *social* che prevedono il compimento da parte di altri soggetti presenti all'interno della rete *social* stessa di alcune azioni spesso stravaganti e spesso pericolose, per poi

⁹⁶Gesualdo, F. (2020). Troppi device fanno male? *Rivista a Scuola di salute*. Istituto per la salute del bambino e dell'adolescente, pp.1-32.

⁹⁷Goldberg, I. cit. in Riva, G. (2010). *I social network*. Bologna: Il Mulino.

registrarsi e condividere il video della *social challenge* sui propri personali profili *social*.

Alcune *social challenge* che sono state create nei primi anni di diffusione del fenomeno prevedevano il compimento di alcune azioni anche molto divertenti con lo scopo di diffondere sui *social* importanti messaggi sociali e sensibilizzare la popolazione su di un determinato argomento di natura sociale. Pensiamo ad esempio alla “*Ice Bucket Challenge*”, creata nel 2014 per la sensibilizzazione sulla SLA e per la raccolta di fondi a favore della ricerca su questa malattia. Il fenomeno delle *social challenge*, però, negli ultimi anni ha preso una piega diversa e molto pericolosa, portando molti adolescenti che vi hanno aderito anche al rischio di perdere la vita o addirittura alla perdita della vita stessa per le conseguenze create dalla sfida sociale.

I *social media* per la loro conformazione e modalità organizzativa e gestionale hanno creato un altro importante tema di dibattito tra aspetti positivi e negativi che caratterizzano i *social media*: la gestione della *privacy online*. Sembra, infatti, che i *social media* abbiano adottato delle politiche morbide a riguardo del tema *privacy* dei dati personali dei soggetti che accedono ai *social media*, soprattutto dopo il 2014 quando *Facebook* ha di fatto eliminato il limite di ventiquattr’ore di trattenimento dei dati dei soggetti che accedono. Questo ha consentito agli sviluppatori di creare delle vere e proprie banche dati dai profili *social* con enormi conseguenze sul diritto alla *privacy* costituzionalmente garantito dalla legge 196/2003.

Alcuni studi hanno cercato di capire quale fossero gli elementi e i fattori che predisponessero il soggetto che accede ai *social* al rischio di incorrere in gravi conseguenze psico-fisiche o in forme di criminalità digitale. Ed è proprio da questi studi che sono emersi alcuni fattori chiave, tra cui: caratteristiche sociodemografiche, rapporti familiari o particolari aspetti della personalità. Rapporti famigliari conflittuali portano, infatti, i soggetti di più giovane età alla ricerca di forme di isolamento e di distacco dalla famiglia stessa all’interno della dimensione *social*. Questo fattore può essere presente in modo isolato ma può, anche, essere legato anche alla presenza di caratteristiche personali come ad esempio vulnerabilità, fatica nel mantenimento dell’auto-controllo, scarsa autostima, desiderio di evasione o paura di essere evitati.

La forza e l’interesse per il tema oggetto di dibattito nelle pagine precedenti hanno portato anche la più alta figura della Chiesa cattolica ad esprimere la propria personale opinione in merito al tema della trattazione.

Papa Francesco, infatti, all' interno del Messaggio per la cinquantasettesima giornata Mondiale della Pace⁹⁸ esprime, pur considerando gli importanti progressi fatti dalla scienza in merito alla tecnologia, un leggero timore nei confronti dei potenziali rischi che la tecnologia stessa può provocare, chiedendo ai soggetti che leggeranno il messaggio di porsi delle domande urgenti. Riflette sulla necessità di attivare forme di responsabilità e di uso etico e morale delle tecnologie per la tutela dei diritti di tutte le persone e sulla possibilità di orientare la ricerca scientifica in campo tecnologico per il perseguimento di opere di bene e di sviluppo integrale dell'uomo e della sua comunità.

Dalla disamina appare, quindi, evidente in egual modo la presenza di rischi e di benefici in riferimento all'utilizzo delle tecnologie e dei *social media*. Questa compresenza rappresenta quello che può essere definito il paradosso dei *social network* che vanno a creare un interregno che amplifica le occasioni e le opportunità per i soggetti ma allo stesso tempo amplifica la possibilità di incorrere in alcuni rischi. Appare sempre più necessaria, quindi, una consapevolezza da parte dei soggetti fruitori e una sorta di educazione ai *media* che consenta lo sviluppo di questa consapevolezza e al contempo consenta la creazione di competenze e abilità digitali atte all'utilizzo dei dispositivi digitali e dei *social media*.

⁹⁸<https://press.vatican.va/content/salastampa/it/bollettino/pubblico/2023/12/14/0884/01927.html>.

3.2 Cambiamento della famiglia e del rapporto genitori-figli nell'era dei *social media*

Alla luce della forte pervasività dei *social media* e delle tecnologie all'interno della società moderna e dei forti cambiamenti indotti da esse all'interno delle diverse età della vita si può certamente considerare la presenza di un cambiamento anche all'interno dell'istituzione che ingloba i rapporti tra le varie età della vita: la famiglia. All'interno, però, della letteratura sul tema digitale e degli effetti dei *social media* su di una delle istituzioni fondative della società come la famiglia esistono esigue ricerche empiriche dai risultati spesso incerti o conflittuali tra di loro. Le ricerche, infatti, condotte sul tema non portano a delle conclusioni certe e univoche ma a molte tendenze ambigue e dagli esiti spesso problematici ed instabili. Va, inoltre, considerato che la maggior parte delle ricerche è stata condotta in terra straniera dove è presente una precoce e più ampia diffusione dei mezzi tecnologici e differenti dinamiche di sviluppo familiare. Dalle conclusioni espresse all'interno del Rapporto Cisf 2017, infatti, si può notare come l'Italia e nello specifico le famiglie italiane siano ancora lontane dallo sviluppo digitale che in altri paesi è già molto più preponderante con, quindi, il conseguente riconoscimento di un leggero e differente cambiamento delle famiglie in seguito alla presenza di questi dispositivi.

Le ricerche empiriche presentate da vari ricercatori portano, non solo a risultati incerti ma spesso anche a risultati contraddittori tra di loro all'interno dello stesso argomento o tema trattato e nello specifico in riferimento al rapporto genitori-figli all'interno dell'epoca digitale. Ci sono ad esempio degli studi condotti da Lee, S.J e Chae⁹⁹ che correlano negativamente il tempo passato sui *social media* con il tempo dedicato alla famiglia, sostenendo la profonda spaccatura che si viene a creare a causa dei dispositivi digitali nel rapporto familiare e nel tempo dedicato da ciascun membro della famiglia alla creazione e al sostegno dei reciproci rapporti e legami.

Esistono, però, anche degli studi che sostengono l'esatto opposto e che asseriscono con forte decisione la mancanza di un legame negativo e disfunzionale tra tempo trascorso sui *social media* e rapporti familiari.

⁹⁹Willemse, I., Waller, G., Genner, S., Süß., D. (2013). Il ruolo dei media nel rapporto genitori figli *Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften*, pp.4-13.

Appare così complesso descrivere con assoluta certezza i cambiamenti che sono stati indotti dall'introduzione delle tecnologie e dai *social media* nei rapporti familiari senza mantenersi all'interno di posizioni incerte e di facile contraddittorietà; il presupposto che regola la disamina è, perciò, legato alla volontà di lasciare una traccia di quelli che possono essere alcuni dei temi maggiormente percepiti e sentiti sia dai genitori stessi che dai ricercatori in riferimento al cambiamento indotto dalla tecnologia all'interno dei rapporti familiari.

L'introduzione dei dispositivi digitali ha richiesto da parte di ricercatori in ambito educativo la necessità e l'esigenza di non solo studiare ma anche di codificare le tipologie di famiglia che si sono venute a creare in seguito alla rivoluzione digitale. Alcune ricerche sul tema indicato hanno all'interno della loro disamina presentato alcuni modelli di famiglie che possono essere individuati a partire dalla presenza all'interno della famiglia di dispositivi digitali con cui connettersi ai *social media*.

Pier Cesare Rivoltella¹⁰⁰ riprendendo e modificando proprio alcuni di questi studi condotti da alcuni ricercatori dell'Università di Navarra sulla presenza di diversi stili di famiglia in riferimento all'uso dei *social media* per i figli ha fortemente contribuito anche alla formazione di un modello italiano che sintetizza la presenza di diverse tipizzazioni di famiglia in riferimento all'uso delle tecnologie e dei *social media*. La proposta fatta, infatti, dall'autore ha modificato fortemente il modello degli autori spagnoli basato sulla presenza di tre tipologie di famiglia, andando a duplicare la presenza di tipologie familiari in base a due valori: il controllo che può definirsi come alto o basso e la presenza o l'assenza educativa. Per tale motivo, i tre modelli individuati dall'Università di Navarra rispettivamente famiglia restrittiva, affettiva e permissiva hanno visto l'aggiunta di altri tre modelli di famiglia, nello specifico famiglia lassista, luddista e mediattiva.

