



# Culture e Studi del Sociale

## CuSSoc

ISSN: 2531-3975

*Da Whatsapp al Flaming il passo è breve. Usi ed effetti degli Smartphones dei nativi digitali tra web reputation e devianza on line*

RICCARDO GIUMELLI

### Come citare / How to cite

GIUMELLI, R. (2018). Da Whatsapp al Flaming il passo è breve. Usi ed effetti degli Smartphones dei nativi digitali tra web reputation e devianza on line. *Culture e Studi del Sociale*, 3(2), 151-165.

Disponibile / Retrieved from <http://www.cussoc.it/index.php/journal/issue/archive>

### **1. Affiliazione Autore / Authors' information**

University of Verona, Italy

### **2. Contatti / Authors' contact**

Riccardo Giumelli: [riccardo.giumelli\[at\]univr.it](mailto:riccardo.giumelli[at]univr.it)

**Articolo pubblicato online / Article first published online:** December 2018



- Peer Reviewed Journal

INDEXED IN  
DOAJ

Informazioni aggiuntive / Additional information

[Culture e Studi del Sociale](#)



*Da Whatsapp al Flaming il passo è breve.  
Usi ed effetti degli Smartphones dei nativi digitali tra  
web reputation e devianza on line*

Riccardo Giumelli

Università di Verona, Italia  
E-mail: riccardo.giumelli[at]univr.it

**Abstract**

The text starts from a research carried out in the Verona schools where we wanted to investigate the uses and effects of Smartphones and social networks. The results also report the forms of cyberbullying exercised among the students. We will discuss this by focusing on the forms of hate speech and flaming. Before delving in to the analysis of the collected data, we have reflected on the dialectic never ceased if the means of communication or its users create the perverse and deviant effects that emerge. Rather than taking a position, in one way or another, a complexity of the issue emerges where the worst option is to take radically one of these opposing positions. We cannot deny how social networks have favored an extension and diffusion of flaming, as the students themselves tell. But, at the same time, it is naïve to believe that there are no responsibilities of the users. In the background, there is a theme that prevails, that of a new hyperconnected generation, the always-connected generation, everywhere and the research try to understand better this generation in order to prepare us with the challenges that already are in front of us.

**Keywords:** Social Networks, Smartphone, Flaming.

*“La cosa più difficile da affrontare è il cambiamento del modo  
in cui la situazione sta cambiando”  
Zygmunt Bauman*

*“Un ragazzo è stato preso in giro perché parlava troppo, così dei ragazzi robusti hanno deciso di farlo tacere chiudendolo nei bagni e poi schiacciandogli le dita tra le porte. Questo è accaduto di recente ma chissà quante azioni sgradevoli sono accadute in quel bagno e che il ragazzo non vuole dire. Inoltre io ogni volta che vedo azioni di bullismo intervengo, mi interessa difendere gli altri. Odio l’umiliazione”*

*“Penso che bisogna reagire, o parlarne, non solo con i genitori (che magari lo sottovalutano) ma magari con qualcuno di cresciuto che lo ha anche subito e che ti capirà bene”*

*“Secondo mio padre per contrastare il bullismo basterebbe non badare ai messaggi e io gli ho sempre risposto che non è così facile e che non basta fregarsene. Cosa possa fare per fargli cambiare idea e farlo rendere conto dell’importanza della cosa?”*

*“Il cyberbullismo va punito più severamente e bisogna effettuare una serie di controlli sui social perché spesso i ragazzi non comunicano il loro malessere. Sui social che frequento spesso le offese e gli insulti sono all’ordine del giorno”*

*“Credo che ognuno che acceda a queste piattaforme debba essere cosciente di quello che può capitare e debba essere attento alla propria privacy”*

*“Io non ho mai avuto di questi problemi, mi reputo una persona dal carattere forte e se ricevessi un insulto o una minaccia probabilmente lo bloccherei sui ogni social, non mi faccio mettere sotto”*

*“Conosco una ragazza che per colpa degli insulti che tutti i giorni riceve ha tentato il suicidio tre volte, senza riuscirci”*

*“L’educazione è alla base di tutto”*

*“Il limite, ce lo dovete insegnare voi adulti, il limite”*

Commenti di ragazzi e ragazze rilasciati sul questionario

## Introduzione

Andare allo stadio per vedere i tifosi e non la partita, come è noto sociologicamente parlando, significa fare un’esperienza di abbondante violenza verbale. Si insulta l’arbitro, l’avversario sia in campo sia sugli spalti. Proviamo, adesso, a trasportare questa esperienza dallo stadio su un campo virtuale, alla Bourdieu (1984), sempre disponibile, aperto, chiuso, conflittuale o partecipativo, dove tanti attori e diversi si muovono contemporaneamente. L’*hatespeech*, come viene anche diffusamente chiamato, non si contiene a quell’ora e mezza di partita e di aggressività, che evapora, generalmente, al fischio finale dell’arbitro, quando ognuno, uscito dallo stadio, ritorna alla propria quotidianità. Esso è continuo, onnipresente, pervasivo e sembra divenire la “normale” dialettica del *web 2.0*. Basta, ad esempio, una parola mal interpretata per dare avvio a un processo di *flaming* (infiammarsi) fatto di insulti, umiliazioni, discriminazioni.

Il tema del nostro articolo riguarda, infatti, la diffusione di questo fenomeno e lo faremo attraverso alcuni dei risultati di una ricerca condotta nelle scuole di Verona. Dopo aver raccontato come nasce la ricerca, chi vi ha partecipato e in quali modalità, proveremo a comprendere se la rete sia un mezzo che abbia favorito o meno la diffusione di questa forma comunicativa. Si tratta di un mezzo neutro, come molti sostengono, e quindi il problema sta in chi e come lo si utilizza, oppure sono alcune caratteristiche proprie del mezzo che determinano un fenomeno così diffuso? Il tema non è certo nuovo. È, da sempre, al centro dell’attenzione sociologica attraverso le varie scuole che si sono confrontate: Scuola di Chicago, di Francoforte, di Toronto. Tuttavia, ogni volta che si ripropone, soprattutto con toni, mediaticamente parlando, allarmistici e preoccupati, si ripresenta lo scontro tra le colpe del mezzo e di chi lo utilizza in una dialettica senza fine.

Proveremo, quindi, per quanto possibile, a fare un minimo di chiarezza. Successivamente, passeremo ad un’analisi dei risultati ottenuti attraverso le risposte dei ragazzi. Cercheremo di capire se essi rappresentano, nel nostro campione, una generazione veramente connessa e in quale modo. Spiegheremo quanto lo *Smartphone* venga utilizzato e in quali luoghi. Vedremo quali sono le applicazioni più diffuse e perché. Entreremo poi nel tema della devianza *on line*, nelle situazioni che provocano violenza, soprattutto verbale. Quanto è diffusa? Quali sono le conseguenze? Si tratta di una situazione che si è amplificata con i *new media*? Nel tentare di dare qualche risposta proveremo ad indicare anche una strada di riflessione che non sia esclusiva di chi maneggia bene la sociologia ma di chi si trova tutti i giorni, nell’ambiente scolastico e nella famiglia, a contatto con questi problemi.

