

# Ragazzi connessi

I PRE-ADOLESCENTI ITALIANI E I NUOVI MEDIA





**A cura di:**

Pier Cesare Rivoltella e Alessandra Carenzio del Cremit,  
Save the Children Italia Onlus

Si ringraziano tutti i ragazzi, gli insegnanti e i dirigenti delle scuole  
che hanno reso possibile con la loro partecipazione  
la realizzazione di questa ricerca.

**Grafica e impaginazione:**

Akhu srl

**Stampa:**

Pigmentum srl

© Save the Children Italia Onlus - Dicembre 2008



Università Cattolica del Sacro Cuore  
Largo Gemelli 1 - 20123 Milano  
Tel. (+39) 02/72343038  
Fax. (+39) 02/72343040  
cremit@unicatt.it  
www.cremit.it



**Save the Children**

Italia ONLUS

Via Volturmo 58 - 00185 Roma  
Tel. (+39) 06/4807001  
Fax (+39) 06/48070039  
info@savethechildren.it  
www.savethechildren.it

## Premessa

Negli ultimi tempi si sono moltiplicate le ricerche interessate ai consumi mediali dei più giovani. Si tratta di un interesse motivato da molteplici ragioni. La sovraesposizione mediatica (giornali, televisione) di cui godono i nuovi strumenti della comunicazione (dal cellulare alle recenti applicazioni della Rete) sollecita le funzioni del controllo sociale e dell'educazione. D'altra parte, il marketing delle aziende di settore (produttori, provider di servizi e di contenuti) vede proprio nel minore un nuovo potenziale mercato in quanto portatore di bisogni che poi l'adulto dovrà soddisfare. Tra i due dispositivi, la funzione di agenda dei media e gli obiettivi del marketing, si può anche immaginare una relazione: tradizionalmente, infatti, la penetrazione sociale della tecnologia trova proprio nella funzione paratestuale dei media un modo funzionale per corredare la tecnologia stessa con discorsi di accompagnamento che ne guidino l'adozione.

Il risultato di tutto questo è la produzione di rumore. Un rumore cui non si sottrae nemmeno la ricerca, nella misura in cui alimenta la circolazione dei discorsi e alla fine finisce per generare entropia, invece di fornire chiavi per la lettura dei comportamenti.

Consapevoli di questo, vorremmo assegnare a questa ricerca un compito preciso. Quello di parlare agli educatori dicendo loro poche cose, ma assolutamente chiare. Anticipando alcuni dei dati che vedremo emergere potremmo provare a organizzarle attorno a tre sintetiche affermazioni:

- i media fanno parte della normalità dei nostri ragazzi. Si tratta di un dato né rassicurante, né apocalittico: è più semplicemente un'indicazione di metodo per chi educa. Smettiamo di considerare i media degli strumenti: essi nel bene e nel male sono parte integrante del loro quotidiano (come in fondo lo sono del nostro);
- il problema non sono i media, ma le pratiche. Gli adolescenti non sono più trasgressivi perché hanno il cellulare; piuttosto il cellulare crea le condizioni perché le loro pratiche, trasgressive o meno, si esprimano. Smettiamo di mettere sotto processo i media e spostiamo la nostra attenzione sull'intero sistema che li lega alle pratiche dei soggetti: solo le pratiche consentono di collocare i media dentro i loro quadri d'uso;
- le responsabilità vere sono degli adulti. Si tratta di responsabilità di due tipi, come la ricerca mette in evidenza. Responsabilità culturali: le rappresentazioni degli adulti incidono sulla formazione delle rappresentazioni dei più giovani; le culture giovanili sono in qualche modo il riflesso di quanto le culture adulte elaborano e fanno circolare. Responsabilità educative: il permanere di forti preoccupazioni, il prevalere di rappresentazioni negative, suggeriscono il funzionamento di un dispositivo che associa la mancanza di conoscenze certe (ho paura di quel che non conosco) all'incapacità o all'impossibilità della presenza educativa (ho paura perché so di non controllare).

Da queste tre indicazioni crediamo si possa ripartire per uscire dal rumore, indicando allo stesso tempo lo spazio per tornare ad educare e la via d'uscita dal loop che mette in circolo gli interessi del mercato con i processi discorsivi degli apparati dell'informazione.



#### NOTA I

Il concetto di “nuovi media” è probabilmente già superato dalla ricerca. Esso presupporrebbe, infatti, la possibilità di differenziare rispetto ad essi degli ipotetici “vecchi media”. Si tratta di un esercizio impraticabile, anche perché la fenomenologia degli strumenti oggi disponibili presenta una situazione in cui anche media più “vecchi” si sono dati nuovi formati e nuove modalità di presenza (la mobile television sul telefonino è un medium nuovo o vecchio? E la televisione digitale? E una web-radio?). Manteniamo, tuttavia, nel report la dizione “nuovi media” perché è quella che è ormai entrata nell’uso per definire quei media (dal telefonino, a Internet con le sue applicazioni, ai videogiochi) che più di altri abitano le pratiche dei più giovani modificandole rispetto al tempo recente in cui era la televisione generalista a funzionare da indubbia protagonista dei consumi.

## La ricerca

La ricerca “Ragazzi Connessi” intende riflettere sul significato dei nuovi media<sup>1</sup> tra i pre-adolescenti e costruire un piano di intervento educativo attraverso la definizione del quadro aggiornato delle loro appropriazioni mediali, nello specifico: le abitudini d’uso, il senso che i nuovi media assumono per loro, gli atteggiamenti adottati rispetto a possibili comportamenti di rischio. Si tratta di tre punti – uso, significato, atteggiamenti – che funzionano da riferimento per poter progettare attività sul campo, per entrare nei contesti educativi mediante iniziative adeguate al clima mediale e alle esigenze che i ragazzi non sempre manifestano.

Il piano di lavoro intende produrre un inquadramento del contesto, finalizzato evidentemente alla definizione della relazione che i ragazzi intrattengono con i nuovi media, intesi soprattutto come spazi di socializzazione, conoscenza e interazione con i coetanei, per delineare con più attenzione il significato dei media oggi e gli atteggiamenti che i ragazzi adottano nel momento in cui si trovano a dover gestire problematiche relazionali in rete.

L’analisi dei risultati del questionario funziona, dunque, da bacino di raccolta e definizione di profili comportamentali.

