

BAMBINI GENITORI E CELLULARI

Irene Mastrantoni

“A volte mi chiedo se tutta questa tecnologia non sia troppa!

Per esempio:

Si può ricordare qualcosa senza per forza fare una foto?

Si può visitare un posto incredibile ma non su internet?

Si può guardare il mondo dall’alto ma non in uno schermo?

Si può!

Ma se non lo paghi perché non approfittarne!?

Senza esagerare eh!?”

Sono queste le parole di un noto spot pubblicitario di una famosa compagnia di telefonia mobile tra le ultime ad essersi sviluppata. In tali frasi è evidente il rimando all’attualità del tema della diffusione della telefonia mobile, con tutta l’ambivalenza dei suoi aspetti positivi e negativi. A mio avviso lo spot, oltre a veicolare il messaggio promozionale del “tutto gratis”, presenta le potenzialità delle più avanzate tecnologie della telefonia mobile che la compagnia è in grado di offrire e in un certo senso i suoi limiti. Infatti, con il telefono cellulare si può avere un ricordo sempre con sé, ma attraverso una foto; si possono visitare posti incredibili, però su internet; si può guardare il mondo dall’alto, tuttavia attraverso un semplice schermo. Alla fine inoltre, lo spot, dopo aver presentato le enormi potenzialità del mezzo che pubblicizza, sembra quasi fare un doveroso atto di coscienza appellandosi alla necessità di fare le cose con la giusta misura (“*senza esagerare eh!?”*”).

Siamo ormai quasi tutti testimoni del fatto che sempre più spesso un cellulare non si trova solo tra le mani di un manager o di qualche altro adulto impegnato per lavoro a comunicare in ogni luogo e in qualsiasi momento. Sono sempre più frequenti immagini di bambini e ragazzi con i cellulari in mano, spesso quelli di ultima generazione, che scattano foto, fanno video, mandano SMS, chiamano qualcuno per farsi venire a prendere. Immagini che stanno ormai entrando a far parte del nostro quotidiano e forse senza sorprenderci abbastanza.

Questo è solo un esempio richiamato per poter evidenziare come le nuove tecnologie dell’informazione, tra cui la telefonia mobile, siano sempre in continua evoluzione offrendo notevoli opportunità per i suoi fruitori. I mezzi di comunicazione accrescono le proprie potenzialità quasi a vista d’occhio e proprio per tali motivi la loro sempre maggiore diffusione sembra inevitabile. In tal modo, però, le giovani generazioni si trovano di fatto a crescere e a sviluppare la loro identità e personalità in contesti senza precedenti, in ambienti così tecnologicamente avanzati fin dalla più tenera età che proprio per tali motivi probabilmente non era possibile rimandare uno sguardo approfondito a tali fenomeni.

Sarebbe riduttivo, infatti, pensare al telefono cellulare come a un semplice strumento per veicolare informazioni e soprattutto questo non basterebbe a giustificare la sua ampia diffusione proprio nelle fasce più giovani della popolazione. Per tali motivi, si è cercato di volgere maggiore attenzione al fenomeno della diffusione dei telefoni cellulari in età evolutiva con lo scopo di conoscere e individuarne le peculiarità. Probabilmente, infatti, non era più possibile rinviare tali considerazioni perché solo attraverso una buona conoscenza del fenomeno è auspicabile arrivare a comprenderne potenzialità, risorse ma anche possibili fattori di rischio e svantaggi (legati per esempio ad un uso eccessivo del dispositivo cellulare). Solo in tal modo può essere possibile cominciare a chiarire tutta quell'ambiguità e quell'incertezza veicolata in un certo senso anche dallo spot citato. Ambiguità dettata, forse, proprio dal non sapere davvero dove possano condurre le enormi potenzialità di cui un dispositivo cellulare dei nostri tempi ci arma, e ancor più in un'età così delicata come quella evolutiva.

Il telefono cellulare: le riflessioni e gli studi psicologici e sociali

Dopo appena trentacinque anni dalla sua prima realizzazione, il telefono cellulare è divenuto in poco tempo uno dei mezzi di comunicazione di massa più diffuso e indispensabile, di cui sembra non si possa fare a meno proprio a qualsiasi età.

Volendo fare una distinzione tra questo strumento e gli altri mass media occorre ritrovare gli assi pertinenti a partire da cui effettuare il confronto (l'asse *Oralità/Scrittura*, che riguarda modalità interne alla comunicazione; l'asse *Mobilità/Staticità*, che riguarda le modalità esterne alla comunicazione). Il telefono cellulare si colloca sull'asse dell'*Oralità* e su quello della *Mobilità*. Sarebbero proprio queste le peculiarità grazie alle quali tale strumento viene riconosciuto come tecnologia fondamentale nella strutturazione delle relazioni sociali e posto tra i più grandi sistemi di comunicazione costitutivi del legame sociale in epoca moderna.

Ma sappiamo davvero quali sono le proprietà e le peculiarità di questo oggetto di cui non riusciamo proprio a fare a meno? A quali comportamenti nonché idee e disposizioni di pensiero in un certo senso ci abitua? A che punto sono arrivati gli studi e le conoscenze a riguardo?

Partendo da tali considerazioni, è necessario ricordare e sottolineare che, nonostante la grande diffusione degli apparati per la comunicazione attraverso la telefonia mobile, il tema è stato poco studiato dagli specialisti e la letteratura psicologica e psicosociale a riguardo risulta scarsissima. Ciò stupisce ancora di più se pensiamo a come invece la stessa letteratura dedicata ad altri new media, quali ad esempio internet, risulti molto più ricca e corposa. Le implicazioni sociali e culturali, ma anche psicologiche e relazionali della profonda penetrazione della comunicazione mobile non sembrano aver sollevato inizialmente il medesimo interesse, nonostante l'uso quotidiano di tale tecnologia comunicativa nella vita privata e professionale di milioni di persone. Infatti, almeno in Europa, a differenza dell'interesse intellettuale e politico nei confronti di altri media come internet, una riflessione su tali questioni, che non sia esclusivamente di matrice

tecnologica o economica, sembra ancora ai suoi esordi; seppure, per esempio la frequenza d'uso degli SMS abbia già da tempo superato quello delle mail. Anche per tali considerazioni sembra davvero necessario cominciare a porre maggiore attenzione a tale strumento, soprattutto per ciò che riguarda le conseguenze della sua diffusione sul piano non solo sociale e culturale ma anche psicologico e relazionale. Infatti, uno strumento apparentemente di poco conto come il telefonino sta provocando eventi e processi che colpiscono innanzitutto la sfera intima dell'uomo, ma che si riverberano anche sul piano collettivo, suscitando esiti su quello economico e sociale, oltre a quello individuale.

Secondo Marrone (2004) l'utente e la tecnologia sono considerate entità connesse e *co-costruite*. Infatti, la società contemporanea, sempre in perenne trasformazione, è caratterizzata da una cultura sensibile alla comunicazione e ai rapidi sviluppi delle tecnologie relative. Si tratta per esempio di una società in cui gli individui si spostano con sempre maggiore frequenza, modificando tempi e spazi non solo del lavoro ma anche della vita familiare e in generale di tutta la quotidianità. Sicuramente le nuove *possibilità* comunicative offerte dal telefonino si sono via via trasformate in *necessità*, diventando in qualche modo delle esigenze da soddisfare. Il telefonino non è né la risposta ad un bisogno né l'imposizione di un nuovo bisogno; ma si trova a metà strada, in una tipica dialettica sociale che non può avere origini definibili o scopi prestabiliti (Marrone, 2004).

Dal punto di vista sociale, il telefono cellulare viene considerato una sorta di *protesi* che allarga la sfera di sensibilità e di agire dell'individuo, dotandolo di potenzialità nuove e fondamentali (poter comunicare sempre e dovunque) e di nuove forme per simboleggiare il proprio status (Marrone, 2004; Scifo, 2007). Inoltre, Fox (2001) sostiene che il ruolo del cellulare nella società moderna consiste nel contribuire a facilitare la costruzione delle relazioni, dei legami di gruppo, della propria posizione sociale e del proprio status. Grazie a questo piccolo oggetto l'uomo avrebbe acquistato una serie di libertà prima impossibili, come quella di mantenere costantemente i contatti sia con il luogo di lavoro che con la famiglia, senza per questo rinunciare ai suoi spostamenti. Luca Pezzullo (1999), a tal proposito, afferma che il cellulare "deteritorializza e deogeografizza" il processo comunicativo legandolo direttamente all'individuo e alle sue peculiarità e non più al suo contesto. L'autore parla infatti di passaggio del focus dell'atto comunicativo "dalla contestualizzazione all'individuazione" rilevando che il telefono si è trasformato da mezzo di collegamento di luoghi a mezzo di collegamento tra individui. Proprio per tale motivo Pezzullo, assumendo una prospettiva più psicodinamica non risulta così propositivo come altri quali, per esempio, Marrone e Scifo (2004; 2007). Infatti, a tale proposito parla di "Comunicazione Continua" legata però ad una quasi coattività dell'atto comunicativo e ad una "Continua Presenza dell'Altro" tanto che potrebbe impedire lo sviluppo di un'autentica autonomia e indipendenza.

