

## La Dieta Mediatica dei nostri figli

### 1. Introduzione

di Tonino Cantelmi

“Inability To Switch Off” è la sindrome che affligge il mondo post moderno tecnoliquido. Incapace di staccare la spina, l’uomo del terzo millennio vive in una “società incessante”, sempre attiva e sovraccarica di stimoli; generata dall’abbraccio ineludibile tra **il mondo liquido**<sup>1</sup>, così come annunciato di Zygmunt Bauman, e la **rivoluzione digitale** così come proposta da Steve Jobs.

La trasformazione della comunicazione dei media, l’interazione tra gli strumenti comunicativi, le innovazioni sociali e tecnologiche hanno fatto sì che l’uomo postmoderno sia sempre lì, pronto a digitare, a twittare, a condividere, senza differenze tra giorno e notte, tra feriale e festivo, tra casa e ufficio. Costantemente connesso sembra vivere quindi su due registri: quello reale e quello virtuale.

La tecnologia è divenuta un ambiente da abitare, un’ estensione della mente umana, un mondo che si intreccia con il mondo reale e che determina vere e proprie ristrutturazioni cognitive, emotive e sociali dell’esperienza. E’ capace di intercettare, esaltare e plasmare alcune caratteristiche dell’uomo liquido come il narcisismo, la velocità, l’ambiguità, la ricerca di emozioni e il bisogno d’ infinite relazioni light<sup>2</sup>, rideterminando così la costruzione dell’identità e delle relazioni.

Nella società incessante *Esserci* vuol dire rinunciare ad una identità stabile per entrare nell’unica dimensione possibile: quella della liquidità, ovverossia dell’identità mutevole, difforme, dissociata e continuamente ambigua di chi è e, al tempo stesso, non è.

Si assiste quindi a un’identità frammentata che diventa rappresentazione di se stessa. Apparire, attraverso i media, e “postare” un’immagine perfetta di sé da diffondere via etere è

---

<sup>1</sup> Bauman Z., “Il buio del postmoderno”, Aliberti Editore, 2011

<sup>2</sup> Cantelmi T., “Tecnoliquidità”, 2013

l'imperativo dell'uomo postmoderno tecnoliquido, lo scopo ultimo: ricevere una maggiore tecnoattenzione<sup>3</sup>.

L'uomo e la donna del terzo millennio, privi di vincoli, costruiscono legami liquidi, fragili e cangianti, pronti ad essere facilmente interrotti: ecco che prendono piede le tecnorelazioni.

E' proprio in questo contesto che crescono i nativi digitali.

Sottoposti a pervasive e precoci immersioni nella tecnologia, imparano subito a manipolare parti di sé nel virtuale attraverso gli avatar e i personaggi dei videogiochi. Sviluppano ampie abilità visuospatiali grazie ad un apprendimento prevalentemente percettivo, viceversa non sviluppano adeguate capacità simboliche, utilizzano il cervello in modalità multitasking, cioè sembrano riuscire a utilizzare più canali sensoriali e più modalità motorie contemporaneamente, in realtà si è visto che ciò potrebbe comportare una perdita di precisione, velocità esecutive, difficoltà di memorizzazione ed una "concentratio interrupta" (ovvero la disattenzione intermittente suscitata dal perenne bombardamento di stimoli). Sono abilissimi nel rappresentare le emozioni (attraverso la tecnomediazione della relazione), tramite immagini e simili, ma non nel descriverle. Se gli chiedi di usare parole specifiche per descrivere le emozioni spesso non riescono, sono abituati alle immagini, alle iperboli o a parole prive di significato emotivo, dato che le usano mentre non provano realmente quell'emozione. Risultano essere incapaci anche nel vivere le emozioni (anzi apprendono a scomporre l'esperienza emotiva e a viverla su due binari spesso non paralleli, quello dell'esperienza propria e quello della sua rappresentazione). Sono meno abili nella relazione face-to-face ma molto capaci nella relazione tecno mediata. Quindi, chi meglio di loro è in grado di "switchare" tra i due registri, quello virtuale e quello reale?

I nuovi media e le loro interazioni producono modelli simbolici che creano il tessuto invisibile della società dei nativi digitali a livello culturale. Nella società tecnoliquida postmoderna, sempre più individualistica, i media diventano un sostituto funzionale dei legami di gruppo, prendendo il posto di ciò che non è più realizzabile concretamente: il radunarsi di tutto il corpo sociale. Si produce così una virtuale integrazione con caratteristiche peculiari.<sup>4</sup>

Le tecnocomunità diventano tecnoreferenziate, si assiste pertanto alla costruzione autonoma dei percorsi del sapere e della conoscenza, dove gli adulti non sono più interpellati. I genitori appaiono disarmati rispetto all'auto-determinazione dei propri figli e sembra quasi che abbiano rinunciato alla loro funzione formativa, ecco che ci troviamo di fronte ad un'emergenza educativa.

L'ipertestualità, l'ipermedialità, l'elevata velocità, il sostanziale anonimato, i giochi d'identità, il superamento dei normali vincoli spaziotemporali, la parificazione dello status sociale, l'accesso a relazioni multiple, l'insorgenza di emozioni imprevedibili, l'anarchia e la libertà di

---

<sup>3</sup> *Sindrome narcisistica digitale, Formazione Psichiatrica e Scienze Umane*, periodico quadrimestrale Anno XXXIII n.2-3- Maggio - Dicembre 2012. Cantelmi T., Talli M. "*Condotte Tecno-Additive nell'era del Narcisismo Digitale*"

<sup>4</sup> Wolf M. "Gli effetti sociali dei media", Strumenti Bompiani, 1998

trasgressione sono gli ingredienti straordinari che hanno trasformato il cyberspazio in un'affascinante dimensione del nostro stesso vivere. Attraverso i media digitali è possibile amare, studiare, comprare e sognare.

L'indagine svolta cerca di fotografare le abitudini quotidiane dei ragazzi per illustrarne la "dieta mediatica". Lo scopo è di comprendere il rapporto dei nativi digitali con vecchie e nuove tecnologie e di capire se realmente sono in grado di abitare in modo responsabile i nuovi mondi: quello reale e quello virtuale.

## 2. Obiettivi e metodologia

La ricerca nasce dall'esigenza di saperne di più in merito alla nuova cultura tecnomediata nella quale i nativi digitale stanno crescendo. Tale interesse ci ha indotto a indagare la quantità di tempo che i bambini e gli adolescenti trascorrono con i differenti mezzi di comunicazione e la frequenza del loro utilizzo nelle diverse ore della giornata.

Questa esplorazione mira a due scopi principali: aumentare il numero di dati rigorosi e fruibili in letteratura su tale argomento e sostenere una nuova "media education", ovvero contribuire ad un'attività educativa e didattica mirata a sviluppare una informazione e una capacità di comprensione critica circa la natura e le categorie dei media e l'utilizzo di questi mezzi, soprattutto per sostenere i genitori nel loro difficile compito educativo.

Per la rilevazione dei dati è stato utilizzato un questionario che si articola in otto sezioni, ognuna specifica per un diverso mezzo di comunicazione:

- sezione 1: *Televisione*
- sezione 2: *Computer e Internet*
- sezione 3: *Telefonino*
- sezione 4: *Cinema*
- sezione 5: *Video Giochi*
- sezione 6: *Radio*
- sezione 7: *Riviste e quotidiani*
- sezione 8: *Libri*

Le differenti 8 sezioni sono state proposte ai giovani italiani dai 6 ai 20 anni. A conclusione dell'indagine sono state rilevate altre informazioni di carattere socio-demografico quali sesso, età, stato civile dei genitori, numero di fratelli e l'appartenenza o meno ad una realtà religiosa. I dati sono stati processati ed elaborati sistematicamente.

La popolazione che ha interessato la nostra ricerca è costituita dagli studenti delle scuole elementari, scuole medie inferiori e scuole medie superiori di età compresa tra i 6 e i 20 anni, in quanto l'obiettivo dello studio condotto è di fotografare la situazione italiana dei ragazzi nell'utilizzo dei media collocabili in questo target anagrafico. Il campione della ricerca è stato individuato considerando la zona geografica, l'età dei soggetti e il tipo di scuola. Sono state individuate 11 scuole tra elementari, medie inferiori e medie superiori di diverse regioni italiane. Le scuole sono state informate di far parte della ricerca tramite un documento standard inviato via posta elettronica, successivamente è stato contattato il Dirigente Scolastico per sondare la disponibilità a partecipare.

Una volta raccolte le adesioni delle scuole si è provveduto ad inviare per posta un plico contenente una lettera di accompagnamento per il Dirigente Scolastico, un protocollo per la somministrazione dei questionari in classe per il docente incaricato e il numero dei questionari richiesti stampati e spillati. Sul plico inviato è stata allegata una busta preaffrancata per la rispedizione dei questionari compilati.

Al ragazzo che partecipava alla ricerca veniva richiesto di rispondere a tutte le domande del questionario e di restituirlo al docente responsabile. La prima pagina conteneva le spiegazioni di compilazione e l'impegno nel difendere il loro anonimato.

Il docente incaricato per la consegna doveva distribuire in classe il questionario a ogni alunno e aveva la responsabilità della restituzione del materiale compilato da lasciare direttamente al Dirigente Scolastico, garante della rispedizione del plico. La durata della somministrazione è stata all'incirca un'ora in ogni scuola che ha aderito al progetto.

### 3. Il Campione

L'indagine è stata realizzata su un campione di 946 soggetti frequentanti diverse scuole distribuite sul territorio italiano. Il nostro studio ha adottato per la variabile "età" una classificazione specifica ripartita in tre fasce:

- da 6 a 10 anni;
- da 11 a 13 anni;
- da 14 a 20 anni.

<b>Tabella 1 – Gli intervistati raggruppati in fasce di età</b>			
<b>Classi di età</b>	<b>6 - 10</b>	<b>11 - 13</b>	<b>14-20</b>
<b>Numero questionari</b>	320	291	330
<b>Peso percentuale</b>	34,01	30,92	35,07

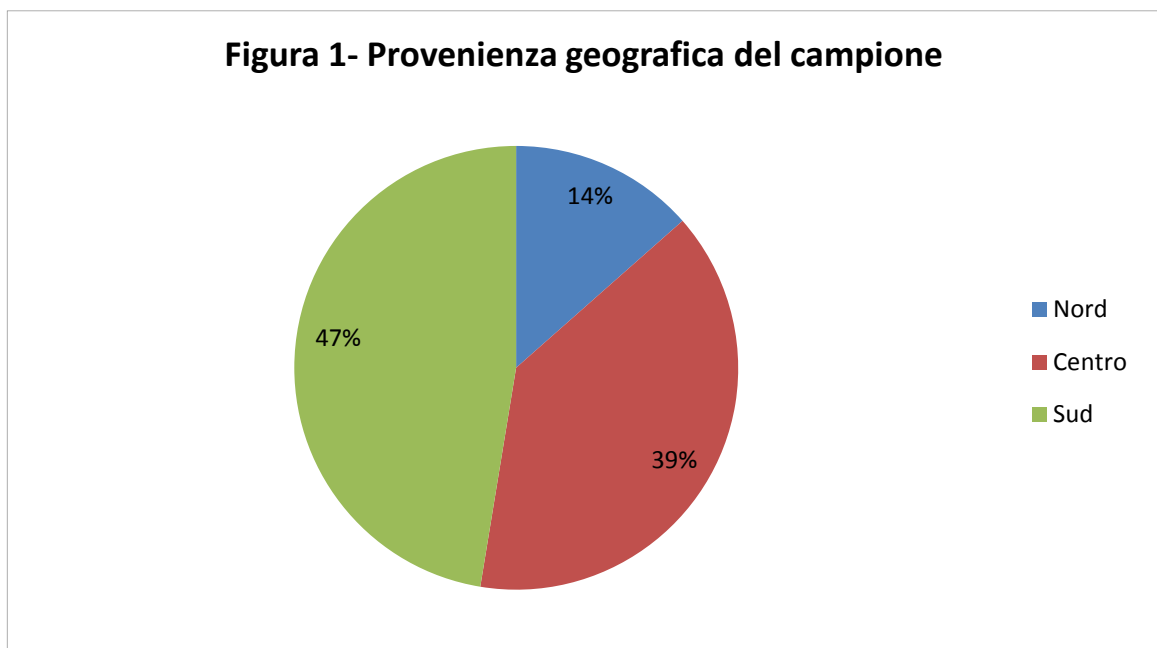
Tale suddivisione in classi di età ripartisce i questionari con incidenze percentuali omogenee e inoltre è in linea con la durata istituzionale dei corsi di studio. Da suddetta premessa, la tabella 2 si può scrivere nel modo seguente:

<b>Tabella 2 – Gli intervistati raggruppati in classi di età tenuto conto del sesso</b>			
<b>Classi di età</b>	<b>F%</b>	<b>M%</b>	<b>Totale</b>
<b>6-10</b>	32,2	35,9	33,9
<b>11-13</b>	32,0	30,0	31,1
<b>14-20</b>	35,8	34,1	35,0
<b>Totale</b>	100,0	100,0	100,0

Il campione si rivela piuttosto bilanciato rispetto al genere dei rispondenti e alle fasce di età; come indicato nella classe di età che riguarda i ragazzi dai 6 ai 10 anni (Tab.2), le femmine compongono il 32,2 % del totale femminile considerato, mentre il numero dei ragazzi è di poco superiore (35,9%). Invece, per le fasce di età comprese tra gli 11 e i 13 anni e tra i 14 e i 20 anni è il campione femminile ad essere di poco superiore (32% vs 30%, 35,8% vs 34,1%).

Rispetto alla provenienza geografica possiamo notare nella Tab. 3 che la maggioranza delle scuole che hanno aderito al progetto provengono dal sud dell'Italia (47,4%), percentuale decisamente più alta rispetto al numero dei partecipanti provenienti dal nord (13,5%) e dal centro Italia (39,1%).

<b>Macroarea</b>	<b>freq.</b>	<b>%</b>
<b>Nord</b>	128	13,5%
<b>Centro</b>	370	39,1%
<b>Sud</b>	448	47,4%
<b>Totale</b>	946	100,00%



## 4. Televisione

Dopo la Seconda Guerra Mondiale, la televisione ha avuto il suo boom in tutte le aree industrializzate del mondo innescando una delle più influenti e profonde trasformazioni del tessuto sociale.

Al sonoro, proposto dalla radio, si è aggiunta l'immagine; all'immagine in bianco e nero si è sostituita quella a colori, poi in HD ed ora, negli apparecchi di ultima generazione, l'immagine in 3D. Al telespettatore è offerta una percezione sensoriale quasi completa e una rappresentazione simbolica delle norme e dei valori socio-culturali, tutto questo provoca, inevitabilmente, un grande coinvolgimento emotivo e una forte fidelizzazione.

La televisione, nonostante le diverse innovazioni tecnologiche, rimane ancora oggi "la regina incontrastata" dei salotti e delle camerette da letto dei ragazzi. Da molto tempo detta mode, tendenze, modelli da seguire, linguaggi e altro ancora, influenzando, e a volte conformando, gli stili di vita e i sistemi valoriali. La Tv ha reagito al nuovo che avanza, non diventando mai una tecnologia obsoleta: ha modificato i suoi "format", i suoi contenuti e i suoi canali. Ha abbandonato la sua tipica comunicazione unidirezionale, lasciando spazio al pubblico "sovrano": non è più l'emittente a decidere i programmi di cui deve fruire l'utente, ma è quest'ultimo a scegliere cosa vedere, dove e quando, in sostanza è divenuta una TV interattiva. Si è saputa adeguare, quindi, alla società incessante.

### **I nativi digitali che rapporto hanno con la televisione?**

Il primo dato interessante è il tempo trascorso davanti alla televisione, nel corso della giornata, in relazione alla fascia di età dei ragazzi. Di fatto, si può notare che sono i più piccoli a dedicare maggior tempo alla Tv: **circa il 30% dei ragazzi dai 6 ai 10 anni trascorre più di 3 ore davanti la televisione (Tab. 4).** Il tempo dedicato alla Tv non sembra essere particolarmente influenzato dallo svolgimento di attività extra scolastiche come la pratica di uno sport o lezioni di musica; alla televisione i ragazzi sembrano non rinunciare.

In realtà, riteniamo che la percezione del tempo trascorso davanti alla Tv non sia del tutto reale, ma che sia piuttosto sottostimata. Tale supposizione è supportata dai dati particolarmente elevati della Tab. 8, infatti, 3 intervistati su 10 hanno risposto che "spesso" trascorrono diverse ore davanti la Tv senza rendersene conto (interessante notare che in questa risposta non si rilevano differenze statisticamente significative per quanto riguarda il sesso e l'età dell'intervistato).

Questo errore cognitivo può essere giustificato attraverso la teoria del "Mental Clock": un meccanismo significativo di alterazione della percezione temporale dipendente dalle variazioni del carico cognitivo ossia, quando il tempo mentale rallenta, per effetto di un aumentato carico attenzionale (il tempo misurato dagli orologi sembra scorrere più velocemente). Un altro

fenomeno dissociativo tipico della "mente davanti ad uno schermo" è quello di perdere anche la cognizione dello spazio intorno a noi, siamo nel film, nel cartone animato e via dicendo. Non ci ricordiamo e nemmeno vediamo la stanza o i contorni della tv. Perdendo la cognizione dello spazio smarriamo anche quella del tempo.

Insomma la televisione cattura la nostra attenzione tanto da farci sottostimare il tempo in cui la guardiamo.

<b>Tabella 4 - Durante la giornata quanto tempo guardi la televisione?</b>						
Classe di età 6 - 10						
<b>Risposte</b>	<b>Freq.</b>	<b>% No Att. Extra scolastiche</b>	<b>Freq.</b>	<b>% Si Att. Extra scolastiche</b>	<b>Freq.</b>	<b>% Tot</b>
<b>Mai</b>	0	0%	2	1%	2	1%
<b>meno di 1 ora</b>	20	13%	34	20%	54	17%
<b>da 1 a 2 ore</b>	79	53%	98	57%	177	54%
<b>da 3 a 5 ore</b>	43	29%	34	20%	77	24%
<b>più di 5 ore</b>	8	5%	4	2%	12	4%
<b>Totale risposte</b>	150	100%	172	100%	322	100%

Il tempo di permanenza davanti alla Televisione è stato messo in relazione alle attività extra scolastiche svolte dal campione.

<b>Tabella 5 - Durante la giornata quanto tempo guardi la televisione?</b>						
Classe di età 11- 13						
<b>Risposte</b>	<b>Freq.</b>	<b>% No Att. Extra scolastiche</b>	<b>Freq.</b>	<b>% Si Att. Extra scolastiche</b>	<b>Freq. Tot</b>	<b>TOT %</b>
<b>Mai</b>	0	0%	5	2%	5	2%
<b>meno di 1 ora</b>	20	29%	73	32%	93	32%
<b>da 1 a 2 ore</b>	34	52%	107	48%	141	49%
<b>da 3 a 5 ore</b>	9	14%	33	15%	42	14%
<b>più di 5 ore</b>	3	5%	6	3%	9	3%
<b>Totale risposte</b>	66	100%	224	100%	290	100%

Il tempo di permanenza davanti alla Televisione è stato messo in relazione alle attività extra scolastiche svolte dal campione.

<b>Tabella 6 - Durante la giornata quanto tempo guardi la televisione?</b>						
Classe di età 14-20						
<b>Risposte</b>	<b>Freq.</b>	<b>% No Att. Extra scolastiche</b>	<b>Freq.</b>	<b>% Si Att. Extra scolastiche</b>	<b>Freq. Tot</b>	<b>TOT %</b>
<b>Mai</b>	5	6%	9	4%	14	4%
<b>meno di 1 ora</b>	20	23%	52	22%	72	22%
<b>da 1 a 2 ore</b>	42	48%	130	54%	172	52%
<b>da 3 a 5 ore</b>	18	21%	43	18%	61	19%
<b>più di 5 ore</b>	2	2%	7	3%	9	3%
<b>Totale risposte</b>	87	100%	241	100%	328	100%

Il tempo di permanenza davanti alla Televisione è stato messo in relazione alle attività extra scolastiche



<b>Tabella 7 - Durante la giornata quanto tempo guardi la televisione?</b>						
Campione Totale						
Risposte	Freq.	% No Att. Extra scolastiche	Freq.	% Si Att. Extra scolastiche	Freq. Tot	TOT %
<b>Mai</b>	5	2%	16	3%	21	2%
<b>meno di 1 ora</b>	60	20%	159	25%	219	24%
<b>da 1 a 2 ore</b>	155	51%	335	52%	490	52%
<b>da 3 a 5 ore</b>	70	23%	110	17%	180	19%
<b>più di 5 ore</b>	13	4%	17	3%	30	3%
<b>Totale risposte</b>	303	100%	637	100%	940	100%

Il tempo di permanenza davanti alla Televisione è stato messo in relazione alle attività extra scolastiche svolte dal campione.

<b>Tabella 8 - Ti capita di trascorrere delle ore davanti alla tv senza accorgerti che il tempo passa?</b>						
Campione Totale suddiviso per classi di età						
Risposte	Freq. 6-10	% 6-10	Freq. 11-13	% 11-13	Freq. 14-20	% 14-20
<b>Mai</b>	68	21,1%	55	18,9%	45	13,7%
<b>raramente</b>	121	37,6%	136	46,7%	151	45,9%
<b>sempre</b>	23	7,1%	16	5,5%	30	9,1%
<b>spesso</b>	110	34,2%	84	28,9%	103	31,3%
<b>Totale Risposte</b>	322	100%	291	100%	329	100%

<b>Tabella 9 - Ti capita di trascorrere delle ore davanti alla tv senza accorgerti che il tempo passa?</b>				
Totale del campione in base al sesso				
Risposte	Freq. F.	% F	Freq. M	% M
<b>mai</b>	91	18,1%	77	17,5%
<b>raramente</b>	221	43,9%	187	42,6%
<b>sempre</b>	35	7 %	34	7,7%
<b>spesso</b>	156	31%	141	32,1%
<b>Totale risposte</b>	503	100%	439	100%

Una percentuale relativamente alta dell'intero campione (22% Tab. 7) dichiara di trascorrere più di 3 ore davanti al piccolo schermo. L'utilizzo della Tv si può trasformare in abuso e addirittura portare a situazioni d'isolamento sociale: una spia di tale condizione di distacco dalla vita aggregativa è rappresentata dal 21% degli intervistati che ha risposto di preferire la compagnia della Tv ad un incontro con amici (Tab. 10). In effetti, esistono diversi indicatori, qualitativi e quantitativi, importanti per comprendere se l'uso del mezzo televisivo è eccessivo e rischia di sfociare in una vera e propria "dipendenza". Tra questi troviamo, anche, una riduzione drastica delle attività di svago alternative alla visione della TV e una rarefazione dei rapporti sociali. Il 20% del campione, sempre appartenente alla classe di età 6-10 anni, la domenica preferisce rimanere a casa a guardare la televisione piuttosto che uscire con gli amici o passare del tempo con i genitori (Tab. 15). In questo caso la Tv è una vera e propria passione, l'attenzione e il tempo che i ragazzi dedicano al piccolo schermo sono totali e incondizionati, motivati da un appuntamento atteso al quale non possono mancare.

Il 40% dei ragazzi dagli 11 ai 13 anni e circa il 50% dei ragazzi dai 14 ai 18 anni accende la televisione pur non sapendo cosa vuole vedere, risulta essere un modo come un altro per rilassarsi o passare il tempo (Tab. 11).

L'81% dei più piccini accende la televisione per il desiderio di vedere un programma specifico, la visione televisiva assume, in questo caso, un valore strumentale: accompagna le attività quotidiane, può essere un elemento rassicurante di compagnia, un mezzo per organizzare le attività e per scandire il tempo.

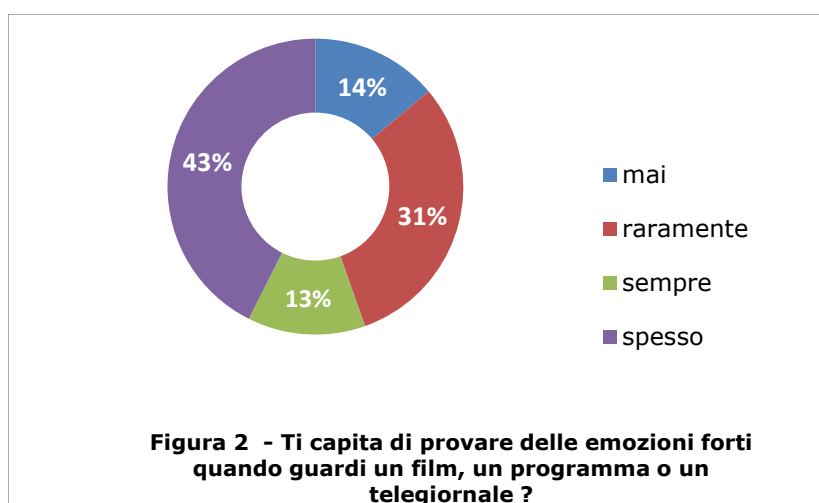
Il 51% degli intervistati continua a vedere un programma anche se non gli piace o non è interessato (Tab. 12), così facendo la Tv diventa un'attività indolente, che si svolge in mancanza di un'alternativa migliore.

