



**UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA**  
**Dipartimento di scienze politiche, giuridiche e studi internazionali**

Corso di laurea triennale in servizio sociale

**NUOVI MEDIA: RISCHI E OPPORTUNITA' PER I GIOVANI E IL SERVIZIO  
SOCIALE**

Relatrice:

Prof.ssa Chiara Pattaro

Tesi di Laurea Triennale

Aurora Cadalino

Matricola n. 1221958

**ANNO ACCADEMICO 2021-2022**

## INDICE

<b>INTRODUZIONE .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPITOLO I: MEDIA DIGITALI E GIOVANI.....</b>	<b>3</b>
1.1 Che cosa sono i nuovi media .....	3
1.2 I Social media .....	5
1.3 Nativi digitali: un concetto complesso.....	7
1.4. Giovani e adulti: visioni differenti sui nuovi media .....	11
<b>CAPITOLO 2:RISCHI E OPPORTUNITA' DEI NUOVI MEDIA.....</b>	<b>15</b>
2.1 Identità e relazioni nei nuovi media.....	15
2.2 I rischi dei nuovi media .....	23
2.2 Le opportunità dei nuovi media .....	30
2.4 Covid-19: luci e ombre dei nuovi media durante la pandemia .....	34
<b>CAPITOLO 3: NUOVE PROSPETTIVE PER IL SERVIZIO SOCIALE .....</b>	<b>38</b>
3.1 Promozione del benessere tramite i nuovi media .....	38
3.2 Esempi di promozione e prevenzione tramite i nuovi media.....	41
3.2.1 Il progetto QWERT.....	41
3.2.2 Il progetto CHIEDILOQUI .....	43
3.2.3 Il progetto “Bzz” .....	44
3.4 Servizio sociale e nuovi media durante la pandemia Covid-19.....	46
<b>CONCLUSIONI .....</b>	<b>49</b>
<b>Bibliografia.....</b>	<b>52</b>

# INTRODUZIONE

I nuovi media negli ultimi anni sono entrati a far parte della vita quotidiana di molte persone, portando a una rivoluzione culturale e comunicativa. La narrazione generale su quest'ultimi si concentra spesso solo su una piccola parte di ciò che li compone con il rischio di portare a una visione polarizzata che non tiene conto della complessità e delle opportunità che possono offrire (Riva, 2018). Lo scopo del presente elaborato, frutto di un'analisi della letteratura più recente sul tema, è di cercare di dare una visione più ampia del fenomeno delle nuove tecnologie e i giovani, soffermandosi sui vari aspetti che li caratterizzano e sui possibili modi in cui il servizio sociale può utilizzarle all'interno del proprio operato. L'analisi e lo sviluppo del presente lavoro nascono da un interesse fortificatosi durante la pandemia Covid-19 in cui sono stati osservabili non solo i rischi dei nuovi media ma anche le opportunità che possono essere sfruttate in un'ottica futura.

Nello specifico, il primo capitolo sarà dedicato ad una panoramica generale sulla definizione e le caratteristiche dei nuovi media. In seguito, ci si concentrerà sul tema dei giovani andando ad analizzare criticamente il termine "nativi digitali" e il rischio di un pensiero polarizzato e non attento al vissuto dei giovani da parte degli adulti nei confronti delle nuove tecnologie e la loro utilità.

Nel secondo capitolo verranno analizzati più nel dettaglio i rischi e le opportunità dei nuovi media ponendo attenzione a evitare un pensiero dicotomico e assolutista che vede le nuove tecnologie come estremamente dannose, da un lato, o prive di rischi, dall'altro, ma esponendo il tema cercando di dare conto della sua complessità e dell'importanza del contesto nella valutazione dei possibili rischi o benefici che i nuovi media possono dare ai giovani. Sempre all'interno del secondo capitolo verrà dedicato un paragrafo al tema della pandemia da Covid-19, che ha avuto una grande influenza sull'utilizzo dei nuovi media; questa parte si concentrerà sui pro e i contro e sui vissuti degli studenti e dei genitori sull'utilizzo delle nuove tecnologie in un momento caratterizzato da isolamento e solitudine.

Infine, nella terzo capitolo si ragionerà sulle opportunità per il servizio sociale di utilizzare i nuovi media per avvicinarsi alla fascia più giovane della popolazione; verrà poi esposta l'influenza che le nuove tecnologie hanno avuto durante il Covid-19 all'interno dei servizi sociali e come quest'ultimi hanno risposto e vissuto questo cambiamento. Verranno anche portati come esempi tre progetti che hanno lo scopo comune di promuovere il benessere e la salute dei giovani sfruttando al massimo le opportunità dei nuovi media.

# CAPITOLO I

## MEDIA DIGITALI E GIOVANI

### 1.1 Che cosa sono i nuovi media

Per definire i nuovi media e la loro recente evoluzione nel mondo contemporaneo è importante partire dal significato del termine “media” (plurale di medium) ovvero ogni mezzo di comunicazione e informazione che permette di veicolare un messaggio senza il limite spazio-temporale della comunicazione faccia a faccia (Riva, 2019). I media condizionano la comunicazione tra soggetti a tre livelli: livello fisico in quanto ogni medium ha delle caratteristiche fisiche che influenzano la comunicazione; livello simbolico perché è necessario conoscere la dimensione simbolica e i significati di ogni medium per poterlo utilizzare in modo efficace; infine, il livello pragmatico in cui troviamo le pratiche specifiche da conoscere per utilizzare i media (Riva, 2019). A causa di questa continua interazione Lev Vygotskii (2007, cit. in Riva, 2019) definisce il rapporto tra uomo e media bidirezionale: l'uomo può superare i limiti della comunicazione e dell'ambiente grazie ai media ma questo porta a una modificazione di sé stesso.

Stabilito il significato di medium e le sue caratteristiche, si possono definire i nuovi media o media digitali come “*l'insieme dei mezzi di comunicazione che utilizzano il linguaggio digitale nella codifica delle informazioni*” (Riva, 2019, p. 23). I nuovi media sono il risultato delle varie rivoluzioni della comunicazione della storia umana e segnano l'inizio della quarta tappa della comunicazione: La prima rivoluzione è avvenuta più di 5.000 anni fa ed è stata l'invenzione della scrittura: la seconda riguarda i libri e i quotidiani con cui l'informazione inizia a essere fruibile anche ai meno privilegiati; la terza ondata è caratterizzata dall'invenzione delle radio e le televisioni che rendono possibili lo scambio di informazioni in tempo reale in tutto il mondo; infine la quarta rivoluzione inizia con la

nascita dei nuovi media resa possibile dal processo di digitalizzazione iniziato con la nascita del computer (Bassat e Livraghi, 2005). Tuttavia, si può parlare di nuovi media solo a partire dagli anni 2000 quando la loro diffusione raggiunge il fenomeno di massa <sup>1</sup> (Stella, 2014). L'elaborazione digitale, al contrario di quella analogica, descrive il fenomeno in maniera discontinua, un esempio lo si trova all'interno del funzionamento dei computer: essi sono in grado di elaborare solo informazioni di tipo discreto utilizzando il codice binario. La digitalizzazione è stata resa possibile principalmente da tre fenomeni: miniaturizzazione (riduzione delle dimensioni dei calcolatori informatici); innovazioni che hanno cambiato il modo di fruire dei contenuti; compressione delle informazioni ovvero la possibilità di comprimere i dati e occupare meno memoria; infine, l'aumento delle prestazioni grazie a processori sempre più potenti all'interno dei computer (Riva, 2014).

Questa evoluzione ha almeno quattro vantaggi (Riva, 2019): la variabilità in quanto i media digitali traducendo le informazioni in numeri hanno la possibilità di poterle copiare e modificare utilizzando formule matematiche, questo permette ai nuovi media di essere facilmente modificati e avere diverse versioni; la multimedialità in quanto la digitalizzazione permette l'integrazione di diversi canali sensoriali al contrario dei media tradizionali che si limitavano al coinvolgimento di un unico canale; l'interattività perché i nuovi media non hanno modalità di fruizione rigida ma permettono all'individuo di interagire quasi in totale libertà; infine, l'automazione che permette di svolgere in modo automatico alcune operazioni rendendole fruibili anche ai meno esperti. Un'altra caratteristica che fa differire i nuovi media da quelli tradizionali è la necessità di un'interfaccia: uno strumento in grado di farli connettere e di consentire lo scambio di segnali in uno o in entrambi i sensi. L'interfaccia dei nuovi media permette di interagire con lo stesso contenuto in modo diversi, inoltre diventa l'unico strumento per favorire un'esperienza diretta dell'oggetto nei casi in cui il media non abbia una forma fisica ma unicamente digitale (Riva, 2019).

È interessante osservare, però, che i nuovi media non sostituiscono totalmente i vecchi media, ma seguono una contiguità vecchi-nuovi media. Nella storia dei media ogni nuovo mezzo di comunicazione ha preso e ristrutturato le funzioni dei media precedenti; in

---

<sup>1</sup> Si parla di fenomeno di massa quando i cambiamenti raggiungono gli strati medio-bassi della popolazione. (Stella, 2014).

particolare, si possono individuare tre ambiti principali che vengono ripresi da ogni media: i supporti (l'utilizzo di un supporto cartaceo o elettronico), l'organizzazione dei linguaggi e dei contenuti e infine le modalità di accesso e produzione (Stella, 2014).

## 1.2 I Social media

Al centro dei nuovi media si trovano i *social media*: un termine ombrello che include una grande varietà di piattaforme online come i blog, i social network e i forum. Si può definire con questo termine ogni risorsa online che ha lo scopo di connettere vari individui (Aichner., Grunfelder, Maurer and Jegeni, 2021).

In particolare, si possono individuare tre caratteristiche che li distinguono: la presenza di uno spazio virtuale in cui è possibile creare ed esibire un proprio profilo; la possibilità di creare una lista di utenti con cui potersi mettere in contatto e infine la possibilità di analizzare alcune caratteristiche della propria rete (Riva, 2019).

Da una indagine svolta dal Pew Research Center nel 2021<sup>2</sup> (Auxier e Anderson, 2021) si possono individuare principalmente tre piattaforme social utilizzate da giovani adulti (18-24 anni): Instagram<sup>3</sup> (utilizzato dal 76% degli intervistati), Snapchat<sup>4</sup> (75%) e Tik Tok<sup>5</sup> (55%). L'utilizzo di queste tre piattaforme diminuisce con l'aumentare dell'età dei partecipanti, già nella fascia di età 30-49 anni l'utilizzo è notevolmente minore: il 50% ha dichiarato di utilizzare Instagram, meno del 30% Snapchat e circa il 20% tik tok. Il social il cui utilizzo risulta più eterogeneo nelle varie fasce di età è Snapchat che presenta una differenza del 63% tra giovani dai 18 ai 29 anni (65%) e persone con più di 65 anni (2%), al contrario Facebook presenta la discrepanza minore tra le varie fasce di età con solo il 20% di differenza tra le due fasce di età nominate in precedenza.

---

<sup>2</sup> L'analisi è stata svolta tramite interviste telefoniche nei confronti di 1.502 persone con un'età pari o maggiore a 18 anni in America.

<sup>3</sup> Instagram è un social media che permette di creare un proprio profilo e pubblicare foto e immagini che rimangono visibili o scompaiono 24 ore dopo la messa in rete. Offre anche la possibilità di visionare le foto e i profili altrui e di comunicare con quest'ultimi tramite un sistema di messaggistica.

<sup>4</sup> Snapchat è un social che si basa sulla comunicazione privata tra due persone. All'interno di questo scambio si possono inviare foto e video che vengono cancellati automaticamente 24 ore dopo il loro invio, è inoltre possibile scambiarsi messaggi di testo.

<sup>5</sup> Sulla piattaforma di Tik Tok è possibile creare un proprio profilo pubblico dove condividere video, è inoltre possibile guardare i video altrui e commentarli.

A causa delle opportunità e funzionalità variegata che offrono tutte queste piattaforme, possono venire utilizzate per diversi scopi molto eterogenei fra loro. Da una rassegna fatta da Thomas Aichner, Matthias Grunfelder, Oswin Maurer, and Deni Jegeni, nel 2021 possiamo individuare gli utilizzi maggiori dei social media:

*Socializzare con familiari e amici:* alcuni social media facilitano la comunicazione sociale, permettono la creazione di nuovi legami virtuali e facilitano il mantenimento di relazioni già esistenti. In uno studio condotto da Sponcil e Gitimu nel 2012 su 96 studenti universitari del Mid-Western selezionati tramite campionamento stratificato, emerge come il motivo principale di utilizzo dei social media per il 91,7% degli studenti sia la comunicazione con la famiglia e gli amici. Il 50% degli studenti che hanno partecipato alla ricerca afferma di comunicare con familiari e amici tramite social media ogni giorno, il 40% invece afferma di farlo alcuni giorni a settimana. Per ottenere questi risultati è stato utilizzato come metodo di indagine un questionario sull'uso dei social network che indagava: informazioni demografiche, uso dei social media, effetti sulla comunicazione e l'atteggiamento verso di sé.

*Motivi romantici:* i social media sembrano influire significativamente sulla sfera romantica-relazionale delle persone. Possono venire utilizzati per iniziare una nuova relazione, fortificare una relazione appena iniziata o di lunga data e per mantenere una relazione a distanza.

*Interagire con le compagnie e i bra:* quasi tutte le grandi compagnie utilizzano i social media per comunicare con i clienti, dare informazioni, ricevere recensioni e pubblicizzare i propri prodotti e servizi. Il motivo per cui i social media sono così funzionali per le compagnie è il fatto che l'azienda e i clienti possono comunicare in modo bidirezionale.

*Ricerca del lavoro e network professionali:* alcuni social media permettono di mettere in contatto aziende in cerca di lavoratori e persone in cerca di occupazione. Uno dei principali social media in questo ambito è LinkedIn che nel 2020 contava oltre 600 milioni di utenti. In questo social le persone in cerca di occupazione hanno la possibilità di creare un profilo dove inserire il proprio curriculum e le proprie competenze, allo stesso tempo le aziende pubblicano il tipo di lavoro che cercano, le competenze richieste e alcune caratteristiche del contratto.

*Cercare risposte:* i social media vengono sempre più utilizzati come strumento per rispondere alle proprie domande e curiosità. In base alla persona e al tipo di domanda le

fonti cambieranno passando da riviste scientifiche a risposte informali date dalla comunità online. L'utilizzo di Internet come fonte di risposte può essere un'arma a doppio taglio in quanto la persona potrebbe ricevere indicazioni false o addirittura pericolose per la sua indennità. Questo rischio rende ancora più importante l'implementazione della rete come fonte di promozione da parte dei professionisti per evitare la divulgazione e reperibilità di informazioni errate.

### **1.3 Nativi digitali: un concetto complesso**

Come accennato nel paragrafo precedente i nuovi media hanno portato a una rivoluzione culturale e comunicativa. Una conseguenza di questa rivoluzione è stata portare le nuove generazioni cresciute con la tecnologia a vedere quest'ultima come un elemento naturale del proprio ambiente di vita da poter utilizzare per vari scopi (Di Bari, 2011). Il termine nativi digitali viene creato in contrapposizione a immigrati digitali<sup>6</sup> da Prensky nel 2001 per sottolineare i differenti approcci alla tecnologia. Con nativi digitali lo studioso faceva riferimento ai nati tra il 1980 e il 1994 che sembravano essere maggiormente capaci di utilizzare le nuove tecnologie e di integrarle nella loro vita quotidiana (Bennett, Maton e Kervin, 2008). Inoltre, veniva sottolineato un grande distacco fra nativi digitali e immigrati digitali nelle modalità di apprendimento: la generazione cresciuta con la tecnologia aveva una modalità di apprendimento più attiva, mostrava maggiori abilità nel multitasking e ricercava le informazioni tramite internet (Bennett, Maton e Kervin, 2008). In seguito alla coniazione dei termini nativo digitale e immigrato digitale si è aperto un dibattito nella comunità scientifica in particolare sulle cause che rendevano una persona definibile nativa digitale e sulle caratteristiche del loro apprendimento: anche se potrebbe sembrare che l'interazione della nuova generazione con i nuovi media sia intuitiva fin dalla nascita e che quindi ci sia una grossa discontinuità generazionale, si può osservare in realtà come l'abilità di utilizzare i nuovi media sia strettamente legata alla pratica di quest'ultimi: secondo i risultati di EU Kids Online<sup>7</sup> (Mascheroni e Olafson, 2018) nel

---

<sup>6</sup> Prensky definisce con questo termine i nati prima del 1980 che mostravano maggiore difficoltà nell'approccio alla tecnologia (Bennett, Maton e Kervin, 2008).

<sup>7</sup> In Italia l'indagine è stata realizzata attraverso la somministrazione di un questionario ad un campione rappresentativo di 1006 ragazzi e ragazze di 9-17 anni.

2017 l'88% dei ragazzi italiani usa internet a casa ogni giorno , a 15-17 anni una grande percentuale di adolescenti lo utilizzano anche fuori casa (il 74%); anche a 9-10 anni i media risultano essere molto presenti, il 51% dei bambini utilizza lo smartphone quotidianamente per accedere alla rete.

