con l'adesione di:

Regione Lombardia

ASL Monza e Brianza

Ufficio Scolastico Provinciale di Monza e Brianza

con il contributo di:

fondazione cariplo

Report di sintesi

Image ME
Corpi consumi trasformazioni dei giovani nello specchio dei socialmedia

Settembre 2014

Equipe di ricerca
Pier Cesare Rivoltella
Simona Ferrari
Sara Lo Jacono
Lorenzo De Cani

1. Il progetto Image ME

Il progetto ImageME (finanziato da Fondazione Cariplo che ha coinvolto la cooperativa Spazio Giovani, il Cremit dell'Università Cattolica del Sacro Cuore e la cooperativa Industria Scenica con la partnership di Ufficio scolastico provinciale Monza e Brianza e Asl Monza e Brianza) intende riflettere sui comportamenti a rischio all'interno del web e dei socialmedia, soffermandosi con particolare attenzione sul "sexting" tra gli adolescenti, e sviluppare un modello d'intervento educativo adeguato a favorire un processo di pianificazione strategica territoriale sul tema.

Il fenomeno del sexting, che sintetizza "sex" e "texting" (ossia invio di messaggi), fa riferimento in particolare allo scambio di contenuti espliciti di carattere sessuale, testi, immagini, video attraverso i media digitali. Tali pratiche si stanno diffondendo tra preadolescenti e adolescenti e preoccupano le agenzie educative.

Obiettivo del progetto è quello di analizzare e misurare la presenza e l'incidenza di comportamenti a rischio tra i giovani (14-18 anni) dovuti all'uso/abuso di internet e dei social networks, in particolare rilevare le pratiche di "sexting" tramite una ricerca-azione di tipo quanti-qualitativo.

2. Aspetti metodologici

In questo primo report intermedio restituiamo il punto di vista degli adolescenti raccolto tramite la somministrazione online di un questionario e di alcuni quiz in Facebook.

Il questionario è stato costruito dopo l'analisi delle ricerche già condotte sul fenomeno e, rispetto alla versione iniziale proposta dal gruppo di ricerca, ha subito alcune revisioni dopo l'incontro con alcuni Dirigenti Scolastici e insegnanti.

Il questionario mira a raccogliere dati legati a:

- il consumo e la presenza degli adolescenti nei Social Network;
- come i Social Network impattano sulle relazioni;
- la relazione tra Social Network e identità;
- il livello di conoscenza e di diffusione del sexting.

Il campione è stato costruito tenendo in considerazione lo scenario della provincia di Monza e della Brianza. La somministrazione nelle 20 scuole è avvenuta nel periodo compreso tra il 18 dicembre 2013 e il 16 aprile 2014 secondo la seguente distribuzione:

Nome scuola	*Comune*	*Tipologia scuola secondaria*
M. L. King	Muggiò	Commerciale
		Istituto tecnico commerciale
Majorana	Desio	Liceo Classico
		Liceo Scientifico (Sc. Applicate)
		Liceo Scientifico
Fermi		ITIS
Gandhi M.K.	Besana B.za	Odontotecnico
ENAIP	Vimercate	Formazione professionale
Einstein		Istituto tecnico industriale

Banfi		Liceo Scientifico
Majorana	Cesano Maderno	Liceo artistico
Bassi	Seregno	Commerciale
Parini		Liceo Scienze umane
Marie Curie	Meda	Liceo Scientifico
Mosè Bianchi	Monza	Linguistico
Mapelli		Istituto tecnico commerciale
Frisi		Liceo Scientifico
Hensemberger		Geometri Informatica
IIS		Liceo Artistico

Il questionario è stato somministrato in 45 classi (8% sul numero di classi attive): 11 prime, 9 seconde, 9 terze, 9 quarte e 7 quinte. Di queste classi 2 risultano essere corsi serali (questo giustifica la presenza di studenti più grandi).
Hanno risposto al questionario **889 studenti** (3% dell'universo): il 49,7% maschi, 50,3% femmine.