Il dispositivo cellulare, trovandosi sull'asse della *Mobilità*, consente, inoltre *l'abbattimento dei tradizionali limiti di spazio e tempo* che caratterizzano ormai la vita quotidiana della società contemporanea, così come il *recupero dei tempi morti e dei non-luoghi*. Si assiste comunque a una relativizzazione spaziale

in cui l'interlocutore appartiene contemporaneamente a due spazi: l'ambiente del "qui fisico" e lo spazio virtuale dell' "altrove mediatico" (Scifo, 2007). Il telefono cellulare può diventare allora anche un arma per trovare un proprio spazio, un proprio territorio (De Gournay, 1997; cit. in Scifo, 2007). In tal modo si può dire con certezza come il telefonino abbia *neutralizzato inoltre l'opposizione tra spazi privati e spazi pubblici*, tra tempi familiari e tempi lavorativi, ponendo il problema di una vera e propria ridefinizione complessiva dello spazio e del tempo nonché delle forme stesse dello stare insieme. Insomma attorno al telefonino sorge anche tutta una serie di interrogativi legati alla creazione di una nuova *etica sociale* per ridefinire atteggiamenti e comportamenti appropriati.

Le diverse ricerche culturali sulle pratiche di comunicazione con il telefono cellulare, sebbene con le dovute differenze rispetto alla peculiarità di ciascun contesto, rilevano in ogni caso la grande diffusione del dispositivo in tutti i paesi come Finlandia, Israele, Paesi Bassi, Cina, America e ovviamente tutta l'Europa Occidentale. Oltre a tale diffusione capillare e agli aspetti tecnologici come le opzioni sempre più sofisticate, sono infatti le differenti peculiarità culturali che guidano il modo in cui ciascuna persona costruisce e dà senso alla realtà sociale anche tramite il dispositivo cellulare. Per tale motivo l'insieme dei fattori culturali, quali norme ed eventi sociali, giocano un ruolo rilevante nel determinare il modo in cui le persone concettualizzano, adottano e usano le tecnologie, tra cui il telefono cellulare. Per esempio è emerso come ci siano notevoli somiglianze rispetto al modo in cui i giovani in Finlandia e negli altri paesi nordici usano il telefono cellulare per sviluppare e mantenere le reti sociali nella vita di tutti i giorni (Oksman and Rautiainen, 2003; cit. in Campbell; Kats and Aakhus, 2002). Tale caratteristica, l'importanza attribuita, cioè, a mantenere sempre i contatti e le reti sociali in maniera quotidiana, sembra essere infatti proprio una loro peculiarità culturale rispetto alle necessità di comunicazione. Confrontando realtà a noi più vicine, nell'Europa occidentale, Fortunati (2002) evidenzia che il telefono cellulare viene concepito come mezzo per facilitare le relazioni sociali. Gli italiani riportano i più alti punteggi nella classifica di tali atteggiamenti, seguiti rispettivamente da francesi, inglesi, spagnoli e tedeschi.

La capillare diffusione del telefono cellulare in Italia viene evidenziata anche dalle varie indagini multiscopo sulle famiglie dell'Istat nell'ultimo decennio ("I cittadini e il tempo libero" a cadenza quinquennale, "aspetti della vita quotidiana" a cadenza annuale). Tali indagini, infatti, evidenziano come il telefono cellulare, secondo solo alla televisione, sia il bene tecnologico più diffuso in tutte le famiglie italiane. Tra i vari aspetti del fenomeno presi in considerazione, la variabile età risulta protagonista di rilevanti trasformazioni registrando infatti notevoli aumenti nell'uso e consumo dei mass media e della telefonia mobile tra le giovani generazioni, e tra questi una sempre maggiore diminuzione dell'età dei suoi fruitori.

Sembra doveroso sottolineare a questo punto le considerazioni di Marrone (2004) secondo cui il telefonino non "rappresenta" più, non risulta più, cioè, un oggetto di status ma di *mediazione* che si integra e adatta all'esistenza variabile del suo fruitore, dei destinatari, delle sue comunicazioni e dei diversi contesti in

cui si trova. Infatti si può affermare che inizialmente il cellulare nasce come uno strumento essenziale, alla portata di pochi e il cui possesso assolveva alla funzione di rendere rintracciabili costantemente pochi utenti “socialmente importanti e privilegiati” (Pezzullo, 1999). Oggi, invece, è evidente come tale funzione non riguarda solo questioni strettamente lavorative e professionali, ma interessa la maggioranza della popolazione indipendentemente dallo status socio-economico e dall’età.

Il telefonino nell’Infanzia e nell’Adolescenza

Quali sono allora le peculiarità di fruitori così giovani come bambini e ragazzi? Quali aspetti e caratteristiche del telefono cellulare sembrano adattarsi a soddisfare i bisogni e le necessità anche di una fascia così giovane della popolazione? Conosciamo davvero le particolarità di queste giovani età e il motivo per cui il telefono cellulare sembra acquisire un ruolo rilevante anche e soprattutto in tali fasce d’età?

E’ per iniziare a rispondere a questi interessanti interrogativi che è giunto il momento di puntare la nostra lente d’ingrandimento alle peculiarità dell’infanzia e dell’adolescenza. Solo partendo da tali considerazioni, da quali sono cioè bisogni e rappresentazioni di bambini e adolescenti, è possibile infatti cercare di capire come un piccolo strumento quale il telefono cellulare trovi posto in tali peculiarità e riesca in qualche modo a soddisfarne le esigenze, continuando a diffondersi così capillarmente.

Vi sono diversi rapporti di vari centri di ricerca che ci informano sulla condizione delle giovani generazioni nella società odierna. Tutti hanno come punto di partenza la convenzione internazionale ONU del 1989 sui diritti dell’Infanzia e dell’Adolescenza, il testo sui diritti umani maggiormente riconosciuto al mondo. Nei 54 articoli di cui è composto, il minore, seguendo i principi della “non discriminazione” e quello del “superiore interesse del minore”, viene riconosciuto come soggetto debole da tutelare a cui spetta il riconoscimento sociale e culturale. I temi trattati sono numerosi (il diritto alla famiglia, alla salute e alle libertà civili) e tra questi acquista sempre maggiore attenzione e interesse il rapporto tra “Minori e Telefonia Mobile”. Vista infatti la veloce diffusione di quest’ultimi nelle fasce giovanili (per non azzardare “infantili”) tale argomento sembra necessitare di maggiori regolamentazioni.

I media sono diventati ormai parte della vita quotidiana e costituiscono oramai l’ambiente più familiare della vita dei ragazzi e dei bambini. Partendo dai dati ISTAT già citati sulla diffusione del cellulare, numerose sono le ricerche che testimoniano il rapporto sempre più stretto delle giovani generazioni con le nuove tecnologie, con un aumento rilevante non solo nell’utilizzo di personal computer e internet ma anche e soprattutto nell’uso dei telefoni cellulari. Nella ricerca di Cozzolino e Carlini (2002) condotta su 755 ragazzi dai 14 ai 18 anni della regione Toscana, ben il 95,6% possiede un cellulare, che nel 70% dei casi è stato regalato dai genitori. In tale lavoro è unanime, poi, la collocazione del dispositivo cellulare nell’ambito delle “cose utili”, con il 19% che lo definisce indispensabile, il 29,8% utilissimo e il 48,8% utile.

Nel rapporto di ricerca “Consumi culturali, mode e nuove dipendenze” (2005) possiede il cellulare il 98,1% di un campione composto da 1728 studenti (della regione Veneto) tra i 13 e i 19 anni. Facendo una distinzione di genere, sono di più le ragazze a possedere il dispositivo (99,2%) piuttosto che i ragazzi (97,1%).