Questi dati mostrano come l'utilizzo dei nuovi media da parte dei giovani sia elevato, per cui la loro capacità di interagire con la tecnologia non è qualcosa di innato ma una conseguenza di molte ore di pratica con quest'ultima (Riva, 2014 cit. in Riva, 2019). In seguito a queste osservazioni si può affermare che l'uso intuitivo ed efficace dei media digitali non sia un fattore unicamente generazionale ma anche e soprattutto una conseguenza dell'utilizzo dei media quotidiana. questo si può notare anche osservando i giovani che a causa delle diseguaglianze sociali ed economiche non possono avere accesso alle nuove tecnologie e di conseguenza non sviluppano le conoscenze e le abilità necessarie per utilizzarle.

Per quanto riguarda l'apprendimento, come accennato in precedenza Prensky (2005) sosteneva che i nativi digitali pensavano e processavano le informazioni in modo diverso dai loro predecessori e che quindi fosse necessario uno stile di insegnamento diverso all'interno delle istituzioni per l'istruzione. Questo pensiero ha il rischio di generalizzare i bisogni e le abilità di un'intera generazione: non tiene conto dello stile di apprendimento del singolo che non è statico e non è mai generalizzabile. Inoltre, gli studenti modificano il proprio approccio nell'apprendimento in base al compito richiesto e l'approccio che ha funzionato di più in passato (Bennett, Maton e Kervin, 2008). Emanuele Rapetti e Lorenzo Cantoni (2010) hanno svolto una ricerca nel 2010<sup>8</sup> per indagare l'importanza percepita dell'apprendimento digitale da parte della generazione definita nativa digitale (nati dopo il 1980): dai risultati emerge una propensione di questa generazione a utilizzare i nuovi media per motivi di lavoro, comunicazione e svago. Tuttavia, l'utilizzo delle nuove tecnologie per l'apprendimento viene visto come un supporto e aiuto ma solo se affiancato da metodologie tradizionali come le lezioni in aula e l'utilizzo di libri cartacei. Un'altra osservazione importante è che i nuovi media si modificano molto velocemente per cui anche fra le generazioni cresciute con il digitale si trovano abilità e conoscenze

---

<sup>8</sup> La ricerca è stata divisa in due fasi: fase quantitativa e fase qualitativa. Nella prima fase sono stati coinvolti 234 persone nate dopo il 1980; nella seconda fase sono state coinvolte 35 persone.

diverse. Per questo motivo Giuseppe Riva (2019) individua quattro generazioni digitali caratterizzate da tecnologie e di conseguenza cambiamenti diversi:

- *Generazione text*: si intendono i nati tra la prima metà degli anni Settanta e Novanta del Novecento che hanno avuto accesso alla tecnologia con interfaccia testuale<sup>9</sup>, è la prima generazione ad aver utilizzato i nuovi media come strumento di comunicazione e per creare comunità virtuali. Il maggiore cambiamento che è avvenuto in questa generazione è la trasformazione del luogo da fisico a ibrido, ciò ha facilitato e aumentato le interazioni con gli amici ma allo stesso tempo ha fatto perdere di significato il luogo fisico.
- *Generazione web*: all'interno ritroviamo i nati a partire dalla seconda metà degli anni Ottanta. Sono stati i primi a usare il World Wide Web come strumento per accedere alle informazioni. Grazie al Web e ai motori di ricerca diventa disponibile un'intelligenza collettiva<sup>10</sup>, tutti possono accedere a informazioni e risorse su qualsiasi argomento. Un'altra caratteristica di questa generazione è stato l'aumento della pirateria dato dalla dematerializzazione dei contenuti, quest'ultimo fenomeno diminuisce la percezione del valore attribuito all'opera e porta il soggetto a vedere il prezzo come un qualcosa da evitare. Sempre in questi anni si assiste a un altro forte cambiamento che influenza tutt'ora la comunicazione e la modalità di fruizione delle nuove tecnologie ovvero il fatto che il nativo digitale non sia più uno spettatore passivo dei contenuti ma uno spettatore attivo che partecipa alla scelta dei contenuti.
- *Generazione social media*: Questa generazione è stata la prima a utilizzare il Web 2.0<sup>11</sup> e comprende i nati nella prima metà degli anni Novanta. Ci sono stati tre cambiamenti principali: l'utente non è più solo uno spettatore passivo che seleziona e modifica le informazioni esistenti ma diventa anche un "commentatore" in grado di discutere e condividere le informazioni con i propri contatti (Mardegan, Riva, e Scatena, 2016 cit. in Riva 2019). Il secondo

---

<sup>9</sup> L'interfaccia si dice testuale quando è prevista la digitazione di comandi tramite tastiera o grafica utilizzando icone e menù (Treccani), alcuni esempi sono le chat, i newsgroup e i messaggi testuali.

<sup>10</sup> Il concetto di intelligenza collettiva viene teorizzata da Pierre Lévy nel 1994, viene definita come un'intelligenza distribuita ovunque e seguita in tempo reale (Riva, 2019).

<sup>11</sup> Il termine web 2.0 viene introdotto da O'Reilly Media nel 2004, come titolo di varie conferenze che trattavano una nuova generazione di servizi internet che permettono di condividere e commentare con facilità contenuti multimediali (Riva, 2019).

cambiamento riguarda il corpo che si trasforma da reale a virtuale, nella comunicazione online viene a mancare la possibilità di osservare i comportamenti non verbali del soggetto. Inoltre, il corpo diventa uno strumento per comunicare una precisa immagine di sé nel proprio profilo. L'ultimo cambiamento è la formazione di uno nuovo spazio sociale che unisce sia l'online che l'offline ovvero l'interrealtà. Quest'ultima si caratterizza per la continua influenza che il mondo digitale ha su quello fisico e viceversa.

- *Generazione touch*: questa generazione nasce insieme alla creazione di smartphone con interfaccia touch, le date principali che hanno portato a questo cambiamento sono due: gennaio 2007, con la messa in commercio dell'iPhone e gennaio 2010 con il primo iPad. Queste novità hanno portato a una rivoluzione nell'utilizzo dei media, grazie alla nuova interfaccia è possibile interagire con essi tramite gli movimenti motori che vengono utilizzati per oggetti fisici. Questo ha portato a due principali cambiamenti: il primo è la possibilità di interagire con i media senza alcuna competenza linguistica, ciò ha permesso anche a bambini di pochi mesi di utilizzare i nuovi media efficacemente. Il secondo cambiamento è la trasformazione dei messaggi in esperienze; infatti, l'esperienza comunicativa dei media con interfaccia touch coinvolge diversi canali sensoriali rendendo l'esperienza più naturale e globale.

Ritornando al concetto esposto precedentemente riguardante l'elevata pratica necessaria per imparare a utilizzare efficacemente i nuovi media, è importante ricordare che non si diventa nativi digitali solo nascendo in un determinato periodo, ma è possibile esserlo anche se di un'altra generazione se si dedica il tempo necessario alle nuove tecnologie per imparare a utilizzarle in modo intuitivo.

Inoltre, con l'avanzare del tempo sempre più persone nasceranno in un mondo digitale, per questo motivo lo stesso Prensky riprende i termini nativi digitali e immigrati digitali in un articolo del 2009 dove afferma che questa distinzione può essere stata funzionale agli inizi del XXI secolo, ma che con l'avanzare del tempo essa sarà superata. In vista di questi cambiamenti Prensky conia il termine "saggezza digitale" dal duplice significato: la saggezza in riferimento alle abilità necessarie per utilizzare le nuove tecnologie; e quella resa possibili dalle nuove tecnologie che ci permettono di superare i nostri limiti mentali (Prensky, 2009).

#### 1.4. Giovani e adulti: visioni differenti sui nuovi media

Le nuove tecnologie, come i vecchi medium in passato, hanno portato a visioni polarizzate sulle loro possibili conseguenze: visioni utopiche e ottimistiche sulle possibilità e opportunità dei nuovi media e visioni allarmistiche, che enfatizzano i fattori di rischio che prevalgono sull'utilità (Riva, 2018). Da un lato i nuovi media possono venire descritti come portatori di novità utili alla cittadinanza grazie a strumenti come il voto elettronico, la teleassistenza, la telemedicina, ecc. dall'altro lato emerge una visione maggiormente critica che si concentra sui rischi e i pericoli come il cyberbullismo e la violazione della privacy (Riva, 2018). Un altro dibattito riguardante le nuove tecnologie si concentra sul concetto di "digital divide" ovvero il divario esistente tra persone che hanno accesso alle nuove tecnologie sia informatiche che comunicative e coloro che invece non hanno le stesse opportunità, portando alla luce la paura che i nuovi media possano andare ad aumentare le disegualianze già presenti nella nostra società. Questo problema viene riportato dalla corrente teorica dei *cyber-scettici* che si contrappongono ai *cyber-utopisti*, i quali si concentrano maggiormente sui miglioramenti che le nuove tecnologie possono portare alla società contemporanea, vedendole come mezzi per arrivare a una società dell'informazione globale priva di barriere denominata da De Sola Pool (1983, cit. in Riva, 2014) "technologies of freedom".

Tutte queste visioni si fanno particolarmente forti e dicotomiche quando si tratta di giovani e nuovi media: il rapporto tra quest'ultimi può essere visto come estremamente dannoso, incolpando i nuovi media di essere la causa di un generale malessere psicologico tra i giovani (Cortoni, 2012); altre prospettive sostengono al contrario che i nuovi media permettono ai giovani di superare in modo più efficace le sfide dell'età moderna, con il rischio opposto di cadere in una narrazione acritica e utopica (Riva, 2018).

Di fatto, l'allarmismo ha caratterizzato la storia di tutti i medium: ad esempio nello stato ideale di Platone la letteratura fantastica era proibita perché vista come causa di devianza giovanile (Bettlheim, 1999 cit. in Riva 2018); un fenomeno simile è avvenuto ai tempi della nascita del romanzo che si credeva potesse corrompere i giovani e causare disturbi della personalità. Allo stesso modo anche i medium arrivati dopo, come la televisione e la radio, hanno portato a una narrazione pubblica allarmistica incentrata sulle possibili conseguenze negative a cui erano a rischio i più giovani (Riva, 2018).

Per comprendere meglio questo fenomeno bisogna partire dal concetto di panico morale: questo termine viene coniato Cohen nel 1970 per riferirsi a un'ondata di allarmismo avvenuta negli anni Sessanta in Gran Bretagna in seguito ad alcuni violenti scontri tra due sottoculture giovanili (Mod e Rockers). I media dell'epoca presentarono i giovani come nemici pubblici, esagerando la comunicazione sulle violenze e le devastazioni che portavano nelle cittadine tranquille del paese. In realtà, secondo le informazioni raccolte dagli studiosi, non ci furono mai queste bande organizzate e la rivalità tra le due sottoculture sembra essere nata in seguito all'allarmismo mediatico (Riva, 2018). *“Il panico morale definisce le onde emotive innescate da una situazione, un evento, una persona o un gruppo di persone, descritto attraverso stereotipi che cominciano a essere identificati come una minaccia per la società”* (Riva, 2018, pag. 43) e secondo Cohen (1972, cit. in Borelli, 2007) sono necessarie tre condizioni concomitanti per la diffusione di quest'ultimo: un fattore che sembra possa mettere in crisi i valori e le regole sociali esistenti; un insieme di rappresentazioni sociali che stigmatizzino il determinato fattore e infine un gruppo sociale che tragga un beneficio simbolico o materiale dal mantenimento dello stato sociale attuale. Il panico morale causa una reazione di rabbia, paura e indignazione nelle persone nei confronti del fenomeno scelto come capro espiatorio che spesso si focalizza su persone vulnerabili: minoranze etniche e culturali, persone che subiscono vari tipi di emarginazione definite come “non persone” da Dal Lago (2009, cit. in Pattaro, Riva, Tosolini, 2017).

Tornando al fenomeno specifico dei nuovi media e i giovani si può osservare come, anche oggi, spesso dalla stampa e i telegiornali le nuove tecnologie vengano riportate come la causa del disagio e della devianza nei giovani, aumentando nel pubblico una visione distopica dei nuovi media e un'immagine disagiata dei giovani (Cortoni, 2012) facendo così assumere alle nuove tecnologie il ruolo di capri espiatori della maggior parte dei problemi che i giovani esternano (Riva, 2018). Il problema principale della comunicazione sui media è che è fatta da uno sguardo adulto che non tiene conto dei vissuti personali dei giovani e non permette loro raccontarsi e che spesso ha esigenze di controllo dettate dall'ansia e la paura di non essere in grado di attuare delle strategie adatte al cambiamento che sta avvenendo (Pattaro, Riva, Tosolini, 2017). Questa comunicazione spesso si sofferma sui rischi e le conseguenze della rete vedendo i giovani come persone che subiscono passivamente tutto ciò che gli accade, portando al discorso pubblico tratti

del panico morale (Riva, 2018) quando in realtà possono essere anche partecipanti o protagonisti in quanto soggetti dotati di una propria autoefficacia. Inoltre, la retorica allarmistica tende a generalizzare il vissuto dei giovani e il rischio della rete senza tenere conto che i limiti e le opportunità della rete dipendono dalla dimestichezza e il sistema culturale e sociale in cui sono immersi i ragazzi (Pattaro, Riva, Tosolini, 2017).

Allo stesso modo, vedere i giovani come naturalmente competenti della tecnologia non tiene conto delle differenze individuali e della necessità di un utilizzo prolungato dei nuovi media per imparare a usarli efficacemente. Questo pensiero, inoltre, aumenta il rischio di delegittimare interventi educativi da parte della famiglia, la scuola e le istituzioni che hanno lo scopo di insegnare ai giovani a utilizzare internet in modo informato e critico (Pattaro, Riva, Tosolini, 2017). Alcune visioni degli adulti nei confronti dei social media

emergono da una ricerca<sup>12</sup> svolta da Chiara Pattaro, Claudio Riva e Chiara Tosolini (2017), che ha avuto come scopo indagare i pensieri sui nuovi media da parte di studenti e docenti di alcune scuole secondarie di secondo grado (negli anni scolastici 2013/14; 2014/15; 2015/16). Dall'intervista semi-strutturata proposta ai docenti emerge una generale tendenza a concentrarsi ed accentuare i rischi piuttosto che le potenzialità dei media digitali. In particolare, sul tema delle relazioni sociali online emerge una visione minoritaria che vede i nuovi media come uno strumento che permette di sviluppare l'autonomia e l'identità dei ragazzi; mentre la maggioranza afferma di vedere le relazioni sui social media come non autentiche e superficiali. Dalle risposte emergono spesso visioni semplicistiche che contrappongono il reale al virtuale e vedono i social media come passaggi di accesso ad un universo parallelo, che non tengono conto del significato che i giovani danno alle nuove tecnologie.

All'interno della medesima ricerca rivolta agli studenti si può osservare come a volte la retorica degli adulti sui nuovi media influenzi il pensiero su quest'ultimi anche da parte dei più giovani, per questo anche all'interno della nuova generazione si trovano posizioni

---

<sup>12</sup> La ricerca si è svolta in due fasi: la prima è stata composta da un progetto laboratoriale che ha coinvolto 50 studenti di tre licei delle scienze umane che consisteva inizialmente nella lettura e commento del testo "I Barbari. Saggio sulla mutazione" di Baricco e infine in una prova in cui i ragazzi dovevano commentare il significato centrale del testo concentrandosi sul rapporto tra giovani, adulti e nuovi media. La seconda fase è stata svolta nei confronti di 50 docenti (provenienti da diverse tipologie di scuole secondarie di secondo grado) tramite interviste semi-strutturate che indagavano vari temi riguardanti i nuovi media (Pattaro, Riva, Tosolini 2017).

molto eterogenee, a volte in antitesi, in merito ai media digitali: alcuni tendono a focalizzarsi sui rischi come il pericolo di adescamento, le truffe, la dipendenza ecc., e le dinamiche più negative come la solitudine all'interno dei nuovi media, allineandosi così a una visione degli adulti allarmistica e mostrando a volte una scissione fra pensiero e comportamento (ad esempio svolgere i compiti ascoltando la musica e sostenere allo stesso tempo come gli adulti di riferimento che è un metodo superficiale di portare a termine un lavoro); mentre altri li vedono come un'opportunità da sfruttare da un punto di vista informativo, comunicativo e sociale, in particolare come fattore maggiormente positivo viene riportata la possibilità di poter essere contemporaneamente qui e in un altro luogo, dinamica che prima dell'arrivo dei nuovi media non era possibile (Pattaro, Riva, Tosolini, 2017).

Dalle differenti visioni di adulti e giovani emerge la difficoltà a trovare un luogo di comunicazione comune. Tuttavia, vedere le nuove tecnologie unicamente come luogo di conflitto e divario generazionale rischia di non mettere in luce l'opportunità di far nascere una cooperazione e una relazione positiva tra adulti e giovani sempre grazie ai nuovi media. Ad esempio, un particolare fenomeno che permette di avere un punto di incontro tra le due diverse generazioni è la socializzazione rovesciata (Robertson, 1998 cit. in Pattaro, Riva e Tosolini, 2017), che vede i giovani trasmettere conoscenze culturali agli adulti. Allo stesso tempo quest'ultimi dispongono di maggiori risorse economiche necessarie per possedere le nuove tecnologie, portando a una negoziazione e uno spazio di incontro tra le diverse generazioni (Pattaro, Riva e Tosolini, 2017).