La famiglia restrittiva è una famiglia caratterizzata da un livello molto alto di controllo e da un basso livello di educazione. La famiglia permissiva è caratterizzata come la famiglia restrittiva da un basso livello di educazione ma anche da un altrettanto basso livello di controllo. Infine, la famiglia affettiva si basa su una alta presenza a livello educativo e da uno scarso controllo. Partendo dal presupposto che il miglior tipo di

¹⁰⁰Rivoltella, P.C., Donati, P., Aroldi, P., Belletti, F., Gili, G., Tonioni, F., Tronca, L., Boffi, P. (2017). *Le relazioni familiari nell'era delle reti digitali*. Milano: San Paolo Edizioni, pp.191-217.

famiglia secondo gli autori spagnoli con molta probabilità sarebbe stato quello che si identificava con la presenza sia di alte forme di controllo sia di alta presenza educativa e partendo dal presupposto che chi mette in atto azioni di controllo spera in quest'ultima possibilità perché è consapevole di aver mancato il proprio ruolo educativo Pier Cesare Rivoltella ha ritenuto necessario compiere una revisione del modello, proponendo per ognuna delle tre categorie presentate una sottocategoria che consente così di individuare sei differenti profili familiari. La famiglia restrittiva trova nella famiglia luddista la sua seconda possibilità; rappresenta una famiglia che attua forme di eccessivo controllo che spinto alle estreme conseguenze porta con sé la presenza dell'opzione zero tecnologie, eliminando ogni possibilità di accesso ai *device* da parte dei propri figli perché sorretti da una forte ideologia integralista. La famiglia lassista rappresenta, invece, la seconda variante della famiglia permissiva. Rappresenta una famiglia poco rappresentata che contrariamente alla famiglia luddista però confida nelle competenze dei loro figli all'interno del mondo digitale, dando loro totale fiducia e possibilità di gestione autonoma dei dispositivi. Infine, la famiglia mediattiva rappresenta l'alter ego della famiglia affettiva che si differenzia dalla stessa proprio per la consapevolezza della necessità di un modello educativo che si basa sulla mediazione delle pratiche medialità dei figli e che richiama un forte attaccamento ai valori. Questa tipologia di famiglia mira alla formazione nei loro figli di pensiero critico e capacità di analisi utile per la navigazione in rete. Da questa disamina si possono, inoltre, ulteriormente indicare tre tipi di mediazione che possono essere associati alle tipologie familiari usate dai genitori per la gestione dei dispositivi digitali. Nello specifico le tre tipologie di mediazione individuate da Abelman e Petty ¹⁰¹sono:

- La Mediazione restrittiva, messa in atto dalla corrispondente tipologia di famiglia, rappresenta una strategia educativa basata sull'uso delle regole e dei limiti di consumo e di accesso ai contenuti
- La Mediazione non focalizzata, si basa sulla condivisione dell'uso di dispositivi digitali con i propri figli senza la necessità di attuare delle proposte educative, lasciandoli così sprovvisti di strumenti per sviluppare l'attitudine critica all'utilizzo degli stessi

¹⁰¹Ibidem.

- La Mediazione valutativa, propria della famiglia mediattiva che si basa sul confronto e sulla discussione in famiglia dei rischi e dei benefici, delle ragioni che sottendono l'uso dei dispositivi e l'aiuto da parte dei genitori per l'acquisizione di consapevolezza nell'uso della tecnologia.

Dalla disamina sopra presentata appare chiaro che l'introduzione dei dispositivi digitali e conseguentemente dei *social media* abbia avuto un impatto sulla famiglia che si è trovata a dover fare i conti con questi dispositivi e a dover decidere quale strategia educativa mettere in atto per la gestione degli stessi all'interno dei rapporti familiari. Non tutte le tipologie di famiglia hanno deciso di scegliere una strategia per educare i propri figli all'impatto del digitale, provocando la nascita e lo sviluppo di modelli educativi che si basano sulla non scelta e sulla gestione autonoma dei figli dei dispositivi digitali.

Per quanto riguarda il rapporto genitori- figli in riferimento all'introduzione di dispositivi tecnologici la cerchia ristretta di autori che si è occupata del tema ha concentrato la propria ricerca su alcune isolate argomentazioni che riguardano il cambiamento della famiglia, nello specifico: il cambiamento indotto dalle reti digitali sulla modalità di percepire la fisicità della famiglia e i conseguenti cambiamenti relazionali indotti, l'attivazione di forme di controllo e di negazione del proprio compito educativo e la conseguente formazione di un *gap* generazionale e delle competenze digitali tra genitori e figli.

Nello specifico si può riconoscere la creazione di quella che viene definita da Pierpaolo Donati¹⁰² famiglia ibridata. La famiglia ibridata si basa sulla considerazione della presenza all'interno della famiglia sia di relazioni interpersonali fisiche ma anche di relazioni intrafamiliari mediate dalla presenza stessa di dispositivi digitali e dai *social media*. La considerazione della presenza di relazioni familiari mediate da dispositivi digitali mette in crisi la tradizionale considerazione di vita familiare basata sulla presenza fisica dei suoi membri. Non solo, i soggetti che vivono forme reali di relazione familiare tradizionalmente non condividono solo la presenza fisica e non mediata da tecnologie ma condividono anche i bisogni materiali della vita quotidiana e il bisogno di affrontare in modo associato gli accadimenti positivi e negativi che avvengono all'interno della vita dei singoli membri che compongono la famiglia.

¹⁰²Ibidem.

All'interno dell'epoca moderna questa considerazione della famiglia non è andata ad annullarsi e a scomparire ma si è evoluta con la nascita e con l'introduzione di forme relazionali digitalmente mediate basate sulla comunicazione a distanza attraverso strumenti vocali, testuali o in alcuni casi solamente attraverso forme rappresentative simboliche. Queste relazioni mediatiche rappresentano delle relazioni altrettanto reali di quelle autentiche e non mediate dalla tecnologia.

Questo provoca un cambiamento importante nella considerazione dell'entità famiglia che non è più riconosciuta e percepita solamente per la sua fisicità reale ma che all'interno della cultura digitale viene a riconoscersi come un concentrato di comunicazioni tra i suoi membri. Questa considerazione della famiglia secondo Keeney¹⁰³ legittima la possibilità che i dispositivi digitali e i *social media* colmino dei vuoti comunicativi che sono presenti all'interno della considerazione tradizionale della famiglia. Questo perché i membri della stessa con l'introduzione di applicazioni digitali sui dispositivi tecnologici hanno la possibilità di condividere informazioni sulla propria posizione, messaggi di affetto e di vicinanza digitale anche se fisicamente lontani, comunicazioni per la gestione e l'organizzazione familiare. Questa possibilità ha permesso di colmare dei vuoti comunicativi presenti all'interno della famiglia che prima dell'introduzione dei dispositivi digitali era costretta ad affidarsi a forme di fiducia primaria. Questa nuova considerazione della famiglia moderna ha portato, però, alcuni autori a chiedersi se realmente le applicazioni digitali abbiano colmato il vuoto comunicativo o se in realtà esse stesse abbiano contribuito alla creazione di questo stesso vuoto. La risposta trovata da questi autori ha permesso la determinazione di un altro paradosso della tecnologia dato dalla considerazione che queste tecnologie rappresentano sicuramente uno strumento utile per le esigenze comunicative della famiglia moderna ma che queste esigenze sono state create e indotte dalle tecnologie stesse che rischiano di creare nei soggetti che ne fanno uso una forte dipendenza per la comunicazione familiare.

¹⁰³Ibidem.

Questa forte dipendenza della famiglia dalla comunicazione digitale ha provocato un cambiamento anche nelle modalità con le quali la famiglia comunica al suo interno determinando una forte presenza di relazioni volatili, deboli a discapito dei tradizionali e forti legami presenti tra i membri appartenenti alla stessa famiglia.

Questo ha portato a considerare la famiglia non più come un aggregato di persone che si relazionano autenticamente tra di loro ma a riconoscere la famiglia come un insieme di persone che condividono forme di connessione tra di loro.

È possibile, quindi, affermare che con la società moderna digitale si è venuta a creare quella che può essere definita la famiglia *avatar*, che gioca quasi tutte le relazioni all'interno dei *social media* e dei dispositivi digitali. Questa virtualizzazione della famiglia *avatar* ha modificato il modello di famiglia e la sua cultura, ha portato ad un allentamento delle relazioni e ad una possibile percezione di riduzione della coesione familiare.

