

A cura di Paola Panarese

Social media challenge

Processi, attori e rappresentazioni
delle sfide virali negli ambienti digitali



Scienze
della  comunicazione

Collana diretta da Marino Livolsi
e Mario Morcellini

FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con **Adobe Acrobat Reader**



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile **con Adobe Digital Editions**.

Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.

Scienze della Comunicazione
Collana diretta da Marino Livolsi e Mario Morcellini

Comitato scientifico:

Guido Gili (Presidente, Università del Molise);
Erica Antonini (Sapienza Università di Roma);
Massimo Arcangeli (Università di Cagliari);
Antonietta Censi (Sapienza Università di Roma);
Maurizio Ciaschini (Università di Macerata);
Peter Dahlgren (Lund University);
Luciano D'Amico (Università di Teramo);
Franca Faccioli (Sapienza Università di Roma);
Mario Giacomarra (Università di Palermo);
Rolando Marini (Università per Stranieri di Perugia);
Alberto Mattiacci (Sapienza Università di Roma);
Paolo Nepi (Università Roma Tre);
Gianfranco Pecchinenda (Università di Napoli Federico II);
John B. Thompson (University of Cambridge);
Luca Toschi (Università di Firenze);
José Miguel Túñez López (Università Santiago de Compostela).

Comitato editoriale: Laura Minestroni (Sapienza Università di Roma), Paola Panarese (Sapienza Università di Roma), Valentina Martino (Sapienza Università di Roma).

Cosa cambia nella Comunicazione, e cioè nella dimensione industriale e sociale di Media e tecnologie? L'obiettivo della collana è rispondere, da diverse angolazioni scientifiche, a questa radicale domanda, enfatizzando una lettura sociologica dei diversi fenomeni della cultura, con particolare riferimento ai processi comunicativi e alle dinamiche media/industria culturale, a quelle della socializzazione, della formazione e dell'informazione fino all'impatto sociale dei mass media, dei *new media*, delle tecnologie avanzate e della pubblicità.

Rivolta agli studenti nelle discipline delle scienze sociali e della comunicazione e agli operatori del settore, la collana si articola in due sezioni, "Saggi" (riflessioni dedicate a fenomeni o temi di interesse generale) e "Ricerche" (studi sul campo dedicati a casi concreti o tematiche applicative).

I volumi pubblicati sono preventivamente sottoposti alla revisione di almeno due *referees* anonimi.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

A cura di Paola Panarese

Social media challenge

**Processi, attori e rappresentazioni
delle sfide virali negli ambienti digitali**

Scienze
della comunicazione

FrancoAngeli

Questo volume è stato pubblicato con un contributo del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale dell'Università degli Studi di Roma "Sapienza".

ISBN 9788835157175

Copyright © 2023 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Prefazione , di <i>Paola Panarese</i>	pag.	7
1. Digitale, giovani e pandemia: alcune evidenze empiriche , di <i>Gerarda Grippo, Patrizio Pastore, Paola Panarese</i>	»	15
2. Social media challenge. Definizioni, approcci e dimensioni prevalenti , di <i>Paola Panarese, Vittoria Azzarita</i>	»	27
3. Una rassegna delle sfide sui principali social media , di <i>Cosimo Miraglia, Maddalena Carbonari</i>	»	42
4. La rappresentazione delle social media challenge nei contenuti informativi e sulla piattaforma X , di <i>Vittoria Azzarita, Marta Grasso</i>	»	57
5. Le dinamiche di adesione alle sfide online , di <i>Maddalena Carbonari, Cosimo Miraglia</i>	»	81
6. Social media challenge a rischio: una rassegna teorica , di <i>Marta Grasso, Cosimo Miraglia</i>	»	95
7. Sfide online e fake news. La narrazione mediale dei controversi <i>suicide games</i> , di <i>Vittoria Azzarita, Marta Grasso, Paola Panarese</i>	»	106

8. TikTok e challenge: da format caratterizzante a strategia politica , di <i>Arianna Bussoletti</i>	pag.	124
Riferimenti bibliografici	»	139
Gli autori e le autrici	»	159

Prefazione

di Paola Panarese

Oggetto periodico di attenzione di media e opinione pubblica, spesso in associazione con fatti di cronaca che generano nuove ansie e alimentano antichi timori, le social media challenge (SMC) si configurano come un fenomeno di rilievo nell'ampio e variegato panorama delle piattaforme digitali. Queste pratiche catalizzano, infatti, un buon attivismo e una discreta attenzione di pubblici, osservatori, studiosi e comunicatori¹, manifestandosi in molteplici forme e oscillando tra la dimensione ludica e quella rischiosa, tra il solidale e il controverso, tra l'adesione conformista e l'innovazione creativa.

Si tratta di giochi o sfide online che hanno l'ambizione alla viralità (Ballesteros Herencia, 2020; Sampson, 2012), affinità con le caratteristiche delle piattaforme che le ospitano (Olivares García e Méndez Majuelos, 2020) e una natura tendenzialmente effimera (Jacquier, 2019). Tra le più note ricordiamo, a titolo di esempio, la *Ice Bucket Challenge*, una sfida volta a sensibilizzare l'opinione pubblica sulla sclerosi laterale amiotrofica (SLA), la *Mannequin Challenge*, un gioco che consiste nel caricare online video di persone immobili come manichini nelle posizioni e nei contesti più vari, la *Blue Whale*, un presunto *suicide game*, che inviterebbe a compiere una serie di azioni progressivamente più pericolose e autolesioniste. Sono pratiche, come è evidente, eterogenee, accomunate dagli ambienti di diffusione, le dinamiche di adesione e l'obiettivo di visibilità e appartenenza, in cui la dimensione del gioco e della socialità sembrano prevelare su quella della sfida, che pure ne connota il nome.

¹ Si precisa che in questo testo, per questioni di leggibilità e uniformità dei diversi contributi, si è scelto di mantenere ovunque il tradizionale uso del plurale maschile, pur nella consapevolezza della sua ridotta inclusività e del processo di invisibilizzazione di soggettività femminili e altre che esso favorisce. Laddove possibile, le frasi sono state formulate in modo da ridurre l'uso del maschile universale, facendo riferimento a persone non connotate in relazione alla loro dimensione di genere, nel rispetto di tutte le identità.

Per meglio comprendere un fenomeno composito e in movimento, questo libro riporta gli esiti di una ricerca volta a individuarne le forme prevalenti, i protagonisti ricorrenti, gli spazi privilegiati, le principali ragioni di partecipazione, le narrazioni medialità dominanti, le analisi scientifiche più diffuse e le relative evidenze empiriche.

La prospettiva da cui si guarda alle sfide virali online, in questa sede, è quella della sociologia dei processi culturali e comunicativi, che studia, tra l'altro, pratiche socioculturali che si strutturano, ormai di norma, a cavallo tra ambienti offline e online. Il focus è sulle condotte dei pubblici connessi, variamente definiti *affective* (Papacharissi, 2014) o *networked* (Boyd, 2010), aggregati intorno a stati emotivi e orientati dalle *affordance* (Norman, 2013) delle tecnologie in rete. Le loro condotte sono lette soprattutto attraverso l'analisi dei video prodotti e condivisi sulle principali piattaforme social, quali Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube e X (Twitter, al momento dell'analisi).

Per arricchire la conoscenza del tema ed evitare il rischio di schiacciare l'interpretazione delle pratiche rintracciate nei social media su quello che gli stessi social media descrivono, si è scelto di indagare non solo le forme e le dimensioni delle sfide virali online, ma anche le narrazioni che ne fa il sistema informativo e i temi e gli esiti delle analisi scientifiche di diversi ambiti disciplinari.

Inoltre, poiché ogni pratica umana e sociale assume un valore contingente e specifico, il libro focalizza l'attenzione su un tempo preciso, il 2020, e un contesto definito, quello dell'Italia (sebbene sia difficile delimitare ciò che è prodotto e fruito da pubblici nazionali quando si fa riferimento a piattaforme globali). Il 2020 è anche l'anno della diffusione del COVID-19, che ha accelerato il processo di digitalizzazione della società, spingendo un numero sempre maggiore di persone a cercare rifugio e interazione all'interno degli ambienti online, favorendo una connettività senza precedenti.