<b>Tabella 10 - Ti capita spesso di rimanere a guardare in televisione un programma che ti piace, piuttosto che uscire con gli amici?</b>		
Campione Totale		
<b>Risposte</b>	<b>Freq.</b>	<b>%</b>
<b>No</b>	732	79%
<b>Si</b>	193	21%
<b>Totale Risposte</b>	925	100%

<b>Tabella 11 - Quando accendi la TV sai già cosa devi vedere?</b>								
Campione Totale suddiviso per classi di età								
Risposte	<b>Freq. 6-10</b>	<b>% 6-10</b>	<b>Freq. 11-13</b>	<b>% 11-13</b>	<b>Freq. 14-20</b>	<b>% 14-20</b>	<b>Freq. Tot.</b>	<b>Tot %</b>
<b>No</b>	58	18,1%	116	40,3%	161	49,7%	335	35,9%
<b>Si</b>	263	81,9%	172	59,7%	163	50,3%	598	64,1%
Totale Risposte	321	100%	288	100%	324	100%	933	100%

<b>Tabella 12 - Ti capita di guardare la TV, anche se il programma non ti piace?</b>		
Totale del Campione		
<b>Risposte</b>	<b>Freq.</b>	<b>%</b>
<b>Mai</b>	457	49%
<b>Raramente</b>	241	26%
<b>Sempre</b>	144	15%
<b>Spesso</b>	92	10%
<b>Totale risposte</b>	934	100%

Sempre nell'ottica di una ipotetica dipendenza, provare un senso di euforia durante l'esposizione alla Tv è un altro indicatore di abuso del mezzo. Il 56% del campione (Tab. 13 e Fig. 2) dichiara di essere "sempre" e "spesso" emotivamente coinvolto durante la visione dei programmi televisivi: le immagini e i vissuti "in onda" sono così attraenti e stimolanti che, in alcuni casi, potrebbero svolgere una funzione compensatoria alla vita reale. La comunicazione televisiva sa rispondere alle richieste emotivo-affettive e ai bisogni individuali dei bambini e degli adolescenti, assumendo un ruolo sociale sicuro, conosciuto e condiviso in cui trovano ascolto le istanze personali. Alla luce di questa considerazione si possono leggere i dati precedenti che indicano una percentuale alta di ragazzi che preferiscono rimanere a casa per vedere la TV (Tab. 10).



Campione Totale		
Risposte	Freq.	%
<b>Mai</b>	130	14%
<b>Raramente</b>	288	31%
<b>Sempre</b>	118	13%
<b>Spesso</b>	399	43%
<b>Totale risposte</b>	935	100%

Il fascino della TV appare ulteriormente evidenziato anche dai dati della Tab. 14 e Tab. 15 dove emerge che circa il 42% degli appartenenti alla media fanciullezza (6-10 anni) è **più a disagio, irrequieto o ansioso, se non ha la possibilità di vedere il suo programma preferito.** Mostrare una sorta di "crisi di astinenza" con nervosismo e irritabilità nel momento in cui non è possibile guardare la televisione rappresenta un altro degli indicatori qualitativi e quantitativi importanti per comprendere se l'uso del mezzo televisivo sia eccessivo.

Nello sviluppo di una vera e propria dipendenza potrebbero essere più predisposti i ragazzi che hanno una rete sociale esigua o inesistente, oppure che hanno diverse problematiche relazionali.

<b>Tabella 14- Quando non puoi vedere il tuo programma TV preferito ti senti irrequieto o ansioso?</b>								
Campione Totale suddiviso per classi di età								
Risposte	Freq. 6-10	% 6-10	Freq. 11-13	% 11-13	Freq. 14-20	% 14-20	Freq. Tot.	Tot %
abbastanza	74	23%	47	16%	69	21%	190	20%
molto	61	19%	28	10%	17	5%	106	11%
poco	78	34%	99	39%	101	43%	278	39%
per niente	108	24%	113	35%	140	31%	361	30%
<b>Totale Risposte</b>	321	100%	287	100%	327	100%	935	100%

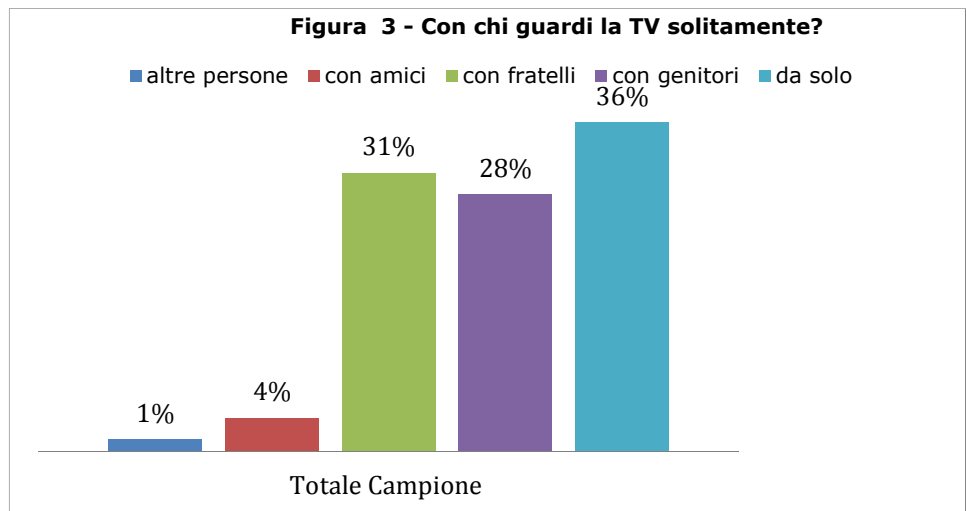
<b>Tabella 15 - La domenica preferisci...</b>								
Campione Totale suddiviso per classi di età								
Risposte	Freq. 6-10	% 6-10	Freq. 11-13	% 11-13	Freq. 14-20	% 14-20	Freq. Tot.	Tot %
<b>Stare a casa e guardare la TV</b>	63	20%	23	8%	44	14%	130	14%
<b>ascoltare musica</b>	15	5%	18	6%	14	4%	47	5%
<b>Stare davanti il computer</b>	14	4%	16	6%	15	5%	45	5%
<b>leggere</b>	13	4%	12	4%	6	2%	31	3%
<b>stare con tuoi</b>	118	37%	56	19%	33	10%	207	22%
<b>uscire con amici</b>	99	30%	163	57%	212	65%	474	51%
<b>Totale risposte</b>	322	100%	288	100%	324	100%	934	100%

<b>Tabella 16 - La domenica preferisci...</b>				
Totale del campione in base al sesso				
Risposte	Freq. F.	% F	Freq. M	% M
<b>Stare a casa e guardare la TV</b>	57	11%	73	17%
<b>ascoltare musica</b>	33	7%	14	3%
<b>Stare davanti il computer</b>	24	5%	21	5%
<b>Leggere</b>	22	4%	9	2%
<b>stare con tuoi</b>	115	23%	92	21%
<b>uscire con amici</b>	249	50%	225	52%
<b>Totale risposte</b>	500	100%	434	100%

Poiché, rimane fondamentale il ruolo genitoriale per un uso responsabile dei media e per un'azione di prevenzione, molte domande del questionario sono state concepite per indagare quali fossero, o se esistessero, delle regole sull'utilizzo della Tv e se gli adulti svolgessero un ruolo di facilitatori nella decodifica dei contenuti televisivi.

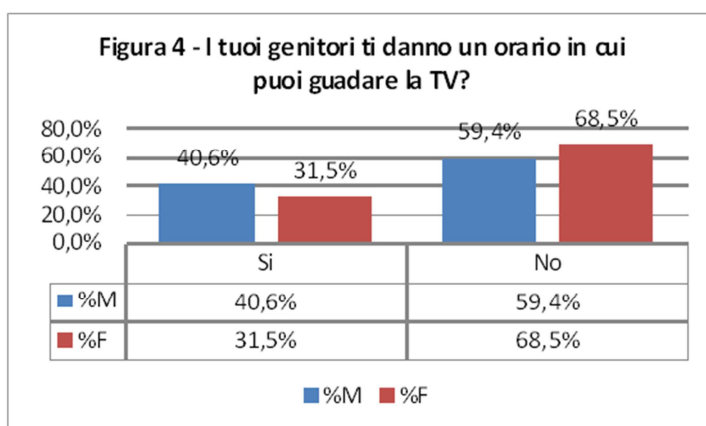
È emerso che il 20% dei ragazzi di età inferiore ai 10 anni e il 34% tra gli 11 e 13 anni guarda abitualmente da solo la televisione.

Inoltre, è impressionante la facilità con cui un bambino lasciato solo



può accedere alla visione di contenuti non idonei alla sua età: circa il 60% del campione vede film non adatti ai minori e il 36% lo fa abitualmente (Tab. 18). Il 28% dei bambini (6-10 anni) non ha alcun limite di orario in cui guardare la "tele" (la percentuale è significativamente alta per tutto il campione 64% Tab. 20).

I rischi legati al fatto di non dare delle regole ai ragazzi e lasciarli spesso soli durante la visione sono molteplici e producono spesso effetti di natura psicologica. Sarebbe buona norma guardare la televisione insieme ai bambini in modo da dare ai propri figli una chiave di interpretazione per capire ciò che appare sul teleschermo; per aiutarli ad avere un atteggiamento più attivo di fronte all'immagine, alle emozioni e ai messaggi televisivi e infine per commentare insieme i programmi, creando una occasione di incontro per la famiglia e di crescita per i bambini.



Se questo non avviene la conseguenza è un aumento dei livelli di ansia nei piccoli telespettatori, infatti, data la loro immaturità non possiedono ancora le abilità e le competenze cognitive, sociali e morali necessarie per decodificare in modo corretto le informazioni acquisite. Ad esempio, la percezione che i bambini hanno della guerra è largamente influenzata da ciò

che la Televisione mostra, la distinzione tra realtà e finzione può subire significative distorsioni e l'impatto emotivo di un evento raccontato dai media non sempre corrisponde alla realtà. Le

immagini violente o paurose possono colpire i bambini e restare impresse nella loro memoria dando luogo a paure o a imitazioni di atti antisociali e aggressivi rappresentati sullo schermo.

La televisione tende a desensibilizzare lo spettatore, il primo atto violento cui si assiste colpisce emotivamente molto più del millesimo, producendo un effetto di assuefazione.

Quindi i bambini non si stupirebbero più di vedere ogni giorno cadaveri o città bombardate ma proverebbero un generico senso di dispiacere, legato alle idee negative sulla guerra e sulla morte, interiorizzate fin dalla prima infanzia. È presente, però, la paura che le notizie negative possano, prima o poi, coinvolgere anche loro. Tale paura dovrebbe essere ridimensionata dalle rassicurazioni dei genitori. I bambini spesso non riescono a comprendere il contenuto di alcuni programmi televisivi, ad esempio i telegiornali, perciò la mancanza di un mediatore adulto impedisce una fruizione corretta, approfondita e continuativa del mezzo di informazione televisivo e contribuisce a costruire interpretazioni incomplete o distorte della realtà<sup>5</sup>.

Un altro rischio legato all'esposizione senza limiti di orario comporta che i bambini possano vedere contenuti non adatti alla loro età. La letteratura ha confermato l'esistenza di una correlazione tra esposizione alla violenza in tv e la messa in atto di comportamenti aggressivi. Il bambino, infatti, può arrivare a confondere la violenza vera con quella televisiva, a identificarsi in personaggi violenti e a considerare l'aggressività come il modo migliore per gestire le situazioni difficili; può trovarsi davanti a messaggi che, anziché rafforzare i valori, ampliare la conoscenza e sviluppare le capacità critiche, possono incrementare atteggiamenti distruttivi per se stesso e per gli altri e tutto questo incide sullo sviluppo della personalità.

Tutto quello che non può essere simbolizzato, ossia decodificato e integrato agli altri aspetti del mondo dello spettatore, viene incluso così com'è. In questo modo vengono adottati tout court comportamenti, atteggiamenti, modi di dire in modo acritico.

Come hanno evidenziato gli autori del volume *Erosi dai Media*<sup>6</sup>, negli ultimi anni si assiste ad un fenomeno chiamato ipersessualizzazione precoce, dovuta a una continua esposizione a proposte e messaggi relativi alla sessualità veicolate da tutti i mezzi di comunicazione. Tali messaggi sono troppi, troppo svincolati dal rapporto d'amore, troppo rappresentativi della felicità e del rapporto di coppia a scapito di altri aspetti dell'intimità personale, troppo inappropriati per il pubblico dei media-dipendenti e dei più vulnerabili; raggiungono, infine, troppo presto il pubblico dei minori così da violare il loro diritto a una formazione sana ed equilibrata.

Solitamente la sessualità a cui si allude e che viene inscenata e apprezzata è di tipo istintivo, trasgressivo e spettacolare, fra persone non impegnate reciprocamente in un rapporto coniugale e a volte neppure di amicizia, affetto o simpatia; i comportamenti sessuali prevalgono sugli altri aspetti del rapporto interpersonale, la sessualità è presentata come

---

<sup>5</sup> Polsoni L., *Aspetti psicologici della fruizione di contenuti televisivi violenti da parte di soggetti in età evolutiva*, [http://integrazione36.altervista.org/articoli/Asp\\_psic\\_TV.pdf](http://integrazione36.altervista.org/articoli/Asp_psic_TV.pdf)

<sup>6</sup> Cantelmi T., Lambiase E., Mugnaini D, Lassi S. "Erosi dai media: le trappole dell'ipersessualizzazione moderna", Edizioni San Paolo Cinisello Balsamo (MI),2011

ricreativa e senza conseguenze negative, sempre appropriata e dalle conseguenze solo positive.

L'esposizione sempre più precoce e intensa a stimoli sessuali provenienti dall'attuale "villaggio globale" non fa che stimolare, eccitare e rinforzare sempre più e sempre prima la pulsione sessuale, quale "pulsione" primaria da soddisfare, a prescindere dalla sua integrazione con le aree socio-affettiva, valoriale ed esistenziale. Quasi sempre e soprattutto nei bambini e nei soggetti più vulnerabili e fragili, tale influenza si innesta in modo disarmonico in una personalità ancora immatura sul piano dell'intelligenza emotiva e morale, compromettendone lo sviluppo sano.

Relativamente a quanto esposto, non ci sorprende che il genere femminile consideri come aspetto centrale della propria autostima il proprio corpo e quanto esso sia sessualmente attraente (quanti sguardi e apprezzamenti sessuali riceve). Tutto ciò determina l'auto-oggettificazione: un processo che comporta un'*identità sessualizzata ed oggettificata*<sup>7</sup>.

L'autostima, la tendenza a vedersi in termini positivi oppure negativi, inizia a diventare un aspetto fondamentale negli anni della media fanciullezza, anche se molti studi trasversali dimostrano che l'autostima di fatto diminuisce nell'età scolare<sup>8</sup>. In questa fase l'autoconsapevolezza dei bambini va quindi incontro ad una marcata trasformazione, iniziano a riflettere su se stessi in termini psicologici, analizzano le proprie qualità e si valutano mettendosi a confronto non solo con i coetanei ma anche con gli stereotipi veicolati dai mezzi di comunicazione di massa. Le relazioni, il rendimento scolastico, la condotta, gli sport e l'aspetto esteriore sono le cinque dimensioni su cui i bambini in età scolare costituiscono la propria autostima.

**I contenuti televisivi spesso propinano stili di vita irrealistici e ideali di bellezza distorti, tutto questo provoca consistenti effetti negativi sulla valutazione del sè.**

L'accettazione del proprio aspetto, ad esempio, è particolarmente importante in questa fase della vita e i mass media influenzano moltissimo la percezione della propria immagine corporea, infatti studi riguardanti l'immaginario televisivo e la bellezza come ideale, hanno portato alla conclusione che l'esposizione a tali immagini conduce all'aumento degli stati di insoddisfazione corporea<sup>9</sup>.

Proprio per questo riteniamo preoccupante il dato della Tab. 4: oltre il 30% dei ragazzi dai 6 ai 10 anni trascorre più di 3 ore davanti la televisione, soprattutto se a questa percentuale si aggiunge anche quella del 20% dei bambini che guardano da soli la TV.

Quindi, come affermato in precedenza, sarebbe preferibile da parte dei genitori accompagnare nella visione dei programmi i piccoli telespettatori per capire che effetto hanno su di loro le immagini e per dividerne le emozioni, commentare alcuni passaggi, spiegare e tranquillizzare. Rilevante è anche la percentuale degli intervistati che dichiara di aver trasgredito alle regole vedendo dei programmi vietati dai genitori. (Tab. 21-22).

<sup>7</sup> Cantelmi T., Lambiase E., Mugnaini D., Lassi S. "Erosi dai media", Edizioni San Paolo, 2011

<sup>8</sup> Frey e Ruble, 1985, 1990; Erter e Pike, 1984; Lee, J., Super e Arcness, 2003

<sup>9</sup> Cattarin, 2000; Hargreaves e Tiggemann, 2002; Heinberg e Thompson, 1995; Lavine, 1999



Aggirare i divieti potrebbe essere facilitato dal fatto che gran parte dei ragazzi (più del 60% Fig. 5) possiede un apparecchio televisivo nella propria cameretta.

<b>Tabella 17 - Con chi guardi la TV solitamente?</b>						
Campione Totale suddiviso per classi di età						
Risposte	Freq. 6-10	% 6-10	Freq. 11-13	% 11-13	Freq. 14-20	% 14-20
con altre persone	1	0%	2	1%	9	3%
con amici	8	3%	15	5%	11	3%
con fratelli	116	36%	94	33%	76	23%
con genitori	132	41%	80	28%	52	16%
da solo	63	20%	98	34%	177	54%
<b>Totale risposte</b>	<b>320</b>	<b>100%</b>	<b>289</b>	<b>100%</b>	<b>325</b>	<b>100%</b>

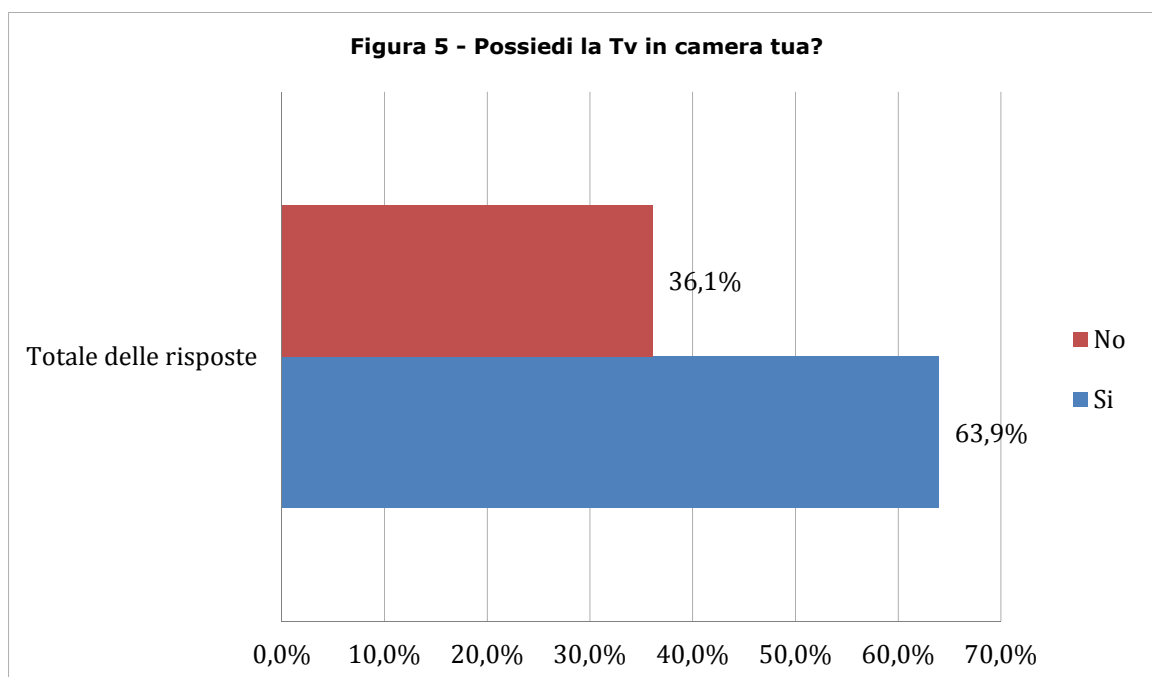
<b>Tabella 18 - Hai mai visto un film o un programma televisivo non adatto a minori di 18 anni?</b>								
Campione Totale suddiviso per classi di età								
Risposte	Freq. 6-10	% 6-10	Freq. 11-13	% 11-13	Freq. 14-20	% 14-20	Freq. Tot.	Tot %
mai	215	67,0%	107	37,3%	28	8,7%	350	37,6%
raramente	66	20,6%	102	35,5%	79	24,5%	247	26,5%
sempre	9	2,8%	33	11,5%	63	19,5%	105	11,3%
spesso	31	9,7%	45	15,7%	153	47,4%	229	24,6%
<b>Totale risposte</b>	<b>321</b>	<b>100%</b>	<b>287</b>	<b>100%</b>	<b>323</b>	<b>100%</b>	<b>931</b>	<b>100%</b>

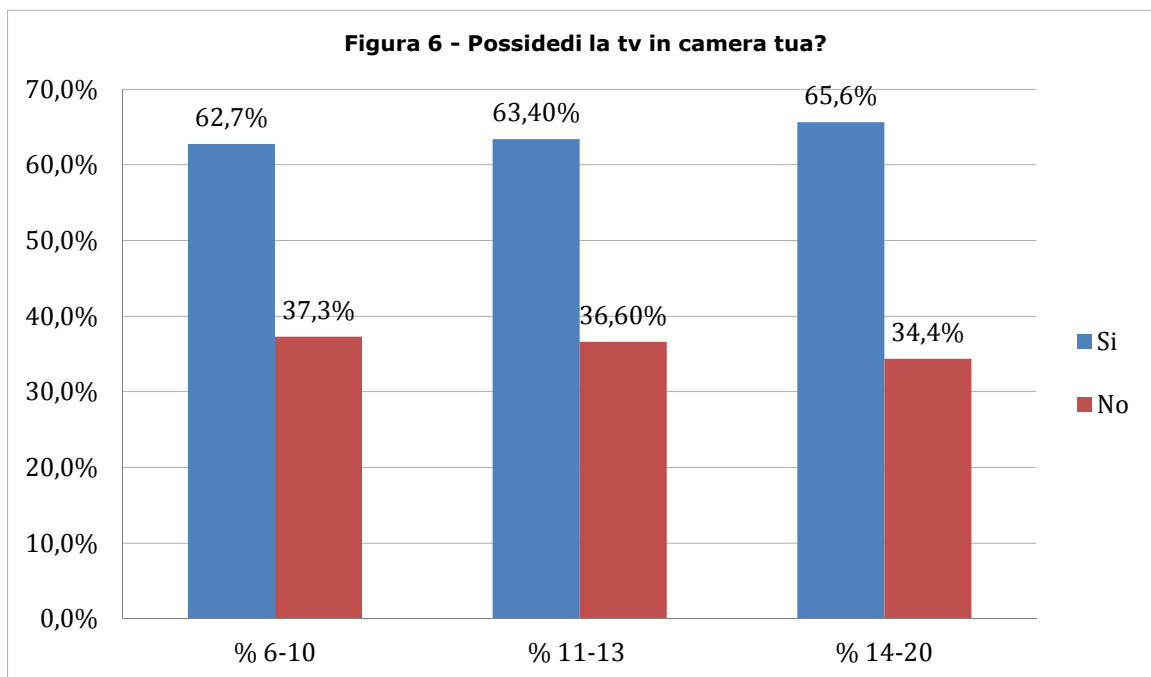
<b>Tabella 19 - Hai mai visto un film o un programma televisivo non adatto a minori di 18 anni ?</b>				
Totale del campione in base al sesso				
Risposte	Freq. F.	% F	Freq. M	% M
Mai	211	42,5%	139	32,0%
Raramente	144	29,0%	103	23,7%
Sempre	45	9,1%	60	13,8%
spesso	96	19,4%	133	30,6%
<b>Totale risposte</b>	<b>496</b>	<b>100%</b>	<b>435</b>	<b>100%</b>

<b>Tabella 20 - I tuoi genitori ti danno un orario in cui puoi guardare la TV?</b>								
Campione Totale suddiviso per classi di età								
Risposte	Freq. 6-10	% 6-10	Freq. 11-13	% 11-13	Freq. 14-20	% 14-20	Freq. Tot.	Tot %
No	91	28,5%	214	74%	296	90,5%	601	64,3%
Si	228	71,5%	75	26%	31	9,5%	334	35,7%
<b>Totale risposte</b>	<b>319</b>	<b>100%</b>	<b>289</b>	<b>100%</b>	<b>327</b>	<b>100%</b>	<b>935</b>	<b>100%</b>

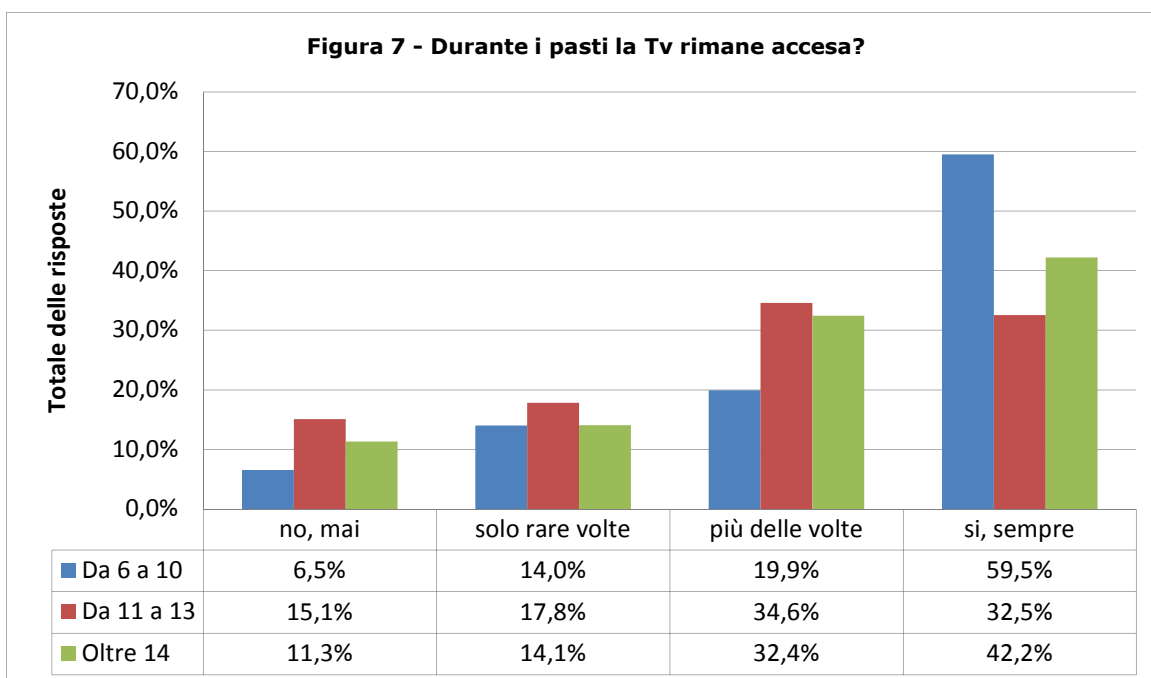
<b>Tabella 21 - Hai guardato film o programmi che ti avevano vietato?</b>								
Campione Totale suddiviso per classi di età								
Risposte	Freq. 6-10	% 6-10	Freq. 11-13	% 11-13	Freq. 14-20	% 14-20	Freq. Tot.	Tot %
mai	272	84,7%	211	73,0%	167	52,8%	650	70,2%
raramente	35	10,9%	46	15,9%	76	24,1%	157	17,0%
sempre	5	1,6%	10	3,5%	28	8,9%	43	4,6%
spesso	9	2,8%	22	7,6%	45	14,2%	76	8,2%
<b>Totale risposte</b>	<b>321</b>	<b>100%</b>	<b>289</b>	<b>100%</b>	<b>316</b>	<b>100%</b>	<b>926</b>	<b>100%</b>

