



ISSN: 2038-3282

**Publicato il: luglio 2023**

©Tutti i diritti riservati. Tutti gli articoli possono essere riprodotti con l'unica condizione di mettere in evidenza che il testo riprodotto è tratto da [www.qtimes.it](http://www.qtimes.it)

Registrazione Tribunale di Frosinone N. 564/09 VG

## **Communicating and participating today: the *challenges*. Still another challenge for educators and trainers<sup>1\*2</sup>**

### **Comunicare e partecipare oggi: le *challenge*. Ancora un'altra sfida per educatori e formatori**

*di*

Immacolata Messuri

[i.messuri@iuline.it](mailto:i.messuri@iuline.it)

Lara Balleri

[l.balleri@iuline.it](mailto:l.balleri@iuline.it)

Università Telematica degli Studi IUL

#### **Abstract:**

While connecting young people with the contemporary media we often focus on the risks of the network and the need to educate minors to the digital thanks to the work of teachers and educators; not always the know-how of those who play an educational role is adequate to the task, by means of information often acquired from motivated sources not so much to inform the interlocutors to whom they are addressed as, rather, to obtain easy clicks.

---

<sup>1</sup> L'impostazione dell'articolo e la progettazione del disegno di ricerca è frutto di un lavoro condiviso. Nel dettaglio è possibile attribuire i paragrafi 4, 5 e 6 a Immacolata Messuri e i paragrafi 1, 2 e 3 a Lara Balleri.

\* "Gli Autori dichiarano che non sussiste conflitto di interesse".

We will analyze the phenomenon of youth challenges to understand what are the technical and functional characteristics that contribute daily to its success. This research work is based on these facts, which are the introduction for a significant effort by the experts. This contribution will bring some theoretical-practical reflections, to start a debate around aspects that require urgent answers, responsible and aware of their relevance.

**Keywords:** Challenge; Social network; Teenagers; Digital citizenship; Mirror neurons.

**Abstract:**

Nel mettere in relazione i giovani con i media contemporanei ci si focalizza spesso sui rischi della rete e sull'esigenza di educare i minori al digitale grazie all'operato di insegnanti ed educatori; non sempre il *know-how* di chi ricopre un ruolo educativo è adeguato al compito, per via di informazioni spesso acquisite da fonti motivate non tanto a rendere edotti gli interlocutori a cui si rivolgono quanto, piuttosto, a ottenere facili click.

Si procederà ad analizzare il fenomeno giovanile delle challenge per comprendere quali siano le caratteristiche tecniche e quelle funzionali che contribuiscono quotidianamente al suo successo. Il presente lavoro, infatti, prende le mosse da questi dati di fatto, che rappresentano la premessa per un significativo adoperarsi da parte degli addetti ai lavori. In questo contributo saranno proposte alcune riflessioni teorico-pratiche, per avviare un dibattito attorno ad aspetti che richiedono risposte urgenti, responsabili e consapevoli per la loro rilevanza.

**Parole chiave:** Sfida; Social network; Adolescenti; Cittadinanza digitale; Neuroni specchio.

**1. Introduzione**

Nel cercare di rispondere con ordine e con efficacia ai problemi di natura pedagogica che si propone di affrontare questo contributo scientifico è opportuno partire dalla constatazione che il web, uno dei principali servizi di internet, si trasforma sfruttando l'evoluzione tecnologica propria di quest'ultimo. Il progresso di internet, quindi, ha dirette ricadute sul web (Castellucci, 2009). Questa informazione diventa elemento di attenzione per il mondo della pedagogia vista la possibilità che in questo luogo-non luogo possano verificarsi grosse fette di apprendimento non formale e informale (apprendimento nella migliore delle ipotesi, perché il rischio della degenerazione della conoscenza che transita attraverso questi strumenti non è affatto scongiurato).

Attualmente internet consente la comunicazione di molti a molti in un tempo scelto e su scala globale (Simoniello, 2014). Lo studioso Peter Dahlgren (2013) scrive che un'importante proprietà della rete è la sua capacità di facilitare una comunicazione civica o di tipo orizzontale: le persone e le organizzazioni possono connettersi tra loro al fine di condividere informazioni, offrire mutuo sostegno, organizzare, mobilitare o rafforzare identità collettive. Con questo nuovo sviluppo della comunicazione abbiamo avuto accesso alla Galassia Internet (Castells, 2002), proprio come con la diffusione della stampa in Occidente si era determinata quella che Marshall McLuhan aveva definito «Galassia Gutenberg». Questo parallelismo dovrebbe dare contezza della portata del fenomeno, peraltro supportato anche dai numeri. In Italia gli utilizzatori di internet sono oltre 50 milioni, ovvero l'84,3% della popolazione italiana. L'84,9% di coloro che utilizzano internet è anche utente di social media (71,6% della popolazione italiana) (Indagine Digital 2020, condotta da We are social e

Hootsuite). Le potenzialità comunicative del web sono assecondate, orientate e sostenute dalla tecnologia di internet. Tale tecnologia è anche in grado di interpretare le declinazioni di utilizzo che può avere il web (piattaforme, linguaggi, target). Conoscere il target di ogni piattaforma diviene fondamentale e determina in larga parte l'efficacia del messaggio che s'intende veicolare (Tissoni, 2014). Quale tipo di comunicazione viene generata da queste possibilità? La risposta può essere ricercata nell'utilizzo di APP di messaggistica, ad esempio, che hanno reso la comunicazione, soprattutto nelle nuove generazioni, più veloce, ricca di *emoticon*, acrostici, immagini e abbreviazioni che hanno modificato il modo di comunicare attraverso la parola scritta (Pira, 2020).