La percezione della riduzione della coesione familiare è determinata dalla presenza di un uso personale ed individuale dei dispositivi digitali e dei *social media*. Sembra, infatti, che con il progresso tecnologico e con la creazione di dispositivi sempre più in formato tascabile i soggetti siano sollecitati ad usare questi dispositivi anche all'interno di momenti di coesione e di incontro familiare, provocando la nascita di forme importanti di individualismo tecnologico. Dalle ricerche emerge, infatti, che la maggior parte dei soggetti utilizza questi strumenti in modo personale ed individuale e che solo una piccola parte di essi li utilizza come occasione sociale e comunitaria. Sembra, quindi, che le tecnologie digitali alimentino quello che può essere definito un "individualismo connesso"¹⁰⁴ che impoverisce e riduce necessariamente le relazioni autentiche e faccia a faccia a favore di relazioni mediali e digitali. Questo forte uso personale delle tecnologie provoca, soprattutto nei soggetti giovani che stanno ancora creando e ricercando la propria identità e che fanno un uso espressivo e creativo delle tecnologie, un cambiamento dell'identità e alla creazione di forme di ibridazione delle relazioni e delle comunicazioni.

L'utilizzo eccessivo di comunicazioni sostitutive e digitali provoca una faticosa percezione della realtà e un'importante perdita della storicità, della fisicità e delle coordinate spazio-temporali.

¹⁰⁴Ibidem.

Uno dei maggiori cambiamenti di aspetto e di stile della famiglia moderna rispetto alla tradizionale è legato anche alla cesura che i *social media* e i dispositivi digitali stessi hanno messo in atto nei confronti del luogo e del riconoscimento degli spazi.

La moderna mobilità ha, infatti, creato la possibilità per i giovani di sottrarsi alle forme di controllo fisico dei genitori per addentrarsi in forme di controllo digitale. Nella società moderna, infatti, la possibilità di avere delle forme di connessione in mobilità ha portato i genitori a sviluppare forme di controllo attraverso le piattaforme digitali e *social*.

La società moderna, infatti, con i suoi ritmi frenetici ha negato e nega sempre di più alla famiglia la possibilità di vivere forme di relazione e d'interazione prolungata nel corso della giornata lavorativa o scolastica, questa negazione ha portato la famiglia a dover attivare forme alternative di comunicazione da quelle faccia a faccia e ha fatto sì che la famiglia si associasse profondamente ai mezzi digitali che ben consentono a tutti i membri della famiglia di rimanere connessi anche se lontani fisicamente. Questo ha portato alcuni autori, tra cui lo psichiatra e sociologo Paolo Crepet all'interno del suo testo "*Sfamiglia*" a richiedere un forte cambiamento delle istituzioni per la tutela del tempo di qualità della famiglia e per la riduzione dei ritmi solitamente frenetici della famiglia stessa.

Non solo, la presenza di dispositivi digitali ha cambiato anche la percezione del controllo dei genitori sui figli in riferimento al mondo esterno. Nello specifico, infatti, la possibilità per i figli di essere costantemente connessi ha portato i genitori a perdere il controllo delle azioni dei propri figli e delle informazioni che vengono immesse da quest'ultimi all'interno delle reti *social*, provocando forti timori sulle interferenze del mondo esterno nella famiglia.

Brandon McDaniel¹⁰⁵ ha definito questa interferenza "*techoreference*" in riferimento sia alle forti interferenze dei dispositivi digitali nella famiglia sia alle informazioni che i giovani soggetti della famiglia possono immettere nelle piattaforme digitali senza la possibilità da parte dei genitori stessi di attivare forme di controllo degli eventuali rischi.

¹⁰⁵Ibidem.

La possibilità, infatti, di raccontare all'esterno eventi della propria famiglia espone la famiglia stessa alla possibilità di fuoriuscita di informazioni che possono essere considerate intime e riservate e provoca una forte permeabilità delle barriere poste tra il mondo esterno e il mondo intimo e privato della propria famiglia.

Un altro cambiamento che si può rilevare in riferimento alla famiglia in associazione ai mezzi digitali e ai *social media* è legato al divario di competenze presenti all'interno della famiglia e tra i diversi membri che la compongono.

Le tecnologie digitali e i *social media*, infatti, hanno provocato la presenza per la prima volta di competenze maggiori e più sofisticate nei figli rispetto ai genitori che accedono alle stesse piattaforme; questo ha creato quello che può essere definito un divario generazionale e una distanza percettiva tra figli e genitori nell'accesso a queste reti sociali. Questa considerazione ha portato un forte cambiamento del rapporto genitori-figli e ha portato quest'ultimi ad usare le proprie competenze per aiutare i genitori all'interno del mondo della tecnologia digitale e dei *social media*.

Tutti questi cambiamenti indotti dalla tecnologia e dai *social media* si vanno ad aggiungere alla mancanza e al vuoto educativo dei genitori che non sono più in grado di fornire supporto ai propri figli e a gestire la loro educazione. Questo succede perché gli adulti di riferimento sono assorbiti in un ambiente comunicativo e relazionale nuovo che non padroneggiano e che li porta a evitare la fatica che deriva dall'educazione. I genitori spesso utilizzano questi dispositivi come mezzi di consolazione per i figli che non sanno gestire e che spesso nella società moderna così frenetica contribuiscono ad erodere il tempo e lo spazio personale dei genitori che si sentono così sopraffatti e indotti, pur di avere un piccolo spazio personale, a mettere a disposizione dei propri figli mezzi tecnologici con cui accedere a delle piattaforme sociali.

Questo provoca ancora una volta una disgregazione del tempo passato in famiglia e ad un aumento di quello che può essere definito "*networked individualism*"¹⁰⁶ in cui le famiglie e soprattutto i giovani vivono in modo autonomo l'accesso ai *social media* escludendo dalla propria ricerca e dai propri profili sociali gli altri membri presenti all'interno della famiglia stessa. Paolo Crepet all'interno del suo testo "*La gioia dell'educare*" afferma, infatti: "Non saranno né la televisione né Internet a creare disagio

¹⁰⁶Aroldi, P. (2015). Famiglie connesse. Social network e relazioni familiari online. *Studi, ricerche, buone pratiche*. Edizioni Centro Studi Erickson, pp.1-17.

ai bambini e agli adolescenti, quanto una certa indisponibilità degli adulti a esserci”.

Nonostante la ridotta letteratura presente sul tema del rapporto tra i genitori e i figli e il conseguente cambiamento della famiglia alla luce dell'introduzione all'interno della società dei dispositivi digitali e dei *media* sociali è possibile riconoscere seppur in modo contraddittorio e ancora incerto un cambiamento della famiglia stessa in seguito alla creazione della società digitale. È possibile, quindi, riconoscere che la forte pervasività, dei mezzi tecnologici all'interno della quotidianità dei soggetti ha già determinato e determinerà ancora all'interno della società forti cambiamenti dello statuto culturale e relazionale della famiglia con forti ripercussioni anche sui suoi membri.

3.3 Quali azioni possono essere messe in atto in famiglia per la gestione dei figli in riferimento ai dispositivi digitali e ai *social media*?

Come già sostenuto nelle pagine precedenti i *social media* e i dispositivi tecnologici rappresentano degli elementi chiave presenti in maniera preponderante all'interno della quotidianità dei soggetti di quasi tutte le età e quindi anche di tutta la famiglia. I genitori paradossalmente pur esponendo i bambini ad un utilizzo massiccio delle tecnologie fin dai primi mesi di vita spesso si trovano in difficoltà nella gestione dei dispositivi e dell'accesso ai *social media* con i loro figli. Questa difficoltà da parte dei genitori ha generato e genera la necessità di avere da esperti del settore alcune indicazioni e alcuni suggerimenti da attuare. La disamina che si andrà a proporre avrà, quindi, l'obiettivo di raccogliere nero su bianco alcune indicazioni dalle principali guide o testi presenti in letteratura sull'argomento senza avere la presunzione di dare delle “regole” o delle “ricette” preconfezionate che possano essere estese ad ogni caso e ad ogni contesto.

All'interno del contesto educativo e scolastico sono presenti, dagli anni '70 del 1900 dei progetti di *media education*¹⁰⁷ che consentono ad insegnanti e professionisti appositamente formati di educare i giovani ad un utilizzo corretto dei dispositivi tecnologici e delle numerose applicazioni a cui i soggetti di età più giovane possono accedere.

¹⁰⁷https://corecom.regione.lazio.it/app/uploads/www.corecomlazio.it/LA_MEDIA_EDUCATION_SPIEGATA_AI_GENITORI_SHORT_pdf.pdf

L' UNESCO durante il Congresso Internazionale sulla *Media Education* ha ufficialmente riconosciuto il valore di questo tipo di educazione per i giovani per il valore positivo dato da questi progetti per lo sviluppo di comprensione e consapevolezza critica nei confronti delle tecnologie e del corretto uso delle stesse da parte dei più giovani.

