

Alessandra De Fiori, Marcella Jacono Quarantino, Marco Lazzari, "L'uso degli strumenti di comunicazione telematica fra gli adolescenti", in Marco Lazzari e Marcella Jacono Quarantino (a cura di), *Adolescenti tra piazze reali e piazze virtuali*, Bergamo University Press, 2010, pp. 171-203. ISBN 978-88-96333-36-5

Preprint del capitolo del libro

L'uso degli strumenti di comunicazione telematica fra gli adolescenti

Alessandra De Fiori[§],
Marcella Jacono Quarantino[†],
Marco Lazzari[§]

Introduzione

Nell'ambito della ricerca sulle piazze reali e virtuali, si è costituito un gruppo di lavoro principalmente orientato a mettere a fuoco l'aspetto virtuale della comunicazione fra gli adolescenti attraverso un'attività di indagine basata sulla somministrazione di un questionario a un ampio campione di studenti delle scuole bergamasche.

Da un punto di vista metodologico, all'inizio dei lavori non sfuggiva al coordinamento della ricerca il limite che ogni questionario quantitativo può portare con sé sia in termini generali, nel tentativo di disegnare la realtà indagata e di raccogliere le libere espressioni dei soggetti contattati¹, sia più specificamente a causa delle modalità di somministrazione scelte per la ricerca in

[§] Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Scienze della formazione

[†] MEDAS, Movimento educativo per il diritto allo studio, Bergamo

¹ S. DI NUOVO, Z. HICHY, *Metodologia della ricerca psicosociale*, il Mulino, Bologna, 2007.

questione, tramite formulario online². Tuttavia si è ravvisata l'opportunità di un'azione del genere, da una parte nella consapevolezza di agire all'interno di un progetto complesso, che avrebbe comunque portato a fondere e confrontare i risultati del questionario con contributi di diverso tipo (interviste, focus groups eccetera); e dall'altra per la necessità di uno screening ad ampio raggio all'inizio di un'osservazione della realtà bergamasca che, nella prospettiva della costituzione di un osservatorio permanente, vedrà in futuro approfondimenti di vario genere.

È poi da tener presente che l'attività principale di sviluppo e somministrazione del questionario è stata accompagnata da momenti nei quali il confronto diretto con adolescenti ha offerto opportunità di colloquio che hanno permesso in una prima fase di mettere a punto le domande del test, nel seguito di approfondire temi significativi e interpretare le risposte.

Inoltre, se pure l'interesse primario del gruppo di lavoro è stato indirizzato alla comunicazione virtuale, si è approfittato dell'occasione data dalla disponibilità di un grande campione di studenti, ottenuta in virtù della preziosa collaborazione dell'Ufficio Scolastico Provinciale di Bergamo, per proporre agli studenti anche domande orientate a interpretare i modi, luoghi e tempi di fruizione delle piazze reali. Il questionario si è così costruito uno spazio trasversale rispetto a tutta la ricerca, andando a intrecciare le proprie analisi con quelle degli altri gruppi di lavoro.

Presupposti della ricerca

La premessa fondamentale allo studio è quanto già enunciato nell'Introduzione a questo testo, ove si dice di quella distanza fra il mondo degli adulti e quello degli adolescenti, che si tende a *percepire* oggi come più netta di quanto non fosse fino a pochi decenni fa³. Se è vero, come evocativamente suggerito nel capi-

² U. MATZAT, C. SNIJDERS, "Does the online collection of ego-centered network data reduce data quality? An experimental comparison", *Social Networks*, 32(2), 2010, 105-111.

³ M. JACONO QUARANTINO, "I perché di questa ricerca".

tolo proposto dal Coordinamento dei genitori⁴, che anche le generazioni passate sfruttavano rudimentali tecnologie per comunicare a distanza, è altrettanto vero che in esempi del genere si sfruttavano codici e modalità di comunicazione inscritti nell'esperienza condivisa fra adulti e ragazzi; l'attuale situazione, al contrario, pare *suggerire* una incomunicabilità preintenzionale fra generazioni divise dall'uso di tecnologie comunicative che portano gli uni a escludere gli altri dalla propria esperienza.

A conferma di queste sensazioni, in una scuola bergamasca è stato recentemente proposto un questionario aperto⁵, nel quale si è chiesto fra le altre cose se i ragazzi *ritengono* che le tecnologie avvicinino o allontanino genitori e figli. La risposta quasi unanime è che le tecnologie (in senso lato, ma le risposte spesso fanno riferimento all'informatica) allontanano più che avvicinare, principalmente perché chi ne fa uso tende a isolarsi e per le differenti competenze fra genitori e figli nell'uso di strumenti informatici.

Per andare oltre le *sensazioni* sulla realtà evidenziate in corsivo nei paragrafi precedenti, il questionario è stato dunque pensato come uno strumento per indagare il mondo degli studenti delle scuole superiori a livello di comportamenti e atteggiamenti dei singoli.

In questo senso ci è stato di riferimento un lavoro pubblicato qualche anno fa da Pier Cesare Rivoltella sugli adolescenti e le prospettive dell'educazione nell'età dei media digitali⁶, che ci ha offerto spunti di riflessione e indicato direzioni verso le quali orientare l'indagine. La velocità con la quale si sviluppano in questi anni le tecnologie e si diffonde il loro uso è tale per cui, però, lo schema della ricerca di Rivoltella si è dimostrato insufficiente a fotografare la realtà odierna, pur essendo passati solo pochi anni dalla sua indagine; per questo motivo, pur prendendo spunto dal suo schema di ricerca, abbiamo inserito numerosi nuovi temi di riflessione.

⁴ E. MORELLI, L. POLI, A. ROVETTA, "I genitori tra rappresentazione di sé e dei figli nelle relazioni reali e virtuali".

⁵ *Questionario sui comportamenti in rete degli adolescenti*, Liceo Lussana, Bergamo, 2009.

⁶ P.C. RIVOLTELLA, *Screen generation*, Vita e pensiero, Milano, 2006.

Definizione del questionario e sviluppo delle attività

Come detto, il gruppo di lavoro ha iniziato la propria riflessione a partire dalle domande del questionario di Rivoltella, che è stato poi modificato in funzione delle esigenze della ricerca e sulla base dei necessari adeguamenti ai tempi mutati.

Durante tutta la lunga fase di elaborazione del questionario, a più riprese le domande sono state mostrate a campioni di adolescenti per avere un primo parziale riscontro rispetto alla loro adeguatezza, sia dal punto di vista dei contenuti, sia da quello importantissimo del lessico, poiché non si voleva pregiudicare l'esito della ricerca a causa di fraintendimenti legati alla diversa interpretazione degli stessi termini da parte di persone di generazioni diverse.

Un primo nucleo di una dozzina di domande è stato poi somministrato nel dicembre del 2008 a un campione di 70 studenti di scuole superiori delle province di Milano e Bergamo; i risultati di questa prima somministrazione sono serviti a meglio tarare il questionario.

Successivamente, una bozza ormai quasi definitiva è stata sottoposta a un gruppo di studenti di un liceo di Bergamo, per un ulteriore affinamento: i ragazzi sono stati innanzitutto sottoposti al test e poi hanno potuto esprimere le loro opinioni al riguardo, dapprima in modalità focus group e in seguito attraverso colloqui singoli. Questa fase è particolarmente delicata e importante quando si tratti di proporre un test non supervisionato e somministrato via rete, perché permette di mettere a fuoco eventuali punti critici, ambiguità e ostacoli che potrebbero incontrare i rispondenti⁷.

Infine, prima di partire con la somministrazione nelle varie scuole, è stata organizzata una riunione di presentazione e briefing alla quale ha partecipato almeno un referente per ciascuna delle scuole coinvolte; nel corso della riunione sono stati spiegati i motivi della ricerca, gli aspetti essenziali del questionario e le modalità di somministrazione; si è poi mostrato l'intero que-

⁷ K. LOZAR MANFREDA, V. VEHOVAR, V. HLEBEC, "Collecting egocentred network data via the Web", *Metodološki zvezki*, 1(2), 2004.

stionario, avviando una discussione dalla quale sono stati tratti suggerimenti per gli ultimi ritocchi.

Al termine della lunga gestazione, è risultato un questionario composto da 7 domande introduttive per definire lo studente, seguite dalle 100 domande vere e proprie. Il numero complessivo delle domande è stato tarato per contemperare tre esigenze: da una parte si è cercato di ottenere una buona copertura degli argomenti d'interesse; dall'altra, non si voleva esagerare per non annoiare gli studenti e pregiudicare così la buona riuscita dell'esperienza; infine, si doveva ottenere un questionario la cui compilazione fosse compatibile con i tempi scolastici, in quanto si era deciso di somministrare il questionario nelle scuole, sottraendo per un'ora gli studenti alle lezioni; ogni studente partecipante, quindi, doveva essere in grado, in un'ora, di trasferirsi dalla propria classe al laboratorio informatico, sentire la spiegazione del test, svolgerlo completamente e ritornare infine nella propria classe.