<b>Tabella 22 - Hai guardato film o programmi che ti avevano vietato?</b>				
Totale del campione in base al sesso				
Risposte	Freq. F.	% F	Freq. M	% M
mai	369	74,4%	281	65,3%
raramente	79	15,9%	78	18,1%
sempre	16	3,2%	27	6,3%
spesso	32	6,5%	44	10,2%
<b>Totale risposte</b>	<b>496</b>	<b>100%</b>	<b>430</b>	<b>100%</b>

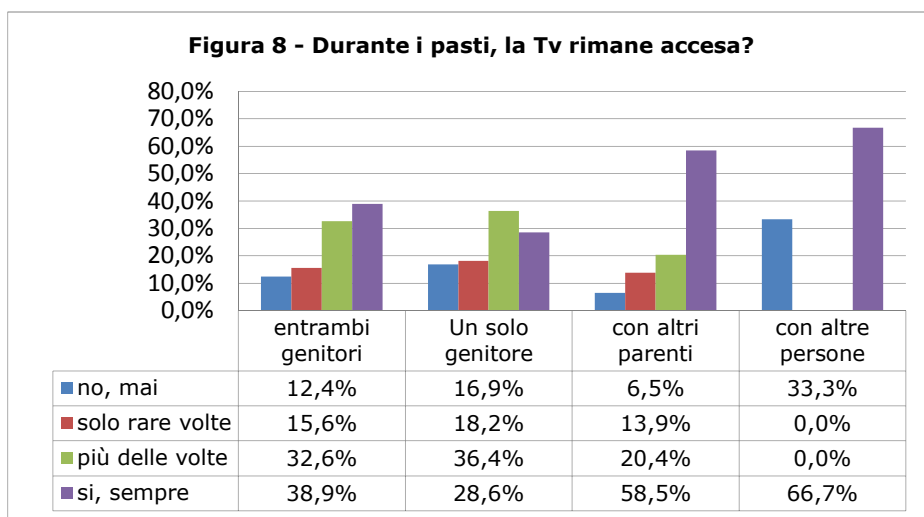




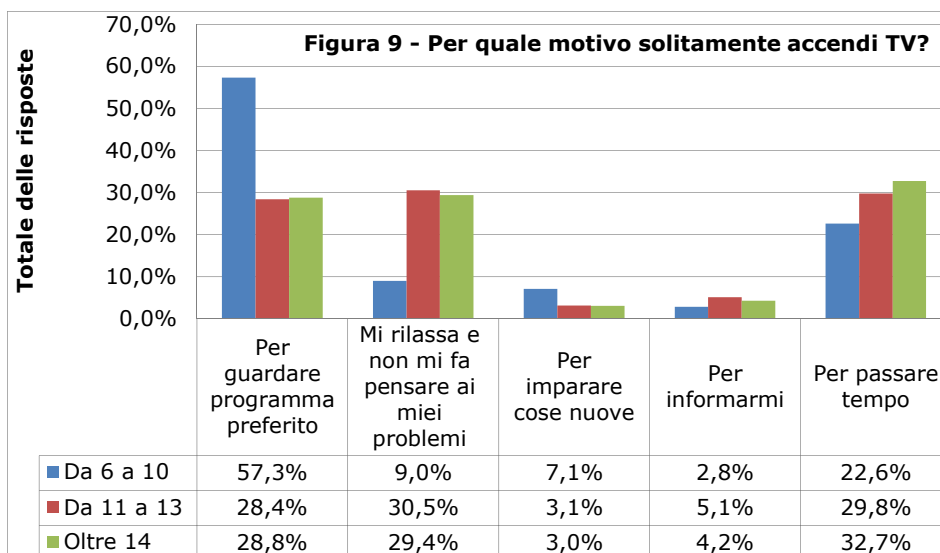
Il 74% del campione ha risposto di avere "sempre" o "il più delle volte" la televisione accesa durante i pasti (Fig. 7 indica le risposte alla domanda "Durante i pasti la Tv rimane accesa" in base alle classi di età, la Fig. 8 indica le risposte in base alla composizione del nucleo familiare), questo dato dimostra come la Tv sia entrata prepotentemente nelle abitudini quotidiane delle famiglie italiane. La colazione, il pranzo e la cena sono spesso i momenti in cui i genitori si ritrovano di più con i figli e la TV può rubare questo spazio al dialogo all'interno della famiglia.



Le ricerche condotte negli ultimi anni hanno evidenziato che le motivazioni esplicite dei ragazzi rispetto all'uso della TV sono orientate da bisogni di gioco e divertimento, di esplorazione e conoscenza, di fantasia e avventura.<sup>10</sup>



Una delle motivazioni principali è quella ludico-evasiva, dato confermato dal nostro campione: il 23% guarda la Tv per rilassarsi, il 28% per passare il tempo e quasi il 40% per guardare il programma preferito (Fig. 9 - Fig. 10). In passato la televisione, oltre ad essere un divertimento era anche uno strumento culturale e informativo, ma il nostro campione



sembra smentire questa funzione: solo il 4% la guarda per imparare nuove cose e solo il 5% per informarsi.

Il 91% (Tab. 23) non crede che la televisione sia l'unica fonte d'informazione: la maggior parte dei bambini tra i 6 e i 10 anni acquisisce il sapere interpellando i propri genitori, mentre per ragazzi più grandi internet è la fonte principale per trarre informazioni.

La percezione dell'influenza del mezzo di comunicazione è direttamente proporzionale all'età degli intervistati, infatti, nella fascia di età più grande la consapevolezza dell'influenza su stili e comportamenti della TV risulta quasi assoluta (80% "molto" e "abbastanza": 4% "per niente").

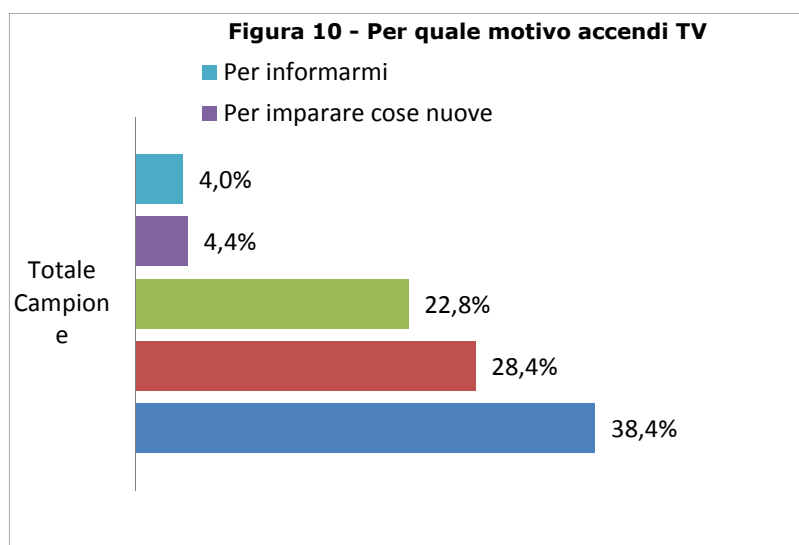
Ciò nonostante, anche i più piccoli avvertono forte la fascinazione della comunicazione televisiva (Fig. 12).

<sup>10</sup> Anolli, 1982; Capecchi, Ferrari, 1997

Tabella 23 - La TV è l'unica fonte di informazione?								
Campione Totale suddiviso per classi di età								
Risposte	Freq. 6-10	% 6-10	Freq. 11-13	% 11-13	Freq. 14-20	% 14-20	Freq. Tot.	Tot %
<b>No</b>	272	85,5%	262	91,9%	308	95,1%	842	90,8%
<b>Si</b>	46	14,5%	23	8,1%	16	4,9%	85	9,2%
<b>Totale risposte</b>	318	100%	285	100%	324	100%	927	100%

Tabella 23 Bis - In che altro modo raccogli informazioni?	
Risposte	% Totale delle risposte
Chiedo ai coetanei	3,1%
Leggendo giornali	8,7%
Richiedo ai genitori	33,1%
Tramite internet	55,1%
Altro	0,8%
<b>Totale risposte</b>	100%

La tv è uno strumento che ha un'incredibile influenza sulle persone. Uno degli effetti di una prolungata esposizione ai media è l'incremento della rilevanza che assumono i personaggi televisivi nella vita dei giovani. Percepiti come "idoli", perché rappresentano uno stile di vita desiderabile, i volti della tv influenzano alcuni valori, sentimenti e soprattutto l'autostima del telespettatore. Tale identificazione sarà positiva nel momento in cui il ragazzo viene spronato dal proprio eroe ad intraprendere occupazioni creative o stili comportamentali socialmente auspicabili, ma negativa se l'imitazione avviene nei confronti di un antieroe.

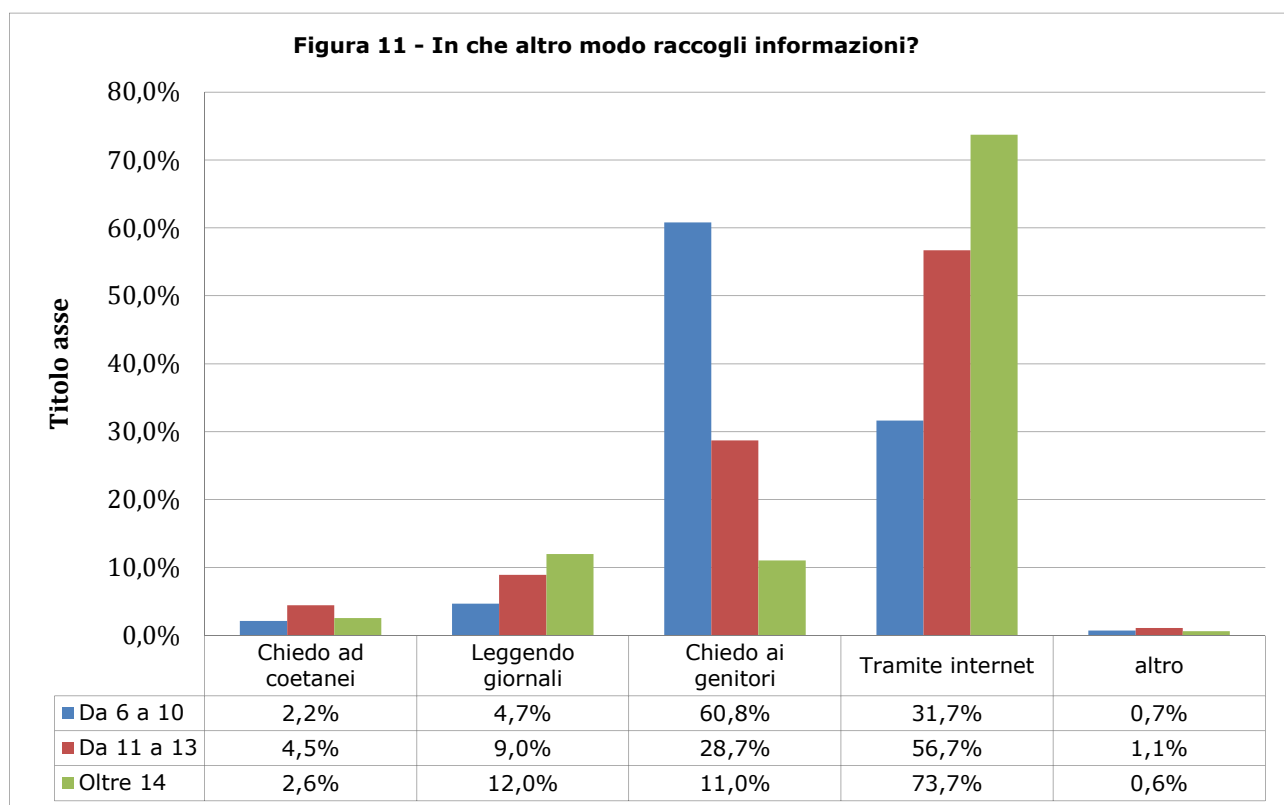


Erikson (1968) definisce questo tipo di relazione "attaccamento secondario", anch'esso, come quello primario, è capace di modificare le performance sociali e le funzioni emozionali.

La particolarità di quest'attaccamento al personaggio preferito, che risulta essere una forma di relazione parasociale, nella quale tutte le interazioni sono a senso unico, è che il telespettatore percepisce

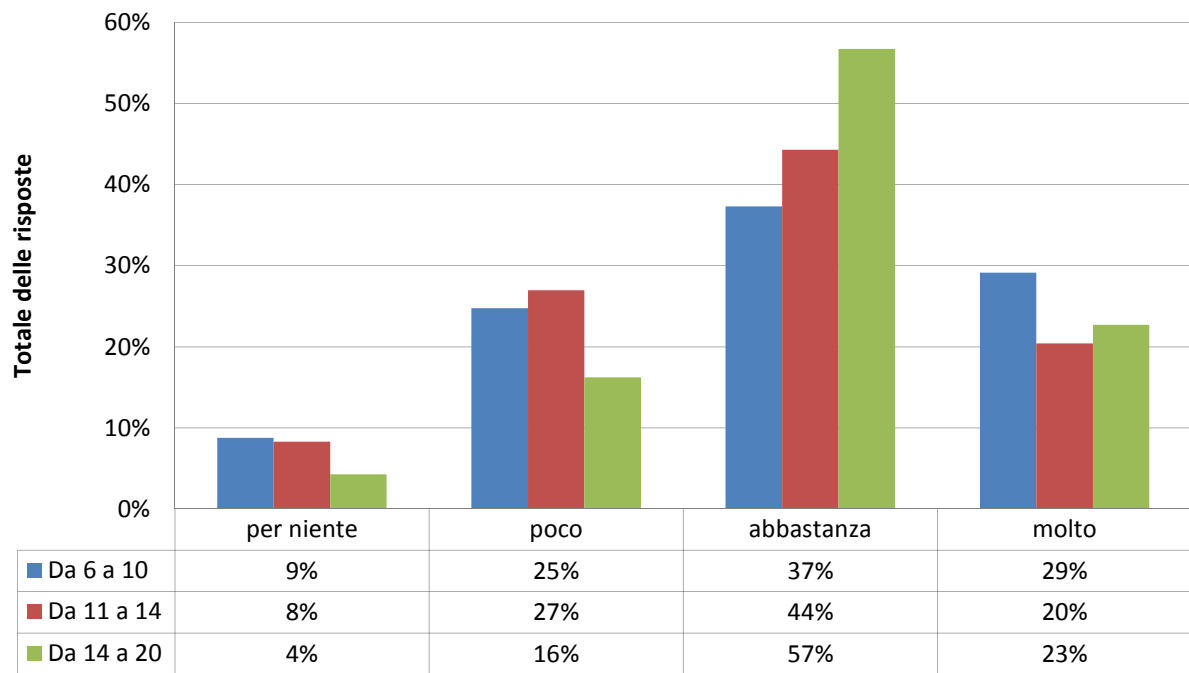
un'intimità e una vicinanza tale da ritenere il personaggio prescelto come un amico o come un "amante". In questo modo l'adolescente riproduce, attraverso una relazione immaginaria, un legame tipico degli adulti<sup>11</sup>.

Ad esempio quel 20% del campione che ha risposto in modo affermativo alla domanda "ti capita spesso di rimanere a guardare in televisione un programma che ti piace piuttosto che uscire con gli amici" (Tab. 10) potrebbe tra le altre cose aver sviluppato un attaccamento secondario particolarmente forte.



<sup>11</sup> Hinerman, 1992; Steele e Brown, 1995

**Figura 12 - Pensi che la Tv influenzi il comportamento dei giovani?**



## 5. Computer e Internet

Il fascino impietoso e seduttivo di Internet non sembra lasciar scampo: la Rete delle Reti è ora demonizzata ed assimilata ad un invincibile mostro divorante, ora invece esaltata e beatificata per le sue immense potenzialità. Non c'è dubbio, la Rete delle Reti rappresenta comunque la vera, straordinaria novità del III millennio: presto gran parte dell'umanità sarà in Rete. Stiamo assistendo dunque ad un cambiamento radicale e siamo forse di fronte ad un passaggio evolutivo. L'uomo del terzo millennio, in altri termini, sarà diverso: la mente in Internet produrrà eventi e cambiamenti che non potremo ignorare<sup>12</sup>.

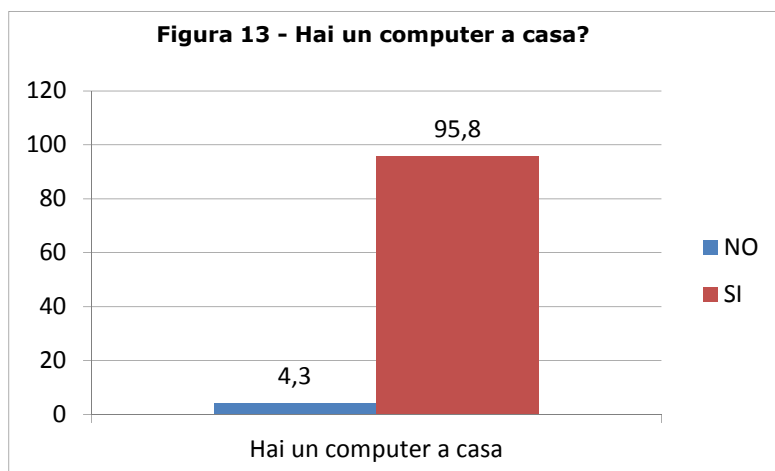
Proprio per questo è importante acquisire sempre maggiori informazioni su come i nativi digitali si interfacciano con lo strumento computer e sulle loro abitudini di internauti.

### I nativi digitali che rapporto hanno con il computer e Internet?

#### • Computer

Nel corso degli anni il computer ha cambiato forma e software. Più piccolo, più leggero, il suo uso è diventato facile e la sua efficienza maggiore, il prezzo diminuito. Diventato ormai un bene di massa fondamentale, si rileva che il 96% degli intervistati possiede un computer in casa (Tab. 26) e il 94% lo utilizza (Tab. 27). La rapida diffusione e la facile accessibilità del Pc hanno favorito il precoce ingresso nel mondo tecnologico anche ai più piccini, l'83 % dei bambini dai 6 ai 10 anni ha già utilizzato un computer (Tab.30). Non si rileva alcuna differenza rispetto al sesso nell'utilizzo di questo mezzo, infatti, l'85% del campione di sesso femminile ha risposto di averlo già utilizzato contro il 86% del campione di sesso maschile (Tab.28).

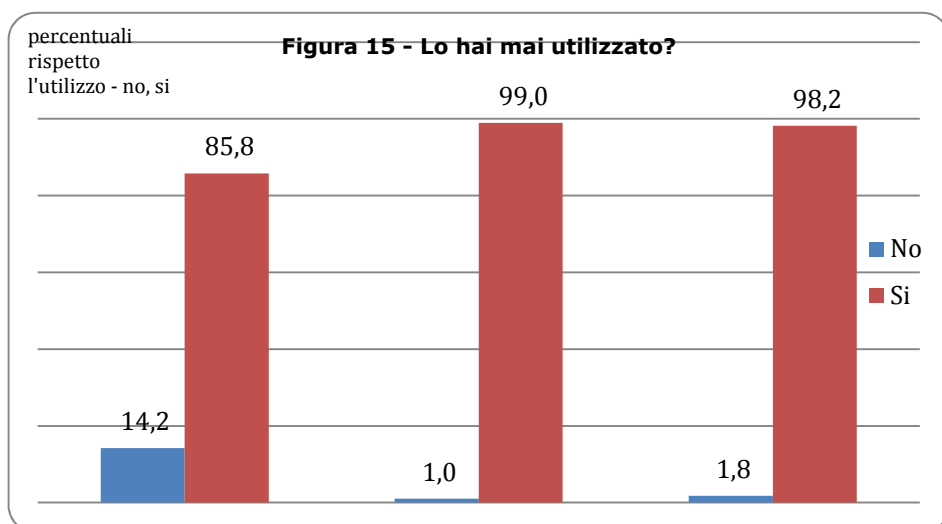
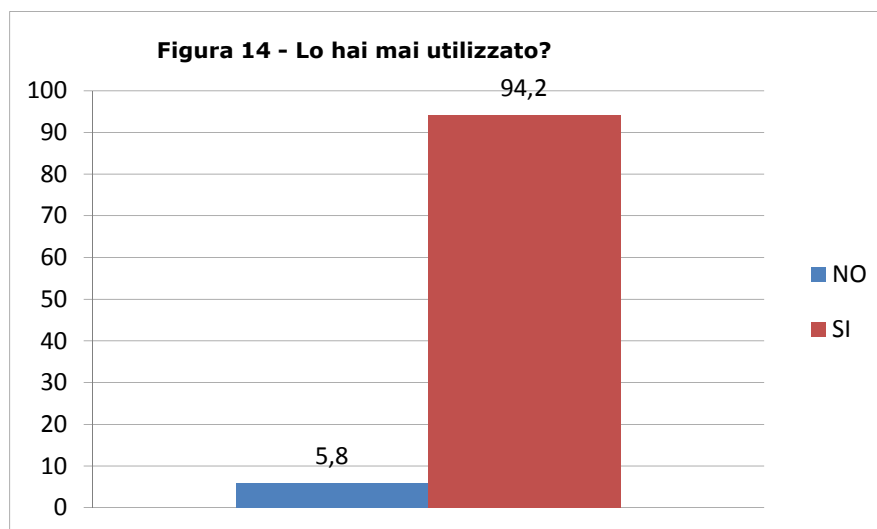
Campione Totale		
Risposte	Freq.	% Totale delle risposte
No	40	4,2
Si	903	95,8
<b>Totale Risposte</b>	943	100%



<sup>12</sup> Cfr Tonino Cantelmi, Tecnoliquidità 2013



<b>Tabella 27 – Lo hai mai utilizzato?</b>		
Campione Totale		
Risposte	Freq.	% Totale delle risposte
<b>No</b>	55	5,8
<b>Si</b>	888	94,2
<b>Totale Risposte</b>	943	100



<b>Tabella 28 –Lo hai mai utilizzato?</b>						
Campione Totale suddiviso per classi di età e per sesso						
Età	% F -No	% F -Si	Tot	%M -No	%M - Si	Tot
<b>6-10</b>	15%	85%	100%	13,4%	86,6%	100%
<b>11-13</b>	1,2%	98,8%	100%	0,8%	99,2%	100%
<b>14-20</b>	1,7%	98,3%	100%	2%	98%	100%
<b>Totale Risposte</b>	5,8%	94,2%	100%	5,7%	94,3%	100%

Tabella 29 – lo hai mai utilizzato?			
Totale del campione secondo il sesso			
Sesso	No	Si	Tot
F	5,8%	94,2%	100%
M	5,9%	94,1%	100%
<b>Totale Risposte</b>	5,8%	94,2%	100%

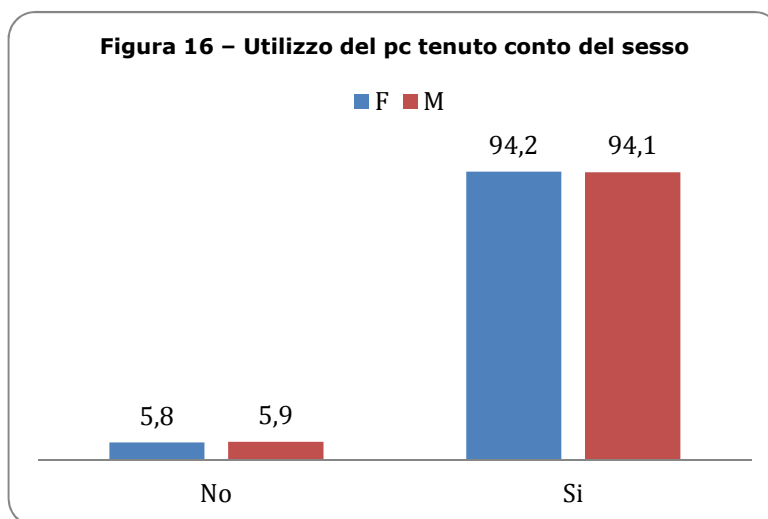


Tabella 30 – lo hai mai utilizzato?			
Campione Totale in base alla classe di età			
Classe d'età	No	Si	Tot.
6-10	14,2	85,8	100%
11-13	1,0	99,0	100%
14-20	1,8	98,2	100%
<b>Totale Risposte</b>	5,7	94,3	100%

Un dato confortante nel tempo di utilizzo emerge dalla Tab.31: tra gli studenti che dichiarano di servirsi di questo mezzo il 53% afferma di utilizzarlo meno di 1 ora, il 38% da 1 a 3 ore e quasi il 9% afferma di impiegarlo per più di 3 ore. Tuttavia se andiamo a confrontare la risposta "meno di 1 ora" con l'età degli intervistati non si verifica molta discrepanza percentuale tra le diverse classi di età (Tab. 32): il 39% è compreso tra i 6 e i 10 anni, il 35% tra gli 11 e i 13 e il 26% tra i 14 e i 20. Questa caratteristica non si presenta nelle altre due risposte alternative, nelle quali notiamo una correlazione significativa tra l'aumento dell'età e l'aumento delle ore trascorse davanti al pc (Tab. 33 e Tab. 34).

Una differenza percentuale così alta è sicuramente dovuta ad una maggiore autonomia nella gestione del tempo che possiedono gli adolescenti e non al disinteresse dei più piccoli. Sembra che i nativi digitali abbiano palesi difficoltà a spegnere questi dispositivi tecnologici quando è loro richiesto. Infatti, i pc e i tablet non si configurano più come un'evoluzione della vecchia macchina da scrivere o come una versione più aggiornata dell'enciclopedia ma sono strumenti multifunzionali e fondamentali per le attività quotidiane dei ragazzi.