## Una prima analisi dei dati: il questionario

I questionari su cui la ricerca è costruita sono 1.373 nel complesso (51,13 la percentuale dei maschi e 48,87 quella delle femmine) e riguardano un target di età compresa tra gli 11 e i 14 anni raggiunto tra gennaio e maggio 2008. Come spesso capita nella ricerca educativa sui consumi mediali, la modalità più rapida e meno disturbante per raggiungere i soggetti da intervistare è di passare attraverso le scuole; esse non costituiscono tanto l’oggetto della ricerca (non interessa cosa gli adolescenti facciano con i media a scuola), quanto piuttosto, il luogo del reclutamento e della disponibilità per l’indagine. Nello specifico sono state coinvolte 18 scuole sul territorio italiano (come rappresentato in tabella) in qualche modo rappresentative del territorio nazionale (anche se non era obiettivo della ricerca costruire immagini statisticamente significative, quanto piuttosto disegnare paesaggi mentali e profili d’uso dei ragazzi).

### SCUOLE COINVOLTE NELLA RICERCA

|         |                           |                                |
|---------|---------------------------|--------------------------------|
| Lazio   | Roma                      | IC “De Curtis”                 |
| Lazio   | Civitavecchia             | SMS “Francesco Flavioni”       |
| Lazio   | Rieti                     | IC “Angelo Sacchetti Sassetti” |
| Lazio   | Rieti - Capomoro          | IC “G. Pascoli”                |
| Abruzzo | Chieti                    | SMS “Chiarini De Lollis”       |
| Marche  | Falconara M.              | SMS “C. G. Cesare”             |
| Marche  | Ancona                    | SMS Pinocchio Montesicuro      |
| Marche  | Porto Potenza Picena (MC) | IC Raffaello Sanzio            |
| Sicilia | Agrigento                 | IC “Anna Frank”                |



|                |                |                                  |
|----------------|----------------|----------------------------------|
| Sicilia        | Canicatti      | IC "G.Verga"                     |
| Sicilia        | Gela (CL)      | IV Circolo di Gela               |
| Emilia Romagna | Bologna        | IC n. 8 "Guinizzelli" di Bologna |
| Lombardia      | Rescaldina)    | IC D.Alighieri                   |
| Lombardia      | Castronno (VA) | SMS "De Amicis"                  |
| Piemonte       | Bricherasi     | IC Caffaro                       |
| Piemonte       | Verbania       | SMS "Ranzoni"                    |
| Toscana        | Toscana        | Ponte Buggianese (PT)            |
| Puglia         | Matera         | IC Grassano                      |

Il questionario consente di definire alcuni aspetti centrali che elenchiamo seguendo l'ordine di apparizione:

- la *dimensione d'uso* (user/non user) e la frequenza d'uso, aspetto che serve per spiegare meglio alcune risposte relative al comportamento e agli atteggiamenti adottati relativamente a telefono cellulare e Internet;
- la *tipologia di attività* che coinvolge i ragazzi (sms, download e upload di materiali, foto, solo per fare qualche esempio);
- le *motivazioni* d'uso dei nuovi media (quindi il significato che questi assumono per i ragazzi);
- i *comportamenti* che i ragazzi ritengono siano comuni ai loro coetanei rispetto ad alcune situazioni paradigmatiche e di rischio (incontri con persone conosciute in rete, scambio di materiali inadatti, richieste da parte di adulti).

Prendiamo le mosse proprio dal primo aspetto.

## L'uso di cellulare e Internet: cosa fanno i ragazzi e con quali motivazioni

Il telefono cellulare, come Internet, rappresenta uno strumento di comunicazione e socializzazione ormai talmente diffuso, anche tra i pre-adolescenti, da poter essere effettivamente considerato come un naturale prolungamento delle vite individuali e sociali dei soggetti. I dati vanno confermando questa rappresentazione se consideriamo che il 43,26% dei rispondenti dichiara di usare il cellulare da 1 a 3 anni, il 37,14% da 4 o più anni, solo il 14,93% da meno di un anno e bassissime sono le percentuali di non utilizzatori: il 3,28% dichiara di non averlo mai utilizzato, dato minoritario ma certamente molto interessante ai fini dell'analisi in profondità (i non user della nostra ricerca hanno 11 e 12 anni, solo in due casi si tratta di quattordicenni e tredicenni, e sono per lo più maschi).

[GRAFICO 1]

La situazione sul fronte Internet è del tutto simile a livello di distribuzione, pur

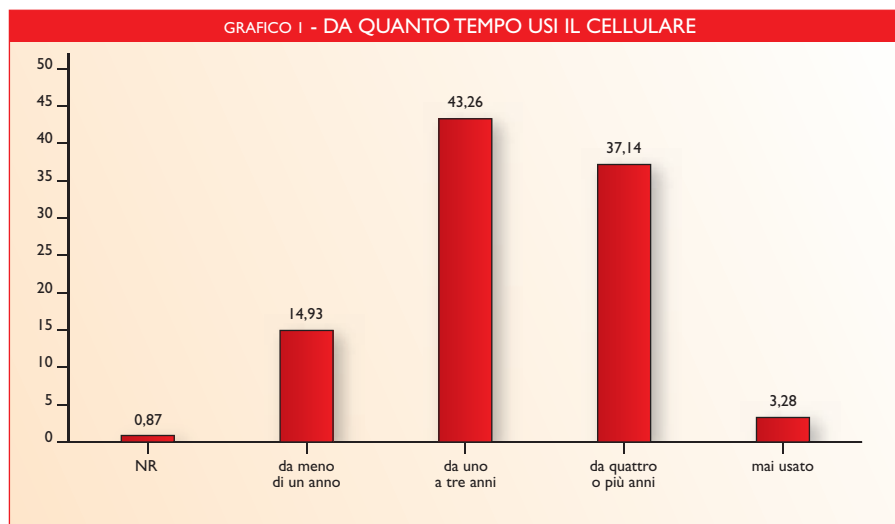
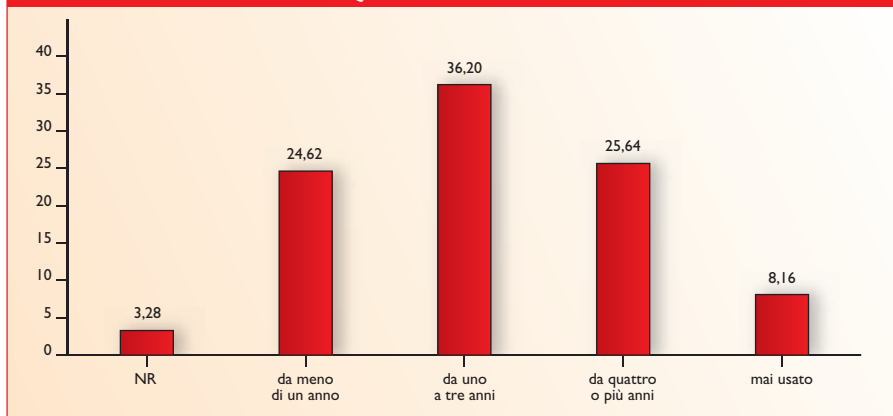




GRAFICO 2 - DA QUANTO TEMPO UTILIZZI INTERNET



con percentuali minori e un maggior numero di non risposte: il 24,62% naviga da meno di un anno, il 36,20% da 1 a 3 anni, un buon 25,64% da più di 4 e l'8,16% dichiara di non aver mai usato Internet.