È da notare che la maggior parte delle domande prevedeva una sola risposta, salvo offrire la possibilità di specificare un valore "Altro" da quelli proposti; un sottoinsieme prevedeva risposta multipla. Per economia di spazio riportiamo qui tutte le domande in forma sintetica e senza le possibili risposte⁸:

1. dati descrittivi: sesso, anno di nascita, luogo di residenza, cittadinanza, indirizzo di studi, livello di studi del padre e della madre;
2. strumenti di comunicazione: possesso e uso del cellulare e di lettori mp3;
3. tempo libero: tempo dedicato alla televisione, a sport, cinema, concerti, musei e mostre d'arte, biblioteca, musica, centri commerciali, passeggiate con amici, luoghi frequentati nel tempo libero, appartenenza ad associazioni, luoghi d'incontro, modalità d'uso di strumenti di comunicazione;
4. contatti: modalità preferita per comunicare con amici, per rilassarsi, per trovare nuovi amici, per discutere, rap-

⁸ Chi fosse interessato, può richiedere le domande per posta elettronica rivolgendosi all'indirizzo marco.lazzari@unibg.it

porto fra amici reali e virtuali, numero di contatti sms e telefonici, opinioni su Internet;

5. Internet (studente): frequenza d'uso di Internet, tipo di connessione domestica, disponibilità di computer dedicato, tempo trascorso in Internet giornalmente, controllo (interesse) dei genitori, frequenza d'uso dei principali servizi, uso di forum e nicknames, numero di contatti sms e su Facebook, modalità di espressione in vari servizi Internet, incontri con sconosciuti;
6. Internet (genitori): uso di Internet da parte dei genitori, frequenza d'uso stimata di vari servizi, uso dei forum.

In accordo con quanto indicato in letteratura da una recente meta-analisi⁹, dal punto di vista del layout si è cercato di dare una sia pur minima impostazione grafica ai contenuti, per guidare la compilazione; dove necessario si è preferita la distribuzione per domanda (*by questions*) a quella per tema (*by alters*), come mostrato in Figura 1, dove sono raggruppati vari servizi sotto una stessa domanda e non viceversa (individuando per ogni servizio le varie modalità d'uso); e dove presenti opzioni multiple in scala si è preferito indicare esplicitamente tutte le opzioni e non semplicemente gli estremi, lasciando vuote le voci intermedie, come pure spesso si fa.

⁹ L. COROMINA, G. COENDERS, "Reliability and validity of egocentered network data collected via web: a meta-analysis of multilevel multitrait multi-method studies", *Social networks*, 28(3), 2006.

Adolescenti tra piazze reali e piazze virtuali

Utilizzi:

1. Facebook (i) mai (ii) ogni tanto (iii) più volte la settimana (iv) tutti i giorni
2. Myspace (i) mai (ii) ogni tanto (iii) più volte la settimana (iv) tutti i giorni
3. Netlog (i) mai (ii) ogni tanto (iii) più volte la settimana (iv) tutti i giorni
4. Second Life (i) mai (ii) ogni tanto (iii) più volte la settimana (iv) tutti i giorni
5. Habbo (i) mai (ii) ogni tanto (iii) più volte la settimana (iv) tutti i giorni

Quando sei su uno dei seguenti programmi utilizzi:

1. Facebook (i) il tuo nome (ii) un nickname ispirato al tuo nome (iii) un nickname di fantasia (iv) non uso il programma
2. Netlog (i) il tuo nome (ii) un nickname ispirato al tuo nome (iii) un nickname di fantasia (iv) non uso il programma
3. Myspace (i) il tuo nome (ii) un nickname ispirato al tuo nome (iii) un nickname di fantasia (iv) non uso il programma
4. MSN (i) il tuo nome (ii) un nickname ispirato al tuo nome (iii) un nickname di fantasia (iv) non uso il programma
5. YouTube (per caricare) (i) il tuo nome (ii) un nickname ispirato al tuo nome (iii) un nickname di fantasia (iv) non uso il programma
6. Second Life (i) il tuo nome (ii) un nickname ispirato al tuo nome (iii) un nickname di fantasia (iv) non uso il programma

Figura 1 – Esempi di organizzazione delle domande / risposte del questionario

Una volta messo a punto il questionario, con il supporto del personale del Centro per le tecnologie didattiche dell'Università di Bergamo ne è stata realizzata una versione informatizzata, accessibile tramite un comune navigatore Web da qualunque postazione in Internet e gestita da un programma in grado di accumulare i dati provenienti dai vari istituti e di esportare alla fine i risultati in un formato trattabile con comuni programmi di elaborazione dati. Particolari precauzioni sono state prese per evitare l'inserimento di dati spuri, per esempio provenienti da eventuali sessioni di lavoro attivate dagli studenti dopo la conclusione di quella ufficiale.

Con l'aiuto dell'Ufficio Scolastico Provinciale di Bergamo è stata proposta la somministrazione del questionario a tutti gli istituti pubblici di istruzione superiore presenti in città (per motivi contingenti due istituti tecnici non hanno aderito alla proposta)¹⁰, a tre scuole private¹¹ e a tre scuole della provincia¹². Il

¹⁰ In Bergamo città hanno preso parte alla ricerca gli istituti: Istituto Statale di Istruzione Superiore "Mariagrazia Mamoli", Istituto Tecnico Agrario Statale, Istituto Professionale Statale "Caterina Caniana", Istituto Statale di Istruzione Superiore "Guido Galli", Istituto Tecnico Commerciale e Turistico Statale

test si è svolto dunque, nei mesi di maggio e giugno del 2009, direttamente nei laboratori informatici di ciascuna scuola. Per garantire la causalità del campione statistico, in ogni classe il questionario è stato sottoposto a due studenti per classe scelti a caso¹³, onde evitare in particolare il rischio che i docenti chiamati a sceglierli, interpretando la nostra indagine - come spesso avviene per test o questionari a vario titolo somministrati dall'Amministrazione o da gruppi di ricerca - come una sorta di valutazione del proprio lavoro, potessero "pilotare" i risultati dei test scegliendo gli studenti da essi reputati i migliori delle proprie classi.

Rappresentatività del campione statistico

Il gruppo di lavoro ha fatto il possibile per ottenere un campione di studenti ragionevolmente rappresentativo della realtà, quanto meno quella bergamasca. Tuttavia non si può fare a meno di notare che le defezioni di due istituti tecnici in Bergamo hanno leggermente sbilanciato il campione verso i licei: come

"Vittorio Emanuele II", Liceo Artistico Statale "Giacomo e Pio Manzù", Liceo Scientifico Statale "Filippo Lussana", Liceo Scientifico Statale "Lorenzo Mascheroni", Istituto Tecnico Industriale di Stato "Pietro Paleocapa", Istituto di Istruzione Superiore "Cesare Pesenti", Istituto Statale di Istruzione Superiore "Giacomo Quarenghi", Liceo Classico "Paolo Sarpi", Liceo Socio-psico-pedagogico "Paolina Secco Suardo".

¹¹ La Piazza del Patronato San Vincenzo, Gruppo Gestione Scuole, Scuola d'Arte applicata "Andrea Fantoni".

¹² Istituto Superiore "Ettore Majorana" di Seriate, Istituto Professionale di Stato "Zenale e Butinone" di Treviglio, Istituto di Istruzione Superiore "David Maria Turolfo" di Zogno.

¹³ Per ottenere una scelta casuale, svincolata da possibili interferenze dettate dalle scelte dei docenti, nel corso della riunione di briefing si è stabilito di sottoporre al questionario in ogni classe gli studenti iscritti con il numero 8 e 18 nel registro di classe; in caso di indisponibilità per assenza, particolari impegni o impedimenti o eventuale numerosità della classe inferiore ai diciotto elementi, si sarebbe passati dall'8 al 9 e poi eventualmente al 10 e così via aumentando; e dal 18 al 17 e poi eventualmente al 16 e così via scalando. La modalità implementativa non pare aver creato problemi di sorta nelle scuole, che hanno provveduto nella selezione degli studenti senza incagli.

vedremo, tuttavia, molti dei fenomeni interessanti ravvisati durante l'analisi sono trasversali al tipo di scuola.

Dall'altra parte, le scuole della provincia sono decisamente sottorappresentate, ma è da tener presente che sono state coinvolte per avere una prima indicazione, in previsione della costituzione di un osservatorio permanente destinato a operare su un campione più robusto e affidabile.

Nel seguito faremo riferimento ora ai dati nel loro complesso, ora a quelli della sola città, eventualmente restringendo l'analisi alle sole scuole pubbliche, secondo quanto ci sembrerà più opportuno per affrontare le varie problematiche. Diciamo da subito che la principale differenza fra i risultati di città e provincia è ravvisabile in un uso più limitato della rete fra i ragazzi della provincia, legata alla minor diffusione dei servizi di telecomunicazione a banda larga.

Il numero di questionari complessivamente raccolto è stato di 1402, dei quali 690 compilati da ragazze, pari al 49,2% del totale, e 712 da ragazzi, pari al 50,8%. Il dato è piuttosto simile a quelli forniti dall'ISTAT (anno scolastico 2007-2008), che rileva per femmine e maschi percentuali rispettivamente del 49,7% e 50,3% in Lombardia e del 49,0% e 51,0% in tutta Italia (con riferimento alle scuole secondarie superiori)¹⁴. Limitando l'osservazione alle scuole statali della città, dove complessivamente sono stati raccolti 1036 questionari, le percentuali si sbilanciano a favore delle ragazze per 53,6% rispetto a 46,4%¹⁵.

