

La “famiglia ibridata”: una scommessa affermatasi

Una ricostruzione sull’uso dei media digitali a partire dalle Indagini 2017, 2019, 2022 del Cisf

Stefano Pasta*

Abstract

L’articolo analizza i dati sull’Information & Communication Technologies (Ict) nei Rapporti 2017, 2020 e 2022 del Centro Internazionale Studi Famiglia (Cisf). Analizzando i trend dell’indice di piacere/costrizione nell’uso dei media digitali, dell’indice di eteronomia e delle tipologie dei marginali, forzati, adattati, ibridati, si evince in sei anni, segnati anche dalla pandemia da Covid-19, una chiara tendenza del rapporto delle famiglie italiane con le tecnologie: è quasi sempre caratterizzato da un posizionamento di piacere verso i media digitali, molto spesso accompagnato anche da una percezione di costrizione necessaria. Si parla pertanto di “famiglia ibridata”. Nella seconda parte dell’articolo, dopo aver rilevato alcune conferme anche nel Rapporto Censis 2023 sulla digital life, si rilegge l’evoluzione storica nella prospettiva degli studi di comunicazione mediale.

The article analyzes the data on Information & Communication Technologies (Ict) provided in the 2017, 2020 and 2022 Reports of the International Center for Family Studies (CISF). The analysis (1) of trends regarding the pleasure/obligation index in the use of digital media, (2) of the heteronomy index and (3) of the typologies of people marginalized, feeling obliged, hybridized, over the six years and also marked by the pandemic Covid-19, highlights the trend in the relationship between Italian families and technology. This index is almost always characterized by the prevailing relevance of pleasure towards digital media, very often accompanied by a perception of obligation. One can therefore speak of “hybridized families”. In the second section of the article, having noted similar results in the Censis Report 2023 on digital life, the historical evolution has been re-positioned from the perspective of media communication studies.

* Ricercatore in Didattica e Pedagogia speciale, Università Cattolica del Sacro Cuore.

Parole chiave: Information & Communication Technologies, famiglia ibridata, Cisf, postdigitale, digital life

Keywords: Information & Communication Technologies, Hybridized family, Cisf, Postdigital, Digital life

1. 2017-2022: l'indice di piacere/costrizione nell'uso dei media digitali e l'indice di eteronomia

Nel 2017 il sociologo P. Donati, a partire dalla co-evoluzione della famiglia e delle reti digitali, scriveva che «il concetto di “famiglia ibridata” [...] è una scommessa», intesa come «la struttura e la dinamica relazionale della famiglia che sono generate da una ibridazione delle relazioni interpersonali con quelle mediate dalle tecnologie»¹. A distanza di cinque anni – con l'uso della tecnologia durante la pandemia da Covid-19 come motore di accelerazione – si può dire che quella scommessa si è affermata: la famiglia ibridata e onlife è un modello che, in velocità, è diventato descrittivo della quasi totalità delle famiglie con figli in Italia. In questo articolo si proverà a sostenere tale tesi in riferimento ai dati sull'Information & Communication Technologies (Ict) nei Rapporti 2017, 2020 e 2022 del Centro Internazionale Studi Famiglia (Cisf), rileggendoli – nell'ultima parte del saggio – nella prospettiva degli studi di comunicazione mediale.

Dal 2017 nell'Indagine Cisf sono stati introdotti gli indici di piacere/costrizione nell'uso dei media digitali e di eteronomia. Il primo indaga il rapporto fra il provare piacere nell'uso dei media digitali rispetto all'avvertire una costrizione necessaria dovuta alle pressioni dell'ambiente comunicativo, che in qualche modo impone alle persone di adattarsi ai nuovi strumenti digitali.

“Quanto spesso utilizzare i media digitali è un ‘piacere?’” e “Quanto spesso utilizzare i media digitali è una ‘costrizione necessaria?’”: queste sono le due domande alla base di tale rilevazione.

¹ P. Donati, *L'avvento della 'famiglia ibridata': come le nuove tecnologie influenzano le relazioni familiari*, in Centro Internazionale Studi Famiglia (ed.), *Le relazioni familiari nell'era delle reti digitali. Nuovo Rapporto CISF 2017*, San Paolo, Cinisello Balsamo (Mi) 2017, pp. 23-54, p. 25.

Innanzitutto, può essere significativo osservare l'evoluzione storica della media dell'atteggiamento rispetto all'uso dei media digitali per informarci e relazionarci con gli altri.

L'uso dei media digitali come "piacere" aveva una media di 5,30 (da 0 a 10) nel 2017, cresciuta al 6,48 nel 2019 e, nel 2022, del 7,04, mentre la valutazione dei media come "costrizione necessaria" è del 5,20 nel 2017, del 6,30 due anni dopo e del 5,97 nel 2022².

Nel 2022 l'indice di eteronomia – che permette di avere una visione di sintesi del rapporto tra percezione di piacere e di costrizione necessaria rispetto all'uso dei media digitali³ – vede una percentuale di 49,2% di autonomia dai media digitali (alti punteggi su "libertà", bassi su "costrizione"), del 25,7% di equilibrio tra le due opzioni (usare le Ict è un piacere, ma anche una costrizione) e del 25% di eteronomia, ossia di percezione di dipendenza dall'esterno. I valori erano rispettivamente 34,6%, 34,3%, 31,1% nel 2017 e 38,6%, 27,6%, 33,8% nel 2019; pertanto, pur sottolineando che il campione del 2017 e del 2019 includeva anche le persone senza figli, si può affermare che l'avvenuta digitalizzazione delle relazioni evidenzia da un lato una certa ambivalenza/resistenza in una parte della popolazione italiana, ma dall'altra, soprattutto, genera un'evidente tendenza alla maggior nettezza di giudizi positivi.

2. Marginali, forzati, adattati, ibridati

A partire dalle medesime variabili, i Rapporti hanno prodotto anche l'indice di piacere/costrizione nell'uso dei media digitali⁴. In prima battuta, le due variabili quasi-cardinali (range 0-10), connesse alle domande "Quanto spesso utilizzare i media digitali è un 'piacere'?" e "Quanto spesso utilizzare i media digitali è una 'costrizione necessaria'?" sono state ri-

² Come si dirà successivamente, tutti i dati del Rapporto Cisf 2022 considerano solo le famiglie con figli conviventi, mentre le precedenti (2017 e 2019) includevano anche i nuclei senza figli.