È altrettanto importante ricordare che il conflitto intergenerazionale è sempre esistito e non va visto solo come causa di scontri ma anche di progressi; Inoltre, per i più giovani questo scontro è anche un fenomeno utile al processo di socializzazione e formazione necessari per lo sviluppo di tutti gli esseri umani (Pattaro, Riva e Tosolini, 2017).

## **CAPITOLO 2**

# **RISCHI E OPPORTUNITA' DEI NUOVI MEDIA**

### **2.1 Identità e relazioni nei nuovi media**

Nel primo capitolo è stato analizzato l'impatto dei nuovi media e la loro importanza nella quotidianità dei più giovani. Tenuto conto di quanto è stato messo in evidenza, risulta complicato pensare che le nuove tecnologie non abbiano alcun impatto nella costruzione dell'identità e delle relazioni in un periodo complesso come l'adolescenza. Questa fase dello sviluppo è una tappa fondamentale per la formazione verso l'età adulta, perché è in questo periodo che ragazze e ragazzi iniziano a pianificare il proprio futuro e scoprono chi sono e chi vogliono essere tramite un processo di individuazione e costruzione della propria identità (Pellai, 2018). In particolare, l'adolescente costruisce la propria soggettività osservandosi da dentro (io) e da fuori (me) e ciò gli permette di diventare consapevole delle proprie caratteristiche individuali e del suo ruolo all'interno della società (Riva, 2019). L'identità può essere divisa in personale e sociale: con la prima si fa riferimento alla consapevolezza delle caratteristiche stabili che definiscono il soggetto (es. fisiche e di personalità) e che di conseguenza subiscono poche variazioni nel corso della vita; l'identità sociale, invece, riguarda la consapevolezza del soggetto della sua posizione all'interno dei gruppi sociali di riferimento e, dati i vari cambiamenti sociali che si attraversano nel corso della vita, questa identità è instabile e può cambiare più volte (Riva, 2019). Prima dei social media lo sviluppo dell'identità sociale era limitato dai vincoli spaziali e temporali, ovvero dai gruppi sociali di cui il soggetto faceva parte, per cui le caratteristiche della persona dipendevano dalla posizione assunta nel gruppo e al modo in cui i suoi comportamenti venivano narrati dagli altri componenti. Secondo Sennet (1977 cit. in Miller et al., 2018) una volta l'identità era un concetto ascripto che dipendeva quasi totalmente dallo stato di nascita, con poche possibilità di modificarlo nel corso della vita. In seguito, nel mondo moderno, secondo Giddens (1991 cit. in Miller et

al., 2018) l'identità passa da una dimensione fissa e stabile a una mutabile in base alle situazioni e alle dinamiche in cui la persona si ritrova. Con l'arrivo dei social media il pensiero esposto da Giddens diventa ancora più solido; infatti, grazie ai nuovi media i giovani possono raccontare a un vasto pubblico sé stessi e di conseguenza hanno la possibilità di definire le caratteristiche della propria posizione all'interno del gruppo e di ricercare quella altrui per confrontarla con la propria. Inoltre, i nuovi media permettono una diffusione e condivisione di pettegolezzi molto più ampia confronto al passato, rendendo così maggiore la probabilità di reperire informazioni e valutare qualcuno sulla base dei racconti altrui (Riva, 2019).

A questo proposito, Giuseppe Riva (2019) individua tre paradossi che caratterizzano la costruzione dell'identità sociale all'interno dello spazio digitale, che per sua natura è un luogo ibrido che racchiude al suo interno mondo reale e digitale:

- *Primo paradosso*: all'interno dei social media la fisicità del corpo reale viene sostituita da un corpo virtuale composto da diverse immagini parziali e contestualizzate. In pratica, il soggetto nei social media può decidere e organizzare in modo strategico la propria presentazione e trasmettere una precisa immagine di sé (definita *impression management*). Inoltre, nei nuovi media, se non si dichiara esplicitamente la propria identità, si possono sperimentare diversi modi di essere visto che se si fallisce non ci saranno grandi conseguenze. Questa dinamica rende il mondo digitale il luogo ideale per sviluppare e sperimentare diversi aspetti della propria identità. Quest'ultimo aspetto è un fattore fondamentale non solo in adolescenza ma anche in età adulta, dove essere in grado di gestire diversi ruoli è importante per avere una vita di successo. Allo stesso tempo, una psicologa americana, Katelyn McKenna (2007, cit. in Riva, 2019) ha dimostrato che le persone sono più propense a mostrare il proprio vero sé online piuttosto che nella vita reale, perché all'interno di una rete di amici di cui non si possono osservare le reazioni emotive immediate, risulta più facile condividere le proprie caratteristiche più intime con minor rischio di disapprovazione sociale. Tuttavia, online non sempre il soggetto può decidere personalmente che identità mostrare, perché anche i componenti della propria rete possono condividere informazioni sulla persona in oggetto, che vanno a modificare la sua identità sociale online, ad esempio commentando post o taggando la stessa in una foto o

un testo. Una conseguenza di questa dinamica è la possibile percezione di mancanza di sicurezza da parte del soggetto che nonostante tutti gli sforzi per definire una propria immagine online rischia continuamente di vedere modificata quest'ultima da un amico. Il risultato di questo è una identità fluida e plurale che è precaria, mutevole e incerta (Riva, 2019). Un'identità fluida, come accennato precedentemente, può essere un vantaggio per un adulto; tuttavia, potrebbe risultare problematica per un adolescente che necessita di integrare varie componenti di tipo personale, sociale ed esperienziale per superare la crisi d'identità tipica di questa età (Erickson, 1968 cit. in Riva, 2019). In un mondo in cui reale e digitale si uniscono portando alla formazione di identità multiple piuttosto che alla loro integrazione il superamento della crisi d'identità può essere molto più difficoltoso con conseguenze rilevanti sui rapporti personali e sociali.

- *Secondo paradosso*: la maggior parte degli utenti dei social media non si racconta su un unico medium online, ma su piattaforme diversificate (es. WhatsApp, Facebook, tik tok) scegliendo cosa pubblicare e che immagine trasmettere su ciascuno dei medium portando a una gestione avanzata dell'identità sociale che può essere definita "personal branding" (Riva, 2019). Grazie al personal branding è possibile promuovere e costruire la propria reputazione all'interno della propria rete con risultati efficaci sia a livello relazionale che professionale. Un altro elemento importante del personal branding per i giovani è il numero di "follower" e "mi piace" che si ricevono online e per gli adolescenti rappresentano indicatori e segnali di popolarità che incidono sulla percezione del sé all'interno del gruppo. Tuttavia, questo fenomeno, vista la facilità con cui i social media permettono di creare e condividere contenuti ha reso possibile per le altre persone di trovare numerose informazioni e dati personali. Il risultato è che, seguendo le tracce lasciate dal soggetto nelle varie piattaforme è possibile per gli altri ricostruire l'identità reale della persona in oggetto. In pratica, l'inserimento dei propri dati su un social network va a costituire una memoria storica della propria identità e attività che non può essere eliminata quando si desidera e che può essere usata anche a scopi commerciali. Un altro rischio dato da questa memoria storica online è che un possibile datore di lavoro venga a conoscenza di fatti e opinioni che non ritiene adeguati per un suo dipendente. Nonostante questi rischi, però, i giovani

non sembrano considerare la privacy un valore importante; infatti, da una ricerca di Castelvechio e Fabris (2008, cit. in Riva, 2019) effettuata su 500 studenti italiani emerge che il 57% degli intervistati non ritiene la privacy un diritto, ma anzi una minaccia alla libera conoscenza e per questo sono disposti a condividere online informazioni personali.

- *Terzo paradosso*: nella vita di ogni persona possiamo trovare legami forti (ovvero le relazioni più significative e intime) e legami deboli (caratterizzati dai conoscenti). I primi hanno un ruolo importante nel supporto del soggetto e nella formazione della sua identità digitali, mentre i secondi sono particolarmente importanti a livello sociale perché ci permettono di trovare nuove opportunità e formare nuovi legami. Generalmente nella vita offline la maggior parte del tempo viene dedicata ai legami forti, mentre all'interno dello spazio digitale è possibile investire molto tempo per i legami deboli grazie alle funzioni e le opportunità dei social media che permettono di condividere e pubblicare foto/post che possono essere visti anche da quest'ultimi. Allo stesso tempo il soggetto può osservare le caratteristiche e i gusti dei legami deboli sui social media, avendo così maggiori opportunità di individuare nuovi amici e/o nuove occasioni di conoscenza. Questo fenomeno è possibile nella maggior parte dai social network perché spesso quest'ultimi permettono un'unica modalità di relazione che rende accessibili i profili altrui senza distinzione tra legami forti e legami deboli. Tuttavia, questo porta anche a una problematica, ovvero l'impossibilità di differenziare i ruoli con i membri della rete di riferimento. Infatti, nella vita offline la relazione con i legami deboli è mediata da un ruolo preciso (es. docente, genitore, tifoso) che permette al soggetto di esporsi in base al contesto. Invece, nei social media ciò che viene pubblicato può essere visto da tutti indistintamente, col rischio di condividere qualcosa che può portare a incomprensioni e a mettere a repentaglio la propria reputazione. Questo fenomeno è favorito dalla configurazione e l'interfaccia dei social media che rendono difficile per la persona che li utilizza rendersi conto che ciò che sta scrivendo sul proprio profilo potrà essere visualizzato da un vasto pubblico (Rivoltella, 2019). Per questo è importante rendere coscienti i giovani dei rischi e delle possibilità delle pubblicazioni online così che possano scegliere in maniera più cosciente.

Oltre al bisogno di distacco dagli adulti di riferimento e individuazione in adolescenza anche la socializzazione segna un processo fondamentale: quest'ultima assolve i bisogni innati dell'adolescente di costruire nuove relazioni e legami esterni alla famiglia e permette all'adolescente di sviluppare una maggior indipendenza e di formarsi una rete sociale di supporto (Pellai, 2018). Spesso si sente parlare dei social media come uno strumento che incrementa la mediazione nelle relazioni facendo perdere a quest'ultime l'autenticità; tuttavia, secondo gli antropologi non esiste una relazione autentica senza mediazioni, in quanto anche gli scambi comunicativi svolti in assenza dei nuovi media sono mediati da norme culturali e sociali (Miller et al., 2018). Per non osservare mondo online e offline come due opposti si può riprendere il concetto di "frame" di Goffman (1975 cit. in Miller et al., 2018) che spiega come il "framing" (ovvero la situazione in cui si trova) porti a determinati comportamenti e aspettative; conoscere la varietà di quest'ultimi ed essere in grado di riconoscerli e individuarli nella vita quotidiana permette a tutte le persone di seguire le aspettative sociali. Quando si parla di online e offline, secondo Aarsand (2008, cit. in Miller et al., 2018) essi andrebbero considerati come due frame che fanno parte della quotidianità e che richiedono comportamenti e atteggiamenti diversi. Per questi motivi spesso le persone sentono che la sfera online comporta aspetti diversi nelle relazioni. Tuttavia, invece di vedere queste due realtà in opposizione, esse si possono osservare come complementari, la cui combinazione permette una rappresentazione della persona e delle sue relazioni più completa. Infatti, tramite il sistema di messaggi, commenti, reazioni ai post e la scelta di cosa pubblicare e quando i giovani comunicano continuamente all'interno di una comunità di amici connessa a tempo pieno, ovvero gruppi di persone uniti da continui flussi comunicativi che avvengono online e offline e si influenzano a vicenda (Riva, 2018). Infatti, nel complesso sembra che i giovani mostrino un lavoro affettivo che tiene insieme online e offline e un desiderio di coinvolgimento nelle piattaforme social di tutte le relazioni significative, a partire da quelle con i genitori e i parenti (Pediconi e Brunori, 2019).

Ancora Giuseppe Riva (2019) individua anche nelle relazioni online, come per l'identità all'interno dei nuovi media, tre possibili paradossi:

- *Primo paradosso*: nonostante le maggior possibilità di incontrare e creare relazioni, sui social media sembra essere più difficile il processo di costruzione di

una comunità <sup>13</sup>. Il principale fattore che sembra influire su questa difficoltà è il cambiamento del concetto di luogo fisico che, secondo la psicologia sociale, sembra essere un fattore fondamentale per la creazione di una comunità fisica. Infatti, le persone più giovani hanno un diverso concetto di luogo che le porta a rifugiarsi nella sfera online nel caso il luogo fisico non risulti abbastanza interessante. Questo processo, però, rende maggiormente difficoltosa la conoscenza delle persone che si possono incontrare in vari luoghi fisici. In pratica il superamento dei confini spazio-temporali di un luogo fisico può essere un vantaggio per l'individuo, visto che gli permette di accedere a maggiori opportunità, ma allo stesso tempo uno svantaggio per il gruppo in quanto diminuiscono le possibilità di conoscenza reciproca necessaria per la creazione di comunità. Un altro fattore che incide sulle difficoltà nel creare una comunità è l'impatto negativo che i nuovi media hanno nel riconoscimento e la comprensione delle emozioni altrui. Questo porta a difficoltà nella capacità dei soggetti di condividere le emozioni altrui quando si trovano in un luogo fisico favorendo una logica individualistica e di conseguenza rendendo maggiormente difficile creare relazioni profonde e durature. Il risultato di questi processi è che i nuovi media pur creando maggiori opportunità di conoscenza e relazioni rendono allo stesso tempo più difficoltoso creare relazioni profonde con altre persone, rischiando che il soggetto si ritrovi solo una serie di relazioni superficiali che non gli danno il supporto emotivo necessario. Tuttavia, nonostante le problematiche elencate resta possibile costruire rapporti interpersonali importanti anche all'interno dei nuovi media. Secondo la Social Information Processing Theory i soggetti interessati a costruire relazioni sono in grado di adattare le proprie abilità comunicative alle opportunità dei vari medium. Pur richiedendo maggiore tempo la costruzione di comunità online resta possibile grazie a tre possibilità: avere tempo e voglia a disposizione per creare relazioni; sovrapporre una rete digitale a una fisica rendendo meno problematici i problemi di identità e fiducia che potrebbero nascere da conoscere solo online e favorendo allo stesso tempo il mantenimento di un gruppo di relazioni anche se distanti fisicamente; l'ultima possibilità è la

---

<sup>13</sup> Per comunità si intendono le reti sociali stabili nel tempo formate in base alla vicinanza fisica e/o di interessi comuni (Riva, 2019).

creazione di “comunità pratiche”<sup>14</sup> che se formata all’interno dello spazio digitale (definite smart mob da Rheingold, 2013 cit. in Riva, 2019) permette di agire con modalità non possibili nello spazio fisico in grado di promuovere un cambiamento sociale e raggiungere più velocemente gli obiettivi comuni.

- *Secondo paradosso*: questo paradosso si basa sui costi e i capitali sociali all’interno dei nuovi media. Infatti, nonostante il capitale sociale sia maggiore dei costi con le nuove tecnologie, i vantaggi economici e sociali derivanti da questo processo non sono uguali per tutti, ma variano in base alla posizione dei soggetti e i differenti legami nella rete. Un esempio è la figura di “social influencer”<sup>15</sup> che grazie alla capacità di assumere un ruolo centrale all’interno di una rete digitale riesce ad aumentare la propria mobilità sociale molto più velocemente di quanto sarebbe possibile al di fuori dei nuovi media. Fare l’influencer è un’attività redditizia in termini economici, infatti spesso queste persone vengono contattate per sponsorizzare vari prodotti e vengono pagate dalle aziende in base ai propri follower <sup>16</sup>. Tuttavia, come riportato dal secondo paradosso i vantaggi delle reti sociali sono distribuite in modo diseguale nei nuovi media; infatti, senza un numero di follower significativo (sopra i 100.000) i vantaggi per la persona sono veramente pochi. Diventare influencer e raggiungere un alto numero di follower richiede un investimento di denaro e di tempo che non tutti possono permettersi. Il rischio è che alcuni giovani che desiderano raggiungere questo obiettivo si trovino a rischiare e a precludersi altre possibili alternative di crescita sociale. Inoltre, chi raggiunge la fama sui social network può rischiare di ritrovarsi spesso a passare la quotidianità pensando ai follower, ai contenuti da pubblicare e ai commenti negativi (che aumentano con l’aumentare della fama); questo porta il soggetto a cercare di assecondare i seguaci, cosciente del rischio di perdere la propria fama a causa loro, anche quando non si trova d’accordo.

---

<sup>14</sup> Una comunità pratica è caratterizzata da un insieme di conoscenze comuni, implicite ed esplicite, che mediano il comportamento dei membri del gruppo rendendoli maggiormente prevedibili e comprensibili agli altri membri (Riva, 2019).