Nel rapporto “Minori e Telefonia Mobile” (2007), per esempio, solo il 5,5% (in un campione di 2264 soggetti della scuola elementare, media inferiore e superiore) dichiara di non possedere un cellulare e ne di usarne uno di famiglia. La maggior parte dei ragazzi ha almeno un telefonino proprio, e solamente l’8,2% ne usa uno di seconda mano. Alle scuole medie superiori solo 6 ragazzi su 827 non hanno il cellulare e, risulta inoltre essere significativo anche il dato per le elementari: l’80% dei più piccoli possiede un proprio cellulare. Tra la maggioranza di quelli che lo possiedono, dichiarano che è stato un regalo dei propri genitori ben il 56% degli intervistati. In tale ricerca emerge come siano soprattutto i maschi ad aver comprato il telefonino usando i loro risparmi (13,1%) ed è sempre tra i maschi la maggior parte di chi non possiede nemmeno un cellulare (6,5%), come di coloro che ne hanno più di tre (5,9%).

Nel rapporto “Baby Consumer e nuove tecnologie” del 2007 possiede il cellulare la stragrande maggioranza degli intervistati (84,4%) di cui il 45,5% dichiara di averlo ricevuto in regalo dai genitori, il 13,3% da parenti e amici, e l’11,8% l’ha comprato da solo. Prendendo in considerazione la scuola frequentata, si rileva che il dispositivo cellulare è stato un regalo di genitori o parenti per il 51,5% dei bambini delle elementari e per il 62% della scuola media inferiore. Rispetto al numero dei cellulari posseduti, il 31,7% dice di averne posseduto uno, il 28,3% è già al suo secondo cellulare, il 19,3% ne ha cambiati tre, mentre il 9,1% è arrivato al quarto. Tali dati evidenziano, in tal modo, la tendenza consumistica che caratterizza questo “medium” e che ben si associa con le tendenze e le mode giovanili sempre in continuo cambiamento.

Questo aspetto può essere ricondotto all’idea che l’uso delle tecnologie mediatiche per i giovani, proprio grazie alla capillare diffusione, non viene considerato solo come semplice esposizione o utilizzo dei mezzi di comunicazione ma come vera e propria *pratica culturale di consumo*. La funzione dei media nelle fasce d’età più giovani fornisce un repertorio di risorse che i soggetti possono utilizzare e rielaborare nell’ambito del proprio agire quotidiano (Scifo, 2007). Tali pratiche di consumo culturale, che divengono sempre più autonome e specifiche, sembrano costruire delle risorse che ben si adattano ai bisogni dei giovani di oggi e che si sviluppano in connessione con i processi di costruzione della propria identità individuale e di gruppo.

Come riportato dal “Quaderno n°43 del centro nazionale di documentazione e analisi per l’infanzia e l’adolescenza” (2007) le giovani generazioni di oggi dispongono di molto tempo libero e anche per questo svolgono molteplici attività all’interno delle mura domestiche ma soprattutto fuori casa. Inoltre, per presentare e comprendere al meglio le peculiarità di tali questioni, sembra interessante far riferimento al giovane “Narciso” presentato in un interessante testo di Charmet (2007). In tale scritto l’autore qualifica i giovani della società odierna differenziandoli dall’ “Edipo” del passato affermando che tale cambiamento deriva ovviamente dalla variazione della concezione stessa del minore, posta alla base di qualsiasi azione ad esso rivolta.

Tali concezioni caratterizzano e accompagnano i nuovi approcci sociali, psicologici e pedagogici sul percorso di crescita dei giovani verso l’età adulta. I giovani di oggi non sono più considerati come l’Edipo di cui parla Charmet, un selvaggio dominato da istinti antisociali che devono essere controllati senza lasciare che i suoi bisogni siano assecondati, perché incompatibili con le regole della famiglia e della società.

L'autore, infatti, parla di un nuovo Narciso, di un "*cucciolo d'oro*" per i suoi genitori, la cui natura è buona e per nulla antisociale (Charmet, 2008). Secondo tale prospettiva ogni individualità è unica ed il sé ha diritto naturale di esprimersi, di trovare le proprie personalissime vie di espressione e di sviluppo. In tal modo i bambini si trovano a crescere circondati da adulti che con amore cercano di dar loro sicurezza e protezione, che vogliono bene alla loro intrinseca natura e li assecondano nei loro desideri concepiti come naturali e sani. Per tali questioni il progetto educativo, ma soprattutto relazionale, che i genitori di oggi sembrano proporsi è quello di farsi obbedire per amore e non per paura dei castighi. Inoltre, anche la maggiore libertà riconosciuta alle giovani generazioni è funzionale alla piena e adeguata espressione della propria individualità che a sua volta è strettamente legata all'accrescimento delle attività del tempo libero. I minori, e soprattutto gli adolescenti di oggi, pensano senza troppe difficoltà di doversi dedicare allo sviluppo della loro bellezza, non solo fisica ma anche psichica, sociale ed espressiva (Charmet, 2008) ed il telefonino sembra offrire un buon aiuto in questo. Le attività del tempo libero, infatti, sono concepite anche come maggiori alternative messe a disposizione dei giovani per sfruttare le proprie risorse in modo tale da esprimere e sviluppare la propria natura. In queste situazioni ad esempio, i genitori "accettano" le uscite e le attività extrapomeridiane dei figli, ma cercano di sedare le loro preoccupazioni non attraverso "divieti" ma ricorrendo ad altri mezzi in cui il telefono cellulare, per esempio, sembra essere tra i più adeguati.

Anche prendendo in considerazione l'età in cui i giovani arrivano a possedere il loro primo dispositivo cellulare sembra confermare di fatto tali considerazioni. Dai dati riportati da "Minori e Telefonia Mobile" (2007) è evidente come l'età in cui si è avuto il primo cellulare si sta abbassando in modo evidente. Infatti risulta che alcuni hanno addirittura ricevuto il primo cellulare a 4 anni. Ciò non dovrebbe nemmeno sorprendere molto, visto che sono disponibili nel mercato, già dal 2006, dei cellulari studiati principalmente per i più piccoli. Se, in media, il primo telefonino è stato acquistato intorno ai 10-11 anni, per i ragazzi delle scuole elementari l'età si abbassa a 9 anni, 10 anni per le medie inferiori, 11 anni circa per il biennio delle superiori, fino ai 12 anni dei ragazzi più grandi, senza significative differenze tra maschi e femmine. L'anno di boom dell'acquisto per l'utenza giovanile si registra nel 2004, calcolando la differenza tra anno di nascita degli intervistati ed età al primo cellulare ("Minori e Telefonia Mobile", 2007). La maggior parte degli soggetti partecipanti alla ricerca riportata da Baby Consumer (2008), invece, afferma di aver avuto il cellulare tra i 9 (23,3%) e i 10 anni (28,2%), ma molti anche a 11 (19,9%) e a 8 anni (11,2%).

Tali lievi differenze tra le diverse classi di età, e tra i dati raccolti in anni successivi sembrano far pensare di più a un effetto dei tempi di diffusione del cellulare stesso. Infatti sono i ragazzi più grandi ad avere iniziato a possedere il cellulare più tardi rispetto a quelli nati successivamente in cui la diffusione del dispositivo è divenuta sempre più estesa. Il rapporto stretto tra giovani e nuove tecnologie non segue, però, una logica strettamente lineare e deve essere pensato come un complesso sistema globale in cui cause e conseguenze, se così possono essere definite, si intersecano reciprocamente. Come già sottolineato infatti, si deve pensare all'utente (in questo caso i giovani) e alla nuova tecnologia come entità co-costruite e reciprocamente legate (Marrone, 2004).

Dai dati rilevati dai rapporti annuali sulla condizione dei giovani e come sottolinea anche Haddon (1998), risulta inoltre importante l'aumento dell'accesso personale alle risorse tecnologiche e comunicative dei bambini e degli adolescenti all'interno della famiglia. L'accesso individuale ai diversi mezzi di comunicazione di massa, in cui il cellulare è tra i più gettonati, avviene sempre più precocemente e i ragazzi, fin dalle più tenere età, cominciano in tal modo a familiarizzare con quei mezzi, come il cellulare, che di certo non lasceranno più!

E' per tutte queste ragioni che le giovani generazioni di oggi definiscono una vera e proprio *categoria specifica ad alto consumo*, (consumo anche di natura "culturale", Scifo2007) seppure di fatto si assiste a una diffusione universale del dispositivo in tutte le fasce d'età. I giovani, infatti, non hanno solo superato gli adulti nella frequenza d'uso, ma a partire dalla seconda metà degli anni '90, sono divenuti il gruppo sociale maggiormente responsabile dell'innovazione e della reinvenzione di questo medium di comunicazione, avendo contribuito in tal modo a ridefinirne l'identità funzionale e simbolica. In questo senso i giovani utenti, pur essendo stati gli ultimi ad accedere a questa tecnologia, sono stati i primi a sperimentarne modelli d'uso innovativi, legati soprattutto alla sfera della comunicazione espressiva (vedi oltre). Inoltre, tale questione ben si inserisce in quella che è stata già definita l'ondata di individualizzazione (Pezzullo, 1999) che interessa i new media e soprattutto un apparecchio così personale come il telefono cellulare.