Negli anni '90 alla luce del forte e rapido avvento del digitale e dell'evoluzione dei dispositivi tecnologici alcuni autori tra cui Pier Cesare Rivoltella si sono posti in maniera critica alcune importanti riflessioni, soprattutto alla luce della maggiore portabilità dei dispositivi tecnologici e della costruzione di una nuova *media culture*, sulla possibilità di poter estendere la *media education* anche al contesto familiare. Nello specifico, la proposta di questi autori partiva dalla necessità di creare una educazione ai *media* e ai dispositivi tecnologici anche all'interno della famiglia dove questi dispositivi spesso venivano e vengono tuttora visti come elementi negativi e di pericolo, aiutando i genitori non solo ad avere una visione positiva di questi strumenti ma ad avere anche una maggior consapevolezza sia delle potenzialità che dei possibili rischi che i giovani possono correre entrando in contatto con queste applicazioni.

Questo tipo di educazione che i genitori possono mettere in atto all'interno del contesto familiare può essere definita anche "*Net Education*"¹⁰⁸ e indica alcune proposte ed indicazioni per cercare di aiutare i giovani ad avere un accesso sicuro al web.

Alcuni studiosi ed esperti del settore hanno indicato alcune importanti strategie per aiutare i genitori in questo difficile compito educativo proponendo alcune strategie; queste strategie si sono concentrate principalmente su alcuni elementi chiave, nello specifico sul dialogo e sulla proposta di esperienze digitali comunitarie tra i membri della famiglia.

Il dialogo e la possibilità di confrontarsi con i propri figli rappresentano, infatti, alcune delle proposte più adeguate ad aiutare i giovani a relazionarsi sui *social*, a conoscere le potenzialità dei dispositivi digitali e dei *social media* così come a riconoscere gli eventuali rischi che si possono correre attraverso l'utilizzo di questi dispositivi digitali.

¹⁰⁸https://corecom.regione.lazio.it/app/uploads/www.corecomlazio.it/LA_MEDIA_EDUCATION_SPIEGATA_AI_GENITORI_SHORT_pdf.pdf

La disponibilità dei genitori a mettere in atto azioni di comunicazione ed ascolto attivo permette ai giovani di iniziare a sviluppare forme di riflessività e di interrogarsi sulle potenzialità e sui rischi connessi all'utilizzo dei *social media* e dei dispositivi digitali. La riflessività rappresenta un elemento chiave da mettere in atto sia per i genitori, che spesso sono meno preparati dei figli nei confronti delle tecnologie e dei possibili utilizzi delle stesse, sia per i figli stessi. I genitori attraverso queste forme di riflessività imparano a riflettere e ad agire sulla base del vissuto personale dei propri figli e del proprio vissuto con la tecnologia e con i dispositivi *social*. I figli, invece, grazie a queste forme si sentono protagonisti attivi della riflessione e non semplici spettatori ed esecutori di regole e limiti imposti e calati dall'alto.

Risulta, quindi, fondamentale attivare nei ragazzi l'attenzione al tema attraverso forme di dialogo e conseguentemente anche di mediazione dove i giovani possano esprimere il proprio punto di vista e sentirsi parte attiva nella mediazione. È fondamentale che i genitori attivino questo dialogo attraverso un linguaggio comune che consenta loro di esprimersi efficacemente e al contempo offra loro la possibilità di sostenere i propri figli nel proprio percorso di crescita. La maggior parte delle guide per genitori e progetti educativi legati alle tecnologie propongono, infatti, che il dialogo e la possibilità di comunicare con i propri figli sull'uso dei dispositivi digitali e dei *social media* diventino una costante all'interno della famiglia e del percorso di crescita del ragazzo; questo perché con il processo di crescita e di evoluzione i giovani esprimono bisogni e attenzioni diverse nei confronti della tecnologia e dei *social media* che richiedono da parte dei genitori una riflessività e una conoscenza del tema differente. La maggior parte delle indicazioni contenute nelle varie guide sostengono, infatti, anche la necessità da parte dei genitori di possedere delle conoscenze specifiche sul tema che gli consentano di attivare forme di dialogo e di riflessione attenta e assertiva.

Per i genitori risulta fondamentale, inoltre, interessarsi su cosa fanno i giovani *online* e quali informazioni personali condividano sui *social media* cercando di avere un atteggiamento positivo e aperto che non consenta ai giovani di sentirsi giudicati per le loro scelte e le loro preferenze mostrate *online*. È fondamentale per i giovani che i genitori condividano con i propri figli anche i rischi che si possono correre *online* e quali azioni compiere per cercare di tutelarsi da questi rischi.

È fondamentale che i giovani sentano di avere la possibilità di condividere e di informare i propri genitori di eventuali accadimenti o messaggi negativi che possono ricevere in modo tale da sentirsi sostenuti da adulti che hanno competenza e che possono offrire loro forme di aiuto più adeguate rispetto al gruppo dei pari o alla gestione autonoma del problema.

“*La guida per la sicurezza online per le famiglie*” pubblicata dalla Norton, nota azienda di produzione di prodotti per la sicurezza *online*, ha proposto alcune indicazioni per la sicurezza dei giovani che si avvicinano alla rete basate sia sul dialogo e sulla mediazione da parte dell’adulto sia sulla possibilità di attivare forme di protezione esterne attraverso applicazioni e dispositivi esterni. La sezione della guida dedicata al dialogo propone cinque fondamentali domande da proporre ai propri figli per conversare e attivare consapevolezza nei confronti delle tecnologie e dell’uso che ne possono.

Le domande che propone riguardano la possibilità sia di scoprire quali siti e quali applicazioni si possono usare per la navigazione *online* sicura e protetta sia quali siano le applicazioni più usate dai propri figli. Alcune domande riguardano la possibilità di scoprire anche quali siti e applicazioni utilizzano gli altri giovani che compongono la cerchia sociale del proprio figlio in modo tale da conoscere e scoprire quali siano le applicazioni maggiormente in uso e per scoprire, inoltre, anche le possibilità di comunicazione e di interazione del proprio figlio all’interno del gruppo dei pari. È fondamentale, inoltre, che i genitori mettano in atto azioni volte alla comprensione e alla scoperta di che cosa sia il bullismo informatico e quali azioni si possano mettere in atto per evitare di cadere in questi rischi. È importante che i genitori informino i giovani su eventuali eventi che sono avvenuti ad altri ragazzi in modo tale che essi possano riflettere sugli eventuali rischi e che sappiano di poter parlare in modo libero e fiducioso con i propri genitori.

Alcune ricerche condotte sul tema all’interno della letteratura di riferimento riconoscono l’importanza per i giovani in riferimento alla tecnologia e al suo utilizzo non solo il dialogo ma anche la definizione di alcune regole e di alcune *routine* da far seguire ai giovani all’interno della loro giornata

Le routine consentono, infatti, di creare dei momenti di navigazione *online* separati da altri importanti momenti e *routine* condivise tra i membri della famiglia.

Mediare, infatti, le modalità d'uso, i contesti e i tempi d'uso dei *social media* rappresenta per i giovani un'occasione importante per evitare forme di isolamento da parte di quest'ultimi nel corso di occasioni sociali e di incontro familiare, consente ai giovani di partecipare attivamente al dialogo e di non utilizzare gli schermi in momenti della giornata che potrebbero poi inficiare sulla propria personale salute ed equilibrio psico-fisico. Per evitare che i giovani utilizzino i mezzi tecnologici in determinati momenti della giornata o in determinati luoghi risulta essere importante da parte dei genitori mettere in atto alcune regole e alcune indicazioni che il giovane è tenuto a rispettare e a tenere in considerazione. Alcune guide indicano alcuni consigli pratici e alcuni esempi di regole da seguire. Una delle più riconosciute è rappresentata dalla regola del 3-6-9-12. Questa regola prevede che i bambini fino ai tre anni non possano interagire con dispositivi dotati di schermi, che i bambini fino ai sei anni di età non possano accedere e utilizzare nessuna console di gioco. Questa regola prevede, inoltre, che i ragazzi fino ai nove anni non possano avere e, quindi, utilizzare un proprio personale dispositivo cellulare e, infine, per i ragazzi fino al dodicesimo anno di età il divieto di accedere a qualsiasi piattaforma *social*.

Alcuni genitori, invece, preferiscono dare loro delle regole che non vietino l'utilizzo in modo assoluto in base all'età dei dispositivi digitali e delle applicazioni sociali come ci suggerisce la regola del 3-6-9-12 ma preferiscono dare delle regole o più delle limitazioni di tempo durante il quale i propri figli possono rimanere sulle piattaforme digitali e delle indicazioni sul luogo o gli spazi nei quali possono accedere a piattaforme *social* e all'utilizzo di dispositivi digitali. I genitori in questo possono essere aiutati anche da delle applicazioni che permettono loro di gestire quest'importante compito educativo e che gli aiuta anche a controllare le attività e il tempo che i propri figli passano *online*.

Queste applicazioni denominate di *parental control* consentono, infatti, ai genitori di applicare dei filtri ai dispositivi dei propri figli. Questi filtri permettono loro di controllare l'attività che i propri figli stanno compiendo *online* e di controllare e gestire il tempo che quest'ultimi passano all'interno delle piattaforme digitali.