Non è difficile riconoscere la complessità della situazione e della sua gestione per tutti gli attori sociali coinvolti. Tutto questo accade perché l’attenzione e la

comprensione dei nuovi mezzi della comunicazione impone nelle generazioni dei cosiddetti “migranti digitali”, una rincorsa affannosa ai cambiamenti dell’innovazione tecnologica e agli usi che i ragazzi, “i nativi digitali”, ne fanno.

Velocità del mutamento, tecnologie delle comunicazioni sempre più sofisticate, un *overload* informativo sempre più impossibile da gestire a causa della quantità enorme di informazioni e dalla difficoltà di reperire quelle di maggior qualità, determinano forme di nuova ignoranza (Bechelloni, 2007; Harari, 2018). Sono le forme di ignoranza di chi non sa di non sapere, di un’ignoranza figlia dell’eccesso di informazione e della difficoltà di reperire quelle migliori. Da qui, come in un circolo vizioso, la difficoltà di riconoscere le potenzialità dei mezzi. Si diffondono forme di demonizzazione della rete, degli *Smartphones*, senza una reale consapevolezza dell’ambiente mediatico di cui si sta parlando. Il tema è complesso e i colpevoli non sono sempre facilmente riconoscibili.

Non lo sono anche perché le *audience* ci sfuggono. Il riconoscimento di *audience* diffuse, *diffused audience* (Abercrombie e Longhurst, 1998), cioè *audience* sempre più frantumate e balcanizzate, che si muovono da un mezzo all’altro, dall’*off line* all’*on line* con grande velocità, rendono l’analisi della socializzazione mediatica ancor più complessa (Bennato, 2011).

Studiare i media e la socializzazione mediatica è una necessità che cresce (Silverstone, 2002), non solo per la loro pervasività aumentata, ma, Silverstone asserisce, per come: “le infinite piccole storie dei media sostituiscono le grandi narrazioni del mondo: le ideologie, le filosofie, le religioni, ecc. Il loro rovesciarsi spettacolare sugli spettatori spesso rapiti sembra sollecitare ingenuamente le emozioni e i sentimenti di chi le vede, ascolta, legge, ma ottime alla distanza grandi risultati nel creare atteggiamenti e credenze collettive” (*Ibidem*, p. 9).

Sono le piccole storie e le emozioni riportate nei *social* che oggi rappresentano la dimensione dello *storytelling* dei ragazzi, che ci raccontano un mondo, il loro mondo.

Andiamo pertanto a chiarire, nella speranza che i nostri dati possano servire da bussola per eventuali azioni da intraprendere nella risoluzione dei problemi emersi.

## 1. Smartphones e Social Network: buoni o cattivi

Harold Innis (1986) e Karl Popper (1994) sono due intellettuali che rappresentano due fenomenologie distanti sullo stesso tema, due narrazioni contrapposte: da un lato l’attenzione alla ricchezza e alle grandi possibilità, dall’altro i grandi rischi e i pericoli dei mezzi di comunicazione<sup>1</sup>. Due scuole di pensiero<sup>2</sup> che incarnano due posizioni in contrasto, rappresentate da quella di Toronto (McLuhan, Havelock, Ong, de Kerckhove e, appunto, Innis) e quella di Francoforte (Adorno, Marcuse, Benjamin, Horkheimer), anche se di quest’ultima Popper, viennese, non fece, in realtà, parte e ne fu critico.

Citiamo Popper per la *brossure* che ha fatto scuola nell’immaginario mediatico: *Cattiva Maestra Televisione*. Un giudizio netto e tagliente sul mezzo di comunicazione più diffuso e pervasivo di questi ultimi decenni. Chissà cosa avrebbe detto dello *Smartphone*. Sarebbe stato altrettanto critico? Forse, probabilmente però non

---

<sup>1</sup> Per Karl Popper il riferimento è, soprattutto, alla televisione.

<sup>2</sup> Per approfondimenti sul tema delle due scuole, delle quali è disponibile grande materiale, oltre ai riferimenti diretti degli autori, si rimanda, tra gli altri, agli scritti di Paccagnella (2010), di Abbruzzese e Mancini (2007), DeFleur e Ball-Rokeach (1995) e di Grassi (2002).

avrebbe parlato di maestro. Non si trova più sul piedistallo, lassù a dirci come stanno le cose. È invece con noi, in tasca, come un compagno. Forse, sarebbe un *Cattivo compagno Smartphone*.

Popper, a differenza del determinismo tecnologico e dei processi integrativi della scuola di Toronto, si sofferma sugli effetti perversi della televisione.

Ricordando la sua esperienza con i bambini, riconosce che molti dei loro disturbi sono conseguenza di una violenza familiare o comunque presente nelle loro case, anche indotta dalla televisione. Popper rimanda al tema della responsabilità di chi immette i contenuti, richiedendo, addirittura, per loro una sorta di patente da dare e da togliere. È chiaro che non si scaglia contro lo strumento in sé. Tuttavia, ciò che emerge è che la televisione è coinvolta nel processo di socializzazione ed educazione dei bambini. Detto questo, che potrebbe sembrare anche un'ovvietà, ciò non risolve il problema, anzi lo rende ancor più gravoso.

In questi anni, abbiamo assistito, anche personalmente, a molte discussioni: *Smartphone* sì, *Smartphone* no. Abbiamo origliato conversazioni accese nei ristoranti dove addirittura si puniva il figlio, troppo attaccato alla visione sul cellulare, con quella controllata della TV.

Abbiamo partecipato a momenti di scontro aperto, dove i più si posizionano su due fronti: "apocalittici" verso "integrati", con netta prevalenza del primo. Si tratta della ben nota contrapposizione di Umberto Eco (1964), tra chi demonizza e chi li accoglie con entusiasmo.

La discussione mostra tutta la sua complessità nella definizione di una posizione certa e chiara, al fine di costruire delle prassi di uso quotidiano in grado di garantire un buon utilizzo dei mezzi stessi. Spesso accade che queste che devono essere facili e comprensibili da tutti, abbiano un'obsolescenza immediata e, paradossalmente diano vita ad un effetto contrario, quello di irrigidire in posizioni stereotipate e aprioristiche, tanto da far perdere di vista la consapevolezza del contesto nel quale vengono adottate. È necessario, quindi, un lavoro più profondo, sull'interpretazione dell'utente, caso per caso e che continui nel tempo. Come ci ricordano Abruzzese e Mancini (2007), noi siamo diventati il messaggio dei media stessi, siamo un ambiente mediatico, riprendendo McLuhan (1967) e profetizzando uno scenario da *social network*, dove si è ancor più ridotta la distanza tra noi e i mezzi, attraverso un coinvolgimento (Elias, 1998) strutturale e continuo.