Per quanto concerne il luogo di residenza, la distribuzione è piuttosto uniforme entro le fasce che erano state scelte, come evidenziato in tabella 1:

¹⁴ Elaborazioni Istat su dati del Ministero dell'istruzione, dell'università e della ricerca, reperibili nel Web all'indirizzo http://www.istat.it/lavoro/sistema_istruzione/tavolescolastico.html

¹⁵ Il dato è coerente con la già dichiarata sottorappresentazione degli istituti tecnici in città, causata dalla mancanza di rilevazioni in due istituti tendenzialmente popolati da maschi più che da femmine.

Bergamo città	20,8%
Comune confinante con Bergamo	21,1%
Comune non confinante con Bergamo (entro i 10 Km)	21,3%
Comune non confinante con Bergamo (entro i 20 Km)	22,2%
Comune non confinante con Bergamo (oltre i 20 Km)	14,6%

Tabella 1 – Distribuzione dei rispondenti rispetto al luogo di residenza

Il rapporto fra studenti cittadini italiani, che nel seguito indicheremo per brevità come autoctoni, rispetto agli altri, che nel seguito indicheremo come alloctoni, è di 92,8 a 7,2. Le percentuali passano a 93,1 e 6,9 se si restringe l'osservazione alle scuole pubbliche della città.

Per quanto riguarda l'indirizzo di studi, la situazione è mostrata nelle tabelle 2 e 3, rispettivamente per quanto riguarda la distribuzione sul campione totale e su quello delle scuole statali della città:

Professionali	27,6%
Istituti tecnici	29,0%
Licei	43,4%

Tabella 2 – Distribuzione dei rispondenti rispetto all'indirizzo di studio

Professionali	21,1%
Istituti tecnici	29,3%
Licei	49,7%

Tabella 3 – Distribuzione dei rispondenti rispetto all'indirizzo di studio (solo per le scuole statali in Bergamo)

Dati generali sull'uso delle tecnologie

Per quanto riguarda la disponibilità di dotazioni tecnologiche, l'80,4% possiede un cellulare proprio, il 19,1% più d'uno e soltanto 6 ragazzi, pari allo 0,4%, non ne hanno neppure uno; l'80,6% dichiara di possedere e usare un lettore mp3, il 13,4% di usare in sua vece il cellulare per ascoltare musica e solo il 6% si

dichiara sprovvisto di un simile strumento di riproduzione audio. Il 4% non dispone di una connessione Internet a casa, il 12,1% ha una connessione a consumo e l'83,9% una connessione a tariffa fissa e uso illimitato; limitando l'analisi agli studenti degli istituti statali di Bergamo, la percentuale di chi non ha una connessione domestica a Internet scende al 3,3%, il dato per le connessioni a consumo si comprime al 10,5% e quello delle tariffe flat sale all'86,2%; in parziale controtendenza, se si restringe ulteriormente l'osservazione ai soli studenti delle scuole pubbliche di Bergamo residenti in città, le percentuali passano rispettivamente al 4,7%, 9,8% e 85,5%.

Si è poi voluto indagare quanto tempo gli studenti trascorrono guardando la televisione e al computer. Per quanto riguarda la televisione, il 26,3% dichiara di vederla per meno di un'ora al giorno¹⁶, il 32,8% per un tempo compreso fra una e due ore, il restante 40,9% per più di due ore; rispetto all'uso di Internet le percentuali passano rispettivamente al 30,3%, 40,4% e 29,3%. Prevale dunque l'uso del mezzo eterotrainato della televisione rispetto a quello interattivo di Internet.

Scorporando i dati dei ragazzi che vivono a più di 20 chilometri di distanza da Bergamo, si ottengono per la permanenza in Internet percentuali rispettivamente del 35,3%, 41,2% e 23,5%. Si registra quindi una lieve differenza rispetto alla media complessiva, che si potrebbe probabilmente attribuire alla minor diffusione della banda larga in provincia. È da dire comunque che dati di autovalutazione dei tempi di questo genere sono da prendere con cautela. Sono comunque in linea con i dati acquisiti nel corso dell'esperimento pilota effettuato su 70 ragazzi di scuole di Bergamo e Milano al quale si accennava in precedenza; in quel caso, avendo chiesto ai ragazzi una stima dei minuti trascorsi davanti a televisione e PC, si era ottenuta una somma media di 203 minuti (con scarto quadratico medio di 95,6). Anche per questi dati la cautela è d'obbligo: non a caso, la moda rilevata sia per la TV sia per il PC, nonostante gli studenti fossero liberi di indicare un qualunque numero intero, è stata di 120 mi-

¹⁶ Sia nel caso della televisione, sia in quello di Internet, nella categoria "meno di un'ora" conglobiamo qui anche i rispondenti che hanno risposto "mai".

nuti, come a dire che i più hanno creato da sé la categoria “più o meno due ore”.

Tornando ai dati del questionario, un supplemento di indagine sui tempi di esposizione a televisione e Internet è riassunto nella tabella 4, dove sono proposti i vari raggruppamenti ottenuti per selezione incrociata dei due valori forniti dai rispondenti, che di nuovo concordano con quanto rilevato nell’esperienza pilota.

Quanto tempo guardi la televisione durante la giornata? (numero di rispondenti, totale 1402)				
Usi Internet?	<i>Mai</i>	<i>Meno di 1 ora</i>	<i>Da 1 a 2 ore</i>	<i>Più di 2 ore</i>
<i>Mai</i>	3	13	17	21
<i>Meno di 1 ora</i>	4	127	123	120
<i>Da 1 a 2 ore</i>	6	121	193	244
<i>Più di 2 ore</i>	4	90	126	190

Tabella 4 – Tabulazione incrociata rispetto alle domande sul tempo di uso di televisione e Internet

È interessante notare che, rispetto al tempo passato davanti alla televisione o in rete, si notano marcate differenze se si scorporano i dati per indirizzo di studio. Per non affollare la pagina di dati, ci limitiamo a presentare in tabella 5 i dati relativi al tempo passato in Internet da parte dei ragazzi del Liceo Classico Sarpi, dei Licei Scientifici Lussana e Mascheroni e di quelli iscritti ai percorsi di formazione e istruzione professionale: si nota che il tempo passato in Internet da parte dei liceali è decisamente inferiore a quello degli altri ragazzi. Naturalmente non si deve dimenticare che non necessariamente questo dato è aderente alla realtà dei fatti, ma potrebbe corrispondere a una auto-rappresentazione degli studenti. Un altro aspetto interessante è legato al fatto che, noto che i licei sono tipicamente le scuole delle classi più benestanti e, al contrario, la formazione professionale ha comunemente un bacino d’utenza più spostato verso le classi meno agiate, prendendo per buoni questi dati si può affermare che l’uso di Internet non è (più) privilegio e appannaggio delle classi più abbienti.

	Quanto tempo passi in Internet in un giorno? (in %)		
	Meno di 1 ora	Da 1 a 2 ore	Più di 2 ore
<i>Liceo Classico</i>	43,3	35,4	20,31
<i>Liceo Scientifico</i>	30,6	47,0	22,4
<i>Istr. & Form. Professionale</i>	29,1	36,1	34,8

Tabella 5 – Tempo trascorso in Internet per gli iscritti a diverse tipologie di scuole

La differenza può essere in parte ascritta all'influenza del genere: infatti, vi sono differenze fra il tempo trascorso in Internet da maschi e femmine, quanto meno nella consistenza del gruppo che dichiara di usare la rete per più di due ore, come mostrato in tabella 6; così come vi sono differenze nella proporzione fra iscritti e iscritte nelle varie tipologie di scuole (al Liceo Classico Sarpi le ragazze hanno rappresentato il 68,4% degli intervistati, mentre nei percorsi professionali la loro presenza è stata solo del 42,6%); il fenomeno che ne consegue è evidenziato dalla tabella 7, dove sono comparati i tempi trascorsi in Internet da parte dei gruppi di popolazione etichettati come “femmine del Liceo Sarpi” e “maschi dell'istruzione e formazione professionale”.

