

I preadolescenti e la comunicazione: tra smartphone e Social Network

Lavinia Pontigia

Università degli Studi di Bergamo

Introduzione

In questo capitolo si propone un'analisi qualitativa delle informazioni raccolte tramite tre *focus group*¹, organizzati nell'inverno 2017 in collaborazione con alcune scuole secondarie di primo grado di Bergamo e provincia², con l'obiettivo di approfondire alcuni temi relativi alla comunicazione e alle modalità di utilizzo dei diversi strumenti comunicativi da parte dei preadolescenti.

I quattro gruppi coinvolti, formati ciascuno da otto componenti, erano costituiti da studenti delle classi seconde e terze, scelti randomicamente da sezioni differenti.

Ogni gruppo si è incontrato una volta, per una durata media di due ore per singolo incontro.

Per poter facilitare la conversazione, all'inizio di ciascun focus sono state proposte ai ragazzi due attività, che sono servite da stimolo per far emergere i racconti di episodi della quotidianità di ciascuno legati all'utilizzo di alcuni strumenti di comunicazione, tra i quali: cellulari (SMS, telefonate e applicazioni varie), tablet, e-mail e strumenti cartacei.

Prima attività

Per la prima attività sono stati messi a disposizione dei ragazzi, suddivisi in gruppi, dei cartoncini che rappresentavano alcuni mezzi di comunicazione (bigliettini, messaggi vocali, SMS, WhatsApp, e-mail,

¹ Il focus group è una tecnica di raccolta dei dati per la ricerca sociale, basata sulla discussione tra un gruppo di persone, moderata da un conduttore e focalizzata su un tema che si intende indagare in profondità. (Corrao, 2002)

² Istituto comprensivo "A. Lanfranchi" (Sorisole, BG), Istituto Comprensivo Statale "Angelo Mazzi" (BG), Istituto Comprensivo 'F. Gatti' (Curno, BG); Istituto Comprensivo E. Donadoni, Bergamo (BG)

telefonate, fotografie ecc.), alcuni possibili interlocutori (genitori, amici stretti, conoscenti ecc.) e svariati messaggi ("Mi annoio", "Cosa facciamo oggi?" "Mi manchi" ecc.).

A ciascuno di loro è stato chiesto di scegliere un messaggio, di collegarlo con il dispositivo che di solito utilizza per comunicarlo e individuare a quale destinatario inviarlo, e di confrontarsi infine con i propri compagni di gruppo; è stato inoltre chiesto a ciascun gruppo di eleggere un portavoce, incaricato di riportare quanto emerso nel confronto.

[... parte di questo capitolo non è accessibile al momento ...]

[... il volume completo può essere richiesto dal sito dell'Editore

<http://www.sestanteedizioni.com/>

o dai principali distributori in Rete ...]

Se i like gratificano e accrescono l'autostima ["Soprattutto se sono persone che conosco a mettermelo, magari anche più grandi e belle" Sara, 12 anni], i followers rappresentano infatti un vero e proprio *status symbol*, al pari degli abiti firmati, dal quale dipende la propria posizione sociale: più se ne ha, più si è popolari e si ha diritto al rispetto e all'amicizia degli altri ["Sinceramente adesso nella società c'è gente che dice che se non hai tot followers non puoi essere loro amico." Selene, 13 anni; "C'è chi dice che se hai meno di un tot di followers sei sfigato, ma anche se non vesti firmato per qualcuno sei sfigato." Matilde, 13 anni].

Soltanto una piccola parte di loro, perlopiù maschile, afferma di non interessarsi al numero di followers e di like ricevuti, e di preferire mantenere il profilo privato per preservare la propria privacy ["La questione dei like e dei followers non mi interessa, alla fine i miei followers sono tutte persone che conosco, ho il profilo chiuso; ed anche per la questione di vestire firmato non mi interessa" Marco, 12 anni].

In questa caccia sfrenata all'ultimo like, i ragazzi sembrano talvolta perdere di vista i pericoli legati all'esibizione di sé, ed in particolare quei pericoli categorizzati da Staksrud, Livingstone, Haddon

& Olafsson (2009) come *rischi legati ai contatti*. Apparentemente, gli apprezzamenti -talvolta a sfondo sessuale- da parte di adulti non destano in loro la minima preoccupazione, e l'unico meccanismo di difesa messo in atto si limita alla non-risposta ["Una volta un tipo ci ha scritto cose sconce, su Instagram, e alla fine quando continuava noi abbiamo iniziato a prenderlo in giro, e alla fine ha smesso di scrivermi, però comunque quando mi scrivono "vecchi/anziani" tipo di 40 anni, cioè non anziani, però adulti, comunque di 50/60 anni, se mi scrive gente così non rispondo." Giada, 14 anni; "A me sono arrivate un sacco di foto sconce, da persone sconosciute, e io non volevo; io li blocco e basta" Silvia, 13 anni].

[... parte di questo capitolo non è accessibile al momento ...]
[... il volume completo può essere richiesto dal sito dell'Editore
<http://www.sestanteedizioni.com/>
o dai principali distributori in Rete ...]

Bibliografia

Corrao S. (2010) *Il Focus group*. Milano: FrancoAngeli.

Lazzari, M. & Jacono Quarantino, M. (A cura di) (2010) *Adolescenti tra piazze reali e piazze virtuali*. Bergamo: Sestante edizioni.

Lazzari, M. & Jacono Quarantino, M. (A cura di) (2012) *Identità, fragilità e aspettative nelle reti sociali degli adolescenti*. Bergamo: Sestante edizioni.

Staksrud, E., Livingstone, S., Haddon, L., & Olafsson, K. (2009) *What do we know about children's use of online technologies: a report on data availability and research gaps in Europe [2nd edition]*. EU Kids Online, Deliverable D1.1. London: EU Kids Online Network.