<sup>15</sup> Il termine influencer, secondo il dizionario Zingarelli (2018 cit. in Riva 2019 pp. 144) è “*un personaggio popolare sui social network in grado di esercitare un influsso sulle scelte dei settori pubblici*”. Nella pratica il social influencer utilizza la creazione di contenuti digitali in cui esprime la propria opinione su vari argomenti.

<sup>16</sup> Con il termine follower si fa riferimento a tutte le persone che seguono su una piattaforma social una determinata persona.

- *Terzo paradosso*: l'ultimo paradosso fa presente come all'interno dei social media pur essendo molto più facile trovare relazioni sentimentali sia maggiormente difficoltoso rendere quest'ultime profonde e durature. Come spiega lo psichiatra Fausto Manara (2011; 2018 cit. in Riva 2019) la quantità di persone che trovano partner online è in continua crescita e nel 2025 potrebbe riguardare una coppia su tre. Prima di affrontare le difficoltà legate alle relazioni sentimentali online è importante spiegare i motivi, individuati da Katelyn McKenna, Amie Green e Marci Gleason (2002, cit. in Riva 2019), che le rendono più facili da far nascere: la possibilità di superare le barriere spaziali; la comunicazione iperpersonale che sembra essere favorita dal superamento delle barriere spaziali e permette di formare un maggiore senso di intimità fra due persone; la possibilità di avere fin da subito elementi in comune visto che le relazioni online di solito partono da un'amicizia o un interesse in comune; la maggior idealizzazione dell'altro data dal minor numero di informazioni ottenibili online confronto a un incontro fisico; infine, il maggior controllo sulla presentazione della propria persona che diminuisce i fattori situazionistici e contestuali. Tutto questo porta anche a dei risvolti negativi, ad esempio il superamento del limite spaziale permette alla persona di diminuire i tempi e rischi della seduzione e favorisce la conoscenza di nuovi compagni portando la persona a pensare che, vista la grande quantità di grandi partner, la persona ideale sia solo a un click di distanza. Questo pensiero porta a uno scarso impegno sulle relazioni attuali che vengono viste come momenti di passaggio in attesa di una persona migliore. Inoltre, come accennato precedentemente, l'assenza di corporeità online porta i più giovani ad avere meno competenze nella comprensione emotiva dell'altro che risulta essenziale per superare le naturali crisi che caratterizzano i rapporti sentimentali. In particolare, la dimensione online favorisce un fenomeno denominato "ghosting", che consiste nella totale interruzione della comunicazione sia online che fisica con il proprio partner. Quest'ultimo si ritrova impossibilitato a richiedere spiegazioni e a confrontarsi con l'altro portando a sentimenti di svalutazione e abbandono che andranno a incidere anche nelle relazioni future. I social media, inoltre, non sembrano influenzare solo la nascita di una relazione ma anche la sua evoluzione. Secondo Iaquina e Salvo (2017, cit. in Pediconi e Brunori, 2019 p. 55) "*i nativi*

*digitali sembrano oscillare tra comportamenti sessuali disinibiti e investimenti affettivi di grande chiusura*"; ciò potrebbe essere spiegato dal fatto che da un lato i social permettono ai partner di mostrare la loro relazione online e condividere con amici e conoscenti i vissuti romantici (Pediconi e Brunori, 2018), mentre dall'altro i social possono alimentare gelosie e tendenze al controllo del partner. Nello specifico Muise, Christofides e Desmarais (2009, cit. in Pediconi e Brunori, 2019) hanno rilevato che Facebook facilita gelosie e sospetti tra i partner causando un forte stress emotivo. In pratica i social sono in grado di aumentare e potenziare i vissuti di una relazione fisica, aumentandone la soddisfazione e la longevità, o al contrario rovinandola a causa di comportamenti controllanti che spesso derivano da sentimenti negativi e instabilità emotiva (Pediconi e Brunori, 2019).

Per concludere il tema delle relazioni nella rete è importante far riferimento anche al concetto di fandom che rappresenta un esempio di cultura partecipativa (Jenkins, 2006 cit. in Riva, 2018). Il fandom è un fenomeno culturale contemporaneo, molto utilizzato dai giovani all'interno dei nuovi media, che riguarda i consumatori, denominati "fan" appassionati di varie forme di intrattenimento multimediale (es. programmi tv). I "fan" sono esperti del prodotto multimediale in questione e sono in grado non solo di interagire passivamente con il prodotto ma anche attivamente, ad esempio tramite la creazione di gruppi online e la produzione di materiale multimediale inerente al proprio interesse (Riva, 2018). Il fandom permette di creare una comunità di persone che favorisce le relazioni tra i membri grazie a una forte passione in comune. Inoltre, questo fenomeno mostra come i giovani online non siano solo spettatori passivi ma persone che riescono ad agire attivamente nella creazione di contenuti e di nuove relazioni.

## **2.2 I rischi dei nuovi media**

Come accennato nel paragrafo precedente su identità e relazioni, i nuovi media portano con sé sia opportunità che rischi. Tuttavia, è importante tenere a mente che entrambi dipendono soprattutto dal contesto socio-culturale in cui la persona è inserita (Pattaro, Riva e Tosolini, 2017). In questo paragrafo si porrà maggiore attenzione ai possibili rischi facendo presente che quest'ultimi non per forza portano a un danno; anzi, la percentuale

di adolescenti che in seguito all'esposizione di un rischio sviluppano danni è molto bassa (Mascheroni, Ólafsson, 2017). L'esposizione a eventi negativi online, come i rischi sperimentati offline, potrebbero anche rientrare nelle difficoltà necessarie ai giovani per imparare a gestire e riconoscere varie situazioni pericolose (Pattaro, Riva e Tosolini, 2017). Per questo è importante non generalizzare e riuscire a identificare i ragazzi più vulnerabili a possibili conseguenze dannose (Mascheroni, Ólafsson, 2017).

La ricerca EU Kids Online del 2017<sup>17</sup>, ci permette di avere una visione generale dei rischi e i possibili pericoli in cui i ragazzi potrebbero incorrere durante l'uso del Web 2.0. Dai risultati emerge che il 13% degli adolescenti italiani a cui è stato sottoposto il questionario si è sentito turbato o infastidito da una esperienza online nell'ultimo anno; per la maggior parte di questi ragazzi si è trattato di un'esperienza sporadica, mentre per una minoranza è stato un evento frequente nel tempo. Questa percentuale è raddoppiata confronto all'indagine svolta nel 2010 e 2013: sembra che in alcuni paesi, come l'Italia e la Danimarca, all'aumentare dell'utilizzo di internet e delle sue opportunità aumentino anche i rischi e la possibilità di esperienze negative; al contrario, in altri paesi come Belgio e Regno Unito sembra che all'aumentare delle opportunità l'esposizione ai rischi diminuisca, probabilmente grazie a una maggiore educazione sulle nuove tecnologie (Mascheroni e Ólafsson, 2017).

Dalla ricerca appena citata di EU Kids Online 2017 è possibile delineare i rischi principali del web 2.0:

*Cyberbullismo*: per definire questo fenomeno è necessario prima delineare una definizione teorica del termine bullismo che “*identifica comunemente un quadro di comportamenti di prevaricazione in cui è riconoscibile un'intenzionalità malevola, una persistenza degli atti e una fissità dei ruoli di dominanza e sottomissione*” (Trincherò 2009 cit. in Cavalli e Formella, 2018 pp. 89). Questo fenomeno ha lo scopo di arrecare danni fisici e/o psicologici nei confronti di uno o più soggetti (Cavalli e Formella, 2018). Il cyberbullismo è una forma di bullismo che utilizza le nuove tecnologie per perpetuare questi comportamenti; quest'ultime apportano al cyberbullismo delle peculiarità non ritrovabili nel bullismo tradizionale: la comunicazione mediata porta a una distanza fisica

---

<sup>17</sup> Come già indicato nel primo capitolo, si ricorda che la ricerca in Italia è stata svolta su un campione rappresentativo di 1006 ragazzi e ragazze di 9-17 anni attraverso la somministrazione di un questionario.

tra bullo e vittima, una maggiore sensazione di anonimato da parte del primo soggetto e un pubblico (parte fondamentale per il mantenimento o l'interruzione del bullismo) molto più vasto che nella realtà offline (Gini, 2019). Dalla ricerca emerge che il 6% dei ragazzi intervistati è stata vittima di cyberbullismo. Viene descritta come un'esperienza molto dolorosa, in particolare i ragazzi di 13-14 anni mostrano una reazione maggiormente negativa confronto ad altre classi di età: il 47% dei ragazzi e il 53% delle ragazze si sono definiti molto turbati. Il 9% degli intervistati ha invece ammesso di aver attuato atti di bullismo nei confronti di altri soggetti, la percentuale di bulli è maggiore nelle fasce di età 11-12 (10%) e 13-14 (16%). La percentuale di ragazzi che, invece, ha assistito ad atti di bullismo online senza esserne partecipe è del 19%: circa la metà di questi intervistati (49%) ha dichiarato di aver cercato di aiutare la vittima, il 50% non ha fatto niente e l'1% ha incoraggiato il bullo. L'azione di aiutare la vittima sembra essere più frequente nella fascia d'età di 11-12 anni (64%) e tra le ragazze (60%) confronto ai loro coetanei maschi.

*Cyberhate*: si caratterizza per discorsi di odio online tramite commenti violenti, discriminatori e offensivi. È una esperienza molto comune tra i ragazzi, il 31% di loro ha dichiarato di essersi imbattuto in contenuti d'odio e discriminatori verso individui o gruppi a causa del colore della loro pelle, la loro religione o il gruppo etnico di appartenenza. L'esperienza è particolarmente frequente nella fascia d'età 15-17 (41%). L'11% dei ragazzi che hanno avuto questa esperienza l'ha vissuta almeno una volta al mese, il 18% invece afferma che è stato un avvenimento sporadico. Il 4% dei ragazzi intervistati ha anche dichiarato di aver cercato attivamente siti e/o contenuti razzisti che incitano volutamente all'odio. I sentimenti più diffusi in seguito a un evento simile sono la tristezza (52%), il disprezzo (36%), la rabbia (35%) e la vergogna (20%). Tra le reazioni più frequenti invece troviamo un atteggiamento passivo in cui gli intervistati non hanno fatto nulla (58%) e una buona percentuale di ragazzi che al contrario hanno aiutato la vittima (42%). Tuttavia, l'hate speech rimane nella maggior parte dei casi un'esperienza indiretta in cui i ragazzi e la loro comunità di appartenenza non sono bersaglio (97%). Una piccola percentuale (2%) dichiara di aver inviato messaggi d'odio e discriminanti contro un individuo o un gruppo di individui.

*Sexting*: con questo termine si intende l'invio, la ricezione o la condivisione di materiale sessualmente esplicito tramite le nuove tecnologie (Gool et al., 2017). Il sexting potrebbe essere visto da alcuni adolescenti come un modo di esplorare la propria sessualità e identità sessuale, in un periodo della vita dove si inizia a sviluppare la propria sessualità e ad avere le prime esperienze romantiche e relazionali (Gool et al., 2017). Il 7% dei ragazzi tra gli 11 e i 16 anni ha dichiarato di aver ricevuto messaggi sessualmente espliciti; la fascia di età tra i 15 e 17 anni ha maggiore probabilità di ricevere questo tipo di messaggi (12%). La maggior parte di questi ragazzi si è definito turbato in seguito all'accaduto, il 20% invece, ha dichiarato di essersi sentito felice. In particolare, ci sono forti differenze di genere, infatti il 67% delle ragazze sono rimaste molto turbate e nessuna di loro ha dichiarato di essersi sentita felice, al contrario dei ragazzi il cui 29% si è espresso felice dell'accaduto. Per quanto riguarda invece l'invio di messaggi sessualmente espliciti solo il 2% dichiara di averlo fatto e questo comportamento sembra essere maggiormente diffuso tra maschi adolescenti tra i 15 e i 17 anni. Uno dei maggiori rischi in cui incorrono le persone che inviano foto sessualmente esplicite è la loro diffusione senza il loro consenso. Questo fenomeno viene chiamato "revenge porn" ed è solitamente attuato da un ex partner che per vendetta condivide foto sessualmente esplicite ricevute durante la relazione romantica (Bates, 2016). Da uno studio di Bates (2016) effettuato attraverso un'indagine qualitativa tramite interviste semi strutturate con 18 donne vittime di revenge porn, emergono conseguenze molto negative sulla salute mentale delle vittime, quali ad esempio: difficoltà a fidarsi delle altre persone, disturbo post traumatico da stress, depressione, ansia, bassa autostima, perdita di controllo e meccanismi di coping negativi (es. abuso di droghe e alcool).

*Pornografia*: all'interno della ricerca con questa macrocategoria si è inteso l'essersi imbattuti in immagini sessualmente esplicite in internet, tv o su una rivista. Il 31% (confronto al 12% nel 2010) dei ragazzi tra i 9 e 17 anni ha dichiarato di essersi imbattuto in immagini pornografiche, la probabilità di vedere queste immagini è maggiore su internet e in Tv. Queste esperienze sono più comuni tra maschi e adolescenti tra i 15 e i 17 anni (51%). La reazione generale a questo evento è soprattutto di indifferenza; tuttavia, il 7% dichiara di essersi sentito molto turbato e il 17% abbastanza turbato. I maschi (12%)

hanno più probabilità di dichiararsi felici dopo aver visto un'immagine pornografica mentre le ragazze (28%) e i ragazzi di 11-12 anni (68%) sono più spesso turbati.

*Incontri con persone conosciute online:* la paura che i ragazzi vengano adescati online da sconosciuti, escano offline con questa persona e ne vengano abusati è uno dei maggior timori degli adulti. Fortunatamente ciò avviene solo in una piccola percentuale di casi (Mascheroni e Ólafsson, 2017). Inoltre, di solito i ragazzi quando usano i social per entrare in contatto con qualcuno che non conoscono lo fanno prevalentemente con gli amici degli amici (Mascheroni e Ólafsson, 2017). Dalla ricerca emerge che il 27% degli intervistati è in contatto online con qualcuno che non hanno mai conosciuto offline. Il fenomeno è maggiore tra gli adolescenti di 11-13 (29%) anni e 15-17 anni (44%). Il 9% dei ragazzi ha invece dichiarato di aver incontrato di persona qualcuno incontrato su internet, questa esperienza è più comune nella fascia d'età 15-17 (19%). La maggior parte degli adolescenti (56%) che hanno avuto questo incontro si è dichiarato felice di aver fatto questa esperienza, l'1% molto turbato e il 13% un po' turbato.

*Contenuti user generated negativi:* grazie a internet i contenuti generati dagli utenti possono raggiungere una condivisione su larga scala. Ciò può essere una grande opportunità ma anche un rischio nel momento in cui questi contenuti sono inappropriati e problematici come, ad esempio, quelli che promuovono i disturbi alimentari, l'autolesionismo o incitano all'odio verso determinate categorie. Dai risultati della ricerca sembra essere il rischio maggiormente diffuso tra gli adolescenti italiani di 9-17 anni. Il 51% degli intervistati si è imbattuto in contenuti inappropriati, in particolare in immagini violente (36%) e siti che promuovono la discriminazione verso delle minoranze (33%). Le ragazze sembrano meno esposte a contenuti inappropriati, ma nei casi di esposizione si imbattono soprattutto in siti che promuovono di disturbi del comportamento alimentare, immagini cruente, hate speech e contenuti riguardanti l'autolesionismo e il suicidio. L'esposizione a contenuti inappropriati ha avuto un aumento considerevole confronto al 2013; l'aumento ha riguardato soprattutto contenuti discriminatori (dal 20% al 35%), comportamenti autolesionistici (dal 5% al 22%), contenuti dove si discute di esperienza con le droghe (dall'8% al 21%) e siti dove si discute di suicidio (dal 3% al 13%).

*Uso improprio dei dati personali:* all'interno della rete c'è anche il rischio che i propri dati vengano utilizzati per fini commerciali, truffe o virus. L'esperienza maggiormente riportata (12% dei ragazzi) è stata quella di un malware sul proprio computer/cellulare che aveva lo scopo di danneggiarlo. Per quanto riguarda l'utilizzo dei dati e della privacy il 5% degli intervistati ha invece riportato un utilizzo dei loro dati improprio e fastidioso. Il 2% ha invece dichiarato di aver avuto esperienza di persone che fingevano di essere loro online o di finte pagine create con lo scopo di danneggiare la loro reputazione.