Nel passaggio dal web 1.0 al web 2.0 e fino al web 3.0 si assiste ad un'evoluzione complessa, che non riguarda solo l'implementazione di funzioni. Il web 3.0 è rivoluzionario per le interazioni sociali che permette e per il modo in cui è fruito dagli utenti (Villamira & Bracco). Qualche anno fa la possibile interattività nei confronti del web era più bassa di quella attuale. Le alte aspettative, tipiche dell'epoca attuale, sono infatti legate alla presenza degli smartphone e di devices ad alta reattività. Tali tecnologie trasformative offrono inedite possibilità all'utente.

Il web, allora, pare poter esprimere un carattere innovativo proprio anche in funzione della coscienza collettiva che può sortire e il riferimento, in questo senso, è ai *social network*, le reti sociali che forniscono un contesto operativo per l'interazione tra reti di contatto e hanno in ciascun partecipante il proprio fulcro (Maistrello, 2011). Grazie ai legami che ciascun utente crea con i nodi della rete si concretizza la possibilità di accedere ai contatti privilegiati con il nodo raggiunto e, al tempo stesso, poter contare su una più ampia portata comunicativa, che deriva dall'altrui rete di contatti. Questa espansione per gradi della sfera sociale genera per ciascun utente-nodo un corposo capitale sociale, il cui effetto globale è di gran lunga maggiore di quanto l'analisi dei comportamenti del singolo potrebbe lasciar intuire (Maistrello, 2011). I *social*, nella loro funzione di fornire notizie, informazioni e occasioni di relazione, diventano luoghi di aggregazione e affinano sempre più la loro capacità di attirare specifici target, fornendo alle persone servizi e possibilità che meglio si confanno alle loro caratteristiche personali e relazionali. Quanto detto è dimostrato dai dati elaborati dall'indagine Digital 2022 circa le motivazioni per cui si frequentano i *social media* (We are social & Hootsuite, 2022), che restituiscono un ventaglio di abitudini che va dal leggere notizie (48%), trovare contenuti (29,8%), cercare cose da fare o acquistare (28,3%), cercare prodotti da acquistare (20,8%) o cercare contenuti di brand (16%) al restare in contatto con amici e familiari (46,8%), trovare persone simili a sé (20%), condividere opinioni e sapere ciò di cui si parla (19,9%), condividere contenuti di sé (18,8%), non voler essere tagliati fuori (18,6%), seguire celebrità e influencer (16,5%), seguire dirette (16,5%), creare nuovi contatti (14,9%) e trascorrere il tempo libero (46,1%) (We are social & Hootsuite, 2022).

Dal punto di vista tecnologico i *social network* rientrano tra i siti web e le applicazioni correlate che rendono possibile la costruzione e l'uso dei *social media* (Capellani, 2018), mentre dal punto di vista funzionale – aspetto che ci riguarda più da vicino – sono in grado di appagare tutti i bisogni espressi dai risultati della suddetta indagine. I *social network*, quindi, sono una categoria di *social media*, ovvero dell'insieme dei canali di comunicazione presenti sulla rete internet dedicati alla costruzione di comunità virtuali, all'interazione, alla condivisione di contenuti (testi, immagini, video, audio) e alle varie forme di collaborazione tra gli utenti (Capellani, 2018). Nella definizione di *social media* è insito il tema della partecipazione.

## 2. Partecipazione e challenge

Il primo posto per numero di download tra le *App social* è detenuto da TikTok, l'ennesimo fenomeno comunicativo che ci esplode davanti e che ci propone nuovi linguaggi (e in alcuni casi nuovi lessici) (Marino, Surace, 2023). TikTok si è proposto come un calderone che ha ospitato una indefinita gamma di oggetti socioculturali digitali e che appare privo di coerenza interna (Marino, Surace, 2023). Il suo obiettivo è sintetizzato dalla definizione «un palcoscenico globale dove esprimere se stesso, dar sfogo alla propria creatività, apprendere qualcosa di nuovo o semplicemente passare del tempo in allegria» (Unione Nazionale Consumatori, 2021). I video che si possono fare su TikTok sono di due tipi: *lip sync*, ovvero *playback*, che ricalcano uno dei motivi per i quali il *social* è nato, e le *challenge*, ovvero le sfide (Marino, Surace, 2023).

Nato nel 2017 per il pubblico internazionale (l'anno prima, per il pubblico cinese con il nome Douyin), in quattro anni dalla creazione è riuscito a superare i due miliardi di download e nel 2022 ne ha contati oltre 200 milioni (Bernabè, Gaggi, 2023); si tratta di numeri che il mondo adulto non riesce a giustificare facilmente e, dal momento che la presa di coscienza di ciò che non si sa rappresenta un passo fondamentale in qualsiasi processo di apprendimento, è bene esaminare questo *social*, che sembra interessare così tanto perché non lo si capisce fino in fondo (Marino, Surace, 2023). L'esame viene realizzato dal punto di vista pedagogico per il grande coinvolgimento di un pubblico di adolescenti – da sempre target di riferimento di questa disciplina – ma anche perché opportune considerazioni si possono ricondurre al valore educativo (o diseducativo) dello strumento e delle sue manifestazioni. Oggetto di approfondimento di questa trattazione saranno proprio le challenge, una delle modalità di partecipazione offerte agli utenti di TikTok in maniera esclusiva e metafora della forza dirompente del dispositivo.

Le challenge, sfide online che coinvolgono gli utenti, consistono in persone che si riprendono mentre fanno qualcosa di divertente, difficile o rischioso; i video sono poi condivisi su TikTok per essere visualizzati e incoraggiare altri a replicare il medesimo comportamento (Barbotti, 2020). Si tratta di sfide che misurano il proprio successo nella viralità, ovvero nell'ampiezza di diffusione attestata dal numero di visualizzazioni e interazioni raggiunto: la diffusione avviene quindi per contagio, coinvolgendo altri utenti e invitandoli a cimentarsi ed essere parte di una challenge virale, al cui successo hanno contribuito con evidenza (Rognoni, 2021). Le challenge sono uno strumento utile a osservare il gap che esiste tra il mondo degli adulti e quello dei giovani. Sono una ulteriore conferma di quanto i giovani e i media siano vicini tra di loro (Lancini, 2021) e di quanto occorra che il mondo degli adulti non resti avulso da questa diade, se non vuole correre il rischio di interpretare in maniera superficiale i fenomeni giovanili, agire su basi sbagliate e perdere efficacia educativa, oltre che autorevolezza.