[GRAFICO 2]

Rispetto alle attività che impegnano i ragazzi al cellulare o in Internet, vengono confermate le analisi precedentemente condotte (*Mediappro, Il senso del fare mediale 2*).

Il cellulare e la Rete funzionano da

connettori sociali, servono per sentire gli amici, rimanere sempre in contatto e condividere emozioni.

Foto e filmati diventano importanti per i ragazzi in funzione della memoria, che pare essere l'aspetto più importante per loro, aldilà del divertimento. Nel caso del telefonino, isolando i valori più elevati rispetto alla frequenza (qualche volta e spesso) otteniamo un quadro interessante che vede gli SMS al primo posto (30,3% e 45,5%), lo scambio di immagini (24,7% e 18,7%), foto e filmati (in questo caso il cellulare sostituisce la macchina fotografica digitale e diventa strumento per fissare momenti importanti, divertenti e da condividere con gli amici); poche le risposte attorno all'uso del telefono per giocare o scaricare suonerie. [GRAFICO 3]

NOTA 2

Cfr. in Internet, URL: <http://www.mediappro.org>. Sui dati della ricerca cfr. anche: P.C. Rivoltella. Screen Generation, Vita e Pensiero, Milano 2006. Per la seconda ricerca, cfr. L. Messina, P.C. Rivoltella (a cura di), Il senso del fare mediale, Erickson, Trento 2009.

GRAFICO 3 - CON IL CELLULARE

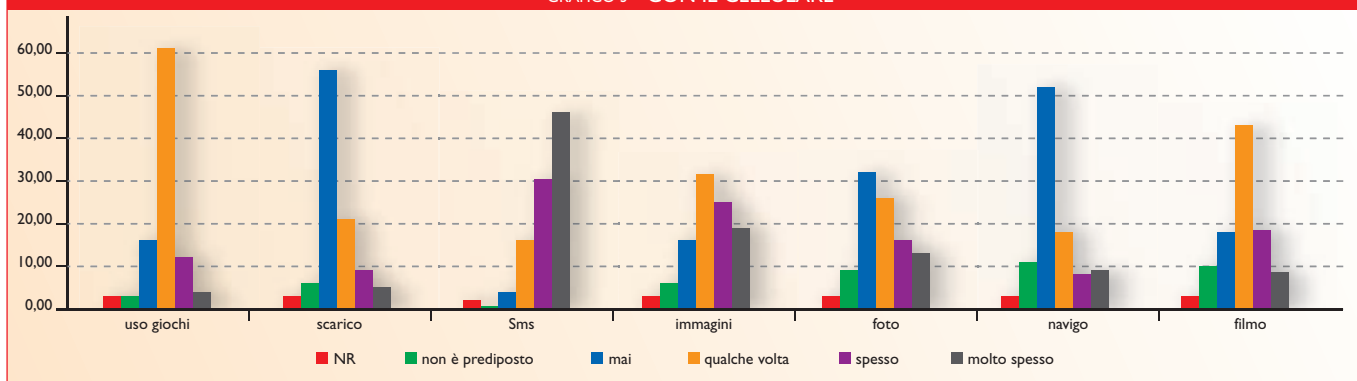
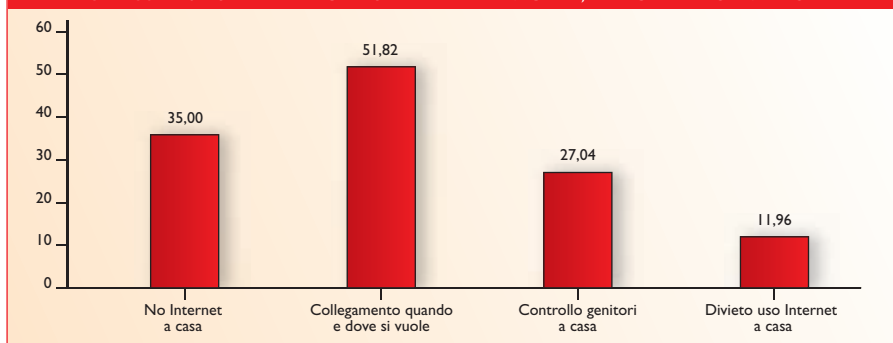


GRAFICO 4 - SE UTILIZZI IL CELLULARE PER NAVIGARE, INDICA LE MOTIVAZIONI



L'uso del telefono per navigare invece raccoglie, come ci si aspettava, un minore consenso, tuttavia, le motivazioni servono per spiegare meglio la situazione: il 7,5% naviga tramite cellulare qualche volta, l'8,6% spesso e lo fanno nella maggior parte dei casi per questioni di tempo/spazio (per essere svincolati dalla postazione fisica del PC connesso), quindi per essere connessi quando e dove vogliono, ma anche perché non hanno