Discendendo da un lavoro di ricerca svolto tra il 2019 e il 2022 da un team della Sapienza², Università di Roma, il testo ricostruisce il tema privilegiando la dimensione della misurazione e della descrizione rispetto a quella della riflessione teorica guidata da una prospettiva unitaria prevalente. Pur non avendo scelto un'unica cornice di riferimento, tuttavia, ogni contributo ha utilizzato riferimenti specifici da cui leggere gli esiti presentati.

Così, il libro si apre con un capitolo che fa da sfondo all'analisi sulle

² Il gruppo di lavoro, diretto da Paola Panarese, era composto da Carlotta Antonelli, Vittoria Azzarita, Daniele Babusci, Francesca Belotti, Arianna Bussoletti, Maddalena Carbonari, Andrea Cerase, Francesca Comunello, Dario Germani, Marta Grasso, Gerarda Grippo, Cosimo Miraglia, Irene Moschetta, Simone Mulargia, Stefana Parisi, Patrizio Pastore, Sara Pastore e Gianfranco Tomei.

social media challenge, dal titolo “Digitale, giovani e pandemia: alcune evidenze empiriche”. Gli autori, Gerarda Grippo, Patrizio Pastore e Paola Panarese, raccolgono gli esiti di diverse ricerche nazionali relative all’uso che i giovani hanno fatto dei media digitali durante il 2020, rispetto all’anno successivo e a quello precedente. La scelta di focalizzare l’attenzione sui giovani discende dal fatto che le social media challenge sono generalmente associate, sia nella rappresentazione mediale, che nella prospettiva scientifica, all’universo giovanile, sebbene non vi siano analisi specifiche che confermino tale percezione. Il contributo considera non solo l’estensione delle pratiche online degli utenti del Web, ma anche il tipo di attività svolto e un’altra dimensione esistenziale che è parsa centrale in diverse analisi empiriche – oltre che in qualche modo correlata all’aumento d’uso del digitale e allo specifico contesto dell’esistenza al tempo della pandemia – ossia il benessere dei giovani. Il ricorso alla Rete per gestire le relazioni, lo studio, la didattica, il lavoro e le attività ludiche, in una situazione di confinamento forzato, si è accompagnato a un diffuso stato di malessere psicologico, influenzato dalle restrizioni e dalla mancanza di relazioni amicali, che gli ambienti online non sono riusciti a sostituire del tutto.

Tra le attività svolte online durante il 2020, si collocano anche le social media challenge, che hanno assolto alle funzioni di coltivazione delle relazioni, intrattenimento e alimentazione del senso di appartenenza a *comunità immaginate*, tanto porose quanto effimere.

Il capitolo 2, “Social media challenge. Definizioni, approcci e dimensioni prevalenti”, di Paola Panarese e Vittoria Azzarita, fornisce una base teorica per la comprensione delle sfide online. Le autrici esaminano infatti le diverse definizioni di social media challenge presenti in letteratura e ne esplorano le caratteristiche ricorrenti, per elaborare una definizione sufficientemente ampia e puntuale da includere e descrivere i diversi tipi di sfide virali. Il contributo rileva anche una discreta varietà delle prospettive disciplinari che studiano le social media challenge, che spaziano dalla sociologia alla computer science, dalla psicologia alla medicina, dal marketing all’etica. Tale pluralità di sguardi evidenzia l’influenza sul fenomeno di una serie complessa di fattori sociali, culturali e tecnologici, che rimandano a una molteplicità di caratteristiche, motivazioni e pratiche di partecipazione. Nonostante l’evidenza della multidimensionalità del tema, la letteratura sembra concentrare la sua attenzione soprattutto su due dimensioni: il rischio o la trasgressione insita in alcune challenge online, spesso associati, non senza qualche leggerezza, alle fasi di sperimentazione e trasgressione che caratterizzano l’adolescenza (Adorjan e Ricciardelli, 2019), e le dinamiche intergruppo e di *peer pressure* che spingono alla partecipazione. Se ne trascura, dunque, l’aspetto ludico e si tende a focalizzare l’attenzione su specifiche challenge, anziché sul feno-

meno nel suo complesso, privilegiando l'analisi con survey, interviste o focus group sui pubblici, volte a cogliere non tanto le caratteristiche delle social media challenge, ma le dinamiche di partecipazione. Ne deriva una fotografia fortemente orientata dalla prospettiva dei partecipanti a pratiche specifiche, che restituisce l'immagine di attività tendenzialmente giovanili, spesso potenzialmente pericolose, alimentate da meccanismi imitativi e da aspirazioni di appartenenza. Un'immagine parziale e non del tutto a fuoco, che sembra non coincidere con la realtà che intende ricostruire.

Per compensare i limiti della letteratura sulle social media challenge e favorire una più completa comprensione del fenomeno, nel terzo capitolo si tenta un censimento delle pratiche online, prendendo in esame la complessa trama di interazioni tra individui, piattaforme sociali, relazioni interpersonali e contesti culturali. Il contributo, di Cosimo Miraglia e Maddalena Carbonari, tenta dunque di registrare le sfide online, individuarne le caratteristiche, misurarne l'ampiezza e tentarne una classificazione. Per questo, gli autori censiscono e analizzano le sfide pubblicate su quattro piattaforme di social networking – Instagram, TikTok, Facebook e YouTube – nel periodo compreso tra gennaio 2020 e gennaio 2021, analizzando oltre 900 contenuti online. Dal censimento emerge che le challenge prevalenti, esperite per lo più individualmente in ambientazioni domestiche, sono quelle relative al ballo, all'universo fisico-sportivo, all'estetica e all'alimentazione, dimostrando che le pratiche online appaiono piuttosto distanti sia dagli oggetti privilegiati di indagine scientifica sul tema, sia dalla narrazione mediale.

Proprio a proposito delle narrazioni mediali, infatti, il capitolo 4, di Vittoria Azzarita e Marta Grasso, indaga le rappresentazioni delle social media challenge nei Tg e sui giornali online, per comprendere in che modo il giornalismo partecipa alla costruzione delle rappresentazioni collettive connesse alle sfide online e fotografare la narrazione informativa del tema in Italia, in termini di sfide indagate, cornici interpretative e toni usati. In virtù dei cambiamenti prodotti all'interno delle organizzazioni giornalistiche dall'ascesa delle piattaforme digitali (van Dijck, Poell e de Waal, 2018), si è scelto di considerare anche la lettura delle social media challenge fatta dagli utenti di X, quale social media capace di influenzare la produzione, la selezione e la distribuzione delle notizie nell'ecosistema delle piattaforme (Ibid.), oltre che come spazio di possibili contronarrazioni degli utenti. Dall'analisi emerge una rappresentazione parziale delle sfide online, caratterizzata dalla polarizzazione di *frame narrativi* che, da un lato, tendono a richiamare l'attenzione sugli elementi rischiosi delle challenge virali e della tecnologia, prestando molta attenzione a fatti sporadici o controversi, dall'altro, inseguono le mode del momento e la viralità dei contenuti diffusi da personaggi famosi e star del web. Il confronto tra l'analisi della rappresentazione giornalistica delle

social media challenge e la lettura offerta dagli utenti di X, poi, mette in luce una narrazione pressoché omogenea, che tende a enfatizzare le dimensioni del rischio e del pericolo, a scapito degli aspetti connessi al divertimento, alla creatività e alla socialità. Inoltre, emerge l'adozione di un approccio emozionale alla costruzione, selezione e distribuzione delle notizie (Wahl-Jorgensen, 2020) e il tentativo di rincorrere e assecondare gli interessi dei pubblici della Rete (van Dijck, Poell e de Waal, 2018), che sono allo stesso tempo destinatari, produttori e divulgatori di contenuti ad alto impatto emotivo.