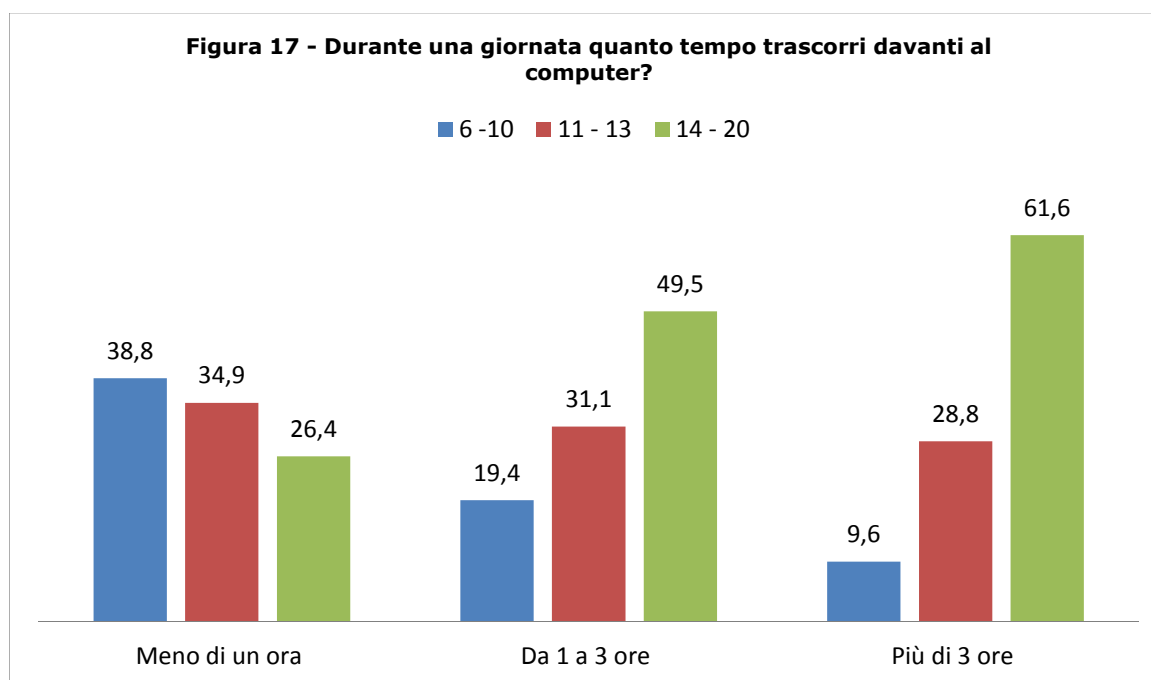
<b>Tabella 31 - Durante una giornata quanto tempo trascorri davanti al computer?</b>	
Campione Totale	
Risposte	% Tot
meno di 1 ora	53%
da 1 a 3 ore	38,2%
più di 3 ore	8,8%
<b>Totale Risposte</b>	<b>100%</b>

\*senza le voci "missing" e "mai"

<b>Tabella 32 - Durante una giornata quanto tempo trascorri davanti al computer?</b>	
Risposta "Meno di 1 ora" secondo la classe di età	
Età	% Tot
<b>06-10</b>	38,8%
<b>11-13</b>	34,9%
<b>14-20</b>	26,4%
<b>Totale Risposte</b>	<b>100%</b>

<b>Tabella 33 - Durante una giornata quanto tempo trascorri davanti al computer?</b>	
Risposta "Da 1 a 3 ore" secondo la classe di età	
Età	%Tot
<b>06-10</b>	19,4%
<b>11-13</b>	31,1%
<b>14-20</b>	49,5%
<b>Totale Risposte</b>	<b>100%</b>

<b>Tabella 34 - Durante una giornata quanto tempo trascorri davanti al computer?</b>	
Risposta "Più di 3 ore" secondo la classe di età	
Età	% Tot
<b>Età</b>	Totale
<b>06-10</b>	9,6%
<b>11-13</b>	28,8%
<b>14-20</b>	61,6%
<b>Totale Risposte</b>	<b>100%</b>

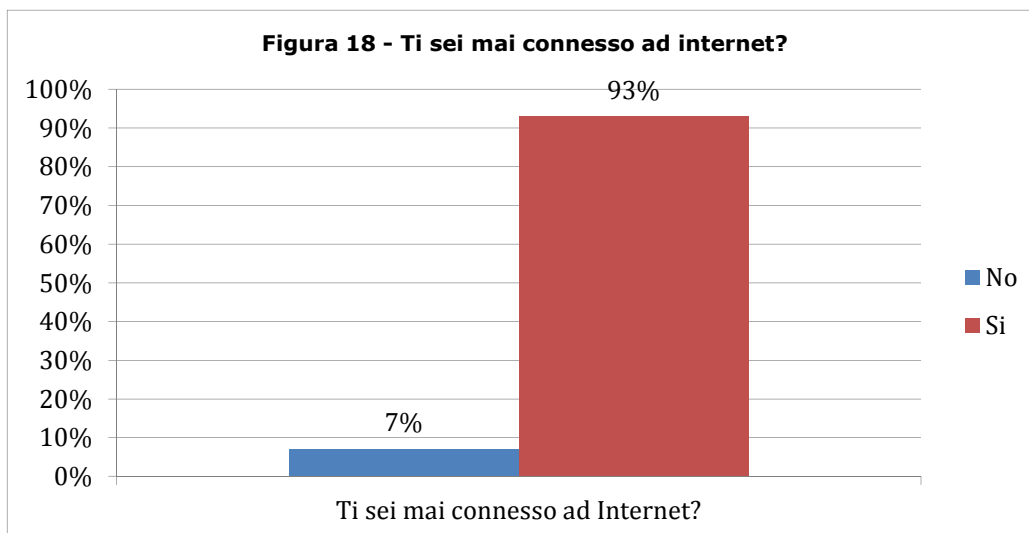


- **Internet**

Per quanto riguarda l'accesso ad Internet le percentuali non sono più rassicuranti. Di fatto il 93% degli intervistati afferma di essersi già connesso (Tab.35), e circa il 18% di trascorrere più di 3 ore al giorno, connettendosi anche attraverso altri strumenti come Tablet, cellulari e consolle (Tab.36). La classe d'età maggiormente online è quella 11-13 anni, il 50% dichiara di essere connesso dalle 3 alle 5 ore e il 40% più di 5 ore. In seconda posizione troviamo gli adolescenti (14-20) con il 35% connesso da 3 a 5 ore e il 52% per più di 5 ore. Per quanto riguarda la fascia di età più piccola il 14% sostiene di navigare in rete da 3 a 5 ore e 7% per più di 5 ore; percentuali più basse ma molto rilevanti data la tenera età (Tab. 38 e 39). Tale dato risulta interessante perché la fascia d'età tra gli 11 e i 13 anni, che si è affrancata dai limiti della fanciullezza e sta iniziando il suo percorso nella adolescenza, esprime al meglio le potenzialità e le caratteristiche del nativo digitale (ricordiamo che i nativi digitali sono i minori nati dopo il 2000). Questa prima fotografia dei nativi digitali risulta importante perché è come se avessimo già una prima stima degli effetti che una precoce esposizione alla rete produce nella vita dei ragazzi: abuso e possibile dipendenza.

<b>Tabella 35 –Ti sei mai connesso ad Internet?</b>	
Campione Totale	
<b>Risposte</b>	<b>% Tot</b>
<b>No</b>	7%
<b>Si</b>	93%
<b>Totale risposte</b>	100%

<b>Tabella 36- In un giorno quanto tempo sei connesso a Internet ?</b>		
Campione Totale		
<b>Risposte</b>	<b>Freq.</b>	<b>% Tot.</b>
<b>meno 1 ora</b>	364	44,2%
<b>da 1 a 2 ore</b>	315	38,2%
<b>da 3 a 5 ore</b>	105	12,7%
<b>più di 5 ore</b>	40	4,9%
<b>Totale risposte</b>	824	100%



**Tabella 38 - In un giorno quanto tempo sei connesso a Internet?**

Tempo di collegamento "da 3 a 5 ore" per classi di età

Classe di età	%
6-10	14,3
11-13	50,5
14-20	35,2
<b>totale</b>	100

**Tabella 39- In un giorno quanto tempo sei connesso a Internet ?**

Tempo di collegamento "più di 5 ore" per classi di età

Classe di età	%
6-10	7,5%
11-13	40,0%
14-20	52,5%
<b>Totale risposte</b>	100%

La tabella 40 indica che il 42% del campione possiede un personal computer, (il 42% di questi è rappresentato dalla fascia di età dai 6 ai 10 anni - Tab. 41), e il 32% ne ha uno nella propria camera da letto ( il 39% appartiene alla classe di età dagli 11 ai 13 anni Tab 41).

Prendendo atto di queste percentuali, è facile immaginare la risposta che la maggior parte dei ragazzi ha dato alla domanda "con chi sei quando lo utilizzi". Infatti, usandolo principalmente in camera da letto o avendo un computer portatile, non ci sorprende che il 61% dei ragazzi intervistati ha risposto che è da solo quando adopera questo mezzo (Tab.42). Ancora più allarmanti sono le percentuali rilevate secondo le classi di età (Tab.43): il 31% dei ragazzi dai 6 ai 10 anni naviga e usufruisce del pc liberamente. Il dato percentuale aumenta in modo direttamente proporzionale all'aumentare dell'età del campione: il 72% ha tra gli 11 ai 13 e l'88% ha tra i 14 e i 20 anni.

Un mix di curiosità e imprudenza può spingere bambini e adolescenti ad avventurarsi, senza la giusta consapevolezza, su Internet oppure ad utilizzare ingenuamente il cellulare.

Così come per la televisione i minori dovrebbero essere monitorati nel corso delle loro attività in rete. Le insidie che si nascondono dietro lo schermo, infatti, sono molteplici.

In Internet è facilissimo entrare in contatto con immagini molto forti, poco adatte all'età degli internauti e la maggior parte di queste sono a sfondo sessuale e pornografiche. L'incontro con queste immagini, come abbiamo affermato precedentemente, parlando del fenomeno dell'ipersessualizzazione, provocano conseguenze psicologiche, prima fra tutte l'aumento dei livelli di ansia causati da una difficoltà nel decodificare tali informazioni. Navigando in Rete si possono incontrare anche "filosofie" particolari, ad esempio è stato eclatante il caso dei siti "pro ana" (anoressia) e "pro mia" (bulimia), siti web che attirano migliaia di adolescenti alla ricerca della magrezza assoluta. "Magre da morire" questo lo slogan che appare, in home page, insieme ad immagini di modelle anoressiche il cui imperativo è Stop eating (smettere di mangiare). Falsi miti che si trasformano in vere e proprie religioni. «Credo in Ana mia unica filosofia e speranza» si legge sui blog così come altre frasi inquietanti: «Essere magri è molto più importanti che essere sani». Nascono negli States, negli anni 1998/1999 espandendosi poi al continente europeo. I primi paesi ad essere investiti dal fenomeno sono stati l'Inghilterra, la Francia e la Spagna. In Italia, la mania impazza solo negli anni 2002/2003. Sono veri e propri spazi virtuali in cui ragazze e ragazzi si scambiano consigli e regole su come dimagrire il più possibile con diete e digiuni e su come sfuggire ai controlli di genitori preoccupati<sup>13</sup>. Tali siti legittimano queste patologie, definite disturbi del comportamento alimentare, creando nel pubblico delle minori una distorsione nella comprensione della gravità della condotta a rischio.

In questi anni sta diventando sempre più frequente anche un altro fenomeno, il "grooming", una tecnica utilizzata per l'adescamento di minori con l'ausilio delle nuove tecnologie, in cui l'adulto induce gradualmente il bambino o ragazzo a superare le resistenze attraverso tecniche di manipolazione psicologica.

Il "groomer" punta ad assicurarsi la fiducia e la collaborazione della vittima contattata in Rete, allo scopo di coinvolgerla, in un secondo momento, in attività a sfondo sessuale "offline".

O' Connell<sup>14</sup> ha individuato sei fasi specifiche del grooming:

- 1) Selezione delle vittime e contatto iniziale: consiste nella ricerca, da parte dell'adulto, di potenziali vittime minorenni nelle chat;
- 2) Creazione dell'amicizia: comprende l'uso, da parte dell'adulto, di una serie di tattiche di manipolazione psicologica (es. fingersi un bambino/adolescente) allo scopo di guadagnarsi la totale fiducia del minore, comportandosi anche con estrema pazienza e rispetto nei suoi confronti;

---

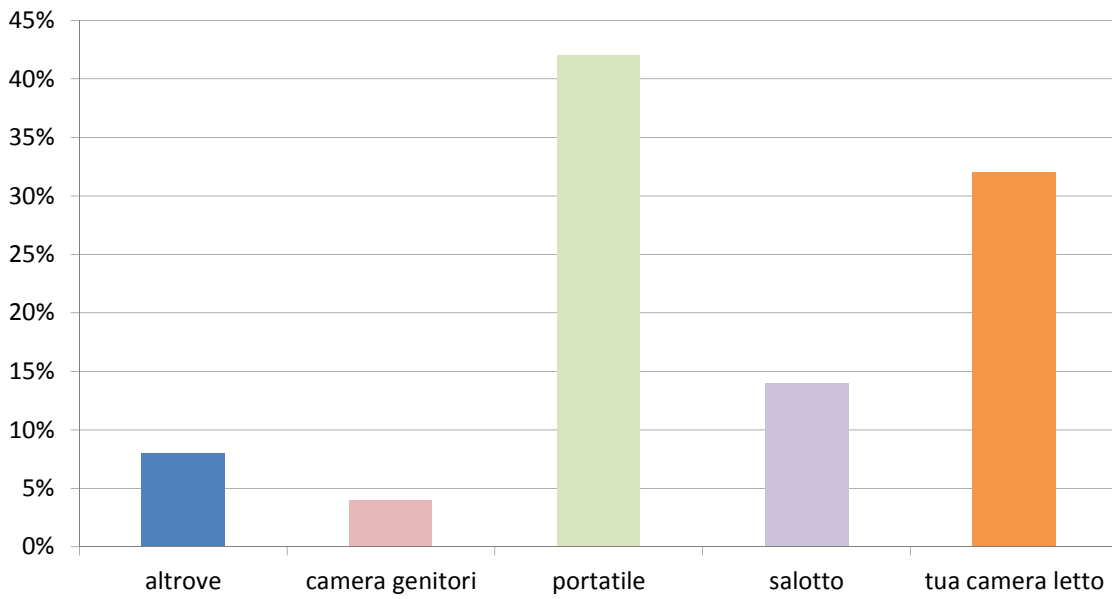
<sup>13</sup> Cfr. Cantelmi T. "Pro Ana" e "Pro Mia", le divinità del malessere degli adolescenti di oggi", Prima da noi.it

<sup>14</sup> O'Connell R., A typology of cybersexploitation and on-line grooming practices, University of Central Lancashire 2003

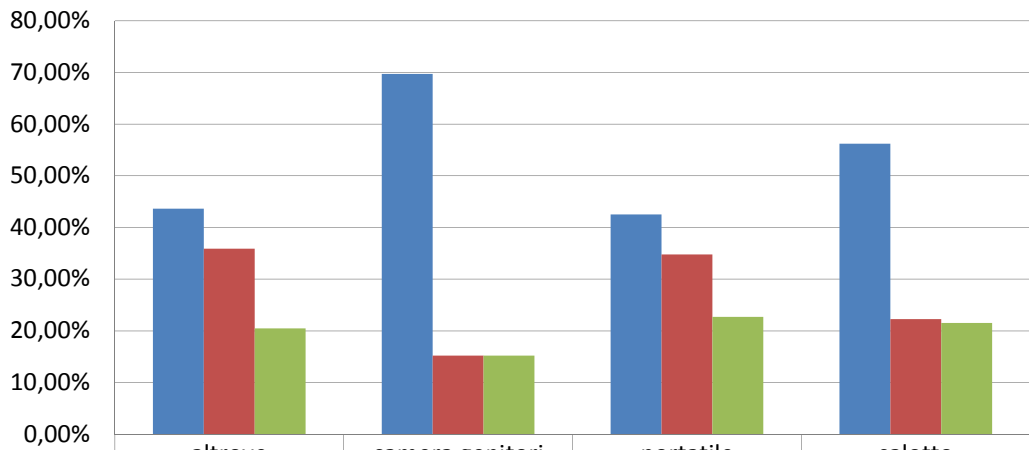
- 3) Creazione della relazione: è la fase in cui avviene un probabile passaggio all'uso di mezzi di comunicazione più intimi (es. cellulare o mail) e può durare anche mesi in quanto il fine è quello di diventare il maggior confidente del minore, facendogli credere che sia una relazione importante per entrambi;
- 4) Valutazione del rischio: è la fase in cui il potenziale abusante indaga quanto è grande il rischio di venire scoperto nel suo tentativo di adescamento;
- 5) Fase di esclusività: in cui l'adulto manipola il minore a livello psicologico, facendo leva sulla fiducia acquisita e sull'esclusività del loro rapporto, inducendolo a tenere segreta la loro relazione;
- 6) Fase sessuale: è la fase culminante in cui l'adulto introduce, nelle conversazioni con il minore, argomenti esplicitamente sessuali, approfittando della fiducia acquisita al fine di far abbandonare al minore le sue reticenze, cedendo così alle sue richieste.

<b>Tabella 40 – Dove si trova il Computer?</b>			<b>Tabella 41 - Dove si trova il Computer?</b>				
Campione Totale			Campione Totale suddiviso per classi di età				
<b>Risposte</b>	<b>Freq.</b>	<b>% Tot.</b>	<b>Risposte</b>	<b>6-10</b>	<b>11-13</b>	<b>14-20</b>	<b>% Tot.</b>
<b>Altrove</b>	78	8%	<b>altrove</b>	43,6%	35,9%	20,5%	100%
<b>camera genitori</b>	33	4%	<b>camera genitori</b>	69,7%	15,2%	15,2%	100%
<b>Portatile</b>	388	42%	<b>portatile</b>	42,5%	34,8%	22,7%	100%
<b>Salotto</b>	130	14%	<b>salotto</b>	56,2%	22,3%	21,5%	100%
<b>tua camera letto</b>	295	32%	<b>tua camera letto</b>	28,1%	38,6%	33,2%	100%
<b>Totale risposte</b>	924	100%	<b>Totale risposte</b>	44%	31,7%	24,2%	100%

**Fig. 19 – Dove si trova il Computer?**



**Figura 20 – Dove si trova il computer?**



	altrove	camera genitori	portatile	salotto
dai 6 ai 10	43,60%	69,70%	42,50%	56,20%
da 11 ai 14	35,90%	15,20%	34,80%	22,30%
dai 14 ai 20	20,50%	15,20%	22,70%	21,50%



Tabella 42 – Con chi sei quando lo utilizzi?		
Totale Campione		
Risposte	Freq.	%
altre persone	13	1,4%
con amici	33	3,6%
con fratelli	138	14,8%
con genitori	174	18,7%
da solo	570	61,4%
<b>Totale risposte</b>	<b>928</b>	<b>100%</b>

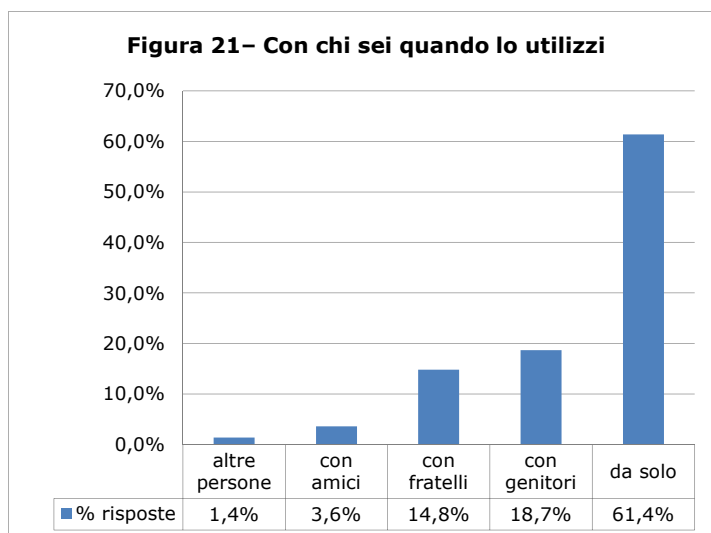
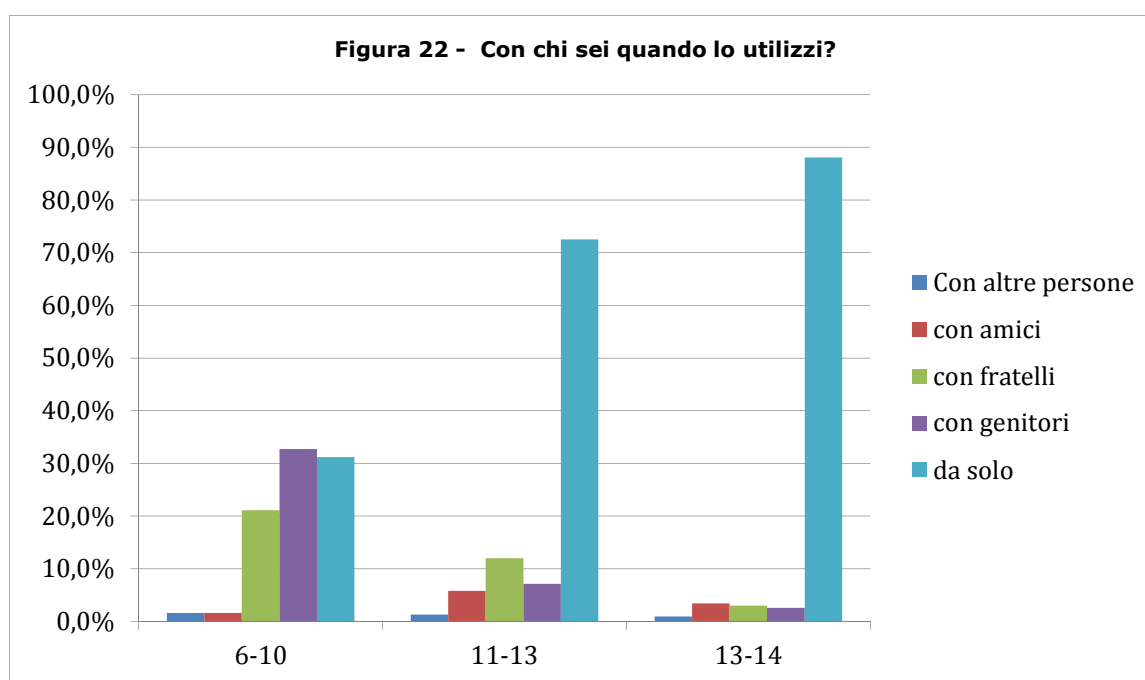


Tabella 43– Con chi sei quando lo utilizzi?				
Totale del campione in base alla classe di età				
Risposte	6-10	11-13	14-20	Totale
altre persone	1,6%	1,3%	0,9%	1,3%
con amici	1,6%	5,8%	3,4%	3,3%
con fratelli	21,1%	12%	3%	13,9%
con genitori	32,7%	7,1%	2,6%	17,6%
da solo	31,2%	72,5%	88,1%	57,6%



Quali sono i motivi che spingono i ragazzi a connettersi? "Chattare" è al primo posto delle motivazioni con il 24% (Tab. 44). Questo dato conferma che la rete è divenuta un luogo virtuale d'incontro e frequentazioni, spesso privilegiato rispetto ai luoghi fisicamente reali: è diventato ormai uno strumento essenziale per le relazioni interpersonali. Se prima le chat, come per esempio C6, MSN, ICQ, e tante altre erano solo delle stanze dove parlare ora con l'avvento dei social network, in particolare facebook, la situazione cambia. Ecco cosa succede: se non parli di te via etere e non commenti, non esisti; se non posti foto avvincenti ed eccitanti che ti ritraggono, non vivi. Questo vale per tutti, grandi e piccoli, ma in particolare per i giovani interessati a ciò che succede ai loro pari e terribilmente spaventati di ritrovarsi "fuori dal giro" e di diventare invisibili.

"Ascoltare musica" (22%) "giocare" (18%) e "guardare immagini" (18%) sono altre motivazioni forti che tengono il nostro campione *incollato* al monitor del pc.

La forte stimolazione sensoriale, la facile accessibilità ai contenuti, la velocità di navigazione e l'assenza di limiti spazio - temporali sono le caratteristiche peculiari di questa tecnologia: il 17% del campione afferma di provare emozioni quando è connesso (Tab.45) e il 19% dichiara di collegarsi per distrarsi da emozioni spiacevoli (Tab. 47). Probabilmente è per tale ragione che il 5% del campione risponde di preferire Internet piuttosto che uscire con gli amici (Tab. 46). L'isolamento è una delle possibili conseguenze che tali attività online producono sul minore.

Con Internet il concetto di amicizia e di amore sembrerebbe essere modificato, prendono piede le relazioni tecnomediate: circa il 30% degli intervistati lo utilizza per intraprendere ("sempre" e "spesso") nuove amicizie (Tab. 48), il 17% dei ragazzi afferma di possedere un numero uguale di amici reali e virtuali, invece il 10% si circonda soprattutto di *webamici* (Tab. 49). Non si riscontra una differenza significativa per quanto riguarda il sesso.

Oggi fare amicizia è facile basta un click su "aggiungi amico" e interromperla ancora di più con un click su "elimina questa persona dal gruppo dei tuoi amici".

Per quanto riguarda le relazioni amorose, il 10% del campione totale dichiara di aver "sempre" o "spesso" cominciato una relazione tramite Internet (Tab. 50), gli adolescenti (14-20) arrivano a una percentuale del 17% (Tab. 51).