³ Le risposte sono previste su scale auto-ancorate (range 0-10), a cui è applicata la seguente strategia di ricodifica: intervallo (-10)-(1) (estremi inclusi) = autonomia dai media digitali; 0 = equilibrio tra autonomia ed eteronomia; intervallo (1)-(10) (estremi inclusi) = eteronomia da parte dei media digitali; cfr. L. Tronca, *L'indagine CISF 2017: aspetti metodologici*, in Centro Internazionale Studi Famiglia (ed.), *Le relazioni familiari nell'era delle reti digitali. Nuovo Rapporto CISF 2017*, cit., pp. 261-291; L. Tronca, *L'indagine CISF sulle famiglie: aspetti metodologici*, in Centro Internazionale Studi Famiglia (ed.), *La famiglia nella società post-familiare. Nuovo Rapporto CISF 2020*, San Paolo, Cinisello Balsamo (Mi) 2020, pp. 397-422.

⁴ L. Tronca, *L'indagine CISF sulle famiglie: aspetti metodologici*, cit., 2020.

codificate in questo modo: intervallo 0-4 (estremi inclusi) = no; intervallo 6-10 (estremi inclusi) = sì⁵.

Riferendosi nella presentazione delle combinazioni tra le due dicotomie, prima quella relativa ai media digitali come un piacere e poi quella come una costrizione necessaria, si ottengono le quattro tipologie ben distinte:

- No-No: *marginali*, sono in generale persone che usano poco o nulla i media digitali;
- No-Sì: *forzati*, ossia poco piacere e una certa costrizione; sono persone che usano i media digitali perché si sentono pressati a farlo;
- Sì-Sì: *adattati*, provano piacere ma anche costrizione, sono in generale persone che utilizzano abbastanza o molto i media digitali e, al contempo, si sentono abbastanza o molto costretti;
- Sì-No: *ibridati*, provano piacere senza costrizione, ossia sono in generale persone che usano abbastanza o molto i media digitali e lo fanno più spontaneamente e attivamente, senza avvertire un senso di dipendenza dall'ambiente; si tratta quindi del gruppo sociale che maggiormente si amalgama e omogeneizza al digitale, vivendo appieno il ruolo di "spettatori", ossia al tempo stesso fruitori e produttori di contenuti online⁶.

Osserviamo ora come, nelle tre rilevazioni 2017, 2019 e 2022, cambi la distribuzione tra le quattro tipologie.

3. 2017: verso l'ibridazione

Nel 2017 i valori erano il 21,6% per i marginali, il 12,1% per i forzati, il 48,7% per gli adattati e il 17,6% per gli ibridati. Si tratta, dunque, di un quadro che vede una chiara prevalenza delle tipologie familiari in cui le tecnologie, con piacere o costrizione, sono *de facto* una realtà.

Riguardo a molte delle variabili sociodemografiche, si assiste a un certo split tra i primi due tipi (marginali e forzati nell'uso dell'Ict) e gli altri due tipi, ossia adattati e ibridati. Emerge una significativa sequenzialità

⁵ Oltre ai casi con valori mancanti, in almeno una delle due variabili originarie, anche quelli con valori pari a 5, nell'una o nell'altra variabile, sono stati esclusi (510 su 2228 risposte) dalla costruzione di questo indice tipologico, che presenta, come sue categorie, i tipi emergenti dall'incrocio delle due dicotomie appena presentate.

⁶ S. Pasta, *Postverità e datificazione. Nuove conoscenze e nuove consapevolezza dall'educazione civica digitale*, in «Scholé. Rivista di educazione e studi culturali», 1(2021), (LIX), pp. 51-63.

nel grado di innovazione nell'uso delle Ict e nella conseguente ibridazione delle relazioni sociali (marginali * forzati * adattati * ibridati), che indica la direzione del processo di modernizzazione comunicativa tra i gruppi di *laggards* (ritardatari, i primi due) e di *leaders* (innovatori, il terzo e il quarto)⁷.

Indubbiamente, la variante più significativa è l'età: il 67% dei marginali ha oltre i 60 anni; rispettivamente con il 45% e il 51% i 40-60enni sono la classe d'età principale tra i forzati e gli adattati; il 20% degli ibridati ha 18-39 anni e il 46% tra 40 e 60. Altre varianti, sebbene in modo meno significativo, seguono la sequenzialità indicata, come il genere – sale la percentuale di maschi nei *leaders* –, il tipo di famiglia – famiglie con più figli minori tra gli adattati e gli ibridati –, il capitale culturale, l'indice di status sociale familiare e l'impegno civico – inferiore nei *laggards*.

Nel 2017 il Rapporto Cifs concludeva che l'adattamento delle persone alle forme comunicative proposte dalle Ict andava di pari passo al processo di ibridazione, definita come «il risultato della sostituzione di relazioni fisiche e dell'aggiunta di comunicazioni virtuali alle relazioni faccia a faccia attraverso le tecnologie digitali, fattori che provocano un'assimilazione fra le modalità relazionali fisiche e quelle virtuali»⁸. In generale, l'ibridazione delle relazioni interpersonali con la rete risultava avere più effetti positivi che negativi a riguardo degli indicatori di coesione familiare e, anche, del coinvolgimento nella sfera pubblica e nella partecipazione civica.

Come si è detto, la variante anagrafica era posta al centro dell'analisi. Per i più giovani, le relazioni familiari assumevano talune caratteristiche tipiche dell'online, come un'elevata flessibilità e contingenza, un'apparente maggiore vicinanza accompagnata da minore fisicità della comunicazione, una crescente frizione fra la sfera privata (privacy) e l'esposizione mediatica pubblica che arriva sino al collasso della demarcazione tra pubblico e privato. Scrivevano P. Donati, F. Belletti e G. Gili: «Il crescente affidamento al web per relazionarsi agli altri e al mondo comporta di riceverne un influsso che non è solo quello delle immagini e delle informazioni

⁷ P. Donati - F. Belletti - G. Gili, *L'indagine sulle famiglie*, in Centro Internazionale Studi Famiglia (ed.), *Le relazioni familiari nell'era delle reti digitali. Nuovo Rapporto CIFS 2017*, cit., pp. 82-190.

⁸ *Ibi*, p. 188.

mediatiche, ma dei modi di rappresentarsi e vivere le relazioni familiari e sociali assumendo quelli intrinsecamente virtuali della rete»⁹.