3. I dati raccolti: il punto di vista degli adolescenti

Si è chiesto ai ragazzi di indicare in quanti Social Network abbiano un profilo, dando loro la possibilità di barrare tutte le caselle necessarie.
Dall'analisi della domanda multipla emerge che a farla da padrone è Facebook, in cui il 90% dei ragazzi dichiara di avere un profilo. A seguire troviamo Instagram (50%), Google+ (39%), Ask.Fm (33%), Twitter (32%) e Tumblr (14%).
I più assidui frequentatori di Social Network sembrano essere i ragazzi di 16-17 anni, seguiti dai 18-19enni. Unico Social Network che inverte la tendenza è Ask.Fm, maggiormente popolato da ragazzi dai 14 ai 16 anni.

Sulla presenza di Google+ nella "top five" risulta necessario fare una precisazione: durante la somministrazione dei questionari i ricercatori hanno raccolto dubbi, domande e impressioni dei ragazzi, i quali hanno evidenziato che la maggior parte di loro confonde l'utilizzo di tale servizio in chiave di Social Network, proprio come è nelle intenzioni di Google+, con l'iscrizione ad alcuni servizi Google (Gmail, GoogleDrive, ecc).

Oltre ad essere il più popolato, il Social Network di Zuckerberg risulta essere anche il più utilizzato dagli studenti (76%) seguito da Instagram (20%), Ask.Fm (9%), Twitter (4,8%) e Google+ (4,6%).

I ragazzi che utilizzano i Social Network per mantenere attivi i contatti con un numero di persone inferiore a 100 costituiscono soltanto il 12% del campione, percentuale che aumenta significativamente se a questi aggiungiamo chi sceglie di rendere pubblico il proprio profilo ad un numero di persone che può arrivare fino a 500 (54%).

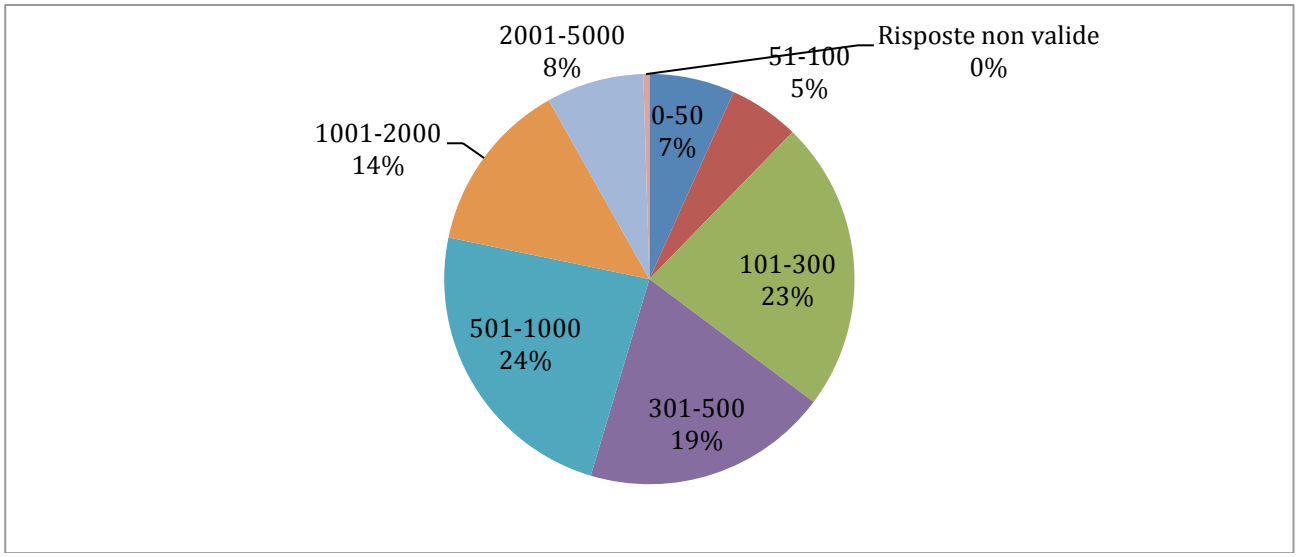
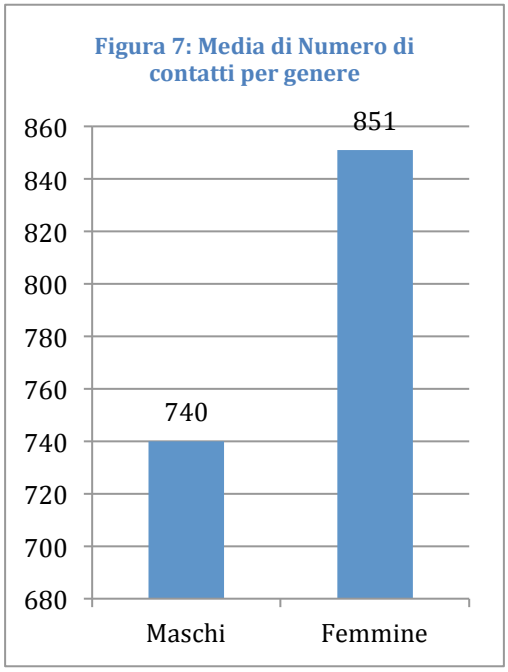