Il telefonino ha trasformato e continua ancora a trasformare stili di vita e comportamenti. In tale accezione la necessità di soddisfare tramite di esso bisogni anche "culturali", di ridefinire le conversazioni, gli spazi, i tempi, le soglie della sfera pubblica e privata o di quella lavorativa e affettiva, sono solo alcuni esempi. Per tale motivo considerarlo unicamente come semplice strumento di comunicazione potrebbe essere quasi un approccio semplicistico. Date le sue innumerevoli implicazioni soprattutto sul piano psicologico, sociale e culturale, tale strumento è destinato a svolgere molteplici funzioni in cui quella di veicolare messaggi e facilitare la comunicazione ne rappresenta solo una minima parte. Inoltre, partendo dalla più generale concezione del soggetto in età evolutiva e prendendo in considerazione gli altri aspetti fin'ora presentati, è facile arrivare a capire che il cellulare viene allora a caratterizzarsi come vero e proprio strumento attraverso cui è possibile raggiungere e soddisfare in tal modo molti dei bisogni tipici delle giovani generazioni del XXI secolo, come per esempio:

- La necessità di mantenere i rapporti con i genitori
- Costruire ed assicurarsi nuovi legami sociali con i pari, al di fuori della famiglia
- Esprimere e rivelare se stessi e la loro naturale disposizione

Le funzioni del telefono cellulare nei bambini e nei ragazzi del XXI secolo

Prendendo in considerazione gran parte della letteratura disponibile sull'argomento, è possibile rilevare tre grandi macro-funzioni, distinte anche a seconda dei diversi interlocutori delle comunicazioni veicolate tramite il dispositivo (i genitori, i pari, se stessi):

1. Soddisfazione del bisogno di sicurezza e gestione della quotidianità
2. Socio-relazionale ed affettiva
3. Espressiva di sé

In tali funzioni il piano individuale e quello extraindividuale si intersecano e influenzano a vicenda e, naturalmente, ciascuna funzione è legata poi alle altre. Anche da questo punto di vista è possibile infatti rilevare ancora una volta la complessità dell'argomento e l'approccio globale con cui necessita di essere trattato. Tale divisione, infatti, seppur a volte può risultare forzata, viene intrapresa per esigenze di chiarezza espositiva.

1. Gestione della quotidianità e bisogno di sicurezza

Tra le varie funzioni che sembra svolgere il telefono cellulare per le giovani generazioni, quella di gestione della quotidianità dei ragazzi e la garanzia di sicurezza che nel contempo assicura per i loro genitori, sembrano essere le funzioni che meglio rispondono al bisogno dei giovani di mantenere i rapporti con i propri genitori. Tali questioni sono state più volte evidenziate, per esempio da Mante (2002) e anche da Haddon nel convegno mondiale di Sociologia a Montreal nel 1998 (cit. in Scifo, 2007). L'autore, infatti, afferma che il ruolo della telefonia cellulare nella vita quotidiana delle giovani generazioni può essere messa in relazione ai processi che riguardano:

- i sempre più complessi modelli di mobilità quotidiana dei più giovani, dovute alle crescenti attività di tempo libero
- il difficile meccanismo di sorveglianza dei genitori

L'uso del telefono cellulare, infatti, ben si adatta alle sempre maggiori esigenze comunicative della nostra Società dell'Informazione e la sua capillare diffusione ne dimostra e afferma l'uso come *mezzo privilegiato di gestione della quotidianità*. Questa tendenza non è dovuta solo alle sempre maggiori esigenze di mobilità quotidiana da parte dei giovani ma, come rileva il rapporto sui consumi dei minori (Baby Consumer e nuove tecnologie, 2007), fa anche parte di modalità e tempi lavorativi della nostra epoca, visto che anche gli stessi genitori sono spesso e a lungo fuori casa. Le sempre crescenti attività *outdoor* e i bisogni di sicurezza ad esse connesse, infatti, si rivelano un aspetto molto importante tanto da costituire il motivo principale che più di ogni altro persuade all'acquisto stesso del dispositivo.

Tale dato emerge in molteplici rapporti presi in considerazione tra cui l'indagine realizzata dal centro studi "Minori e Telefonia Mobile" di Firenze (2007), svolta nelle scuole elementari, medie e superiori di dieci regioni italiane che ha coinvolto 4000 soggetti tra studenti e genitori. In tale rapporto il 56% dei ragazzi possiede un telefonino regalato dai propri genitori. Di quest'ultimi, intervistati nella stessa indagine, ben il 49% afferma di aver permesso al figlio di avere un cellulare per motivi di sicurezza e quasi il 30% (28,7%) per poter comunicare con lui in qualsiasi momento. Tali dati evidenziano, infatti, come al crescere delle attività del tempo libero e delle esigenze di mobilità corrisponda di fatto anche un aumento delle paure e

delle preoccupazioni per possibili eventi imprevisti. In questi casi il telefonino si inserisce bene in tale contesto sia per questioni di gestione più pratica degli impegni quotidiani che per contenere le inquietudini che sembrano caratterizzare tali contesti. Con tali premesse è possibile comprendere come, nel rapporto genitori-figli, il telefono cellulare abbia valore ansiolitico e costituisca uno degli strumenti che permettono in qualche modo di sedare le preoccupazioni e le paure di un'evenienza negativa che è sempre possibile. Tali aspetti dai genitori sembrano passare direttamente ai figli e così anche questi, interrogati sull'utilità del dispositivo, verbalizzano la stessa risposta che avrebbero dato i genitori. A tale proposito anche Marrone (2004) afferma che il telefonino viene notoriamente regalato dal genitore per scopi concernenti sicurezza e controllo. Inoltre, Green riferendosi alla sua ricerca sul rapporto tra adolescenza e telefonia mobile, pone l'accento sul fatto che il controllo da parte dei genitori sia necessario all'interno del rapporto stesso tra genitori e figli. Il monitoraggio del luogo e delle attività serve per cementare una relazione personale o intima e anche per far in modo che le attività degli individui diventino trasparenti, visibili e riconoscibili (Green, 2001;2002).

Con l'avanzare dell'età, inoltre, si assistono a notevoli cambiamenti da parte dei soggetti in età evolutiva che portano a ridefinire esigenze, valori, priorità e figure di riferimento, soprattutto sul piano relazionale. E' proprio per tali ragioni che il telefono cellulare, oltre alle cause principali che sicuramente ne motivano l'acquisto, arriva ad assumere notevole e fondamentale importanza per altre innumerevoli funzioni.

2. La funzione Socio-relazionale e affettiva

Questa funzione sembra tener conto delle considerazioni di Thompson (1998) secondo cui lo sviluppo dei new media "*induce a creare nuovi tipi di azione e interazione e nuove forme di relazioni sociali*".

Infatti, oltre alle attività *outdoor*, come le esigenze di micro-coordinamento della vita quotidiana o le possibili situazioni di emergenza e di pericolo, il telefono cellulare è sicuramente legato a specifiche esigenze di socialità e, citando i risultati di Fortunati (2003) costituisce un vero e proprio mezzo per facilitare le relazioni sociali. Permette, infatti, di costruire e mantenere altri legami sociali oltre a quelli con la famiglia e con le tradizionali figure di riferimento. Tale funzione può essere definita socio-relazionale ed affettiva e, soprattutto nei soggetti all'età dell'Infanzia e dell'Adolescenza, assume notevole importanza.

Usando le parole della Scifo (2007), infatti, il cellulare può essere utilizzato come una *protesi comunicativa personale* dotata del potere di "oggettivizzare" i propri legami sociali, piuttosto che essere concepito come semplice strumento di mobilità in senso stretto. Infatti, volgendo l'attenzione ai giovani utenti del dispositivo cellulare, è innegabile la necessità di affrontare il rapporto tra comunicazione mobile e processi di socializzazione all'interno del gruppo dei pari, prendendo in considerazione sia la cultura dei pari che le diverse possibilità di connessione alla stessa rete sociale del gruppo di appartenenza. Quest'ultimi rappresentano, infatti, aspetti fondamentali che permettono di spiegare l'uso e la diffusione del telefono cellulare nelle giovani generazioni.