La rete risulta quindi essere un canale privilegiato per intraprendere relazioni amicali e amorose, perché? E' un luogo sicuro, puoi controllare e far esperienza del mondo sulla poltrona di casa tua e c'è una parziale esposizione di sé: è il ragazzo che decide cosa fare vedere e cosa mettere in gioco, di se stesso ma anche del suo sé ideale. Queste caratteristiche ben collimano con le insicurezze tipiche della fase adolescenziale, periodo di sviluppo che sembra avere ora un inizio precoce e una fine tardiva. Nella vita reale chi ama davvero non può evitare di mettere in gioco interamente se stesso, ma questo ci getta in una condizione di vulnerabilità e dipendenza dall'altro che narcisisticamente facciamo difficoltà ad accettare e preferiamo quindi mantenerci sulla superficie dei rapporti. L'individuo postmoderno digitale con un semplice click

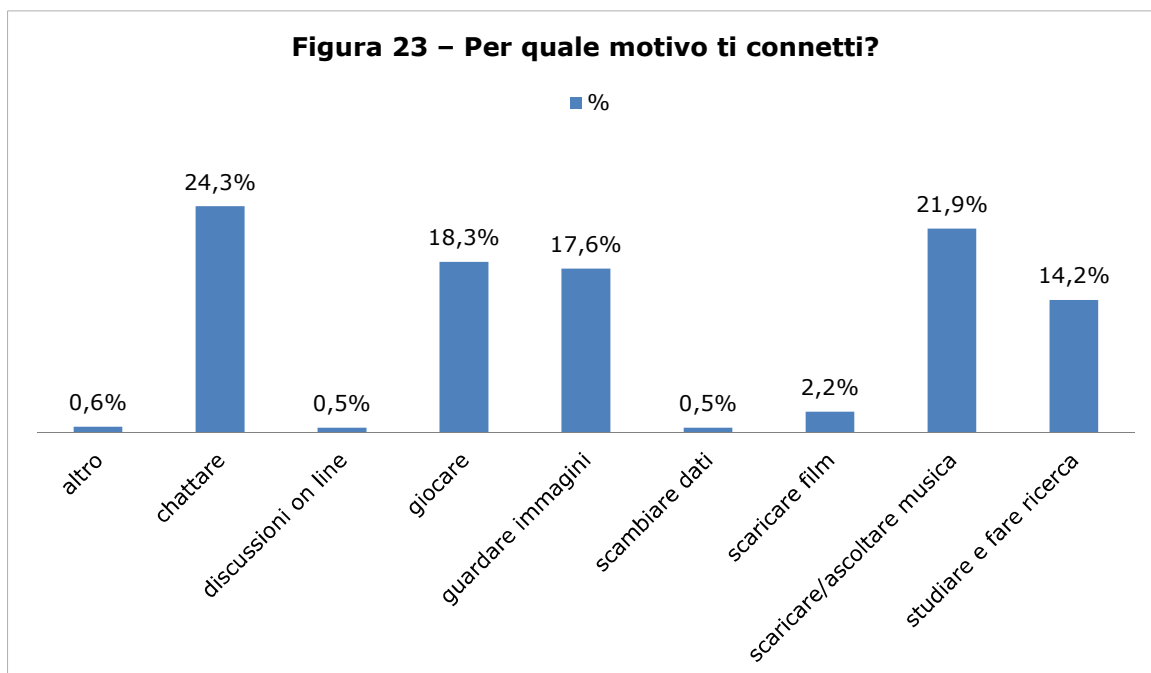
può passare velocemente e senza problemi dall'online all'offline e può scegliere di rappresentare se stesso in modo molto diverso da quello che è, di raccontare emozioni che non vive, e inoltre può costruire dell'altro un'immagine fai-da-te: c'è "il sogno" di qualcun altro. È proprio questo il narcisismo digitale tipico dell'incontro online: ciò che si cerca nella relazione affettiva non è più l'altro, ma attraverso la manipolazione dell'altro, la realizzazione di se stessi.<sup>15</sup>

**Tabella 44 – Per quale motivo ti connetti ad internet?**

Campione Totale		
Risposte	Freq.	% Tot.
Altro	9	0,6%
Chattare	368	24,3%
Discussioni on line	7	0,5%
Giocare	276	18,3%
Guardare immagini	266	17,6%
Scambiare dati	7	0,5%
Scaricare film	33	2,2%
Scaricare/ascoltare musica	331	21,9%
Studiare e fare ricerca	215	14,2%
<b>Totale risposte</b>	<b>1512</b>	<b>100%</b>

La domanda prevedeva la possibilità di dare più di una risposta

**Figura 23 – Per quale motivo ti connetti?**



<sup>15</sup> Cfr. Cantelmi T, "Tradimenti on line: dalla crisi dell'identità alla tecnomediazione della relazione"

<b>Tabella 45 – Quando sei connesso ad Internet provi forti emozioni?</b>		
Campione Totale		
Risposte	Freq.	% Tot.
mai	476	57%
raramente	217	26%
sempre	42	5%
spesso	97	12%
<b>Totale risposte</b>	<b>832</b>	<b>100%</b>

<b>Tabella 46 – Ti è capitato di preferire Internet a una serata con amici o familiari?</b>		
Campione Totale		
Risposte	Freq.	% Tot
mai	658	79%
raramente	130	16%
sempre	17	2%
spesso	27	3%
<b>Totale risposte</b>	<b>832</b>	<b>100</b>

<b>Tabella 47 – Ti colleghi per distrarti da emozioni spiacevoli?</b>		
Campione Totale		
Risposte	Freq.	% Tot
mai	411	50%
raramente	265	32%
sempre	47	6%
spesso	105	13%
<b>Totale risposte</b>	<b>828</b>	<b>100</b>

<b>Tabella 48 – Fai nuove amicizie quando sei su internet?</b>		
Totale Campione		
Risposte	Freq.	% Tot
mai	391	46,4%
raramente	205	24,3%
sempre	75	8,9%
spesso	171	20,3%
<b>Totale risposte</b>	<b>842</b>	<b>100%</b>

<b>Tabella 49 – Hai più amici su internet o nel mondo reale?</b>						
Totale Campione in base al sesso						
Risposte	Freq. F.	% F	Freq. M	%M	Freq. Tot	% Tot
in egual misura	81	18%	60	16%	141	17%
nella vita reale	324	72%	290	76%	614	73%
su internet	47	10%	34	9%	81	10%
<b>Totale risposte</b>	<b>452</b>	<b>100%</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>	<b>836</b>	<b>100%</b>

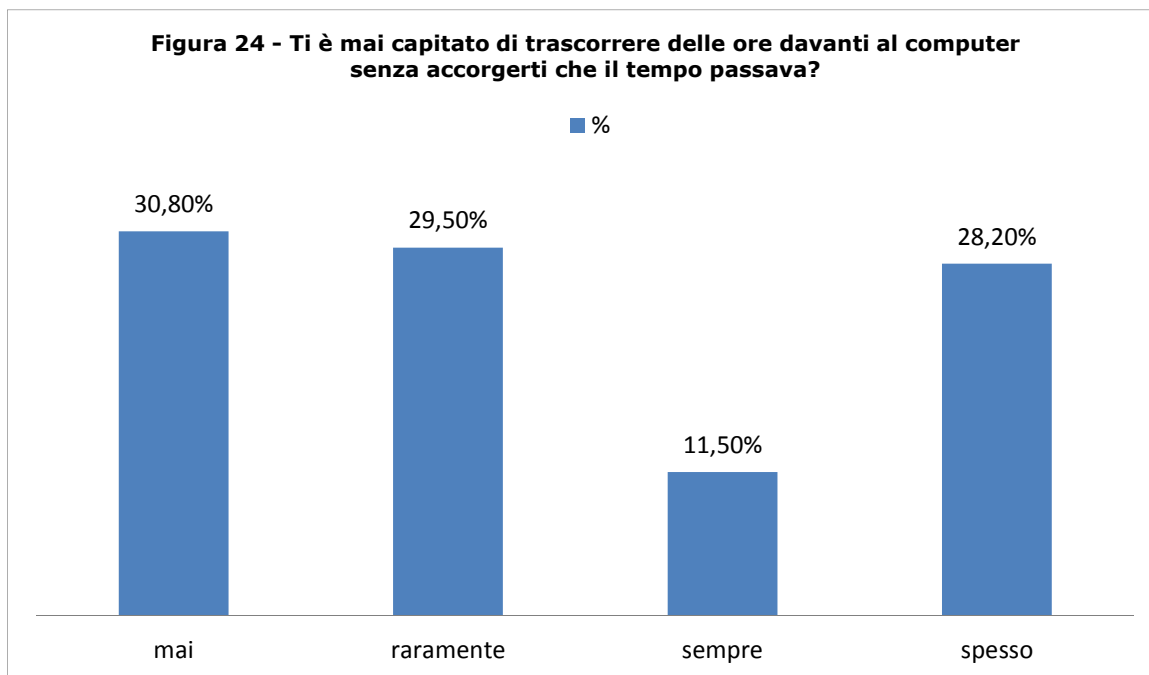
<b>Tabella 50 – Ti è mai capitato di iniziare una relazione tramite Internet?</b>		
Campione Totale		
<b>Risposte</b>	<b>Freq.</b>	<b>% Tot</b>
<b>mai</b>	627	76%
<b>raramente</b>	110	13%
<b>sempre</b>	17	2%
<b>spesso</b>	68	8%
<b>Totale risposte</b>	822	100%

<b>Tabella 51- Ti è mai capitato di cominciare una relazione su internet?</b>		
Campione classi di età 14 - 20		
<b>Risposte</b>	<b>Freq.</b>	<b>% Tot</b>
<b>mai</b>	203	63%
<b>raramente</b>	65	20%
<b>sempre</b>	7	2%
<b>spesso</b>	47	15%
<b>Totale risposte</b>	322	100%

Come per ogni innovazione tecnologica, accanto agli iniziali entusiasmi giustificati dalle enormi potenzialità di questo media, sempre più specialisti si sono interrogati sui rischi psicopatologici connessi all'uso e soprattutto all'abuso della Rete. Infatti, il 40% circa degli intervistati afferma che "spesso" o "sempre" (Tab. 52) non si accorge del tempo reale trascorso davanti al pc (meccanismo del mental clock), il 24% attende con ansia il momento in cui si può collegare ad Internet (Tab. 53) e il 27% dei ragazzi afferma di non riuscire a rimanere tranquillo se per un giorno non può navigare (Tab. 54). Pensare di non accedere a internet anche solo per ventiquattro ore è oggi piuttosto difficile; ormai il nostro mondo è anche lì dentro.

<b>Tabella 52 -Ti è mai capitato di trascorrere delle ore davanti al computer senza accorgerti che il tempo passava?</b>		
Campione Totale		
<b>Risposte</b>	<b>Freq.</b>	<b>% Tot.</b>
<b>mai</b>	273	30,8%
<b>raramente</b>	262	29,5%
<b>sempre</b>	102	11,5%
<b>spesso</b>	250	28,2%
<b>Totale risposte</b>	887	100%

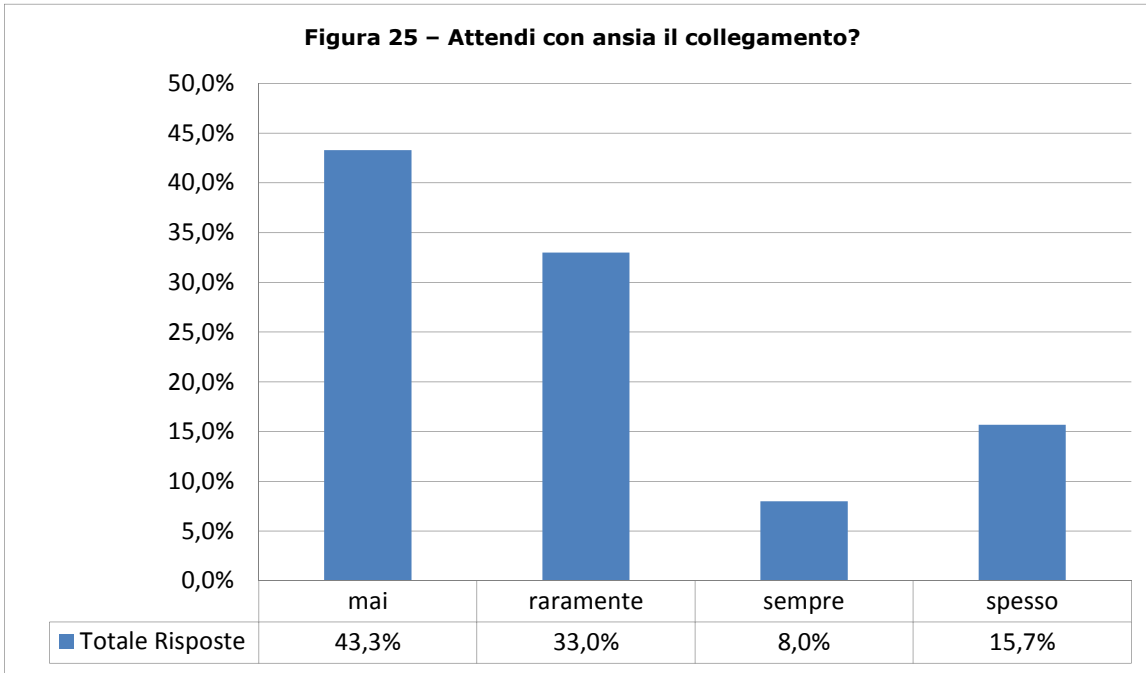
**Figura 24 - Ti è mai capitato di trascorrere delle ore davanti al computer senza accorgerti che il tempo passava?**



**Tabella 53- Attendi con ansia il collegamento ad internet**

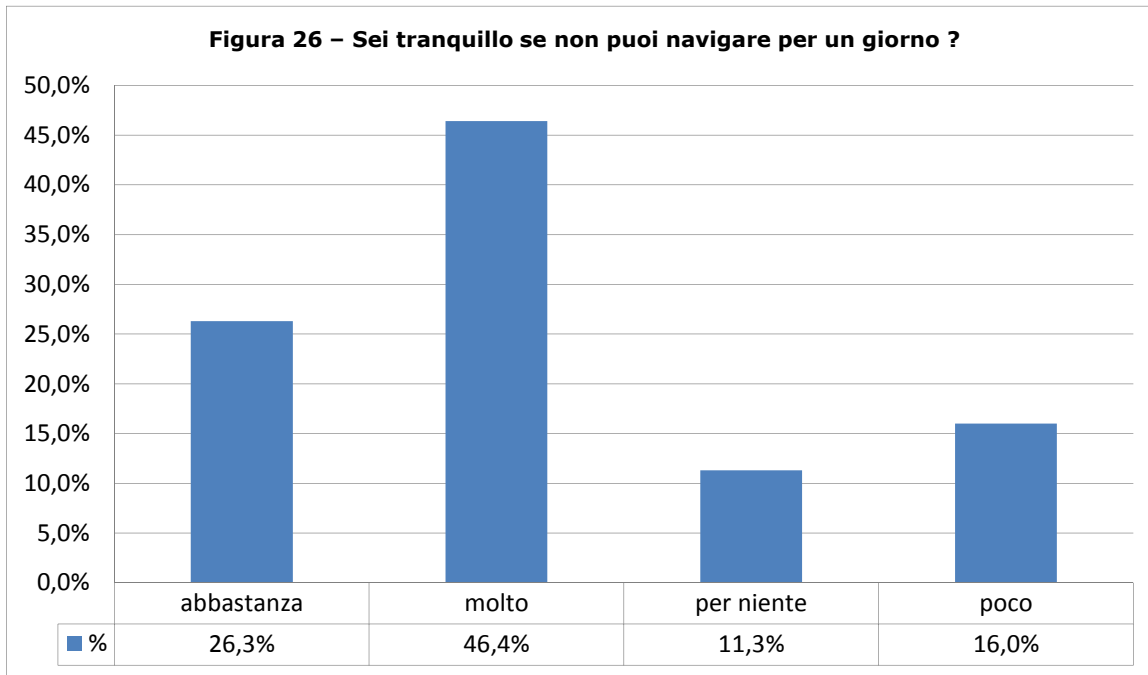
Totale Campione		
Risposte	Freq.	% Tot
mai	365	43,3%
raramente	278	33,0%
sempre	67	8,0%
spesso	132	15,7%
<b>Totale risposte</b>	<b>842</b>	<b>100%</b>

**Figura 25 – Attendi con ansia il collegamento?**



**Tabella 54 – Ti senti tranquillo se non puoi navigare per un giorno**

Campione Totale		
Risposte	Totale	%
abbastanza	221	26,3%
molto	390	46,4%
per niente	95	11,3%
poco	134	16,0%
<b>Totale risposte</b>	<b>840</b>	<b>100%</b>



Osservando i dati, ci ha sorpreso rilevare che il 39% del campione è libero di navigare senza alcun limite di tempo e il 23% "raramente" (Tab. 55). All'interno della fascia d'età più a rischio (6-10 anni) il 20%, del suddetto campione, non riceve limitazione dai genitori rispetto al tempo da trascorrere utilizzando il pc (Tab. 56).

Di fatto il 24% del campione risponde che i propri genitori non sono a conoscenza di ciò che fanno su Internet (Tab. 57), percentuale particolarmente alta per i ragazzi tra i 14 e i 20 anni (circa il 40% Tab. 58).

Si rileva che il 13% visita siti non adatti alla propria età (Tab. 59), ma è da sottolineare che circa il 22% cancella "sempre e spesso" la cronologia sul computer per non farla vedere ai propri genitori (Tab. 60), percentuale particolarmente alta anche qui per i ragazzi tra i 14 e i 20 anni (quasi il 40% Tab. 60 bis). Inoltre il 34% afferma di utilizzare "raramente o mai" la propria identità quando è collegato (Tab. 61) e il 37% ha fatto amicizia con estranei (Tab. 62). Ancora più preoccupanti sono i dati che riscontriamo nelle Tab. 63 e 64: il 19% degli intervistati ha incontrato le persone che ha conosciuto su Internet e il 13% dei ragazzi tra i 14 e i 20 anni ha scambiato il proprio numero di cellulare durante una conversazione in chat.



<b>Tabella 55 – I Tuoi genitori ti danno limiti di tempo in cui puoi connetterti?</b>		
Totale Campione		
Risposte	Freq.	%
mai	331	39%
raramente	195	23%
sempre	176	21%
spesso	142	17%
<b>Totale risposte</b>	<b>844</b>	<b>100%</b>

<b>Tabella 56 – I Tuoi genitori ti danno limiti di tempo in cui puoi connetterti?</b>		
Totale Campione classe di età 6-10		
Risposte	Freq.	%
mai	47	20%
raramente	30	13%
sempre	120	51%
spesso	39	17%
<b>Totale risposte</b>	<b>236</b>	<b>100%</b>

<b>Tabella 57 – I tuoi genitori sono a conoscenza di ciò che fai su internet?</b>		
Totale Campione		
Risposte	Freq.	% Tot
abbastanza	249	30%
molto	389	46%
per niente	79	9%
poco	124	15%
<b>Totale risposte</b>	<b>841</b>	<b>100%</b>

<b>Tabella 58 – I tuoi genitori sono a conoscenza di ciò che fai su internet?</b>		
Campione classe di età 14-20		
Risposte	Freq.	% Tot
abbastanza	131	41%
molto	60	19%
per niente o poco	129	40%
<b>Totale Risposte</b>	<b>320</b>	<b>100%</b>

<b>Tabella 59 – Visiti siti non adatti alla tua età?</b>		
Totale Campione		
Risposte	Freq.	%Tot
mai	619	74%
raramente	117	14%
Sempre o spesso	106	13%
<b>Totale Risposte</b>	<b>842</b>	<b>100%</b>

<b>Tabella 60– Hai mai cancellato la cronologia dopo esserti connesso?</b>		
Totale Campione		
<b>Risposte</b>	<b>Freq.</b>	<b>%</b>
mai	475	58%
raramente	159	19%
Sempre o spesso	183	22%
<b>Totale Risposte</b>	817	100%

<b>Tabella 60 bis – Hai mai cancellato la cronologia dopo esserti connesso?</b>		
Totale Campione Classe di età 14-20		
<b>Risposte</b>	<b>Freq.</b>	<b>% Tot</b>
<b>mai</b>	109	34%
<b>raramente</b>	89	28%
<b>sempre</b>	43	13%
<b>spesso</b>	79	25%
<b>Totale Risposte</b>	320	100%

<b>Tabella 61 – Usi la tua vera identità quando navighi su Internet?</b>						
Campione totale suddiviso in base al sesso						
<b>Risposte</b>	<b>Freq. F</b>	<b>% F</b>	<b>Freq. M</b>	<b>% M</b>	<b>Freq. Tot.</b>	<b>%</b>
<b>Mai o raramente</b>	119	28%	147	41%	266	34%
<b>sempre</b>	237	55%	150	41%	387	49%
<b>spesso</b>	74	17%	65	18%	139	18%
<b>Totale risposte</b>	430	100%	362	100%	792	100%

<b>Tabella 62 – Ti è mai capitato di accettare amicizia di estranei</b>		
Totale Campione		
<b>Risposte</b>	<b>Totale</b>	<b>%</b>
<b>No</b>	456	63%
<b>Si</b>	267	37%
<b>Totale risposte</b>	723	100%

<b>Tabella 63 – Li hai mai incontrati</b>						
Campione totale suddiviso in base al sesso						
<b>Risposte</b>	<b>Freq. F</b>	<b>% F</b>	<b>Freq. M</b>	<b>% M</b>	<b>Freq. Tot.</b>	<b>%</b>
<b>No</b>	305	79%	272	83%	577	81%
<b>Si</b>	80	21%	54	17%	134	19%
<b>Totale risposte</b>	385	100%	326	100%	711	100%

<b>Tabella 64 – Hai mai dato il numero ad estranei conosciuti in chat?</b>		
Classe d'età 14 -20		
<b>Risposte</b>	<b>Freq.</b>	<b>%</b>
<b>No</b>	277	87%
<b>Si</b>	43	13%
<b>Totale risposte</b>	320	100%

I media, non solo forniscono materia al pensiero, ma modellano anche il processo del pensare. La Rete sembra danneggiare la capacità di attenzione, concentrazione e di contemplazione. Se la usiamo abbastanza, anche quando non siamo online la nostra mente inizia a cercare di ottenere le informazioni nel modo caratteristico della rete: come un flusso di particelle in rapido movimento.

Il cervello, progressivamente, diviene affamato e desidera essere alimentato nel modo in cui la Rete lo alimenta. E, più viene alimentato, più ha fame. Il nuovo tipo di mente vuole e deve prendere e distribuire con parsimonia informazioni a piccoli scatti, sconnessi, spesso sovrapposti; più veloce è, meglio è. Molti arrivano a sperimentare una sensazione di ansia sintomatica conseguenza di quello che oggi viene chiamato "sovraccarico informativo". Altre conseguenze sempre più evidenti sono l'utilizzo di parole vuote, l'incapacità di usare le parole per descrivere i propri stati mentali, o l'utilizzo di forme di pensiero simili alle strutture sintattiche delle pagine Web, dei programmi di videoscrittura e dei giochi. La Rete cattura l'attenzione soltanto per disperderla. Ci concentriamo attentamente sul mezzo stesso, sullo schermo, ma siamo distratti dall'arrivo in rapida successione di messaggi e stimoli contrastanti. La cacofonia di stimoli di Internet manda in cortocircuito sia il pensiero cosciente sia quello inconscio, impedendoci di approfondire o di essere creativi. I nostri cervelli diventano semplici unità di elaborazione dei segnali. L'uso intenso ha conseguenze neurobiologiche. Anche quello che non facciamo più nella vita reale, impegnati ad essere online, ha conseguenze neurologiche.

## 6. Cellulare

Il telefono cellulare è diventato uno dei mezzi tecnologici più usati e onnipresenti della nostra vita sociale e individuale.

Nel corso degli ultimi anni ha avuto una vera e propria metamorfosi. Oggi, infatti, utilizziamo il termine *smartphone* (cellulare intelligente) poiché la sua funzione è ampliata. E' possibile scattare foto, guardare filmati, ascoltare musica, giocare, seguire mappe e scaricare mille applicazioni differenti, utili per qualsiasi necessità e bisogno.

In recenti ricerche è stata registrata una nuova sindrome, chiamata *nomofobia*<sup>16</sup>, che segnala la paura di un soggetto a rimanere senza cellulare.

Questo perché il telefonino non è esattamente un telefono: è diventato parte integrante dell'identità dell'uomo tecnoliquido. Non solo è parte integrante di noi, è la nostra memoria, è il collegamento permanente con il mondo, con la rete, con i social, con tutta quell'area prepotente e ineliminabile che chiamiamo "socializzazione virtuale". E' dunque fonte del nostro nuovo modo di esserci. Rimanere senza cellulare per alcuni, sempre più numerosi, è come rimanere nudi: impossibile.

Il telefonino è diventato la nostra coperta di Linus, rassicurante, tecnodistanziante e al tempo stesso tecnoravvicinante, insomma ci dà la sensazione di controllare il mondo e gli altri in sicurezza.<sup>17</sup>

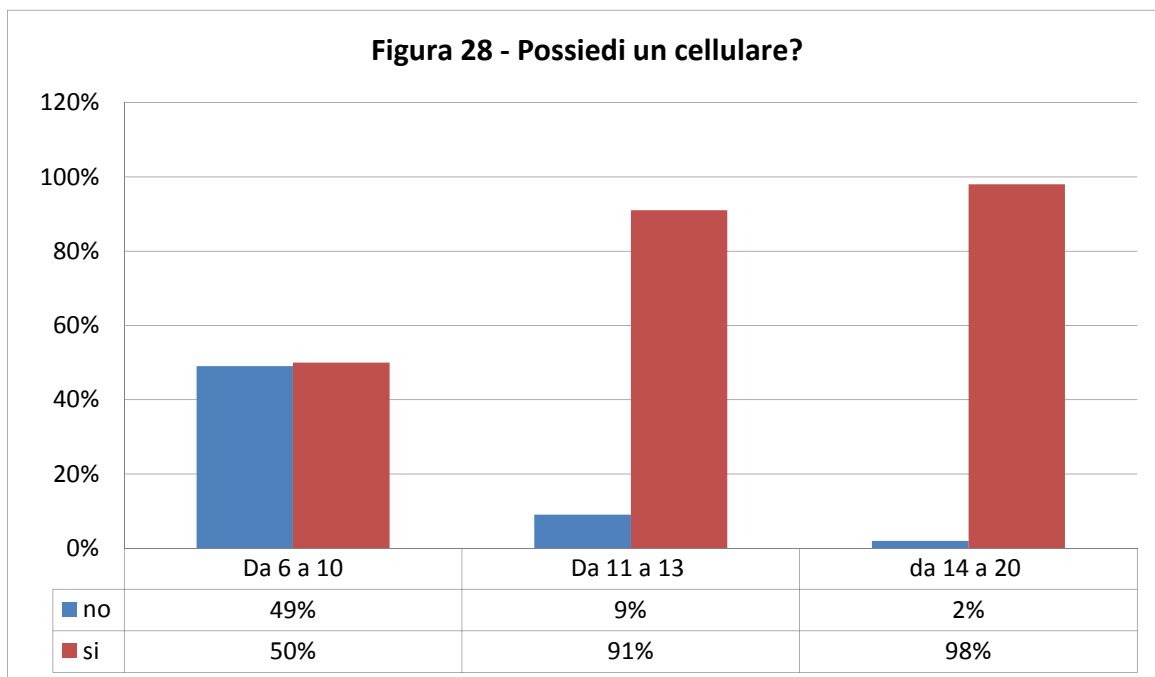
### I nativi digitali che rapporto hanno con gli Smartphone?