Figura 4: D.14 "Quanti contatti hai sul Social Network che utilizzi di più?"

Inoltre sembra che siano le ragazze quelle più propense alla condivisione della propria pagina con un pubblico vasto.



Per quanto riguarda la relazione tra Social Network e identità, i dati raccolti confermano quanto già dimostrato dalla ricerca[1]: i Social Network rappresentano un mezzo attraverso cui esplorare, comunicare e creare, auto-rappresentarsi e costruire la propria identità.
Per questo motivo ai ragazzi è stato chiesto da quale immagine del profilo utilizzino per essere rappresentati online.

[1] Mantovani S., Ferri P., (2008), *Digital Kids. Come i bambini usano il computer e come potrebbero usarlo genitori e insegnanti*, Etas, Milano

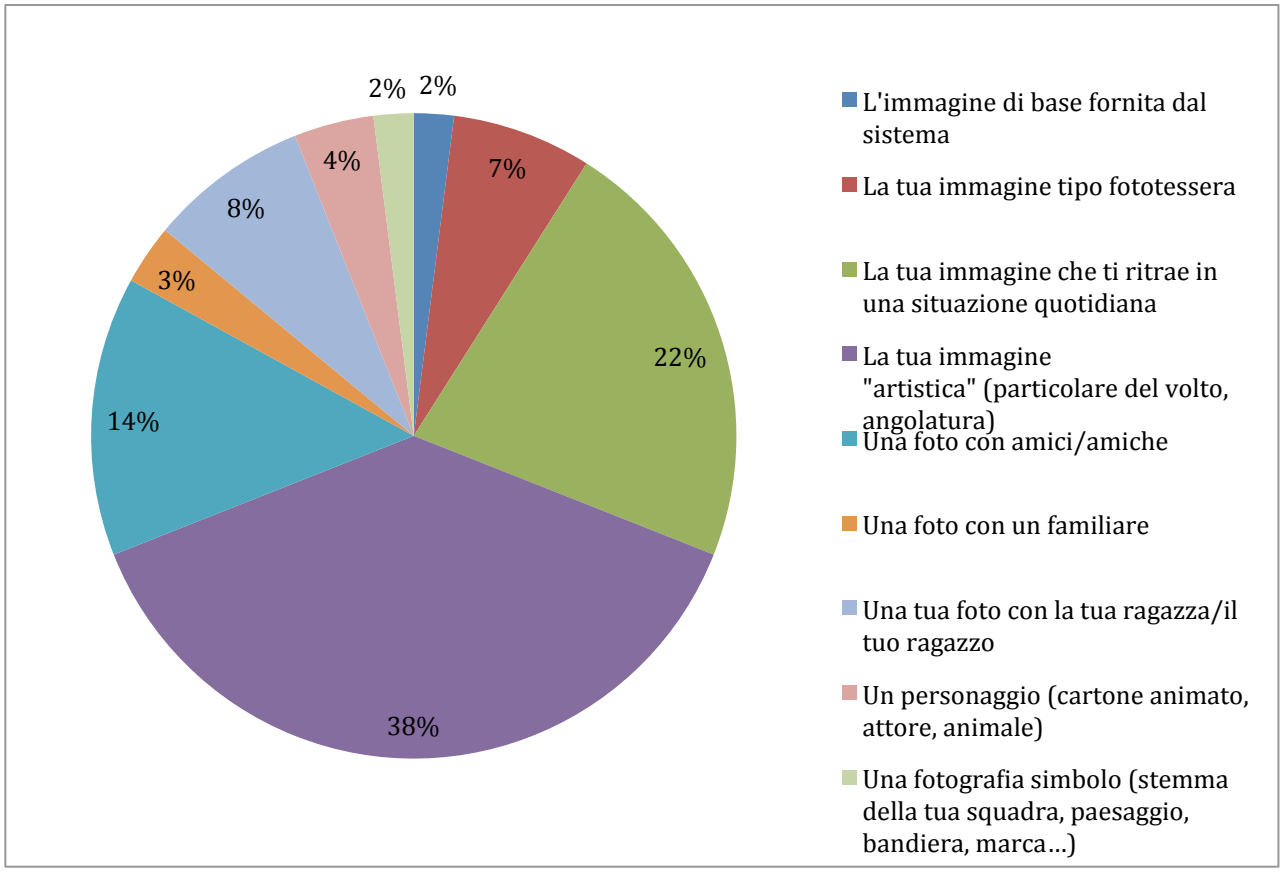
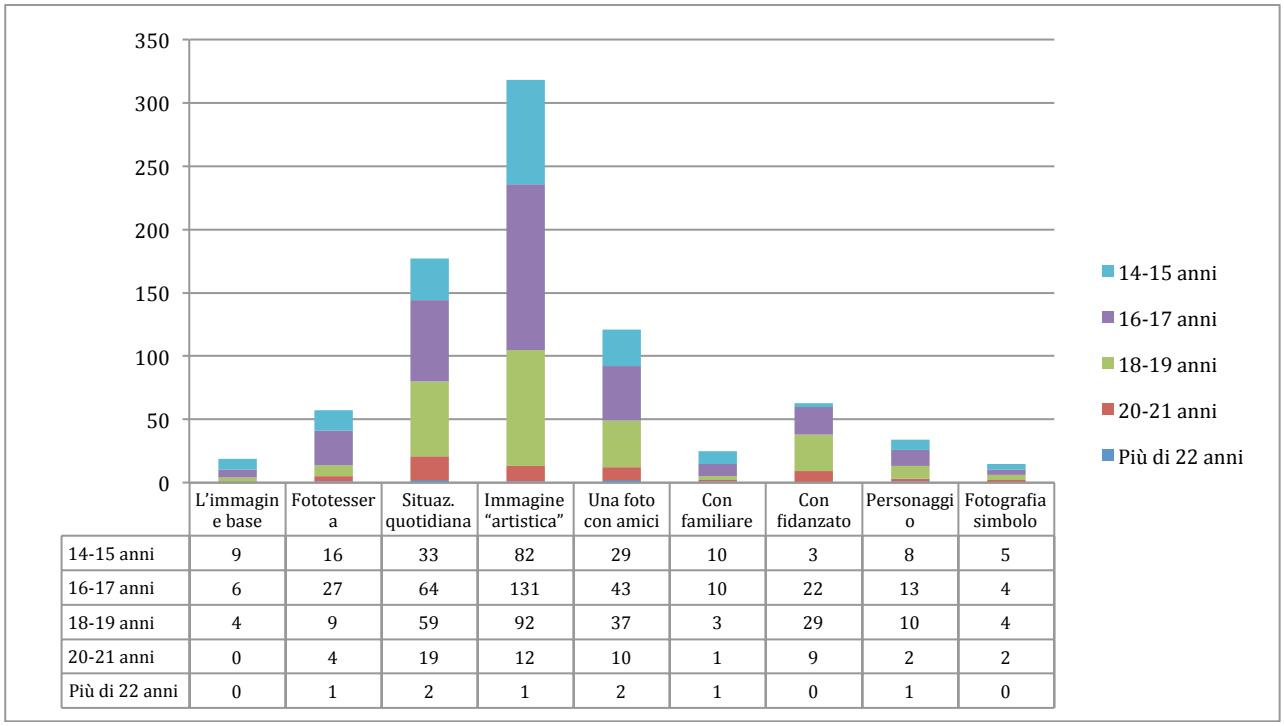