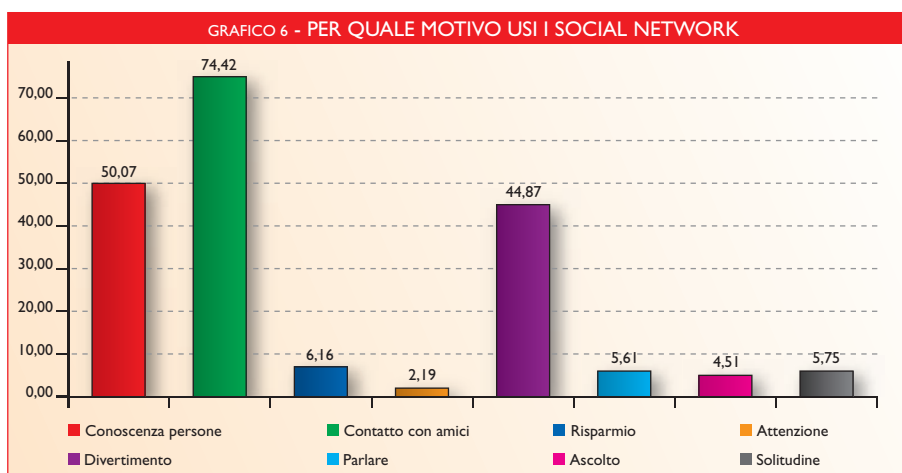
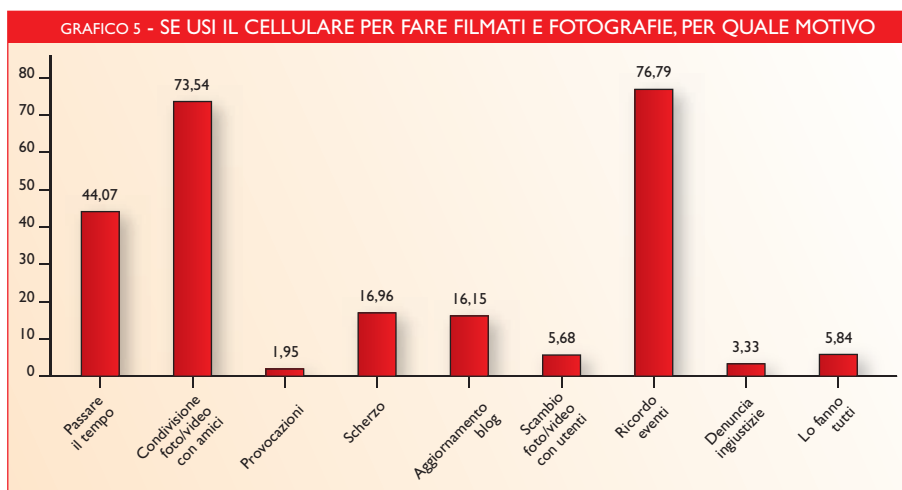
connessioni attive in ambiente domestico. Inferiore il consenso dato all'assenza di controllo come motivazione primaria, aspetto presente ma in percentuale minore. [GRAFICO 4]

Le motivazioni che invece spingono i ragazzi a usare il cellulare per filmare e fare foto sono essenzialmente raccolte attorno alla dimensione ludica e a quella della condivisione: fare foto e filmati divertenti, è un passatempo e consente di fissare nella memoria occasioni divertenti o insolite (la dimensione della memoria cui sopra si faceva riferimento). Sul fronte opposto non si ravvisa nel cellulare uno strumento funzionale all'affermazione e alla difesa dei diritti del cittadino, per esempio immaginando di usare la fotocamera per denunciare ingiustizie, mentre l'utilizzo della fotocamera in dotazione nel proprio cellulare per fare scherzi e per provocare è minoritario, anche se più frequente tra i maschi, che dichiarano nei pochi casi individuati, di usare il cellulare anche come strumento di denuncia. Il riferimento alla dimensione dell'identità ricorre in maniera significativa; si tratta di un aspetto che verrà ripreso in chiusura. [GRAFICO 5]

Passando a Internet, emerge chiaramente la dimensione della socialità e una maggiore presenza dei ragazzi nei social network: il 38,2% possiede un profilo personale in un social network (contro il 42,1% dei ragazzi che non lo possiede), il 9% non lo sa e il 10,6% non risponde. I social network più frequentati sono MSN Messenger, spazio di incontro decisamente famoso tra i ragazzi, seguito da Habbo, Netblog, Chatta.it e Badù, ma lo scarto tra MSN e gli altri è molto elevato, confermandone la popolarità assoluta.

Le motivazioni rivelano che per il 74,4% degli intervistati l'uso di social network è legato al contatto con gli amici abituali, per il 50% si tratta invece di allargare il campo delle conoscenze, confermando quanto da tempo stiamo affermando su più fronti e da più parti: la socialità in rete tende a qualificarsi come estensione della rete sociale presenziale e non come mondo alternativo a quello delle relazioni fisiche. Un dato che molti genitori sembrano non prendere in considerazione. [GRAFICO 6]

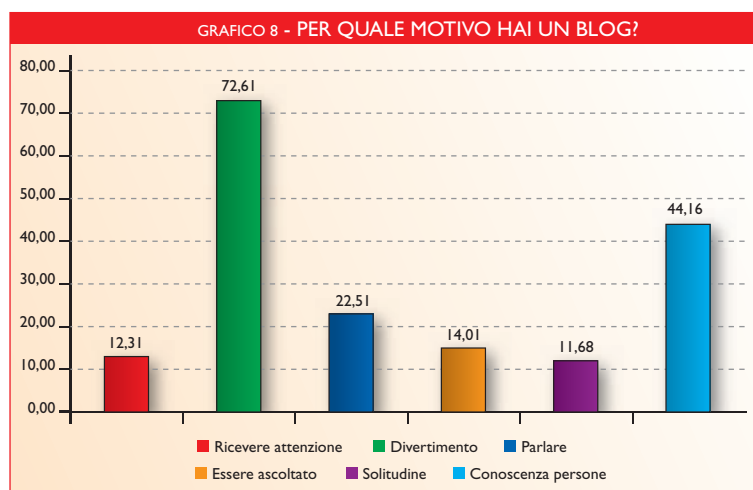
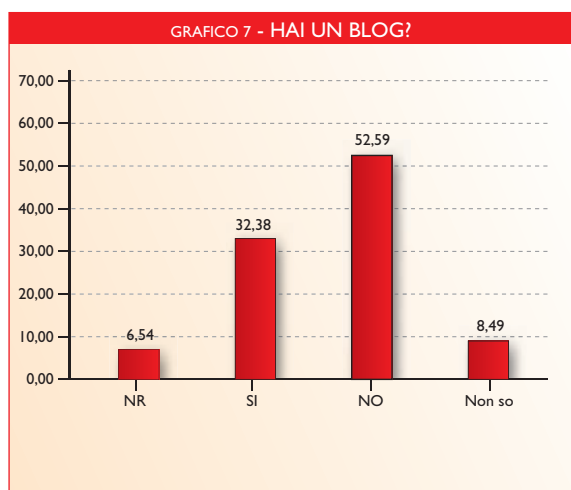
Sempre sul fronte della socializzazione, molto diffuso è il blog, con dati superiori rispetto alle precedenti indagini condotte dal CREMIT (il 32,4% dei ragazzi possiede un blog, contro il 18% di fine 2006). I ragazzi lo ritengono una occa-