Il telefonino diviene uno strumento per essere continuamente accessibile alla rete sociale dei pari anche e soprattutto all'interno delle mura domestiche, dove altrimenti tale attività non sarebbe possibile se non con

la mediazione dei genitori tramite il telefono fisso. Nella ricerca riportata dalla Scifo (2007), soprattutto per i più giovani, il cellulare si rivela un mezzo di comunicazione utilizzato spesso a casa, a dispetto della sua peculiarità di tecnologia mobile e portatile, che permette di trascendere spazi e tempi. Per l'autrice, soprattutto in età adolescenziale, il telefono cellulare, rispetto alle sue potenzialità, quando viene impiegato per comunicare con i pari sembra venire utilizzato soprattutto a favore di una comunicazione che di fatto tornerebbe ancora a collegare luoghi, come per esempio le camerette dei nostri giovani utenti. Mentre Jaureguiberry (1998) afferma che il telefono mobile attiva una "*potenzialità della presenza in un luogo indeterminato*", per la Scifo, invece, che volge maggiore attenzione all'utenza giovanile, il telefonino sembra, di fatto, ripristinare "*una potenziale presenza in un luogo determinato*", proprio in virtù della quale si attiva la comunicazione (Scifo, 2007). Nella ricerca dell'autrice, infatti, ben l'82% dei suoi intervistati, per lo più adolescenti, dichiara di usare il telefono cellulare proprio a casa. Inoltre, anche nei dati raccolti da Carlini e Cozzolino (2002) ben il 95,6% dichiara di utilizzare il telefonino cellulare a casa, preferendolo al telefono fisso.

In tal caso, il ricorso agli assi della Oralità/Scrittura (nella misura in cui i giovani ricorrono spesso alla scrittura degli SMS) e soprattutto quello della Mobilità/Staticità, riportati come possibili criteri di distinzione tra il cellulare e gli altri mass-media, non sembrano essere, di fatto, troppo validi ed adeguati per le giovani generazioni.

Per queste ragioni, le spiegazioni a sostegno della diffusione del cellulare presso la popolazione più giovane connesse all'aumento della loro mobilità sociale e ai relativi cambiamenti dei processi di sorveglianza e bisogno di sicurezza da parte degli adulti, non devono costituire l'unica ragione di tale fenomeno. Infatti l'elevato e principale uso del cellulare, più volte rilevato nel contesto domestico e in parte scolastico (attraverso i messaggi di testo e gli squilli) è piuttosto riconducibile alla possibilità che il mezzo offre di *mantenere sempre attiva una protesi comunicativa* proprio in quei luoghi, le aule scolastiche e l'abitazione domestica, in cui tale fondamentale socializzazione viene in parte negata o in parte ridotta, paradossalmente proprio a causa di una limitata autonomia e mobilità dei giovani utenti (Scifo, 2007). Se quindi è vero che il mutamento sociale in corso (incremento della potenziale mobilità dei giovani, attraverso lo sviluppo delle attività del tempo libero, e dei genitori) rappresenta un fattore che permette di comprendere la penetrazione sociale del mezzo presso l'utenza giovanile, tuttavia, i reali comportamenti di fruizione di questi giovani attori evidenziano un modellamento sociale del mezzo tutto teso a "*riprodurre*" uno spazio sociale nello spazio privato, nel momento in cui non si può averne un'esperienza diretta, perché strutturalmente inaccessibile. Alcune ricerche (Ronald, Panting e Charlton, 2004), infatti, hanno rivelato che il telefono cellulare è, soprattutto per gli adolescenti, un mezzo che permette la comunicazione al di fuori del controllo di genitori, famiglie ed insegnanti. La pratica comunicativa che le giovani generazioni attivano attraverso il cellulare diviene, allora, una vera e propria rappresentazione dei legami tra pari, che "oggettivizzati", divengono il modo privilegiato attraverso cui costruire e cementificare le relazioni sociali (Scifo, 2007). Comunicazione tra pari che spesso si concretizza principalmente attraverso i messaggi e gli "squilli", a scapito delle telefonate che, come abbiamo visto, si attivano maggiormente nei confronti degli

adulti. In tal caso proprio tali strumenti sembrano costituirsi come privilegiate forme di comunicazione tese a costruire e cementificare le necessarie relazioni sociali affettive. In questo senso acquista importanza non solo il piano socio-relazionale delle aumentate possibilità di costruire legami sociali con un numero maggiore di possibili compagni, in quanto anch'essi utenti del dispositivo cellulare. Proprio grazie a tali opportunità, infatti, si arriva alla possibilità di sperimentare una dimensione più espressiva ed affettiva. Gli SMS e gli "Squilli" favoriscono le relazioni sociali affettive tra pari. Infatti, nel rapporto tra comunicazione mobile e processi di socializzazione all'interno del gruppo dei pari, tra le funzioni degli SMS individuate dalla Scifo (espressiva, strumentale e di intrattenimento), quella di espressione della sfera affettiva sembra essere la più rilevante. Infatti, utilizzare il telefono cellulare per un giovane non significa solo dimostrare e promuovere il suo grado di associazione col gruppo di appartenenza ma significa anche avere la possibilità di sperimentare maggiori possibilità di relazioni affettive. A dimostrazione di tali considerazioni molti autori (Scifo, 2007; Byrne & Finlay, 2004, Pezzullo, 1999), sottolineano come il telefono cellulare rappresenti una risorsa nel processo di costruzione di un nuovo contatto d'intimità sia tra soggetti dello stesso sesso che di sesso opposto. Tale processo è coinvolto nelle prime esperienze di manifestazione della propria sfera intima ed affettiva al di fuori della famiglia e nella sperimentazione dell'interazione sociale. Anche la pratica della conservazione e archiviazione degli SMS rappresenta un altro segnale, piuttosto forte, della funzione che i messaggi assolvono nella possibilità di esprimere la sfera affettiva strettamente connessa non tanto al contenuto quanto al significato emozionale che il messaggio in sé esprime.

Di notevole importanza sono anche i cosiddetti "squilli", una vera e propria pratica comunicativa molto frequente tra le giovani generazioni che permette di stabilire un contatto comunicativo a costo zero. Prendendo in considerazione il suo significato comunicativo, lo "squillo" può essere considerato un caso estremo di comunicazione, che ridotta esclusivamente alla dimensione performativa dell'atto comunicativo, è completamente priva di un rinvio all'espressione di un qualsivoglia contenuto esplicito (Scifo, 2007). Tuttavia, diversamente da quanto si potrebbe attendere, questa prassi è dotata di una rilevante dimensione semantica: i suoi significati sono tutti costruiti simbolicamente all'interno delle relazioni tra i soggetti direttamente coinvolti nello scambio e, in generale, rimandano anche ad una struttura di codici e di decodifiche socialmente costruite e condivise dal gruppo di appartenenza. E' possibile, infatti, distinguere differenti declinazioni dello "squillo" andando dal semplice desiderio di esprimere un saluto, a quello di manifestare un segno d'affetto, passando, perché no, per la voglia di ricordare la propria presenza e vicinanza. La principale area di significati che attraverso gli squilli viene veicolata, è proprio quella espressiva e relazionale, andando a caratterizzarsi quasi come un gesto rituale che favorisce il mantenimento simbolico di un legame affettivo nella quotidianità.

E' proprio attraverso i messaggi di testo e gli "squilli" che il telefonino si caratterizza come strumento privilegiato per i giovani, teso alla costruzione e al mantenimento dei legami sociali all'interno del gruppo dei pari e con cui, per tale motivi, iniziano ad appropriarsi del mondo sociale extra-familiare.

3. La funzione espressiva di sé

Per i giovani, inoltre, il telefonino non costituisce solo la possibilità di comunicazione e relazione con la famiglia o con i pari, ma rappresenta anche un oggetto identitario su cui operare un forte investimento simbolico (Lobet-Maris, 1997).

Alla base della funzione espressiva di Sè che assolve il telefonino può essere ricordato quello che Haddon (1998) chiama la crescita dell'accesso personale alle risorse tecnologiche, le cui forme di consumo divengono sempre più individualizzate e rispondenti all'esigenza di ogni soggetto con le sue peculiarità.

E' anche attraverso il telefono cellulare che i giovani di oggi promuovono il processo di emancipazione dalla loro famiglia (*processo di adultizzazione*) e rendono possibile la costruzione e l'espressione della propria *identità individuale e di gruppo*.