Figura 5: D.12 "Che tipo di immagine hai attualmente nel profilo del SN che utilizzi maggiormente?"

Soltanto il 2% degli users dichiara di farsi conoscere sui Social Network attraverso l'immagine di base fornita dal sistema o ricorrendo, nel 7% dei casi, ad un formato fototessera, mentre il 22% lo fa attraverso un'immagine di sé (38%) o immagini che definisce "artistiche", ovvero scattate da fotografi o con macchine professionali, possibilmente ritoccate con qualche effetto o filtro particolare: le foto generalmente ritraggono particolari del volto -specialmente gli occhi e il sorriso-, oppure i ragazzi a figura intera o a mezzo busto; quel che conta è che siano scattate in modo tale da mettere in evidenza solo i punti forti.
Nel 14% dei casi si preferisce essere ritratti con gli amici, nell'8% insieme al fidanzato/a o nel 3% con i familiari.
Il 2% ricorre ad un simbolo per rappresentarsi o, nel 4%, ad un personaggio conosciuto.
A puntare sull'artisticità sono soprattutto le ragazze (45%), ma anche i ragazzi sembrano prestarvi molta attenzione (31%).



	L'immagine base	Fototessera	Situaz. quotidiana	Immagine "artistica"	Una foto con amici	Con familiare	Con fidanzato	Personaggio	Fotografia simbolo
14-15 anni	9	16	33	82	29	10	3	8	5
16-17 anni	6	27	64	131	43	10	22	13	4
18-19 anni	4	9	59	92	37	3	29	10	4
20-21 anni	0	4	19	12	10	1	9	2	2
Più di 22 anni	0	1	2	1	2	1	0	1	0

Figura 6: Relazione tra tipologia di immagine ed età

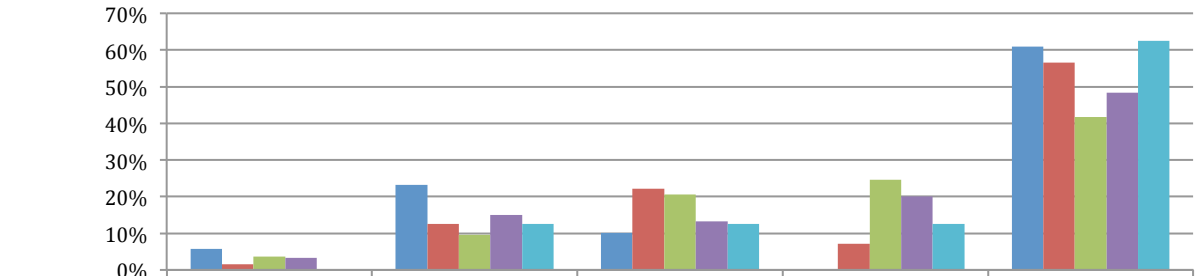
Qualunque sia la strategia adottata, sembra che le immagini del profilo siano "stabili": i ragazzi dichiarano infatti che generalmente non la cambiano per lunghi periodi. Soltanto il 5% la modifica da 1 a 7 volte a settimana, mentre il 95% dichiara di non cambiarla più spesso di una volta al mese. A questa percentuale appartiene peraltro un discreto gruppo di utenti che dice di non averla mai sostituita, o di averlo fatto al massimo una volta (12%).