Gli evoluti cellulari odierni quindi non si configurano più come strumenti per il business o per una piccola élite ma sono ormai un bene di largo consumo, basti pensare che l'80% del campione ne possiede uno (50% 6-10 anni; 91% 11-13 anni; 98% 14-20 anni).



<sup>16</sup> Il termine (formato col suffisso *-fobia* ed un prefisso inglese, abbreviazione di *no-mobile*) è stato coniato in occasione di uno studio commissionato a YouGov, un qualificato ente di ricerca britannico, da Stewart Fox-Mills, responsabile del settore telefonia di Post Office Ltd (un ramo di Royal Mail, già poste del Regno Unito)

<sup>17</sup> Cantelmi T., il quotidiano "La Provincia" del 10 gennaio 2013



Il 21% degli intervistati afferma di non poter resistere neanche un'ora senza telefonino (Tab. 65) e circa il 14% di preferire "spesso" o "sempre" la comunicazione tecnomediata a quella face to face, confermando in questo modo il suo fondamentale ruolo nella comunicazione e nell'interazione tra coetanei (Tab. 66).

Il cellulare non è più un mero strumento tecnologico ma sembrerebbe assumere funzioni differenti. Le evidenze cliniche riscontrate nel corso del nostro lavoro indicherebbero il cellulare come un oggetto transizionale. In un contesto poco familiare e in presenza di estranei, come può essere per esempio un setting terapeutico, il bambino ha la necessità di portare qualcosa con sé che prende il posto della mancata presenza rassicurante dei genitori. Un tempo tale oggetto poteva essere un orsacchiotto, una coperta o il gioco preferito, oggi è sempre più frequente assistere alla scelta del cellulare.

L'incapacità di staccarsi dal cellulare trova conferma nel fatto che solo il 18% dei ragazzi intervistati lascia a casa il cellulare quando si reca in un luogo dove è impossibile utilizzarlo, mentre tutti gli altri non se ne privano ma preferiscono spegnerlo o attivarlo in modalità silenziosa (Tab. 67).

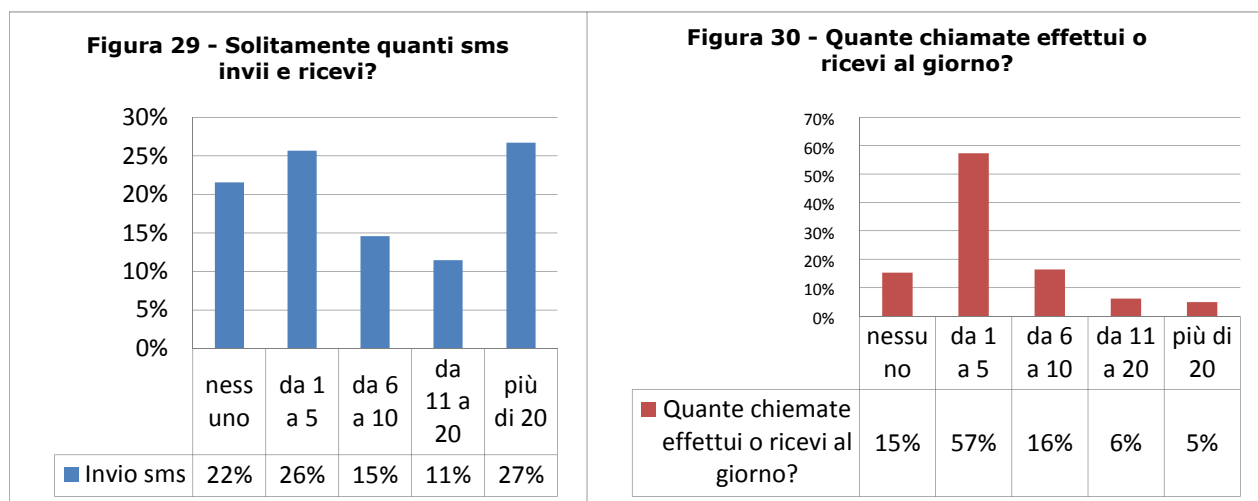
<b>Tabella 65 – Quanto tempo puoi trascorrere senza telefonino</b>		
Totale del Campione		
<b>Risposte</b>	<b>Freq.</b>	<b>% Tot</b>
neanche 1 ora	161	21%
una giornata	259	33%
una settimana	126	16%
un mese	41	5%
più di un mese	191	25%
<b>Totale risposte</b>	<b>778</b>	<b>100%</b>

<b>Tabella 66 - Preferisci la comunicazione telefonica (via sms o chiamate) piuttosto che parlare con le persone dal "vivo"?</b>								
Totale del Campione suddiviso per classi di età								
<b>Risposte</b>	<b>Freq. 6-10</b>	<b>% 6-10</b>	<b>Freq. 11-13</b>	<b>% 11-13</b>	<b>Freq. 14-20</b>	<b>% 14-20</b>	<b>Tot. Freq</b>	<b>%Tot</b>
sempre	10	5,5%	13	4,7%	6	1,9%	29	3,7%
spesso	23	12,7%	32	11,6%	27	8,4%	82	10,6%
raramente	56	30,9%	116	42,2%	127	39,7%	298	38,5%
mai	92	50,8%	114	41,5%	160	50,0%	366	47,2%
<b>Totale risposte</b>	<b>181</b>	<b>100%</b>	<b>275</b>	<b>100%</b>	<b>320</b>	<b>100%</b>	<b>775</b>	<b>100%</b>

<b>Tabella 67 - Quando stai in un luogo dove non puoi utilizzare il telefonino..</b>								
Totale del Campione suddiviso per classi di età								
<b>Risposte</b>	<b>Freq. 6-10</b>	<b>% 6-10</b>	<b>Freq. 11-13</b>	<b>% 11-13</b>	<b>Freq. 14-20</b>	<b>% 14-20</b>	<b>Tot. Freq</b>	<b>%Tot</b>
lo spegni	78	42,6%	138	50,2%	41	12,8%	257	33,0%
non lo porto	79	43,2%	53	19,3%	7	2,2%	139	17,8%
silenzioso	21	11,5%	50	18,2%	169	52,6%	240	30,8%
silenzioso e vibrazione	5	2,7%	34	12,4%	104	32,4%	143	18,4%
<b>Totale risposte</b>	<b>183</b>	<b>100%</b>	<b>275</b>	<b>100%</b>	<b>321</b>	<b>100%</b>	<b>779</b>	<b>100%</b>

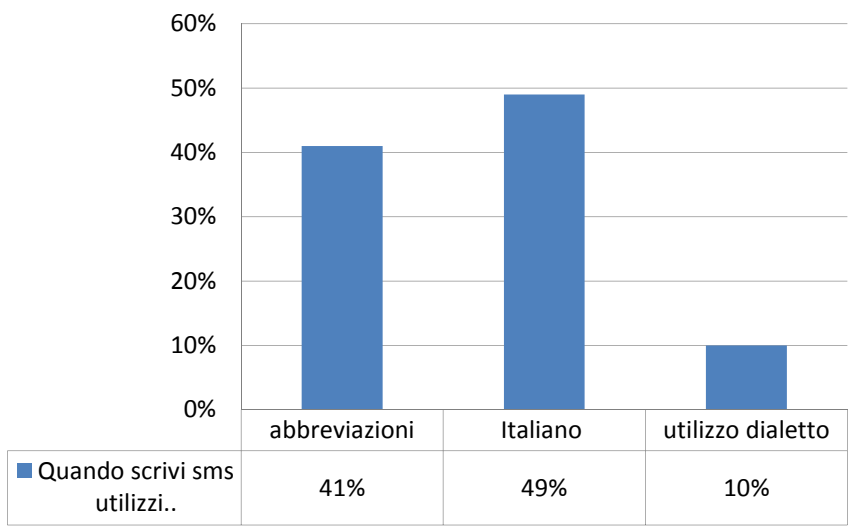
Uno dei canali preferenziali scelti dai giovani per comunicare sono gli SMS e le chiamate tramite cellulare, il 38% del campione scambia in un solo giorno più di 11 sms (Fig. 29). Come si rileva nella tabella 68, il 13% dei ragazzi superiori ai 14 anni afferma di trascorrere più di un'ora al giorno al telefono, i dati dimostrano una piccola differenza di genere (le femmine parlano di più).

Lo stile comunicativo sta cambiando, i nativi digitali utilizzano un nuovo linguaggio generando in modo autoreferenziale il proprio gergo: quando scrivono i messaggi 4 ragazzi su 10 utilizzano le abbreviazioni ("xkè", "cmq", "nn"..) ed esprimono le proprie emozioni non a parole ma tramite le emoticon 😊. Sembrano, infatti, più abili nel rappresentare i loro stati d'animo e meno nel viverli.

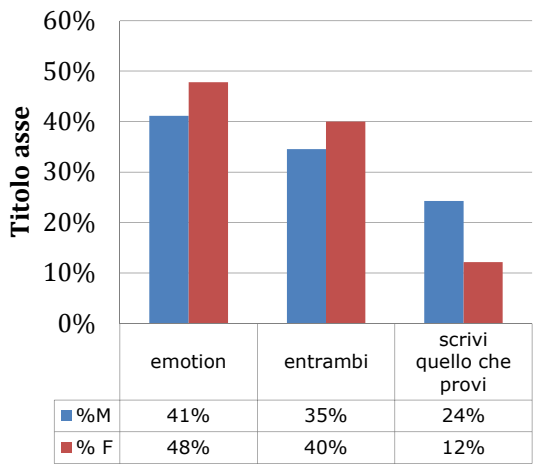


<b>Tabella 68 - Quanto durano le telefonate?</b>								
Totale del Campione suddiviso per classi di età								
Risposte	Freq. 6-10	% 6-10	Freq. 11-13	% 11-13	Freq. 14-20	% 14-20	Tot. Freq	%Tot
<b>pochi minuti</b>	163	91,6%	221	81,3%	214	67,7%	598	78,1%
<b>meno di 1 ora</b>	7	3,9%	34	12,5%	60	19,0%	101	13,2%
<b>da 1 a 2 ore</b>	6	3,4%	12	4,4%	29	9,2%	47	6,1%
<b>più di 2 ore</b>	2	1,1%	5	1,8%	13	4,1%	20	2,6%
<b>Totale risposte</b>	178	100%	272	100%	316	100%	766	100%

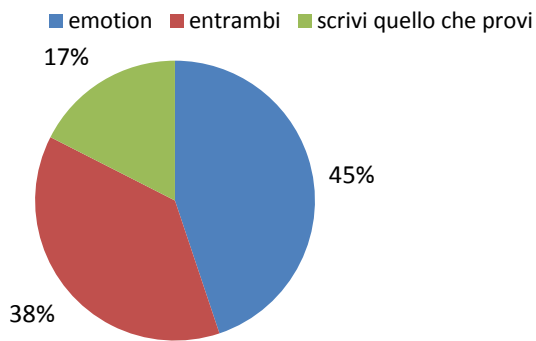
**Figura 31- Quando scrivi sms utilizzi..**



**Figura 32- Quando vuoi esprimere una tua emozione utilizzi**



**Figura 33- Quando vuoi esprimere una tua emozioni utilizzi**





Una serie di items del questionario sono stati concepiti allo scopo di comprendere come i nativi digitali usano video e foto catturati attraverso l'obiettivo del cellulare col fine di indagare la diffusione di alcuni comportamenti devianti che in questo periodo stanno prendendo piede: il sexting e il cyberbullismo.

La parola inglese Sexting ("sex" – sesso - e "texting" - invio di messaggi virtuali -) indica la pratica dell'invio o della ricezione di testi, immagini e video a sfondo sessuale attraverso i mezzi informatici (computer, smartphone, ipod, ipad). Con l'arrivo di telefoni sempre più completi e simili a pc, con molteplici applicazioni che permettono lo scambio di foto e messaggi, questa attività è divenuta sempre più a portata di mano, sempre più semplice, sempre più praticata e gratuita. È un fenomeno in crescita che nasce in America nel 2009 tra gli adolescenti<sup>18</sup> e che si sta diffondendo progressivamente anche in Italia<sup>19</sup> come una nuova forma di comunicazione ludica ma al tempo stesso molto pericolosa sia dal punto di vista psicologico che legale, poiché l'invio di foto che ritraggono minorenni in pose sessualmente esplicite configura il reato di distribuzione di materiale pedopornografico (anche se tra minorenni consenzienti).

Per quanto riguarda l'Italia i dati raccolti dal telefono azzurro confermano che tra i giovanissimi l'esperienza del sexting non rappresenta un'eccezione, ma è invece piuttosto comune: il fenomeno ha subito un aumento sorprendente, gli adolescenti dai 12 ai 18 anni che dicono di aver ricevuto sms, mms, video di natura sessuale sono passati dal 10,2% al 25,9%. Praticamente 1 adolescente su 4 afferma di aver ricevuto sms, mms e video a sfondo sessuale mentre nel 2011 accadeva solo ad 1 su 10. Una percentuale allarmante, secondo gli esperti, ma che gli adolescenti non vivono nello stesso modo. Quasi il 60% dei ragazzi, infatti, non ha problema nel dichiarare di essersi divertito o persino che gli abbia fatto piacere, mentre uno su sei è rimasto indifferente. Inviare foto "hot", insomma, è diventata una pratica molto diffusa, specie tra coetanei, visto che i mittenti sono soprattutto amici (38,6%), mentre i partner rappresentano una quota inferiore, di poco superiore al 27%, e meno ancora sono gli sconosciuti (22,7%) che inviano materiale imbarazzante.

Il campione della nostra ricerca alla domanda "Se hai registrato video li hai mai diffusi in Internet" ha risposto: l'8% sì, "sempre" o "spesso" e il 20% sì, "raramente" (Tab.69). Percentuali non altissime ma sicuramente significative.

Gli aspetti caratteristici di questo tipo di comportamenti sono:

- **Fiducia:** spesso i ragazzi/le ragazze inviano proprie immagini o video nudi o sessualmente espliciti perché si fidano della persona a cui stanno inviando il materiale. Mostrano una scarsa consapevolezza che quello stesso materiale, se il rapporto (amicale o di coppia) dovesse deteriorarsi o rompersi, potrebbe essere diffuso come ripicca per quanto accaduto. Inoltre sembrano non considerare adeguatamente

<sup>18</sup> NCMEC: The National Center for Missing and Exploited Children, USA, 2009

<sup>19</sup> Indagini del Telefono Azzurro ed Eurispes presentate alla Camera dei Deputati il 13/01/2013

quanto sia realmente degna di fiducia una persona, dato che il sexting può avvenire anche tra persone che si sono conosciute da poco. Questa è una delle caratteristiche di Internet, che permette di raggiungere in poco tempo elevati livelli d'intimità e di fiducia, ovviamente non reali, ma solo realistiche.

- **Pervasività:** le possibilità che offrono i telefonini di nuova generazione permettono di condividere le foto proprie o altrui con molte persone contemporaneamente, attraverso invii multipli, condivisione sui social network, diffusione online. E, questi nuovi telefoni, sono ormai alla portata di tutti e ormai ritenuti quasi indispensabili anche per le attività della vita quotidiana. Oggi, per molti giovani, è impensabile non avere un telefono che permetta di segnarsi gli appuntamenti in agenda, controllare le email, accedere al proprio profilo Facebook, inviare messaggi tramite vari programmi come WhatsApp e Viber, fare foto e condividerle con gli amici, e via dicendo.
- **Persistenza del fenomeno:** il materiale pubblicato su internet può rimanere disponibile online anche per molto tempo. I ragazzi, che crescono immersi nelle nuove tecnologie, non sono consapevoli che una foto o un video diffusi in rete potrebbero non essere tolti mai più. Molto spesso, infatti, quando viene pubblicata una foto su di un sito o un social network, si perdono i diritti su quella foto e, in ogni caso, si perde il potere di poterla eliminare. Inoltre, anche se la eliminiamo, dovremmo riuscire a cancellarla anche dai dispositivi di coloro che l'hanno salvata.
- **Non consapevolezza:** i ragazzi spesso non sono consapevoli sia delle conseguenze psicologiche e legali del sexting. Nel primo caso si tratta della possibilità di sviluppare una dipendenza vera e propria, nonché di maturare una distorsione delle proprie capacità affettive e sessuali. Nel secondo caso, invece, molto spesso i ragazzi non sono nemmeno consapevoli che stanno scambiando materiale pedopornografico.

Oltre alle problematiche di natura legale già citate, il sexting può avere numerose altre conseguenze negative anche a livello psicologico. In una ricerca del 2010<sup>20</sup>, emergeva che gli studenti che risultavano più impegnati nel sexting erano anche quelli che, con maggiori probabilità, avevano una storia psicopatologica di ansia eccessiva, violenza psicologica e fisica interpersonale. Sempre da ricerche provenienti dagli USA<sup>21</sup>, sembrerebbe che alle ragazze, in caso di sexting conclamato, è normalmente richiesto un enorme grado di resilienza<sup>22</sup> solo per sopravvivere nel contesto scolastico. Ciò comporta una costante vigilanza sul loro aspetto e sul comportamento, e un'attenzione continua verso i ragazzi che potrebbero ferirle o umiliarle, in particolare quando sono uniti in gruppi. Facilmente si intuisce lo stato di ansia, attivazione e stress intenso alle quale sono sottoposte.

---

<sup>20</sup> Englander, 2012

<sup>21</sup> NSPCC, 2011

<sup>22</sup> La **resilienza** è la capacità di far fronte in maniera positiva agli eventi traumatici, di riorganizzare positivamente la propria vita dinanzi alle difficoltà.

Il sexting potrebbe facilitare inoltre il dilagare del bullismo in rete<sup>23</sup>, detto *cyberbullismo*, grazie al quale immagini di nudo o di sesso esplicito possono fare il giro del web senza controllo, procurando negli sventurati "protagonisti" forti e costanti umiliazioni. Il termine Cyberbullismo indica atti di vessazione, umiliazione, molestia e azioni aggressive indirette nei confronti di una vittima, effettuati tramite mezzi elettronici come ad esempio l'e-mail, i social network o i telefoni cellulari, è un fenomeno in aumento nella nostra società. Un dato sconcertante è che il 60% del campione appartenente alla classe d'età 14-20 almeno una volta ha utilizzato foto o video per prendere in giro qualcuno (quasi il 20% dichiara di farlo spesso). Risulta essere un comportamento prettamente maschile (Tab. 70-71). Gli studenti che sono "cyberbullizzati" esperiscono più facilmente stati di depressione, ansia, difficoltà di concentrazione con un alto tasso di dispersione scolastica, invece i "cyberbulli" sono i più propensi a impegnarsi in comportamenti a rischio<sup>24</sup>. Un fenomeno simile è il self-cyberbullismo, cioè l'auto-bullismo digitale, gli adolescenti assumono profili falsi e facendo finta di "cyberbullizzare" se stessi attirano l'attenzione e la simpatia degli altri coetanei. Questo comportamento è associato a difficoltà con alcol e/o droghe, problemi famigliari e ha come causa o conseguenza quella di essere sia un bullo che vittima di bullismo<sup>25</sup>. ( Nella Tab. 61 il 34% del campione dichiara di non usare mai la propria identità quando naviga in internet)<sup>26</sup>.

<b>Tabella 69 - Se hai registrato video li hai mai diffusi in Internet?</b>		
Totale del Campione		
<b>Risposte</b>	<b>Freq.</b>	<b>% Tot</b>
<b>Mai</b>	551	72%
<b>Raramente</b>	155	20%
<b>Sempre</b>	10	1%
<b>Spesso</b>	52	7%
<b>Totale risposte</b>	768	100%

<sup>23</sup> NCMEC, 2009

<sup>24</sup> Ybarra e Mitchell, 2007.

<sup>25</sup> Low Risk Associated With Most Teenage Sexting: A Study Of 617 18-Year-Olds Elizabeth Englander, PhD 2011/2012

<sup>26</sup> Cfr Lambiase E. - [www.emilianolambiase.wordpress.com](http://www.emilianolambiase.wordpress.com)

**Tabella 70 - Hai utilizzato foto o video per prendere in giro qualcuno?**

Totale del Campione suddiviso per classi di età

Risposte	Freq. 6-10	% 6-10	Freq. 11-13	% 11-13	Freq. 14-20	% 14-20	Tot. Freq	%Tot
mai	158	88,3%	200	73,5%	128	40,3%	486	63,2%
raramente	12	6,7%	50	18,4%	97	30,5%	159	20,7%
sempre	1	0,6%	11	4,0%	31	9,7%	43	5,6%
spesso	8	4,5%	11	4,0%	62	19,5%	81	10,5%
<b>Totale risposte</b>	179	100%	272	100%	318	100%	769	100%

**Tabella 71 - Hai utilizzato foto o video per prendere in giro qualcuno?**

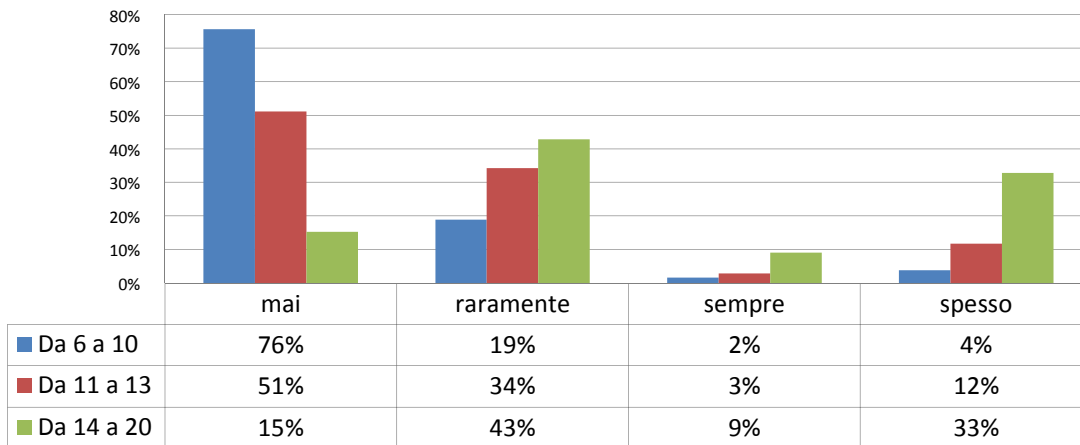
Totale del Campione suddiviso in base al sesso

Risposte	Freq. F	% F	Freq .M	%M
Mai	474	78,9%	247	63,0%
Raramente	86	14,3%	85	21,7%
Sempre	17	2,8%	23	5,9%
Spesso	24	4,0%	37	9,4%
<b>Totale risposte</b>	601	100%	392	100%

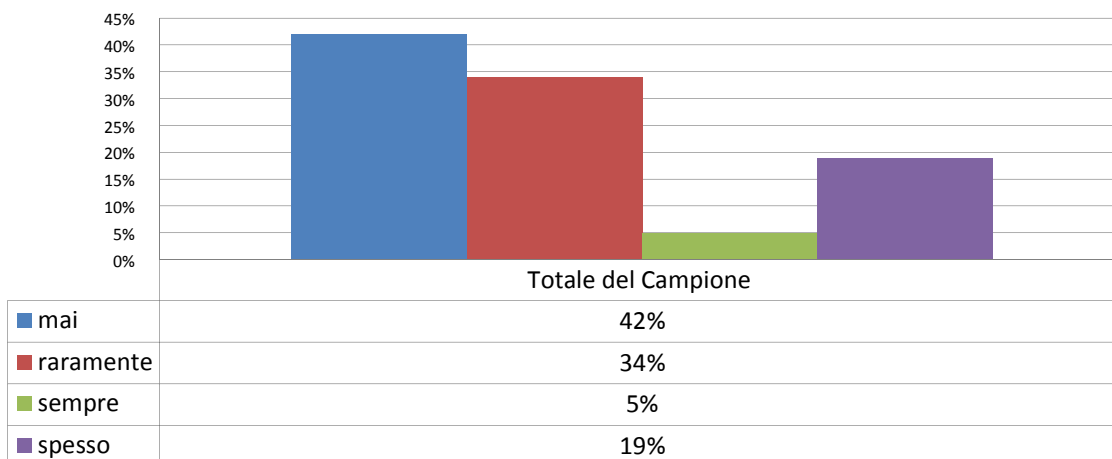
Molti genitori dichiarano di comprare il cellulare ai propri figli per poterli chiamare e per sapere ciò che fanno, eppure circa il 60 % del campione totale dichiara di aver mentito almeno una volta su dove si trovava, la percentuale cresce considerevolmente con l'aumento dell'età degli intervistati: il 25 % dai 6-10 anni, il 49 % dagli 11 ai 13, e addirittura l'85% sopra i 14 anni (Fig.34-35).

L'emergenza educativa continua: solo l'11 % dei giovani ha il divieto di rispondere al telefonino durante i pasti, a tutti gli altri è accordato il permesso. Sembra forte la necessità di rimanere connessi con la comunità esterna, i momenti conviviali in famiglia non rappresenterebbero più un'occasione di dialogo e di confronto, sembrano quindi essere destinati a perdere la loro natura intima. **Gli adulti hanno rinunciato a svolgere il loro ruolo genitoriale?**

**Figura 34 - Comunicando tramite il telefonino hai mai mentito su dove eri o su cosa stavi facendo?**



**Figura 35- Comunicando tramite il telefonino hai mai mentito su dove eri o su cosa stavi facendo?**



**Tabella 72 - Durante i pasti i tuoi genitori ti ...**

Totale del Campione		
Risposte	Freq.	% Tot
consentono di rispondere	215	29%
consentono ma per rispetto non lo utilizzi	435	58%
vietano di rispondere	104	14%
<b>Totale risposte</b>	<b>754</b>	<b>100%</b>

Il 13% della fascia dei bambini della media fanciullezza dichiara di possedere numeri di persone a loro estranee (Tab.73), la percentuale aumenta sino al 15% nella fascia di età inferiore. Un dato allarmante se a questo si aggiunge la percentuale delle persone conosciute tramite social e chat.