Queste applicazioni consentono, inoltre, la possibilità di bloccare l'accesso a determinate applicazioni o siti web che possono essere nocivi e che possono rappresentare una minaccia ed un rischio per i giovani che vi accedono. All'interno di queste applicazioni esistono differenti opzioni che possono essere scelte dai genitori in base alle caratteristiche del proprio figlio e alle limitazioni che si crede sia più giusto attivare per quel determinato ragazzo. Esiste l'opzione di oscuramento di siti web che sono riservati agli adulti e che sono rappresentati di contenuti non adatti ai giovani di minore età così come la possibilità di oscurare siti web che rappresentano siti di *hosting* di video e di contenuti web protetti da diritti d'autore che sono stati piratati. Esiste, inoltre, la possibilità di bloccare l'accesso a siti web che promuovono l'azzardo e la possibilità di compiere delle scommesse in rete. Queste applicazioni si differenziano anche per la possibilità di essere scaricate sia su sistemi *Android* che su sistemi e dispositivi iOS. Le principali applicazioni per sistemi *Android* sono *Family Link* e per dispositivi iOS, invece, l'applicazione *In Famiglia*.

All'interno della letteratura oltre al dialogo e la possibilità di negoziare delle regole, un'altra proposta per i genitori che si è dimostrata valevole per l'educazione digitale dei propri figli è rappresentata dalla possibilità di dedicare del tempo al proprio figlio per la scoperta e la navigazione *online*. Le ricerche, infatti, dimostrano che compiere delle esperienze di co-utilizzo con i propri genitori all'interno della rete aiuta maggiormente i propri figli a sentirsi supportati dai propri genitori e aiutati a comprendere quali siano i siti web più sicuri e quelli più adeguati in base all'età e ad evitare eventuali rischi connessi all'accesso alla rete.

Esistono, inoltre, promossi da alcune associazioni alcuni progetti di educazione digitale di sostegno per i genitori nella gestione dei dispositivi digitale e dei *social media* all'interno dello spazio familiare. In particolare, esistono due importanti progetti che risultano essere interessanti per le modalità con le quali vengono proposti: il progetto *Custodi digitali*¹⁰⁹ e il progetto *GLAD*¹¹⁰.

¹⁰⁹Grollo, M., Gui, M., Pellai, A., Oretti, C. (2022). Educazione digitale familiare dalla nascita. *Medico e bambino*, pp. 569-580.

¹¹⁰https://www.digitalparent.eu/wpcontent/uploads/2020/09/GLAD_IO1_Report_finale_ricerca_versione_italiana.pdf

Il progetto Custodi digitali è un progetto di educazione digitale che viene prevede la necessità di educare i bambini all'utilizzo delle tecnologie digitali fin dalla nascita.

Questo progetto prevede la possibilità di coinvolgere in questo progetto una figura professionale molto importante che consente per la sua conformazione di raggiungere la maggior parte dei genitori: il pediatra.

Il pediatra di famiglia, infatti, riesce tramite la propria professione non solo a raggiungere una buona parte di genitori ma anche per il riconoscimento professionale ad essere riconosciuto come figura professionale autorevole per la sensibilizzazione dei genitori stessi. Questa modalità di informazione per i genitori rappresenta un'importante occasione per loro di ricevere risposte concrete e autorevoli di fronte alle proposte contrastanti presenti sull'argomento e della possibile confusione che i genitori possono provare. Il pediatra come figura autorevole andrà ad inserirsi all'interno di quella che può essere definita una comunità educante formata da altri professionisti preparati e con le conoscenze adeguate ad aiutare i genitori nel loro compito educativo. La proposta prevede la necessità di informare i genitori in merito al digitale all'interno dei bilanci di salute previsti e di dare loro le informazioni necessarie per la gestione dei dispositivi digitali all'interno delle diverse fasce d'età. Queste informazioni vengono offerte ai genitori con delle schede differenziate per età con suggerimenti e indicazioni non solo per la gestione del digitale ma anche per la proposta di attività alternative per i giovani all'utilizzo dei dispositivi digitali. Queste schede per la loro conformazione consentono, inoltre, ai genitori di riflettere sul tema digitale e di stimolare in loro una maggior consapevolezza e responsabilità nei confronti dei *social media* e dei dispositivi tecnologici. Il punto di forza di questo progetto è sicuramente determinato dalla possibilità di promuovere forme di prevenzione digitale fin dalla nascita grazie ad un accompagnamento attivo e autorevole di diverse figure professionali. Il progetto GLAD ossia di *App* di apprendimento e formazione digitale per genitori porta con sé l'obiettivo di formare i bambini e fornire loro un'educazione digitale attraverso la possibilità di educare i propri genitori. Propone un modello di gestione dei dispositivi digitali e dei *social media* di mediazione tra controllo totale e totale libertà attraverso la diffusione di materiale informativo per genitori e la creazione di un'applicazione per genitori e bambini che promuova il co-utilizzo dei dispositivi e delle applicazioni.

La presenza di numerosa letteratura e di numerose guide che cercano di orientare i genitori a delle scelte educative nei confronti del digitale adeguate e positive consente di comprendere il forte interesse per la tematica presentata da parte dei genitori che sempre più confusi hanno la necessità di essere aiutati nella definizione e nella scoperta di alcune possibili strategie che aiutino i loro figli ad entrare in relazione con il mondo digitale in modo proattivo e positivo. Le strategie che funzionano maggiormente sembrano essere rappresentate dal dialogo, dalla possibilità di creare una mediazione tra le esigenze presentate da tutti i membri della famiglia e dalla possibilità di attivare forme di co-utilizzo dei dispositivi digitali e dei *social media*. L'imposizione di alcune regole sembra, inoltre, rappresentare un ulteriore aiuto e sostegno per i genitori per la gestione della tecnologia soprattutto nei momenti di socialità e di condivisione familiare.

3.4 Qual è il ruolo del pedagogo o del laureato in *media education*?

Per un'adeguata educazione digitale dei genitori risultano fondamentali le azioni e le indicazioni fornite da esperti del settore e professionisti che hanno la competenza e le abilità per aiutarli nel processo di acquisizione di consapevolezza e delle modalità più adeguate affinché i propri figli imparino ad usare in modo positivo e fecondo i dispositivi digitali e i *social media*, nello specifico: la figura del pedagogo o del laureato in *media education*. Il pedagogo viene definito dalla Legge n° 4 del 14 gennaio 2013 come: “professionista di livello apicale, specialista dei processi educativi e formativi, con propria autonomia scientifica e responsabilità deontologica, che svolge funzioni di progettazione, coordinamento, intervento e valutazione pedagogica in vari contesti educativi e formativi, nei comparti socio-assistenziale, socio-educativo e socio-sanitario, in quest'ultimo con riguardo agli aspetti socio-educativi, svolgendo inoltre attività didattica, di ricerca e di sperimentazione”¹¹¹.

Il pedagogo rappresenta, quindi, un professionista dei processi educativi e formativi che in possesso dei requisiti necessari in seguito ad un percorso formativo universitario, offre delle prestazioni professionali a soggetti appartenenti a tutte le età della vita, alle coppie o alla famiglia.¹¹²

Oltre a processi di progettazione educativa e di sperimentazione il pedagogo offre servizi di mediazione e consulenza familiare, relazioni di aiuto familiare in situazioni di disagio nonché aggiornamento e qualificazione del personale. Queste tre tipologie di servizio che il pedagogo mette in atto rappresentano alcune delle azioni che possono essere compiute per fornire sostegno, aiuto e suggerire strategie per la gestione dei dispositivi tecnologici e dei *social media* all'interno dello spazio familiare. Il pedagogo, infatti, con le proprie competenze può fornire consulenza ai genitori in situazione di disagio e di fatica nella gestione della tecnologia nell'ambito domestico e aiutare attraverso pratiche riflessive i genitori a formarsi una propria personale competenza e capacità di gestione dei dispositivi in modo autonomo.

¹¹¹<https://www.anpe.it/profilo-del-pedagogo>

¹¹²<https://centrostudiperizie.it/wp-content/uploads/2018/01/II-Pedagogo.pdf> .

Il ruolo del pedagogo nella costruzione di relazioni di aiuto e nel sostegno alla genitorialità è riconosciuto in vari documenti e in vari testi presenti in letteratura¹¹³; alcuni di essi sostengono, infatti, che grazie alla parola questo professionista possa aiutare a focalizzare l'attenzione e la riflessività su elementi vissuti inconsciamente e riportarli alla luce non per dare delle indicazioni e delle regole da seguire ma per fornire forme di aiuto e di cura ai genitori e per sostenerli nel loro difficile compito educativo.