Giovanni Ziccardi (2016), in suo testo recente sul tema dell'odio on line, riassume questa scontro/confronto analizzando la neutralità o meno del mezzo di comunicazione. Le posizioni di partenza sulle quali si basa la sua riflessione sono due: la prima è che le tecnologie della rete rappresentino sostanzialmente un mezzo, l'altra è che queste, in virtù delle loro caratteristiche, agiscano direttamente nella stimolazione e amplificazione delle manifestazioni di odio. L'antinomia è la stessa delle scuole sociologiche sopra citate: è il mezzo il problema o come lo si utilizza? Il fatto che non si possa rigorosamente propendere per una delle due posizioni deriva dall'impossibilità, come ci mostra, di fare riferimento certo a ricerche in grado di confermare, senza essere falsificate, l'una o l'altra posizione. Sostenere la prima tesi significherebbe che tutto va bene anche di fronte ai suicidi di tanti teenager e alle ferite di forme di *flaming* sempre più evidenti. Significherebbe lasciare che il mercato delle informazioni faccia il suo corso, anche nella libera manifestazione delle proprie espressioni di eventuale odio. La seconda tesi rischia invece di colpevolizzare eccessivamente la rete, di farne un capro espiatorio, e considerare certi comportamenti umani, a partire dall'aggressività, modificabili con la diffusione di una nuova tecnologia. La rissa in un bar o fuori dallo stadio ci sarebbe comunque, rete o non rete. La differenza, come suggerisce Ziccardi, è nell'esposizione

dell'odio e nella sua diffusione. A seconda che si propenda per una maggiore libera espressione del sé, anche nelle forme di odio verso qualcosa o qualcuno, come nel pensiero liberale americano, difeso dal primo emendamento alla costituzione; oppure verso una difesa dell'integrità morale e della dignità dell'altro, come nel pensiero più marcatamente europeo, non sfuggirà che alcune circostanze sono divenute chiare a tutti.

La rete permette alcune situazioni dalle caratteristiche devianti: postare messaggi continuamente e in maniera ripetitiva, amplificare un danno o una situazione potenzialmente deviante nello spazio e nel tempo, entrare in contatto con persone sconosciute, costruire identità diverse, reperire informazioni sensibili on line, comunicare attraverso l'anonimato, incontrare la difficoltà a far rimuovere definitivamente messaggi, video o altro potenzialmente dannosi. Favorisce, quindi, la disinibizione<sup>3</sup> (Wallace, 2016) di certi comportamenti che in altri contesti non avverrebbero.

Solo per una maggiore chiarezza e prima di passare a vedere cosa accade nelle scuole ricordiamo, sinteticamente, la scala di Gordon Allport (1954) sulle forme dell'odio: *Antilocution* (le parole contro), forme espressioni che alludono a stereotipi e pregiudizi, *Avoidance* (Evitamento e isolamento), *Discrimination*, *Physical Attack*, *Extermination*.

Un climax di comportamenti che si insinuano nella vita quotidiana scolastica anche fino al quarto stadio.

## 2. La ricerca

La ricerca nasce spontaneamente dall'incontro dell'iniziativa di chi scrive con quella dell'AIART (Associazione Spettatori Onlus originariamente Associazione Italiana Ascoltatori Radio Televisione divenuta ora Associazione Cittadini Mediali) sezione di Verona e dei suoi obiettivi associativi.

Abbiamo contattato varie scuole del territorio veronese, andando direttamente nelle classi a spiegare gli obiettivi, le motivazioni e a distribuire un questionario.

Ne abbiamo distribuiti 1341 in tredici scuole (Tab. 1). In particolare: tre scuole secondarie di primo grado e nove scuole secondarie di secondo grado.

Tutte le scuole partecipanti hanno mostrato grande interesse e sensibilità verso il tema della ricerca: comprendere, in sintesi, il tipo di relazione, spesso problematica, che si instaura tra i ragazzi e quell'oggetto "magico" che hanno in tasca, lo *Smartphone*.

Abbiamo distribuito i questionari manualmente, classe per classe, pensando che la nostra presenza fosse importante. Essere lì davanti è stato un modo per far percepire che la scuola si occupa e preoccupa di questi temi.

Il periodo è stato quello tra aprile 2017 e novembre 2017.

---

<sup>3</sup> Ad esempio il caso in cui si postano foto, non tanto di altri, ma di se stessi in situazioni potenzialmente compromettenti: dopo aver bevuto troppo, in abiti succinti, violando il codice della strada, ecc.. L'altro generalizzato, per dirla con le parole di Mead (1934), presente nei social, nella sua presunta invisibilità nei percorsi di riconoscimento e viralità dei post, diventa strumentale. L'invisibilità, però, è presunta e come tale si confonde con un basso controllo sociale. L'audience diventa indicatore di riconoscimento attraverso l'immediato feedback, dove i comportamenti disinvolti possono essere vincenti e premiati. "Seenow, likenow", ci verrebbe da dire, parafrasando la formula di marketing "Seenow, Buynow".

Tab. 1 - Struttura del campione oggetto di analisi

SCUOLE	Atmni per sesso				Atmni per età												Totale alunni					
	Femmine		Maschi		Anni 12		Anni 13		Anni 14		Anni 15		Anni 16		Anni 17		Anni 18		Q.tà	%		
	Q.tà	%	Q.tà	%	Q.tà	%	Q.tà	%	Q.tà	%	Q.tà	%	Q.tà	%	Q.tà	%	Q.tà	%				
<b>ISTITUTI</b>																						
Bolisani	136	10%	82	6%					62	5%	82	6%	57	4%	11	1%	6	0%	218	16%		
Guardini	16	1%	13	1%					1	0%	12	1%	14	1%	2	0%			29	2%		
Lorgna-pindemonte	70	5%	74	6%					17	1%	39	3%	40	3%	36	3%	12	1%	144	11%		
Tusini	5	0%	32	2%					3	0%	6	0%	14	1%	10	1%	4	0%	37	3%		
Varie scuole	13	1%	8	1%									3	0%	11	1%	7	1%	21	2%		
<b>Totale Istituti : 5</b>	<b>240</b>	<b>18%</b>	<b>209</b>	<b>16%</b>					<b>83</b>	<b>6%</b>	<b>139</b>	<b>10%</b>	<b>128</b>	<b>10%</b>	<b>70</b>	<b>5%</b>	<b>29</b>	<b>2%</b>	<b>449</b>	<b>33,5%</b>		
<b>LICEI</b>																						
Maffei	118	9%	59	4%			10	1%	49	4%	55	4%	30	2%	32	2%	1	0%	177	13%		
Medi	87	6%	37	3%			1	0%	17	1%	17	1%	45	3%	21	2%	23	2%	124	9%		
Montanari	166	12%	35	3%					22	2%	49	4%	73	5%	38	3%	19	1%	201	15%		
<b>Totale Licei : 3</b>	<b>371</b>	<b>28%</b>	<b>131</b>	<b>10%</b>			<b>11</b>	<b>1%</b>	<b>88</b>	<b>7%</b>	<b>121</b>	<b>9%</b>	<b>148</b>	<b>11%</b>	<b>91</b>	<b>7%</b>	<b>43</b>	<b>3%</b>	<b>502</b>	<b>37,4%</b>		
<b>MEDIE</b>																						
Alghieri	60	4%	61	5%			29	2%	27	2%	3	0%							121	9%		
Meneghetti	57	4%	65	5%			32	2%	48	4%	36	3%	4	0%	2	0%			122	9%		
Simoni	76	6%	71	5%			43	3%	70	5%	34	3%							147	11%		
<b>Totale Medie : 3</b>	<b>193</b>	<b>14%</b>	<b>197</b>	<b>15%</b>			<b>104</b>	<b>8%</b>	<b>180</b>	<b>13%</b>	<b>97</b>	<b>7%</b>	<b>7</b>	<b>1%</b>	<b>2</b>	<b>0%</b>			<b>390</b>	<b>29,1%</b>		
<b>Totale SCUOLE : 11</b>	<b>804</b>	<b>60%</b>	<b>537</b>	<b>40%</b>			<b>104</b>	<b>8%</b>	<b>268</b>	<b>20%</b>	<b>267</b>	<b>20%</b>	<b>278</b>	<b>21%</b>	<b>161</b>	<b>12%</b>	<b>72</b>	<b>5%</b>	<b>1.341</b>	<b>100%</b>		