Infine, emergevano due questioni critiche, destinate ad avere una rilevanza significativa nel periodo successivo e, alla base, del costruito della “cittadinanza onlife”¹⁰: da un lato la scarsa riflessività individuale e relazionale di gran parte della popolazione di fronte all’espansione del digitale; dall’altro lato, una scarsa regolazione interna delle famiglie nell’uso dell’Ict, con il rischio di immergersi nel web senza grandi consapevolezze.

4. 2019: l’adattamento (pre-pandemia)

Il XV Rapporto Cisf 2020 registrava i dati del 2019, dunque dei mesi precedenti alla pandemia da Covid-19, ed indicava – fin dal titolo – il processo culturale verso una “società post-familiare”, in cui l’identità stessa della famiglia è stata radicalmente messa in discussione. Per P. Donati è «una società in cui le famiglie si andranno frammentando, scomponendosi e ricomponendosi sulla base di giochi relazionali che abbandonano la struttura sociale *sui generis* della famiglia come intreccio fra la relazione sponsale e quella genitoriale»¹¹; in questo modo si moltiplicano le «svariate forme sociali dette “famiglie” per alcuni tratti di somiglianza»¹² e si adattano le relazioni tra le persone.

Quanto all’atteggiamento delle persone nei confronti delle Ict, si assiste a una chiara tendenza: gli adattati salgono a 76,5%, seguiti dai marginali (9,4%), dagli ibridati (8,7%) e dai forzati (5,4%). Dunque, coloro che dichiarano di provare sia costrizione sia piacere passano da quasi la metà del campione nel 2017 ai due terzi del 2019, composti da persone che utilizzano abbastanza o molto i media digitali e, allo stesso tempo, si sentono abbastanza o molto costretti. Il trend descrive così l’atteggiamento prevalente nell’Italia pre-pandemia nei confronti della digitalizzazione delle informazioni e delle relazioni.

⁹ Ibidem.

¹⁰ S. Pasta - P.C. Rivoltella (eds.), *Crescere onlife. L’Educazione civica digitale progettata da 74 insegnanti-autori*, Scholé, Brescia 2022.

¹¹ P. Donati, *L’opzione-famiglia in una società post-familiare: il gioco delle relazioni nel family warming*, in Centro Internazionale Studi Famiglia (ed.), *La famiglia nella società post-familiare. Nuovo Rapporto CISF 2020*, San Paolo, cit., pp. 27-59, p. 27.

¹² Ibi, p. 29.

Tale «ambivalenza positiva» sembra confermare un «cauto sviluppo con discernimento»¹³ verso le relazioni digitali, dal momento che gli adattati hanno assorbito una parte di “resistenti”, o *laggards* (marginali e forzati), ma anche una quota degli “entusiasti a prescindere”, ossia gli ibridati che in percentuale sono qui in netta diminuzione.

Interessanti indicazioni emergono anche dall’analisi di alcune varianti socio-demografiche. La crescita degli adattati avviene, in modo più netto, nelle coppie con figli minori (87,8% per chi ha almeno un figlio minore) e nei single sotto i 65 anni. Tra i marginali, l’età rimane un elemento caratterizzante, dal momento che in questo gruppo gli anziani soli hanno una percentuale più elevata (14,3%); tuttavia, in termini assoluti, calano, a fronte della progressiva diminuzione dell’intero gruppo.

Inoltre, per la composizione anziana, i marginali hanno valori più alti per la condivisione del tempo, ma anche l’indice di coesione relazionale è inferiore (è più alto nei forzati, seguito dagli altri gruppi); gli adattati sono il gruppo con il capitale sociale bonding (relazioni interne) e bridging (esterne) più alto. È interessante notare – andrebbe meglio indagato cosa significa per gli anziani – che, per il capitale bridging, i marginali hanno i valori inferiori, ad indicare che risultano meno attrezzati non solo rispetto alle opportunità relazionali del digitale, ma anche per quel che riguarda la dotazione relazionale con l’esterno del nucleo familiare ristretto. Gli ibridati, ossia coloro che più sono entusiasti del digitale, emergono come un gruppo fortemente eterogeneo al proprio interno: il capitale bonding, pur inferiore a quello degli adattati, ha un indice alto, che, tuttavia, convive con la più alta percentuale di un valore basso.

5. 2022: la normalizzazione dell’adattamento (durante e post pandemia)

Il XVI Rapporto Cisf 2022 “Famiglia & Digitale. Costi e opportunità” fotografa la situazione seguita a uno spartiacque da diversi punti di vista, la pandemia da Covid-19 e le diverse fasi di lockdown, ossia durante e dopo un momento in cui le famiglie e le vite private delle persone sono state direttamente e pesantemente condizionate e coinvolte nelle strategie di adattamento dei sistemi politici, in modo pubblico, con effetto immediato e per un periodo prolungato; in questo scenario, per la prima volta

¹³ Centro Internazionale Studi Famiglia (ed.), *La famiglia nella società post-familiare. Nuovo Rapporto CISF 2020*, cit., p. 282.

in modo così netto, l'adattamento dei sistemi globali ha dovuto chiedere aiuto alle azioni positive e consapevoli delle famiglie¹⁴.

Dalle risposte alla survey emerge che l'evento pandemico sembra avere sviluppato in senso positivo la qualità delle relazioni interne alla famiglia¹⁵, soprattutto dei nuclei più numerosi e quelli con più alte disponibilità di capitale sociale nella sua duplice dimensione interna (bonding) ed esterna (bridging)¹⁶. Da un punto di vista economico, invece, il 39,7% delle famiglie dichiara che durante la pandemia ha aumentato le spese per la tecnologia e il digitale, mentre il 52% sostiene che le condizioni economiche della propria famiglia al termine dell'emergenza pandemica siano peggiorate, in modo asimmetrico rispetto al reddito e aumentando quindi le disegualianze; uno studio con curva di Engel contenuto nella survey¹⁷ mostra come la spesa sostenuta per prodotti digitali durante la pandemia si comporti come un bene necessario di primaria importanza, come se prevalesse l'elemento di costrizione necessaria su quello di solo piacere, tipico di un bene voluttuario. A conferma di questo, quanto agli acquisti, non emerge nemmeno un digital divide tra poveri e ricchi: in ogni quintile di reddito la proporzione di famiglie che acquista prodotti digitali è circa il 59%.