	Quanto tempo passi in Internet in un giorno? (in %)		
	Meno di 1 ora	Da 1 a 2 ore	Più di 2 ore
<i>Femmine</i>	29,7	43,9	26,4
<i>Maschi</i>	30,9	36,9	32,2

Tabella 6 – Tempo trascorso in Internet, comparazione fra generi

	Quanto tempo passi in Internet in un giorno? (in %)		
	Meno di 1 ora	Da 1 a 2 ore	Più di 2 ore
<i>Liceo Classico - femmine</i>	49,1	38,2	12,7
<i>Professionale - maschi</i>	30,3	33,9	35,7

Tabella 7 – Tempo trascorso in Internet, comparazione fra gruppi

Un altro fattore influente è da cercarsi nella cittadinanza: i ragazzi stranieri, infatti, dichiarano tempi di esposizione a Internet decisamente più alti di quelli di cittadinanza italiana: per gli

alloctoni solo il 25,7% degli intervistati dichiara di permanere in Internet meno di un'ora, mentre il 34,7% indica un tempo fra una e due ore e ben il 39,6% oltre due ore; per gli autoctoni le percentuali sono rispettivamente del 30,7%, 40,8% e 28,5%. Poiché nel nostro campione non c'era alcun ragazzo alloctono al liceo Sarpi, mentre nei percorsi professionalizzanti erano cittadini stranieri il 15,8% dei ragazzi, l'influenza delle loro abitudini di utenti è significativa rispetto al gruppo individuato dall'appartenenza alla tipologia di istituto.

A proposito dell'uso di Internet ci sembra peraltro degno di nota un dato che abbiamo voluto rilevare per riscontrare il precedente e avere informazioni sulla frequenza d'uso, più che sulla quantità, del mezzo telematico; interessante perché probabilmente meno soggetto a interferenze legate alla rappresentazione che i ragazzi vogliono dare di sé stessi: ci pare che più facilmente gli intervistati possano dare risposte sincere rispetto a quante volte usano Internet in una settimana, piuttosto che rispetto al tempo che dedicano, laddove potrebbero essere tentati di sottovalutare i tempi, per accreditare di sé l'immagine di chi non è soggiogato dalle tecnologie.

Dunque, il dato relativo alla frequenza d'uso di Internet ci propone un 3,4% di rispondenti che dichiarano di non usare mai la rete e un 14,6% che asserisce di usarla ogni tanto, a fronte del 26,6% che la usa più volte alla settimana e il 55,4% che la usa quotidianamente.

Come riassunto in tabella 8, la rilevazione trova ancora un certo sbilanciamento fra maschi e femmine, mentre riequilibra i valori fra i vari tipi di scuola, non evidenzia grandi differenze sulla base della residenza e vede dati piuttosto simili, con una lieve progressione all'aumentare dell'età, rispetto alle coorti censite (selezionate le coorti di nascita 1990, 1992 e 1994, corrispondenti alle classi scolastiche I, III e V)¹⁷. Comunque si vogliono interpretare i dati, è importante notare come le percentuali d'uso di Internet da noi rilevate siano notevolmente superiori a quelle di altre fonti, relative a tutto il territorio italiano (tutte pubblicate nel 2009): secondo una pubblicazione della Presiden-

¹⁷ A partire da questa tabella, per semplificare la lettura, i dati saranno proposti senza cifre decimali.

za del Consiglio dei Ministri, il 91% di ragazzi fra i 16 e i 24 anni usano la rete (fonte: Commissione Europea, Direzione Generale Information Society)¹⁸; secondo dati ISTAT, la percentuale è decisamente più bassa: limitandoci alle età interessanti per la nostra indagine, nella fascia d'età 18-19, quella con le percentuali più alte, sarebbe utente di Internet l'83,7% dei ragazzi (l'85,5% dei maschi e l'81,9% delle femmine); nella fascia 15-17 l'82,1% (l'81,7% dei maschi e l'82,5% delle femmine)¹⁹; ancora più bassa la percentuale stimata da una recente indagine Eurisko, che dà la penetrazione di Internet nella fascia d'età 14-24 al 75% circa²⁰;

	Usi Internet? (in %)			
	Mai	Ogni tanto	Più volte alla settimana	Tutti i giorni
Tutti	3	15	27	55
Maschi	5	13	23	59
Femmine	2	16	31	52
Bergamo e limitrofi	3	13	29	55
Non confinanti	4	16	25	55
Formazione professionale	2	21	24	53
Istruzione professionale	6	13	26	55
Istituti tecnici	4	18	24	54
Licei	2	13	29	57

Tabella 8 – Risposte alla domanda “Usi Internet?”

A questo punto dell'analisi dei dati abbiamo deciso da una parte di trascurare la piccolissima percentuale di studenti che non usano mai la rete, ai quali potrebbe opportunamente essere dedicato un approfondimento con interviste mirate in una pros-

¹⁸ UFFICIO STUDI CONFINDUSTRIA (a cura di), *Osservatorio Italia digitale 2.0*, Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento per la digitalizzazione della pubblica amministrazione e l'innovazione tecnologica, 2009.

¹⁹ ISTAT, *Cittadini e nuove tecnologie*, Istituto Centrale di Statistica, Roma, 2009,
http://www.istat.it/salastampa/comunicati/non_calendario/20091228_01/testo_integrale20091228.pdf

²⁰

http://www.gfk.com/imperia/md/content/gfk_eurisko/seminario_internet_07_maggio_2009.pdf

sima campagna di indagine, e di concentrarci su due profili distinti, quello degli *utenti intermittenti*²¹, che usano la rete sporadicamente (risposta “ogni tanto”) e quello degli *utenti frequenti*, che la usano spesso (risposte “più volte la settimana” e “tutti i giorni”): nel seguito molte delle osservazioni che faremo saranno per confronto dei due gruppi di ragazzi.

Luoghi e modi d'uso della rete

Il questionario ha indagato vari aspetti dell'impiego di strumenti telematici da parte degli adolescenti, ma in particolare ha posto l'accento sui servizi del cosiddetto Web 2.0 e, come ci si attendeva, è stato proprio in questo dominio che i ragazzi si sono dimostrati più attivi e coinvolti.

Quando ci riferiamo al Web 2.0, intendiamo quell'insieme piuttosto variegato di servizi Web che rappresentano un passo dell'evoluzione dei siti dinamici nel senso della condivisione delle informazioni fra gli utenti e della interazione degli utenti con i siti che visitano²². Si tratta dunque di siti dove gli utenti non hanno la sola funzione di fruitori e destinatari di un messaggio, ma prendono parte in prima persona alla generazione dei contenuti.

Nella cornice impostata da questa vaga definizione possono essere inquadrare molte applicazioni diverse, dai tradizionali forum e chat, alle piattaforme di condivisione di documenti, come Google Docs, ai sistemi wiki, come Wikipedia, alle *folksonomie* e i servizi di *social bookmarking*, come per esempio del.icio.us, fino ad arrivare ai siti più popolari in questi ultimi anni, ossia i *social networks*, come LinkedIn, Netlog, Facebook e Twitter.

Con l'etichetta di social network si indicano tutti quei servizi che permettono a gruppi di persone di connettersi fra di loro per mantenere vivi rapporti professionali, sociali o di amicizia. Ge-

²¹ B. SHNEIDERMAN, C. PLAISANT, *Designing the user interface*, Reading, MA, Addison-Wesley, 2009⁵.

²² Va notato che quella di Web 2.0 è un'etichetta riferita a uno scenario sfuggente e che crea non pochi scetticismi nel mondo accademico e a chi ne deve parlare.

neralmente entrare in una rete sociale prevede che l'utente si costruisca un profilo personale, che descriva sia la persona fisica con i suoi interessi, la sua storia professionale e il suo *curriculum studiorum*, sia il suo ambiente virtuale (indirizzi di siti personali, indirizzi di posta elettronica); il passo successivo è quello di creare la propria rete di contatti, stabilendo relazioni con altri utenti della rete, che generalmente sono simmetriche²³ (come nel caso degli amici in Facebook o dei contatti in LinkedIn), ma talora sono unidirezionali (come nel caso del rapporto di sequela che si instaura in Twitter, dove si può avere un *follower* rispetto al quale non si crea un rapporto simmetrico di *following*, quando permettiamo che qualcuno segua le nostre discussioni senza che noi seguiamo le sue); infine, si possono sfruttare le funzioni proprie della rete in questione per dialogare con i propri contatti, semplicemente leggere che cosa fanno, condividere informazioni, collegamenti o materiali multimediali.

I social networks sono entrati rapidamente nelle abitudini degli adolescenti, anche per la loro mimetica capacità di incorporare e mediare altre funzioni tipiche della rete, quali la chat e la posta elettronica: secondo una recente indagine²⁴ il 28,7% degli adolescenti pensa che i social networks siano utili per mantenere il contatto con gli amici di sempre e con quelli che sono lontani o non si incontrano da tempo; e che il 14,9% li ritiene strumenti adeguati per fare nuove conoscenze. E certamente questi dati, pur essendo freschissimi, non rispecchiano già più la tumultuosa realtà dei social networks in Italia, in particolare quella di Facebook: in effetti, il 2009 è stato in Italia l'anno dell'esplosione di questo social network, il cui numero di adepti cresce di giorno in giorno; le stesse cifre da noi raccolte variano drasticamente se si confrontano i dati dell'esperimento pilota di fine 2008 con quelli del questionario di metà 2009: nel primo caso aveva dichiarato di aver usato qualche volta Facebook il 30% degli intervistati, nel secondo giro di interviste il 66%.

²³ Intendiamo qui "relazioni simmetriche" in senso algebrico: una relazione binaria su un insieme I è simmetrica se e solo se, presi due elementi qualunque a e b appartenenti a I , se a è in relazione con b , allora anche b è in relazione con a ($\forall a, b \in I, aRb \Rightarrow bRa$).