Il campione analizzato è stato quello di ragazzi e ragazze di scuole secondarie di primo e secondo grado, con una netta prevalenza delle seconde, per una fascia di età che va dai 12 ai 18 anni. Dobbiamo precisare che la ricerca si è adattata a tutta una serie di circostanze contingenti: disponibilità delle scuole, ma anche delle classi e dei professori, gite, assenze, compiti. Pertanto, c'è una prevalenza della fascia che va dai 13 ai 16 (in tutto il 75%), con un'età media di 14,9 anni.

Per quanto riguarda il genere c'è una maggioranza femminile, che ammonta al 60%.

Senza entrare nel particolare della scelta metodologica<sup>4</sup> abbiamo dovuto, in certi casi, eliminare alcune risposte che non rispettavano i requisiti richiesti, oppure la risposta mancava proprio. In quest'ultimo caso abbiamo riscontrato che la media dei quesiti non risposti è del 2,4%. A nostro avviso, abbiamo un campione molto valido su cui contare.

### 2.1. Il questionario

Il titolo del questionario presentato è "Web-Reputation: devianza e pericoli on line". È stato compilato in maniera anonima, le sole variabili richieste sono state: sesso, scuola, età e luogo di residenza.

Sono state poste 42 domande a risposta chiusa più una a risposta aperta. Alcune delle risposte aperte sono i commenti riportati ad inizio del testo. Il questionario è stato suddiviso in due parti:

- a) la prima denominata: "La tua presenza sui media digitali",
- b) la seconda: "La violenza in rete".

Che cosa abbiamo voluto fare? Abbiamo pensato di riservare la prima parte agli usi e all'esperienza dei ragazzi con il mondo della rete, cercando di comprendere, per quanto possibile, qualcosa di più su quel mondo.

"In quale modo sei connesso?", "Come usi i media?", "Quanto sei social?", sono, ad esempio, alcune delle domande che abbiamo posto.

La seconda parte si è concentrata sul tema della devianza e sui pericoli on line, in particolar modo quelli del *cyberbullismo* e delle sue varie forme. Si è cercato di comprendere se i ragazzi conoscano il fenomeno, quanto è diffuso, cosa ne sanno e se ne hanno paura.

Quello che è emerso è un quadro molto complesso che dovrebbe essere analizzato anche attraverso un'analisi di tipo qualitativo.

In questo testo ci limiteremo a riportare solo alcune delle risposte, quelle che riteniamo più significative, cercando, ciononostante, di rendere il quadro completo.

### 2.2. Le risposte

Facciamo un gioco di immaginazione. La sveglia suona: sono le 6.30. Il ragazzo/a prende il cellulare in mano, per spegnerla. Su *Whatsapp*, *Instagram*, *Facebook* ci sono molte notifiche. Impossibile resistere, si clicca.

Adesso si immagina, che dopo quel click spuntino foto e parole piene di insulti, scherni, umiliazioni. Quel ragazzo/a però si deve preparare ad andare a scuola, ma dentro di sé si porta un peso insopportabile. L'ultimo, fra i pensieri, quello di stu-

---

<sup>4</sup> Abbiamo raccolto e contato i dati uno ad uno attraverso un sistema di codici che definiscono ogni risposta e successivamente abbiamo rilevato le varie percentuali.

diare. Non dice niente ai genitori, ai professori e forse neanche agli amici più stretti, se ce li ha. Nessuno si accorge di niente. Paradossalmente gli conviene rimanere e riconoscersi passivamente nel ruolo di vittima, per stare al “gioco”, nell’illusione che comunque qualcuno si accorga di lui/lei e che prima o poi tutto passi.

Questo, purtroppo, non è solo un gioco di immaginazione ma la realtà che molti, troppi, ragazzi vivono quotidianamente dentro e fuori le scuole. Una realtà, come detto, amplificata dalla presenza costante nelle loro mani, occhi e mente dello *Smartphone* e dalla connessione in rete.

Nel *Report del Punto Ascolto Osservatorio sul disagio scolastico e il bullismo/cyberbullismo* (Guadagnini, 2017) del Miur di Verona per l’anno scolastico 2016/2017 risulta un quadro inquietante: 435 casi di bullismo e cyberbullismo denunciati; 43 ideazioni di suicidio; 25 tentativi di suicidio; e infine, 2 suicidi.

Non possiamo indagare nel particolare i casi sopra ma possiamo, dalla nostra ricerca, vedere quali forme di disagio e devianza emergano nelle attività on line.

Bisogna partire da cosa significhi, per loro, essere connessi. Qual è il loro mondo definito attraverso gli usi di uno *Smartphone*?

Una teoria sociologica come quella del *Knowledge gap* (Tichenor, Donohue e Olien, 1970), ha posto l’attenzione alle differenze di utilizzo dei media nei vari contesti geografici e socioeconomici, a partire dalla disponibilità di connessione, del mezzo, del livello d’istruzione e delle risorse economiche. Tuttavia, a quelle distanze si aggiunge e si accentua sempre di più quella generazionale: tra genitori e figli, tra nonni e nipoti, tra professori e studenti. Assistiamo a forme di socializzazione inversa, dove i più giovani socializzano i più vecchi.

È una distanza, in sintesi, che ci impone di riflettere su una distinzione generazionale (Mannheim, 2008), i cosiddetti “nativi digitali” dai “migranti digitali”.

Una nuova generazione tecnologica, che abbiamo definito (Bazzanella, 2018)<sup>5</sup>, più con vena provocatoria che pessimista, *binge generation* e che potrebbe, il condizionale è d’obbligo, rappresentare una frattura con quelle passate. La generazione che si “abbuffa” e che si “lascia andare” al tempo stesso. I tanti contenuti e sempre fruibili rendono insaziabili e, come per le serie tv, *addicted* e ipnotizzati.

