



## Relazioni comunicative e affettive dei giovani nello scenario digitale

### Summary



QuickTime™ and a decompressor are needed to see this picture.

**Obiettivi:** obiettivo della ricerca è indagare le forme di comunicazione e relazione dei giovani nell'universo digitale. L'ipotesi di fondo è che i media non siano "strumenti" per comunicare, ma "ambienti" in cui si fa esperienza, e in cui prendono forma e si mantengono le relazioni.

**Campione e metodo:** sono state effettuate 50 interviste telefoniche semistrutturate, della durata di 60-75 minuti l'una, a soggetti tra i 18 e i 24 anni. tutti in possesso di telefono cellulare e Pc con connessione a Internet e utilizzatori, almeno 3 o 4 volte la settimana, di Sms; Email; Messenger (o analogo sistema di Instant Messaging); un sito di Social Networking ( come Facebook o Myspace).

La ricerca è stata condotta su un campione distribuito sull'intero territorio nazionale:

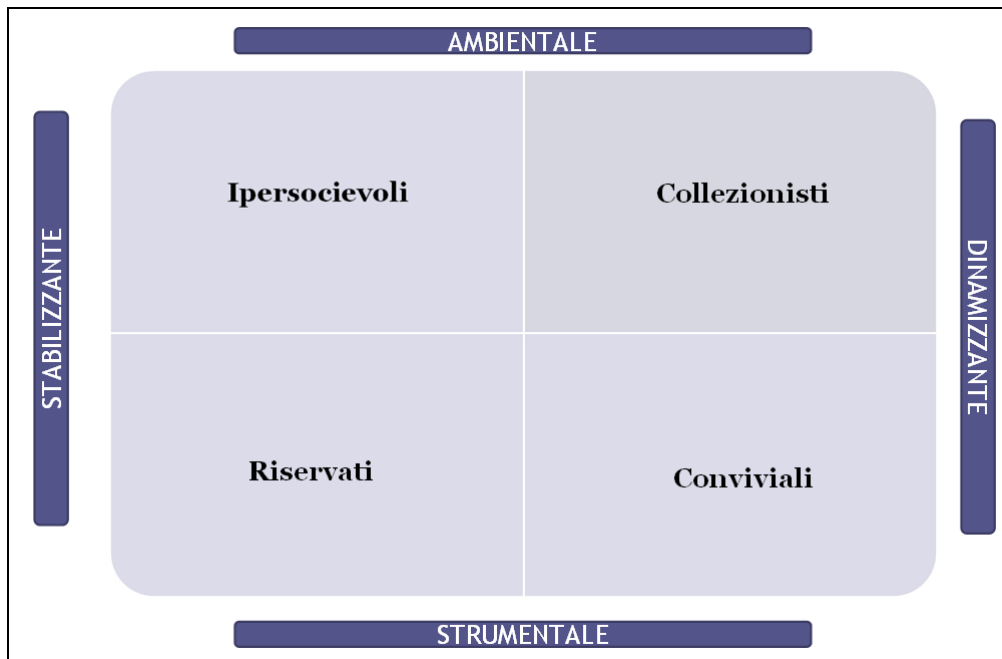
Tipologia di comune di residenza	Soggetti
Area metropolitana (Milano, Roma, Napoli)	18
Capoluogo di provincia (distribuiti per quattro aree Nielsen)	16
Comune con meno di 20.00 abitanti (distribuiti per quattro aree Nielsen)	16
Totale	50

**Risultati:** Gli aspetti più significativi emersi dall'indagine riguardano:

- La **continuità offline/online** come due articolazioni di un unico spazio di esperienza dei soggetti intervistati (senza, quindi, rapporti patologici di sostituzione o surrogato. Essa si manifesta prima di tutto nel ruolo delle *precondizioni strutturali* (provenienza geografica, status di studente o lavoratore, dotazione tecnologica), che influiscono sugli usi e le pratiche: la rete, per quanto ambiente smaterializzato, risente delle condizioni materiali che caratterizzano l'esistenza dei soggetti. Tale continuità emerge poi nella *gestione delle relazioni*, nel radicamento offline delle cerchie relazionali, nella contiguità e transitività bidirezionale tra i due regimi di esperienza.
- La **centralità della relazione** nel modo di abitare il continente digitale. Essa si manifesta a tutti i livelli indagati, in particolare:

- Nell'*adozione delle tecnologie*, che avviene per molti su modello imitativo, e che inoltre è in gran parte legata al timore di esclusione sociale.
- Negli *usi*, che sia quando orientati a scopi specifici e circoscritti, o "strumentali" (es. organizzativi) sia quando più di sfondo o "ambientali", sono sempre fortemente orientati alla relazione. Pur avendo riscontrato la presenza di modi più individuali di abitare la rete (come gli usi orientati alla performance, alla consultazione o all'intrattenimento), gli usi relazionali sono quelli più presenti, più significativi e più articolati. In particolare, l'uso *fatico* (chiacchierare senza altro scopo che mantenere la comunicazione) si è rivelato centrale nella costruzione e stabilizzazione del "luogo comune", di un senso di "essere-con" che supera sia la strumentalità che l'individualismo.
- Nella *gestione dell'identità*, che non si caratterizza per un'esibizione narcisistica della propria individualità, né per un occultamento dietro maschere fittizie, ma per una confezione accurata del proprio profilo, attenta agli altri e casomai più propensa all'omologazione in vista di un inserimento armonico nell'ambiente, piuttosto che all'eccesso eccentrico.
- Nella *gestione della rete sociale*, rispetto alla quale l'ambiente digitale consente di maneggiare la complessità, sia nelle forme più investite (*management in profondità*) che nella gestione dell'ordinarietà (*management di mantenimento*); per quanto riguarda l'*ampliamento delle cerchie sociali*, abbiamo riscontrato la centralità dell'elemento della *fiducia*, che passa spesso attraverso la mediazione di un'amicizia offline che fa da garante.
- Nei *significati delle tecnologie*, stabiliti sulla base di "prossimità al sé", e quindi di "intimità" (in tre accezioni, legate ai contenuti di cui si parla, a chi si raggiunge attraverso le singole piattaforme, e a quanto ciascuna è importante per il soggetto), che vede come più "intimo" il cellulare, seguito da MSN, mentre FB presenta un basso livello di intimità.

A partire dai dati emersi, è stato possibile identificare quattro diverse tipologie, o "profili", di utenti. Le differenze tra i profili emergono da come i giovani si posizionano rispetto a quattro polarità, due relative alla tipologia d'uso delle tecnologie comunicative (strumentale e ambientale) e due relative al modo in cui queste tecnologie interagiscono con le reti sociali cui i giovani appartengono (*dinamizzante*, ovvero volta ad ampliare la rete di relazioni, o *stabilizzante*, volta a consolidarla). Essi sono: i *riservati* (caratterizzati da un uso delle tecnologie orientato al consolidamento di poche e forti reti di relazione offline); *gli ipersocievoli* (fanno un uso delle tecnologie orientato al miglioramento della gestione di ampie e diversificate reti di relazione offline); *i collezionisti* (con un uso delle tecnologie orientato a un ampliamento delle relazioni online in forma prevalentemente ludica); *i conviviali* (con un uso strumentale delle tecnologie, in funzione del mantenimento e ampliamento delle reti di amicizia sia offline che online). A parte i "collezionisti", che rivelano un approccio più superficiale e autocentrato all'ambiente digitale, gli altri profili manifestano un forte investimento sulla relazione e una capacità di utilizzare in modo consapevole l'articolazione online/offline del loro spazio di esperienza.



Sulla base dei risultati emersi è possibile cogliere un terreno favorevole a un **nuovo umanesimo digitale**, in particolare osservando la capacità dei giovani intervistati di dare forma all'ambiente, cogliendone le opportunità per metterle al servizio di ciò che sta loro a cuore, la relazione. Una relazione che, a differenza delle aspettative, non è effimera e legata alle contingenze, ma duratura e stabile nel tempo: la **manutenzione del luogo comune dell'incontro e delle relazioni significative**, che spesso si radicano in un passato anche lontano, è un elemento emerso con chiarezza. Anche se non mancano i rischi (legati alla banalità del parlare, a un certo conformismo che risulta dal non voler prendere posizione per non turbare l'armonia del gruppo, a una predilezione per i pari e per i simili con la scarsa disponibilità a rapportarsi a tutto ciò che è altro, una tendenza all'allineamento e all'omologazione, una difficoltà a passare dal piano del personale a quello del pubblico), tuttavia il riconoscimento dei limiti della comunicazione mediata e della insostituibilità della compresenza, la centralità della relazione, la capacità di farla durare nel tempo, la disponibilità all'ascolto, la capacità di accompagnarsi nella quotidianità e nei momenti di passaggio, di prendersi cura del luogo comune animandolo, di tener conto degli altri nei propri comportamenti, di mettere in comune la propria sfera personale sono tutti elementi favorevoli all'umanizzazione del continente digitale.