Un oggetto così apparentemente semplice come un telefono cellulare sta diventando uno tra gli strumenti fondamentali che aiuta le giovani generazioni ad ottenere un grado superiore di emancipazione dalla famiglia (con o senza forme di conflitto generazionale), facilitando la convivenza tra tale sistema, in cui le giovani generazioni sono comunque ancora fortemente legate, e quello dei pari, verso cui si assiste a una sempre maggiore apertura (Vianello, 1999). Il telefono cellulare promuove il *processo di adultizzazione* anche nella misura in cui il suo possesso e uso, come bene strettamente personale, favorisce maggiore coordinazione sociale e una socializzazione non filtrata dai genitori. In tal caso, per un giovane, un tale strumento sembra svolgere un ruolo importante proprio nel processo di costruzione della propria *autonomia*.

Il dispositivo cellulare arriva, inoltre, ad assumere il valore di *oggetto-simbolo* generazionale implicandosi in tal modo nei processi di costruzione dell'identità di gruppo ma anche individuale. Infatti, non costituisce solo la possibilità di comunicazione con la famiglia o con i pari offrendo voce al bisogno di affiliazione al gruppo dei pari e di connessione sociale. Ma il telefonino diviene un vero e proprio strumento simbolico attraverso cui esprimere e allo stesso tempo costruire se stessi. Già la semplice possibilità di cambiare le cover, di poterli differenziare con i più svariati accessori (molto più estetici che funzionali) permette una potenziale differenziazione dell'identità del proprio oggetto e, attraverso di esso, della propria identità. Le stesse logiche di personalizzazione sono anche quelle che alimentano l'uso dei *loghi* (immagini e foto personali che vengono visualizzati sul display dell'apparecchio) e dei toni delle suonerie che vengono sfruttate come vere e proprie risorse identitarie di sé e anche degli altri (nel caso per esempio delle suonerie personalizzate) (Scifo, 2007). Infatti, nella ricerca di Carlini e Cozzolino (2002) la maggioranza del campione dichiara di aver personalizzato il proprio cellulare comprando delle mascherine di diverso colore (67,4%) e cambiando suoneria (74%).

Invece in "Baby Consumer e nuove tecnologie" (2007) viene indagata anche la tipologia dei cellulari posseduti e anche in questo caso sono ben evidenti le tendenze di personalizzazione del proprio oggetto che diventa una vera e propria rappresentazione del proprio sé. In tal caso emerge che ben il 74,9% possiede un modello complesso, adatto a fare foto, filmati e a "video-telefonare"; solo il 25,1% usa telefonini più semplici che assolvono solo alle funzioni basilari della telefonia.

Per tali ragioni il telefono cellulare viene vissuto spesso come un bene di natura strettamente personale che potrebbe essere pensato come estensione del sé e strumento espressivo della propria personalità. A tale

proposito esistono, infatti, degli studi interessati ad indagare come le modalità di uso e consumo del telefono cellulare siano legate a specifiche aspetti di personalità (Butt and Philips, 2008). Da un punto di vista più strettamente psicodinamico, invece, per Pezzullo (1999) la cura “estetica” per il proprio cellulare può essere vista come il risultato di un duplice investimento narcisistico: *indiretto* (dovuto al generico desiderio e piacere per la cura estetica e alla spinta a conformarsi alle mode) e *diretto* (costituito da investimenti libidici sul cellulare “costruito” come esteriorizzazione di una parte del sé).

Facendo ancora riferimento alle riflessioni di Charmet (2008) il nostro Narciso viene caratterizzato da un sempre continuo bisogno dell’altro, di uno *specchio sociale* che confermi la sua unicità, il suo valore e la sua utilità sociale. Lo specchio di Narciso sono gli altri, il loro bisogno di stare e comunicare con lui (anche solo tramite un semplice “squillo”), la disponibilità di starci assieme. Narciso è alla continua ricerca dell’attenzione dell’altro servendosi di canali espressivi capaci di trasmettere il senso della sua unicità. A tale proposito il telefonino, sembra infatti lo strumento migliore con cui Narciso cerca e trova se stesso, attraverso l’oggettivazione dei rapporti sociali da una parte, e l’espressione delle proprie peculiarità individuali e personalizzate direttamente nel dispositivo dall’altra.

Il complesso rapporto Genitori-Figli-Cellulari

Una volta cominciato a delineare le peculiarità del dispositivo cellulare all’età dell’infanzia e dell’adolescenza, risulta doveroso volgere l’attenzione al rapporto che tale strumento pone in essere tra i genitori e i loro figli. Si potrebbe affermare che, soprattutto in età preadolescenziale e adolescenziale, il telefono cellulare stabilisca una “zona franca” che fornisce sicurezza ai genitori e allo stesso tempo promuove nuove forme di libertà ai figli, sia in termini di gestione della propria privacy comunicativa, sia in termini di possibilità di movimento. Tali questioni non sono certamente prive di problemi, soprattutto per i genitori che vedono accelerare il processo di emancipazione dei propri figli e ancora più difficile la gestione del loro controllo perfino più presto. La Scifo (2007) si riferisce a tali aspetti parlando di una vera e propria “Dialettica Controllo/Autonomia”. Tale dialettica fa riferimento soprattutto al ruolo che il possesso e l’uso del dispositivo gioca nel processo di emancipazione dei ragazzi dalla famiglia. In tale processo le possibilità di conflitto, o comunque la necessità di reciproche negoziazioni su maggiori libertà, si presentano quando il soggetto in età evolutiva tende ad acquisire maggiori responsabilità, muovendosi oltre la sfera dei genitori. Sono esigenze diverse che possono confliggere perché alla domanda di maggiore controllo e sicurezza dei genitori si contrappone la richiesta di una maggiore libertà da parte dei figli. Come afferma Scifo (2007), l’esigenza di sicurezza e controllo parentale sulla mobilità dei propri figli è stata convertita da quest’ultimi in un’accelerazione e radicalizzazione del processo di emancipazione dalla famiglia.

Prendendo in considerazione ancora il complesso rapporto genitori-figli-telefonino, Carlini e Cozzolino (2002) affermano che il dispositivo cellulare può essere paragonato ad un “*guinzaglio telematico*” che si allunga in base alla possibilità di rintracciare costantemente i figli da parte dei familiari. Strumento rassicurante per quest’ultimi, il cellulare è in realtà un’illusione di reale libertà per i primi, in cui la condizione necessaria è proprio la possibilità di essere comunque controllati, seppur a distanza. Dal punto di

vista delle giovani generazioni è una libertà, seppur limitata, ad avere maggiori probabilità di essere acquisita con il telefonino sempre in tasca, piuttosto che una vera e propria autonomia, come afferma invece la Scifo (2007). Libertà che, di fatto, è sempre controllata dai genitori anche nella misura in cui provvedono essi stessi al mantenimento economico del cellulare.

La questione del mantenimento economico del cellulare da parte della famiglia è un dato presente in tutte le ricerche e sembra essere un altro nodo cruciale nella complessa dinamica che interessa il rapporto genitori-figli-cellulari all'interno della dialettica. Infatti, la libertà di poter comunicare direttamente e quando si vuole con i propri pari, da parte dei figli, è di fatto limitata e controllata dai genitori, non solo permettendo loro di avere o meno il cellulare, ma anche nella misura in cui provvedono loro stessi alla ricarica del dispositivo. Pertanto si tratta di una libertà delimitata e confinata in quella che è concessa dai genitori anche sul piano economico. In tali motivi, infatti, è possibile riconoscere anche il grande successo degli SMS tra le soluzioni più diffuse per soddisfare quotidianamente il bisogno di connessione con i pari tra le giovani generazioni. Gli SMS, infatti, rappresentano il mezzo ideale attraverso cui poter intraprendere e mantenere le relazioni sociali tra pari a costo ridotto.

Le funzioni del telefono cellulare, alcuni rischi sul piano psicologico

Dal telefono fisso al telefonino mobile, numerosi risultano i cambiamenti avvenuti. Dalle profonde trasformazioni sociali rilevate, anche sul piano strettamente psicologico è possibile avanzare considerazioni di notevole rilevanza. Il cellulare, diffuso indipendentemente dall'età e dallo status socioeconomico, comincia a rispondere e ad alimentare il bisogno comune di essere vicini. I telefonini non solo permettono di superare i confini dello spazio e del tempo ma trasformano le probabilità delle relazioni quotidiane, favorendo le possibilità di aumentare le occasioni di intimità e, talvolta all'estremo, anche quelle di violazione della libertà e degli spazi personali. Per tali ragioni, dal punto di vista strettamente psicologico il telefono cellulare sembra svolgere tre importanti funzioni relative sia alla sfera individuale che a quella relazionale.