Abbiamo raccolto quindi i dati relativi all'invio e alla condivisione di immagini sexy e/o con riferimenti sessuali di sé o di altri, ottenendo un'altissima percentuale di risposte negative: soltanto il 17% degli studenti dichiara infatti di aver inviato sms o immagini personali (D.17), il 24% dice di aver pubblicato, ad esempio in Facebook, messaggi dai contenuti sessuali (D.18) e il 21% di aver condiviso (D.19) –nella stragrande maggioranza dei casi con gli amici (81%)– materiale che ritraesse in tali pose altri (D.20): sconosciuti (43%), amici (26%) e conoscenti (18%). Dal confronto con gli studenti durante la compilazione dei questionari è emerso che per "sconosciuti" i ragazzi intendono attori, cantanti, in generale vip, ma anche personaggi non identificati, quindi svincolati da un'identità, le cui foto diventano virali, fino a trasformarsi in meme[2].

I dati emersi dall'analisi di questa domanda non corrispondono alle informazioni raccolte con la successiva (D.22). Infatti quando si è chiesto "a che età hai inviato il primo sms/immagine con riferimenti sessuali?", le percentuali sono cambiate: soltanto il 53%, composto in maggioranza da ragazze (60%), ha dichiarato di non averne mai inviati, mentre gli altri si sono così distribuiti sulle restanti quattro fasce:

[2] "Un fenomeno di Internet (chiamato anche Internet meme in inglese) è un'idea, stile o azione che si propaga attraverso la rete Internet, spesso per imitazione, diventando improvvisamente celebre". In Internet, URL: http://it.wikipedia.org/wiki/Fenomeno_di_Internet

- 10-12 anni: solamente il 3% riferisce di aver inviato materiale dal contenuto sessuale a quest'età, prevalentemente i più piccoli (14-15 anni);
- 12-14 anni: 15%. Sono soprattutto i maschi ad aver inviato il primo sms a questa età, registrando il 21,8% di click contro l'8,8% delle ragazze;
- 14-16 anni: 18%, composto principalmente da 16-17enni;
- 16-18 anni: 11%.



	10-12 anni	12-14 anni	14-16 anni	16-18 anni	non ho mai inviato sms/immagini con riferimenti sessuali
14-15 anni	6%	23%	10%	0%	61%
16-17 anni	2%	13%	22%	7%	57%
18-19 anni	4%	10%	21%	25%	42%
20-21 anni	3%	15%	13%	20%	48%
Più di 22 anni	0%	13%	13%	13%	63%

Figura 10: D.22 "A che età hai inviato il primo sms/immagine con riferimenti sessuali?"

Se confrontiamo questi dati con quelli ottenuti attraverso l'analisi delle tre precedenti (D.17, D.18, D.19) ci rendiamo conto che c'è almeno un 23% di ragazzi che ha scelto di "mentire". Nelle domande dalla 17 alla 19, infatti, la percentuale di chi ha detto di non aver mai inviato materiale dal contenuto sessuale era infatti rispettivamente dell'83%, del 76% e del 79%, quindi in ogni caso superiore rispetto al 53% della D.22.

Spostandoci dall'invio alla ricezione (D.23), il 68% del campione racconta di aver ricevuto immagini o sms a contenuto sessuale. Tra questi, sono soprattutto i maschi a registrare il fenomeno, riportando un 71% contro il 64% delle femmine.
Sia tra i ragazzi che tra le ragazze lo scambio di sms o immagini avviene principalmente tra amici o amiche (61%), ma è importante rilevare che il 22% delle ragazze segnala di ricevere materiale di questo tipo da persone sconosciute, fenomeno praticamente assente invece tra i ragazzi (1.9%).
Lo scambio di "sms hot" con il proprio partner sembra essere una pratica molto meno diffusa (16%), di poco più presente della condivisione con persone sconosciute (11%) o con conoscenti della propria età (10%).
Di fronte alla ricezione di un messaggio a sfondo sessuale (D. 26), la maggior parte dei ragazzi ha risposto al mittente (56%) e qualcuno lo ha mostrato agli amici (20%), mentre le ragazze hanno preferito cancellarlo (60%). Anche tra di loro però c'è una buona percentuale di persone che ha risposto al sms ricevuto (36%).
Per i ragazzi mostrare un sms o una foto agli amici (13%) e diffonderla (2%) risulta avere un peso differente come possiamo vedere dai risultati delle domande 27, 36 e 38.
Rispetto alla già bassa percentuale dei ragazzi che nella domanda 25 si sono detti preoccupati (1.4%) o arrabbiati (3.2%) di fronte alla ricezione di materiale a contenuto sessuale, è significativo che soltanto lo 0,7%, cioè 5 persone su 890, ne abbia parlato con figure di riferimento quali genitori, parenti, educatori, ecc.