Questi primi dati – tanto la percezione di miglioramento dei rapporti all'interno della famiglia durante la pandemia quanto la ricezione della spesa digitale come bene necessario – confermano la tendenza, già iniziata

¹⁴ F. Belletti, *Attraverso le tempeste: le difficili sfide per le famiglie italiane*, in Centro Internazionale Studi Famiglia (ed.), *Famiglia&Digitale. Costi e opportunità*, San Paolo, Cinisello Balsamo (Mi) 2022, pp. 11-36.

¹⁵ Complessivamente si ritiene che i rapporti con i conviventi durante l'emergenza sanitaria siano più segnati da cambiamenti positivi che negativi: per il 24,5% "si sono intensificati il dialogo e il confronto reciproco", per il 29,2% "si sono intensificate le attività svolte insieme", per il 22,9% "è aumentato il coinvolgimento affettivo"; per il 29,8% i rapporti "sono rimasti pressoché gli stessi", mentre per il 16,2% "sono aumentate le tensioni e le discussioni all'interno della casa" e solo per il 5,9% "i rapporti si sono raffreddati". Inoltre, rispetto a prima della pandemia, il 38,2% delle famiglie ritiene migliorato (il 7,8% molto migliorato) la qualità delle relazioni all'interno del nucleo, il 52,1% invariata e solo l'8,8% peggiorata (1,3% molto peggiorata); questi dati sono invece meno significativamente positivi se si declina la domanda rispetto alle relazioni amicali (Fonte: Cisf, 2022).

¹⁶ S. Nanetti, *Le relazioni familiari durante e dopo la pandemia*, in Centro Internazionale Studi Famiglia (ed.), *Famiglia&Digitale. Costi e opportunità*, San Paolo, Cinisello Balsamo (Mi) 2022, pp. 37-70.

¹⁷ F. Perali - M. Menon, *Tecnologie digitali e status socioeconomico nelle famiglie italiane durante e dopo la pandemia*, in Centro Internazionale Studi Famiglia (ed.), *Famiglia&Digitale. Costi e opportunità*, cit., pp. 105-141.

prima dell'emergenza sanitaria, all'ibridazione onlife. Il trend si ritrova anche nei dati dedicati alla percezione delle famiglie nell'uso dell'Ict. Va precisato che il Rapporto 2022 registra le risposte solamente delle famiglie con figli conviventi (sia in coppia sia monogenitoriali), quindi con una differenza rispetto al campione delle rilevazioni precedenti. Tuttavia, è possibile individuare le tendenze rispetto alla tecnologia dopo l'esperienza pandemica e del lockdown, che ha portato a un generale aumento dei consumi medialti e della tecnologia¹⁸.

Nel 2022 il 67,4% dei genitori italiani appartiene al gruppo degli adattati, coloro che provano sia piacere sia costrizione di fronte ai media digitali; il secondo sottogruppo per numerosità (23,6%) sono gli ibridati: torna dunque a salire la tipologia in cui la presenza del digitale è apprezzata e perseguita, composta da persone che usano abbastanza o molto i media digitali e lo fanno più spontaneamente e attivamente, senza sentirsi dipendenti dall'ambiente. Seguono i forzati (5,3%) e in numero ridotto (3,7%) i marginali, sempre meno rilevanti nel panorama delle famiglie con figli. Dunque, i due gruppi con atteggiamenti più positivi verso la tecnologia – almeno come presa d'atto – sono il 91%, a fronte del 9% dei più negativi¹⁹.

Nella survey 2022 vi sono altre domande che rilevano il posizionamento rispetto alle tecnologie digitali. Nella vita quotidiana la tecnologia:

- “distrae dalle relazioni familiari” è percepito come molto vero (del tutto vero, o molto vero) dal 35,2% dei genitori, abbastanza vero dal 39% e non vero (poco vero o per niente vero) dal 24,2%;
- “crea nuove dipendenze” è vero per il 27,6%, abbastanza vero per il 37,2%, non vero per il 15,5%;
- “ha reso più difficile passare del tempo di persona con amici e familiari” è vero per il 27,6%, abbastanza vero per il 35,2%, non vero per il 35%;
- “richiede un cambiamento nelle relazioni familiari” è molto vero per il 24,1%, abbastanza vero per il 38,3%, non vero per il 33,4%;
- “mi consente di comunicare e di confrontarmi con la mia famiglia” è vero per il 32,2%, abbastanza vero per il 37,9%, per nulla vero per il 28,1%.

¹⁸ Il 14,5% dei genitori risponde che l'uso delle nuove tecnologie durante la pandemia è molto aumentato, il 33% aumentato, il 29,5% leggermente aumentato (Fonte: Cisf, 2022).

¹⁹ S. Pasta, *La famiglia onlife: tra usi condivisi, dad e occasioni educative*, in Centro Internazionale Studi Famiglia (ed.), *Famiglia&Digitale. Costi e opportunità*, San Paolo, Cinisello Balsamo (Mi) 2022, pp. 71-103.

- “migliora la qualità delle mie relazioni familiari” è vero per il 17%, abbastanza vero per il 27,4% e non vero per il 51,9%.

A livello generale, ne emerge un quadro che possiamo definire caratterizzato da una consapevolezza critica, ossia di persone che si rendono conto di come la vita onlife sia un tratto di realtà e ne sanno riconoscere sia le potenzialità sia i rischi. Con l’eccezione dell’affermazione sul presunto miglioramento delle relazioni familiari grazie alla tecnologia, con cui oltre la metà del campione è categoricamente in disaccordo, si rileva una maggiore rappresentazione dei rischi rispetto ai vantaggi, ma in un quadro equilibrato e in cui prevale appunto un approccio critico consapevole.

Va infatti ricordato che, da prima della pandemia, nelle discorsivizzazioni era comune una percezione di forte pericolosità dei media, tendenzialmente sovra-rappresentata²⁰, legata in modo specifico al rischio del tempo passato davanti allo schermo e a quello delle relazioni che il minore potrebbe contrarre e intrattenere in rete, secondo una tendenza che è stata spesso veicolata anche dall’altro principale attore educativo accanto alla famiglia, la scuola. Questa eccessiva sovra-rappresentazione dei rischi, peraltro, convive spesso con una situazione curiosamente contraddittoria all’interno della famiglia: alla preoccupazione dei genitori che ne scatursce non corrisponde un adeguato comportamento di presidio educativo, ovvero di *parenting* associato alla mediatizzazione.