La prima domanda chiede di definire in quale modo si è connessi. Abbiamo dato diverse possibilità: *Wifi a casa, Pc, Smartphone, Tv, Tablet, non sono connesso e altro*. Rileviamo che il 99,3% dei ragazzi sono connessi in un modo o nell’altro. Tra le tante risposte solo nove indicano *non sono connesso*. Questo significa che nel nostro campione non esiste un *digital divide*. La connessione è un fatto capillare indipendentemente dalle condizioni socio-economiche e culturali. È, invece, interessante notare chi è connesso con lo *Smartphone*. In questo caso cambia l’ambiente mediatico in cui il ragazzo è immerso, in quanto lo strumento è strettamente personale e quindi si modificano gli utilizzi e le forme di controllo. Si tratta dell’82% dei casi. Per fare un paragone, il *Pc* è utilizzato solo nel 48% dei casi. Nel 2014 un’importante ricerca denominata “Net Children Go Mobile” (Mascheroni e Cuman, 2014) effettuata da un network europeo di Università ed altri enti, coordinato dalla Cattolica di Milano, segnalava che nei paesi sottoposti come campione (paesi europei), coloro che facevano un utilizzo quotidiano dello *Smartphone* ammontavano al 42% e coloro che utilizzavano altrettanto quotidianamente

---

<sup>5</sup> Non abbiamo trovato on line una definizione così altrettanto chiara, si parla di *binge-watching* ma non chiaramente di *binge generation*, almeno nei termini che noi intendiamo. Il riferimento è alle varie occasioni in cui la ricerca è stata presentata nelle scuole o nel programma di Telearena: Diretta Verona, puntata 10 maggio, [http://www.telearena.it/videos/4647\\_diretta\\_verona/163088/](http://www.telearena.it/videos/4647_diretta_verona/163088/).

pc/portatile ammontavano al 51%. Questi due dati mostrano cosa è capitato in appena tre anni. L'uso dello *Smartphone* tra i giovani è, praticamente, raddoppiato.

Questa situazione definisce soprattutto quello che può essere spiegato, fenomenologicamente, come la generazione connessa sempre e ovunque, *the always connected generation* (Bull, 2010). Qui sta la grande differenza con le generazioni passate.

Con la seconda domanda abbiamo voluto sondare la frequenza di utilizzo dei vari media: *Tv, Pc, Tablet, Smartphone, Giornale/Rivista* e *Radio*. Per semplificare discutiamo solo delle differenze tra *Tv, Smartphone* e *Giornale/Rivista* che rappresentano tre "generazioni" mediatiche diverse. Se è immaginabile, purtroppo, pensare che *Giornali/Rivista* non abbiano alte frequenze: *mai* e *raramente* al 69%, *almeno 1 volta al giorno* e *costantemente durante il giorno* al 9%, ci appare sorprendente la frequenza di utilizzo della televisione.

Dobbiamo specificare che nel questionario abbiamo inserito una generale dicitura TV, che pensiamo sia stata interpretata con i canali digitali normalmente usufruibili o a pagamento, ma non quelli che necessitano di connessione tramite *SmartTv*. Il problema, che qui non affrontiamo, è quello di dover ridefinire il significato di televisione che è mutato nel tempo e che oggi ha assunto nuovi significati (Buonanno, 2006). I contenuti televisivi sono poi usufruibili sugli *Smartphones* in qualsiasi momento.

Vediamo, invece, quali sono le frequenze di utilizzo dello *Smartphone*: l'insieme *almeno 1 volta al giorno* e *costantemente durante il giorno* rappresentano il 92% dell'utilizzo. Per dare un altro elemento in relazione all'età, la variabile costantemente durante il giorno a 12 anni rappresenta sul campione totale dei dodicenni, sia maschi che femmine, il 61,5%. Ai tredici anni sale al 72,5%.

Altro dato importante è l'utilizzo dei *social networks* più diffusi. La fanno da padrone *Whatsapp* e *Instagram*, nel primo caso utilizzato dal 96% dai ragazzi, nel secondo caso dal 71%. *Facebook*, considerato il *social* più famoso e diffuso nel mondo, ha numeri bassissimi, è al 27%, addirittura non è utilizzato nel 53% dei casi e nel 19% i ragazzi si dichiarano iscritti ma senza utilizzarlo.

Durante un *focus group*, per un altro progetto scolastico, i ragazzi hanno descritto così i due *social* di cui non potrebbero mai fare a meno. Prendo le loro dichiarazioni: "Non posso stare senza *Whatsapp*, impossibile", "*Instagram*, la mia finestra sul mondo. Un modo per comunicare la bellezza del mondo". *Whatsapp* è diventata l'*app* che non si può non avere, come ci descrivono anche i sociologi Cava e Pira (2015), in un capitolo dedicato al suo dominio incontrastato nella comunicazione.

Tempo fa la finestra sul mondo era la televisione, adesso le cose sono cambiate. Non a caso sono i due *social* ai quali, i ragazzi, non potrebbero mai rinunciare<sup>6</sup>: l'80% per *Whatsapp* e il 52% per *Instagram*. Gli altri si situano sotto il 50%, *Facebook* al 4%, *YouTube* al 48% e *Google* al 40%.

Immagini, condivisione e contatto sono le caratteristiche dei due *social* più utilizzati. Con *Whatsapp* si *chatta* e si condivide tra due e/o molti, spesso con gruppi costituiti *ad hoc* che includono ed escludono. Con *Instagram* prevale la diffusione *many to many* e l'autocomunicazione di massa (Castells, 2008) dell'immagine di sé nel e del mondo. Sono forme di coalescenza (Boccia Artieri, 2018) tra l'*online* e l'*offline*, tra lontananza e prossimità, tra pubblico e privato, tra esperienza nel con-

---

<sup>6</sup> In questo caso abbiamo chiesto di esprimere un massimo di tre preferenze fra quelle proposte. Si può ipotizzare che con una maggiore possibilità di scelta avrebbero indicato altre preferenze ma sarebbe poi stato più gravoso, a nostro avviso, riconoscere una reale scala di priorità.

testo dell'azione e fuori dal contesto dell'azione, in un rimando continuo e di incroci di realtà multiple (Buonanno, 2004; James e Schutz, 2006; Giumelli, 2015), o come direbbe Goffman di *frame* (1974, trad. it, 2001). Non solo, queste immagini sono quelle che vanno a costruire la reputazione *on-line*, una presentazione del sé che non è maschera, travestimento e, quindi, travisamento. Piuttosto, si tratta di un'attività riflessiva volta alla costruzione di un'identità auspicabile, delle *hoped-for possible selves* (Dunkel e Kerpelman, 2006; Yurchisin *et al.*, 2005). I ragazzi qui si raccontano, costruiscono un sé desiderabile per sé e gli altri.