Nel capitolo 5, Maddalena Carbonari e Cosimo Miraglia ricostruiscono la letteratura sociologica sulle motivazioni di adesione alle social media challenge. La loro analisi rivela, nella decisione di partecipare alle sfide online, l'importanza sia dell'intrattenimento, inteso come risorsa contro la noia, sia della dimensione sociale, ossia la necessità di sentirsi integrati in una community. A queste dimensioni si aggiunge, secondariamente, la ricerca di una diffusione virale, che presuppone l'ambizione alla notorietà e al consenso. Gli esiti, letti attraverso la lente della Teoria degli usi e gratificazioni (Katz, Blumler e Gurevitch, 1974), sottolineano che l'epigrafe social media challenge appare adeguata a sottolineare non solo gli ambienti di diffusione del fenomeno – i social media, appunto –, ma anche la principale motivazione alla base dell'adesione: il bisogno di relazioni sociali.

Considerato l'ampio spazio dedicato sia nella letteratura scientifica che nella rappresentazione mediale alle social media challenge a rischio, il capitolo 6, di Marta Grasso e Cosimo Miraglia, effettua una rassegna della letteratura sulle sfide caratterizzate dalla messa in gioco dell'incolumità dei partecipanti. Sullo sfondo delle teorie sulla società del rischio e le loro più recenti articolazioni, il contributo rileva che chi partecipa a una sfida pericolosa è mosso dalla volontà di essere accettato dai pari e sentirsi parte di una comunità di utenti più o meno vasta, dal desiderio di ottenere popolarità e apprezzamento e dal grado di intrattenimento e divertimento che essa può generare, spesso associato a una bassa consapevolezza rispetto ai danni in cui si può incorrere. In generale, dunque, le motivazioni che soggiacciono all'adesione alle sfide rischiose non sono troppo distanti da quelle che spingono a partecipare ad altri tipi di social media challenge, quali quelle ludiche o solidali. Si rileva poi la tendenza a indagare le pratiche a rischio coinvolgendo prevalentemente soggetti di giovane età, reiterando, di conseguenza, l'idea che il fenomeno riguardi la sola sfera giovanile. Inoltre, è stato riscontrato che le sfide rischiose tendono a svilupparsi in modo irregolare, poiché interrotte prima di concludere il loro ciclo di vita (in alcuni casi perché probabilmente rintracciate e bloccate dalle piattaforme, in altri poiché non riescono a diventare virali). Le challenge potenzialmente pericolose, inoltre, sono messe in scena da un numero minore di persone rispetto a quelle non

rischiose, ma registrano un numero medio di like, commenti, condivisioni e visualizzazioni più alto.

Come il capitolo precedente, anche il 7, di Vittoria Azzarita, Marta Grasso e Paola Panarese, focalizza l'attenzione su un tipo specifico di social media challenge a rischio. Si tratta di quelle pratiche controverse definite "suicide games", che consistono in sfide che direttamente o indirettamente inviterebbero al suicidio. Anche se non ci sono prove che esistano, la narrazione che ne hanno fatto i media nel tempo, almeno in Italia, ha alimentato un vero e proprio *panico morale* (Cohen, 1972) e attivato preoccupazioni e reazioni istituzionali a vari livelli. Lo studio, effettuato con analisi dei casi della Blue Whale, della Momo Challenge e della Jonathan Galindo Challenge e analisi del contenuto di articoli di giornale e servizi di Tg sui tre presunti suicide game, rintraccia la prevalenza di un tono emotivo nella narrazione, il rimando a figure devianti e immaginari inquietanti (Freud, 1919), il frequente riferimento alla partecipazione di giovani (Bennato, 2018) e l'associazione ricorrente tra sfide descritte e casi di cronaca. Ne deriva un trattamento caratterizzato da *misinformation* (Jack, 2017), la cui costruzione, dettata da logiche di notiziabilità e viralità, non è priva di conseguenze sulla rappresentazione sociale del tema.

Infine, nel capitolo 8, Arianna Bussoletti indaga tipi e ruoli delle social media challenge su TikTok, con particolare attenzione alla loro trasformazione da format caratterizzante a strumento di strategia politica. Nella prima parte, il contributo si sofferma sulle caratteristiche della piattaforma social cinese e sulle pratiche d'uso degli utenti, affrontando alcuni punti salienti relativi alla letteratura su TikTok e alla sua popolarità fra i giovanissimi. Nella seconda parte, contestualizza le challenge come formato caratterizzante della piattaforma, fornendo esempi empirici. Nell'ultima parte, il capitolo analizza l'utilizzo di TikTok per fini di attivismo, osservando la potenzialità delle sfide virali come mezzo capace di fornire visibilità politica. Sebbene sia innegabile che i contenuti politici siano presenti sulla piattaforma, il censimento di sfide operato non registra, però, alcun video portavoce di istanze di uno specifico movimento sociale o di una specifica causa, attestando una marginalità del fenomeno, o perlomeno un suo sviluppo limitato al momento della rilevazione. La presenza di movimenti sociali su TikTok e il loro rapporto con le challenge rappresentano, tuttavia, un campo di particolare interesse, poiché in esso è possibile cogliere complessi processi di negoziazione da parte di attori di cambiamento sociale fra pratiche di piattaforma (come le social media challenge) e necessità legate all'immagine, alla credibilità e alla complessità delle vertenze di cui si fanno promotori.

Considerato nel suo complesso, dunque, il libro cerca di fotografare una realtà composita e in movimento, per il momento mai studiata con l'intento

di censirne i tipi, le pratiche di adesione, le prospettive scientifiche prevalenti e le rappresentazioni medialì privilegiate, in un momento e contesto specifici. Si tratta dunque di un lavoro che ha il merito di far avanzare la conoscenza sul tema e fornire una base per analisi future, che vadano al di là del piano della descrizione.

Tuttavia, sebbene l'indagine abbia restituito esiti di interesse e abbia colmato, almeno parzialmente, dei vuoti conoscitivi, essa presenta alcuni limiti. La ricerca, per esempio, ha censito le challenge a partire da parole chiave o hashtag generici, quali #challenge, #sfidesocial, #socialchallenge, #tik-tok-challenge, #videochallenge, #viralchallenge, #webchallenge, escludendo probabilmente dal campione le pratiche circolanti con il solo nome specifico della sfida. Inoltre, le peculiarità delle piattaforme, insieme alle scelte metodologiche effettuate – che implicano sempre inclusioni ed esclusioni – non hanno potuto non riflettersi sugli esiti del lavoro: Instagram, per esempio, ha restituito un numero limitato di contenuti, in quanto centrato soprattutto su immagini o *stories* effimere (che svaniscono dopo ventiquattro ore), più che sui video che hanno costituito l'oggetto d'interesse del lavoro. Infine, la ricerca potrebbe non aver colto tutte le sfide a rischio esistenti – pur nella convinzione che siano una prassi minoritaria – in conseguenza delle politiche di prevenzione delle piattaforme tese a evitare la diffusione di challenge pericolose mediante l'oscuramento degli hashtag a esse riferiti e la censura di alcuni contenuti.

In generale, comunque, il lavoro permette di fare un passo avanti nella conoscenza di un insieme complesso e variegato di pratiche di piattaforma che caratterizzano quel *sistema operativo sociale* (Rainie e Wellman, 2012), che appare come modello relazionale caratteristico delle società contemporanee, fondato sull'intensificazione dei rapporti interpersonali e la capacità delle tecnologie digitali di incorporarli e agevolarli. In tale scenario, i pubblici interconnessi si configurano come comunità immaginate che popolano gli ambienti definiti dalle architetture di rete, anche in quello *spazio-tempo negato* (Mancaniello, 2020) che ha caratterizzato il 2020. Comunità accomunate da prassi produttive di remix e interessi condivisi, condizionate da template tecno-sociali e potenzialità creative orientate, ma soprattutto animate da un comune desiderio di appartenenza, intrattenimento e socialità.

1. Digitale, giovani e pandemia: alcune evidenze empiriche

di *Gerarda Grippo, Patrizio Pastore, Paola Panarese*

1. Introduzione

La pandemia da COVID-19 ha rappresentato un contesto di assoluta straordinarietà, che ha modificato in maniera sostanziale la vita di molti individui in Italia e nel mondo, nel 2020 e nei mesi successivi. Le restrizioni che i governi hanno adottato per mitigare le conseguenze della diffusione del virus hanno avuto effetti rilevanti sulla quotidianità di tutti, soprattutto in termini di revisione di tempi e spazi di vita e forme di gestione delle relazioni interpersonali.