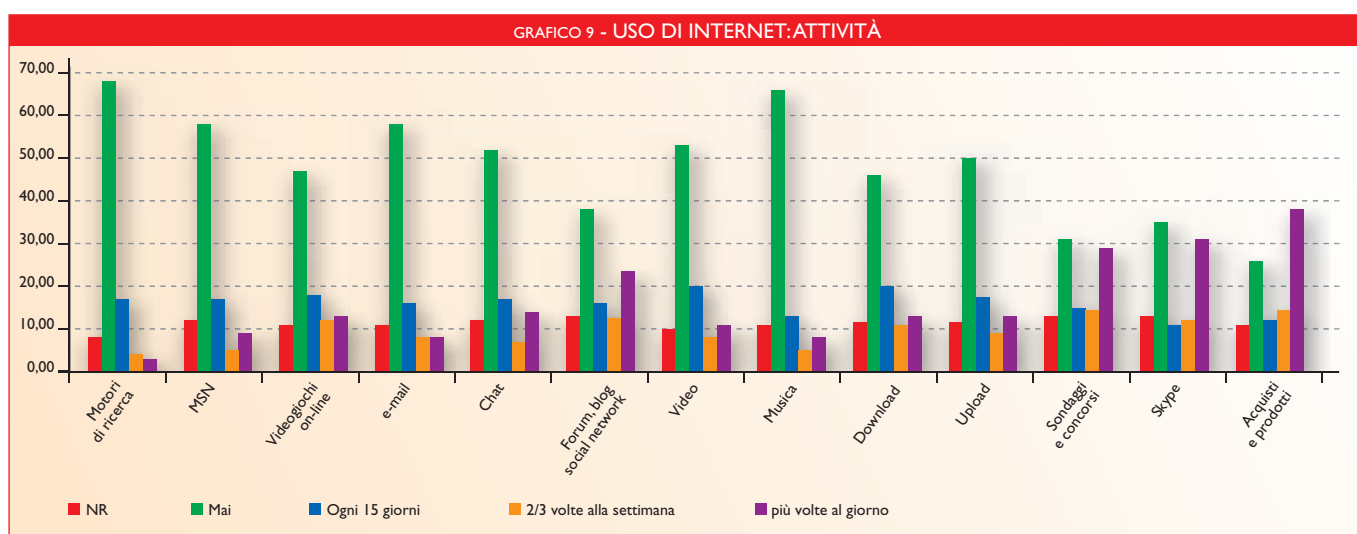


sione di divertimento (72,6%) e di conoscenza con altre persone (44,2%) - ancora una volta è la relazione che diventa nodo chiave – ma anche uno spazio per parlare liberamente (22,5%).

Inferiori (ma in ogni caso decisamente significative) sono le percentuali attorno alle dimensioni della solitudine e della ricerca di attenzioni (rispettivamente 11,7% e 12,3%), che attribuiscono al blog il compito di recuperare una dimensione affettiva assente. Il dato non è certo patologico, e tuttavia è interessante notare come la sfera affettiva sia importante per gli adolescenti, anche in rete (sommando i dati relativi alla possibilità di ricevere attenzione, parlare, essere ascoltati e combattere la solitudine otteniamo buoni consensi). [GRAFICO 7 E 8]



Affidiamo al grafico che segue il compito di fare sintesi rispetto alle attività svolte in rete, non potendo marcare differenze significative se confrontiamo i dati con la situazione già da tempo descritta dalla ricerca. [GRAFICO 9]

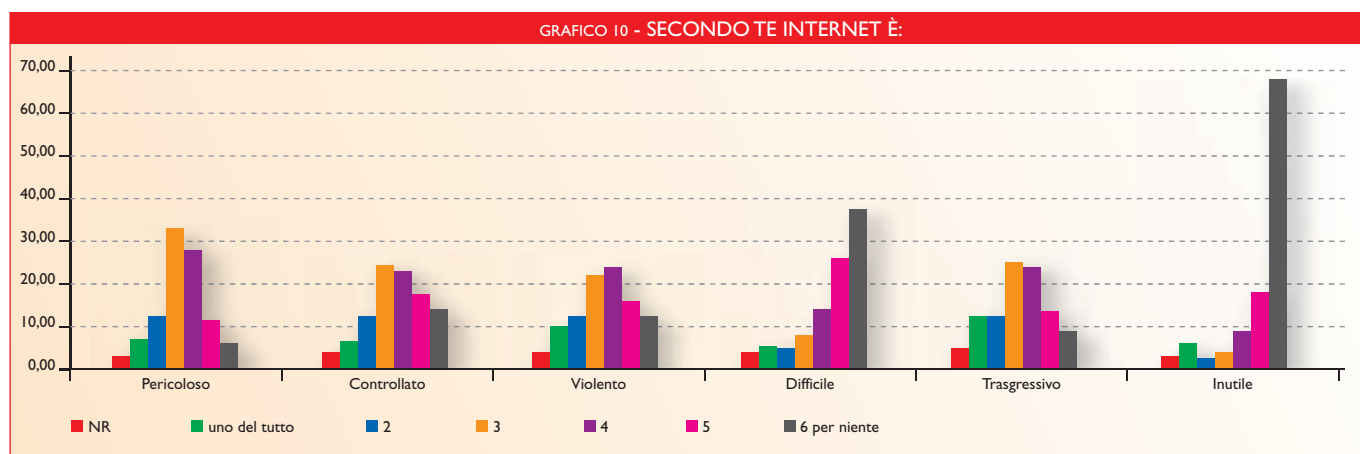






## Le opinioni dei ragazzi attorno alla Rete

Rispetto alle opinioni espresse su Internet, le dimensioni indicate (pericoloso / sicuro, controllato / libero, violento / non violento, difficile / facile, trasgressivo / non trasgressivo, inutile / utile) rispecchiano i discorsi con cui abbiamo aperto la ricerca e che da qualche anno circolano attorno al significato della Rete per i giovani. Internet è utile, non certo in senso strumentale (come per l'adulto ad esempio), e facile da gestire. I giudizi estremi (del tutto pericoloso / del tutto sicuro per fare un esempio) raccolgono minori consensi, nel senso che i ragazzi si ritrovano più frequentemente in posizioni intermedie, a eccezione appunto per la dimensione dell'utilità tutta sbilanciata in positivo e la dimensione della facilità, anche in questo caso sovra-rappresentata in positivo. [GRAFICO 10]



Internet si qualifica come ambiente di relazione abituale, importante e necessario (utile per parlare con i coetanei, per incontrare nuovi amici, per esprimersi). La dimensione dell'identità è decisiva, poiché social network, blog e chat sono occasioni per rappresentare se stessi, comunicare la propria esperienza personale, per riconoscersi. I ragazzi interpellati tendono, come rilevato nelle risposte raccolte, a utilizzare immagini rappresentative di se stessi, soprattutto foto personali (40,8%), foto scattate con amici (24,1%) e foto di personaggi famosi con cui sono inclini a identificarsi (23,5%). [GRAFICO 11]