Il telefono cellulare permette infatti di:

- Regolare la distanza nella comunicazione e nelle relazioni

Attraverso il dispositivo cellulare è possibile avvicinarsi o allontanarsi dagli altri. Giovanna Cosenza, nel magazine on line Golem (2003), spiega che le moderne tecnologie della comunicazione ci hanno resi molto più indipendenti di una volta dalle reali distanze fisiche, nel senso che possiamo accorciarle a nostro piacimento. Ci si può per esempio proteggere dai rischi dell'impatto emotivo diretto ma anche mantenersi vicini e presenti costantemente alle persone a cui si è legati affettivamente, costruendo un "ponte telefonico" che attraversa infiniti spazi in poco tempo. Il comportamento degli adolescenti rappresenta un esempio chiaro di tale funzione in cui il telefonino viene spessissimo usato come strumento di difesa per affrontare le insicurezze nella comunicazione, sia nella fase iniziale di conoscenza che in quella di trasformazione e gestione delle relazioni. Un rischio potrebbe essere legato all'estremizzazione di tale funzione che vede il

telefonino come strumento di mediazione delle relazioni. Il dispositivo cellulare, infatti, piuttosto che diventare mezzo di sostegno per affrontare le difficoltà di confronto con gli altri, potrebbe diventare uno strumento per gestire abitualmente le relazioni. La comunicazione telefonica, in tal caso, rischierebbe di sostituirsi completamente a quella reale.

- Rappresentare un mezzo per gestire la solitudine e l'isolamento

In tal caso il telefono cellulare assume quasi il ruolo di “antidepressivo o ansiolitico multimediale” nei confronti del quale, però, può divenire facile diventare dipendenti. In questo senso il telefonino può caratterizzarsi, infatti, come simbolo della continua “Presenza dell'Altro”, un'entità, in tal caso, sempre a portata di mano. Evidente risulta infatti il riferimento alle argomentazioni di Pezzullo (1999) in cui si pone l'accento sulle possibilità di “Comunicazione Continua” con il telefonino, fino quasi a sfociare ad una coattività dell'atto comunicativo e ad una perenne “Presenza dell'Altro”. Infatti Carlini e Cozzolino (2002) affermano che avere uno strumento che consente il continuo collegamento con gli altri sembra rappresentare il “mezzo di salvataggio psicologico” contro l'angoscia da isolamento e da solitudine. Il “guinzaglio telematico” serve in tal caso a placare in qualche modo l'ansia del distacco sia da parte dei genitori, che da parte dei figli. Per afferrare meglio l'idea legata a tale funzione psicologica, il cellulare è stato più volte associato metaforicamente alla famosa “coperta di Linus” da cui il nostro personaggio non riusciva proprio a separarsi. Il telefonino allora sembra rispondere a un'esigenza primordiale sempre uguale dell'uomo: non essere solo. Seppure per mezzo di un'illusione virtuale, si tratta di una comunicazione continua, che trascende i confini del tempo e dello spazio, che annulla la sensazione di solitudine che spesso coinvolge l'“*homo technologicus*” (Baby Consumer e nuove tecnologie, 2007). In tal caso l'uso del telefonino, potrebbe rappresentare anche una minaccia e non una risorsa per lo sviluppo di una piena indipendenza e autonomia del soggetto in età evolutiva. Potrebbe, infatti, nascere un *estremo investimento affettivo* sul telefonino, con gli altri e la realtà che, mantenuti costantemente presenti, non sarebbero mai conseguentemente vissuti come assenti. Tali condizioni possono inoltre generare una carenza della possibilità di *sperimentare la dimensione del lutto* e la sua possibile elaborazione. Esperienze, queste, centrali per la costruzione della propria individualità e per la fondamentale differenziazione tra “mondo interno” e “mondo esterno”, tra “pubblico” e “privato”, tra “intimo” e “condiviso”.

- Rappresentare un mezzo per vivere e dominare la realtà

Il dispositivo cellulare, con le sue innumerevoli possibilità tecniche potrebbe inoltre veicolare l'idea di poter essere presente e capace di “fermare il tempo” (magari scattando una foto o conservando un sms) fino all'estrema illusione di potere.

Anche se, per esempio, Cosenza (2002) sottolinea come le nuove tecnologie ci offrano “un vago senso di onnipotenza e ubiquità, che ci permette di regolare le nostre distanze dagli altri”, il rischio dell'abuso di tali funzioni psicologiche è notevole soprattutto tra i più giovani. Per bambini e ragazzi è questo, infatti, il periodo dell'apprendimento delle modalità di contatto sociale reale e delle capacità di controllo degli impulsi e delle emozioni. Come già evidenziato, la comunicazione con il dispositivo cellulare potrebbe costituirsi

come l'unica capacità di mettersi in relazione con gli altri e, allo stesso tempo, la continua possibilità di contatto potrebbe non favorire lo sviluppo della capacità di controllare il rinvio della soddisfazione dei bisogni. In tal modo, il pensiero lascerebbe sempre più spazio all'azione, all'incapacità di reggere la lontananza e il distacco dalle figure di riferimento; condizioni che, di fatto, si fanno sempre più crescenti con l'avanzare dell'età. Tuttavia è importante non assumere una visione solamente negativa legata all'uso del telefonino in età infantile e adolescenziale, come quella di una forte possibile dipendenza. E' necessario essere consapevoli comunque sia dei rischi che delle possibilità associate all'uso del telefonino nelle giovani generazioni in crescita.

Conclusioni

Riperkorrendo criticamente il nostro "iter funzionale" con cui si è deciso di intraprendere tutto l'argomento della diffusione del telefono cellulare tra le giovani generazioni, è possibile avanzare ulteriori considerazioni.

Risulta infatti evidente il passaggio in cui il telefono mobile è visto come:

- *medium di gestione della quotidianità* finalizzato alla comunicazione con la famiglia e promosso dai genitori stessi anche e soprattutto per esigenze di *sicurezza*
- *medium di intrattenimento e di comunicazione con i coetanei*
- *medium funzionale per se stessi*, come oggetto di moda e di emancipazione attraverso cui esprimere e dar voce al proprio sé.

A guadagnare terreno in tali passaggi è la gestione dell'autonomia ma ancor prima della libertà personale. A tale proposito Scifo (2007) assume una posizione ottimista e riconosce la convenienza di essere dotati di un cellulare per garantire il contatto con i genitori e allo stesso tempo aumentare il margine di negoziazione tra le parti. Alla maggiore tranquillità e riduzione delle ansie dei genitori corrisponde, infatti, una maggiore flessibilità e libertà personale da parte dei figli. L'autrice parla del telefono cellulare come un mezzo che con l'avanzare dell'età costituisce una nuova forma di libertà per i giovani in via di sviluppo espressa in termini di reciproco vantaggio.

Una prospettiva diversa e non così propositiva è invece espressa da altri autori. Marrone (2004) afferma infatti che, in realtà, con il cellulare le giovani generazioni "barattano la loro libertà reale" in nome del fantasma di una libertà ancora maggiore. E' come se, ai fili concreti del telefono tradizionale si sostituissero altri fili, di certo immateriali, ma molto più solidi. Tale aspetto viene considerato anche sul rapporto dei consumi dei minori dell'anno scorso (Baby Consumer e nuove tecnologie, 2007) in cui si afferma che in tali accezioni il cellulare può essere visto come strumento rassicurante per i genitori ma semplice illusione di reale autonomia per i più giovani. Quest'ultimi, infatti, hanno maggiore libertà non in base a criteri di sicurezza sociale o di fiducia dei genitori nel loro senso di responsabilità, ma solo perchè possono essere controllati a distanza. Infatti, a tale proposito Carlini e Cozzolino (2002) usano il termine di "guinzaglio telematico".

Dalla prospettiva psicodinamica, come evidenzia Pezzullo (1999), il cellulare viene presentato come mezzo che favorisce e mantiene le possibilità di “Comunicazione Continua” in cui l’Altro è sempre potenzialmente reperibile e rintracciabile per ogni necessità. Proprio in queste condizioni, in realtà, il cellulare, concepito come simbolo perfetto dell’Altro, che sostituisce l’Oggetto assente, sembra quasi del tutto pregiudicare la possibilità di gestire in maniera libera e indipendente la propria autonomia sociale, relazionale e individuale. Il telefono cellulare arriva a caratterizzarsi come un potente strumento di connessione tra individui per l’organizzazione della vita quotidiana e per la condivisione di esperienze e di vissuti che via via cambiano a seconda dell’età e delle esigenze.

Concludendo si può dire che, come d’altronde per molti altri strumenti multimediali, anche gli aspetti psicologici e relazionali legati all’uso corretto o meno del telefono cellulare, si muovono lungo un continuum “risorsa-fattore di rischio” di cui è auspicabile esserne informati e consapevoli.