<b>Tabella 73- I contatti presenti in rubrica li conosci tutti personalmente?</b>								
Totale del Campione suddiviso per classi di età								
<b>Risposte</b>	<b>Freq. 6-10</b>	<b>% 6-10</b>	<b>Freq. 11-13</b>	<b>% 11-13</b>	<b>Freq. 14-20</b>	<b>% 14-20</b>	<b>Tot. Freq</b>	<b>%Tot</b>
<b>No</b>	27	15,4%	34	12,5%	19	6,0%	80	10,4%
<b>Si</b>	148	84,6%	239	87,5%	300	94,0%	687	89,6%
<b>Totale risposte</b>	175	100%	273	100%	319	100%	767	100%

L'utilizzo del cellulare nel mediare le relazioni interpersonali è sempre più crescente ma il rischio è evidente quando, invece che servire da strumento di sostegno per proteggersi dal contatto emotivo diretto, fungendo da "maschera telematica", è usato come mezzo per gestire abitualmente le relazioni.

Ma, come sono le tecnorelazioni?

Il cellulare permette di mettersi in gioco a metà, di fuggire nel momento di crisi e di filtrare le proprie emozioni. Eliminando la comunicazione non verbale, quella impossibile da mascherare perché comprende tutti gli aspetti di uno scambio comunicativo che non riguardano il livello puramente semantico del messaggio ma il linguaggio istintivo del corpo, la finzione diventa più facile.

Inoltre, secondo i linguisti più del 90% della nostra comunicazione giornaliera è non-verbale. È un contributo enorme alla parola, infatti, l'efficacia di un messaggio dipende solamente in minima parte dal significato letterale di ciò che si è detto, e il modo in cui questo messaggio viene percepito è influenzato pesantemente dai fattori di comunicazione non verbale; quindi, possiamo facilmente comprendere quanto sia più grande il rischio di non capire quando si è al telefono o quando si invia un messaggio piuttosto che quando si parla faccia a faccia.

Evidente risulta, inoltre, il rischio che la "cellurelazione" finisca col far idealizzare la persona dall'altra parte dell'apparecchio: la proiezione nel tecnointerlocutore dei propri desideri, fantasie e bisogni sono tanto più facili quanto minori sono le informazioni che abbiamo su esso. Il cellulare diventa un tecnoponte, veloce, senza limiti e sicuro, che permette di mantenere vicini e presenti le persone care, gestendo il timore della separazione e della distanza. Il telefonino assume il ruolo di oggetto-simbolo della presenza dell'amico, fidanzato ecc..., per questo ne siamo così affezionati. Spegnerne il telefonino equivale a rimanere da soli.

## 7. Cinema

Il cinema rappresenta una forma d'arte moderna, nata alla fine del XIX secolo e si connota come uno dei più grandi fenomeni di aggregazione culturale. Le motivazioni che spingono ad andare al cinema sono molteplici: riflettere su temi sociali ed etici, condividere la visione con altri e in seguito scambiarsi opinioni o per evadere momentaneamente dalla realtà, viaggiando con la fantasia. Il cinema ha contribuito a costruire nell'immaginario collettivo grandi miti, attraverso i meccanismi di proiezione e d'identificazione lo spettatore attribuisce agli attori le proprie idee e aspirazione e allo stesso tempo assimila l'aspetto e i sentimenti dei protagonisti dello schermo, con l'intento di imitarne atteggiamenti e stili.

Gli spettatori sono catturati all'interno di un film con un maggior coinvolgimento anche grazie all'utilizzo di tecnologie avanzate, la creazione d'immagini sempre più spettacolari e l'evoluzione degli impianti acustici.

### **I nativi digitali che rapporto hanno con il cinema?**

Il 50% dei ragazzi italiani dai 6 ai 18 anni si reca a vedere un film al cinema più di 4 volte durante l'anno (Tab. 74), la scelta dello spettacolo è influenzata soprattutto, come si rileva dalla tabella 75 dal trailer del film (non si rileva alcuna differenza statisticamente significativa tra i sessi). Il 75% dei bambini inferiori ai 10 anni frequenta il cinema con i propri genitori piuttosto che con i coetanei, mentre il 53% dei ragazzi tra gli 11 e i 13 e l'89% dei ragazzi con età superiore ai 14 anni si reca a vedere un film principalmente con i propri amici (Tab.76). I più piccoli sono interessati soprattutto ai cartoni (75%), i ragazzi più grandi invece specialmente ai film comici oppure al genere thriller. Si nota una leggera differenza nella scelta dello spettacolo per quanto riguarda le ragazze, di fatto, sembrano essere più interessate alle commedie romantiche (Fig. 38-39).

Nonostante queste preferenze sul tipo di spettacolo solamente il 60% afferma di sapere sempre ciò che vuole vedere, di fatto quasi il 79% degli intervistati dichiara che andare al cinema è "un modo per stare insieme al di là del film da vedere"(Tab.76bis). La decisione dello spettacolo scivolerà, quindi, in secondo piano perché l'attenzione sarà più focalizzata sulla scelta della compagnia.

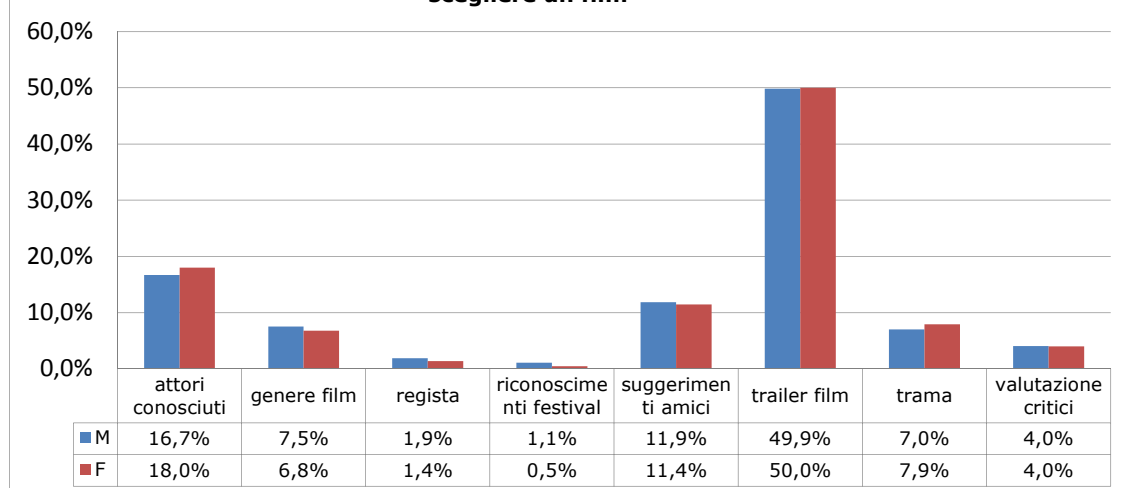
**Tabella 74 - Mediamente con quale frequenza vai al cinema?**

Totale del Campione suddiviso per classi di età								
Risposte	Freq. 6-10	% 6-10	Freq. 11-13	% 11-13	Freq. 14-20	% 14-20	Tot. Freq	%Tot
mai	80	25%	22	8%	18	6%	120	13%
1-3 volte l'anno	150	47%	126	43%	71	22%	347	37%
4-6 volte l'anno	49	15%	55	19%	79	24%	183	19%
7-12 volte l'anno	16	5%	40	14%	69	21%	125	13%
2 volte/mese	24	7%	29	10%	76	23%	129	14%
più volte/settimana	3	1%	19	7%	13	4%	35	4%
<b>Totale risposte</b>	<b>322</b>	<b>100%</b>	<b>291</b>	<b>100%</b>	<b>326</b>	<b>100%</b>	<b>939</b>	<b>100%</b>

**Tabella 75 - Quale di questi è uno stimolo importante che ti induce a scegliere un film**

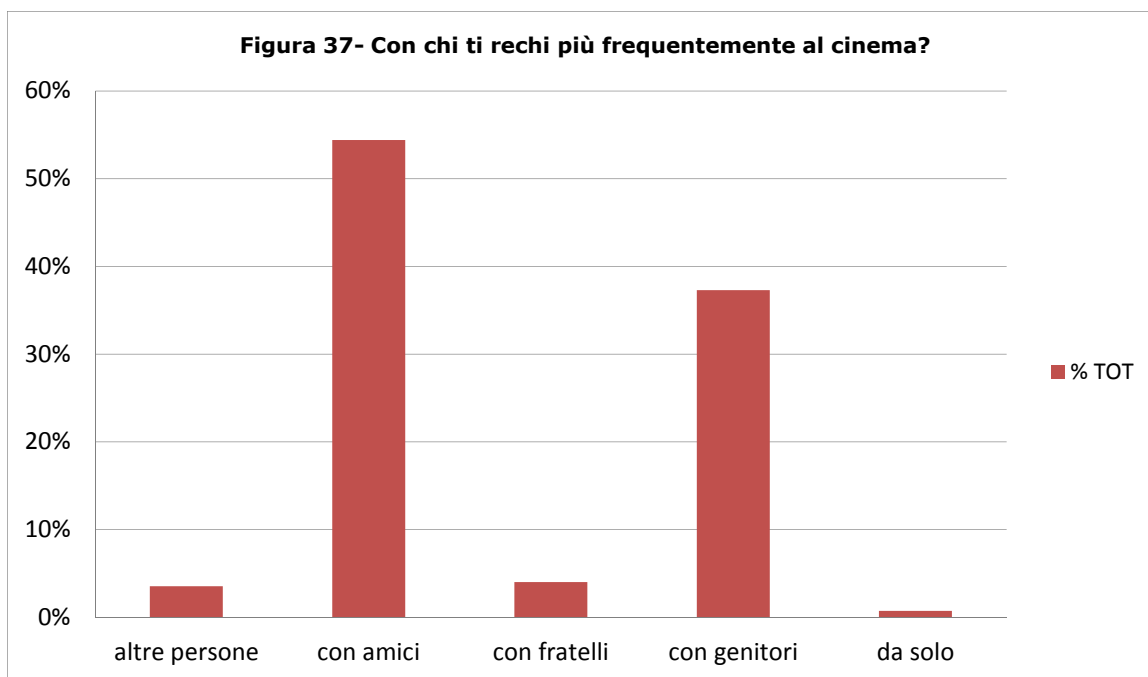
Totale del Campione suddiviso per classi di età								
Risposte	Freq. 6-10	% 6-10	Freq. 11-13	% 11-13	Freq. 14-20	% 14-20	Tot. Freq	%Tot
attori conosciuti	59	26,0%	44	16,7%	36	11,7%	139	17,4%
genere film	13	5,7%	24	9,1%	20	6,5%	57	7,1%
regista	2	0,9%	4	1,5%	7	2,3%	13	1,6%
riconoscimenti festival		0,0%	2	0,8%	4	1,3%	6	0,8%
suggerimenti amici	44	19,4%	28	10,6%	21	6,8%	93	11,6%
trailer film	69	30,4%	133	50,6%	197	63,8%	399	49,9%
trama	34	15,0%	18	6,8%	8	2,6%	60	7,5%
valutazione critici	6	2,6%	10	3,8%	16	5,2%	32	4,0%
<b>Totale risposte</b>	<b>227</b>	<b>100%</b>	<b>263</b>	<b>100%</b>	<b>309</b>	<b>100%</b>	<b>799</b>	<b>100%</b>

**Figura 36-Quale di questi è uno stimolo importante che ti induce a scegliere un film**

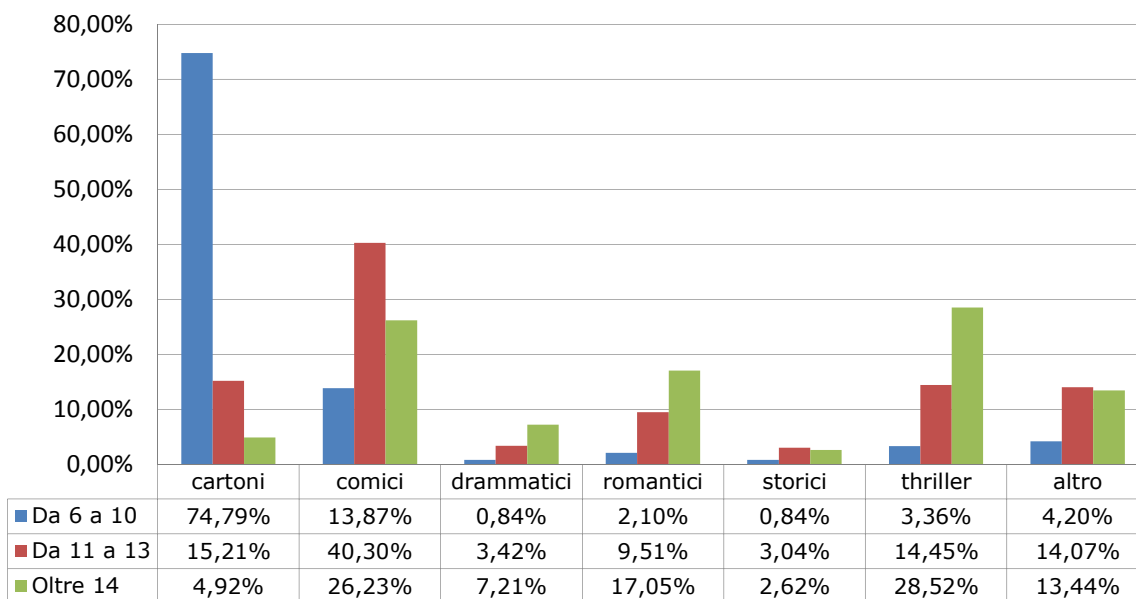




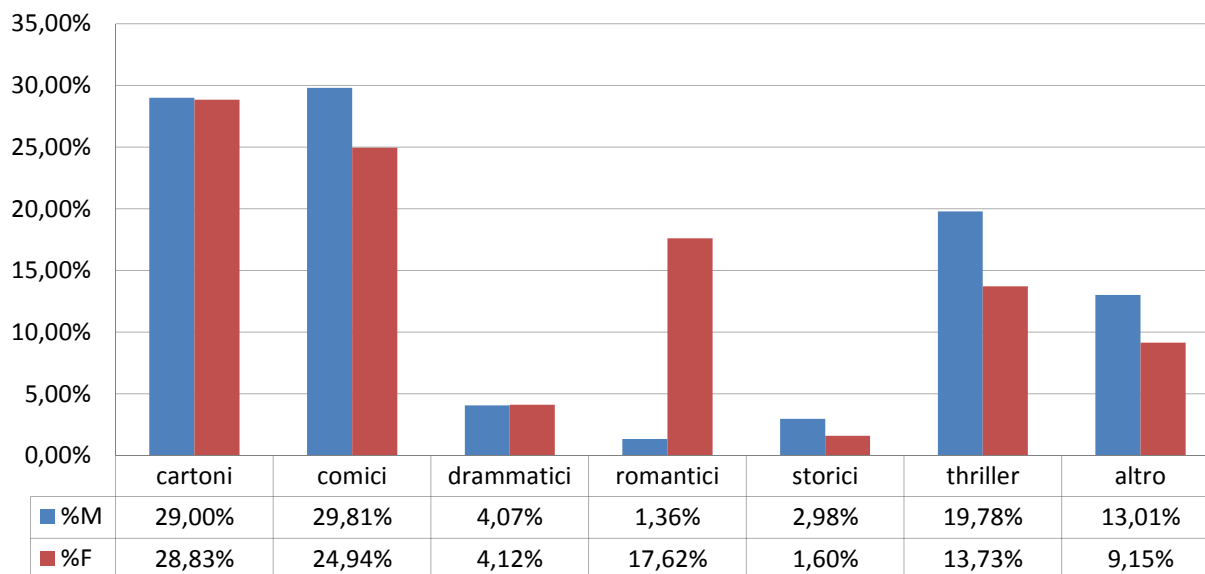
<b>Tabella 76 - Con chi ti rechi più frequentemente al cinema?</b>						
Totale del Campione suddiviso per classi di età						
<b>Risposte</b>	<b>Freq. 6-10</b>	<b>% 6-10</b>	<b>Freq. 11-13</b>	<b>% 11-13</b>	<b>Freq. 14-20</b>	<b>% 14-20</b>
<b>altre persone</b>	15	6%	6	2%	8	3%
<b>con amici</b>	29	12%	143	53%	273	89%
<b>con fratelli</b>	13	5%	11	4%	9	3%
<b>con genitori</b>	181	75%	107	39%	17	6%
<b>da solo</b>	2	1%	4	1%	0	0%
<b>Totale risposte</b>	240	100%	271	100%	307	100%



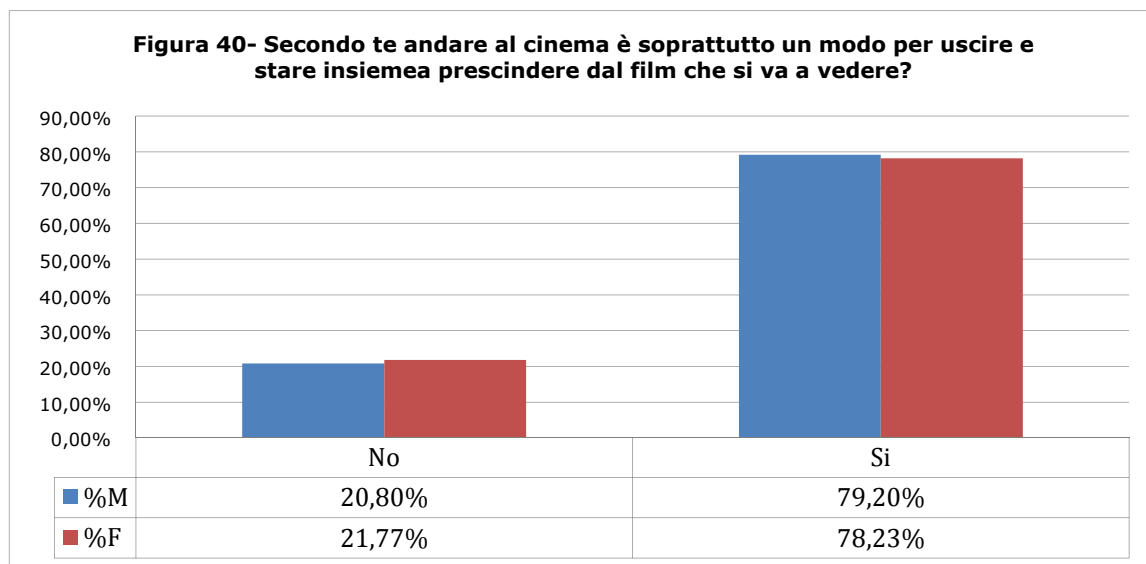
**Figura 38- Cosa vai a guardare preferibilmente al cinema?**



**Figura 39- Cosa vai a guardare preferibilmente al cinema?**

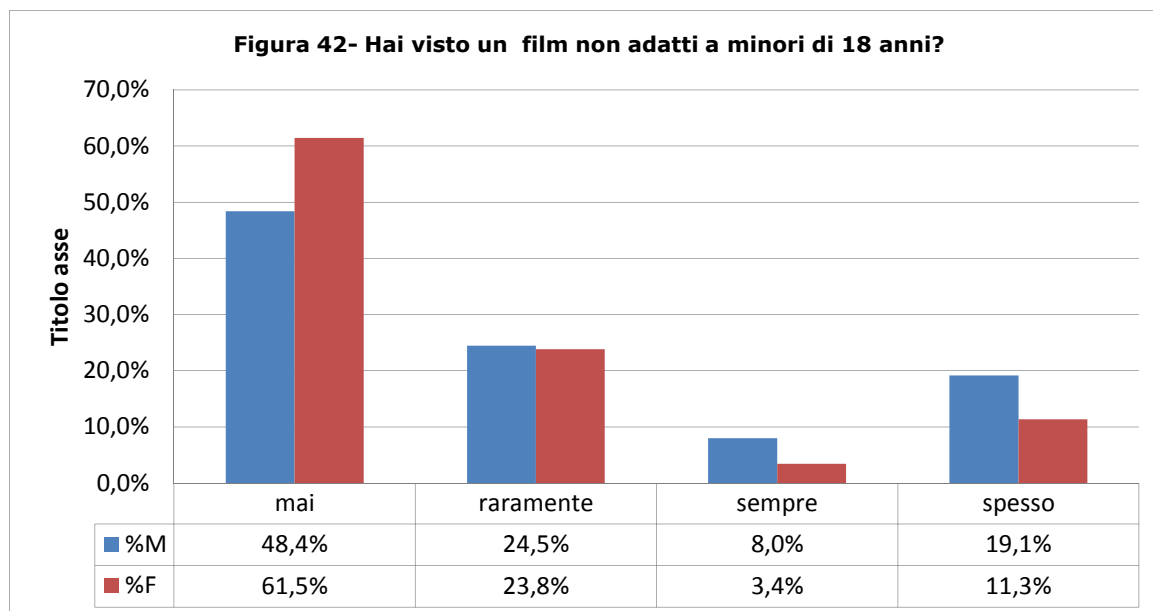
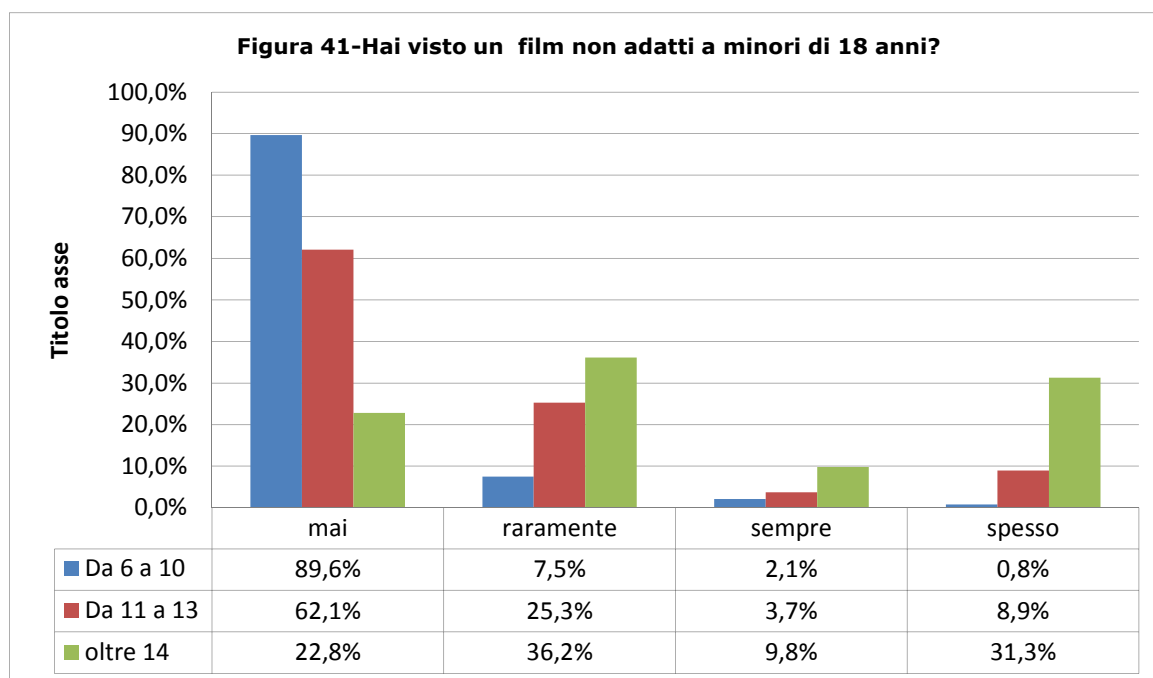


<b>Tabella 76 bis - Secondo te andare al cinema è soprattutto un modo per uscire e stare insieme a prescindere dal film che si va a vedere?</b>								
Totale del Campione suddiviso per classi di età								
Risposte	Freq. 6-10	% 6-10	Freq. 11-13	% 11-13	Freq. 14-20	% 14-20	Tot. Freq	%Tot
<b>No</b>	64	26,78%	49	18,22%	61	19,81%	174	21,32%
<b>Si</b>	175	73,22%	220	81,78%	247	80,19%	642	78,68%
<b>Totale risposte</b>	239	100%	269	100%	308	100%	816	100%



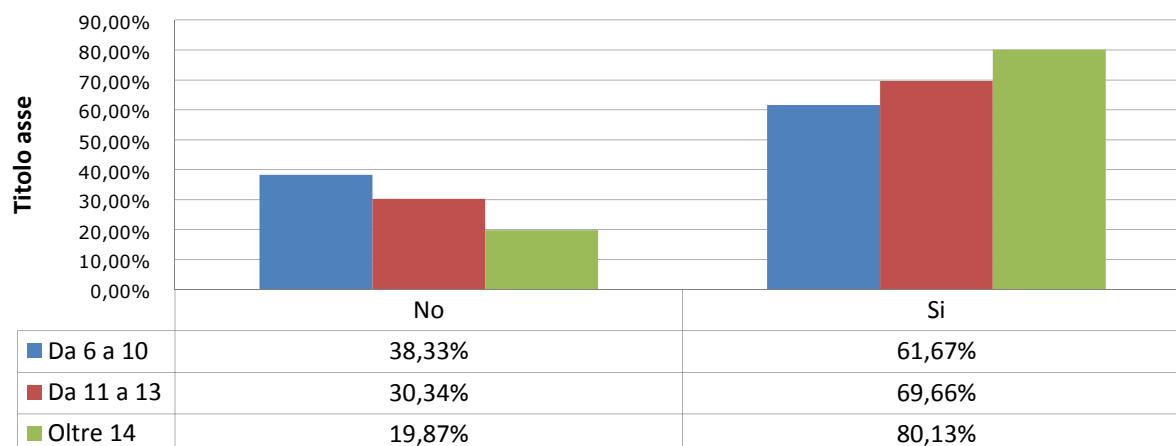
<b>Tabella 77 - Quando vai al cinema sai già cosa vuoi vedere?</b>								
Totale del Campione suddiviso per classi di età								
Risposte	Freq. 6-10	% 6-10	Freq. 11-13	% 11-13	Freq. 14-20	% 14-20	Tot. Freq	%Tot
<b>mai</b>	9	3,77%	12	4,43%	8	2,60%	29	3,55%
<b>raramente</b>	5	2,09%	17	6,27%	37	12,01%	59	7,21%
<b>sempre</b>	186	77,82%	175	64,58%	130	42,21%	491	60,02%
<b>spesso</b>	39	16,32%	67	24,72%	133	43,18%	239	29,22%
<b>Totale risposte</b>	239	100%	271	100%	308	100%	818	100%

Alcuni dati preoccupanti tuttavia ci sono. Infatti, circa il 40% degli intervistati sopra i 14 anni vede, "sempre" o "spesso", film non adatti ai minori. Il risultato suggerisce uno scarso controllo nelle sale cinematografiche (Fig. 41).