Diviene molto difficile suddividere le challenge in categorie, a seconda dei bisogni appagati, poiché diversi di questi sono trasversali a ciascuna. Una loro categorizzazione per genere (Praesidio safeguarding, 2021) consente di distinguere più nitidamente il contenuto su cui vertono. In tal senso si individuano challenge di carattere ludico, nelle quali si balla, si gioca, ci si cimenta in sfide divertenti; challenge di impegno sociale, che diffondono comportamenti positivi andando a sostenere ideologie o promuovere attività in ambito sociale; challenge pericolose, ovvero quelle nelle quali la sfida viene portata al limite, così complicata e sfidante da non poter essere colta da chiunque; sfide bufala, risultate essere frutto di notizie false (Praesidio safeguarding, 2021).

©Anicia Editore

QTimes – webmagazine

Anno XV - n. 3, 2023

[www.qtimes.it](http://www.qtimes.it)

doi: 10.14668/QTimes\_15302

Alcune challenge sono diventate tristemente famose grazie a casi di cronaca nera ad esse associati in diversi articoli di stampa e servizi televisivi, che hanno visto protagonisti bambini e adolescenti in balia di sfide online. A questo proposito si richiama alla memoria la #bluewhalechallenge, la sfida lunga cinquanta giorni che prevedeva una serie di prove autolesioniste guidate da un creatore, fino all'ultima prova, che consisteva nel togliersi la vita, o la #carsurfingchallenge, che prevedeva di salire sul tetto di una macchina e restarvi in equilibrio anche con l'auto in movimento. Alcune di queste sfide, in seguito, sono risultate non veritiere (Praesidio safeguarding, 2021).

La società di consulenza per i brand The Value Engineers (TVE), su commissione di un gruppo di esperti, ha somministrato a 10.900 persone un sondaggio online sulle challenge coinvolgendo 1.800 giovani tra i 13 e i 15 anni, 1.800 tra i 16 e i 17 e 1.800 tra i 18 e i 19, oltre a 4.500 genitori di adolescenti e 1.000 educatori. Il campione, da un punto di vista geografico, comprende Regno Unito, Stati Uniti, Germania, Australia, Italia, Brasile, Messico, Indonesia, Vietnam e Argentina. Le rilevazioni hanno riportato che il 21% degli adolescenti intervistati partecipa alle suddette sfide e che il 2% di questi ha preso parte a una sfida che considera rischiosa e pericolosa (lo 0.3% ha partecipato a una sfida che ha classificato come molto pericolosa). I dati rilevati hanno anche mostrato tra le motivazioni più diffuse che spingono a partecipare alle challenge la possibilità di ottenere visualizzazioni, commenti e Mi Piace, con il 50% degli adolescenti che include questa tra le tre motivazioni principali e il 46% degli intervistati che individua anche l'importanza di fare colpo sugli altri. Il quadro è coerente con l'età dei partecipanti, con il relativo periodo evolutivo e con ciò che motiva le azioni in adolescenza (Capellani, 2018).

### **3. Partecipazione e responsabilità**

La sintesi di queste note introduttive è che l'utente deve essere in grado di riflettere sulla grande varietà e molteplicità di contenuti proposti ma anche sul potere che hanno i suoi gesti in termini di responsabilità e di portata. Questa capacità necessita dell'acquisizione di specifiche competenze (Buckingham, 2020) affinché sia sfruttata anche per arrivare a partecipare nel suo significato più proprio di *prendere parte* e che non può limitarsi a un login seguito da gesti scarsamente intenzionali poiché il loro effetto è comunque rappresentativo. La superficialità non può condurre alla competenza.

Per arrivare a questa presa di coscienza, tuttavia, è necessario intervenire sulla competenza digitale, che presuppone l'interesse per le tecnologie digitali e il loro utilizzo con dimestichezza e spirito critico e responsabile per apprendere, lavorare e partecipare alla società (Consiglio d'Europa, 2018). I fenomeni illustrati, sempre più dilaganti, impongono alle agenzie educative e formative di intervenire, per rendere consapevoli gli utilizzatori di rischi e opportunità. Lo sviluppo del senso critico, in questo come in tutti i campi dell'agire umano, rappresenta ancora la discriminante tra chi subisce i fenomeni e chi è in grado di comprenderli e gestirli, arrivando a orientare la portata delle conseguenze (Messuri, 2021).

L'approccio di ogni utente con il web non è asettico ma è plasmato dal bagaglio di esperienze, interessi e bisogni con cui il singolo vi giunge e di cui, in un meccanismo circolare, diventa portatore. Non è un caso, quindi, che più si frequentano gli ambienti digitali e più si vedono rispecchiati i propri valori, interessi e bisogni, tanto che nel bel mezzo del processo l'utente può non essere più in grado di stabilire come e quando certe preferenze si siano generate, in una riarticolazione tra comunicazioni personali e comunicazioni di massa (Castells, 2002a).