Oggi troviamo un quadro abbastanza equilibrato, più mediaeducativo che segnato dalla polarizzazione criticata da U. Eco tra apocalittici e integrati, tra coloro che vedono solo gli aspetti negativi o solo positivi²¹. Lo confermano le risposte alla domanda sul rapporto della propria famiglia con la tecnologia e il digitale: per il 39,5% “la tecnologia facilita la vita in famiglia”, per il 23,9% “unisce e aiuta i rapporti sociali”, mentre le risposte negative sono inferiori dal momento che per il 20,8% “rovina i rapporti” e per il 15,9% “imprigiona”.

²⁰ P.C. Rivoltella, *Media digitali e sociali, educazione e famiglia*, in Centro Internazionale Studi Famiglia (ed.), *Le relazioni familiari nell’era delle reti digitali. Nuovo Rapporto CISF 2017*, cit., pp. 191-217.

²¹ U. Eco, *Apocalittici e integrati*, Bompiani, Milano 1964.

6. 2017-2022: *laggards* e *leaders*, una polarizzazione che scompare

Dunque, riprendendo la dicotomia di P. Donati²², nel 2022 i *leaders* sono il 91%, a fronte del 9% dei *laggards*; nella Tabella 1 è ricostruita l'evoluzione nei sei anni dei due raggruppamenti e nella Tabella 2 quella delle quattro tipologie²³.

	Laggards – Ritardatari	Leaders – Innovatori
2017	33,7%	66,3%
2019	14,8%	85,2%
2022	9%	91%

Tabella 1.

	Marginali	Forzati	Adattati	Ibridati
2017	21,6%	12,1%	48,7%	17,6%
2019	9,4%	5,4%	76,5%	8,7%
2022	3,7%	5,3%	67,4%	23,6%

Tabella 2.

Dalle due tabelle, commentate nelle pagine precedenti, si evince dunque una chiara tendenza rispetto al rapporto delle famiglie italiane con le tecnologie: ha sempre meno senso dividere i nuclei nei due poli dei *laggards* e dei *leaders*, ma piuttosto occorre constatare che i secondi, ossia gli "innovatori", sono diventati la "normalità" della popolazione italiana, da cui rimane fuori – in ritardo – una sempre più piccola parte di famiglie. Questi "innovatori" diventati "normali" sono sempre caratterizzati da un posizionamento di piacere verso i media digitali, molto spesso accompagnato anche da una percezione di costrizione necessaria.

²² P. Donati - F. Belletti - G. Gili, *L'indagine sulle famiglie*, cit., 2017.

²³ Si ricorda che la rilevazione del 2022 considera solo le famiglie con figli conviventi, mentre le precedenti anche i nuclei senza figli.

7. Consumi mediali e attività digitali: un tempo condiviso in famiglia

Sempre nel Rapporto 2022, pur non negando situazioni problematiche come le dipendenze dal digitale, una nuova tendenza che emerge è che i consumi mediali, in netto aumento con il lockdown, sono caratterizzati non dall'isolamento tra i membri, ma piuttosto da pratiche diffuse di usi condivisi; allo stesso tempo è un quadro segnato da attività con i nuovi media – dal guardare contenuti in streaming a partecipare a raccolte di fondi online, da fare shopping online a intrattenere rapporti con gli amici – che sono svolte insieme da più membri della famiglia, piuttosto che dai singoli come azioni individuali.

Si tratta di un'immagine che è controintuitiva rispetto all'affermazione dei *personal media* che contraddistingue la fase attuale rispetto alla precedente segnata dai media di massa. La *personalità* dei media indicava il carattere prioritariamente privato dei dispositivi: nella rappresentazione comune la televisione, e ancor prima la radio, erano della famiglia e *in primis* collocata in un locale condiviso come il salotto, mentre lo smartphone è personale e associato a usi individuali. La survey 2022 restituisce un quadro diverso: le opportunità tipiche dei personal media sono condivise tra più membri, non esclusivamente in modo così individuale.

Non entreremo qui nel dettaglio²⁴, ma sottolineiamo che questa condizione evidenzia un potenziale educativo significativo, sebbene evidentemente non possa essere sovrapposta *tout court* all'accompagnamento operato dalle figure adulte che S. Tisseron indica come risposta all'uso degli schermi (Screen Education) da parte dei più piccoli²⁵. Per questo psichiatra francese “il problema degli schermi” non si risolve una volta per tutte, adottando filtri di navigazione o decidendo di non acquistare il cellulare al proprio figlio; servono piuttosto tempo, pazienza, capacità di lettura dei fenomeni, disponibilità ad affiancare il minore crescendo insieme a lui. Pensando ai più piccoli, ad esempio, l'accompagnamento consiste nel far raccontare al bambino le sue esperienze con gli schermi in modo tale che possa utilizzare alternativamente la sua intelligenza spaziale e la sua intelligenza narrativa. Di fatto, se aiutato dall'adulto, il minore impara a costruire il racconto di quanto ha visto e passa dal pensiero spazializzato

²⁴ Per approfondire, si veda: S. Pasta, *La famiglia onlife: tra usi condivisi, dad e occasioni educative*, cit., 2022.

²⁵ S. Tisseron, 3-6-9-12. *Diventare grandi all'epoca degli schermi digitali*, tr. it., La Scuola, Brescia 2016.

tipico degli schermi al pensiero lineare del linguaggio parlato e scritto. Gli schermi diventano in questo modo degli spazi di significazione.

Ora, se non possiamo affermare che questo coincida con le attività svolte insieme in famiglia emerse nella survey del 2022, notiamo però che le famiglie italiane, nei loro usi mediali e nelle attività digitali, hanno vissuto una grande opportunità di accompagnamento educativo da parte dei genitori verso i figli. In altre sedi²⁶ si è riflettuto sul *digital parenting*, inteso come la gestione della relazione educativa tra genitori e figli declinata nel contesto delle tecnologie. Richiamiamo qui soltanto come in letteratura si riscontra la presenza di uno stile di mediazione attiva, agita dal genitore che si confronta con i figli sulle tematiche inerenti al consumo mediale, e uno stile di mediazione restrittiva, che caratterizza il genitore che desidera controllare il più possibile i consumi mediali dei minori utilizzando anche sistemi di vigilanza sui dispositivi a cui il figlio ha accesso²⁷. Una nota ricerca su questi temi²⁸ indica come la figura adulta non può assumere uno stile di mediazione inconsistente, ossia di piena complicità con il figlio, e nemmeno di solo controllo, cercando di tenere il minore al riparo dai rischi che si possono incontrare nel web; occorre, invece, lavorare sul supporto all'autonomia del figlio attraverso un confronto continuo e costante che va oltre la prevenzione, ma che suggerisce a investire in una pedagogia del contratto²⁹ per definire insieme il senso e la praticabilità delle regole.