Grazie alla propria competenza può anche fornire agli educatori o insegnanti che coordina corsi di aggiornamento e di specializzazione nell'ambito tecnologico e digitale affinché essi possano usare questi mezzi all'interno di proposte educative. L'utilizzo delle tecnologie e dei *social media* all'interno di proposte educative in un contesto formale rappresenta per i genitori la possibilità di imitare e di fare proprie alcune azioni messe in campo da professionisti che fungono da modelli per la creazione di una visione e di un utilizzo positivo e proattivo della tecnologia e delle applicazioni *social*.

Un'altra figura professionale che può rappresentare un aiuto per i genitori in riferimento al tema sopracitato è rappresentata dal laureato in *media education*.

L'università Cattolica del Sacro Cuore in riferimento al suo percorso formativo in *media education* descrive gli obiettivi e le finalità del corso di laurea, nello specifico:

“Il corso di Laurea in *Media Education* intende rispondere all'esigenza di formazione di figure professionali in grado di inserirsi con competenze specifiche nei diversi contesti sociali nei quali lo sviluppo e la diffusione delle tecnologie della comunicazione investono i processi educativi e di apprendimento”¹¹⁴.

Il corso di laurea in *media education* cerca, infatti, di formare dei soggetti che sappiano gestire diversi contesti sociali nei quali la tecnologia e i *social media* abbiano avuto un forte impatto sulla vita personale dei soggetti e dei giovani alla luce del contesto storico moderno così fortemente pervaso dalla presenza di questi mezzi da richiedere delle pratiche educative e comunicative sulle possibili modalità di gestione e di utilizzo positivo e fecondo delle potenzialità di questi strumenti e allo stesso tempo evitare forme di disagio ed eventuali rischi connessi all'utilizzo inadeguato degli stessi. All'interno del corso di laurea esistono diversi profili professionali con differenti sbocchi lavorativi.

¹¹³Parente, M. (2016). Sostenere le famiglie nel loro ruolo genitoriale: strumenti e interventi di cura. *Exagere Rvista*, pp. 1-7.

¹¹⁴https://www.unicatt.it/uc/scuola-presentazione_LM93.pdf

Il *media educator* rappresenta lo sbocco professionale più adeguato al sostegno e la creazione di una rete educativa per la formazione dei genitori e per la consulenza affinché apprendano essi stessi ad usarli in modo adeguato e contemporaneamente apprendino le modalità per aiutare i propri figli ad usarli in modo educativo e positivo.

Le figure professionali riportate nelle pagine precedenti rappresentano, quindi, delle importanti figure professionali all'interno dell'epoca moderna digitale e rappresentano delle figure in grado di aiutare in modo concreto attraverso forme di riflessività e alcuni suggerimenti i genitori a gestire il mondo dei *social* e delle tecnologie.

La forte pervasività di questi mezzi richiede, infatti, ai genitori non solo di essere formati ma anche di essere predisposti all'accettazione del cambiamento di abitudini all'interno del contesto familiare e della possibilità di attivare forme di sostegno e di mediazione con i propri figli basate sul rispetto reciproco e sulla volontà di aiutare i propri figli a navigare in modo sicuro all'interno della rete digitale.

Conclusione

Alla luce della forte pervasività e persistenza dei dispositivi tecnologici e dei *social media* all'interno della società e nello specifico all'interno della vita di ogni individuo appare fondamentale l'azione di analisi e di riflessione degli importanti cambiamenti indotti dagli stessi non solo sulla quotidianità degli individui ma anche all'interno della vita della famiglia e del rapporto tra i suoi membri.

L'avvento, infatti, della rete Web 2.0 ha portato ad un forte cambiamento della considerazione più tradizionale dei mezzi di comunicazione come la televisione, portando così alla ribalta non solo la presenza di reti digitali ma anche di applicazioni sociali che proprio rispetto ai tradizionali *media* si differenziano per la loro capacità di coinvolgere attivamente il soggetto che ne fa uso che non rimane più un passivo fruitore degli stessi ma che partecipa alla creazione di quelli che possono essere definiti *Used-Generated Content*. Queste applicazioni, infatti, permettono ai soggetti che ne fanno uso di generare dei contenuti inediti e di scambiarli o condividerli all'interno della rete.

I *social media* rappresentano una categoria specifica di mezzi di comunicazione che possono essere usati dai soggetti per comunicare al di fuori della propria sfera personale ed intima. Essi inglobano al loro interno la definizione i *social network* che rappresentano solamente una delle tante tipologie di *social media*. Spesso, infatti, erroneamente si usano i due termini in forma interscambiabile senza tenere in considerazione delle specifiche caratteristiche dei due differenti sistemi comunicativi.

Questi mezzi di comunicazione sociale molto potenti hanno portato all'interno della moderna società a forti cambiamenti nella considerazione della stessa e nello specifico alle forme valoriali e alle cornici di senso che hanno da sempre retto la stessa con delle forti ripercussioni sull'individuo e nei rapporti dello stesso con altri individui.

I cambiamenti introdotti, infatti, da queste nuove applicazioni sociali hanno portato ad una ridefinizione delle modalità comunicative, relazionali nonché nel mondo del lavoro e sulla connettività. I soggetti, infatti, che accedono alle reti *social* riescono a rimanere in contatto anche a lunghe distanze e in luoghi differenti dello spazio terrestre con la possibilità di comunicare e creare relazioni.

Questa forte connettività ha leso la tradizionale differenziazione tra sfera pubblica e sfera privata, contribuendo alla creazione di una forte permeabilità dei confini tra uno spazio privato e uno spazio pubblico, portando i soggetti a esibire la propria persona sui *social* ed esponendo parti di vita privata all'esterno formando così nei genitori forti forme di disagio e di timore per i contenuti pubblicati *online* dai propri figli e per l'invasione della sfera più intima e privata della propria abitazione.

Il cambiamento indotto con l'introduzione dei *social media* riguarda anche dimensioni costitutive delle società come la sua democrazia e la sua strutturazione valoriale. Nello specifico sembra che questi mezzi di comunicazione abbiano creato una forte attenzione sulla persona come individuo e che siano state incentivate forti forme di individualismo. Queste forme di individualismo si ripercuotono anche sulla tradizionale considerazione della famiglia che continua ad esistere ma che si trova anche necessariamente di fronte alla necessità di condividere lo spazio con una forma più evoluta di famiglia che può essere definita famiglia *avatar*. La famiglia *avatar*, infatti, si relaziona con i membri appartenenti alla stessa soprattutto all'interno di forme digitali e di relazioni mediate dai mezzi di comunicazione.

Questa tipologia di famiglia contribuisce al venir meno all'interno della moderna società della presenza di forme di fiducia primaria nei confronti dei propri figli; i dispositivi digitali, infatti, e la loro facile portabilità contribuiscono alla formazione di rapporti genitori-figli basati sulla presenza di mezzi di comunicazione *social* che aiutano i genitori a controllare i propri figli nel corso dell'intera giornata.

Il cambiamento così forte indotto dai *social media* ha per la prima volta messo i genitori anche di fronte alla loro scarsa padronanza rispetto ai figli della tecnologia e dei dispositivi digitali, portandoli a considerare le maggiori competenze e abilità rispetto proprio a loro stessi. Questo divario generazionale si va ad aggiungere ad un vuoto educativo della famiglia che spesso delega quest'importante ruolo a istituzioni esterne alla stessa, portando i bambini a vivere forme di vuoto educativo ed i genitori ad attuare forme di consolazione per i propri sensi di colpa che spesso vedono l'utilizzo dei dispositivi tecnologici e di *social media*.

I genitori necessitano, quindi, di alcune strategie e indicazioni che li possano aiutare nella gestione di questa fatica educativa con i propri figli e di personale competente e professionalmente preparato che sappia fornire forme di sostegno e di aiuto consapevole.

Il pedagogo o il laureato in *media education* rappresentano, quindi, delle figure professionali adeguate che appositamente formate possono aiutare i genitori sia nella gestione degli strumenti sia nell'acquisizione di consapevolezza e di pratiche riflessive in merito ai rischi e ai benefici che i propri figli corrono sui *social network* e sulle piattaforme digitali. Risulta fondamentale sia da parte di queste figure professionali che da parte dei genitori l'acquisizione di competenza e di consapevolezza di come i giovani utilizzino la rete *social* e per quali motivi la rete *social* rappresenti un'importante risorsa per i giovani stessi in base alla loro fascia d'età. Appare, infatti, evidente che per un adolescente moderno la rete di relazioni e di comunicazione creata sui *social media* rappresenti un'importante risorsa per la formazione della propria personalità e della propria identità e risulta altrettanto importante che i genitori imparino ad esserne consapevoli e a divenire loro alleati in questi difficile compito identitario e formativo.

La scarsa letteratura sul tema non ha permesso una definizione più specifica e approfondita del tema presentato lasciando alcuni vuoti scientifici e nodi concettuali molto importanti da approfondire e da analizzare in modo più compiuto ed attento.