²⁴ E. CAFFO, G.M. FARA (a cura di), *10° rapporto nazionale sulla condizione dell'infanzia e dell'adolescenza*, Eurispes – Telefono Azzurro, Roma 2009.

Perciò concentreremo le riflessioni relative ai luoghi di incontro virtuali principalmente su Facebook²⁵; per dare un'idea delle proporzioni assolute e relative del fenomeno, diremo che i nostri intervistati hanno dichiarato per il 14% di usarlo ogni tanto, per il 17% di usarlo più volte la settimana e per il 35% di usarlo ogni giorno (il 34% non lo usa mai); al confronto, un servizio decisamente orientato al pubblico giovanile quale MySpace scompare, con soltanto il 13% di utenti occasionali e il 5% di utenti che entrano tutti i giorni o almeno più di una volta alla settimana; ancora peggio va a SecondLife, uno dei mondi virtuali più citati dai media giornalistici, con un 97% di adolescenti che dichiara di non farne mai uso.

Gli unici ambienti virtuali che reggono il confronto con Facebook sono da una parte il social network Netlog, con il 19% di utenti occasionali, l'11% di utenti più volte la settimana e il 19% di utenti che entrano tutti i giorni; e dall'altra i servizi di messaggistica istantanea quali MSN, con un 45% di utenti con frequenza quotidiana, il 23% plurisettimanale, il 20% occasionale e solo il 12% di adolescenti che non usano questo tipo di servizio. Si tenga presente che, per esempio, il pur sfruttato servizio tradizionale di email non va oltre le percentuali, rispettivamente, del 15%, 22%, 42%, con il 21% di adolescenti che non ne fa uso.

Riassumiamo dunque alcune informazioni tratte dalle risposte al questionario che ci sembra che meglio illustrino il rapporto con Facebook. In tabella 9 mostriamo innanzitutto la comparazione fra maschi e femmine, accostandola a quella relativa all'uso di MSN.

²⁵ Come vedremo, i servizi di messaggistica istantanea sono addirittura più usati di Facebook (in percentuale di utenti), ma le loro caratteristiche di impiego comunicativo li rendono meno interessanti, per i nostri fini, di Facebook.

	Usi Facebook? (in %)			
	Mai	Ogni tanto	Più volte alla settimana	Tutti i giorni
Tutti	34	14	17	35
Maschi	36	17	17	30
Femmine	32	11	16	41

Tabella 9 – Risposte alla domanda “Usi Facebook?” – confronto fra generi”

Si nota una netta differenza fra i generi, con una percentuale di *utenti frequenti* (la somma delle risposte “più volte alla settimana” e “tutti i giorni”) del 57% per le femmine, a fronte di un più ridotto 47% per i maschi, che presentano invece un gruppo più numeroso di *utenti intermittenti* (risposta “ogni tanto”). Non abbiamo avuto la possibilità di indagare a fondo le ragioni di questa forte differenza, ma questo dato è in linea con quanto riscontrato dall’Osservatorio Facebook²⁶ e da vari recenti studi²⁷, che vedono nelle nuove generazioni femminili aumentare le percentuali di autrici di blog e di interventi diaristici in Facebook, interpretati come una forma di vetrinizzazione delle identità che permetterebbe loro di vivere in modo politico la propria quotidianità, laddove invece i maschi hanno tradizionalmente altri spazi per il confronto. È da notare che con MSN la situazione si ribalta, con l’80% dei maschi utenti frequenti, contro il 62% delle femmine.

Un altro confronto rimarchevole è quello fra il gruppo dei cittadini (e dei paesi limitrofi) e dei provinciali: in questo caso ci sono differenze di non poco conto, con il 55% di utenti frequenti nel primo gruppo contro il 47% nel secondo; abbiamo voluto aggiungere nella tabella 10 anche una riga relativa agli alloctoni, che mostra come fra di essi l’uso di Facebook sia ancora più limitato che fra i locali²⁸.

²⁶ <http://www.vincos.it/osservatorio-facebook>

²⁷ E.M. MILIČ, E. MARCHETTO, R. COSTA, “So far from political punditry: everyday digital storytelling in Italy”, *Reconstruction*, 8(4), 2008; E. MARCHETTO, “Su Facebook, come nei blog, le donne espongono di più la loro vita intima”, *Diario aperto*, 10.3.2009.

²⁸ Questo dato non influenza particolarmente quello dei due gruppi precedenti, perché in essi il contributo percentuale degli alloctoni è quasi il medesimo

	Usi Facebook? (in %)			
	<i>Mai</i>	<i>Ogni tanto</i>	<i>Più volte alla settimana</i>	<i>Tutti i giorni</i>
<i>Tutti</i>	34	14	17	35
<i>Bergamo e limi- trofi</i>	32	13	16	39
<i>Non confinanti</i>	37	15	18	29
<i>Alloctoni</i>	39	29	14	17

Tabella 10 – Risposte alla domanda “Usi Facebook?” – confronto in base al luogo di residenza e provenienza

Infine, è opportuno notare che anche rispetto a Facebook si ripianano le differenze fra tipi di scuole che avevamo inizialmente riscontrato in relazione al tempo trascorso in rete: la tabella 11 mostra i dati raggruppati secondo il tipo di scuola; l'unico lieve scostamento dai valori comuni, quello della formazione professionale, può essere spiegato in funzione della maggior presenza di studenti alloctoni, che abbiamo visto essere utenti poco assidui.

	Usi Facebook? (in %)			
	<i>Mai</i>	<i>Ogni tanto</i>	<i>Più volte alla settimana</i>	<i>Tutti i giorni</i>
<i>Tutti</i>	34	14	17	35
<i>Formazione pro- fessionale</i>	40	14	18	29
<i>Istruzione pro- fessionale</i>	35	16	13	36
<i>Istituti tecnici</i>	31	17	17	35
<i>Licei</i>	34	11	18	37

Tabella 11 – Risposte alla domanda “Usi Facebook?” – confronto in base al tipo di scuola

Varie domande sono poi state rivolte a indagare diversi aspetti della comunicazione in Facebook e nelle chat²⁹. I risultati sono stati aggregati secondo le due tipologie di utenti di Internet

e comunque più alto fra i residenti in Bergamo e comuni limitrofi, con il 7,4% di presenze alloctone, contro il 6,8% nei comuni più lontani.

²⁹ Le domande di questo gruppo accomunavano Facebook e chat, sia perché ci pareva che potesse esserci similarità di comportamenti, sia perché Facebook è ormai da molti usato come chat, in quanto incorpora anche questa funzione.

intermittenti e frequenti, in base alla risposta data alla domanda sulla frequenza d'uso di Internet presentata in precedenza.

Innanzitutto, una questione relativa all'identità: il 79% degli utenti frequenti ha dichiarato di usare come nome utente in Facebook il proprio vero nome, il 15% un nickname ispirato al proprio nome e soltanto il 6% un nickname di fantasia; al contrario, solo il 53% degli utenti intermittenti di Internet entra in Facebook con il proprio nome, il 36% con un nickname ispirato al proprio nome e l'11% con un nickname di fantasia. Gli intermittenti sembrerebbero dunque più preoccupati dei frequenti di proteggere la propria privacy³⁰. Ciò però è in contrasto con quanto dichiarato alla questione "*Quando sono in chat o Facebook scelgo quale immagine dare di me stesso*", dove i frequenti si sono divisi in egual misura fra vero e falso, mentre gli intermittenti hanno risposto "vero" soltanto nel 39% dei casi, indicando quindi una maggiore propensione a non nascondersi.

Fra un quinto e un quarto dei ragazzi afferma di parlare in chat o in Facebook di argomenti di cui nella vita reale non parlerebbe mai: il 21% fra gli intermittenti e il 25% fra i frequenti. Si tratta di valori piuttosto alti, che indicano come la distanza fra chi conversa in rete possa non già allontanare, quanto piuttosto favorire le confidenze. In questo senso trova conferma l'affermazione del giovane della Consulta Studentesca, riferita in altro capitolo, che sostiene che, per riuscire a dire nel mondo reale a una ragazza quello che le dice in chat, dovrebbe essere ubriaco³¹.

Tuttavia, all'esplicita richiesta se i rispondenti si sentano parte di un gruppo vero quando sono in Facebook, soltanto il 21% dei frequenti e il 14% degli intermittenti hanno risposto affermativamente; non manchiamo di sottolineare anche in questo caso che la domanda era piuttosto scoperta e rischiava di sollecitare risposte modellate sull'autorappresentazione del proprio ruolo in rete, piuttosto che sul reale sentire degli intervistati.

Uno degli interrogativi principali che hanno spinto la nostra ricerca era quello relativo a possibili intersezioni o parallelismi

³⁰ Nel caso di MSN l'uso del nickname è molto più accentuato e anche in questo caso vi fanno ricorso di più gli intermittenti.