La limitazione alle possibilità di interazione in Italia è cominciata il 9 marzo 2020, data in cui è iniziato un primo periodo di *lockdown* che ha visto la chiusura di scuole e università, il blocco della mobilità e la sospensione di attività ritenute non essenziali. Tutti i luoghi che fino a quel momento avevano garantito la possibilità di incontro, scambio e interazione sociale sono divenuti inaccessibili e, per diverse settimane, i percorsi di vita, soprattutto giovanili, sono stati deviati.

Sebbene nel corso della storia si siano verificati altri periodi emergenziali, dovuti a carestie o a pandemie, il confinamento del 2020 non appare confrontabile con altre esperienze precedenti (Cattarinussi e Pelanda, 1981). Durante l'influenza spagnola del 1918, ad esempio, erano assai diverse le condizioni demografiche, sociali e gli orizzonti esistenziali della popolazione, gran parte della quale viveva in assoluta ristrettezza economica, prevalentemente in zone rurali e con scarsissima possibilità di essere informata, sia per via di un sistema delle comunicazioni diverso da quello odierno, sia per l'inadeguato livello di scolarizzazione (Mingo, Nobile e Panarese, 2020).

Il *lockdown* del 2020 ha reso necessario un ripensamento, una differente

modalità di fruizione e una relativa rimodulazione di tutte le attività di studio, lavoro e tempo libero, alcune ridimensionate, altre riprese e rivitalizzate, altre ancora riviste e reinventate.

La riorganizzazione della quotidianità si è poggiata su un uso più massiccio del digitale che, in fase pandemica, ha rappresentato lo strumento più idoneo a garantire l'adattamento a una situazione nuova. I giovani, in particolare, hanno cercato di continuare a fare le cose che facevano prima, come comunicare, studiare, incontrare amici o familiari, traslando la spazialità fisica negli spazi digitali.

Nonostante le tecnologie abbiano in parte compensato le limitazioni ai rapporti sociali, il distanziamento fisico ha avuto conseguenze importanti in particolare per quelle fasce d'età giovanili per le quali l'interazione tra pari è un elemento vitale di sviluppo (Palmonari, 2011; Reimers e Sleicher, 2020).

Studi condotti in Cina, Iran, Polonia, Spagna, Svizzera e Regno Unito hanno mostrato un aumento dei livelli di depressione e ansia come conseguenza della pandemia, con maggiori difficoltà tra le donne e i giovani (Ahmed *et al.*, 2020; Elmer *et al.*, 2020; Jiao *et al.*, 2020; Liang *et al.*, 2020; Limcaoco *et al.*, 2020; Moghanibashi-Mansourieh, 2020; Rajkumar, 2020; Wang *et al.*, 2020).

In questo scenario, il capitolo ricostruisce le pratiche d'uso del digitale tra i ragazzi di età compresa tra i 15 e i 24 anni durante il 2020, confrontandole con quelle del 2019 e del 2021, antecedenti e successive al periodo pandemico. L'intento è quello di fornire elementi di lettura delle condotte online indagate in questo testo, legati allo specifico contesto in cui tali condotte hanno preso forma.

Inoltre, il capitolo osserva e analizza alcune variabili indispensabili che concorrono ad alimentare il benessere soggettivo, assumendo quest'ultimo come un utile indicatore per osservare gli impatti che il distanziamento sociale ha avuto sulla popolazione più giovane.

I dati riportati provengono principalmente dall'indagine *Aspetti della vita quotidiana* e da altri studi dell'ISTAT sugli stili di vita nel periodo pandemico (2020a; 2020c; 2022b; 2022c), dal Rapporto *Giovani ai tempi del Coronavirus* dell'Istituto Toniolo (2020) e da rilevazioni del Censis (2021), dell'Agcom (2020) e di ricerche universitarie sul tema (Lombardo e Mauceri, 2020).

2. Uso di Internet e pratiche giovanili online

Tra i dati più significativi nello scenario indagato, l'incremento dell'uso di internet assume una posizione privilegiata. Secondo il Censis (2021), si registra infatti una crescita significativa, tra i 14 e i 29 anni, nell'impiego dei media in generale e delle piattaforme digitali in particolare. Per l'Agcom (2020), durante il *lockdown*, il volume medio del traffico dati aumenta del 57%. E guardando alle persone appartenenti a tre classi di età (15-17, 18-19, 20-24 anni), l'ISTAT (2023) rivela, nell'indagine *Aspetti della vita quotidiana*, che cresce la percentuale dei giovani che usano Internet nel biennio 2020/2021 (cfr. Tab. 1), poiché il Web si connota come spazio funzionale alla coltivazione delle interazioni sociali legate alle attività scolastiche, lavorative e culturali, anche in casa.

Tab. 1 – Giovani che usano Internet

Classe di età	Anno		
	2019	2020	2021
15-17 anni	94,7	95,1	98,3
18-19 anni	93,2	94,5	97,3
20-24 anni	94,2	96,2	95,4

In particolare, osservando i dati relativi al periodo precedente e successivo alla diffusione del COVID-19, si nota che l'uso di Internet aumenta in tutte le fasce d'età giovanili, ma cresce più sensibilmente tra i 18-19enni.

L'incremento più consistente, pari al 3,6%, si rileva, invece, per gli adolescenti tra i 15 e i 17 anni.

È interessante notare che, per la classe di età 20-24 anni, nel 2021 si verifica un lieve decremento di coloro che fanno uso di internet, probabilmente per la ripresa delle abitudini accantonate a causa della pandemia nel periodo successivo il *lockdown*. Questo dato è confermato anche dai risultati dell'Indagine *Diario della giornata e attività ai tempi del coronavirus* (ISTAT, 2020a), da cui emergono chiari segnali di una transizione verso una quotidianità più vicina a quella precrisi.

L'aumento dell'uso di Internet è dovuto anche al fatto che nel 2020 il percorso scolastico ha subito una delle più profonde e improvvise trasformazioni della storia, sperimentando per la prima volta un modo nuovo di "andare a scuola": frequentare le lezioni restando a casa. La quasi totalità degli alunni degli istituti secondari di primo e secondo grado (98,7%, pari a oltre 4 milioni e 220 mila studenti) ha infatti affrontato periodi di didattica a distanza (DAD).

Sebbene utilizzatori, anche prima della pandemia, delle tecnologie digitali per la comunicazione, l'informazione, il *gaming* e la fruizione di contenuti audiovisivi, il ricorso obbligato alla DAD ha sicuramente introdotto un cambio di passo nell'uso delle tecnologie della comunicazione e dell'informazione, ma ha anche evidenziato nuovi elementi di diseguaglianza connessi a divari digitali e socioeconomici preesistenti (ISTAT, 2022b).

Il fatto che, in generale, i giovani fossero già favorevolmente attivi e intraprendenti nell'uso di internet, dei social media e delle piattaforme collaborative ha avuto un ruolo non trascurabile nella gestione della loro vita quotidiana durante il periodo dell'emergenza Coronavirus. L'abitare ambienti online (Manzo e Pais, 2020) si è rivelato di grande supporto in un momento di vita in cui il digitale diventava, improvvisamente, l'unica scelta possibile per restare connessi con gli altri e provare a vivere una nuova quotidianità, in continuità con la precedente e consueta normalità (Istituto Toniolo, 2020).

I dati relativi ai giovani che non fanno uso di Internet rivelano, coerentemente con gli esiti precedenti, che la loro quota diminuisce in modo costante tra il 2019 e il 2021, evidenziando una consistente decrescita nel 2021 rispetto al 2020 (cfr. Tab. 2). Nello specifico, si segnala una riduzione del 3% nelle fasce di età compresa tra i 15 e i 17 anni e tra i 20 e i 24 anni e del 2,5% nella fascia di età compresa tra i 18 e i 19 anni.

Tab. 2 – *Giovani che non usano Internet*

Classe di età	Anno			
	2018	2019	2020	2021
15-17 anni	3,9	5	4,5	1,5
18-19 anni	5,8	5,9	5	2,5
20-24 anni	3,9	5	4,5	1,5

Il decremento della quota dei giovani che non usano Internet risulta ancora più visibile se consideriamo i dati in serie storica a partire dal 2014 (cfr. Fig. 1). Il calo più significativo si registra nella classe di età 15-17 anni ed è pari al 6%, tra il 2021 e il 2014.