Si auspica che assieme al veloce progresso di questi mezzi comunicativi e sociali sia presente anche un altrettanto rapida forma di riflessione e di ricerca. I genitori dell'epoca moderna, infatti, hanno sempre più bisogno di forme di aiuto e di sostegno nel loro compito educativo e ancora di più alla luce del forte cambiamento indotto dal progresso tecnologico, dove spesso essi stessi sperimentano forme di ignoranza mediatica e di confusione. Si auspica che progetti come quello citato di "Custodi digitali" di formazione e di informazione dei giovani genitori sulla tecnologia fin dalla nascita attraverso il pediatra di famiglia siano estesi su tutto il territorio nazionale affinché la maggior parte dei neogenitori sia informata e sensibilizzata su quest'importante tematica.

Ringraziamenti

Alla fine di quest'importante elaborato desidero dedicare questo spazio del mio elaborato finale a tutte le persone che mi hanno supportato nel mio percorso di crescita universitaria e professionale.

In primis desidero ringraziare il mio relatore Carmine Moreno Conte che mi ha guidato nella stesura dell'elaborato per la sua infinita disponibilità e presenza nonché per i suoi consigli puntuali e le sue critiche costruttive che mi hanno permesso di raggiungere quest'importante risultato.

Ringrazio infinitamente la mia famiglia, che mi ha sempre motivato a dare il meglio e che mi ha sostenuto nei momenti di maggior fatica con pazienza e amore; soprattutto i miei genitori modelli preziosi di vita.

Desidero ringraziare le mie più care amiche Lara e Michela che hanno condiviso con me gioie e dolori di questo percorso universitario.

Desidero ringraziare mia cugina Carolina per i suoi preziosi consigli e per la sua importante presenza nel corso della stesura dell'elaborato nonché il suo importante aiuto nella ricerca di momenti di rilassamento e di necessaria distrazione.

Desidero, infine, ringraziare le mie colleghe che mi hanno sempre sostenuto in quest'importante percorso di vita e che grazie alla loro disponibilità a sostituirmi mi hanno permesso di raggiungere questo obiettivo.

Bibliografia

Aroldi, P. (2009). Crescere con i nuovi media. *Rassegna bibliografica infanzia e adolescenza*. Istituto degli Innocenti Firenze, pp.5-22.

Aroldi, P. (2015). Famiglie connesse. Social network e relazioni familiari online. *Studi, ricerche, buone pratiche*. Edizioni Centro Studi Erickson, pp.1-17.

Artieri, B. (2015): *Gli effetti sociali del web. Forme della comunicazione e metodologie della ricerca online*. Milano: Franco Angeli.

Artieri, B., Gemini, L., Pasquali, F., Carlo, S., Farci, M., Pedroni, M. (2017). *Fenomenologia dei social network. Presenza, relazioni e consumi mediali degli italiani online*. Milano: Guerini e Associati.

Arvidsson, A., Delfanti, A. (2013). *Introduzione ai media digitali*. Bologna: Il Mulino.

Barretta, M. (2023). Social network come strumento educativo. *I libri di Ca'Foscari 2*, pp. 184-217.

Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven: Yale University Press.

Berti, F. (2005). *Per una sociologia della comunità*. Milano: Franco Angeli.

Bettinelli, E. (2022). Società digitale/società della conoscenza. Per un'ulteriore analisi tra progresso e crisi. *Vita e pensiero. Pubblicazioni dell'università Cattolica del Sacro Cuore*, pp.493-508.

Bille, C., Tagliaferro, G., Volante, M. (2015). *I nuovi adolescenti e la fuga nel virtuale. Genitori, educatori e insegnanti di fronte alle nuove tecnologie*. Bologna: Centro Editoriale Dehoniano.

Boccia Antieri, G., Colombo, F., Gili, G. (2022). *Comunicare. Persone, relazioni e media*. Bari: Editori Laterza.

Bonafede, P. (2019). Nuove forme di socialità nell'era digitale. Questioni filosofico-educative sulle HCI. *Quaderni d'intercultura*, pp. 137-146.

Boninelli, M. L., Bullegas. D., Damnotti, S. (2016). La modificabilità cognitiva e la plasticità cerebrale in età adulta. *Pensa Multimedia*, pp. 59-70.

Buckingham, D. (2020). *Un manifesto per la media Education*. Firenze: Mondadori Università.

Calamo-Specchia, A. (2015). Psicologia nella comunicazione: il pensiero e le relazioni al tempo di Facebook. *Notiziario dell'ordine degli psicologi della Puglia*. n.15, pp.104-110.

Callejon, F. B. (2019). Social network, società tecnologiche e democrazia. *Quadrimestrale di teoria generale, diritto pubblico comparato e storia costituzionale*, pp. 1-19.

Caravita, S. C.S., Della Valle, V., Ghiringhelli, L. (2019). Il cyberbullismo nella percezione di genitori, figli e insegnanti. *Consultori familiari oggi*, pp.41-53.

Carr, N. (2010). *Internet ci rende stupidi? Come la rete sta cambiando il nostro cervello*. Milano: Raffaello Cortina Editore.

Cera, R. (2017). Social network, scuole e famiglie: una revisione della letteratura scientifica. *Annali online della Didattica e della Formazione docente*, pp. 263- 278.

Cerimoniale, G. (2023). La tecnologia digitale in pediatria ovvero come promuovere un uso giudizioso nei bambini. *Rivista il medico pediatra*, pp.644-650.

Codeluppi, V. (2014). *I media siamo noi*. Milano: Franco Angeli.

Crafa, S., Rizzo, M. (2019). Tecnologie digitali e manipolazione del comportamento. *Mondo digitale*, pp.1-13.

Crepet, P. (2008). *La gioia di educare*. Torino: Giulio Einaudi Editore.

Crepet, P. (2009). *Sfamiglia*. Torino: Giulio Einaudi Editore.

- D'Agostino, G., Matera, V. (2019). *Come il mondo ha cambiato i social media*. Londra: UCL Press.
- Daher, L.M. (2013). Che cosa è l'identità collettiva? Denotazioni empiriche e/o ipotesi di ipostatizzazione del concetto. *Firenze University Press*, vol. 4, n. 8, p.125.
- Dal Bianco, A., Maiorino, S., Martines, C., Respi, C., Simone, L. (2023). I giovani e l'utilizzo delle tecnologie. *Corecom Lombardia*, pp.2-84.
- De Notaris, D. (2010). *Vite condivise. Dal newsgroup al social network*. S. Maria Capua a Vetere: Ipermedium Libri
- Denicolai, L. (2014). Riflessioni del sé. Esistenza, identità e social network. Media education. *Studi, ricerche e buone pratiche*, pp. 164-181.
- Dini, S., Ferlino, L. (2016). La conoscenza tra le dita dei bambini. Imparare a giocare a tempo di app. *TD, Tecnologie didattiche*, pp. 147-155.
- Doni, T. (2015). Dalla Media Education alla New Media Education. *Cinema e dintorni*, pp. 185-196.
- Eletti, V. (2012). *Complessità, cambiamento e comunicazioni. Dai social network al Web 3.0*. Rimini: Guaraldi Edizioni.
- Faiella, F. (2010). Apprendimento, tecnologia e scuola nella società della conoscenza. *TD- Tecnologie Didattiche*, pp.25-29.
- Farruggia, F., Foschi, D. (2021). Giovani e new media. Una ricerca- azione sperimentale. *Rivista mensile dell'Istituto di Ricerche Internazionali*. Archivio Disarmo – IRIAD, p.23.
- Ferri, P., Moriggi, S. (2017). Children go touch. Note sulle pratiche di appropriazione delle tecnologie (touch) dei più piccoli (0-10 anni) e sulla necessità di una didattica digitalmente aumentata. *Journal of Educational Cultural and Psychological Studies*, pp. 185-197.

Francese, M. T. M. (2022). Social lockdown: fattore di rischio o di protezione. *RiCOGNIZIONI, Rivista di lingue, letterature e culture moderne*, pp. 247-251.

Gaitano, N. G. (2023). Osservazioni sul ritorno al potere dei media. Gli effetti a lungo termine. *Quaderni digitali*. Pontificia Università della Santa Croce, pp.1-5.

Gesualdo, F. (2020). Troppi device fanno male? *Rivista a Scuola di salute*. Istituto per la salute del bambino e dell'adolescente, pp.1-32.

Giddens, A. (1994). *Le conseguenze della modernità*. Bologna. Il Mulino.

Grollo, M., Gui, M., Pellai, A., Oretti, C. (2022). Educazione digitale familiare dalla nascita. *Rivista Medico e bambino*, pp. 569-580.

Isidori, E. (2020). Quando l'educazione è nella rete: per una pedagogia del social networking. *Mondi educativi. Temi, indagini, suggestioni*, pp. 35-62.

Kamlesh, Y. (2022). Uso della tecnologia e dei social media da parte dei bambini. *Neuro Quantologia*. Volume 20, pp.116-122.