8. Rileggere queste tendenze nella società postmediale e postdigitale

Si è detto, dunque, come si assista da un lato all'affermarsi di posizionamenti familiari caratterizzati (anche) dal piacere verso i media digitali, dall'altro all'aumento delle opportunità di condivisione dei consumi mediali e delle attività digitali all'interno delle famiglie. In conclusione, ac-

²⁶ In un'ampia bibliografia, cfr. S. Tisseron, 3-6-9-12, *Diventare grandi all'epoca degli schermi digitali*, cit.; P.C. Rivoltella, *Bambini e 'nuovi' media*, in «Scholé, Pedagogia dell'infanzia», LV Convegno di Scholé, La Scuola, Brescia 2017, pp. 35-52; M. Rondonotti, *La Povertà educativa digitale e il digital parenting*, in M. Rondonotti (ed.), *Tecnologie, comunità, inclusione*, Campus University Press, Novedrate (Co) 2023.

²⁷ L. Chen - J. Shi, *Reducing harm from media: A meta-analysis of parental mediation*, in «Journalism & Mass Communication Quarterly», 1 (96/2019), pp. 173-193.

²⁸ P.M. Valkenburg - J.T. Piotrowski - J. Hermans - R. De Leeuw, *Developing and validating the perceived parental media mediation scale: A self-determination perspective*, in «Human Communication Research», 4 (39/2013), pp. 445-469.

²⁹ P. Meirieu, *Frankenstein educatore*, Junior, Bergamo 2007.

costiamo tali tendenze ai dati di un altro rapporto sulla *digital life* nella società italiana e a un cambio di scenario segnalato dagli studi di comunicazione mediale.

Il 3° Rapporto Wind Tre-Censis “La nuova fase della digital life in Italia” (2023) presenta alcune conferme rispetto a quello del Centro Internazionale Studi Famiglia. Per l’88,7% degli italiani la connettività a internet è un diritto sociale, come la sanità o la previdenza, ed è questa una direzione molto simile a quella richiamata nel Rapporto Cisf 2022 in cui la spesa per prodotti digitali è percepita come bene necessario di primaria importanza. Sul tema del prezzo, la survey del Censis indica come per l’80,8% dei cittadini l’accesso alla rete dovrebbe essere gratuito, per il 46,2% la copertura dei costi dovrebbe avvenire per mezzo di un contributo dei grandi player del web (Google, Meta...), per il 34,6% dovrebbe essere posta a carico della fiscalità generale. Si ritrova anche uno sguardo caratterizzato dalla consapevolezza tanto dei problemi quanto delle opportunità: il 94,7% degli italiani ritiene che ci siano dei rischi da gestire e da cui proteggersi; il 67,4% pensa che le nuove tecnologie già disponibili e quelle di cui si parla per il futuro (gli sviluppi dell’Intelligenza Artificiale e del 5G) siano un’opportunità, il 19,2% una minaccia e il 13,4% non ha un’opinione in merito. Se prevale in ogni gruppo sociale la quota che ritiene le nuove tecnologie digitali un’opportunità, ne sono più convinti i laureati (74,1%), gli uomini (73,3%), gli alti redditi (81,6%), i giovani (il 73,8%) e gli adulti (69,8%).

Infine, la normalizzazione del piacere verso i media digitali spesso accompagnata dalla costrizione necessaria, l’aumento della condivisione intrafamiliare dei consumi mediali e delle attività digitali, la percezione delle spese digitali come un bene necessario di primaria importanza e la richiesta dell’accesso alla rete come gratuito, il corretto riconoscimento del web come occasione di rischi e opportunità sono tutti tratti che confermano il passaggio alla postmedialità e al postdigitale, oltre che da una logica di mediazione a una logica di mediatizzazione³⁰. Richiamandoci alla mediamorfosi teorizzata da P. C. Rivoltella³¹ proveremo ora a chiederci, senza atteggiamenti cyberutopisti, come sia stata possibile la “normalizzazione” dei media digitali in famiglia, alla luce della storia dei media.

³⁰ F. Colombo, *Ecologia dei media. Manifesto per una comunicazione gentile*, Vita e Pensiero, Milano 2020.

³¹ P.C. Rivoltella, *Tecnologie di comunità*, ELS, Brescia 2017.

L'idea della mediazione si costruisce su un'idea dei mezzi di comunicazione come strumenti che rendono possibile la comunicazione anche quando la condivisione di spazio e tempo viene meno. È il senso di quel che già nel 1964 in *Understanding media* M. McLuhan intendeva quando parlava dei media elettrici come prolungamenti dei nostri organi di senso: la radio come protesi dell'orecchio, la televisione come protesi della vista³². La comunicazione, che prima dell'avvento dei media, era immediata, senza mediazioni, ora, grazie alla loro presenza, diventa mediata. La mediazione dei media caratterizza strutturalmente la modernità, dal momento che la nostra percezione si amplifica, entrando a far parte del "villaggio globale"³³.

L'idea di McLuhan dei *media come strumenti* è una concettualizzazione superata da N. Postman³⁴, che obietta che uno strumento dovrebbe sempre essere sotto il controllo degli esseri umani. In realtà oggi i media sono molto di più, veri e propri attori sociali: uno strumento non ci fa fare cose, non richiama la nostra attenzione, non scandisce le nostre giornate³⁵. I media mediano la nostra conoscenza del mondo, dilatando le possibilità di accesso alle informazioni e consentendoci di conoscere progressivamente sempre più cose di quante ci sarebbe possibile sperimentarne in prima persona. Il rischio è che tale processo sottrae queste informazioni alla possibilità di essere ricondotte ai fatti cui si riferiscono: i media ci consentono di conoscere in forma mediata anche ciò che è lontanissimo da noi, ma questo comporta la difficoltà di vagliare se le rappresentazioni mediali corrispondano alle cose così come stanno. Le immagini mediate dei media tendono a diventare autoreferenziali, emancipandosi dal loro referente e perdendo così la possibilità di verificarle. Il regime di post-verità e la forza di impatto delle fake-news originano qui³⁶.