³¹ G. LANZI, "Incontrarsi nel virtuale per definirsi nella realtà".

fra piazze reali e virtuali. L'interrogativo è stato declinato in vari modi e nella prossima sezione se ne discuterà dal punto di vista dei luoghi; qui vogliamo concentrare ancora un momento l'attenzione sui tempi di fruizione. La domanda in questo senso può essere riformulata in questo modo: chi si dedica alla navigazione in Internet si isola dal mondo reale e sottrae tempo ad altre attività?

L'indicazione sorprendente che emerge dai dati è che chi più vive le piazze virtuali è anche chi dedica più tempo ad altre occasioni di socialità nel mondo reale; come se - e questo ci è stato confermato dai confronti diretti con i ragazzi - i contatti nel mondo virtuale servissero in primis per tener vive le relazioni e in secondo luogo per rinviare a opportunità di incontro nella piazza reale. Ritourneremo sull'argomento parlando delle amicizie in rete.

In tabella 12 proponiamo alcuni dei dati che ci conducono a queste riflessioni: tenendo sempre presente i due profili di riferimento degli utenti Internet intermittenti e frequenti, confrontiamo le loro risposte riguardo al tempo dedicato allo sport, alle visite ai centri commerciali (tema sul quale torneremo più avanti), alle passeggiate, all'oratorio e a luoghi d'incontro e divertimento come la discoteca, il pub e il bar. Dai dati in tabella emerge che, in tutti i casi, gli utenti frequenti di Internet si dedicano con maggiore assiduità anche a tutte le alternative elencate, essendo "utenti frequenti" di attività sportive al 55% contro il 48% degli utenti intermittenti di Internet; al 34% contro il 24% per i centri commerciali; al 74% contro il 61% per le passeggiate; al 23% contro il 21% per quanto riguarda l'oratorio; all'8% contro il 4% per le discoteche; al 48% contro il 37% per ciò che concerne ritrovi come il pub e il bar.

Impiego tempo libero (in %)		Usi Internet?	
		Ogni tanto	Più volte la settimana / tutti i giorni
<i>sport</i>	Mai	14	12
	Ogni tanto	38	34
	Più volte la settimana	41	44
	Tutti i giorni	7	11
<i>centri com-</i>	Mai	13	7

<i>merciali</i>	Ogni tanto	62	60
	Più volte la settimana	22	32
	Tutti i giorni	2	2
<i>passeggiate</i>	Mai	7	2
	Ogni tanto	31	23
	Più volte la settimana	43	51
	Tutti i giorni	18	23
<i>oratorio</i>	Mai	41	40
	Ogni tanto	39	37
	Più volte la settimana	17	19
	Tutti i giorni	4	4
<i>discoteca</i>	Mai	47	38
	Ogni tanto	48	54
	Più volte la settimana	3	8
	Tutti i giorni	1	0
<i>pub/bar</i>	Mai	23	10
	Ogni tanto	39	42
	Più volte la settimana	30	39
	Tutti i giorni	7	9

Tabella 12 – Risposte alla domanda “Impiego del tempo libero” - tabulazione dei risultati rispetto a utenti intermittenti e frequenti di Internet

Le piazze reali e il loro rapporto con la virtualità

Una parte del questionario è stata dedicata all’identificazione di luoghi e modi di ritrovo nel mondo reale e all’eventuale collegamento fra i due mondi.

Un fenomeno che ci pare interessante segnalare è evidenziabile dalle risposte date alla domanda “*Dove ti piace trascorrere il tempo con gli amici?*” Era possibile dare più di una risposta, in tabella 13 sono mostrati i dati relativi alle prime tre opzioni espresse da ciascun rispondente.

Dove ti piace trascorrere il tempo con gli amici? (in %)	<i>Tutti</i>	<i>In BG</i>	<i>Fuori BG</i>
<i>A casa (tua o di un amico/a)</i>	57,4	61,8	46,2
<i>Al bar</i>	54,1	46,2	56,1
<i>In un centro commerciale</i>	34,8	30,9	35,8
<i>In via XX settembre</i>	32,0	50,7	27,1
<i>All'oratorio</i>	25,6	23,3	26,2
<i>Allo stadio</i>	8,1	6,6	8,5
<i>In un Centro di aggregazione giovanile</i>	5,5	4,9	5,7
<i>Al Polaresco³²</i>	4,0	6,3	3,4

Tabella 13 – Preferenze espresse alla domanda “Dove ti piace trascorrere il tempo con gli amici?”, percentuali per tutti i rispondenti, per quelli residenti in Bergamo città e fuori Bergamo

Rispetto ai dati tabulati, un ulteriore 10% di tutti i rispondenti indica altre piazze o luoghi all'aperto come luoghi d'incontro preferiti.

A parte il tranquillizzante primato della casa, la piazza tradizionale rimane piuttosto in disparte nelle preferenze dei ragazzi, fatta eccezione per quel 32% di opzioni per via Venti, che sale al 50,7% nelle indicazioni dei ragazzi residenti in città, constatazione che conferma i dati raccolti nelle interviste effettuate a cura della Fondazione Bergamo nella Storia, delle quali si rende conto in altro capitolo di questa pubblicazione.

Ha invece un particolare rilievo il dato relativo ai centri commerciali: snobbati da molti come *nonluoghi*³³, i centri commerciali sono per i ragazzi di oggi invece un punto di riferimento importante, percentualmente più significativo addirittura di un luogo tradizionalmente deputato all'incontro, soprattutto nella bergamasca, quale l'oratorio. Pare che rispetto a questi presunti nonluoghi gli adulti scontino un pregiudizio derivante dal fatto

³² Lo Spazio Polaresco, luogo polifunzionale promosso dal Comune di Bergamo per la fruizione da parte di giovani di diverse fasce d'età, è attualmente frequentato principalmente da giovani di età più matura rispetto a quelli intervistati nelle scuole.

³³ M. AUGÉ, *Nonluoghi. Introduzione a un'antropologia della surmodernità*, Elèuthera, Milano, 2005.

che essi non li vivono “nativamente”, per prendere in prestito un’altra etichetta *à la page*³⁴.

Ci pare particolarmente significativo, a questo riguardo, riportare un pregnante commento inviato qualche anno fa da un giovane della provincia di Bergamo al servizio contatti con i clienti di un grande centro commerciale della bergamasca, successivamente all’acquisizione del centro stesso da parte di un noto gruppo francese; diceva il messaggio: “*Ci avete rubato il Mondiale, ci avete rubato la Coppa, lasciateci almeno ***, luogo magico della nostra infanzia*”, con allusioni a vicende calcistiche e una lieve distorsione terminologica, con l’uso di “infanzia” al posto di “adolescenza”, il centro essendo stato aperto agli inizi degli anni novanta, quando il giovane in questione aveva circa quattordici anni.

L’aneddoto restituisce la percezione chiara, da parte di una persona fra l’altro nata più di dieci anni prima dei ragazzi coinvolti nel nostro questionario, del centro commerciale come di un “luogo” di frequentazione non casuale o semplicemente orientata soltanto all’acquisto.

Amicizie in rete

Ci siamo anche chiesti come si gestiscono e si creano rapporti di amicizia fra modo virtuale e mondo reale. La prima domanda che abbiamo posto agli intervistati chiedeva quali fossero le loro modalità preferite per intavolare una chiacchierata con gli amici; la tabella 14 mostra i principali risultati, comparando i due soliti profili degli intermittenti e dei frequenti, in base alla prima scelta di ogni ragazzo (la domanda permetteva risposte multiple).

³⁴ M. PRENSKY, “Digital natives, digital immigrants”, *On the Horizon*, 9(5), 2001.

Sei vuoi fare quattro chiacchiere... (in %)	Usi Internet?	
	Ogni tanto	Più volte la settimana / tutti i giorni
Invii un sms con il cellulare	30	19
Incontri gli amici in piazza	27	24
Incontri gli amici in un centro commerciale	4	6
Incontri gli amici a casa	22	17
Entri in chat/MSN	6	21
Entri in Facebook / Habbo / Netlog	3	10
Altro	7	3

Tabella 14 – Preferenze espresse alla domanda “Se vuoi fare quattro chiacchiere...”, percentuali per gli intervistati utenti intermittenti e frequenti di Internet

Si nota che per quanto riguarda gli incontri reali c'è quasi parità, con un 53% degli intermittenti contro un 47% dei frequenti; e che le differenze percentuali nell'uso di chat, messaggistica e social networks sono in parte colmate dall'uso del cellulare.

Passando a chiedere dove i ragazzi cercano nuovi amici, le risposte, mostrate in tabella 15, sono piuttosto diverse fra i due gruppi, con forte presenza di strumenti telematici per gli utenti frequenti, mentre gli intermittenti segnalano con più frequenza i luoghi reali.