Kaplan, A. Haenlein, M. (2009). Users of the world, Unite! The Challenges and Opportunities of social media. *Indiana University*, pp.59-68.

Kaul, S. (2023). Risultati fondamentali. Cinque megatrend tecnologici che stanno trasformando la società moderna. *Frank Templeton Institute*, pp.1-12.

Krumm, J., Davies. N., Narayanaswami, C. (2008). User-Generated Content. *IEEE Pervasive Computing*, vol. 7, pp.10-11.

Kusuma, K. S., (2022). New Media: Media Content Production on Multiple Platforms. *Arshia Publications*, pp.299-307.

La Cecla, F. (2006). *Surrogati di presenza. Media e vita quotidiana*. Milano: Bruno Mondadori.

Lancini, M. (2015). *Adolescenti navigati. Come sostenere la crescita dei nativi digitali*. Trento: Centro Studi Erickson.

Lancini, M., Cirillo, L. (2022). *Figli di internet. Come aiutarli a crescere tra narcisismo, sexting, cyberbullismo e ritiro sociale*. Trento: Edizioni Erickson.

Livingstone, S., Blum-Ross, A. (2022). *Figli connessi. Come la tecnologia plasma la vita dei bambini*. Trento: Edizioni Erickson.

Longo, G.O. (2005). Uomo e tecnologia. Una simbiosi problematica. *Mondo Digitale*, pp. 5-18.

Luzi, M., D'Amore, M. (2019). *Scienza e società: sinergie e criticità nell'era digitale*. Firenze University Press, p.13.

Marconato, G. (2009). Emergenza educativa e nuove tecnologie. Stimoli per la riconsiderazione della questione. *Rassegna CNOS*. Anno 25/n°3, pp. 21-32.

Mascheroni, G., Ólafsson, K. (2018). Accesso, usi, rischi e opportunità di internet per i ragazzi italiani. I primi risultati di EU Kids Online 2017. *EU Kids Online e OssCom*, pp. 2-41.

Mazzucchelli, A., Chierici, R. (2017). *Social commerce e comportamento d'acquisto. Gli effetti del digital sulla fiducia del consumatore*. Torino: G. Giappichelli Editore.

Metastasio, R. (2021). *La media education nella prima infanzia (0-6). Percorsi, pratiche e prospettive*. Milano: Franco Angeli.

Metastasio, R., Brizi, A., Biraglia, A., Mannetti, L. (2016). Differenze di genere nell'uso dei media tradizionali e dei social network. *Rassegna di psicologia*, pp.31-38.

Minardi, S. (2011). *Sorpresa: Facebook è dei nonni*. Torino: Editrice Edisco

Minutillo, A., Pichini, S., Berretta, P., Solimini, S., Fraioli, C., Di Carlo, S., Ciancio, G. (2023). Le dipendenze comportamentali: dimensione del fenomeno. *Rivista Not Ist Super Sanità*, pp.1-14.

Musto, J., Dahanayake, A. (2021). Quality Characteristics for User-Generated Content, *Lappeenranta-Lahti University of Technology LUT*, pp. 244-263.

Myers, M., D., Sundaram, D. (2012). Nativi digitali e immigrati digitali: verso un modello di fluidità digitale. *Atti ECIS*. Volume 39, pp. 1-13.

Neri, V. (2017). *Nuove tecnologie, immagini di senso e orizzonti di senso. Prospettive interdisciplinari contemporanee*. Pisa: University Press.

Nikou, S., Brannback, M., Widén, G. (2019). L' impatto della digitalizzazione sull'alfabetizzazione: immigrati digitali vs nativi digitali. *Documenti di ricerca*, pp.1-15.

Parente, M. (2016). Sostenere le famiglie nel loro ruolo genitoriale: strumenti e interventi di cura. *Exagere Rvista*, pp. 1-7.

Pedrazzi, G. (2017). Minori e social media.: tutela dei dati personali, autoregolamentazione e privacy. *Edizioni scientifiche italiane*, pp.437-451.

Pellai, A. (2009). *Questa casa non è un albergo*. Milano: Kowalski Editore.

Perfetti, S., Ponziano, R. (2017). Le trasformazioni dell'intimità tra dis-umanizzazione e social media. *Edizioni centro studi Erickson*, pp. 74-92.

Piazza, R. (2019). Apprendere e disapprendere nelle Smart city: l'impatto e le nuove tecnologie digitali sull'apprendimento degli adulti. *Rivista SIPED*, pp.271- 284.

Pitruzzella, G. (2018). La libertà d'informazione nell'era di internet. *Rivista di diritto dei media*, p.7.

Quattrocchi, W. (2018). *Liberi di crederci. Informazione, internet e post-verità*. Torino: Codice edizioni.

Ranieri, M. (2023). *Ovunque internet*. Lecce: Youcanprint.

Riva, G. (2010). *I social network*. Bologna: Il Mulino.

Rivoltella, P., C. (2008). Ragazzi connessi. I preadolescenti italiani e i nuovi media. *Save the Children Italia Onlus*, pp. 1-12.

Rivoltella, P.C., Donati. P., Aroldi. P., Belletti, F., Gili, G., Tonioni, F., Tronca, L., Boffi, P. (2017). *Le relazioni familiari nell'era delle reti digitali*. Milano: San Paolo Edizioni, pp.191-217.

Roncaglia, G. (2009). La rete medium globale. *Enciclopedia del XXI Secolo*, volume 2 - 'Comunicare e rappresentare', pp. 233-241.

Savonardo, L., Marino, R. (2021). *Adolescenti always on. Social media, web reputation e rischi online*. Milano: Franco Angeli.

Senatore, M. (2019). *Bambini digitali. Alterazione del pensiero creativo e il declino dell'empatia*. Torino: Edizioni Il leone verde.

Serra, A. (2021). Infanzia, dispositivi touch e app. *Servizio Marconi*, pp.1-4.

Shahrokh, N., Malin, B., Gunilla, W. (2019). The impact of digitalization on literacy: digital immigrants vs digital natives. *Research Papers*, pp. 1-15.

Smeriglio, D. (2012). *Il cervello connesso. Ipotesi di una didattica futura*. Milano: Franco Angeli.

Tamburlini, G., Balbinot, V. (2015). Tecnologie digitali e bambini. Indicazioni per un uso consapevole. *Rivista Medico e bambino*, pp. 644-650.

Valle, M. (2021). *Le tecnologie digitali in famiglia. Nemiche o alleate?*. Torino: Edizioni Il leone verde.

Viola, R. (2022). Bambini social. *Università Cattolica del Sacro Cuore*, pp.24-30.

Willemse, I., Waller, G., Genner, S., Süß., D. (2013). Il ruolo dei media nel rapporto genitori figli. *Zürcker Hochschule für Angewandte Wissenschaften*, pp.4-13.

Winkler, S. (2021). L'impatto delle nuove tecnologie sul diritto della famiglia. *Annali della facoltà Giuridica dell'Università di Camerino*, pp.1-16.

Zanetti, F., Nardone, R. (2010). Tecnologie in famiglia: tra responsabilità, deleghe e possibilità. *Ricerche di pedagogia e didattica*, pp. 1-17.

Sitografia

https://iol.unibo.it/pluginfile.php/581973/mod_unibores/content/0/CAPITOLO%204%20AUDIENZE%20ATTIVA.pdf.

<http://www.provincia.bz.it/fp/gutenberg/appfondimenti/app10.html>.

<https://www.ilfoglio.it/politica/2017/05/01/news/la-bolla-mortale-della-nuova-democrazia-132173/>.

<https://www.ebinter.it/ebinter-site/wp-content/uploads/2016/12/Levoluzione-dei-servizi-nellera-digitale.pdf>.

<https://www.miur.gov.it/documents/20182/0/EU+Kids+Online+Italy+report+Gennaio+2018.pdf>.

<https://iclissonoprimo.edu.it/wp-content/uploads/2019/03/Presentazione-IC-Via-Mariani-05.03.pdf>

<https://press.vatican.va/content/salastampa/it/bollettino/pubblico/2023/12/14/0884/01927.html>.

https://corecom.regione.lazio.it/app/uploads/www.corecomlazio.it/LA_MEDIA_EDUCATION_SPIEGATA_AI_GENITORI_SHORT_pdf.pdf

https://www.digitalparent.eu/wpcontent/uploads/2020/09/GLAD_IO1_Report_finale_ricerca_versione_italiana.pdf

<https://www.anpe.it/profilo-del-pedagoga>

<https://centrostudiperizie.it/wp-content/uploads/2018/01/II-Pedagoga.pdf>

https://www.unicatt.it/uc/scuola-presentazione_LM93.pdf

<https://www.generazioniconnesse.it/file/documenti/b%20Essere%20adolescenti%20oggi.pdf>

https://www.irpps.cnr.it/wpcontent/uploads/2023/04/Indagine%20stato%20adolescenza%202023_sintesi%20dei%20risultati.pdf