Dalla tabella 3 è possibile osservare un aumento della frequenza giornaliera nell'uso di internet, una tendenza in crescita progressiva che si rileva in tutte le classi di età considerate.

Nello specifico, è interessante notare che il trend aumenta ancor più se prendiamo come riferimento il 2021 rispetto al 2019: il ricorso quotidiano a Internet cresce quasi del 10% nel gruppo dei giovani tra i 15 e i 17 anni, i quali hanno intensificato l'uso del digitale in misura nettamente superiore rispetto a quelli delle altre fasce d'età.

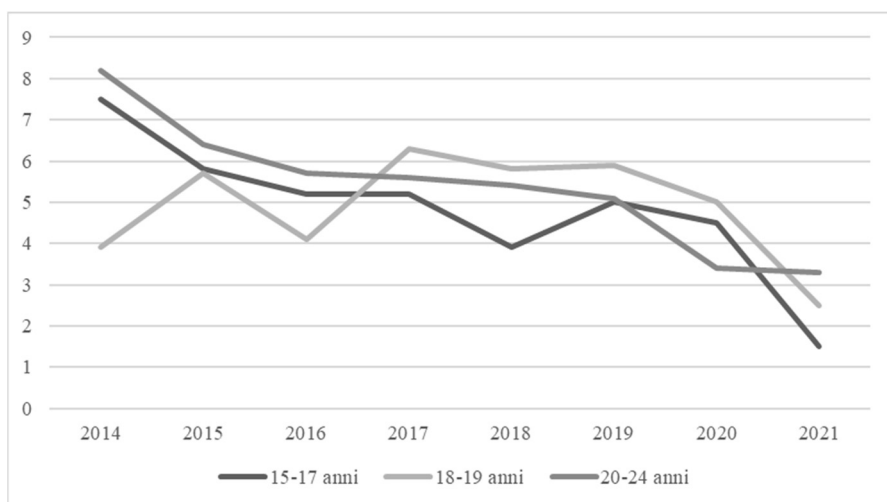


Fig. 1 – Giovani che non usano Internet anni 2014-2021

Tab. 3 – Giovani che usano Internet tutti i giorni

Classe di età	Anno		
	2019	2020	2021
15-17 anni	83,7	86,8	93,5
18-19 anni	87	88,2	93,1
20-24 anni	86	87,2	90,1

Considerando, anche in questo caso, la serie storica a partire dall'anno 2014, questo trend appare ancora più evidente (cfr. Fig. 2).

Per comprendere come i giovani hanno usato Internet, a partire dall'inizio della pandemia e in particolare durante il *lockdown*, sono stati presi come riferimento i dati contenuti nel Volume *Tempo Libero e partecipazione culturale tra vecchie e nuove pratiche*, che contiene anche i risultati delle indagini *Diario della giornata e attività ai tempi del coronavirus* dell'ISTAT. In questo caso, sono state considerate le classi di età 6-10, 11-14, 15-19 e 20-24 anni, per comprendere in che modo i giovani hanno riorganizzato stili di vita e tempo libero. Se il tempo libero è normalmente inteso come tempo non soggetto a vincoli imposti, vissuto al di fuori degli obblighi di studio, lavoro e attività domestiche, durante la pandemia esso ha acquisito una dimensione diversa, in uno scenario senza precedenti in cui il suo aumento non è derivato da scelte personali, ma da una situazione di limitazione forzata (Panarese e Azzarita, 2021).

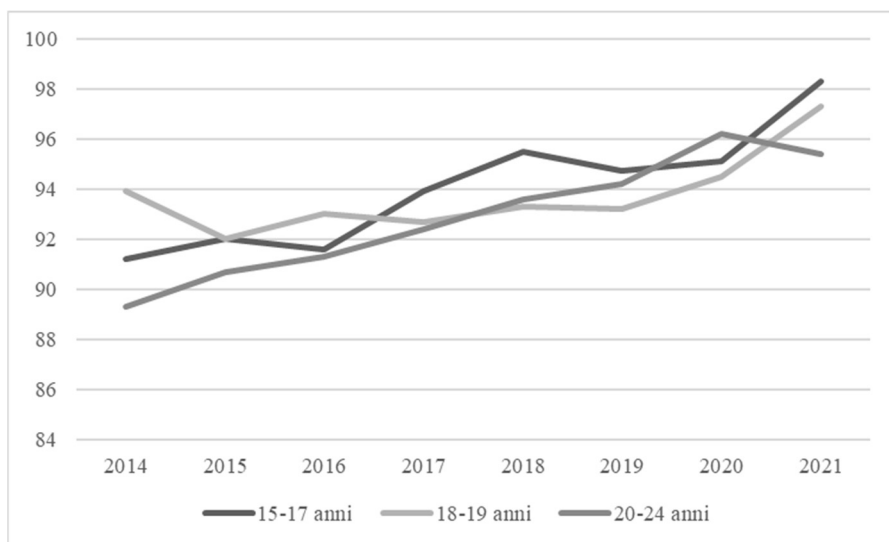


Fig. 2 – Giovani che usano Internet quotidianamente anni 2014-2021

Dai dati ISTAT emerge che l'esperienza quotidiana del *lockdown* è stata caratterizzata da un ampio ricorso a chat e social media. La messaggistica e le piattaforme *social* hanno costituito gli strumenti di interazione sociale preferiti non solo per comunicare, ma anche per restare connessi con il mondo esterno, informarsi e condividere l'esperienza della pandemia (ISTAT, 2022c).

La messaggistica, in particolare, è stata usata da più di un bambino su due, ovvero dal 54,1% della popolazione tra i 6 e i 10 anni. In questa medesima fascia d'età, appare più limitato il ricorso alle piattaforme *social*, usate solo dal 12,9%, probabilmente per i limiti imposti dalla legge, che prevede un minimo di 13 anni per aprire un profilo online.

Un massiccio uso dei social media è diffuso poi tra i 15 e i 19 anni (83,8%) e dai 20 ai 24 anni (84,7%).

Le chat sono usate da percentuali altissime, circa il 95% dei casi dei giovani tra i 15 e i 24 anni, configurandosi come tecnologie virtuali di cura (Song e Walline, 2020). L'Istituto Toniolo (2020) rileva infatti che i *social network sites* hanno dimostrato il proprio ruolo di antidoto all'isolamento: nel momento in cui le istituzioni hanno introdotto le restrizioni per il distanziamento sociale, il 71,2% dei giovani italiani ha affermato di "sentirsi meno solo" grazie all'uso delle piattaforme *social*.

3. Giovani, pandemia e benessere soggettivo

Considerando le difficoltà vissute a livello familiare e sociale, i lutti di persone care, il sovraffollamento degli spazi abitativi, l'isolamento delle persone contagiate, il senso di impotenza e insicurezza percepito da molti, una dimensione importante nelle esistenze giovanili appare quella del benessere soggettivo, su cui è basato il *Framework* del BES (Benessere equo e sostenibile) dell'ISTAT (2021b).

D'altronde, diversi studi (Rubin, 2020; Taylor, 2019; Wang *et al.*, 2020) suggeriscono che le misure restrittive adottate abbiano avuto un impatto sul benessere psicologico soprattutto in alcune categorie di persone, tra cui i più giovani.

Conseguenze di rilievo sono state riscontrate sul benessere di bambini e ragazzi, per esempio, in studi su Italia e Spagna (Orgilés *et al.*, 2020); nello specifico, l'indagine su un campione di genitori rileva che l'86% ha riscontrato cambiamenti significativi nel comportamento dei propri figli, di età compresa tra i 3 e i 18 anni, quali difficoltà di concentrazione (77%), noia (52%), irritabilità (39%), irrequietezza (39%), nervosismo (38%), senso di solitudine (31%), disagio (30%) e preoccupazioni (30%).