La scelta di immagini personali è determinata dall'intenzione di farsi conoscere e soprattutto di far conoscere i propri interessi (45,3%), di trovare amici con le stesse passioni (50,2%), solo secondariamente per provocare (3,6%) o catturare l'attenzione (16,1%). Perché mettere foto diverse dalla propria nel

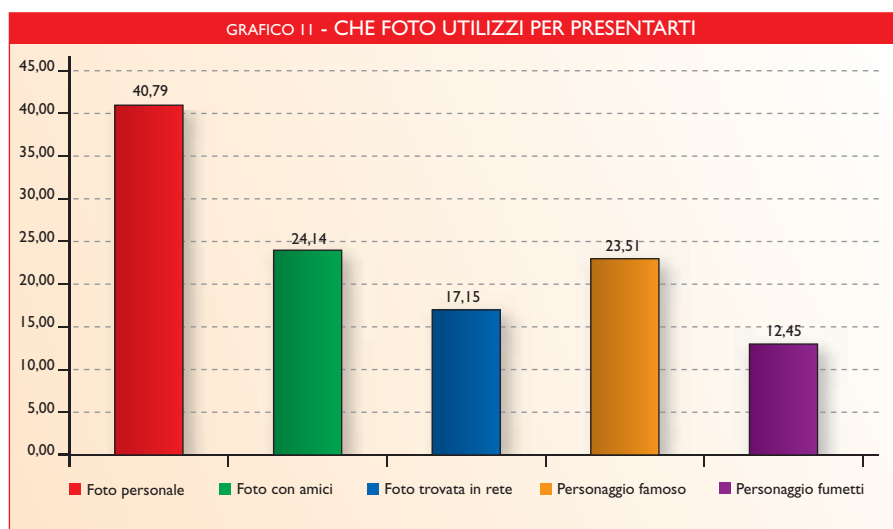
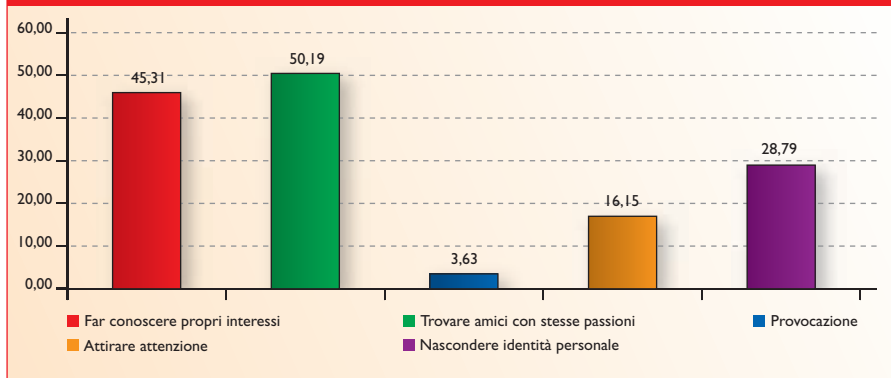




GRAFICO 12 - PERCHÉ UTILIZZI FOTO DIVERSE DALLA TUA?



momento in cui ho intenzione di conoscere persone e, soprattutto, conoscere persone con cui condivido gusti e passioni? L'identità torna ad essere centrale. [GRAFICO 12]

Nel caso di immagini non personali (ad esempio fumetti, cartoni animati, foto di animali o oggetti rappresentativi volute dal 28,8% per nascondere la propria identità), la scelta è determinata dalla volontà di apparire migliori (7,4%) e di

nascondere la vera identità (17,3%), privacy che le fotografie personali evidentemente non garantiscono.

Non possiamo non notare tuttavia una certa incongruenza rispetto alle opinioni emerse nella domanda successiva, dove si chiede ai ragazzi di esprimere il proprio parere rispetto ad alcuni comportamenti o atteggiamenti dei coetanei in rete.

## La dimensione del rischio

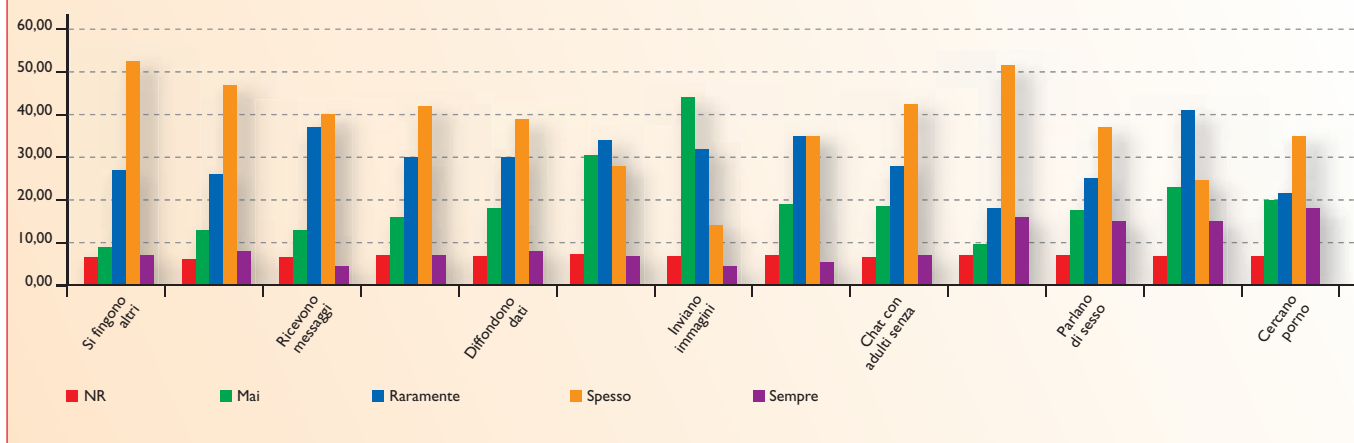
Il quadro del rischio rispetto a Internet merita una precisazione. Ciò che per l'adulto è rischioso, spesso non lo è per i ragazzi, per i quali il rischio in rete si configura come virus, connessione lenta o altri indicatori ben lontani da quanto genitori e famiglie, definiscono come comportamento rischioso. Ciò detto, ricordiamo quanto evidenziato nella domanda già commentata rispetto alle opinioni su Internet: i ragazzi che dichiarano di ritenere Internet decisamente pericoloso sono una minoranza, “mediamente pericoloso” e “mediamente sicuro” raccolgono quasi consensi identici.