Internet non solo rispecchia quello che sei ma contribuisce alla co-costruzione di quello che sai, delle conoscenze, grazie al fatto che consente accesso all'informazione, alla consapevolezza e alla cittadinanza (Vigevani et al., 2019). Risulta uno strumento condiviso, perché in molti casi i creatori dei contenuti coincidono con coloro che li fruiscono (Villamira & Bracco, 2009), ma non solo. Quale consapevolezza è necessaria per l'utilizzo di internet come strumento condiviso? La constatazione più immediata che viene da fare è che la rete ci legge incessantemente; da quello che scriviamo elabora i gusti e le opinioni e ne trae indicazioni per costruire percorsi personalizzati. La rete che allarga gli orizzonti potrebbe essere una grande illusione, perché la rete sa anche selezionare, erigere muri, costruire paraocchi (Ballerini, 2018). Per queste ragioni è opportuno educare al digitale sin dalla più tenera età, così che si possa essere consapevoli dei rischi della rete che, s'intende, riguardano altro oltre a cyberbullismo, sexting e phishing (Cesarano, 2020). La consapevolezza è sufficiente? I benefici conseguenti all'utilizzo di internet, in realtà, possono arrivare solo nel caso in cui sia garantita la disponibilità per l'accesso agli strumenti. Già Neil Postman, infatti, aveva messo l'accento sul fatto che la diffusione capillare della comunicazione fornita dai media elettronici aumenta le informazioni a disposizione di ciascun individuo ma comporta una crisi della democrazia (Di Bari, 2012). Il tema, quindi, da un problema di accessibilità diventa un problema di cittadinanza laddove attraverso i *social network* si esprime la partecipazione dei giovani al mondo di internet, che marciano così la propria presenza producendo contenuti, agendo e condividendo. Oggi la cittadinanza si esprime anche attraverso questa forma (Pascuzzi, 2021): accedere, informarsi, relazionarsi, crearsi opinioni e, attivamente, dire la propria, contribuire al sistema e, anche, intervenire per provare a cambiare ciò che non piace, nei limiti di quanto consentito dalle grammatiche della rete (Toschi, 2011). La cittadinanza digitale, letta in questo senso, può essere intesa come un rafforzamento della democrazia e va riconosciuta e ascoltata nelle sue diverse forme.

Lo stesso fenomeno delle challenge esiste ed è opportuno documentarlo, proprio come si sta cercando di fare in questo contributo, puntando ad individuarne i confini e non mancare di obiettività. Gli articoli che ne parlano sono spesso caratterizzati da toni allarmistici, in base ai quali il mondo adulto si è creato un'opinione di questo fenomeno, e titoli come *Le sfide della morte viaggiano sui social* (Ananasso, 2021) hanno suscitato molto scalpore per tutti. In molti casi, tuttavia, i media non hanno rettificato le fake news che hanno riguardato le sfide bufala (Praesidio safeguarding, 2021) e hanno finito con l'alimentare paura e angoscia, aumentando la presa di distanza degli adulti dal mondo *social* che meglio caratterizza i più giovani. Eppure, i dati di cui disponiamo segnalano che il 31% degli adolescenti ritiene di aver subito un impatto negativo dalle sfide bufala, quindi non sono né ben viste né particolarmente perseguite. In questo spazio l'educatore deve inserirsi, dimostrando che l'adulto autorevole raccoglie le informazioni da fonti adeguate, che si pongono l'obiettivo di far conoscere, e non hanno bisogno di soddisfare esclusivamente la moda di essere popolari sulla rete. Siamo di fatto parlando della classica situazione attraverso la quale si educa dando l'esempio in prima persona.

#### **4. Il motivo del loro successo**

Il termine «challenge» insiste su un immaginario che cambia significativamente a seconda di chi lo pronuncia e di chi lo ascolta; giovani e giovanissimi ne fanno esperienza diretta e vivono negli ambienti in cui le challenge prendono vita e divengono virali, mentre il mondo adulto vi si imbatte soprattutto attraverso i media.



In molti casi l'intervento pubblico degli esperti si rileva solo in concomitanza di eventi tragici riguardanti questo social, riferiti per esempio alla *blackout challenge*, in cui bisognava stringersi una corda attorno al collo resistendo fino a un istante prima del soffocamento, che aveva portato alla morte di una giovanissima palermitana, o ancora alla *skull breaker challenge*, in cui veniva lanciata una sfida tra ragazzini a chi faceva lo sgambetto più inaspettato all'altro, che aveva animato la preoccupazione delle famiglie (LaRepubblica, 2020). In tali occasioni i principali canali di comunicazione erano stati invasi da psicologi, educatori, pedagogisti che con toni allarmistici avevano messo in guardia i genitori da questa app.

Sebbene la preoccupazione fosse condivisibile, poiché come per tutti gli strumenti social nelle mani di bambini e adolescenti resta fondamentale un'educazione all'uso, ci si chiede se non esistano altri linguaggi con cui parlare di TikTok (Barbotti, 2020). Non s'intende così sottovalutare un fenomeno che potrebbe evolversi pericolosamente ma si condivide l'urgenza di riflettere e agire su esso a partire da una base che sia differente dall'allarmismo; spunti di riflessione che si annotano a latere riguardano il chiedersi se il pericolo mediato attraverso uno schermo generi una percezione consona alla sua portata e quali possano essere alternative che i giovani accetterebbero di buon grado.