*Uso eccessivo di internet:* la paura che i ragazzi non abbiano il controllo del tempo di utilizzo delle nuove tecnologie è un altro tema che caratterizza le narrazioni degli adulti. L'analisi di questo fenomeno da parte della comunità scientifica ha avuto un'evoluzione negli ultimi anni e si concentra soprattutto sul concetto di "dipendenza da internet" e su quanto sia corretto usarla. All'interno del DSM-4 il problema veniva equiparato alla dipendenza da sostanze e inserito all'interno del disturbo del controllo degli impulsi (Musetti et al., 2017). Nel DSM-5, invece, non è stato incluso a causa dei pochi standard accettati dalla comunità scientifica; tuttavia, è stata inclusa una sottocategoria della dipendenza da internet, ovvero il disturbo da dipendenza da videogiochi. Tutt'ora il dibattito scientifico non è giunto a un'unica conclusione; in particolare si sta cercando di comprendere se si può parlare di dipendenza da internet o da strumenti utilizzati tramite internet (es gioco d'azzardo online) e quanto le nuove tecnologie possono essere viste come un bisogno primario per le nuove generazioni (Musetti et al., 2017). Per questi motivi non è ancora chiaro se e quando la dipendenza da internet possa essere considerata un disturbo indipendente e quando, invece, la sua manifestazione sia un sintomo secondario di altre patologie (Baiocco et al., 2014). Infatti, quest'ultima si manifesta spesso in comorbilità con altri disturbi come la schizofrenia, la depressione o il disturbo ossessivo compulsivo. Alcuni studi recenti adottano un "modello della compensazione" (Mascheroni e Ólafsson, 2018) che vede il ricorso a un uso eccessivo di internet come metodo per compensare alcune difficoltà psicologiche o evadere dai problemi; è importante ricordare che questi comportamenti non sono necessariamente indicatori e/o sintomi di un disagio psicologico (Mascheroni e Ólafsson, 2018). Dai risultati della ricerca EU Kids Online emerge che il principale problema dato da un uso eccessivo di internet è il possibile conflitto con le relazioni offline; il 16% degli intervistati ha

dichiarato di aver avuto spesso litigi con famigliari e amici a causa del tempo che trascorrevano online e il 13% di aver avuto meno tempo da dedicare alle relazioni offline a causa dell'uso di internet. Il 10% ha invece dichiarato di essersi sentito spesso infastidito dall'impossibilità di utilizzare internet in alcune occasioni, questa esperienza sale al 32% se si parla di episodi sporadici. Il 10% ha anche dichiarato di aver fallito nel tentativo di diminuire il tempo passato online. Risulta inoltre, essere presente l'utilizzo di internet anche quando non si è interessati ad attività online (esperienza provata spesso o abbastanza spesso dal 10% degli intervistati). Una ulteriore ricerca sull'utilizzo eccessivo di internet è stata svolta su un campione di 91 adolescenti tra i 14 e i 18 anni, frequentanti i primi tre anni di scuola superiore da Pediconi e Brunori (2019). Attraverso il questionario RQ2 (che indaga l'uso problematico dei social e la connotazione clinica dell'esperienza), i risultati hanno individuato il 35,2% dei partecipanti come "normali utenti" senza problematicità, il 51,6% nella fascia lievemente problematica in cui c'è un uso importante dei social che però rimane ben integrato con la vita quotidiana, l'11% come moderatamente problematici e solo il 2,2% di intervistati che mostrano consistenti problematicità date dall'uso dei social.

*Sharenting*: è una pratica che non viene attuata direttamente dai ragazzi, ma dai loro genitori e consiste nella condivisione di immagini e/o video dei propri figli (fin da bambini) sui social media senza il consenso di quest'ultimi. Queste condivisioni rimangono in rete e vanno a incidere sull'identità online dei ragazzi in questione. Questa pratica è una violazione della privacy dei ragazzi e in Italia ci sono stati casi giudiziari dove genitori sono stati condannati per averla praticata. Dai risultati di EU Kids online sembra tuttavia essere una pratica comune, il 15% degli intervistati ha dichiarato che i propri genitori hanno pubblicato informazioni su di loro senza il loro consenso e il 12% ha richiesto ai genitori di eliminare dalla rete queste informazioni. Il 4% ha avuto anche conseguenze negative che sono consistite in commenti negativi e offensivi a causa di ciò che avevano pubblicato i genitori; il 5% invece si è dichiarato turbato e infastidito da questa pratica. Lo sharenting sembra essere comune anche tra gli amici, il 13% degli intervistati ha dichiarato che i propri amici hanno pubblicato informazioni e foto su di loro senza aver chiesto se fossero d'accordo.

All'interno della ricerca è stato delineato un quadro generale anche delle modalità con cui i ragazzi affrontano i rischi e le situazioni problematiche online. Per quanto riguarda il riferire il problema a qualcuno: il 47% degli intervistati ne ha parlato con gli amici, il 38% con i genitori, il 25% con nessuno; una percentuale minore ha deciso di parlarne con i fratelli (6%) e un insegnante (2%). Invece, la maggior risposta alle situazioni problematiche è una risposta di tipo passivo come ignorare il problema (35%) o chiudere la pagina web (27%); il 25% ha avuto una risposta proattiva bloccando il contatto o il sito, tuttavia solo 2% degli intervistati ha segnalato i contenuti inappropriati.

## **2.2 Le opportunità dei nuovi media**

Dopo aver elencato i possibili rischi della rete è importante far presente che al suo interno esistono allo stesso tempo anche molte opportunità. Il concetto di opportunità è stato introdotto all'interno delle scienze cognitive dallo psicologo James Gibson che la definisce come una risorsa che l'ambiente offre e un soggetto che è in grado di coglierla (Riva, 2019). Il livello di opportunità è collegato a tre fattori: le intenzioni del soggetto; la struttura fisica del soggetto e della tecnologia e infine, il significato che viene attribuito alla tecnologia e al contesto in cui si trova (Riva, 2019). I fattori appena elencati sottolineano l'importanza di vedere le opportunità come fattori da contestualizzare in base all'ambiente e le variabili in cui il soggetto è inserito. È importante quando si parla di nuovi media tenere conto dei possibili rischi, ma lo è altrettanto fare presente le numerose opportunità che questi strumenti possono offrire, come ad esempio informazioni su vari temi, intrattenimento, socialità, competenze tecnologiche, consigli professionali (Riva, 2017). Da una rassegna della letteratura effettuata da Kardefelt-Winther (2017) emerge che, contrariamente al senso comune, l'uso moderato delle tecnologie impatta positivamente sul benessere mentale dei giovani, mentre un uso eccessivo o il non utilizzo dei nuovi media impatta negativamente in modo lieve e non rilevante confronto ad altri fattori sul loro benessere;

Dal comparative report di Global Kids Online<sup>18</sup> (Livingstone, Kardefelt-Winther e Saeed, 2019) si possono individuare i motivi principali che spingono i giovani a utilizzare i nuovi media e le risorse che quest'ultimi offrono. Di seguito elencherò le opportunità individuate dalla ricerca integrandole con il sommario del report appena citato stilato da Stalker, Livingstone, Kardefelt-Winther e Saeed (2019).

*Creare nuove connessioni:* i nuovi media offrono la possibilità di tenersi in contatto, anche se a distanza, con le proprie relazioni e di crearne di nuove. Questo permette di creare una maggiore rete sociale e trovare più facilmente persone con interessi in comune. Alcuni intervistati hanno espresso anche una sensazione di maggiore facilità nell'esprimere sé stessi online grazie alla mediazione delle nuove tecnologie. La ricerca, inoltre, suggerisce che i ragazzi che socializzano maggiormente online hanno maggiori abilità nel gestire la propria privacy e quindi a usare Internet in sicurezza (Stalker, Livingstone, Kardefelt-Winther, Saeed, 2019). Inoltre, da una rassegna della letteratura svolta da Kardefelt-Winther (2017) la socializzazione online da parte di ragazzi con poche amicizie fisiche porta a una diminuzione dei sentimenti di depressione grazie alla possibilità per questi ragazzi di ricevere un supporto sociale che fuori dallo spazio online non hanno.

*Attività creativa:* dalla ricerca risulta che i giovani trovano divertente e piacevole cimentarsi in attività creative online come creare e condividere contenuti creati da loro in rete (il 10-30% degli intervistati che usano Internet intraprendono queste attività almeno una volta a settimana) (Stalker, Livingstone, Kardefelt-Winther, Saeed, 2019). Queste attività creative spaziano dalla creazione alla condivisione di musica, grafica e testi scritti. In particolare, le domande poste ai ragazzi hanno indagato la frequenza con cui creano video, musiche, blog e storie che condividono online. Gli intervistati che sembrano cimentarsi maggiormente in queste attività sembrano essere quelli con più accesso a

---

<sup>18</sup> All'interno della ricerca vengono riportati i risultati di 11 paesi raccolti dai partners mondiali di Global Kids Online dal 2016 al 2018 per un totale di 14.733 ragazzi dai 9 ai 17 anni intervistati faccia a faccia tramite un questionario quantitativo che indagava: accesso a internet, i rischi, le attività svolte online e la mediazione dei genitori. Per avere un risultato più completo sono stati intervistati anche i genitori di ogni ragazzo e sono state svolte delle ricerche qualitative tramite focus group Albania, Argentina, Ghana, Italia, Montenegro, Filippine, Serbia e Sud Africa (Stalker, Livingstone, Kardefelt-Winther, Saeed 2019).

dispositivi digitali, che fanno molte attività diverse fra loro online e i cui genitori sono meno restrittivi riguardo alle nuove tecnologie.

*Imparare e informarsi:* internet è uno spazio pieno di informazioni diverse e se i ragazzi hanno le giuste abilità per riconoscere le notizie vere da quelle false questa opportunità risulta essere una risorsa molto importante. Tra le varie informazioni ricercabili ci sono anche quelle sulla salute fisica e mentale a cui i giovani possono attingere in caso di necessità e grazie a cui possono individuare segnali di comportamenti disfunzionali da evitare (Pediconi e Brunori, 2019). Tra un quinto e due quinti dei ragazzi intervistati ricerca attivamente diverse informazioni ogni settimana: per imparare cose nuove, cercare opportunità di studio e/o lavoro, informarsi sulle notizie del mondo, cercare informazioni mediche o trovare eventi del territorio. La quantità e qualità delle informazioni che si possono trovare online dipendono dall'interesse del ragazzo ma anche dalle lingue conosciute che se risultano essere molto utilizzate a livello mondiale permettono di accedere a una quantità più vasta di contenuti. Tuttavia, l'accesso a numerosi contenuti implica anche la necessità di essere in grado di filtrare le informazioni e individuare le più corrette. Dai risultati della ricerca i ragazzi più grandi sembrano avere maggiori abilità nell'individuare notizie false, ad esempio nel territorio italiano solo un quinto dei bambini tra i 9-11 si è dichiarato in grado di valutare la veridicità dei contenuti online al contrario dei tre quarti di ragazzi tra i 15-17 anni che hanno espresso maggiori abilità in questo campo. Per questo è importante accompagnare e supportare i ragazzi più piccoli nella ricerca di informazioni online e permettergli di utilizzare i nuovi media anche per altri scopi così che sviluppino maggiori abilità nel loro utilizzo.

*Attività di intrattenimento:* online si trovano molte risorse che possono intrattenere, far passare il tempo e divertirsi. Dagli intervistati risulta che l'attività principale sia guardare video online da soli o in compagnia; tre quarti dei soggetti hanno dichiarato di svolgere questa attività ogni settimana. La seconda attività è giocare online da soli o con gli amici tramite piattaforme apposite; dalla ricerca sembrano esserci più maschi che ricercano questa attività piuttosto che femmine. Tuttavia, i risultati variano da paese a paese. Nel caso specifico dell'Italia c'è una forte maggioranza di maschi (64%) e una minoranza di ragazze che sfruttano questa possibilità di intrattenimento (28%). La visione degli adulti

su questo fenomeno è spesso caratterizzata da preoccupazione riguardo al tempo speso davanti allo schermo visto come inutile e dannoso. Tuttavia, i dati della ricerca suggeriscono che queste attività possano essere un'opportunità soprattutto per i più piccoli in quanto permettono di sviluppare le abilità e gli interessi necessari per utilizzare internet per scopi più educativi, sociali e informativi (Stalker, Livingstone, Kardefelt-Winther, Saeed, 2019).

*Cittadinanza attiva:* tramite internet i ragazzi possono anche interessarsi e scoprire attività politiche e di cittadinanza. All'interno della ricerca è stato indagato questo campo chiedendo agli intervistati quante volte hanno discusso di politica e/o problemi sociali online nell'ultimo mese. Purtroppo, al momento i ragazzi che sfruttano questa opportunità abitualmente risultano pochi (circa un ragazzo su dieci, con piccole variazioni da paese a paese). La maggior parte dei ragazzi coinvolti in attività di questo genere sono adolescenti che vanno dai 15 ai 17 anni con buone conoscenze e abilità riguardanti le nuove tecnologie. Questa opportunità spesso sembra essere il culmine di un lungo percorso a contatto con i nuovi media che passa dai videogiochi ai social network portando il ragazzo a una conoscenza e interesse tale da iniziare a partecipare ad attività di interesse politico/sociale online.

Alcune ricerche hanno anche individuato come l'utilizzo dei social media possa portare a un maggior grado di benessere generale: da uno studio di Steinfield et. al. (2008, cit. in Baiocco et al., 2014) condotto su studenti americani di college, è risultato che coloro che avevano una bassa autostima traevano beneficio dall'utilizzo di Facebook per quanto riguarda il mantenimento di capitale sociale (ovvero i possibili benefici derivanti dalla creazione e mantenimento delle relazioni interpersonali. In seguito, Mazzoni e Iannone (2014, cit. in Baiocco et al., 2014) hanno ottenuto risultati simili da una ricerca svolta su un campione di studenti italiani alle prese con la transizione dalla scuola secondaria di secondo grado all'università. Una ulteriore ricerca (Lee et. al., 2013, cit. in Baiocco, et al., 2014) su un campione di studenti della Corea del Sud, ha dimostrato come l'utilizzo dei social media faccia percepire maggiore supporto sociale dai propri contatti portando a una percezione di un più alto livello di benessere psicologico. Inoltre, i feedback positivi ricevuti online sono in grado di influenzare positivamente l'autostima della persona e la

possibilità di perfezionare e mostrare la propria immagine sui social contribuisce ad una migliore percezione di sé stessi (Pediconi e Brunori, 2019).

#### **2.4 Covid-19: luci e ombre dei nuovi media durante la pandemia**

Non si può parlare dei nuovi media senza fare riferimento alla pandemia Covid-19. La pandemia ha portato a forti cambiamenti nella quotidianità e nell'utilizzo delle nuove tecnologie da parte sia degli individui che delle istituzioni. In particolare, le scuole si sono ritrovate a dover assicurare le lezioni e i compiti tramite la didattica a distanza. Le scuole e le università hanno iniziato a chiudere in risposta alla pandemia Covid-19 verso febbraio 2020; allo stesso tempo è stata dichiarata una quarantena nazionale fino al 3 maggio 2020. In questi mesi i ragazzi e le loro famiglie si sono trovati quasi totalmente in isolamento. È essenziale tenere conto del fatto che la chiusura delle scuole non solo ha interrotto il percorso formativo dei ragazzi ma anche le opportunità relazionali che quest'ultima offre. Per far fronte a questa situazione le istituzioni scolastiche e lo stato hanno investito rapidamente in soluzioni alternative alla didattica in presenza: da alcuni risultati preliminari di un'indagine del Ministero dell'Istruzione, il 18 marzo 2020 risultava che il 67% delle scuole avevano spostato tutte le attività didattico-educative online. Tuttavia questa opportunità ha portato anche ad aumentare le diseguaglianze nei casi in cui i ragazzi non avevano a disposizione una buona connessione internet: da una ricerca<sup>19</sup> di Santagati e Barabanti (2020) è risultato che sebbene il 96% degli studenti coinvolti possa accedere da casa a una connessione internet, quest'ultima per garantire una fruizione stabile delle lezioni a distanza, erogate soprattutto in modalità asincrona e in diretta video, deve essere a banda larga (a disposizione solamente del 77,9% degli alunni).

Da un altro studio<sup>20</sup> sulla didattica a distanza durante l'emergenza Covid-19 (Mascheroni et al., 2021) è possibile riportare alcuni dati ed esperienze dei ragazzi e le loro famiglie

---

<sup>19</sup> La ricerca è stata svolta raccogliendo messaggi vocali (166) sull'esperienza della didattica a distanza durante il lockdown da parte dei genitori (79), degli studenti (46) e degli insegnanti (41) delle scuole dell'infanzia, primarie e secondarie di primo grado (Santagati e barabanti, 2020).

<sup>20</sup> L'indagine è stata svolta nel 2020 durante il lockdown su un campione nazionale di 1.028 bambini e ragazzi tra i 10 e i 18 anni e uno dei loro genitori. Vista l'impossibilità di eseguire un'intervista in presenza l'indagine è stata condotta online e di conseguenza hanno potuto partecipare unicamente famiglie che disponevano di dispositivi digitali (Mascheroni, Saeed, Valenza, Cino, Dreesen, Zaffaroni, Kardefelt-Winther, 2021)

in questo periodo difficile. Per quanto riguarda le diseguaglianze sull'accesso a dispositivi digitali il 27% dei genitori ha dichiarato di non averne posseduti abbastanza per rispondere a tutte le necessità del nucleo familiare. Durante i mesi di chiusura nazionale quasi la metà delle famiglie ha acquistato un nuovo smartphone e il 41% un nuovo computer. Le scuole sono state fondamentali nell'acquisizione di questi strumenti: il 46% degli intervistati ha ricevuto nuovi dispositivi dalla scuola e/o ha usufruito di una connessione pagata dalla scuola.