Tuttavia, nella difficoltà di riconoscere una vera distinzione, i ragazzi ritengono che la loro reputazione *off line* sia più importante di quella *on line*. Nel 62% dei casi sostengono che quella *on line* non sia mai (40%) o raramente più importante di quella *off line*.

Alla domanda: "Quali attività svolgi prevalentemente *on line*?", abbiamo chiesto di dare un massimo di due risposte. Per questo dobbiamo considerare la percentuale in relazione solo al totale dei questionari distribuiti. In questi casi è probabile che lo studente abbia messo più di due risposte, facendoci perdere quella più prevalente. Costretti, per motivi metodologici a non considerarle, abbiamo rilevato che tra quelle segnalate la più diffusa è *chattare e inviare messaggi*: nel 47% dei casi. Successivamente, *ascoltare musica* (35%), un'opzione che ancora regge come in tempi più lontani, poi *vedere film e serie tv* (25%). Il *gioco e videogame* è molto meno frequente (11%). Un 14% ci *passa il tempo e si perde nella rete*.

Un altro quesito interessante, di cui riporto solo le risposte più frequenti, è quello del luogo di utilizzo dei *social*. Anche in questo caso abbiamo dato un massimo di due risposte da scegliere. La prevalente è: *da solo in camera mia* (67%). Quella immediatamente successiva, che non esclude però la precedente, è *li uso continuamente* (19%), cioè ovunque, e *Mi capita anche di notte* (18%). La già citata ricerca "Net Children Go Mobile", segnalava che coloro che utilizzavano lo *Smartphone* nella loro camera erano il 55% dei casi. Qui siamo molto sopra la media. Si conferma, in linea di massima, un utilizzo continuo e che cresce anche la notte.

"Mio figlio è in camera davanti al pc (o in questo caso con lo *Smartphone* - n.d.a.). Meglio così che per strada" (Meneghetti, 2014, p. 47), come riporta Carlo Meneghetti da una sua ricerca, mostra una falsa percezione del possibile pericolo, constatando come esso sia avvertito fuori e non nella camera, cioè non nel mezzo.

A differenza di quanto si possa pensare, anche per un diffuso pregiudizio, solo l'1% dei ragazzi dice di utilizzarlo a tavola.

Il tempo speso sui *social networks* è un'altra dimensione importante. *Più di 3 ore al giorno* per il 33%, come pure per coloro che arrivano alle 3 ore, mentre per quelli che ci restano *più o meno un'ora* sono il resto, il 29%.

C'è un altro tema importante, che permette di capire gli usi ed effetti dei nuovi media e ha a che vedere con l'età in cui si acquisisce uno *Smartphone*.

Il tema minori, mass-media e violenza è stato profondamente analizzato in passato in varie occasioni (Gerbner e Signorelli, 1993), in particolar modo la relazione tra un'esposizione prolungata a contenuti televisivi e comportamenti aggressivi. Se consideriamo i dodici anni come età spartiacque, intesa come un'età dove iniziano a mostrarsi segni di un uso più consapevole dei mezzi di comunicazione, nella ricerca rileviamo che l'età nella quale i ragazzi acquisiscono con più frequenza un cellulare è proprio i 12 anni (25%). Tuttavia, il dato più sorprendente, e probabilmente preoccupante, è che prima dei dodici anni il 40% dei ragazzi ne è già provvisto (6% da quando avevo meno di 10 anni, 11% dai 10 anni, 23% dagli undici anni). Lo scarto maggiore è quindi tra i 10 e gli 11 anni, dopo i 12 anni, la tendenza

diminuisce. La già citata ricerca, “Net Children go Mobile”, stabiliva che nella fascia di età 9-10, l’8% dei ragazzi era in possesso di uno *Smartphone*, mentre in quella 11-12 anni, si trattava del’11%. La tendenza è quindi ad un aumento nella fascia di età 9-11.

I dodici anni non sono più, quindi, un’età spartiacque poiché il 65% dei ragazzi a quell’età possiede già un cellulare con connessione.

### 2.3. I dati sul *Cyberbullismo e Flaming*

Si sta delineando un quadro dove è relativamente facile comprendere i problemi che nasceranno. Il *social* diventa luogo di tensioni e di conflitti, di devianza e, come sostiene Boccia Artieri (2018), “Le strutture sociali fondate come la classe, la famiglia, la nazione, ecc., vengono sostituite da strutture di stampo informativo e da modalità crescenti di inclusione sociale dell’individuo attraverso la comunicazione”. Questo significa che, al contrario, chi è soggetto a forme di comunicazione disturbante e disturbata<sup>7</sup> (Bechelloni, 2007, 2009) può essere escluso o sottoposto a violenza come nel caso dell’*hatespeech* e del *flaming*.

Ma vediamo i numeri della nostra ricerca.

Elencando tutta una serie di attività relative all’attività sui *social* on line, è risultato che quella più diffusa è *concedere l’amicizia a persone che non si sapeva chi fossero*, nel 33%, e che nel 15% dei casi i ragazzi hanno *Incontrato realmente qualcuno conosciuto on line*. Ci sono altri due attività molto frequenti: *Cancellare o modificare post pubblicati in passato* (33%) e *Uscire da una chat di gruppo perché ritenuta fastidiosa*<sup>8</sup> (30%).

Alla domanda: “Come ti comporti quando vedi contenuti discutibili (violenza, pornografia, insulti...)? La maggior parte, 46%, segna *Evito di guardarli* e il 31% *Cancello immediatamente*. Il 21%, invece, segnala *Li guardo e basta*.

Ci sono però altri problemi. Vediamone uno che ha colto la nostra attenzione: “Hai mai sentito parlare di *cyberbullismo*? Se sì soprattutto in quale occasione?”. La maggioranza risponde *a scuola* (49%)<sup>9</sup>, il 41% *dai media (Tv, internet)* e solo il 9% *dai genitori*.

È evidente che la famiglia dovrebbe avere un coinvolgimento più attento e attivo. Non è possibile definire i motivi, se si tratti di mancanza di conoscenza, disconoscimento della rilevanza del tema, delega all’ambito scolastico. Sono ipotesi, ma quello che emerge è come la famiglia non risulti una fonte di conoscenza su questi temi.

Il 73% dei ragazzi è consapevole che le nuove tecnologie rendano il bullismo più pericoloso. Ritornando al tema iniziale, se la rete sia pericolosa o se siano gli utenti a renderla tale, emerge che questa accresce i rischi, facendo affiorare la necessità di azioni di responsabilizzazione e educazione ai media dei ragazzi.

---

<sup>7</sup> Il sociologo Bechelloni intende quelle forme di comunicazione che travisano il senso originale del termine, azione in comune, e che generano volontariamente (comunicazione disturbante) o involontariamente (comunicazione disturbata) conflitti e violenza. In altre parole la comunicazione come problema.