Si ha però motivo di ritenere che una comunicazione fuorviante sul tema challenge, tale da alimentare una visione amplificata dei rischi del fenomeno, possa generare azioni educative basate su premesse errate, conoscenze parziali e su un diffuso clima di allarmismo controproducenti (Messuri, 2013). Ci si chiede, infatti, quale apertura e disponibilità al dialogo possano attendere un educatore che stia per trattare il tema con degli adolescenti su queste basi. Un identikit delle challenge, che le definisca tecnicamente e funzionalmente, appare la base obbligatoria su cui una formazione onesta e rispettosa debba poggiare. L'elemento più importante è la caratteristica dell'essere virali. Le challenge sono comunicate con video multimediali, frutto della registrazione digitale dell'immagine in movimento montata generalmente con l'audio associato alla challenge stessa e che contribuisce alla sua riconoscibilità. Nel loro intercettare il senso della vista risultano particolarmente accattivanti e coinvolgenti poiché al contrario del testo scritto, prevalente in social network come Twitter, l'immagine non richiede un'elaborazione per essere formulata o un'interpretazione per essere capita: essa non domanda, almeno in apparenza, alcuno sforzo particolare di decodifica, perché sembra che piova direttamente nel cervello come evento sensoriale. Queste sue naturalezza e repentinità sono particolarmente adatte a produrre sentimenti ed emozioni piuttosto che pensieri riflessivi (Carlini, 1999). L'immersività dell'immagine nelle challenge è amplificata dal suo essere in movimento e dall'essere accompagnata dalla sua musica, a completare la commistione di linguaggi tipica delle nuove tecnologie e della contemporaneità del fenomeno. C'è anche da dire che la brevità delle challenge, spesso della durata di pochi secondi, le rende contenuti non impegnativi, di facile fruizione, perfetti da poter vedere nei ritagli di tempo e negli spostamenti e anche da interrompere e riprendere in altro momento. Entrare a far parte di una challenge, peraltro, non richiede un'attrezzatura sofisticata, poiché è sufficiente utilizzare il proprio smartphone collegato a internet per poter competere come tutti gli altri, in pochissimo tempo. A tutto questo si aggiunge che le challenge di maggior successo richiedono nessuna abilità o, comunque, capacità di facile acquisizione (Praesidio Safeguarding, 2021).

Il protagonista delle challenge è l'utente stesso, che poi condivide anche la performance, e che nella maggior parte dei casi partecipa auto-immortalandosi; degno di nota è il punto di vista che viene dedicato allo spettatore delle challenge, poiché egli prende visione dei contenuti video in prima fila,

©Anicia Editore

QTimes – webmagazine

Anno XV - n. 3, 2023

[www.qtimes.it](http://www.qtimes.it)

doi: 10.14668/QTimes\_15302

in posizione frontale rispetto a chi partecipa alla challenge, come trovandosi di fronte a uno specchio. Una volta lanciata, una challenge è registrata, è nella memoria di una rete che non dimentica, fa il proprio percorso e viene condivisa in una community di spettatori e creatori che insieme contribuiranno a renderla e rendersi visibili; in questo modo, una volta lanciate, le challenge proseguono quasi come se avessero vita propria, sostenute dai partecipanti, e accumulano visualizzazioni e interazioni (Barbotti, 2020).

Tra le diverse caratteristiche delle challenge un ruolo fondamentale è ricoperto dalla loro indicizzazione che, oltre a consentire il collegamento di queste ad altri contenuti, sollecitato dalle ricerche e dagli interessi degli utenti, primariamente le rende facilmente recuperabili dall'archivio dei social network, che proprio attraverso gli hashtag (#) costruiscono liste e categorie di ricerca. Questo metodo di etichettare e mantenere ordinati i contenuti fa sì che anche gli utenti che partecipano alle challenge o, anche solo, le condividono, siano associati a questi hashtag, a loro volta categorizzati per interesse e/o attività. L'insieme di queste caratteristiche dà vita a un'esperienza-utente nella quale lo spettatore è invitato direttamente a imitare ciò che vede, a pensarsi protagonista già nel guardare ciò che fa, come in una sorta di riflesso (una deduzione della quale far tesoro).

## 5. Challenge e imitazione

L'adolescente contemporaneo vede nell'inseparabile smartphone l'opportunità per avere la rete sempre con sé e di continuare a frequentare i propri contatti ovunque e in ogni momento, al punto tale da faticare a percepire sostanziali differenze tra vissuti online e offline, laddove in termini valoriali e simbolici si tratta di ambienti esperienziali fusi tra loro, inseparabili, che convergono nel contribuire alla sua costruzione identitaria. D'altronde i giovani contemporanei vivono in una cornice di accesso unica e in continua evoluzione, che per essere ragionata nel profondo e in modo autentico richiede di ascoltare la voce dei suoi stessi protagonisti. Al proposito scrive il filosofo Michel Serres, immaginando di dar loro la parola circa i social network: "Ci prendete in giro perché usiamo la parola amico. Siete mai riusciti a mettere insieme gruppi così consistenti da avvicinarsi numericamente alla cifra dell'intera umanità? Non è forse indice di prudenza accostarsi agli altri in modo virtuale?" (Serres, 2013, p. 55).

Sappiamo che l'imitazione è il modo in cui si apprende fin dai primi momenti della propria vita. Osservando gli altri si è stimolati a trovare un linguaggio per esprimere le proprie emozioni e intenzioni, a collegarsi con il proprio contesto e a comunicare bisogni e desideri. All'interno del contesto sociale digitale, poter replicare quanto visto, che si sa essere stato creato con i medesimi strumenti di cui si dispone, avvicina ogni soggetto all'essere protagonista, creatore e partecipante.

Oggi possiamo però affermare che l'imitazione ha luogo in una fase ancora precedente rispetto a quanto conosciuto finora. Grazie alla pubblicazione degli studi che il gruppo di lavoro diretto da Giacomo Rizzolatti ha condotto sui neuroni specchio, infatti, scopriamo che apprendiamo per imitazione anche quando non agiamo intenzionalmente per farlo (Rizzolatti, Sinigaglia, 2006). È già la sola osservazione di un soggetto-che-agisce ad attivare nel cervello di chi guarda le aree deputate a quella stessa azione, proprio come se fosse parte attiva dell'azione, se lo stesse imitando; questi neuroni svolgerebbero la funzione di comprendere il significato dell'agire degli altri soggetti, ovvero intuirne le intenzioni, con il risultato di poter adottare le strategie più adatte ad agire di conseguenza (Rizzolatti, Sinigaglia, 2006). La portata rivoluzionaria di questa scoperta sta nell'aver compreso questa loro specificità: non più solo neuroni visivi (che visualizzano l'attività) e motori (che

©Anicia Editore

QTimes – webmagazine

Anno XV - n. 3, 2023

[www.qtimes.it](http://www.qtimes.it)

doi: 10.14668/QTimes\_15302



permettono l'esecuzione del movimento), ma neuroni che sono sia visivi sia motori, poiché trasformano in motorio un input visivo. Le implicazioni di questa scoperta sono molteplici e consentono di arricchire le riflessioni condotte su empatia, imitazione, immaginazione e apprendimento e di mettere in relazione anche le esperienze virtuali con l'apprendimento.