Tuttavia, il problema della connessione ha comunque influito negativamente su molti studenti: da un'indagine condotta da Save the Children<sup>21</sup> è emerso che il 28% degli studenti italiani tra i 14 e 18 anni conosce almeno un compagno che ha smesso di frequentare la scuola in seguito al lockdown soprattutto a causa dell'impossibilità a seguire le lezioni a distanza. Questi cambiamenti hanno portato anche a delle modifiche nel tempo di utilizzo dei nuovi media da parte dei ragazzi che è aumentato considerevolmente (di circa 4-5 ore nei giorni feriali). Questo dato è aumentato sia per la necessità di collegarsi per le lezioni e di svolgere la maggior parte delle attività educative online ma anche in risposta all'assenza di socializzazione in presenza e l'impossibilità di accedere ai luoghi esterni. Questo fenomeno andrebbe letto come una modalità importante di affrontare una situazione nuova e cognitivamente ed emotivamente stressante per i bambini e ragazzi. Per questo i nuovi media sono risultati essenziali in questo periodo: i ragazzi hanno potuto continuare a tenersi in contatto con amici, compagni e familiari lontani oltre che con la scuola. Per quanto riguarda il tempo dedicato allo studio, sembra che i bambini e ragazzi abbiano percepito una notevole diminuzione del tempo dedicato ai compiti in generale. Questo potrebbe essere spiegato dalla difficoltà delle scuole nel riprogrammare la giornata scolastica, rendendo così difficile il mantenimento delle ore per i compiti al di fuori di un contesto strutturato di apprendimento. Tuttavia, la maggior parte dei ragazzi hanno avuto un approccio positivo alla didattica a distanza e si sono sentiti sicuri della loro capacità di adattamento: il 57% dei bambini e il 64% dei ragazzi ha dichiarato di essere motivato a partecipare ad attività online il 64% dei bambini e il 73% dei ragazzi ha riferito di essersi sentito in grado di imparare rapidamente a partecipare alle lezioni online. Allo stesso tempo però un

---

<sup>21</sup> L'indagine è stata svolta su un campione rappresentativo di 1.000 ragazzi tra i 14 e i 18 anni tramite un questionario con domande chiuse.

bambino o ragazzo su quattro si è dichiarato preoccupato e nervoso al pensiero di partecipare ad attività scolastiche online. le preoccupazioni possono essere in parte legate alla capacità di socializzazione di bambini e ragazzi: è difficile replicare online lo spazio di interazione sociale e apprendimento esperienziale che offre la scuola in presenza; in particolare questo diventa rilevante per gli studenti che necessitano di maggiore attenzione da parte dei loro insegnanti nello sviluppo di abilità sociali ed emotive oltre ad avere meno esperienza nell'interazione con gli altri online. Un' altra grande preoccupazione riferita dal 35% degli intervistati è stata quella di non riuscire a stare al passo con i compiti durante la trasformazione della didattica. Per quanto riguarda i genitori la preoccupazione principale è stata invece la paura di un possibile impatto negativo sull'istruzione dei figli: i genitori con un livello di istruzione superiore hanno mostrato maggiore preoccupazione in questo ambito (56-59%) confronto ai genitori con un livello di istruzione inferiore (47%). Un dato positivo riguarda il numero di genitori che ha dichiarato di possedere abbastanza competenze per sostenere il figlio nella didattica online (92%); tuttavia, il 28% dei genitori ha anche detto di non aver avuto abbastanza tempo per sostenere i figli durante il periodo di quarantena e il 27% dei genitori ha dichiarato di non essersi cimentato in attività educative extra-scolastiche con i figli.

Da una ulteriore ricerca<sup>22</sup> condotta da Pastori, Mangiatordi, Pagani e Pepe (2020) emerge che la principale problematica per i genitori (65%) è stato il lavoro che risultava inconciliabile con le ore necessarie per sostenere i figli nella didattica a distanza ogni giorno (una media di 3-4 ore). Il 30% dei genitori intervistati ha dichiarato anche che prenderebbe in considerazione di lasciare il lavoro se la didattica a distanza continuasse. Sempre secondo la stessa ricerca i genitori hanno riportato principalmente tre motivi che hanno causato una mancata partecipazione alla didattica a distanza da parte del figlio: difficoltà a seguire senza l'aiuto di un adulto, demotivazione e forme di disagio emotivo causate dall'isolamento. Secondo i genitori queste ragioni sono al di sopra di fattori materiali e sociali come la carenza di tecnologia e di spazi. Un' ulteriore problematica

---

<sup>22</sup> Il campione è costituito da 6905 genitori di studenti di scuola primaria e secondaria. Il 94% dei partecipanti erano madri. La maggior parte degli intervistati avevano un diploma di scuola superiore (38%) e un diploma di laurea (14,5%). L'80% ha lavorato durante il lock down di cui molti in smartworking (57%). L'indagine è stata svolta a livello nazionale tramite un questionario online diffuso sui social media; tuttavia, la maggior parte dei rispondenti (70%) vive al nord Italia (Pastori, Mangiatordi, Pagani e Pepe 2020)

riportata dai genitori è il vissuto di forte mancanza che i figli hanno provato nei confronti dei compagni di classe, insegnanti e amici che la comunicazione a distanza non sembrava riuscire a colmare in toto. L'isolamento e il lockdown prolungato hanno anche portato la famiglia a osservare un aumento di scarsa concentrazione, forti stati di noia, frustrazione, dipendenza e bisogno di aiuto da parte dei figli. Nonostante le difficoltà incontrate da parte dei genitori quest'ultimi riportano anche risvolti positivi: il 57% dichiara che i figli abbiano mostrato maggiore impegno nelle attività scolastiche durante il lockdown; il 61% che i figli siano migliorati nella capacità organizzativa delle attività scolastiche e il 70% che i propri figli siano più autonomi nell'utilizzo della tecnologia a scuola.

La ricerca prima riportata, svolta da Santagati e Barbanati (2020) mette in evidenza, oltre a tutte le difficoltà e le opportunità già accennate, anche un ulteriore aspetto positivo reso possibile dai nuovi media durante il lockdown: grazie ai nuovi media la scuola ha potuto essere presente nella vita dei bambini, ragazzi e genitori anche a distanza. Da alcuni racconti è emersa anche l'opportunità di costruire e scoprire nuovi legami tra scuola e famiglia, rinsaldando una relazione che non sempre è stata positiva. La mancanza di vicinanza fisica, in alcuni casi, viene compensata da una vicinanza emotiva resa possibile dalle nuove tecnologie e da una maggior abilità nell'uso delle stesse. Gli insegnanti riportano esperienze positive date dalla scelta di canali diretti di comunicazione con i genitori (es. WhatsApp); tempi e scambi più flessibili con gli alunni; assemblee online create per portare a un progetto condiviso da genitori e alunni. È importante ragionare su queste "connessioni emergenti" in vista di un futuro in cui la didattica e le relazioni educative possano svilupparsi sia online che offline ripensando ai processi di socializzazione mediati digitalmente e a una alleanza e condivisione, anche in tempi normali, tra tutti i soggetti coinvolti.

# CAPITOLO 3

## NUOVE PROSPETTIVE PER IL SERVIZIO SOCIALE

### 3.1 Promozione del benessere tramite i nuovi media

Come abbiamo visto nei capitoli precedenti i nuovi media iniziano a fare parte della vita di molte persone e stanno apportando vari cambiamenti a livello sociale. Questo fenomeno ha portato anche vari professionisti a vedere i nuovi media come uno strumento di promozione del benessere. Infatti, la comunicazione della salute non si trova più solo nei media tradizionali (es. telegiornali, stampa) e non ha più una gestione centralizzata attuata solo dalle amministrazioni sanitarie ma è diventata parte dell'ampio ed eterogeneo gruppo di contenuti e interazioni, resi possibili da Internet (Riva, Marini e Canton, 2017). Viene sempre più riconosciuto il potere delle nuove tecnologie come strumento di intervento e prevenzione grazie alla loro possibilità di arrivare a un grande numero di persone (Ybarra et Eaton, 2005), tra cui anche la parte di popolazione che solitamente non viene raggiunta dai progetti tradizionali (ad esempio le persone che vivono in aree remote o rurali). Promuovere interventi per il benessere online permette, quindi, di renderli più accessibili e sostenibili oltre a una serie di altri vantaggi, come mettono in luce Mithcell, Vella-Brodrick e Klein (2010):

- *Personalizzazione*: il professionista ha la possibilità di creare contenuti specifici finalizzati a uno certo target, favorendo così l'identificazione della persona con il materiale proposto.
- *Vari formati multimedia*: avere a disposizione e usare diversi formati permette al professionista di raggiungere diverse persone con vari stili di apprendimento e di rendere il progetto più dinamico e interessante per gli utenti.

- *Interattività*: I nuovi media, come accennato nel primo capitolo, permettono una maggiore interattività con lo strumento. Questa caratteristica aumenta l'interesse e la comprensione dei contenuti e del progetto formulato dal professionista.
- *Anonimato*: Internet offre la possibilità di ricercare informazioni in modo anonimo e senza dover interagire con altre persone. Molte persone trovano più semplice svolgere questa azione online piuttosto che faccia a faccia, soprattutto se si tratta di argomenti molto stigmatizzati a livello sociale.
- *Affidabilità*: Internet permette di accedere alle stesse informazioni più volte ed è immune da eventi che possono capitare agli esseri umani, come una malattia o il bisogno di riposare, garantendo un progetto continuo.
- *Empowerment*: I nuovi media possono aumentare l'autodeterminazione della persona coinvolta in quanto essa può assumere un ruolo attivo sul coinvolgimento e direzione del proprio apprendimento e comportamento.

L'Assistente Sociale in quanto professionista che ha il dovere di aggiornarsi e migliorare le proprie competenze continuamente (Ordine degli Assistenti Sociali, 2020), non può quindi non approfondire la comprensione delle nuove tecnologie e il loro utilizzo per potenziare i propri scopi professionali. La conoscenza dei nuovi media risulta essenziale sotto vari punti di vista per il servizio sociale: il primo fattore riguarda la consapevolezza dei rischi, così che il professionista sia in grado di identificarli e minimizzarli; allo stesso tempo deve essere cosciente delle potenzialità così da massimizzarle (Willoughby, 2019). Infatti, separare la pratica professionale dalle nuove tecnologie per paure riguardanti l'etica e la privacy rischia di rendere il professionista incapace non solo di valutare i rischi e gli effetti sui giovani ma anche di perdere le opportunità e un buono strumento di supporto sociale per alcune persone (Willoughby, 2019). Il secondo fattore riguarda la possibilità di utilizzare i nuovi media per promuovere il benessere della comunità e attuare progetti di aiuto come interventi di sensibilizzazione, interventi di supporto per i genitori e progetti per coinvolgere un numero maggiore di giovani (Willoughby, 2019). In particolare, per parlare ai giovani è necessario utilizzare strumenti e canali innovativi di comunicazione in quanto è in questi spazi che comunicano tra di loro e si scambiano pareri (Riva, Marini e Canton, 2017). Infatti, come sottolinea Barth (2015 cit. in Willoughby, 2019) la questione per i professionisti non deve essere se affrontare o meno

i problemi legati alle nuove tecnologie ma quando e come farlo in quanto strumenti che fanno parte delle dinamiche relazionali, dei conflitti e delle tappe dell'adolescenza contemporanea. Da una ricerca<sup>23</sup> svolta da Cook e Zschomler (2020) in Inghilterra sul servizio sociale durante il Covid-19 è risultato che i nuovi media hanno permesso una maggiore apertura da parte dei ragazzi durante le conversazioni con il professionista confronto a quando i colloqui venivano fatti in presenza; in particolare, sembra che i messaggi di testo e la natura indiretta dei messaggi favoriscano conversazioni più aperte e sincere oltre che a permettere un modo meno invasivo di trattare gli argomenti più difficili.

Per questo è essenziale che l'Assistente Sociale lavori sulla sua conoscenza dei nuovi media e inizi a integrarli nella sua pratica professionale visto il suo ruolo essenziale nella promozione del benessere nella popolazione generale. Infatti, all'interno del Codice Deontologico degli Assistenti Sociali (2020) viene sottolineato il dovere del professionista di promuovere e contribuire a formare azioni che promuovano e migliorino il benessere della comunità.

Per il professionista sociale internet può essere anche un ottimo strumento per creare una rete sociale con altri colleghi che si trovano fisicamente distanti grazie alla possibilità di confrontarsi, condividere risorse per la professione e ricevere e dare supporto (Giffords, 2008). Il lavoro online del professionista necessita delle linee guida e della tutela da parte delle organizzazioni del settore così che possa agire all'interno di una cornice regolamentata. Attualmente in Italia non si trovano indicazioni specifiche su questo campo e l'unico accenno ai nuovi media viene fatto all'interno dell'ultima versione del codice deontologico (2020) dove viene sottolineato che il professionista *“agisce in coerenza con i principi etici e i valori della professione, mantenendo un comportamento consono all'integrità, al prestigio e alla dignità della professione stessa, anche nell'utilizzo dei mezzi di comunicazione di massa e, in particolare, dei social network e dei social media”* (Ordine degli Assistenti Sociali, 2020, pag. 13). Questa disposizione, pur essendo il primo riferimento alle nuove tecnologie nel codice deontologico, delinea una disposizione generale sul comportamento che il professionista deve tenere online ma

---

<sup>23</sup> La ricerca è stata condotta tra il 9 marzo e il 13 giugno 2020 effettuando interviste telefoniche con 31 assistenti sociali che lavoravano in ambito minorile.

non approfondisce l'uso dei social media per scopi professionali e non da una cornice legislativa entro cui muoversi.

### **3.2 Esempi di promozione e prevenzione tramite i nuovi media**

Molte istituzioni si occupano di erogare progetti e interventi con lo scopo di promuovere la salute e prevenire i comportamenti a rischio. Con l'arrivo di internet, come esposto nel paragrafo precedente, può essere utile espandere questi progetti non solo nella realtà offline ma anche in quella online, così da sfruttare a pieno tutte le potenzialità offerte da entrambe le dimensioni. Di seguito vengono riportate tre realtà che hanno attuato progetti per i giovani tramite i nuovi media in modalità differenti ma con un obiettivo comune, ovvero la promozione del benessere.

#### *3.2.1 Il progetto QWERT*

La maggior parte delle realtà che utilizzano i nuovi media per la promozione del benessere sono di natura privata. Tuttavia, rimane possibile individuare qualche progetto simile svolto da Enti Pubblici. Un esempio è il progetto Qwert (organizzato dall'ULSS 2) che ha come obiettivo principale il potenziamento delle life skills<sup>24</sup> e la prevenzione del disagio nei preadolescenti tramite attività ludiche e educative svolte sia online che offline. Il progetto ha come destinatari ragazzi dagli 11 ai 14 anni che frequentano una scuola secondario di primo grado a Treviso<sup>25</sup> e si caratterizza per un sistema di interazione misto: una parte online che avviene all'interno di un social network (denominato Qwert) sviluppato dall'ULSS 2 e una parte offline tramite eventi e discussioni in classe che coinvolgono gli studenti (Riva, Marini e Canton, 2017). La piattaforma social è composta da una home page da cui è possibile accedere a diverse sezioni che offrono varie attività come, ad esempio, i gruppi di condivisione. Gli argomenti dei gruppi vengono scelti dai ragazzi stessi e sono molto vari (scuola, animali, sport); nello specifico i gruppi più

---

<sup>24</sup> Con il termine life skills si fa riferimento a una serie di abilità di carattere cognitivo, sociale, emotivo e relazionale, che permettono di affrontare in modo versatile, positivo ed efficace le sfide della vita quotidiana (Riva, Marini, Canton, 2017).