<sup>8</sup> Purtroppo non è stato possibile indagare le motivazioni dell’uscita dalle *chat* di gruppo, o meglio, il motivo del fastidio. Potremmo ipotizzare un fastidio dovuto ad un eccesso di messaggi e notifiche ma, e non credo che sbaglieremmo, un altrettanto eccesso di messaggi di insulti e *hatespeech*. Tuttavia, siamo solo nell’ambito delle ipotesi.

<sup>9</sup> Su questo tema nelle scuole di Verona si fanno molti incontri e iniziative per sensibilizzare al tema.

Un altro tema importante è quello del genere. Sono soprattutto maschi, femmine o non c'è differenza a fare violenza in rete? Per il 64% non c'è differenza. Il *cyberbullismo* vede aumentare rispetto al passato il coinvolgimento delle femmine sia come vittime che come cyberbulle. Una ricerca di Telefono Azzurro (2016) ha mostrato come la percentuale di vittime femmine (65%) è considerevolmente maggiore di quelle maschili (35%). L'utilizzo degli *Smartphone* vede un coinvolgimento maggiore delle femmine anche per tutta una serie di attività (insulti, rivelazione di segreti, falsificazione dei profili, esclusione) che si aggiungono al "vecchio" bullismo, per certi versi, più maschile e caratterizzato da una violenza più fisica.

Veniamo adesso ad alcune delle domande centrali: "Quali forme di *cyberbullismo* e *cyberviolenza* conosci?". Abbiamo tentato di comprendere quali tra le forme proposte fossero le più diffuse e riconosciute. *Cyberstalking* (continua persecuzione) al 65% e *Flaming* al 64% risultano<sup>10</sup> ampiamente le più conosciute. Hanno un ottimo riscontro il *Sexting* (*divulgazione di immagini private a sfondo sessuale da parte di altri*) al 56%, l'*Happy Slapping* (*condivisione on line di aggressioni o violenze riprese con Smartphone*) e il *Catfish* (*la sostituzione di persona*) al 41%.

Altra domanda: "Ti è capitato di subire atti di *cyberbullismo* e *cyberviolenza* nell'ultimo anno?". Hanno risposto sì, seppur con frequenze diverse, il 15% dei ragazzi. Secondo la ricerca EU kids Online<sup>11</sup> nel 2017, uscita nel gennaio 2018 (Masccheroni e Ólafsson, 2018), il 10% dei ragazzi intervistati è stato vittima di bullismo *online* o *offline*, il 6% è stato vittima di *cyberbullismo*, vale a dire sui *social networks*, con messaggi e altro. La ricerca adotta un campione più ampio del nostro: la fascia di età va dai 9 ai 17 anni.

Chi ha risposto di aver subito *cyberbullismo* sostiene che si è trattato, innanzitutto, di *flaming* (50%), poi molto distante, *esclusione* (17%) e *cyberstalking* (11%).

Dalla ricerca risulta un'altra serie di dati interessanti, che derivano dalle risposte alla seguente domanda: "Conosci un ragazzo che ha subito o sta subendo una forma di *cyberbullismo*?". In questo caso il 42 % dice di sì. Si tratta di una percentuale molto alta, a nostro avviso, che, apparentemente, sembra in contrasto con quanto detto in precedenza. Come può essere interpretata tale incoerenza? Probabilmente in due modi: il primo, molto più plausibile, è che facendo riferimento a un numero ampio di amici sarà più facile trovare almeno una vittima in comune. Il secondo è più sottile, chi ha riempito il questionario non ha ammesso a se stesso, in una sorta di autoinganno (Pedrini, 2013), di essere vittima, ma ha spostato il problema su un amico. È la logica che ci racconta Fëdor Dostoevskij (2000) in una memorabile pagina di Memorie del sottosuolo: "Ogni uomo ha dei ricordi che racconterebbe solo agli amici. Ha anche cose nella mente che non rivelerebbe nemmeno agli amici, ma solo a se stesso, in segreto. Ma ci sono anche altre cose che un uomo ha paura di rivelare anche a se stesso, e ogni uomo perbene ha un certo numero di cose del genere accantonate nella mente". L'autoinganno come non accettazione della realtà delle cose.

C'è poi un altro tema importante: quali sono le forme di *cyberbullismo* che hanno colpito l'amico/a. Dal questionario risulta il *Flaming* al 59%, ampiamente la più

<sup>10</sup> Poiché si tratta di risposte multipli, la percentuale è sul totale dei questionari e, pertanto, bisogna considerare voce per voce, con la possibilità di superare il 100%.

<sup>11</sup> EU Kids Online è stata realizzata da OssCom – Centro di ricerca sui media e la comunicazione dell'Università Cattolica del Sacro Cuore in collaborazione con La Direzione Generale per lo Studente, la Partecipazione e l'Integrazione del Ministero dell'Istruzione, Università e Ricerca. Cfr.: <https://www.bullismo.it/segnaliamo/eu-kids-online-2017-primi-risultati-italia.html>

diffusa, poi il *Sexting* al 26%, poi forme di *esclusione* al 18% e di *Cyberstalking* al 13%.

Per aggiungere un dato, Boccia Artieri sostiene (Sanchini, 2018) che le ricerche effettuate mostrano come il 13% dei ragazzi tra i 9 ai 17 anni siano stati turbati dalle esperienze fatte *on line*. Nella fascia di età tra i 15 e i 17anni il 41% hanno già avuto modo di riconoscere fenomeni di *hate speech*. Per quanto i confronti tra ricerche con domande diverse possano essere difficili da fare, possiamo avvicinarci dicendo che nella stessa fascia di età (15-17) i ragazzi sostengono nel 39% dei casi, non solo di riconoscere, ma di avere amici o conoscenti che hanno subito forme di *cyberbullismo*.

C'è, infine, un'ultima domanda, "Ti è mai capitato di insultare, minacciare, prendere in giro, diffondere video o foto compromettenti usando internet?". Le risposte propongono frequenze diverse: *mai* (70%), *raramente* (19%), *qualche volta* (8%), *Spesso* (1%).

Quasi il 90% delle prime due risposte sembrerebbe mostrare una situazione abbastanza tollerabile, considerando la diffusione del fenomeno.

C'è, tuttavia, un sommerso che non è detto emerga sempre. Le 435denunce del *Rapporto del Punto di Ascolto* del Miur di Verona sono la punta di iceberg di qualcosa che sotto fermenta e che esprime un disagio nascosto.

Molte sono le situazioni che rendono il percorso scolastico e la normale socializzazione scolastica dei ragazzi difficoltosi. La ricerca necessita di continue attenzioni e monitoraggi per rilevare i cambiamenti dei ragazzi sul tema, ma soprattutto per fare emergere i comportamenti degli adulti: genitori, nonni, docenti, dirigenti scolastici, responsabili delle istituzioni.

Da questo quadro, emerge, a nostro avviso, l'urgenza<sup>12</sup> di far muovere in maniera coerente la comunicazione, nell'ambito dell'educazione ai media, di istituzioni, ambiente scolastico e ambiente familiare. È indispensabile proporre un messaggio chiaro senza generare dissonanze cognitive nei ragazzi, che darebbero vita, al contrario, a una percezione di poca attendibilità dello stesso. Da questo punto di vista la nostra ricerca mostra la distanza e quindi la contraddittorietà comunicativa su questi temi.