Considerato quanto illustrato fino ad ora, possiamo dire che il fenomeno del sexting, in maniera più o meno diffusa è presente.
Ma cosa ne pensano i ragazzi? Qual è la loro posizione rispetto ad una realtà che, se pur non li tocca direttamente, ugualmente li chiama in causa nella misura in cui appartengono alla prima generazione che vive un'adolescenza permeata dagli strumenti tecnici (gli smartphone) che consentono il sexting?
Per cercare di capire la considerazione che i giovani hanno del fenomeno, abbiamo deciso di approfondire tre aspetti attraverso altrettante sezioni del questionario:

- le motivazioni alla base di questi comportamenti;
- il limite di ciò che si considera accettabile condividere rispetto a differenti gruppi di riferimento;
- la consapevolezza connessa alle conseguenze che possono generarsi in seguito all'aver caricato in rete foto personali.

Il primo e fondamentale argomento è introdotto nel questionario dalla domanda su quali siano le motivazioni principali alla base dello scambio di immagini a contenuto sessuale.
Alla domanda "perché secondo te ci si scambia messaggi e immagini con riferimenti sessuali?", volutamente declinata in forma impersonale, i ragazzi hanno indicato come risposta, nella maggior parte dei casi, il divertimento (20%); a breve distanza in termini di preferenze accordate, troviamo le risposte "per fare colpo" (12,6%) e "per essere popolare" (11,6%) oltre a "per entrare in una relazione più intima con persone che già conosco" (10,2%); con un certo distacco troviamo infine tra le risposte prevalenti anche la motivazione di "prendere in giro qualcuno" (8,7%).

Possiamo quindi cominciare a delineare le dimensioni principali legate alle motivazioni del sexting, ovvero quella dello scherzo, in assoluto la motivazione prevalente, e quella sociale che si lega alla ricerca della popolarità all'interno del gruppo dei pari e alla possibilità di formare o rafforzare relazioni di tipo sentimentale.
A nostro parere, quindi, il fenomeno viene vissuto come assolutamente naturale tra i ragazzi alla stregua di ogni altra azione nell'abito della socializzazione che, anche in relazione all'età del target, è costituito da un'anima duplice: di dinamica di gioco infantile da una parte e di relazione più adulta dall'altra.
Un comportamento considerato normale (ricordiamo che le risposte "per far parte di un gruppo" e "perché lo fanno tutti" hanno raccolto insieme il 12,1%) che implica la presenza in un certo numero di casi (8,7%) di qualcuno da prendere in giro.
Il divertimento costituisce la finalità prevalente di tali comportamenti che, solo secondariamente, possono avere delle finalità specifiche come acquisire visibilità agli occhi dei pari o di un potenziale partner.

Un'ultima coppia di domande indaga le motivazioni che secondo i ragazzi spingerebbero gli adulti a fare sexting. Secondo loro, tale comportamento non è un fenomeno adolescenziale ma interessa il mondo adulto nell'83,2% dei casi[3].

Le risposte alla domanda "per quale motivo secondo te gli adulti si scambiano messaggi o immagini in pose sexy e/o con riferimenti sessuali?" ricalcano in parte quelle riguardanti i ragazzi stessi: prevale in modo marcato la componente del divertimento (21,2%) seguita però in questo caso dalla dimensione sociale rivolta non tanto al gruppo dei pari quanto a partner attuali o potenziali.
Le risposte che hanno ottenuto maggiore consenso, infatti, (oltre a "per divertirsi") sono state rispettivamente "per fare colpo" (15,4%) e "per entrare in una relazione più intima con persone che già conosco" (14%).