Alla luce della disamina condotta è lecito chiedersi come mettere in guardia i giovani rispetto alle conseguenze di questa tendenza dell'umano a fare esperienza di ciò che vede, come se lo facesse in prima persona, come si declina questo in relazione alle challenge? L'esigenza di accogliere un cambio di paradigma è sintetizzata dal termine *onlife* (Floridi, 2017), che ben rappresenta la differenza che scompare a favore della mescolanza di online e offline e che rende inutile chiedersi se un giovane sia o vada online perché è online da sempre. In questo senso, evitare la contrapposizione tra nativi digitali e immigrati digitali è una strategia vincente da cui partire per poi affrontare con gli adolescenti le antinomie del vivere digitale, democratico e proprietario, partecipativo e passivo, e considerarlo come strumento di conoscenza delle dinamiche del mondo, condivisione di esperienze e luogo-occasione di comprensione (Morin, 2015). Quella comprensione, infatti, comporta il riconoscimento e il sentimento di una umanità comune con gli altri e, nello stesso tempo, il rispetto della loro differenza (Morin, 2016). Internet può garantire anche questo, quando opportunamente padroneggiato.

Si considerino tra le challenge, per esempio, la #waterbottleflip, che consiste nel far ruotare in aria una bottiglietta d'acqua facendola atterrare sulla base, o la #4generationchallenge, che consiste nel far entrare nel video, uno dopo l'altro, i membri della propria famiglia, fino a testimoniare quattro generazioni. Non si tratta di competizioni destinate a eleggere un vincitore ma di challenge che mostrano tutta la connotazione partecipativa del fenomeno: prendere parte alla challenge è la cosa più importante e, comunque, contribuire ed esserci arriva a prevalere anche sul riuscire a portarla a termine con efficacia. Questa lettura può rappresentare un chiaro ancoraggio per il pedagogo, in termini di intervento ma anche rispetto alla definizione generale e specifica del fenomeno, dal momento che sotto questa veste appare un fenomeno non solo gestibile ma anche da potenziare per alcune sue specifiche peculiarità.

Aver messo in evidenza il ruolo interattivo dei social, aver accesso uno spazio di riflessione sul nuovo modo di comunicare e aver contribuito a fornire informazioni attorno al tema della challenge dovrebbe mettere le basi per studiare il fenomeno nelle sue più recondite sfumature, con l'obiettivo di comprenderlo, per poi poter progettare adeguate azioni formative e di prevenzione del rischio. L'intervento di insegnanti, educatori e formatori, infatti, è fondamentale, ma ancor prima è necessario che siano resi edotti per poter adeguatamente intervenire, nel dubbio che il *know how* posseduto rispetto a questi temi possa non essere del tutto sufficiente per agire in via preferenziale e poter, addirittura, prevenire certe conseguenze nefaste.

## 6. Conclusioni

Bambini e adolescenti hanno sempre più spesso la necessità di essere supportati e guidati dagli adulti, quegli stessi punti di riferimento con cui sembra più semplice scontrarsi per prendere le distanze, ma dai quali si spera invece di ottenere conforto e comprensione. Il conflitto, parte integrante delle relazioni interpersonali, risulterà risolto solo dopo aver opportunamente attraversato le fasi di confronto, discussione, ricerca di mediazione da cui ciascun adulto non deve sottrarsi. Allo stesso modo l'adulto, nello svolgere al meglio il suo compito educativo, ha bisogno di conoscere fino in fondo quello di cui discutere con i più giovani, per consentire all'altro di sviluppare la propria

©Anicia Editore

QTimes – webmagazine

Anno XV - n. 3, 2023

[www.qtimes.it](http://www.qtimes.it)

doi: 10.14668/QTimes\_15302

umanità, darsi la possibilità di scegliere, avere la speranza che con una volontà costruttiva le cose possano cominciare ad andare proprio come si spera che vadano (si ritiene, infatti, che questo sia il senso profondo del costrutto «educare»).

All'interno del Rapporto *Analisi di efficaci risposte educative per la prevenzione delle sfide online pericolose* (2021), nato sulla base della suddetta indagine e redatto dalla dottoressa Zoe Hilton del Praesidio safeguarding, con i contributi della professoressa Gretchen Brion-Meisels e del dottor Richard Graham, si trovano indicate le cosiddette «sfide bufala». Si tratta di una sottocategoria specifica in cui l'elemento stesso della sfida è falso. Sono progettate per essere spaventose o traumatiche e hanno un impatto negativo sulla salute mentale. Le sfide bufala considerate sono quelle che includono narrazioni angoscianti di autolesionismo o suicidio, delle quali più volte i mass media si sono occupati – invadendo le pagine di attualità di quotidiani e riviste – inquadrando come riti di iniziazione giovanile. In questi articoli a tema challenge, a venir sottolineati sono la pericolosità delle sfide, il concetto di sfida come assenza di limite e il timore che i giovani si sentano onnipotenti, così forti da non doversi fermare e, in alcuni casi, anche così fragili da non trovare sufficienti ragioni per proseguire con la vita.

In casi come questi, dove emerge la parte poco sana della competizione e della partecipazione, i margini per l'intervento dell'educatore devono essere meglio individuati e più incisivi, per sottolineare che il valore aggiunto della sfida e del coinvolgimento, temi cari all'adolescente, qui non sono né valorizzati né realizzabili sul piano personale e di gruppo. La mediazione attiva può scongiurare molti rischi e massimizzare molte opportunità (Cesarano, 2020). Tutte le considerazioni condivise nell'articolo, comunque, avranno da più punti di vista sottolineato l'importanza che la pedagogia non possa esimersi dal confronto – non sempre facile – con le evoluzioni (e rivoluzioni) che interessano i giovani, il loro modo di comunicare, conoscere, affermarsi.