Un ulteriore studio condotto nel Regno Unito su giovani di età compresa tra i 13 e i 24 anni mostra che questi, seppure provassero soddisfazione a passare il tempo in casa, manifestavano un'ansia maggiore e crescente, con tassi particolarmente elevati di disagio e conflittualità tra i figli di *key workers*, ovvero lavoratori che fornivano servizi essenziali (Levita, 2020).

In Italia, nelle rilevazioni dell'ISTAT sul benessere soggettivo, alcune dimensioni incidono in maniera particolarmente significativa sulla qualità della vita; oltre che alla soddisfazione per l'esistenza in generale, esse si riferiscono anche alla soddisfazione per le relazioni amicali e familiari e per il tempo libero.

Rispetto alle relazioni con famiglia e amici bisogna considerare che la rete in cui i giovani sono inseriti rappresenta certamente un fattore di fondamentale importanza. Durante l'età adolescenziale, nel gruppo dei pari, è possibile sia esperire il proprio modo di essere in relazione a una pluralità di altri, sia creare un comune *parterre* di significati, fondamentali nella definizione della propria identità (Mancaniello, 2020). La necessità di allontanarsi dalle figure genitoriali, poi, se da un lato stimola alla socializzazione secondaria, dall'altro porta con sé un profondo senso di vuoto affettivo e appartenenza, colmato attraverso i legami che si stabiliscono con il gruppo in cui si è inseriti, il quale assume, pertanto, la profonda funzione di *contenimento emotivo* (Anzieu, 1987).

Nonostante il naturale desiderio di affrancarsi dalle figure genitoriali, anche le buone relazioni all'interno della famiglia rappresentano un fattore

estremamente importante per lo sviluppo dei più giovani (Ackerman *et al.*, 2013). La qualità del rapporto genitore-figlio svolge un forte ruolo protettivo in particolar modo nell'affrontare situazioni difficoltose, come quella della pandemia. A questo proposito, l'ISTAT (2023) rileva la soddisfazione per diversi aspetti della vita, tra cui le relazioni amicali, familiari e il tempo libero, con un punteggio da 1 a 4 (dove 1 indica molto soddisfatto e 4 per nulla soddisfatto). A proposito del tempo libero, la soddisfazione, oltre a dipendere dalle caratteristiche strutturali della popolazione e dalle condizioni di contesto, varia in funzione del modo in cui esso viene passato e delle attività che si svolgono. Nel 2020, la percentuale della popolazione dai 14 anni in su che dichiara di essere molto o abbastanza soddisfatta per il tempo libero non mostra un peggioramento rispetto agli anni precedenti. Il 69,4% delle persone, una quota di poco superiore a quella del 2019, che era pari al 68%, dichiara di essere appagato, confermando la tendenza all'aumento osservata dal 2017, quando si attestava al 65,6%. Nel 2020, anche la percentuale dei giovani tra i 14 e i 19 anni e tra i 20 e i 24 anni soddisfatti per il tempo libero fa registrare un incremento. Probabilmente questa valutazione positiva deriva dalla maggiore disponibilità di tempo libero, seppure forzato, determinata dal *lock-down*.

Il confronto dei dati in senso diacronico tra il periodo pandemico e post-pandemico evidenzia che, con la fine delle restrizioni più coercitive e il graduale ritorno a una situazione ordinaria, la situazione sembra cambiare in peggio rispetto al periodo pandemico e pre-pandemico. Nel 2021, infatti, la percentuale di persone di 14 anni e più molto o abbastanza soddisfatte del tempo libero passa dal 69,4 al 56,6 per cento, attestandosi sul valore minimo mai registrato dal 1993, primo anno in cui il dato è stato rilevato. La riduzione è trasversale a tutte le fasce d'età, ma particolarmente critica tra le persone di 14-19 anni, tra i quali scende di oltre 20 punti percentuali rispetto al 2020 e di oltre il 15% nella fascia 20-24 anni (cfr. Tab. 4).

Anche i livelli di soddisfazione per le relazioni amicali registrano un decremento nel 2021, soprattutto per i ragazzi di 14-19 anni, tra cui la quota dei molto soddisfatti diminuisce di 6,5 punti percentuali. Una decrescita più contenuta, pari al 4%, si rileva nella fascia di età 20-24 anni (cfr. Tab. 5).

Tab. 4 – Soddisfazione per il tempo libero

Classe di età	Anno		
	2019	2020	2021
14-19 anni	84,4	85,0	64,5
20-24 anni	78,9	80,4	63,6

Tab. 5 – Soddisfazione per le relazioni amicali

Classe di età	Anno		
	2019	2020	2021
14-19 anni	41,0	37,8	34,5
20-24 anni	37,3	37,0	33,3

I risultati dell'indagine *Bambini e ragazzi: comportamenti, atteggiamenti e progetti futuri* (ISTAT, 2021a) sugli alunni delle scuole secondarie di primo e secondo grado, condotta dall'ISTAT in collaborazione con il Ministero dell'Istruzione, rivelano che il distanziamento sociale nel 2020 ha causato un crollo del 50,5 per cento della frequentazione degli amici, provocando un deterioramento della vita sociale e delle relazioni derivanti dal frequentare la scuola. L'indagine rileva anche che rispetto ai momenti di condivisione a scuola, quello che è mancato di più sono stati i viaggi di istruzione (55,4%) seguiti dalla ricreazione (20%) e dai lavori di gruppo.

Anche per le relazioni familiari, nella fascia di età 14-19 anni, il grado di soddisfazione decresce del 4% nel 2020 rispetto all'anno precedente e rimane sostanzialmente stabile nel 2021. Diverso è il discorso per la fascia di età tra i 20 e i 24 anni, per la quale è sostanzialmente uguale rispetto all'anno precedente, ma diminuisce del 4% nel 2021 (cfr. Tab. 6). In tal caso, il decremento può essere spiegato dal fatto che il confinamento in ambiente domestico ha probabilmente rafforzato il ruolo della famiglia.

L'ultima variabile usata per la valutazione del benessere soggettivo degli individui è la soddisfazione della vita nel suo complesso, che misura quanto le persone sentono di vivere un'esistenza conforme alle aspettative al di là delle contingenze momentanee, utilizzando un punteggio da 0 a 10 (dove 0 significa per niente soddisfatto, 10 molto soddisfatto).

Tab. 6 – Soddisfazione per le relazioni familiari

Classe di età	Anno		
	2019	2020	2021
14-19 anni	41,8	37,8	37,9
20 – 24 anni	37,3	37,0	33,3

A questo proposito, si rileva che in Italia i livelli di soddisfazione per la vita, mediamente inferiori rispetto alla media europea, mostrano un generale miglioramento negli ultimi anni. Se facciamo riferimento alla popolazione in generale (ovvero quella sopra i 75 anni), nonostante il forte impatto dell'epidemia da COVID-19, gli indicatori di soddisfazione nel 2020 non mostrano un peggioramento. Ciò potrebbe essere dovuto al fatto che le persone abbiano relativizzato il giudizio sulla qualità della propria vita, tenendo conto della situazione generale (ISTAT, 2020b).

Diverso è l'andamento del grado di soddisfazione tra i giovani (cfr. Tab. 7). Non è difficile intuire le ragioni di questo esito: il protrarsi delle difficoltà per genitori e figli nel condividere gli spazi domestici, lavorare e seguire le lezioni, le ridotte possibilità di frequentare i compagni di studi, le limitazioni nella possibilità di praticare attività sportive e ricreative hanno contribuito a una sorta di desertificazione degli affetti, che ha eroso le basi della soddisfazione dei giovani.

Tab. 7 – Grado di alta soddisfazione per la propria vita

<i>Classe di età</i>	<i>Anno</i>		
	<i>2019</i>	<i>2020</i>	<i>2021</i>
14-17 anni	59,3	58,8	54,7
18-19 anni	52	49,3	47,5
20-24 anni	44,4	46	48,2

Prendendo come riferimento i diversi indicatori citati, possiamo affermare che nonostante le reti sociali di sostegno e la funzione di intermediazione svolta da internet, che ha comunque reso possibile l'interazione sociale, il benessere soggettivo dei giovani nel 2020 e nel 2021 vede un deterioramento significativo soprattutto tra i ragazzi di età compresa tra i 14 e 19 anni (cfr. Fig. 3).