Sei vuoi trovare nuovi amici... (in %)	Usi Internet?	
	Ogni tanto	Più volte la settimana / tutti i giorni
Entri in chat/MSN	10	18
Entri in Facebook/Habbo/Netlog	16	35
Usi il cellulare	19	9
Vai in piazza/luoghi reali	35	24
Vai in un centro commerciale	8	6
Attraverso altri amici	5	4
Non voglio nuovi amici	2	1
Altro	6	2

Tabella 15 – Preferenze espresse alla domanda “Se vuoi trovare nuovi amici...”, percentuali per gli intervistati utenti intermittenti e frequenti di Internet

Nonostante il forte uso degli strumenti di rete, entrambi i gruppi, se pure con differenze quantitative, sostengono che è più facile incontrare gli amici di persona che in rete: lo sostiene l’87% degli intermittenti e il 78% dei frequenti. Questo dato è indubbiamente anche un segno del fatto che, nell’adolescenza, la dispersione territoriale della cerchia degli amici è generalmente ancora limitata e dunque da una parte è facile incontrare di persona gli amici, dall’altra gli strumenti telematici non assolvono quella funzione di legame fra persone distanti che hanno invece in altre fasce d’età.

Un dato singolare e difficile da interpretare è quello legato alla proporzione fra amici reali e virtuali: alla domanda “*la maggior parte dei tuoi amici virtuali sono anche amici con i quali ti incontri realmente*”, l’81% degli utenti frequenti rispondono sì, mentre la percentuale cala al 56% quando lo si chiede agli intermittenti. Le cifre contrastano quanto meno con le aspettative, in quanto ci saremmo attesi dagli utenti più attivi una cerchia di amici allargata, mentre pare che sia vero il contrario. Si tratta in questo caso di un dubbio che lasciamo insoluto in attesa di affidare a strumenti di indagine diversi l’approfondimento del tema. È da notare al riguardo che il 44% dei frequenti e il 37% degli intermittenti sostengono che sia più facile farsi nuovi amici in rete che di persona; tuttavia questa risposta ha in sé

un'ambiguità di fondo, non sciolta dalla domanda; infatti, essa può significare che i mezzi telematici fanno sì che si instaurino nuove amicizie con più facilità, ma può semplicemente voler dire che avviare un nuovo legame di cosiddetta amicizia in stile Facebook è più facile che far conoscenza con una persona fisica nella vita di tutti i giorni. Rispetto al fondare amicizie vere in rete, alcuni ragazzi hanno sfruttato le opzioni aperte delle domande per comunicarci per esempio che *“Se voglio davvero conoscere nuovi amici non li cerco sicuramente su Facebook, ma li conosco in giro, magari perché amici di amici...”* oppure *“Quando li trovo li trovo: non li cerco e cmq [sic] non potrei mai essere amico di uno conosciuto in internet o in chat”* o anche *“Gli amici, quelli veri, non credo si possano conoscere in internet”*; lo riferiamo senza alcuna intenzione di costruire una interpretazione luddista su questi pochi esempi, fra l'altro più rari di affermazioni più nette e indipendenti dal mezzo quali *“Mi bastano quelli che ho”*, *“Me ne basta uno di amico”*, *“Non ne cerco intenzionalmente”*, il lapidario *“NON VOGLIO TROVARE NUOVI AMICI”* scritto in maiuscolo per maggior chiarezza e l'altrettanto forte *“non ho mai avuto bisogno di cercare nuovi amici”*. Viceversa, abbiamo anche raccolto buoni spunti per futuri approfondimenti della ricerca in rapporto alle modalità di creazione di un'amicizia nel modo reale: *“mi imbuco a qualche festa e cerco di socializzare il più possibile!”* come strategia d'ingaggio, *“esco con i miei amici: insieme è più facile incontrare nuovi amici”* per la valorizzazione della forza del gruppo, *“la discoteca è il luogo dove più facilmente incontri gente e fai amicizie”* per l'identificazione dei luoghi più opportuni all'impresa (*“vado in biblioteca”* per i più raffinati).

Infine, due dati interessanti e forse inquietanti sui comportamenti tra virtuale e reale: il 49% dei frequenti e il 31% degli intermittenti ammettono di avere almeno una volta cercato di incontrare nel mondo reale persone con le quali avevano chattato; il 47% dei frequenti e il 39% degli intermittenti asseriscono di essersi incontrati almeno una volta con persone conosciute online. Il dato di per sé non dice molto, ma offre uno spunto interessante per un futuro approfondimento: non è detto che in quelle percentuali debbano necessariamente nascondersi comportamenti non corretti, dato che per la maggior parte dei casi potrebbe

semplicemente trattarsi dell'incontro nella vita reale con l'amico dell'amico conosciuto in chat o su Facebook; né con il questionario siamo andati oltre certi precisi limiti di privacy, per esempio non chiedendo l'età dei corrispondenti. Tuttavia l'entità del fenomeno ci induce a riflettere e a voler ritornare quanto prima sull'argomento.

Il discorso delle amicizie con sconosciuti ci porta a toccare infine un tema delicato e che presenta cifre tali da far riflettere.

Una delle ultime domande del questionario, nascosta fra altre in maniera che non spiccasse e fosse meno facile per gli studenti identificarla come questione chiave ed eluderla o rispondere insinceramente, chiedeva se i ragazzi avessero mai mandato fotografie a persone conosciute in chat. La risposta è stata affermativa in un terzo dei casi.

La cifra ci sembra ragguardevole e meritevole di attenzione: i ragazzi sembrano non percepire i rischi legati alla diffusione di immagini che li riguardano e queste percentuali non depongono a loro favore. Abbiamo cercato di costruire un semplice profilo di chi invia le proprie foto a sconosciuti, ovvero a persone conosciute in rete, analizzando il genere, la classe d'età e il tipo di controllo esercitato dai genitori.

Emerge che il 58% di chi ha inviato foto è costituito da maschi e il 42% da femmine; e che la distribuzione in classi d'età ha l'andamento non particolarmente rassicurante mostrato in tabella 16, dove confrontiamo le percentuali di chi ha inviato foto con quelle di distribuzione del campione³⁵.

Anno di nascita	Tutti	Hanno inviato foto
1990	17,7%	12,2%
1991	19,5%	18,0%
1992	23,3%	26,4%
1993	21,0%	24,5%
1994	18,5%	18,9%

Tabella 16 – Anno di nascita dei rispondenti e di coloro che hanno inviato fotografie a persone conosciute in rete

³⁵ In questi calcoli abbiamo escluso i pochi appartenenti a coorti più vecchie (studenti ripetenti).

Dunque, i ragazzi di V rappresentano il 17,7% del campione e il 12,2% di quanti hanno inviato foto a sconosciuti; mentre i ragazzi di III, che rappresentano il 23,3% del campione, costituiscono il 26,4% di quanti hanno spedito foto. Pare quindi che la percentuale stia crescendo con le nuove coorti, fenomeno questo da tenere monitorato.

Infine, per quanto riguarda il controllo da parte dei genitori, il 21% di quanti hanno inviato fotografie a persone conosciute in rete dice dei propri genitori che non sanno mai nulla delle attività in rete dei figli, il 32% che si interessano raramente, il 34% qualche volta, l'11% spesso e il 2% sempre. D'altra parte, è difficile pensare che i genitori possano esercitare particolari forme di controllo quando oltre il 52% degli intervistati dichiara di avere a propria disposizione per connettersi a Internet un computer non condiviso con altri membri della famiglia.

Non è questa la sede per proporre ricette per evitare rischi per i propri figli: oltretutto la letteratura ne dibatte da tempo³⁶, senza aver fatto ancora chiarezza sulle strategie più opportune. Tuttavia pensiamo che la prospettiva dell'*Aver Cura* debba avere un ruolo importante nella delicata triangolazione genitori / figli / tecnologie; spesso i genitori lasciano fare i figli convinti che, appartenendo alla generazione dei nativi digitali, abbiano le competenze necessarie e sufficienti per cavarsela. Ma varie ricerche dimostrano che la relazione dei giovani con le tecnologie è ben più complessa e difficile di quanto la sbrigativa definizione di nativi digitali e tanta pubblicitaria possano lasciar immaginare³⁷. Non tutti gli adolescenti usano Internet alla stessa maniera e non si deve immaginare che la generazione dei nativi digitali sia uniforme e uniformemente aliena al mondo degli adulti: la rete comunque viene usata come protesi relazionale, estrofles-

³⁶ J.G. IANNOTTA (a cura di), *Nontechnical strategies to reduce children's exposure to inappropriate material on the Internet: summary of a workshop*, National Academy Press, Washington, 2001; L. ULANOFF, "7 rules for MySpace parents", *PC Magazine*, 25.6.2008.

³⁷ S. BENNETT, K. MATON, L. KERVIN, "The 'digital natives' debate: A critical review of the evidence", *British Journal of Educational Technology*, 39(5), 2008.

sione cognitiva e comunicativa in un'ottica di coevoluzione³⁸ fra persone e ambiente che permette ai ragazzi (e li stimola) a costruire un ponte verso gli altri e non esclude, anzi vivifica il rapporto personale in presenza, al quale costantemente rimanda.

Bisogna inoltre considerare che, per quanto i ragazzi possano disporre delle abilità necessarie a navigare in rete, sono spesso troppo sprovveduti rispetto alle problematiche legate alla affidabilità e credibilità delle informazioni che trovano nel Web e delle persone che incontrano nei luoghi virtuali³⁹: per questo motivo una attenzione orientata a offrire strategie di sostegno e di guida, nel rispetto della libertà dei ragazzi, potrà contribuire a tenerli lontani da possibili rischi.