Dal punto di vista educativo l'attrazione verso dimensioni caratterizzate da scarsi requisiti a livello di competenze – tipica caratteristica delle challenge – dovrebbe far riflettere. In particolare, gli addetti ai lavori dovrebbero chiedersi come servirsi delle challenge e del loro potere di coinvolgimento ma, contemporaneamente, come puntare a competenze più raffinate. In altri termini, l'inferenza è che se i giovani sono attratti da un fenomeno dal quale si sentono rappresentati e si accorgono di necessitare di competenze specifiche per rientrare in quel discorso, si adopereranno in prima persona per colmare i loro gap ed essere idonei a ricoprire il ruolo da cui si sentono attratti. Questa possibilità trova giustificazione anche in quelle che sono le attuali strategie di politiche educative, che si muovono sempre più nella direzione di un orientamento dedicato alla formazione permanente (Ministero dell'Istruzione, 2022). Tale strategia consentirebbe inoltre di superare la dicotomia tra insegnare ed istruire, ovvero quell'atteggiamento che spinge a ricordare dati in maniera mnemonica: questo stile poco facilita l'apprendimento per la vita, meglio supportato da un insegnamento che sollecita la capacità di pensare e porre domande (Lafortune, Deaudelin, 2003).

Il discorso sulle challenge vuole rappresentare una metafora: dalla comprensione della natura di alcuni fenomeni moderni e dei bisogni ai quali rispondono è possibile creare azioni educative più efficaci, poiché non giudicanti e rispettose delle differenze generazionali, che andranno realizzate da adulti consapevoli e competenti. Creare percorsi di formazione per adolescenti che prevedano un approfondimento sul funzionamento del cervello e sui neuroni specchio può essere una strategia per instillare il desiderio e rimarcare l'importanza di agire consapevolmente. Di fatto, infatti, tanto online quanto offline ciò che non è mediato da pensiero critico, consapevolezza e responsabilità è

©Anicia Editore

QTimes – webmagazine

Anno XV - n. 3, 2023

[www.qtimes.it](http://www.qtimes.it)

doi: 10.14668/QTimes\_15302

potenzialmente portatore di pericoli, specie se si pensa al rischio corso da coloro che sono abili nel muoversi all'interno delle piattaforme digitali ma non conoscono i meccanismi che si attivano nel loro cervello e non hanno consapevolezza di tante re-azioni che mettono in atto in modo meccanico e automatico, senza pensare (Manca, 2021).

Le sfide educative di oggi, infatti, vogliono che si agisca con consapevolezza per sperimentare i vantaggi offerti dai nuovi media e dalla continua ricerca scientifica e tecnologica, uno stato di coscienza che non sarà mai definitivo e che deve riguardare l'individuo e la comunità tutta.

In questa nuova cornice di collaborazione e apertura sarà quindi fondamentale chiedere a bambini e adolescenti come le challenge possano contribuire alla cittadinanza attiva, grazie alla loro matrice dichiaratamente imitativa e partecipativa, e fungere anche da opportunità di cambiamento. La centralità del riconoscimento sociale e del fare colpo sugli altri implica, quindi, che le azioni educative siano orientate a contemplare bisogni da non criticare, nemmeno nel modo in cui trovano soddisfazione. Su di essi vanno incastonate iniziative che promuovano la consapevolezza del proprio agire affinché l'utente non si riduca a un compilatore passivo di campi: in lui deve affiorare il desiderio di non essere acritico e di vivere attivo, senza delegare ad altri il controllo del proprio comportamento.

### **Riferimenti bibliografici:**

Ananasso, A. (2021). *Dalla Blackout challenge all'Eye balling: le sfide della morte viaggiano sui social*.

[https://www.repubblica.it/cronaca/2021/01/21/news/dalla\\_black\\_out\\_challenge\\_all\\_eye\\_balling\\_le\\_sfid\\_e\\_della\\_morte\\_viaggiano\\_sui\\_social-283660861/](https://www.repubblica.it/cronaca/2021/01/21/news/dalla_black_out_challenge_all_eye_balling_le_sfid_e_della_morte_viaggiano_sui_social-283660861/). (ultima visita 16/7/2023 ore 9:20)

Ballerini, L. (2018). *Né dinosauri né ingenui. Educare i figli nell'era digitale*. Milano: San Paolo.

Barbotti, I. (2020). *TikTok Marketing: Video virali e hashtag challenge: come fare business con la Generazione Z*. Milano: Hoepli.

Bernabè, F., Gaggi, M. (2023). *Profeti, oligarchi e spie. Democrazia e società nell'era del capitalismo digitale*. Milano: Feltrinelli.

Buckingham, D. (2010). Il futuro della Media Literacy nell'era digitale, *Med Media Education*. Studi, ricerche, buone pratiche, 1, 27-51.

Buckingham, D. (2020). *Un manifesto per la media education*. Milano: Mondadori.

Capellani, G. (2018). *Crescere nell'era digitale: L'uso delle nuove tecnologie nell'infanzia, nell'età scolare e adulta, quale futuro?*. Milano: Edilibri.

Carlini, F. (1999). *Lo stile del web: Parole e immagini nella comunicazione di rete*. Torino: Einaudi.

Castellucci, P. (2009). *Dall'ipertesto al web. Storia culturale dell'informatica*. Bari: Laterza.

Castells, M. (2002). *Galassia Internet*. Milano: Feltrinelli.

Castells, M. (2002a). *La Nascita della società in rete*. Milano: Egea.