³² M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, tr. it. il Saggiatore, Milano 1967.

³³ J.B. Thompson, *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, il Mulino, Bologna 1967.

³⁴ N. Postman, *Media Ecology Education*, in «Explorations in Media Ecology», 1 (5/2006), pp. 5-14.

³⁵ P.C. Rivoltella, *La prospettiva delle tecnologie digitali: Comunicazione mediale, Personal e social media, Pastorale digitale*, in L. Boccacin (ed.), *Generare relazioni di comunità nell'era del digitale. La sfida delle parrocchie italiane prima e dopo la pandemia*, Scholé, Brescia 2022, pp. 18-24.

³⁶ S. Pasta, *Razzismi 2.0. Analisi socio-educativa dell'odio online*, Scholé, Brescia 2018; S. Pasta, *Odio online: definizione, manifestazioni nel web sociale e contrasto*, in «Consultori Familiari Oggi», 1 (30/2022), pp. 85-10.

Una seconda concettualizzazione è quella dei *media come ambienti*, seguendo un approccio ecologico e notando come i media colonizzino gli spazi, specie quelli urbani, e li ibridino. Da un lato le famiglie italiane vivono in spazi – case, città, paesi... – fortemente mediatizzati; dall’altro, sono ambienti mediatizzati anche gli spazi in cui viviamo online, o meglio *onlife*, poiché è sempre più difficile separare online e offline, segnati piuttosto da continui rimandi (Floridi, 2017); si pensi all’ambiente mediatizzato – è il salotto di casa o il sito del rivenditore? – in cui si fa la spesa online.

I media, inoltre, mediano anche le nostre relazioni. È evidente come supportino la relazione quando non si è compresenti, poiché si vive in un altrove geografico, o isolati come nel lockdown; eppure i media finiscono per mediare le nostre relazioni anche quando siamo nello stesso luogo o viviamo insieme: le mediano perché ci distraggono, richiamano la nostra attenzione, ci consentono di fare altro mentre siamo impegnati in una determinata occupazione. Il vissuto conseguente è quello di sentirsi *Alone together* (2011), *Insieme ma soli* (2012), come S. Turkle intitolava un suo importante libro alcuni anni fa³⁷. Queste considerazioni portano alla terza concettualizzazione dei media³⁸: sono qualcosa di più sia di strumenti che di ambienti, sono *tessuto connettivo*, la pelle della nostra cultura, con una doppia funzione: contenere e rappresentare il primo punto di contatto con il mondo esterno. Oggi molta della nostra comunicazione è piattaformaizzata; la realtà attuale è – citando A. Greenfield³⁹ – quella di un *surround digitale*, in cui i media sono migrati dentro le nostre vite, sono *everywhere* ed *everyware*, dappertutto e tali per cui ovunque si possano trovare dispositivi. È la realtà dell’Internet delle cose, una realtà fatta di oggetti intelligenti (smart) resi tali dalla presenza della tecnologia che si nasconde al loro interno: dagli smart watch agli elettrodomestici intelligenti, dagli assistenti digitali personali come Alexa agli algoritmi che selezionano le informazioni a cui accediamo quando siamo online. È prevedibile che in un futuro prossimo la diffusione delle applicazioni di IA e la realtà sempre

³⁷ S. Turkle, *Insieme ma soli. Perché ci aspettiamo sempre più dalla tecnologia e sempre meno dagli altri*, tr.it., Codice, Torino 2012.

³⁸ P.C. Rivoltella, *Tecnologie di comunità*, cit.

³⁹ A. Greenfield, *Everyware: The Dawning Age of Ubiquitous Computing*, New Riders, Berkeley 2006.

più pervasiva della datificazione normalizzerà e acuirà ancora di più gli effetti della mediatizzazione⁴⁰.

La nostra *digital life* passa da media *onlife*, invisibili, appartenenti alle nostre esistenze, che condizionano le nostre relazioni con il mondo e con le persone senza che ce ne accorgiamo. È questa la condizione mediatizzata che definiamo *postmediale*⁴¹, o *postdigitale*⁴²: evidentemente non sono stati abbandonati né i media, né il digitale, ma queste prospettive indicano l'urgenza di pensare all'esistenza, e interrogarci secondo le diverse prospettive disciplinari, dopo che il digitale l'ha ridefinita in profondità secondo quanto abbiamo descritto richiamando la mediamorfosi. È proprio questa profonda ridefinizione di quadro che permette di comprendere, inserendolo in uno scenario più ampio, il quasi annullamento della polarizzazione tra *laggards* e *leaders*, tra ritardari e innovatori, che abbiamo evidenziato nella ricostruzione del periodo 2017-2022 delle rilevazioni del Cisf.

Riferimenti bibliografici

- Belletti F., *Attraverso le tempeste: le difficili sfide per le famiglie italiane*, in Centro Internazionale Studi Famiglia (ed.), *Famiglia&Digitale. Costi e opportunità*, San Paolo, Cinisello Balsamo (Mi) 2022, pp. 11-36.
- Centro Internazionale Studi Famiglia (ed.), *La relazioni familiari nell'era delle reti digitali. Nuovo Rapporto CISF 2017*, San Paolo, Cinisello Balsamo (Mi) 2017.
- Centro Internazionale Studi Famiglia (ed.), *La famiglia nella società post-familiare. Nuovo Rapporto CISF 2020*, San Paolo, Cinisello Balsamo (Mi) 2020.
- Centro Internazionale Studi Famiglia (ed.), *Famiglia&Digitale. Costi e opportunità. CISF Family Report 2022*, San Paolo, Cinisello Balsamo (Mi) 2022.
- Chen L. - Shi J., *Reducing harm from media: A meta-analysis of parental mediation*, in «Journalism & Mass Communication Quarterly», 1 (96/2019), pp. 173-193.
- Colombo F., *Ecologia dei media. Manifesto per una comunicazione gentile*, Vita e Pensiero, Milano 2020.
- Donati P., *L'avvento della 'famiglia ibridata': come le nuove tecnologie influenzano le relazioni familiari*, in Centro Internazionale Studi Famiglia (ed.), *Le relazioni familiari nell'era delle reti digitali. Nuovo Rapporto CISF 2017*, San Paolo, Cinisello Balsamo (MI) 2017, pp. 23-54.