Infine, si nota spesso nel rapporto fra le generazioni dei genitori dei nostri studenti, identificabile grosso modo con la generazione dei *baby boomers*, ossia i nati dal dopoguerra agli anni Sessanta, e quella degli studenti, identificabile con la *generazione Y* degli anni Novanta, come da parte dei genitori sia costantemente presente la preoccupazione di non capire le modalità comunicative dei giovani; da questa presunta incomunicabilità nasce spesso il distacco fra genitori e figli, gli ultimi lasciati liberi dai primi di fare ciò che credono, in quanto comunicativamente alieni. Come rilevato nel capitolo a opera del Coordinamento dei genitori, il semplice atto del comunicare può fare agio sul contenuto stesso, il significante sul significato: sono contattabile, dunque esisto⁴⁰. È necessario allora adeguare le categorie interpretative del linguaggio a questo modo di fare: non si parla soltanto perché si ha qualcosa da dire, ma anche per dimo-

³⁸ G.O. LONGO, *Il nuovo Golem – Come il computer cambia la nostra cultura*, Laterza, Bari-Roma, 2003⁴.

³⁹ B. J. FOGG, *Persuasive technology: using computers to change what we think and do*, Morgan Kaufmann, San Francisco, 2003, trad. it. *Tecnologia della persuasione*, Apogeo, Milano, 2005; J. GOLBECK, J. HENDLER, "Accuracy of metrics for inferring trust and reputation in semantic web-based social networks", *Proceedings of the 14th International Conference "Engineering knowledge in the age of the semantic Web" (EKAW 2004)*, Whittlebury Hall, 2004; M. LAZZARI, "An experiment on the weakness of reputation algorithms used in professional social networks: the case of Naymz", *Proceedings of the IADIS e-Society 2010 Conference*, Porto, 2010.

⁴⁰ E. MORELLI, L. POLI. A. ROVETTA, "I genitori tra rappresentazione di sé e dei figli nelle relazioni reali e virtuali".

strare di essere in rete, in ogni senso. Per chi ha plasmato le proprie convenzioni nell'era delle telefonate dal fisso o dalle cabine, il motto era “*niente nuove, buone nuove*”; per chi è nato nell'era del telefonino, è stato normale prima comunicare con gli “squilli” del cellulare, poi con le “faccine” degli SMS e ora con il chiacchiericcio dei social networks: ognuno è plasmato dall'humus tecnologico nel quale è cresciuto. Per i genitori, rifacendoci alle categorie di Roman Jakobson per le funzioni del linguaggio⁴¹, era ed è prevalente la funzione informativa del linguaggio (“*sto bene, ho fatto l'esame, torno venerdì*”); per i ragazzi ha grande rilievo la funzione fática (*dico cose che non interessano a nessuno, ma intanto ti dico che ci sono e quindi che sto bene e che se vuoi mi puoi parlare*), per non dire addirittura metafática, perché non tiene vivo un discorso in atto, ma evita che si consideri esaurito *IL discorrere* in quanto tale. E questo può essere finalizzato non soltanto all'interazione sociale, ma anche a scopi diversi, primo fra tutti l'apprendimento. Come sostenuto da una recente ricerca condotta su studenti sudafricani⁴², le tecnologie del Web 2.0, in particolare Facebook, permettono agli studenti di interagire socialmente e di aiutarsi fra pari a risolvere i problemi che via via si pongono nei processi di apprendimento; in sostanza, l'esperienza sudafricana dice che gli studenti, quando realizzano che i propri colleghi sono online seguendo le loro interazioni via Facebook, hanno l'opportunità di contattarli per interagire e farsi supportare nello studio. La stessa situazione è emersa nel corso della nostra ricerca quando diversi dei ragazzi intervistati hanno descritto le proprie modalità di svolgimento dei compiti a casa, affrontati usando Wikipedia per le ricerche, tenendo aperto Facebook o Twitter per sapere chi fa che cosa, interagendo tramite MSN per chiedere o dare spiegazioni ai compagni di studio, in un regime che va oltre la comunicazione tradizionale e potremmo definire di *comultiplazione*, con flussi sincroni e paralleli di informazioni che scorrono sulla

⁴¹ R. JAKOBSON, *Saggi di linguistica generale*, Feltrinelli, Milano, 1966.

⁴² E. HOWE, R.M. KEKWALETSE, “Utilizing Web 2.0 in a virtual learning environment: a South African context”, *Proceedings of the IADIS e-Society Conference*, Porto, Portugal, 2010.

rete⁴³. Si tratta di una evoluzione dei modi di intrattenersi e di apprendere in rete, con un uso combinato di diverse tecnologie, grazie al quale i risultati e gli effetti del tutto vanno al di là di quanto pensato in un rapporto di causa / effetto per le parti: come già prefigurato una quindicina d'anni fa da Ibrahim e Franklin⁴⁴, gli impieghi educativi del Web possono andare e vanno oltre gli stretti confini dei *corpora* di materiali didattici progettati per lo studio e coinvolgono strumenti e modi di operare non finalizzati all'apprendimento.

Bibliografia

M. AUGÈ, *Nonluoghi. Introduzione a un'antropologia della surmodernità*, Elèuthera, Milano, 2005.

S. BENNETT, K. MATON, L. KERVIN, "The 'digital natives' debate: A critical review of the evidence", *British Journal of Educational Technology*, **39**(5), 2008.

E. CAFFO, G.M. FARA (a cura di), *10° rapporto nazionale sulla condizione dell'infanzia e dell'adolescenza*, Eurispes - Telefono Azzurro, Roma, 2009.

L. COROMINA, G. COENDERS, "Reliability and validity of egocentered network data collected via web: a meta-analysis of multilevel multitrait multimethod studies", *Social networks*, **28**(3), 2006.

S. DI NUOVO, Z. HICHY, *Metodologia della ricerca psicossociale*, il Mulino, Bologna, 2007.

B. J. FOGG, *Persuasive technology: using computers to change what we think and do*, Morgan Kaufmann, San Francisco, 2003, trad. it. *Tecnologia della persuasione*, Apogeo, Milano, 2005.

⁴³ Come riferito nel capitolo di Giorgio Lanzi: "I compiti non li ho ancora fatti, aspetto tra cinque minuti di essere collegata con i miei compagni per svolgere tutto via computer"

⁴⁴ B. IBRAHIM, S.D. FRANKLIN, "Advanced educational uses of the World-Wide Web", *Computer networks and ISDN systems*, 27(6), 1995.

J. GOLBECK, J. HENDLER, "Accuracy of metrics for inferring trust and reputation in semantic web-based social networks", *Proceedings of the 14th International Conference "Engineering knowledge in the age of the semantic Web" (EKAW 2004)*, Whitebury Hall, 2004.

E. HOWE, R.M. KEKWALETSE, "Utilizing Web 2.0 in a virtual learning environment: a South African context", *Proceedings of the IADIS e-Society Conference*, Porto, Portugal, 2010.

J.G. IANNOTTA (a cura di), *Nontechnical strategies to reduce children's exposure to inappropriate material on the Internet: summary of a workshop*, National Academy Press, Washington, 2001.

B. IBRAHIM, S.D. FRANKLIN, "Advanced educational uses of the World-Wide Web", *Computer networks and ISDN systems*, **27**(6), 1995.

ISTAT, *Cittadini e nuove tecnologie*, Istituto Centrale di Statistica, Roma, 2009

R. JAKOBSON, *Saggi di linguistica generale*, Feltrinelli, Milano, 1966.

M. LAZZARI, "An experiment on the weakness of reputation algorithms used in professional social networks: the case of Naymz", *Proceedings of the IADIS e-Society 2010 Conference*, Porto, 2010.

G.O. LONGO, *Il nuovo Golem - Come il computer cambia la nostra cultura*, Laterza, Bari-Roma, 2003⁴.

K. LOZAR MANFREDA, V. VEHOVAR, V. HLEBEC, "Collecting egocentred network data via the Web", *Metodološki zvezki*, **1**(2), 2004.

E. MARCHETTO, "Su Facebook, come nei blog, le donne espongono di più la loro vita intima", *Diario aperto*, 10.3.2009.

E.M. MILIČ, E. MARCHETTO, R. COSTA, "So far from political punditry: everyday digital storytelling in Italy", *Reconstruction*, **8**(4), 2008.

U. MATZAT, C. SNIJDERS, "Does the online collection of ego-centered network data reduce data quality? An experimental comparison", *Social Networks*, **32**(2), 2010.

M. PRENSKY, "Digital natives, digital immigrants", *On the Horizon*, **9**(5), 2001.

P.C. RIVOLTELLA, *Screen generation*, Vita e pensiero, Milano, 2006.

B. SHNEIDERMAN, C. PLAISANT, *Designing the user interface*, Reading, MA, Addison-Wesley, 20095.

UFFICIO STUDI CONFINDUSTRIA (a cura di), *Osservatorio Italia digitale 2.0*, Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento per la digitalizzazione della pubblica amministrazione e l'innovazione tecnologica, 2009.

L. ULANOFF, "7 rules for MySpace parents", *PC Magazine*, 25.6.2008.