Cesarano (2020). Infanzia e adolescenza tra socialità e solitudine. *Rivista di Scienze Sociali*, 21, Maggio.

Consiglio d'Europa, *Raccomandazione del Consiglio relativa alle competenze chiave per l'apprendimento permanente*, 22 maggio 2018.

D'Ambrosio, M. (2022). Ri-connettiamoci: le relazioni e le emozioni del preadolescente e dell'adolescente fra reale e virtuale. Riflessioni e progettazioni socio-pedagogiche a confronto. In E.

- Corbi, F. M. Sirignano (a cura di), *Sguardi sull'educazione* (pp. 201-246). Lecce: Pensa MultiMedia 2022
- Dahlgren, P. (2013). Reinventare la partecipazione: Civic agency e mondo della rete, in Bartoletti, R., Faccioli, F., *Comunicazione e civic engagement. Media, spazi pubblici e nuovi processi di partecipazione*. Milano: FrancoAngeli.
- Di Bari, C. (2012). Attualità dei Neil Postman: il modello ecologico tra sociologia, pedagogia e filosofia dell'educazione. *Studi sulla Formazione*, 1, 117-144.
- Floridi, L. (2017). *La quarta rivoluzione: Come l'infosfera sta trasformando il mondo*. Milano: Raffaello Cortina Editore.
- Lafortune, L., Deaudelin C. (2003). La metacognizione in una prospettiva trasversale. In O. Albanese, P.A. Doudin, D. Martin, *Metacognizione ed educazione. Processi, apprendimenti, strumenti*. Milano: FrancoAngeli.
- Lancini, M. (2012). *L'età tradita. Oltre i luoghi comuni sugli adolescenti*, Milano: Raffaello Cortina Editore.
- La Repubblica (2020), *Skullbreaker Challenge, è allarme tra i genitori per l'ultima (violenta) sfida su Tik Tok*.  
[https://www.repubblica.it/cronaca/2020/02/19/news/skullbreaker\\_challenge\\_e\\_allarme\\_tra\\_i\\_genitori\\_per\\_l\\_ultima\\_violenta\\_sfida\\_social-248971399/](https://www.repubblica.it/cronaca/2020/02/19/news/skullbreaker_challenge_e_allarme_tra_i_genitori_per_l_ultima_violenta_sfida_social-248971399/). (ultima visita 16/7/2023 ore 9:20)
- Maistrello, S. (2007). *La parte abitata della Rete*. Milano: Tecniche Nuove.
- Manca, M. (2021). *TikTok e UNC presentano DigitalMente: il nuovo progetto educativo per portare la sicurezza e il benessere digitale nelle scuole*. <https://newsroom.tiktok.com/it-it/digitalmente-progetto-educativo-per-la-sicurezza-digitale-nelle-scuole>. (ultima visita 16/7/2023 ore 8:15)
- Messuri, I. (2013). *La comunicazione pedagogica. Per un nuovo modello formativo*. Roma: Anicia. Ministero dell'Istruzione, *Linee guida per l'orientamento*, dicembre 2022.
- Morin, E. (2015). *Insegnare a vivere: Manifesto per cambiare l'educazione*. Milano: Raffaello Cortina Editore.
- Morin, E. (2016). *Sette lezioni sul pensiero globale*. Milano: Raffaello Cortina Editore.
- Pascuzzi, G. (2021). *Cittadinanza digitale, perché sarà sempre più importante: i prossimi scenari*. <https://www.agendadigitale.eu/cittadinanza-digitale/cittadinanza-digitale-cose-e-come-sta-evolvendo-sfide-e-diritti/>. (ultima visita 16/7/2023 ore 9:10)
- Pira, F. (2020), *Figli delle app. Le nuove generazioni digital-popolari e social-dipendenti*. Milano: FrancoAngeli.
- Praesidio safeguarding (2021), *Analisi di efficaci risposte educative per la prevenzione delle sfide online pericolose*. <https://praesidiosafeguarding.co.uk/safe-guarding/uploads/2021/11/Exploring-effective-prevention-education-responses-to-dangerous-online-challenges-Italian-compressed.pdf?x70166> (ultima visita 15/7/2023 ore 18:00)
- Rizzolatti, G., Sinigaglia, C. (2006). *So quel che fai: Il cervello che agisce e i neuroni specchio*. Milano: Raffaello Cortina editore.
- Rognoni, F. (2021). *Tiktok strategy 2.0. Il manuale completo per far crescere il tuo profilo e utilizzare la piattaforma nelle tue strategie di marketing*. Torino: Anteprema edizioni.
- Serres, M. (2013). *Non è un mondo per vecchi: Perché i ragazzi rivoluzionano il sapere*. Torino: Bollati Boringhieri.

- Simoniello, V. (2014). *La narrazione di sé nell'era della comunicazione digitale: (ri)definizione identitaria ai tempi dei social media*. Napoli: Istituto di Scienze Umane ed Esistenziali.
- Tissoni, F. (2014). *Social network. Comunicazione e marketing*. Santarcangelo di Romagna: Maggioli.
- Toschi, L. (2011). *La comunicazione generativa*. Milano: Apogeo.
- Unione Nazionale Consumatori (2021). *Insieme alla scoperta di TikTok: Guida all'uso sicuro dell'App più creativa del momento*. <https://newsroom.tiktok.com/it-it/guida-unc-insieme-alla-scoperta-di-tiktok> (ultima visita 16/7/2023 ore 9:30)
- Vigevani, G. E., Pollicino, O., Melzi, d'Eril C., Cuniberti, M., Bassini, M. (2019), *Diritto dell'informazione e dei media*. Torino: Giappichelli.
- Villamira, M. A., Bracco, F. (2009). *Comunicare: Elementi di psicologia della comunicazione*. Milano: FrancoAngeli.
- We are social & Hootsuite (2022). *Digital 2022 Global Overview Report*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report> (ultima visita 16/7/2023 ore 9:40)