Coerentemente con tale esito, un'indagine ISTAT (2022a) sui Dirigenti Scolastici delle scuole secondarie di primo di secondo grado rivela che nel 61,1% degli istituti è aumentato il ricorso al servizio di consulenza psicologica, soprattutto tra gli studenti delle superiori (65,5% contro il 56,4% dei compagni delle medie inferiori).

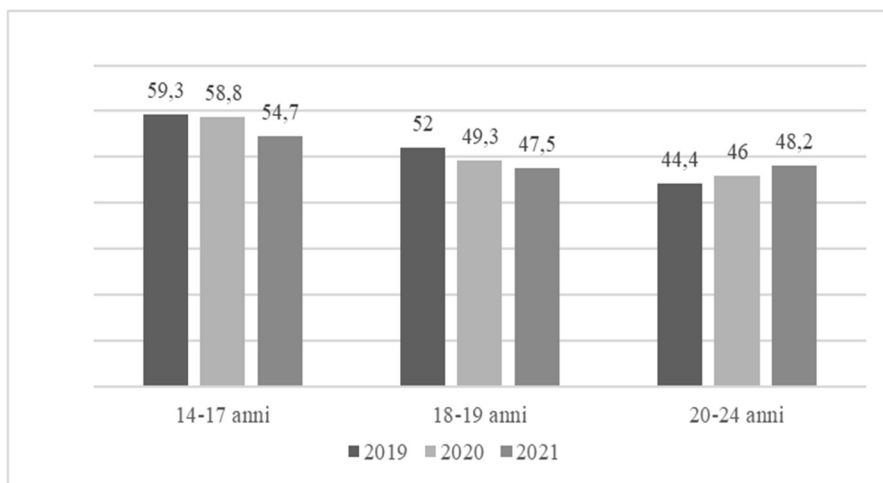


Fig. 3 – Soddisfazione per la vita in generale

4. Conclusioni

I dati presentati non hanno la pretesa di ricostruire le esperienze dei giovani nel 2020 in dettaglio e in profondità, ma ambiscono a fotografare due dimensioni dell’esistenza, in qualche modo interrelate, in un momento storico peculiare: l’uso del digitale e la dimensione del benessere.

Le evidenze raccolte confermano l’ormai noto ruolo del digitale che, durante la pandemia, ha permesso di riorganizzare il quotidiano di molti e riprodurre online gran parte delle attività che, in tempi “normali”, richiedevano un’interazione faccia a faccia. Lo testimonia l’incremento dell’uso di Internet, soprattutto tra i più giovani, che si è configurato come uno strumento fondamentale per il mantenimento delle interazioni e la partecipazione alle attività sociali, scolastiche e lavorative, durante i periodi di confinamento domestico.

Nello spazio digitale, le piattaforme social si sono configurate come uno strumento fondamentale per sopperire ai bisogni relazionali in un momento di crisi e isolamento, un ambiente eterotopico accessibile ed esperibile, all’interno del quale confrontarsi e interagire con gli altri individui e in cui aderire a pratiche coinvolgenti in grado di aumentare il senso di appartenenza al gruppo dei pari. In linea con l’idea di *virtual togetherness* di Bakardjieva (2003), la rete ha permesso, anche e soprattutto nelle peculiari situazioni esistenziali del 2020, di stare insieme senza uscire di casa. Ha favorito quella *socializzazione immobile* (Bakardjieva, 2003) che risponde a specifiche con-

dizioni di solitudine o marginalità, offrendo una sponda per accrescere la propria autostima o prendersi cura di sé.

Nonostante il ruolo compensativo del Web, però, l'impatto psicologico della pandemia sui giovani è stato significativo e il loro benessere influenzato negativamente dalle restrizioni e dalla mancanza di relazioni amicali, che gli ambienti online non sono riusciti a sostituire del tutto. D'altronde, tali ambienti portano con sé possibili ansie e solitudini legate allo stato di connessione perenne alla rete, quell'*always on* (Turkle, 2011) che la pandemia ha contribuito ad alimentare, confermando l'idea di persone sempre più *alone together* (Ibid.). Nella prospettiva di Turkle, infatti, la tecnologia può essere un feticcio che rende le persone sole anche quando condividono uno stesso spazio fisico, perché concentrate sul proprio device e in preda a una sorta di angoscia della connessione costante, che le proietta altrove e rischia di inibire i rapporti interpersonali. Inoltre, l'utilizzo continuo e intensivo di questi strumenti abitua le persone a considerare gli altri raggiungibili e attivabili in qualsiasi momento, illudendole di poterne disporre a piacimento.

In questo scenario, le evidenze empiriche considerate confermano la duplice lettura del web come abilitatore e semplificatore delle relazioni, da un lato, e come potenziale fattore di isolamento e frustrazione, dall'altro. Uno spazio che ospita tendenze differenti e contraddizioni tipiche di ogni campo sociale in trasformazione (Lovink, 2008).

Tra le attività svolte online durante il 2020, ritroviamo anche le social media challenge, sfide ludiche, di abilità o coraggio che hanno assolto alle funzioni di coltivazione delle relazioni, intrattenimento e alimentazione del senso di appartenenza a pubblici interconnessi (Boyd, 2010) e comunità effimere. Pratiche che hanno attivato, anche e forse soprattutto durante il periodo di emergenza pandemica, occasioni di comunicazione e relazione utili per compensare la *fame di pelle* (Long, 2020) che il confinamento forzato ha portato soprattutto ai più giovani e che i media digitali non sono riusciti del tutto a colmare.

2. *Social media challenge.*

Definizioni, approcci e dimensioni prevalenti

di Paola Panarese, Vittoria Azzarita

1. Definizioni e caratteristiche ricorrenti

Nonostante la popolarità, il coinvolgimento di milioni di utenti e l'enorme quantità di contenuti virali generati, le sfide online diffuse sulle piattaforme dei social media non sono indicate da un'etichetta comune e una definizione condivisa che le inquadri entro un modello teorico unitario. Gli studiosi che hanno indagato il fenomeno vi si sono riferiti facendo ricorso a termini diversi, che riflettono differenze nello sguardo sul tema e negli elementi considerati di maggior interesse. Tra le espressioni più diffuse si segnalano *challenge* (Chu, Begaj e Patel, 2018), *viral challenge* o *viral internet challenge* (Ortega Barón *et al.*, 2022), *social media challenge* (Khasawneh *et al.*, 2021b), *viral challenge meme* (Burgess, Miller e Moore, 2018), *social dare*, *dare-based game* (Wombacher, Reno e Veil, 2016), *social-media-based game* (Ibid.), *social network game*, *deadly challenge game*, *suicide game* (Mukhra *et al.*, 2019) o *deep play* (Else, 2014). Inoltre, a volte sono genericamente indicate come *game* (Ibid.) o *meme* (Burgess, Miller e Moore, 2018; Schlaile *et al.*, 2018).

Una lettura sistematica delle definizioni più diffuse (cfr. Tab. 1) rivela che la maggior parte converge su tre dimensioni ricorrenti: quella della sfida o del gioco, quella degli ambienti digitali che le ospitano (i social media o in generale gli spazi online), e quella delle modalità diffusive che le caratterizzano, ossia la viralità e la circolazione tipica dei meme¹. Riferimenti meno ricorrenti si colgono in relazione all'ambito tematico del rischio estremo di alcune pratiche, come i *deadly challenge games* e i *suicide games* (Bada e Clayton, 2019; Mukhra *et al.*, 2019).

¹ I meme sono immagini, video e contenuti testuali, generalmente ironici, condivisi online dagli utenti di internet con alcune variazioni rispetto all'unità culturale originale a cui si riferiscono (Blackmore, 1999).