Alla luce di questo, proviamo a definire con maggiore precisione il pensiero dei ragazzi e la loro esperienza. Facciamo un passo indietro indicando cosa fanno i ragazzi in Internet, secondo gli interpellati (la domanda è la seguente: “Secondo te in Internet quanto spesso i ragazzi della tua età...”, seguita da un elenco di items che definiscono altrettante attività o comportamenti relativi alla sfera della socialità, delle relazioni personali, del rischio, della relazione con gli adulti in rete, della pornografia).

Il 52% ritiene che i coetanei fingano di essere qualcun altro, il 46,7% ritiene che pubblichino foto senza autorizzazione, il 51% che raccontino cose non vere, il 41,8% che chattino con persone adulte senza saperlo (percentuale che si abbassa al 34,4% nel caso di chat con adulti ma consapevoli di parlare con persone di età diversa dalla propria), il 34,7% che cerchino materiali pornografici e il 41,28% che ricevano inviti da parte di sconosciuti. Lasciamo alla figura che segue la sintesi di tutti gli items proposti, avendo segnalato le dimensioni che hanno raccolto i maggiori consensi. [GRAFICO 13]



GRAFICO 13 - SECONDO TE I RAGAZZI DELLA TUA ETÀ IN INTERNET:



Il dato è di sicuro interesse e si presta a differenti letture. La prima passa per la registrazione di una “normalità” che il resto della ricerca disegna rispetto alla presenza delle tecnologie nelle vite dei ragazzi che appare in contrasto con la percentuale di chi immagina che i comportamenti dei coetanei siano invece trasgressivi e non sempre corretti quando si interfacciano con la tecnologia. Ci si potrebbe chiedere: ma gli adolescenti, allora, sono quelli che ci dicono di essere, o quelli che popolano le loro rappresentazioni? Un'altra ipotesi di lettura potrebbe addebitare all'immaginario preoccupato dei media (fatto di pedofilia, pornografia e cyberbullismo) la rappresentazione che i ragazzi dichiarano, spiegando così la distanza di queste rappresentazioni rispetto alla normalità che pare emergere dal resto della ricerca. Ma in fondo, forse, i due dati non stanno in contraddizione e la possibilità effettiva della trasgressione conferma esattamente il dato della normalità: proprio perché cellulare e Internet sono divenuti normali, le pratiche trasgressive tipiche dell'adolescenza passano anche attraverso di essi.

Le situazioni elencate sono capitate ai ragazzi interpellati o al loro gruppo di amici, come indicato nella domanda successiva, nel 25% dei casi, ovvero il campione si è trovato in situazioni simili a quelle indicate, mentre il 67,6% risponde in maniera negativa e il 7,4% si astiene. Si tratta di un dato importante soprattutto se confrontato con quanto i ragazzi dichiarano di aver fatto, o di non aver fatto, in alcune occasioni specifiche che ricalcano le situazioni su cui si sono espressi in precedenza.

In tutti i casi, la maggior parte dei ragazzi non ne ha parlato con nessuno, o al massimo con i propri amici, mentre rarissimi sono i casi nei quali si è deciso di confidarsi con fratelli o sorelle e in assoluta minoranza i casi nei quali ci si è rivolti direttamente ai genitori (nel caso di richieste di fotografie in cambio di denaro la percentuale dei ragazzi che si è rivolta ai genitori è lievemente superiore rispetto alle rimanenti situazioni illustrate).

Questo risultato stimola alcune riflessioni, soprattutto in termini di interventi in ambito educativo. Tali interventi, infatti, dovrebbero essere pensati in un'ottica di rafforzamento del dialogo familiare, aspetto carente in molte situazioni e ancor più quando si parla di Nuovi Media. Non basta dire ai ragazzi di parlare con i ge-



nitore se si trovano in situazioni di disagio, evidentemente serve un sistema di sensibilizzazione più sofisticato e convincente in famiglia e a scuola. Non solo. Se infatti in situazioni considerate a rischio (da noi adulti), come sono quelle proposte dal questionario, dove la gestione e la risposta in termini di comportamenti assunti è fondamentale, i ragazzi e le ragazze si sono affidati al gruppo dei pari o, come nella maggior parte dei casi, hanno gestito la situazione in autonomia, pensare ad interventi mirati su di loro diventa prioritario.

Tali interventi devono partire dal presupposto che non tutti i ragazzi sono esposti ai rischi online allo stesso modo, la maggior parte ha le necessarie risorse per rispondere e per gestire le situazioni in modo adeguato; quelli più a rischio di problemi quali ad esempio, la vittimizzazione in Internet e l'esposizione o il coinvolgimento attivo nella pedo-pornografia, sono quelli che vivono spesso già in condizioni problematiche, dove il riferimento adulto è di norma carente o addirittura assente. In questo senso, il rafforzamento delle competenze del singolo da un lato e dei suoi pari, che spesso ne rappresentano l'unico riferimento e che possono esercitare, se messi nelle condizioni di poterlo fare, un ruolo di "controllo" e tutela, dall'altro, può rappresentare una delle risposte più efficaci.

Rispetto ai divieti, tema che viene associato al rischio e alle potenziali problematiche di gestione di Internet, non possiamo non evidenziare come il divieto d'uso, ad esempio di MSN e chat, sia un aspetto del tutto assente, o quanto meno poco diffuso in famiglia, se consideriamo come la maggior parte del campione dichiara di non ricevere divieti da parte dei genitori, per quanto concerne la gran parte della attività in rete.

Si tratta di una situazione interessante, da leggere sotto una duplice ottica che meriterebbe un ulteriore approfondimento: l'assenza di divieto è sintomo di fiducia rispetto alla capacità di autogestione del proprio/a figlio/a; la libertà è frutto dell'assenza della famiglia che si dimostra disinteressata o incapace.

Certamente potrebbe trattarsi anche di un nuovo stadio di diffusione dei nuovi media, per cui alla prima reazione di timore e spavento (che spesso causa il divieto) segue un nuovo momento di adattamento avendo constatato come non necessariamente chat, MSN, blog siano luoghi di perdizione, ma di confronto con gli altri.

## Linee di intervento

In conclusione, proviamo a tracciare alcune linee che possono funzionare da cornice per riposizionare l'intervento educativo e la promozione di campagne in favore della promozione della responsabilità del soggetto. Chiaramente, cambiando il significato assunto da Internet nello spazio quotidiano, devono necessariamente cambiare le parole con cui ci si accosta al tema e soprattutto devono cambiare gli interventi sul versante operativo.