A ciò si aggiunge l'urgenza di un'educazione ai media diffusa soprattutto a livello familiare, come presa di consapevolezza dei rischi che i ragazzi corrono.

Nella citazione iniziale i ragazzi chiedono di conoscere i loro limiti, mentre la generazione a cui appartengono sembra non averne, perché con lo *Smartphone* in tasca i limiti non ci sono.

Si tratta di riflettere sulla consapevolezza degli adulti e dalla loro capacità di riconoscere e comunicare quei limiti che ai ragazzi sembrano sfuggire, o meglio, non palesarsi più di fronte ai loro occhi come molti pensano possa essere "normale".

### **Bibliografia di riferimento**

- Abercrombie, N. & Longhurst, B. (1998). *Audiences. A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: Sage.
- Abruzzese, A. & Mancini, P. (2007). *Sociologie della comunicazione*. Roma-Bari: Laterza.
- Allport, G.W. (1954). *The Nature of Prejudice*. Cambridge: Addison-Wesley Publishing Company, Mass. (trad. it, *La natura del pregiudizio*, La Nuova Italia, Firenze, 1973).
- Bazzanella, C. (2018). Social antisolidità per 7 giovani su 10. *L'Arena*, 30 marzo.

---

<sup>12</sup> Siamo consapevoli della brevità con cui andiamo a fare la nostra proposta, che speriamo di poter discutere in maniera approfondita in successive pubblicazioni.

- Bechelloni, G. (2009). *La Conversione dello Sguardo*. Napoli: Ipermedium.
- Bechelloni, G. (2007). *La Svolta Comunicativa, dieci lezioni*. Napoli: Ipermedium.
- Bennato, D. (2011). *Sociologia dei media digitali*. Roma-Bari: Laterza.
- Boccia Artieri, G. (2018). *Fenomenologia dei social network. Presenza, relazioni e consumi mediali*. Milano: Guerini.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. Cambridge: Harvard University Press.
- Bull, G. (2010). The Always-Connected Generation. *Learning & Leading with Technology*, 38(3), 28-29.
- Buonanno, M. (2006). *L'età della televisione*. Roma-Bari: Laterza.
- Buonanno, M. (2004). *Realtà multiple. Concetti, generi e audience della fiction TV*. Napoli: Liguori.
- DeFleur, M.L. & Ball-Rokeach, S.J. (1995). *Teorie delle comunicazioni di massa*. Bologna: il Mulino.
- Dostoevskij, F. (2000). *Memorie dal sottosuolo*. Milano: Rizzoli.
- Castells, M. (2008). The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 78-93.
- Cava, A. & Pira, F. (2017). *Social Gossip. Dalla chiacchiera di cortile al web pettegolezzo*. Roma: Aracne.
- Dunkel, C. & Kerpelman, J. (2006). *Possible selves : theory, research and applications*. New York: Nova Science Publishers.
- Eco, U. (1964). *Apocalittici e Integrati*. Milano: Bompiani.
- Elias, N (1988). *Coinvolgimento e distacco*. Bologna: il Mulino.
- Gerbner, G. & Signorielli, N. (1993). Women and Minorities in television, a study in casting and fate. *A report to the Screen Actors Guild and The American Federation of Radio and Television Artists*, June.
- Giumelli, R. (2015). Fatti, Fiction, Faction. *La parabola. Rivista di studi e Ricerche sulla Comunicazione*, 35, 99-113.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press (trad. it., *Frame Analysis. L'organizzazione dell'esperienza*. Armando Ed., Roma, 2001).
- Grassi, C. (2002). *Sociologia della comunicazione*. Roma: Armando.
- Guadagnini, G. (2017). Report Attività a.s. 2016/2017. *Punto Ascolto. Osservatorio sul disagio scolastico e il bullismo/cyberbullismo*, Ufficio VII, Ambito Territoriale di Verona. Disponibile al sito web: <http://www.istruzioneeverona.it/wp-content/uploads/2009/07/Report-Punto-Ascolto-2016-2017.pdf>
- Harari, Y.N. (2018). *21 lezioni per il XXI secolo*. Milano: Bompiani.
- Innis, H.A. (1986). *Empire and Communications*. Victoria: Press Porcepic.
- James, W. & Schutz, A. (2006). *Le realtà multiple e altri scritti*. Pisa: ETS.
- Mannheim, K. (2008). *Le generazioni*. Bologna: il Mulino.
- Mascheroni, G. & Cuman, A. (2014). Net Children Go Mobile: Final Report (with country fact sheets. *Deliverables D 6.4 and D 5.2*. Milano: Educatt. Disponibile al sito web: <http://netchildrengomobile.eu/>
- Mascheroni, G. & Ólafsson, K. (2018). *Accesso, usi, rischi e opportunità di internet per i ragazzi italiani. I primi risultati di EU Kids Online 2017*. EU Kids Online e OssCom.
- McLuhan, M. (1967). *Gli strumenti del comunicare*. Roma: Il Saggiatore.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, Self, and Society*. Chicago: University of Chicago Press (trad. it., *Mente, sé e società*, Giunti, Firenze-Milano, 1966).
- Meneghetti, C. (2014). *Basta un click*. Padova: Libreria Universitaria.
- Paccagnella, L. (2010). *Sociologia della comunicazione*. Bologna: il Mulino.
- Pedrini, P. (2013). *L'autoinganno. Che cos'è e come funziona*. Roma-Bari: Laterza.
- Popper, K. (1994). *Cattiva maestra Televisione*. Roma: Donzelli.
- Sanchini, S. (2018). Sugli Smartphone gli adolescenti scrivono la loro biografia. Intervista a Giovanni Boccia Artieri. *NewsRimini*, 17 giugno. Disponibile al sito web: <https://www.newsrimini.it/2018/06/sugli-smartphone-gli-adolescenti-scrivono-la-loro-biografia-intervista-a-giovanni-boccia-artieri/>
- Silverstone, R. (2002). *Perché studiare i media*. Bologna: il Mulino.



- Telefono Azzurro Onlus-S.O.S. (2016). *Dossier Cyberbullismo*. Disponibile al sito web: <http://www.azzurro.it/it/content/bullismo-e-cyberbullismo-il-report-di-telefono-azzurro>
- Tichenor, P.J., Donohue, G.A. & Olien, C.N. (1970). Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge. *Public Opinion Quarterly*, 34(2), 159-170.
- Wallace, P. (2016). *La psicologia di Internet. Nuova edizione*. Milano: Raffaello Cortina.
- Yurchisin, J., Watchravesringkan, K. & McCabe, D. (2005). An exploration of identity recreation in the context of Internet dating. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 33(8), 735-750.
- Ziccardi, G. (2016). *L'odio online. Violenza verbale e ossessioni in rete*. Milano, Raffaella Cortina Editore.