Tab. 1 – Definizioni di social media challenge rintracciabili in letteratura

Definizione	Fonte
«The so-called <i>viral challenges on the Internet</i> refer to actions proposing users to record themselves performing this challenge and disseminate it, in turn, to other users through one or various online platforms (TikTok, YouTube, Instagram, etc.) so that they will also perform it».	Ortega-Barón <i>et al.</i> , 2022
«The semantic definition of the construct <i>Viral Internet Challenges</i> comes from the combination of three terms (challenges = challenges to be achieved or performed; Internet = in the online context; viral = content that spreads very quickly on social networks)».	Ortega-Barón <i>et al.</i> , 2022
« <i>Social media challenges</i> , activities performed by an individual or a group that are uploaded to a social networking site (SNS) for the purpose of achieving a specific goal».	Falgoust <i>et al.</i> , 2022
« <i>Viral challenges</i> are similar to viral content, as they can be broadly spread as viral videos, yet the difference regards the level of creativity. In the challenge, each participant may create their own version of the first idea and develop it. Further, it is based on the direct or indirect nomination of the next people».	Sawczuk, 2022
«A <i>viral social media challenge</i> is an activity performed by an individual or group that is typically filmed, uploaded to a social media website, and promoted for the purpose of achieving a specific goal».	Abraham <i>et al.</i> , 2022
«We suggest calling them ‘ <i>viral challenge memes</i> ’ (VCMs) as they aim for virality, are structured around a challenge and require individuals to creatively interpret a format in a participatory fashion».	Burgess, Miller e Moore, 2018
«In the BWC, like other <i>viral social media challenges</i> , participants record or take pictures of themselves engaging in specific activities and share their experience through social media».	Roth <i>et al.</i> , 2020
«A new phenomenon, known as <i>social media challenges</i> or <i>online challenges</i> , has spread across several social media platforms. These challenges involve people encouraging one another to participate by posting pictures of or recording themselves participating in these activities online. Users then encourage their peers to participate and share their experiences as well».	Khasawneh <i>et al.</i> , 2021b
«The aim of a <i>viral Internet challenge</i> is to engage social media users and allow them to participate so that the phenomenon gains coverage and momentum on the Internet space».	Shroff, Shreyass e Gupta 2021
«A <i>challenge</i> is a viral showdown/competition. It is identified by a hashtag; it begins when a user posts a video with that hashtag and invites other ones to replicate that video in their own way».	Bonifazi <i>et al.</i> , 2022b
«A <i>challenge</i> is understood as being a goal or endeavor that is difficult to achieve, which becomes a stimulus for the person who faces it».	Feijoo, Sádaba e Segarra-Saavedra, 2023
« <i>Online challenges</i> involve people recording themselves online doing something that is difficult or risky, which they share to encourage others to repeat it».	Hilton, Brion-Meisels e Graham, 2021
« <i>Online challenges</i> refer to challenges that you record yourself doing and upload the videos online».	Ward, 2019

In coerenza con le epigrafi più diffuse, tra le caratteristiche più frequentemente attribuite alle sfide online si rintracciano in letteratura soprattutto:

- la facilità con cui riescono a diventare virali, non solo per i loro formati e contenuti, ma anche per la tendenza all'imitazione sociale, considerata centrale in adolescenza (Ortega-Barón *et al.*, 2022; Saboia *et al.*, 2020);
- il legame con le caratteristiche delle piattaforme digitali che le ospitano, che rendono maggiormente visibili contenuti simili a preferenze, opinioni e ricerche fatte dagli utenti (Olivares García e Méndez Majuelos, 2020), insieme all'uso degli hashtag (di solito #challenge seguito o preceduto dal nome della sfida), che aiuta a sua volta a diffondere velocemente le sfide online (Ballesteros Herencia, 2020);
- la temporaneità: sebbene a un certo punto una sfida possa essere seguita ed eseguita da molte persone, in breve tempo cessa di richiamare l'attenzione e viene sostituita da altre challenge, cosicché tali pratiche si configurano come effimere e mutevoli (Jacquier, 2019).

Tali caratteristiche emergono in particolare nella prospettiva di Burgess, Miller e Moore (2018), secondo cui l'emergere delle social media challenge ha segnato una tappa importante nell'evoluzione della cultura digitale partecipativa, in quanto pratiche che sono al tempo stesso virali e memetiche. Tali autori suggeriscono, infatti, di chiamare queste prassi *viral challenge memes* poiché mirano alla viralità e richiedono alle persone di interpretare un format in modo estroso e partecipativo. Dal loro punto di vista, le sfide online sono pratiche più creative e inclusive, che conformiste: se è vero che la pressione a partecipare gioca un ruolo importante nella loro diffusione, nella maggior parte delle sfide virali l'adesione è legata alla revisione originale di un format prestabilito (seppure in evoluzione).

Juárez-Escribano (2020) individua quattro tipi prevalenti di social media challenge: le sfide legate alla socialità, le sfide solidali, le sfide incivili e quelle pericolose. Le prime sono caratterizzate da una spiccata componente ludica e relazionale. È questo il caso della Mannequin Challenge, una sfida online diffusa, soprattutto nell'autunno del 2016, che consiste nel diffondere video o immagini di persone immobili come manichini raffigurati nei contesti più vari². Le challenge solidali, invece, hanno lo scopo di sensibilizzare i pubblici in riferimento a una particolare tematica sociale, raccogliere fondi per cause specifiche o incoraggiare comportamenti corretti. Un esempio è la *Trashtag Challenge*, che mostra un paesaggio naturale prima e dopo essere stato ripulito dai rifiuti. Le sfide incivili, poi, sono pratiche “non educate”,

² L'hashtag #MannequinChallenge è stato utilizzato su piattaforme social come X e Instagram ed è stato associato anche a contenuti di sportivi come Cristiano Ronaldo e LeBron James, cantanti come Adele e Beyoncé o personaggi politici come Hillary Clinton, tra gli altri.

come la *Cheese Challenge*, che consiste nel lanciare una fetta di formaggio in faccia a un bambino o a un animale domestico. Infine, le sfide pericolose possono mettere a rischio l'integrità fisica o psicologica delle persone o violarne la privacy, come nel caso della Blue Whale, una presunta challenge, sulla cui esistenza esistono alcuni dubbi (Zhu *et al.*, 2022; Cfr. Cap. 7), che risale al 2016 e, secondo una narrazione diffusa, coinvolgerebbe una serie di compiti progressivamente più pericolosi e autolesionistici, culminando nell'invito finale al suicidio.

Il riferimento all'ambito del rischio emerge anche nella classificazione di Mahadevaiah e Nayak (2018), che distinguono le sfide online tra "innocue", il cui scopo è il divertimento, e "dannose", che implicano un possibile danno per chi le pratica.

A partire dai più frequenti punti di convergenza delle accezioni principali, si ritiene che un utile e completa definizione di social media challenge sia quella di sfide ludiche, di abilità o coraggio, caratterizzate da un invito a partecipare a un comportamento codificato (Schlaile *et al.*, 2018), agito individualmente o in piccoli gruppi, filmato e pubblicato su piattaforme di *social networking* (Burgess, Miller e Moore, 2018).

2. Prospettive disciplinari, temi e approcci metodologici prevalenti

Dalla rassegna delle definizioni più diffuse, appare evidente che quello delle social media challenge sia un oggetto di studio complesso e multidimensionale per molte ragioni, anche laddove venga osservato da una specifica prospettiva disciplinare quale quella sociocomunicativa. La letteratura sull'argomento, infatti, appare recente e non consolidata e non esistono dati certi sulla diffusione del fenomeno. Inoltre, la ricerca sul tema è affiancata da una narrazione mediale che tende a descrivere queste pratiche come nuove, pervasive, tipicamente giovanili e non di rado rischiose, focalizzando l'attenzione su alcuni casi specifici, su aspetti particolari e sulla partecipazione di pubblici peculiari (cfr. Cap. 4). Ne deriva una fotografia che costruisce rappresentazioni sociali delle sfide online parziali e potenzialmente semplicistiche.

Di qui l'utilità di una revisione della letteratura sul fenomeno delle social media challenge. Tale lavoro, eseguito tramite una ricerca online sulle piattaforme Google, Google Scholar, Academia, Researchgate, attraverso l'uso di alcune parole chiave – *challenge*, *social media challenge*, *risky game*, *risky challenge*, *social challenge*, *viral challenge*, *viral internet challenge*, *viral challenge meme* – ha restituito 34 contenuti pertinenti rispetto al tema indagato, che includono prevalentemente articoli in riviste scientifiche (26), documenti di letteratura grigia (6) e saggi in curatele (2).