<sup>25</sup> Nel periodo tra il 2010 e il 2017 hanno partecipato 21 scuole per un totale di 197 classi e 4580 studenti. Nel 2017 si sono aggiunte altre 4 scuole al progetto (Riva, Marini, Canton, 2017).

popolari sono stati: “per chi adora le faccine” (1343 membri) dedicato agli amanti degli emoticon; “per chi possiede il cellulare” (1004 membri) ovvero un gruppo a tema tecnologico; “I love nutella” (1.008) a tema alimentare. È importante sottolineare che, come accade per gli altri social network, la maggior parte dei gruppi non ha al suo interno delle discussioni ma l’iscrizione ad essi sembra più che altro servire a dare un senso di appartenenza (Riva, Marini e Canton, 2017). Tuttavia, ci sono stati due temi che hanno portato a maggiori scambi e interazioni: amore e amicizia. Questi due temi vengono visti dai ragazzi come un fattore fondamentale per il loro benessere in grado di modificare la percezione del mondo oltre che a suscitare molte curiosità e dubbi (Riva, Marini e Canton, 2017). All’interno della piattaforma i ragazzi sono sotto un’attenta supervisione che viene attuata dai professionisti tramite un avatar così che quest’ultimi non siano identificabili e che gli studenti non possano stabilire relazioni dirette. L’avatar di Qwert agisce all’interno del social solo quando risulta necessario uno spunto di riflessione o in casi di violazione di regole interne; tuttavia, i gruppi creati dai ragazzi possono non prevedere l’accesso dell’avatar per assicurare a quest’ultimi uno spazio di autonomia. I professionisti, tramite l’avatar, possono anche avviare chat private in caso di situazioni che necessitano di attenzioni. Le situazioni più critiche e sensibili risultano più facilmente individuabili grazie alla possibilità di osservare i comportamenti dei ragazzi sia online che offline; questo intervento può portare alla risoluzione di problematiche riportate dal ragazzo online oppure all’attivazione di un percorso di aiuto esterno. I professionisti coinvolti nel progetto sono stati scelti in base alla loro capacità di animare e gestire i gruppi e la loro conoscenza dei nuovi media oltre che per formare un’equipe multidisciplinare che potesse dare una visione completa al progetto; nello specifico sono stati scelti degli educatori, del personale sanitario, un assistente sociale, uno psicologo e un esperto di comunicazione. Lo scopo delle attività è stimolare e incentivare forme innovative di interazione e ascolto che permettano ai ragazzi di costruirsi una rete relazionale e educativa che potenzi e promuova il benessere e la salute (Riva, Marini e Canton, 2017). Le attività del progetto seguono l’andamento dell’Anno Scolastico per cui partono a settembre con la creazione della community di studenti sia online che offline: l’inizio del progetto è accompagnato da discussioni in classe e incontri con gli insegnanti e i genitori (che devono dare l’autorizzazione per iscrivere i propri figli sul social) per esporre il funzionamento del social network e la sicurezza dello strumento. Durante l’anno scolastico vengono svolti

soprattutto attività online tramite sondaggi, gruppi tematici, cineforum e discussioni. Infine, con la conclusione dei mesi scolastici e di conseguenza anche del progetto viene organizzato un evento finale (chiamato Qwert in piazza) offline su uno dei temi trattati durante l'anno votato e presentato dai ragazzi tramite performance di gruppo e flash mob (Riva, Marini, Canton, 2017).

Attualmente mancano indicatori quantitativi sull'esito del progetto a causa dell'ampiezza temporale e delle variabili esterne. Tuttavia, per cercare di valutare l'efficacia che il progetto ha avuto in termini di apprendimento e life skills sono stati presi in considerazione due fattori: la partecipazione dei ragazzi alla costruzione ed attuazione dell'evento Qwert in piazza che ha richiesto varie abilità personali, interpersonali ed emozionali riconducibili alle life skills e le testimonianze positive dei genitori che mostrano anche un approccio più consapevole ai media.

### *3.2.2 Il progetto CHIEDILOQUI*

Il progetto "Chiediloqui" è stato organizzato dal Dipartimento di Comunicazione della Sapienza in collaborazione l'Istituto Superiore di Sanità e la AUSL umbra di Todi, specializzata nella cura e la prevenzione dei disturbi del comportamento alimentare. Lo scopo del progetto è quello di educare i giovani alla salute e informarli sui comportamenti a rischio tramite un multicanale, che consiste in un portale web e app per smartphone e tablet. I temi rientrano principalmente in due categorie: sessualità ed affettività (malattie sessualmente trasmissibili e infertilità) e corpo e alimentazione (alimentazione salutare e disturbi del comportamento alimentare). Per ogni macro-tema sono stati inseriti testi, documenti, immagini e video con lo scopo di informare e prevenire i comportamenti a rischio (Liuccio, 2014). Il portale è organizzato in: FAQ, un glossario e la possibilità, tramite la geolocalizzazione di individuare i centri pubblici per la salute più vicini al soggetto; Inoltre, per diminuire la distanza tra giovani e i professionisti è stata creata la possibilità di contattare (tramite numeri telefonici, e-mail o chat) professionisti come dottori, psicologici, sessuologi e nutrizionisti (Liuccio, Borgia e Martino, 2016). Per quanto riguarda il glossario è stato formulato in modo che ogni voce contenga due sottocategorie basate su due criteri di selezione: complessità e attrattività dell'informazione. Sulla base di questi principi sono stati creati tre livelli informativi e

due differenti registri linguistici: uno più semplice e confidenziale e uno più approfondito e divulgativo in modo che i ragazzi possano decidere autonomamente quanto approfondire un preciso argomento. Per ciascuna voce poi sono state inserite anche altre informazioni: definizione, sintomatologia, segnali da decifrare, comportamenti a rischio, prevenzione e buone pratiche (Liuccio, 2014). Tramite una ricerca<sup>26</sup> eseguita da Liuccio, Borgia e Martino (2016) è possibile analizzare gli argomenti principali trattati dai ragazzi, nei messaggi e le e-mail della piattaforma del progetto, per comprendere meglio i loro bisogni: l'area principale ricercata dai ragazzi è quella che riguarda la sessualità e l'affettività (69%); nello specifico l'argomento delle malattie sessualmente trasmissibili (58%), gravidanze non volute (5%) e il tema della sessualità (5%). La seconda area principale individuata dall'analisi dei messaggi è quella riguardante il corpo e l'alimentazione (19%) i cui temi principali sono stati: i disturbi del comportamento alimentare (66%), le intolleranze alimentari e disturbi somatoformi (17%). Invece, per quanto riguarda i bisogni principali espressi dai ragazzi sono stati: la necessità di informazioni (71%), di trovare uno specialista a cui rivolgersi (17%) e di essere ascoltati (9%).

Questi risultati ci permettono di osservare l'importanza e la necessità di interventi che utilizzino i nuovi media per coinvolgere e promuovere il benessere nei giovani: la possibilità di interfacciarsi con i professionisti per un primo contatto in vari modi e il reperimento di molte informazioni in una piattaforma sicura rende possibile per molti giovani ottenere indicazioni affidabili e attendibili evitando il rischio che incorrano in informazioni false e mettano in atto comportamenti a rischio.

### *3.2.3 Il progetto "Bzz"*

Il progetto "Bzz" è stato sviluppato da due istituzioni dei Paesi Bassi che si occupano della promozione della salute: STI AIDS Netherlands e Netherlands Institute of Mental Health and Addiction. Il progetto è consistito nella creazione di una chatbot<sup>27</sup>, rivolto a adolescenti, programmato per rispondere a domande riguardanti le sostanze stupefacenti

---

<sup>26</sup> La ricerca consiste nell'analisi statistica degli argomenti di 2294 mail e messaggi inviati tra maggio 2012 e dicembre 2014 all'interno della piattaforma. La distribuzione di genere fra maschi (46%) e femmine (53%) è abbastanza equa mentre il rimanente 1% riguarda le persone che si identificano in un altro genere.

<sup>27</sup> La chatbot è un'intelligenza artificiale in grado di simulare le conversazioni degli esseri umani (Crutzen, Peter, Portugal, Fisser, Grolleman, 2010).

e l'ambito sessuale. Nonostante il progetto non sia stato svolto in territorio italiano, lo strumento utilizzato risponde alle caratteristiche e le necessità anche degli adolescenti italiani e può essere programmato per rispondere anche in altre lingue oltre a quella Olandese. Infatti, l'utilizzo della chatbot risponde alla tendenza degli adolescenti a cercare online le risposte ai propri dubbi. Questo progetto è stato diffuso tra i ragazzi tramite annunci, volantini e i canali online più utilizzati tra i giovani. Per valutare l'efficacia del progetto e migliorarlo si è deciso di invitare a partecipare a una ricerca i ragazzi che avevano aggiunto la chatbot nella propria lista di amici nei social media. La ricerca è stata svolta da Crutzen, Peter, Portugal, Fisser, Grolleman (2010) tramite un questionario somministrato a 929 adolescenti residenti in Olanda e in Belgio e l'analisi dei tempi di utilizzo e dei temi trattati di un campione di 3.746 adolescenti per un totale di 42.217 conversazioni con la chatbot. I fattori principali valutati sono stati la facilità di utilizzo dello strumento e l'utilità delle informazioni ottenute dalla chatbot; la valutazione è stata svolta chiedendo di dare un punteggio tra 1 e 100 e offrendo la possibilità di aggiungere considerazioni e commenti personali. I risultati hanno mostrato che lo strumento è stato molto utilizzato dagli adolescenti e che il tema principale su cui sono state fatte domande è il sesso (86%), mentre al secondo e terzo posto si trovano le droghe (9%) e l'alcool (5%). Per quanto riguarda la facilità d'uso è stata valutata bassa mentre l'utilità delle informazioni sono state valutate come medio-alte. Inoltre, il 66% degli adolescenti ha dichiarato che troverebbe utile un aumento degli argomenti su cui conversare all'interno della chat. Infine, si è indagata la valutazione che i ragazzi danno alla chatbot confronto ai motori di ricerca e alle linee informative: la chatbot è risultata preferibile agli altri due strumenti per quanto riguarda l'anonimato, la facilità di utilizzo e la qualità e la concisione delle informazioni; mentre sono stati valutati più positivamente i motori di ricerca e le linee informative sulla quantità di informazioni disponibili. Complessivamente il 48% degli adolescenti ha preferito la chatbot, il 40% i motori di ricerca e i 2% le linee informative. Da questo progetto emerge la potenzialità della chatbot nella promozione della salute tra gli adolescenti confronto agli altri strumenti online come i motori di ricerca; è importante che le istituzioni lavorino su questa opportunità andando a colmare le mancanze segnalate dagli adolescenti su questo strumento come la quantità di informazioni reperibili.

### **3.4 Servizio sociale e nuovi media durante la pandemia Covid-19**

Prima del Covid-19 il tema del lavoro online da parte dei professionisti sociali è sempre stato messo al secondo posto e non ci sono mai state vere e proprie rivoluzioni all'interno dei servizi che spingessero in questa direzione; tuttavia, con l'arrivo dell'emergenza sanitaria gli assistenti sociali, come molti altri professionisti, si sono ritrovati costretti a fare affidamento sulle nuove tecnologie per continuare a svolgere il loro lavoro. L'arrivo della pandemia ha richiesto a livello nazionale l'emanazione urgente di normative che aiutassero la popolazione a fronteggiare sia il rischio per la salute che i problemi economici e sociali derivanti dall'interruzione delle attività produttive e dei servizi durante il lockdown. Alcuni dei decreti emanati in questo periodo hanno stabilito la necessità di mantenere le amministrazioni e i servizi pubblici operativi pur lasciando la libertà a quest'ultimi di scegliere la modalità di lavoro (Dellavalle, Cellini, 2020). Per questo il servizio sociale si è trovato improvvisamente in prima linea durante il Covid-19 a dover gestire tutte le problematiche economiche e sociali e a doversi aggiornare continuamente su tutte le nuove normative. Il primo grande cambiamento avvenuto all'interno del servizio sociale ha riguardato il contatto diretto con le persone, fattore essenziale che caratterizza la professione: basti pensare ai colloqui in ufficio, le visite domiciliari, la necessità di poter guardare la persona negli occhi e stringerle la mano (Dellavalle e Cellini, 2020); tutto questo con la pandemia è dovuto cambiare e l'assistente sociale si è trovato in questo frangente, caratterizzato da una generale fragilità e vulnerabilità sociale, spesso impossibilitato a vedere le persone fisicamente e sollecitato a reinventarsi e a creare nuovi spazi di dialogo e condivisione spesso tramite i nuovi media. In molti casi è stato necessario sviluppare le telecomunicazioni e le videochiamate per mantenersi in contatto con le persone e gli altri professionisti. Alcuni servizi hanno anche attivato nuove linee telefoniche, hanno reso possibile fare richiesta e accedere ai benefici in modalità telematica diminuendo notevolmente gli accessi fisici al servizio (Cerro, Ferrante, Laganà e Ripa, 2020). Tuttavia, uno dei problemi principali è stato il digital divide che ha portato alcune persone a essere più isolate di prima e alcuni professionisti, in particolare quelli con più anzianità nel servizio, a non saper gestire le nuove tecnologie e di conseguenza a trovarsi in forte difficoltà in un momento storico caratterizzato dalla distanza fisica (Gui, 2020). Infatti, Taylor (2017 cit. in Pink, Ferguson

e Kelly, 2021) aveva identificato, prima ancora della pandemia, lacune significative sull'alfabetizzazione digitale e sulla consapevolezza degli assistenti sociali dei possibili utilizzi e confini etici delle nuove tecnologie; per questo aveva già portato alla luce la necessità implementare la conoscenza del servizio sociale sugli strumenti digitali. Il fenomeno della pandemia ha costretto ad aumentare velocemente l'utilizzo dei nuovi media eliminando la possibilità di una formazione e conoscenza graduale e portando a un digital divide ancora maggiore tra i professionisti meno pratici delle nuove tecnologie. All'inizio dell'emergenza è emersa anche la criticità riguardante la mancanza di dispositivi tecnologici adeguati nei vari servizi che ha portato a una accelerazione generale nel reperimento di questi strumenti e a un'iniziale mancanza del professionista online nei momenti iniziali (Gui, 2020).

Le risposte dei professionisti a questo momento storico sono state variegata: alcuni hanno messo in atto comportamenti proattivi finalizzati alla creazione di spazi per compensare la distanza fisica e a continuare la verifica del benessere e l'intercettazione di nuovi bisogni ad esempio tramite mail, videochiamate e gruppi WhatsApp; dall'altro lato si trovano professionisti che hanno segnalato l'inadeguatezza e l'inidoneità degli strumenti tecnologici per costruire relazioni significative e fare valutazioni accurate (Cook e Zschomler, 2020) e che hanno preferito continuare a vedere le persone fisicamente. La creatività e l'improvvisazione dei professionisti sembrano essere stati i due fattori principali necessari per svolgere interventi efficaci anche a distanza (Ferguson, 2018 cit. in Cook e Zschomler, 2020). I nuovi media sono risultati essenziali anche per le persone che si trovavano in una struttura residenziale per mantenere i contatti con l'esterno: durante l'emergenza Covid-19 erano vietate le visite e le uscite dalle strutture residenziali, fattore che ha portato a un maggior isolamento e senso di frustrazione nelle persone che si trovavano in struttura. La possibilità di videochiamare le persone all'esterno o di creare gruppi online ha reso possibile mantenere le reti sociali e i contatti con la famiglia (Sanfelici, 2020). Da questo quadro emerge l'urgenza con cui i professionisti si sono dovuti adattare e hanno dovuto creare nuove forme di comunicazione e relazioni tramite le nuove tecnologie per mantenersi in contatto con le persone e i servizi. Tramite una indagine<sup>28</sup> promossa dal Consiglio Nazionale degli Assistenti Sociali e dalla Fondazione

---

<sup>28</sup> L'indagine è stata svolta tramite una web survey somministrata ad aprile 2020 su un totale di 16651 assistenti sociali (Sanfelici, Gui e Mordegli).

Nazionale degli Assistenti Sociali è possibile delineare le varie reazioni dei professionisti sull'uso dei nuovi media durante l'emergenza: gli assistenti sociali che hanno risposto all'indagine hanno raccontato di come si siano resi conto che è possibile lavorare nel sociale e confrontarsi anche a distanza; alcuni professionisti riportano anche che questo periodo ha dato la possibilità di formare nuove collaborazioni e consolidare quelle già esistenti (Allegrì e Di Rosa, 2020). Inoltre, la maggior parte degli operatori ha valutato positivamente l'uso delle nuove tecnologie superando gli scetticismi iniziali in quanto hanno osservato che stimolano a cogliere nuove opportunità e a percorrere strade alternative. Alcuni professionisti hanno riferito di aver ricevuto riscontri positivi anche da parte delle persone seguite dal servizio che hanno trovato meno invasivo l'operato in questa modalità (Allegrì e Di Rosa, 2020). Invece, la principale difficoltà emersa ha riguardato la scarsa alfabetizzazione digitale che in alcuni casi ha causato un non utilizzo di questi strumenti da parte dei professionisti (Allegrì e Di Rosa, 2020).

Il protrarsi nel tempo dell'emergenza sanitaria ha portato anche l'Ordine Nazionale degli Assistenti Sociali a decidere di intervenire tramite le nuove tecnologie mettendo a disposizione gratuitamente dei percorsi di supervisione da remoto. Il centro di ricerca Relational Social Work dell'Università Cattolica del Sacro Cuore ha quindi proposto un progetto denominato "prendiamoci cura di noi" che ha consistito nella formazione di 5 gruppi di professionisti che hanno svolto tre incontri di supervisione su zoom della durata di 2 ore ciascuno; è stata inoltre concessa la possibilità di svolgere un colloquio individuale con il supervisore per chi ne sentiva la necessità (Panciroli, 2022). Questa possibilità non solo ha permesso ai professionisti di confrontarsi e gestire in modo migliore lo stress ma anche di scoprire le diverse utilità dei nuovi media e di sfruttare le opportunità offerte dalle tecnologie.