**Il cellulare e la Rete funzionano da connettori sociali**, servono per sentire gli amici, rimanere sempre in contatto e scambiare emozioni (foto e filmati girati con il cellulare diventano importanti per i ragazzi in funzione del ricordo e della condivisione, consentendo di fissare nella memoria occasioni divertenti o insolite). Allo stesso tempo, a conferma di una linea emersa nel corso delle ultime ricerche, l'uso di social network è legato al contatto con gli amici abituali, per la gran parte del campione è la motivazione primaria, quindi la socialità in rete tende a qualificarsi come estensione della rete sociale presenziale.

**Internet è utile, non certo in senso strumentale**. I giudizi estremi (Internet: del tutto pericoloso/del tutto sicuro per fare un esempio) raccolgono minori consensi, i ragazzi si ritrovano più frequentemente in posizioni intermedie, eccezion fatta per la dimensione dell'utilità tutta sbilanciata in positivo e la dimensione della facilità, anche in questo caso sovra-rappresentata in positivo.

**La dimensione dell'identità è decisiva**, proprio in virtù del ruolo sociale dei nuovi media, poiché social network, blog e chat sono occasioni per rappresentare se stessi e comunicare la propria esperienza personale, per riconoscersi. Esserci ed essere passano anche dalla Rete, come spazio di comunicazione ed espressione della propria identità. Ecco perché i ragazzi tendono a utilizzare immagini rappresentative di se stessi, foto personali e foto scattate con amici. Essendo la Rete uno spazio di incontro e socializzazione, viene da sé che mettere una propria immagine reale non significa esporsi a rischi, ma comunicare se stessi ed essere se stessi.

**La gestione del rischio**. Dobbiamo rivedere parte degli stereotipi e dei pregiudizi che connotano la modalità con cui comunichiamo ai ragazzi e alle ragazze i rischi correlati all'utilizzo di Internet e dei cellulari e i comportamenti da adottare. I minori sono "esploratori attivi" e proprio a causa del loro bisogno di sapere, della propria curiosità e dell'eccitazione e delle sensazioni con cui sono sollecitati sia sul fronte interno (crescita e sviluppo sessuale) sia sul fronte esterno (messaggi provenienti dal mondo dei media, del mercato e dal gruppo dei pari) possono trovarsi a contatto con situazioni, persone e materiali non adeguati al loro livello di sviluppo e di crescita<sup>3</sup>. Ma molti degli scenari che vengono proposti a chi sta crescendo, possono essere percepiti come irrealistici e non credibili e la conseguenza più probabile è che le raccomandazioni non vengano ascoltate. Rischiamo di rendere questi sforzi vani se, ad esempio, rappresentiamo gli sconosciuti online solo come coloro che adescano e manipolano i minori inesperti per poi abusar-

### NOTA 3

Alberto Pellai – Risorse per genitori ed insegnanti, [www.stop-it.org](http://www.stop-it.org)



ne. Questa non è la realtà che vivono i ragazzi e le ragazze e in generale non è la sola realtà. È vero che proprio come avviene nella vita reale, gli adulti potenziali abusanti di Internet utilizzano ogni strumento per sedurre la propria vittima, ma lo sforzo che dobbiamo fare è dotare i ragazzi e le ragazze non della paura degli sconosciuti, ma delle competenze necessarie per essere in grado di leggere, decifrare e rispondere in autonomia in modo sicuro ed efficace alle sollecitazioni che provengono dalla rete, soprattutto quando si tratta di gestire le relazioni con gli altri. Più in generale questo è il lavoro educativo in cui scuola e famiglia svolgono un ruolo fondamentale. Tanto più oggi, che la diffusione del wireless e delle connessioni via cellulare (destinate nel tempo ad aumentare), allontanano sempre più i ragazzi dalla supervisione parentale.

**La necessità di dialogo in famiglia**, aspetto che più volte abbiamo evidenziato, ma che qui emerge in maniera ancora più evidente: in caso di situazioni spiacevoli o poco chiare, la maggior parte dei ragazzi non ne parla con nessuno, al massimo con gli amici, mentre rarissimi sono i casi nei quali si è deciso di confidarsi con fratelli o sorelle e in assoluta minoranza i casi nei quali ci si è rivolti direttamente con i genitori. Questo spazio vuoto deve essere riempito di significato. Gli amici, il gruppo dei pari, rimangono gli unici riferimenti del ragazzo. Anche da questo aspetto deriva la necessità di ristrutturare gli interventi in tema di sicurezza/responsabilità, non solo dunque dall'evoluzione della tecnologia nella vita di tutti i giorni e nello spazio sociale abituale (il significato, come dicevamo), le parole che decenni fa erano plausibili oggi si dimostrano inadeguate alla sfida.

**L'assenza di divieti in famiglia**. La domanda riguarda il modello di lettura da adottare: si tratta di una espressione della fiducia rispetto alla capacità di autogestione del proprio figlio? O la libertà è frutto dell'assenza della famiglia che si dimostra disinteressata o incapace? Oppure Internet non più elemento di novità tale da suscitare una reazione di timore e spavento (che spesso causa il divieto) e in questo caso significa che ci troviamo in una nuova fase di adattamento rispetto al medium? Tre ipotesi differenti che tuttavia convergono verso l'affermazione di una necessità: costruire strumenti di autonomia per i ragazzi, ma anche accompagnare la famiglia in un percorso di appropriazione culturale dei nuovi media.



<http://www.>



## Save the Children

Italia ONLUS

**Save the Children** è la più grande organizzazione internazionale indipendente per la difesa e la promozione dei diritti dei bambini. Opera in oltre 120 paesi nel mondo con una rete di 28 organizzazioni nazionali e un ufficio di coordinamento internazionale: la International Save the Children Alliance. Save the Children Italia opera anche sul territorio nazionale con particolare attenzione alle fasce più deboli e potenzialmente vulnerabili di minori. In particolare sviluppa azioni di sostegno per i minori migranti non accompagnati, minori vittime di tratta e abuso. Inoltre vi sono azioni ad ampio raggio inerenti programmi di educazione allo sviluppo e il rapporto dei minori con le nuove tecnologie.



Il **CREMIT** - Centro di Ricerca sull'Educazione ai Media, all'Informazione e alla Tecnologia - svolge attività di ricerca e formazione nel campo della Media Education e della Education Technology. In particolare: formazione degli insegnanti, percorsi di ricerca-azione, sviluppo di soluzioni tecnologiche e didattiche per le scuole, educazione continua, e-learning, monitoraggio e valutazione.

La realizzazione di questa ricerca s'inserisce tra le attività previste da Easy – Enhancing Awareness on Internet Safety for Young People - campagna di sensibilizzazione ad un utilizzo sicuro e responsabile dei Nuovi Media da parte dei più giovani, condotta da Save the Children Italia in partnership con **Adiconsum** e co-finanziata dalla **Commissione Europea**.