In base a questa stessa interpretazione, notiamo un numero relativamente alto di risposte che prima erano assenti tra le motivazioni dei ragazzi, tra cui "per rafforzare un legame" (9%) e "per conoscere nuove persone" (8,9%). Il sexting degli adulti è pertanto visto, dagli occhi dei ragazzi, come un comportamento circoscritto essenzialmente alla sfera sentimentale.

Il secondo aspetto approfondito attraverso il questionario è quello del limite: che cosa i ragazzi ritengono sia corretto condividere con le persone che hanno intorno? Abbiamo chiesto la loro opinione rispetto a quattro possibili cerchie di soggetti destinatari della condivisione, proposte secondo una disposizione crescente dalla più ristretta e intima alla più estesa e indifferenziata.
L'odine proposto risulta quindi il seguente: il partner (condividere all'interno della coppia), il gruppo di amici prossimi (condividere tra due o tre amici), i contatti sui social network (condividere con gli amici su Facebook) e infine l'intera comunità di Internet (pubblicare online).
Alla prima domanda[4] hanno ottenuto maggiore consenso:

- "foto personale in abbigliamento intimo" (23,7%);
- "foto personale in pose sexy" (18,1%);
- "foto personale in atteggiamenti molto intimi con l'altro" (12,1%);
- vi è inoltre una discreta propensione a scegliere la risposta "in nessuno di questi casi" (15,8%).

Nelle domande successive la distribuzione delle risposte è risultata diversa con un andamento simile nei tre casi: notiamo infatti come, passando dal gruppo di due o tre amici all'insieme degli amici su Facebook fino all'intero web, i ragazzi tendano a considerare sempre meno corretta la condivisione di foto private "intime".

Per completezza, bisogna precisare che, per quanto riguarda tutte le risposte formulate come "foto di altri…", abbiamo appreso che i ragazzi vi hanno incluso tutta quella vasta categoria di immagini reperibili in Internet che mostrano uomini e donne (persone ignote o celebrità) secondo le modalità delle risposte possibili (ovvero: in abbigliamento intimo, in topless, nudi, etc.), senza quindi un rapporto di conoscenza (anche superficiale) reciproco; non ci troviamo nel caso di due amici che si scambiano la foto di una compagna di scuola, ma in quello dello scambio ludico di foto accessibili liberamente sul web e caratterizzate da un contenuto sì esplicito ma impersonale. Questa interpretazione spiega anche l'elevato numero di risposte

[3] D.33 "Secondo te gli adulti si scambiano messaggi o immagini in pose sexy e/o con riferimenti sessuali?" (Sì/No).
[4] D.35 "Per ogni tipologia di foto, indica per quali è da considerarsi "corretto" farle circolare o condividere all'interno della coppia.

della categoria “foto di altri…” nella condivisione con gli amici stretti (con i quali si può condividere senza essere giudicati anzi, per ricercare approvazione) e, in parte, nella pubblicazione su Facebook (in cui il pubblico è più ampio ed eterogeneo).

L’ultima dimensione affrontata dal questionario è quella della consapevolezza.
Attraverso questa domanda[5] si è voluto cercare di comprendere quanto i ragazzi abbiano presente e siano informati sul rischio legato alle conseguenze della pubblicazione di foto online (principalmente sui social network).
In questo caso registriamo una polarizzazione abbastanza evidente attorno ad alcune posizioni. Osserviamo, infatti, come la maggior parte dei ragazzi sia consapevole della fine che possono fare le loro foto personali, nella misura in cui la metà di loro (49,6%) è convinta che queste “rimangono per sempre visibili online” o possano essere “copiate e salvate dagli utenti della rete”. Un secondo gruppo (21,8%) è inoltre consapevole del fatto che le foto “vengono archiviate dal servizio/sito/Social Network”.
Vi è tuttavia un numero altrettanto elevato di ragazzi (21,6%) che, rispetto a questo problema, risponde “non lo so” o “non mi interessa”.

[5] D.39 “Secondo te dove vanno a finire le foto che vengono pubblicate online?” (Risposta singola).