In sintesi, questo periodo storico ha messo in risalto le potenzialità delle nuove tecnologie che hanno consentito di mantenere delle vicinanze dove sembrava impossibile; le tecnologie hanno dimostrato di essere un mezzo utile ed efficace per fornire sostegno e mantenere attive relazioni e collaborazioni (Dallavalle e Cellini, 2020). Per questo è necessaria una riflessione da parte dei professionisti e le istituzioni che devono sfruttare le opportunità dei nuovi media emerse nei mesi della pandemia; è importante che vengano definite linee guida in materia che diano indicazioni precise agli operatori e ai servizi (Allegrì e Di Rosa, 2020).

## CONCLUSIONI

Questo elaborato ha cercato di offrire una visione generale sui nuovi media, i loro rischi e le loro opportunità. Dall'analisi di alcuni dei principali studi e ricerche in questo ambito, emerge una forte complessità e il fatto che molte e diverse variabili sono connesse al tema delle nuove tecnologie. È impossibile delineare in maniera definitiva e oggettiva i rischi e le opportunità in quanto esse sono estremamente variabili in base al contesto del soggetto. Basti pensare alla varietà di utilizzi che offrono i social media passando dalla socializzazione alla ricerca di informazioni. L'utilizzo quotidiano dei nuovi media da parte dei giovani influisce sulla loro vita, le loro relazioni e la loro identità sociale e non ha in sé una valenza positiva e negativa, ma quest'ultima dipende dalle abilità e dal contesto di provenienza del soggetto che ne fa uso (Pattaro, Riva, Tosolini, 2017). Per avere una visione più chiara e riuscire a promuovere interventi per favorire la conoscenza delle nuove tecnologie da parte dei giovani è necessario essere coscienti dei principali rischi in cui possono incorrere come: il cyberhate, la pornografia, i contenuti user generated negativi, e il sharenting (Mascheroni e Olafson, 2018). È importante tenere conto che lo sviluppo di danni in seguito all'esposizione dei rischi è molto bassa (Mascheroni, Olafson, 2018), tuttavia è necessario imparare a gestire e riconoscere situazioni pericolose (Pattaro, Riva e Tosolini, 2017). È altrettanto necessario tenere conto della moltitudine di opportunità che i nuovi media offrono come la possibilità di socializzare che sembra diminuire sintomi depressivi nei ragazzi con poche amicizie (Kardefelt-Winther 2017), l'opportunità di imparare e informarsi e di cimentarsi in attività creative e di intrattenimento (Livingstone, Kardefelt-Winther e Saeed, 2019). Da questo quadro emerge la complessità in cui i ragazzi sono inseriti e passano la loro quotidianità e di conseguenza la necessità che il servizio sociale sfrutti le opportunità dei nuovi media e inizi a integrarli nella sua pratica professionale per avvicinarsi ai giovani (Barth cit. in Willoughby, 2019) e promuovere il benessere con uno strumento che permette in alcuni casi di utilizzare caratteristiche assenti nei progetti offline come l'anonimato e

l'interattività (Mithcell, Vella-Brodrick e Klein 2010). Emerge anche la necessità che le istituzioni inizino a investire su progetti di formazione sulle nuove tecnologie nella professione di servizio sociale (Pink, Ferguson e Kelly, 2021) e vengano date delle indicazioni che permettano al professionista di agire all'interno di una cornice regolamentata. Un aumento dell'utilizzo dei nuovi media all'interno del servizio sociale si è potuto osservare durante la pandemia Covid-19: prima della pandemia il servizio sociale in Italia non ha mai utilizzato molto le nuove tecnologie per promuovere il benessere e come strumenti professionali; tuttavia, l'arrivo dell'emergenza del Covid-19 ha costretto i servizi a integrare i nuovi media nella loro pratica professionale e di conseguenza a poter osservare i pro e i contro di questi strumenti all'interno della professione. Questo quadro, inizialmente, ha messo in luce soprattutto le difficoltà che alcuni professionisti hanno avuto nell'utilizzare i nuovi media (Gui, 2020), andando a sottolineare la necessità che venga proposta una preparazione sull'alfabetizzazione digitale a tutti i professionisti sociali (Pink, Ferguson e Kelly, 2021). Nonostante le difficoltà e la paura iniziale che i nuovi media non risultassero efficaci all'interno del servizio sociale, da una indagine promossa dal Consiglio Nazionale degli Assistenti Sociali e dalla Fondazione Nazionale degli Assistenti Sociali, emerge che la maggior parte degli assistenti sociali, anche quelli più scettici inizialmente, hanno valutato positivamente l'utilità dei nuovi media e che anche alcuni utenti hanno dato riscontri positivi su questa modalità (Allegrì e Di Rosa, 2020). Queste risposte devono servire come punto di partenza per integrare i nuovi media nella pratica del professionista sociale; quest'ultimo deve sfruttare gli strumenti appresi in questo periodo storico e utilizzarli in modo efficace anche in seguito alla fine della pandemia Covid-19 per operare massimizzando le opportunità date dalle nuove tecnologie insieme al mondo offline. È necessario che gli assistenti sociali e le istituzioni riflettano su come integrare i nuovi media all'interno della professione e che vengano date linee guide che diano indicazione specifiche agli operatori (Allegrì e Di Rosa, 2020) e che le istituzioni investano su corsi di formazione in ambito digitale così da diminuire il digital divide e offrire nuovi spunti di lavoro (Pink, Ferguson e Kelly, 2021).



## Bibliografia

Aichner T., Grunfelder M., Maurer O., Jegeni D. (2021), *Twenty five years of social media application and definitions from 1994 to 2019*, "Cyberpsychology, Behavior and Social Networking", 24(4), pp. 215-222.

Allegri E. e Di Rosa R. T. (2020), "Dialoghi digitali. La comunità professionale si confronta sulle esperienze in tempo di COVID" in Sanfelici M., Gui L. e Mordeglia S. (a cura di), *Il servizio sociale nell'emergenza Covid-19*, Milano, FrancoAngeli.

Auxier B., Anderson M., (2021), *Social Media use in 2021*, [https://www.pewresearch.org/internet/wpcontent/uploads/sites/9/2021/04/PI\\_2021.04.07\\_Social-Media-Use\\_FINAL.pdf](https://www.pewresearch.org/internet/wpcontent/uploads/sites/9/2021/04/PI_2021.04.07_Social-Media-Use_FINAL.pdf).

Baiocco L., Benvenuti M., Cannata D., Fossi E., Mazzoni E., Zanazzi L (2014), *vita online e vita offline: come internet influisce sul nostro agire quotidiano*, "Mediaeducation", 5(2), pp. 131-148.

Bassat L., Livraghi G. (2005), *Il nuovo libro della pubblicità*, Milano, Il sole 24 ore.

Bennett S., Maton K., Kervin L., (2008), *The "digital natives" debate: a critical review of the evidence*, "British Journal of Educational Technology", 39(5): 775–786.

Bates, S. (2017). *Revenge Porn and Mental Health: A Qualitative Analysis of the Mental Health Effects of Revenge Porn on Female Survivors*, "Feminist Criminology", 12(1), 22–42.

Borelli D. (2007), *Il videofonino nella rete. La costruzione del panico morale nella rappresentazione giornalistica di un nuovo medium*, "Quaderni di Sociologia", 44(1), 67-85.

Cavalli L., Formella Z. S. (2018), *Bullismo e cyberbullismo tra fondamenti teorici ed evidenze empiriche: i risultati di un'indagine conoscitiva su un campione di preadolescenti*, "Seminare. Poszukiwania naukowe" 39( 3), pp. 87–101.

Cerro A., Ferrante L., Laganà N. e Ripa C. (2020), "Servizi per l'implementazione delle misure di contrasto alla povertà" in Sanfelici M., Gui L. e Mordeglia S. (a cura di), *Il servizio sociale nell'emergenza Covid-19*, Milano, FrancoAngeli.

Cortoni I. (2012), *Save the media. L'informazione sui minori come luogo comune*, Milano, Franco Angeli.

Cook L. L., e Zschomler D. (2020), *Virtual Home Visits during the COVID-19 Pandemic: Social Workers' Perspectives*, "Practice: social work in action" 32(5), pp. 401-408.

Crutzen R., Peters G.J.Y., Portugal S.D, Fisser E.M., Grollerman J. (2010), *An Artificially Intelligent Chat Agent That Answers Adolescents' Questions Related to Sex, Drugs, and Alcohol: An Exploratory Study*, "Journal of Adolescent Health", 48(5), pp.514-519.

Di Bari C. (2011), *Nativi digitali*, "Studi sulla formazione", 14(2), pp. 191.193.

Dallavalle M. e Cellini G. (2020), *Emergenza COVID-19: risposte dei servizi e delle professioni sociali*, "Il Piemonte delle Autonomie", 2, pp. 1-9.

Enciclopedia Treccani, *Interfaccia*, <https://www.treccani.it/vocabolario/interfaccia/>.

Gini G. (2019), *Il cyberbullismo*, "Minorigiustizia", 2, pp. 142-149.

Gool E. V., Ouytsel J. V., Peeters E., Ponnet K., Walrave M. (2017), *Sexting: adolescents' perceptions of the applications used for, motives for, and consequences of sexting*, "Journal of Youth Studies", 20(4), pp. 446-470.

Giffords E. D. (2008), *The Internet and Social Work: The Next Generation*, "Families in Society: the Journal of Contemporary Human Services" 90(4), pp.413-418.

Gui L. (2020), "Spiazzamento e apprendimento dall'esperienza in tempo di COVID", in Sanfelici M., Gui L. e Mordeglia S. (a cura di), *Il servizio sociale nell'emergenza Covid-19*, Milano, FrancoAngeli.

Kardefelt-Winther D. (2017), *How does the time children spend using digital technology impact their mental well-being, social relationships and physical activity? An evidence-focused literature review*, [Children-digital-technology-wellbeing.pdf \(unicef-irc.org\)](#).

Liuccio M., Borgia C., e Martino B. (2016), *Web-based institutional health promotion initiatives for young people: The 'Chiediloqui' project*, "Journal of Communication in Healthcare", 9(2), pp. 317-342.

Liuccio M. (2014), "Parlare di salute con i giovani: il progetto Chiediloqui", in Cipolla e Maturò (a cura di), *Sociologia della salute e web society*, Milano, FrancoAngeli.

Livingstone S., Kardefelt-Winther D., Saeed M., 2019, *Global Kids Online comparative report*, <https://www.unicef-irc.org/publications/pdf/GKO%20LAYOUT%20MAIN%20REPORT.pdf>.

Mascheroni G., Saeed M., Valenza M., Cino D., Dreesen T., Zaffaroni L. G., Kardefelt-Winther D. (2021), *La didattica a distanza durante l'emergenza COVID-19: l'esperienza italiana*, [https://bayweb.net/wp-content/uploads/2021/04/2021\\_UNICEF\\_AaVv\\_Didattica-a-distanza-durante-emergenza-COVID-Ricerca\\_Report.pdf](https://bayweb.net/wp-content/uploads/2021/04/2021_UNICEF_AaVv_Didattica-a-distanza-durante-emergenza-COVID-Ricerca_Report.pdf).

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

<https://www.miur.gov.it/documents/20182/0/La+ricerca.pdf/7a2a344e-601f-4d62-b76a-ecc592748809>.

Miller D., Costa E., Haynes N., McDonald T., Nicolescu R., Sinanan J., Spyer J., Venkatraman S., Wang X., (2018), “Relazioni online e offline”, in D’Agostino G e Matera V. (a cura di.), *come il mondo ha cambiato i social media: An Italian Translation of How the World Changed Social Media*.

Mithcell J., Vella-Brodrick D., Klein B. (2010), *Positive psychology and the internet: A mental health opportunity*, E-Journal of Applied Psychology, 6(2), pp. 30-41.

Musetti A., Cattivelli R., Zuglian P., Castelnuovo G., Pozzoli S., Capelli F., Terrone G. (2017), *Internet Addiction Disorder o Internet Related Psychopathology?* “Giornale italiano di psicologia”, 44(2), pp. 359–382.

Ordine degli Assistenti Sociali (2020), *Codice deontologico dell’assistente sociale*, <https://www.ordineastaa.it/wp-content/uploads/2020/03/Il-nuovo-codice-deontologico-dellassistente-sociale.pdf>

Riva C. (2018), *Outlooks, gaps or boundaries. Adults' and young people's relationship with the media*, Interdisciplinary Journal of Family Studies, 23(2), pp. 39-53.

Riva G. (2019), *Nativi digitali: crescere e apprendere nel mondo dei nuovi media*, Bologna, Il Mulino.

Riva C., Marini F., Canton S. (2017), *L’uso dei social media nella promozione della salute: il progetto Qwert*, “Salute e società”, 16(3), pp. 47-66.

Panciroli C. (2022), «*Prendiamoci cura di noi*»: un progetto di supervisione online con le assistenti sociali italiane durante l’emergenza sanitaria COVID-19, "Politiche Sociali, Social Policies" 2, pp. 289-310.

Pattaro C., Riva C., Tosolini C. (2017), *Sguardi digitali studenti, docenti e nuovi media*, Milano, FrancoAngeli.

Pastori G., Mangiatordi A., Pagani V., Pepe A. (2020), *Che ne pensi? La didattica a distanza dal punto di vista dei genitori*, Media Education, 11(2), pp. 109-125.

Pediconi M.G., Brunori M. (2018), *Affetti nella rete. Il benessere degli adolescenti tra rischi e opportunità social*, «Psicologia della Salute», 2, pp. 53-79.

Pellai A. (2018), *Costruzione di identità e nuovi processi di socializzazione: le sfide evolutive dei nativi digitali*, “Minoriegiustizia” 1, pp. 68-76.

Pink S., Ferguson H., Kelly L. (2021), *Digital social work: Conceptualising a hybrid anticipatory practice*, “Qualitative Social Work”, 21(2), pp. 413-430.

Prensky M. (2009), *H. Sapiens: dagli immigrati digitali e nativi digitali alla saggezza digitale*, “Italian Journal of Educational Technology”, 18(2), pp. 17-24.

Rapetti E., Cantoni L. (2010), “*Nativi digitali*” e apprendimento con le ICT. La ricerca “*GenY @ work*” in Ticino, Svizzera, “*Journal of e-Learning and Knowledge Society - Italian Version*” 6, pp. 1-10.

Rivoltella P. C. (2019), *Identità e nuovi media*, “*Tredimensioni*”, 16(1), pp. 54-64.

Sanfelici M. (2020), “La gestione dell’emergenza nei servizi per le persone anziane”, in Sanfelici M., Gui L. e Mordeglia S. (a cura di), *Il servizio sociale nell’emergenza Covid-19*, Milano, FrancoAngeli.

Santagagati M., Barabanti P. (2020), *(Dis)connessi? Alunni, genitori e insegnanti di fronte all’emergenza Covid-19*, “*Media Education*” 11(2), pp. 109-125.

Save the Children (2021), *I giovani ai tempi del Coronavirus*, <https://www.savethechildren.it/cosa-facciamo/pubblicazioni/i-giovani-ai-tempi-del-coronavirus>.

Sponcil M., Gitimu P. (2012), *Use of social media by college students: Relationship to communication and self-concept*, *Journal of Technology Research*, 4, pp. 1-13.

Stalker P., Livingstone S., Kardefelt-Winther D., Saeed M., (2019), *Growing up in a connected world*, <https://www.unicef-irc.org/publications/pdf/GKO%20Summary%20Report.pdf>.

Stella R., Riva C., Scarcelli C. M., (2014). *Sociologia dei new media*, Torino, UTET Università.

Ybarra M. L., Eaton W. W. (2005), *Internet-based mental health interventions*, “*Mental Health Service Research*”, 7(2), pp. 75-87

## RINGRAZIAMENTI

Dal punto di vista didattico ci tengo a ringraziare tutti i professori che ho incontrato nel mio percorso e che mi hanno permesso di raggiungere questo traguardo e di espandere le mie conoscenze sul mondo. Ci tengo anche a ringraziare i miei compagni di corso con cui ho potuto vivere la vita universitaria fatta sia di svaghi che fatica e che nonostante la distanza fisica mi hanno sempre permesso di vivere in modo più leggero questi anni di studio.

Ringrazio anche tutti i miei amici, in particolare: Anna, che è stata una presenza fissa e fondamentale nella mia vita fin dalle superiori, sempre pronta a supportarmi e sopportarmi in tutte le mie stranezze senza farmi mai sentire fuori luogo; Nicole ed Elena che mi accompagnano dalla culla e con cui ho fatto i primi passi alla scoperta del mondo e che dopo 23 anni sono ancora qui accanto a me.

Ringrazio la mia famiglia per avermi permesso di arrivare fin qui e per avermi insegnato a essere curiosa verso il mondo e avermi fatto appassionare allo studio.

Ringrazio Matteo che in terza superiore mi ha aiutato a trovare la mia strada e che mi ha accompagnato nei momenti più difficili e felici degli ultimi sette anni senza mai giudicarmi e supportandomi sempre per ciò che sono.

Infine, ringrazio le mie colleghe e amiche della pagina [salutementale.it](http://salutementale.it) per il continuo supporto che mi danno, per aver ispirato questa tesi e per accompagnarmi nel mio piccolo progetto sulla divulgazione online.