BIBLIOGRAFIA

- Baby Consumer e Nuove Tecnologie. *Il rapporto sui consumi dei minori*. 2007. Movimento difesa del cittadino, Junior.
- Byrne R.; Findlay B.; Preference for SMS versus Telephon Calls in Initiating Romantic Relationship. *Australian Journal of Emerging Tecnologies and Society*, Vol.2, NO.1, 2004, pp.48-61.
- Berg S.; Taylor A.S. and Harper R. (2005). Gift of the Gab, in Harper R.; Palen L. and Taylor A. (eds), *The inside text: Social, Cultural and Design Perspective on SMS*, Dordrecht: Springer, pp. 271-85
- Butt; Philips. (2008). Personality and self report mobile phone use, *Computers in Human Behavior*, vol 24(2), Mar 2008. pp.346-360, Netherlands: Elsevier Science.
- Caprettini G. (1999). *La comunicazione con il telefonino: una protesi che prolunga l'Io*, in Minore, a cura, (1999).
- Carlini R.; Cozzolino G. (2002). *Gli adolescenti e il telefono cellulare: ovvero l'affermarsi di un nuovo modello relazionale*. U.F. Igiene e Sanità Pubblica A.S.L.3 Pistoia. <http://www.psycomedia.it>.
- Caron A., Caronia L. (2007). *Moving Cultures*. Paperback.
- Cicero L. e Bonaiuto M. (2002). L'impatto dell'uso del cellulare sulle pratiche comunicative dei neoutenti, in Banaiuto M. (a cura di) *Conversazioni Virtuali*. Guerini e Associati, Milano.
- Consumi culturali, mode e nuove dipendenze tra i giovani*. (2006) Rapporto di ricerca. Dipartimento di sociologia, Università di Padova.
- Convenzione Internazionale sui diritti dell'Infanzia*, ONU, New York 20 Nov. 1989. (Ratificata con legge 27.Maggio.,n.176-publicata sulla G.U.n.135 del 11.Giugno.1991.
- De Giovanni A. (2000). *Genesis della Convenzione Internazionale sui diritti dell'Infanzia e dell'Adolescenza (1989) e suoi più recenti sviluppi legislativi*. <http://lnx.papaseparati.org/psitalia/i-diritti-dei-minori.html>.
- Fortunati L.; a cura. (1996). *Gli italiani al telefono*. Angeli, Milano.

- Fortunati L. (2002). Italy: Stereotypes, True and False, in Kantz and Aakhus (eds) *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, pp. 42-62. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fortunati L.; Manganelli A.M. Young people and the Mobile Telephone, in *Revista de estudios de Juventud*, N°57, Giugno 2002.
- Fortunati V., a cura, (1996). *Gli Italiani al Telefono*. Milano, Angeli.
- Fox K. (2001). *Evolution, alienation and gossip social issues research centre*.
<http://www.sirc.org/publik/gossip.shtml>.
- Gant D.; Kielser S. (2001). Blurring the boundaries: Cell phones, Mobility and the line between work and personal life; in Brown B.; Green N.; Harper R. (eds) *Wireless World: Social and Interactional Aspects of the Mobile Age*, pp. 121-32. London: Springer.
- Gianguialano M. (2008). *Compendio di teoria della comunicazione*. Edizioni Codex, Milano.
- Green N. (2001). "Who's Watching Whom? Monitoring and Accountability in Mobile Relation" in Brown B., Green N. and Harper R. (eds) *Wireless World: Social and Interactional Aspects of the Mobile Age*, Springer, London, pp. 32-45.
- Goffman E. (1981). *Forms of Talk*. University of Pennsylvania Press; trad. it. 1987, *Forme del parlare*. Il Mulino, Bologna.
- Goggin G. (2007). *Cell Phone Culture. Mobile Technology in everyday life*. Routledge, Taylor and Francis Group, London and New York.
- Green N. (2002). "On the Move: Technology, Mobility, and Mediation of Social Time and Space", *The Information Society*, 18, pp. 281-292.
- Haddon L. (2003). Domestication and Mobile Telephony, in Katz J.E. (eds) *Machines That Become No: The social context of Personal Communication Technology*, New Brunswick, NJ: Transaction Publishers, pp.43-56.
- Harper R. and Taylor A. (2001). "Talking Activity": *Young People and Mobile Phones*, Proceedings of Mobile Futures Workshop, CHI 2001, Seattle, WA.

Hulme M.; Peters S. (2001). *Me, my phone, and I: The role of the mobile phone*. Paper presented at the CHI 2001 Workshop: Mobile Communication: Understanding user, Adoption, and Design, Seattle, 1-2 April.

I diritti dell'Infanzia e dell'Adolescenza in Italia. IV rapporto di aggiornamento sul monitoraggio della convenzione sui diritti dell'Infanzia e dell'adolescenza in Italia, 2007-2008. Gruppo di lavoro per la convenzione sui diritti dell'Infanzia e dell'adolescenza.

I numeri italiani. Infanzia e Adolescenza in cifre. Edizione 2007. A cura di Ermenegildo Ciccotti, Enrico Moretti e Roberto Ricciotti. Quaderni del centro nazionale di documentazione e analisi per l'Infanzia e l'Adolescenza.

ISTAT

- Indagine Multiscopo sulle famiglie: Aspetti della vita quotidiana, anno 2002
- Indagine Multiscopo sulle famiglie: Aspetti della vita quotidiana, anno 2006
- Indagine Multiscopo sulle famiglie: Aspetti della vita quotidiana, anno 2007
- Indagine Multiscopo sulle famiglie: I cittadini e il tempo libero, anno 2002
- Indagine Multiscopo sulle famiglie: I cittadini e il tempo libero, anno 2006

Jaureguiberry F. (1998a). Lieux publiques, telephone mobile et civilité, *Reseaux*, 90, pp. 71-83.

Jaureguiberry F. (1998b). Telecommunications et generalisation de l'urgence, *Sciences de la Societé*, 44.

Katz J.E. and Aakhus M. (eds) (2002) *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, Cambridge: Cambridge University Press.

Katz J.E.; Aakhus M.A.; Kim D. and Turner M. (2003). Cross-cultural Comparison of ICT's, in Fortunati L.; Katz J.E. and Riccini R. (eds) *Mediating the Human Body: Technology, Communication, and Fashion*, pp. 75-86. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

- Lobet-Maris C. (1997). *Le Tribù GSM: Giovani e Identità Sociale*, in Fortunati L.; Kats J.; Riccini R. (a cura di). *Corpo futuro. Il corpo umano tra tecnologie, comunicazione e moda*. Milano, Franco Angeli.
- Mante E. (2002). *The Netherlands and the U.S.A. Compared*, in Katz J. and Aakhus (eds) *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, pp.110-25. Cambridge: Cambridge University Press.
- Marrone G. (2004). *C'era una volta il telefonino. Un'indagine socio semiotica*. Meltemi editore srl, Roma.
- Minori e nuovi media*. Rapporto 2007 di EAST (Easy to Stop-It) pubblicato da Adiconsum e Save the Children Italia ONLUS.
- Minori e telefonia mobile*. Indagine conoscitiva sull'uso del cellulare da parte dei bambini e dei ragazzi. Centro studi Minori e media, 2007.
- Pezzullo L. (1999). *Comunicazione Cellulare: un nuovo paradigma della presenza*, per PSYCOMEDIA telematic Review, <http://www.psycomedia.it/>
- Ronald D.; Panting C.; Charlton. (2004). *Mobile Phone ownership and usage among pre-adolescents*. *Telematics and Informatics*, 21, pp.359-373.
- Rice R.E.; Katz J.E. (2003). *Comparing Internet and Mobile Phone Usage. Digital divides of usage, adoption, and dropout*. *Telecommunication Policy* 27 (8/9) 597-623.
- Scifo B. (2007). *Culture Mobili. Ricerche sull'adozione giovanile della telefonia cellulare*. Vita e pensiero.
- Scott W.; Campbell (2007) *A cross-cultural comparison of perceptions and uses of mobile telephony*, *New Media & Society*, 9; 343.
- Vianello R. (1999). *Psicologia dello sviluppo: Adolescenza, Età adulta, Età senile*. Avezzano San Paolo, Edizioni Junior.
- Vita V. (1998). *L'inganno Multimediale*. Meltemi editore srl, Roma.
- Volontè; Lunghi; Magatti; Mora. (2003). *Concetti, Metodi, Temi di Sociologia*. Einaudi Scuola.