⁴⁰ C. Panciroli - P.C. Rivoltella, *Pedagogia algoritmica. Per una riflessione educativa sull'Intelligenza Artificiale*, Scholé, Brescia 2023.

⁴¹ R. Eugeni, *La condizione postmediale. Media, linguaggi e narrazioni*, La Scuola, Brescia 2015.

⁴² P. Jandrić - A. MacKenzie - J. Knox (eds.), *Constructing Postdigital Research. Method and Emancipation*, Springer Cham, 2023.

- Donati P., "L'opzione-famiglia in una società post-familiare: il gioco delle relazioni nel family warming", in Centro Internazionale Studi Famiglia (ed.), *La famiglia nella società post-familiare. Nuovo Rapporto CISF 2020*, San Paolo, Cinisello Balsamo (MI) 2020, pp. 27-59.
- Donati P. - Belletti F. - Gili G., *L'indagine sulle famiglie*, in Centro Internazionale Studi Famiglia (ed.), *Le relazioni familiari nell'era delle reti digitali. Nuovo Rapporto CISF 2017*, San Paolo, Cinisello Balsamo (MI) 2017, pp. 82-190.
- Eco E., *Apocalittici e integrati*, Bompiani, Milano 1964.
- Eugeni R., *La condizione postmediale. Media, linguaggi e narrazioni*, La Scuola, Brescia 2015.
- Greenfield A., *Everyware: The Dawning Age of Ubiquitous Computing*, New Riders, Berkeley 2006.
- Jandrić P. - MacKenzie A. - Knox J. (eds.), *Constructing Postdigital Research. Method and Emancipation*, Springer, Cham 2023.
- McLuhan M., *Gli strumenti del comunicare*, tr. it., il Saggiatore, Milano 1967.
- Meirieu P., *Frankenstein educatore*, Junior, Bergamo 2007.
- Nanetti S., *Le relazioni familiari durante e dopo la pandemia*, in Centro Internazionale Studi Famiglia (ed.), *Famiglia&Digitale. Costi e opportunità*, San Paolo, Cinisello Balsamo (Mi) 2022, pp. 37-70.
- Pancirolli C. - Rivoltella P.C., *Pedagogia algoritmica. Per una riflessione educativa sull'Intelligenza Artificiale*, Scholé, Brescia 2023.
- Pasta S., *Razzismi 2.0. Analisi socio-educativa dell'odio online*, Scholé, Brescia 2018.
- Pasta S., *Postverità e datificazione. Nuove conoscenze e nuove consapevolezza dall'educazione civica digitale*, in «Scholé. Rivista di educazione e studi culturali», LIX, 1 (2021), pp. 51-63.
- Pasta S., *La famiglia onlife: tra usi condivisi, dad e occasioni educative*, in Centro Internazionale Studi Famiglia (ed.), *Famiglia&Digitale. Costi e opportunità*, San Paolo, Cinisello Balsamo (Mi) 2022, pp. 71-103.
- Pasta S., *Odio onlife: definizione, manifestazioni nel web sociale e contrasto*, in «Consultori Familiari Oggi», 1 (30/2022), pp. 85-10.
- Pasta S. - Rivoltella P.C. (eds.), *Crescere onlife. L'Educazione civica digitale progettata da 74 insegnanti-autori*, Scholé, Brescia 2022.
- Perali F. - Menon M., *Tecnologie digitali e status socioeconomico nelle famiglie italiane durante e dopo la pandemia*, in Centro Internazionale Studi Famiglia (ed.), *Famiglia&Digitale. Costi e opportunità*, San Paolo, Cinisello Balsamo (Mi) 2022, pp. 105-141.
- Postman N., *Media Ecology Education*, in «Explorations in Media Ecology», 1 (5/2006), pp. 5-14.
- Rivoltella P.C., *Tecnologie di comunità*, ELS, Brescia 2017.
- Rivoltella P.C., *Media digitali e sociali, educazione e famiglia*, in Centro Internazionale Studi Famiglia (ed.), *Le relazioni familiari nell'era delle reti digitali. Nuovo Rapporto CISF 2017*, San Paolo, Cinisello Balsamo (Mi), 2017, pp. 191-217.
- Rivoltella P.C., *Bambini e 'nuovi' media*, in Scholé, *Pedagogia dell'infanzia. LV Convegno di Scholé*, La Scuola, Brescia 2017, pp. 35-52.

- Rivoltella P.C., *La prospettiva delle tecnologie digitali: Comunicazione mediale, Personal e social media, Pastorale digitale*, in L. Boccacin (ed.), *Generare relazioni di comunità nell'era del digitale. La sfida delle parrocchie italiane prima e dopo la pandemia*, Scholé, Brescia 2022, pp. 18-24.
- Rondonotti M. *La Povertà educativa digitale e il digital parenting*, in M. Rondonotti (ed.), *Tecnologie, comunità, inclusione*, Campus University Press, Novedrate (Co) 2023.
- Tisseron S., 3-6-9-12 *Diventare grandi all'epoca degli schermi digitali*, tr. it., La Scuola, Brescia 2016.
- Thompson J.B., *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, il Mulino, Bologna 1967.
- Tronca L., *L'indagine CISF 2017: aspetti metodologici*, in Centro Internazionale Studi Famiglia (ed.), *Le relazioni familiari nell'era delle reti digitali. Nuovo Rapporto CISF 2017*, San Paolo, Cinisello Balsamo (Mi) 2017, pp. 261-291.
- Tronca L., *L'indagine CISF sulle famiglie: aspetti metodologici*, in Centro Internazionale Studi Famiglia (ed.), *La famiglia nella società post-familiare. Nuovo Rapporto CISF 2020*, San Paolo, Cinisello Balsamo (Mi) 2020, pp. 397-422.
- Turkle S., *Insieme ma soli. Perché ci aspettiamo sempre più dalla tecnologia e sempre meno dagli altri*, tr.it., Codice, Torino 2012.
- Valkenburg P.M. - Piotrowski J.T. - Hermanns J. - De Leeuw R., *Developing and validating the perceived parental media mediation scale: A self-determination perspective*, in «Human Communication Research», 4 (39/2013), pp. 445-469.