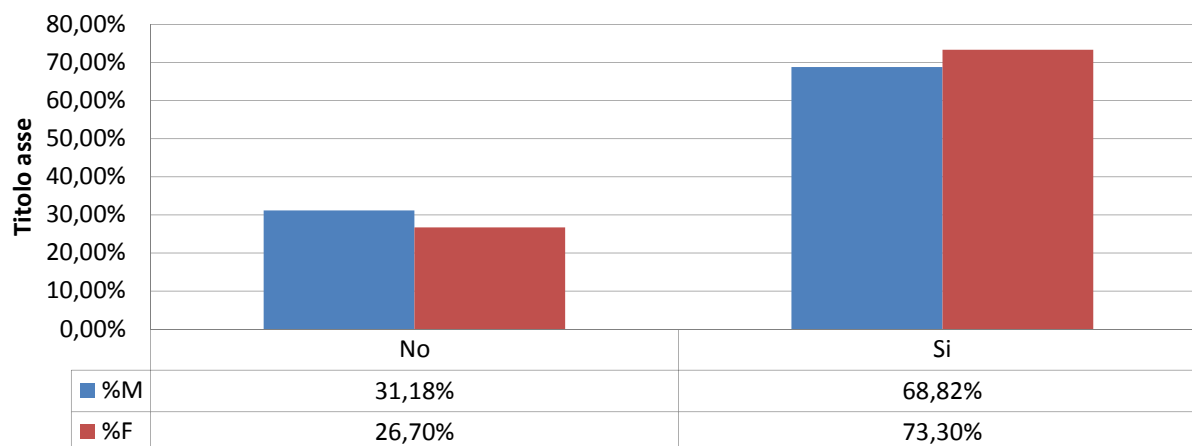


Infine, abbiamo chiesto ai ragazzi se desiderassero partecipare a un cast cinematografico ed è sorprendente notare come questo mezzo di comunicazione continua ad attrarre e affascinare da più di un secolo il suo pubblico. Nella fascia di età che comprende i ragazzi dai 6 ai 10 anni sono il 62% i bambini che hanno risposto affermativamente, il 70% gli intervistati dagli 11 ai 13 anni e addirittura l'80% i ragazzi dai 14 ai 18 anni (Fig. 43).

**Figura 43- Ti piacerebbe partecipare ad un cast cinematografico?**



**Figura 44- Ti piacerebbe partecipare ad un cast cinematografico?**



Cos'è che attrae del cinema?

L'immagine innanzitutto. Hitchcock, infatti, affermava che attraverso il gioco d'immagini il regista riesce a produrre un forte impatto emotivo nel pubblico.

L'assenza di partecipazione motoria porta lo spettatore a focalizzarsi attraverso una partecipazione interiore e psicoaffettiva dove entrano in gioco due meccanismi fondamentali, gli stessi presi in considerazione nella "sezione televisione": l'identificazione e la proiezione, in cui lo spettatore si immedesima nel personaggio o nella situazione a cui assiste. Gli effetti sul pubblico di questi meccanismi sono essenzialmente la catarsi e la suggestione.

La vicenda cinematografica pone di fronte agli uomini esperienze di vita, impulsi passionali e irrazionali che si trovano, più o meno inconsciamente, nell'animo umano, permettendo agli individui di sfogarli innocuamente, in una sorta di esorcizzazione di massa. Grazie alla catarsi, è quindi possibile riappropriarsi delle energie fino a quel momento impegnate in meccanismi di difesa tesi a mantenere gli equilibri del conscio facilitando lo spettatore nell'integrazione o nell'elaborazione dei propri vissuti.

Attraverso la suggestione lo spettatore viene influenzato dal protagonista al punto da accettare le sue idee e modi di vita. La forza suggestiva del film viene esaltata dalla situazione della sala al buio, confortevole e silenziosa che permette alla persona di concentrarsi sullo schermo, lo spettatore entrerà così in un "sogno ipnotico condiviso".

Il potere del cinema è riscontrato, inoltre, perché considerato come un luogo di aggregazione sociale. E' un viaggio "insieme", in posti e situazioni nuove, dove si condividono esperienze emotive, momenti di gioia e alla fine opinioni.

## 8. Video Giochi

La storia dell'intrattenimento videoludico prende il via negli anni '40 arrivando in breve tempo ai video giochi di "settima generazione", quelli dei nostri giorni, sempre più sofisticati, avvolgenti e capaci di coinvolgere il giocatore non solo sotto il profilo cognitivo ed emotivo ma anche tattile e sensoriale.

Sono stati, e tuttora sono, un passatempo per tutti, senza distinzione di età e sesso, ma allo stesso tempo hanno rappresentato motivo d'innomerevoli dibattiti sul loro ruolo nella vita dei più piccoli e sulla possibile capacità di influenzare negativamente il comportamento e gli stati d'animo dei videogiocatori.<sup>9</sup>

A prescindere dalla valutazione degli effetti che i videogiochi hanno sull'aspetto psicologico dei ragazzi, rispetto alla quale ancora non si è arrivati ad una previsione univoca, è innegabile che questi abbiano un forte impatto sulle capacità percettive e senso-motorie nonché sulla costruzione identitaria dei ragazzi.

Il video gioco implica tre fenomeni che combinati tra loro generano un'influenza sui comportamenti. Il primo fenomeno, tipico della società tecnoliquida, è dato dall'incremento dell'ambiguità e dalla mancanza di differenziazione tra reale e virtuale. Il secondo fenomeno è un abbassamento della percezione diretta delle conseguenze dell'agire reale, cioè una percezione erronea delle responsabilità e delle conseguenze reali delle proprie azioni. E infine quello che viene definito l'effetto Proteus: l'avatar si è mostrato in grado di influenzare il giocatore introducendo così percezioni di se stessi come avatar dipendenti, cioè le caratteristiche del personaggio modificano nel mondo virtuale quello che è l'abituale comportamento dell'utente.

Combinati insieme questi tre fenomeni possono influenzare il comportamento reale modificandolo in funzione delle peculiarità personologiche del giocatore abusante.<sup>27</sup>

### I nativi digitali che rapporto hanno con i video giochi?

Giocare è sempre stata l'attività predominante nella vita dei bambini. Nessun bambino ha mai avuto bisogno di imparare a giocare, perché si tratta di qualcosa verso la quale è naturalmente portato. Il gioco rappresenta l'espressione formale dell'innata tendenza a conoscere, a capire e a sperimentare il mondo che lo circonda. Una caratteristica del gioco è la sua capacità di variare con l'evolversi della società, rispetto al passato, i "giochi spontanei" (come il gioco della campana, nascondino, rubabandiera, ecc..) rappresentano ormai una attività in via d'estinzione, per non parlare poi dei cosiddetti "giochi simbolici". Quest'ultimi, con la loro caratteristica del *far finta che* o del *far come se*, sono un mezzo di compensazione, di regolazione del livello emotivo, di soddisfacimento dei desideri e di scarica dei conflitti,

---

<sup>27</sup> Tonino Cantelmi in Psicologia dei videogiochi pag 176, Autori S. Triberti, L. Argenton Apogeo 2013

attraverso cui il bambino impara ad entrare in contatto con le proprie emozioni e a modulare il proprio mondo emotivo; rappresentano inoltre, una fonte di immaginazione e favoriscono lo sviluppo della creatività.

L'assenza di aree verdi come luoghi sicuri e protetti, l'aumento delle distanze urbane e la frenesia del vivere quotidiano ha penalizzato i giochi di gruppo, che favorivano la socializzazione spontanea e quindi aumentavano la competenza sociale, portando a ripiegare nei giochi forzati e sedentari.

Negli ultimi anni stiamo assistendo a un incremento estremamente significativo dell'utilizzo dei videogiochi e contestualmente all'abbassamento dell'età dei bambini che ne fanno uso.<sup>28</sup>

Tra le consolle più innovative circa il 40% del campione preferisce la Playstation, l'Xbox e il Game Club, seguiti dalla Nintendo Wii con circa il 26% delle preferenze. Non sono però da sottovalutare le altre scelte: il 6% del campione gioca con le App dello smartphone, il 6% con consolle piccole e trasportabili, come la PSP Vita, e il 3% con altro (ad esempio tablet). Questi dati dimostrano la capacità dei videogiochi di saper superare ogni confine concependo innumerevoli modalità di fruizione, per essere sempre parte integrante della quotidianità dei ragazzi. (Fig.45)

I giochi preferiti dagli intervistati riguardano l'avventura (42%), mentre circa il 29% preferisce i giochi sportivi e il 13% è attratto dai giochi di combattimento (Fig. 46).

Anche i videogiochi online rappresentano una forte attrattiva per il campione: circa il 33% dei bambini tra i 6 e i 10 anni afferma di giocareci "spesso" o "sempre", la percentuale aumenta sino al 47% per gli intervistati compresi nella fascia di età tra gli 11 e i 13 anni e si attesta al 59% per la fascia di età 14 - 20 anni (Fig. 47).

Tuttavia i risultati più interessanti sono emersi quando abbiamo deciso di indagare la presenza di norme o regole imposte dai genitori nel tempo d'impiego e nel metodo di utilizzo di questo mezzo. Infatti, oltre il 49% dei ragazzi di età compresa tra gli 11 e i 13 anni non ha "mai" avuto o "raramente" limiti di orario da parte dei propri genitori (Fig. 48). Il 30% della fascia d'età 11-13 e il 47% della fascia d'età 14-20 dichiara di trasgredire i margini di orario (Fig. 50). Invece, la fascia di età più piccola, appare maggiormente controllata: più del 80% ha "spesso" o "sempre" degli orari da rispettare (Fig. 48), eppure la metà di questi aggira le raccomandazioni dei genitori (il 39% Fig. 50). La propensione a trasgredire le imposizioni dei genitori è più spiccata nei ragazzi che nelle ragazze (il 50% dei maschi contro il 21% delle femmine Fig. 51).

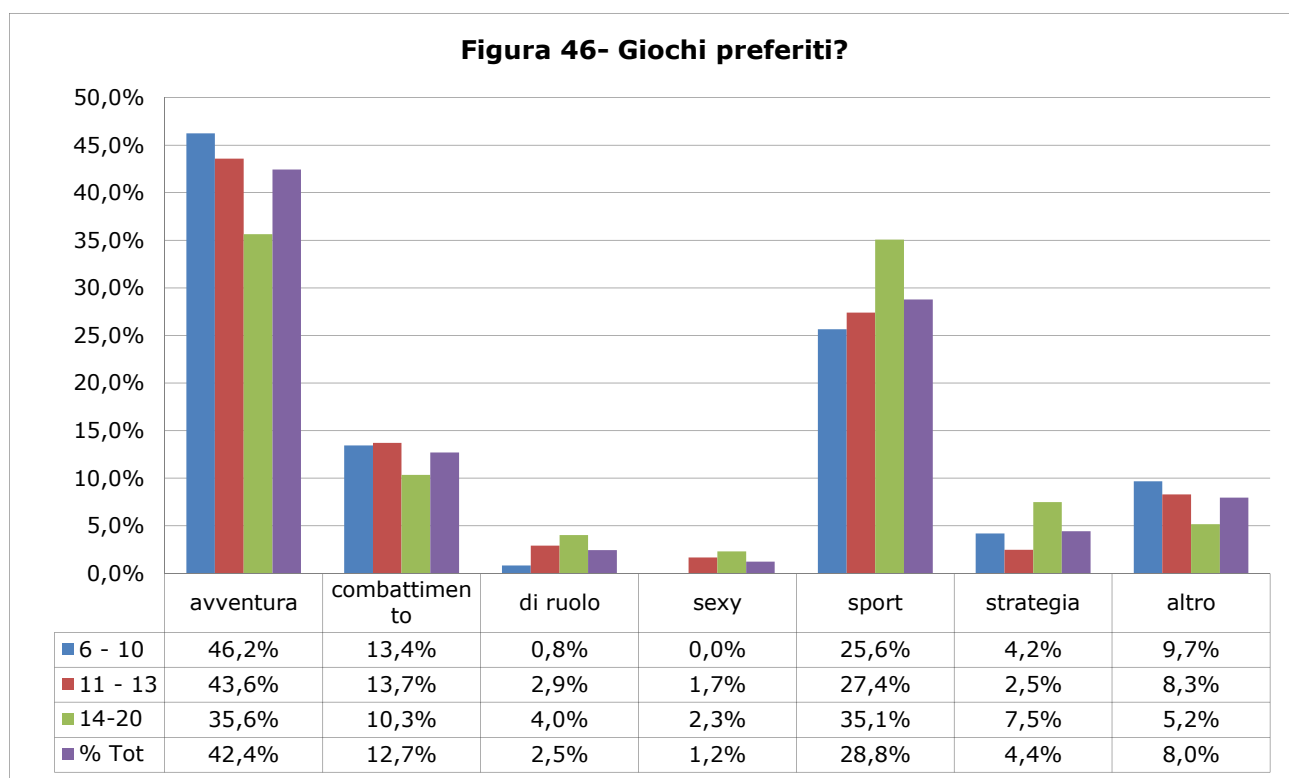
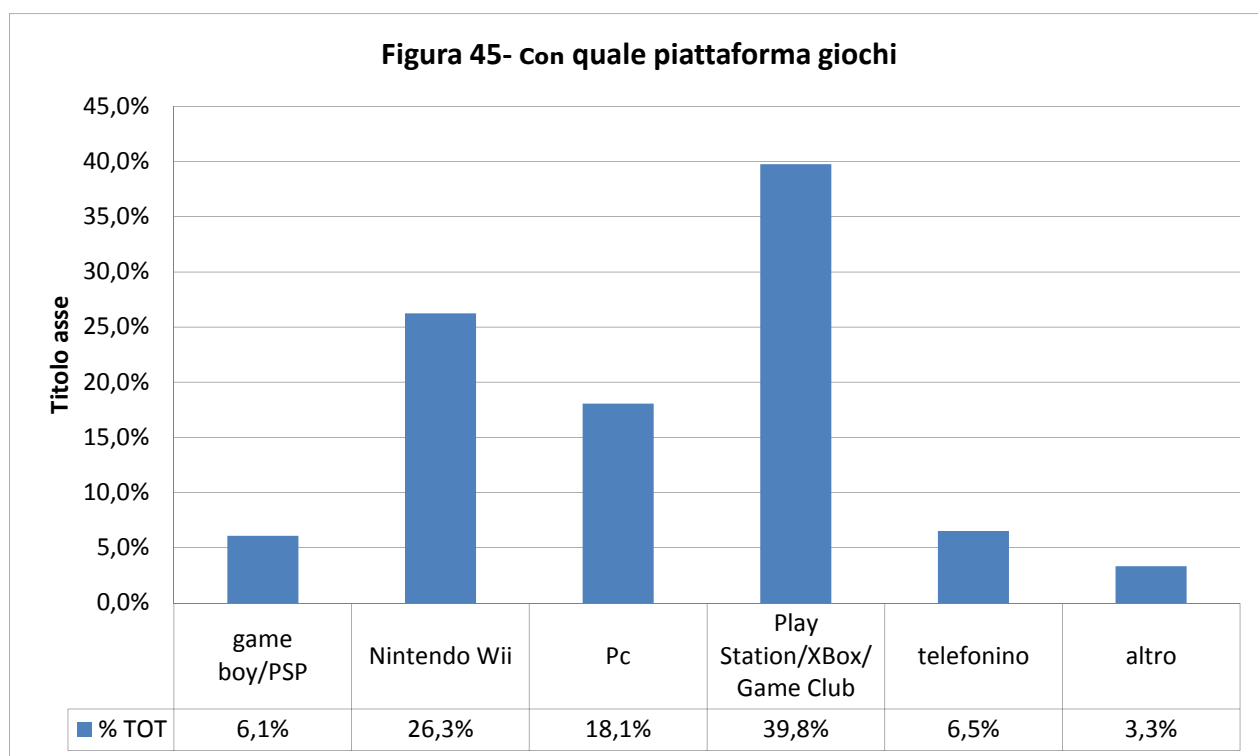
Anche qui, come nelle altre sezioni, il controllo genitoriale appare reso inefficace dal luogo della casa in cui si trova la piattaforma. Il 23% del campione può comodamente giocare "a porte chiuse" nella propria stanza e quasi il 15% utilizza un computer o una consolle portatile. Non appare sorprendente se il 25% dei bambini tra i 6 e i 10 anni gioca da solo e che il 7% ha giocato "sempre" o "spesso" a giochi non adatti alla sua età (Tab. 78). Quest'ultimo dato

---

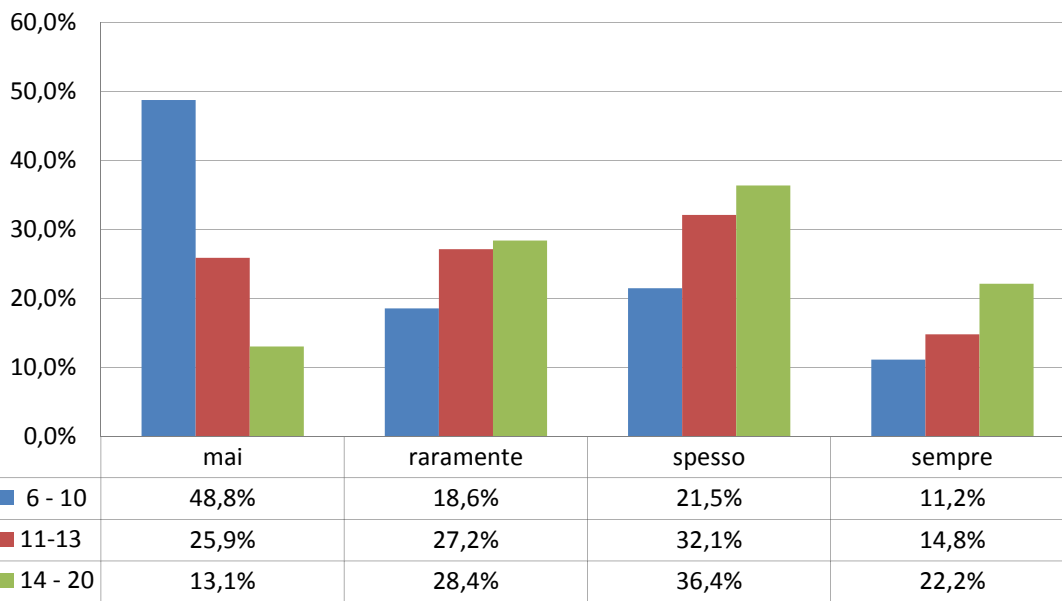
<sup>28</sup> T. Cantelmi, Cacace C., "Le nuove frontiere della mente" in "Videogiochi: Miti, Valori e Modelli di Comportamento", ISTITUTO ITALIANO DI MEDICINA SOCIALE



aumenta drasticamente con l'aumentare dell'età, arriva, infatti, a interessare quasi il 50% dei ragazzi di età superiore ai 14 anni.



**Figura 47- Hai mai giocato a videogiochi online?**



**Figura 48- I tuoi genitori ti danno dei limiti di tempo nell'utilizzo dei video giochi?**

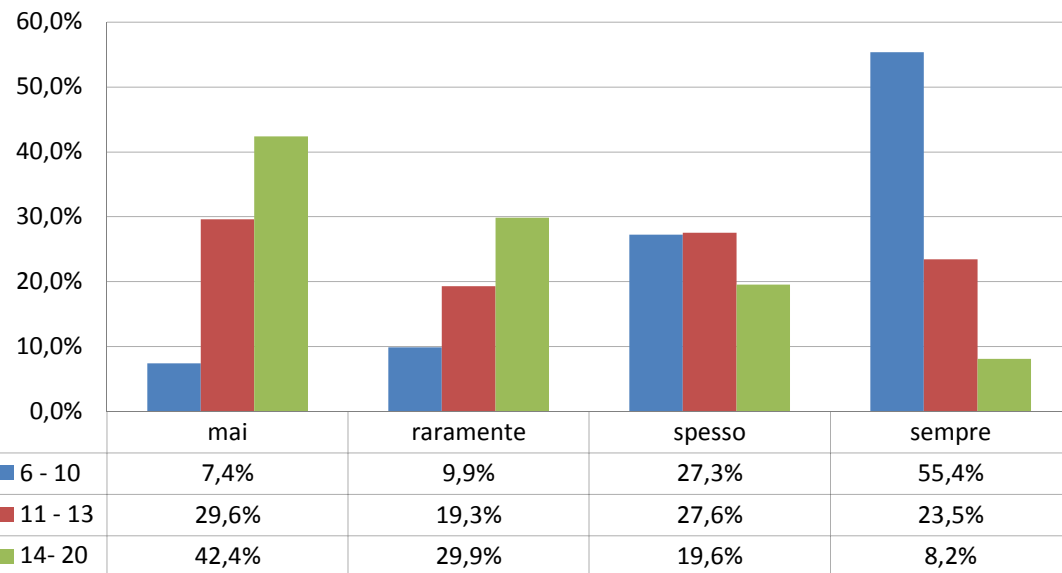
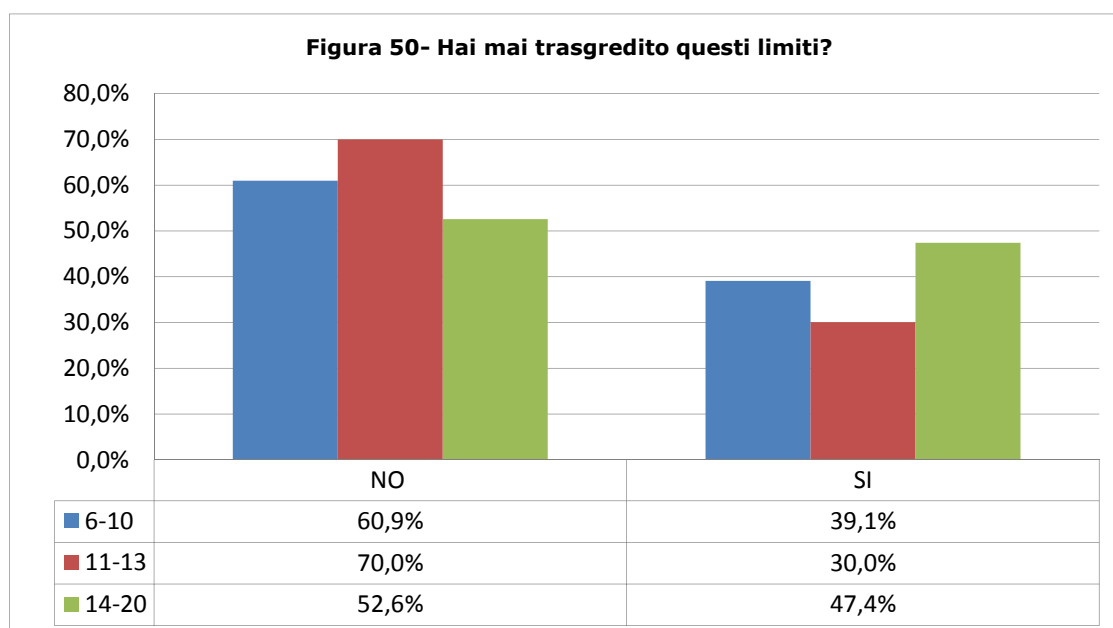
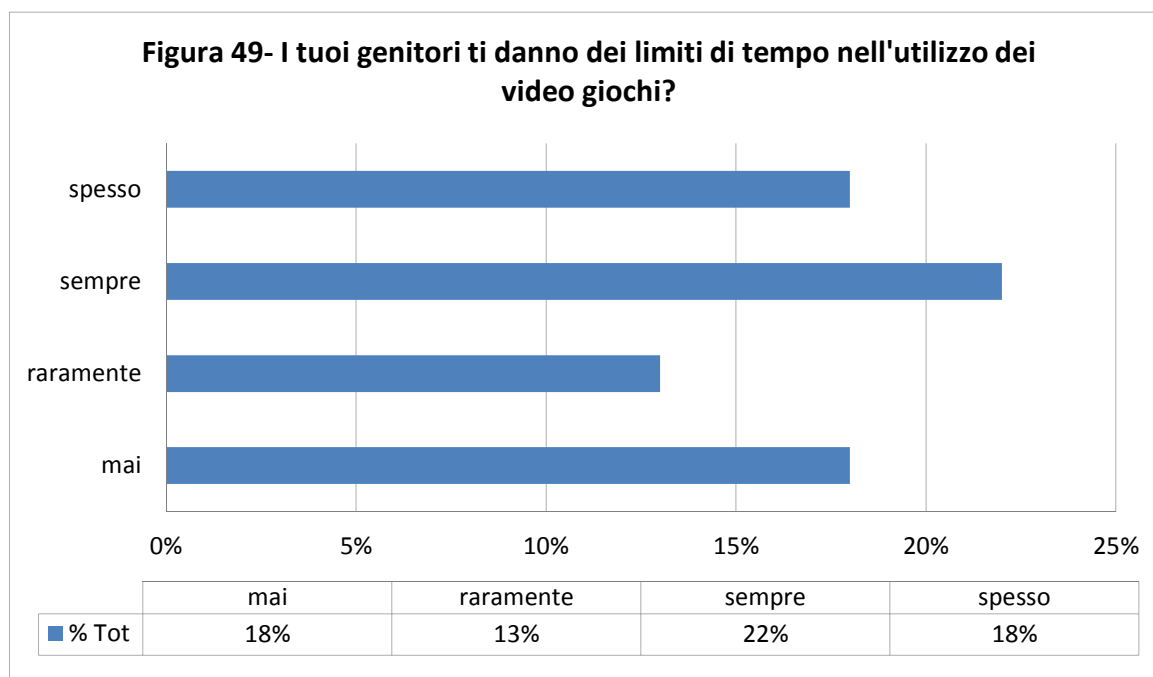
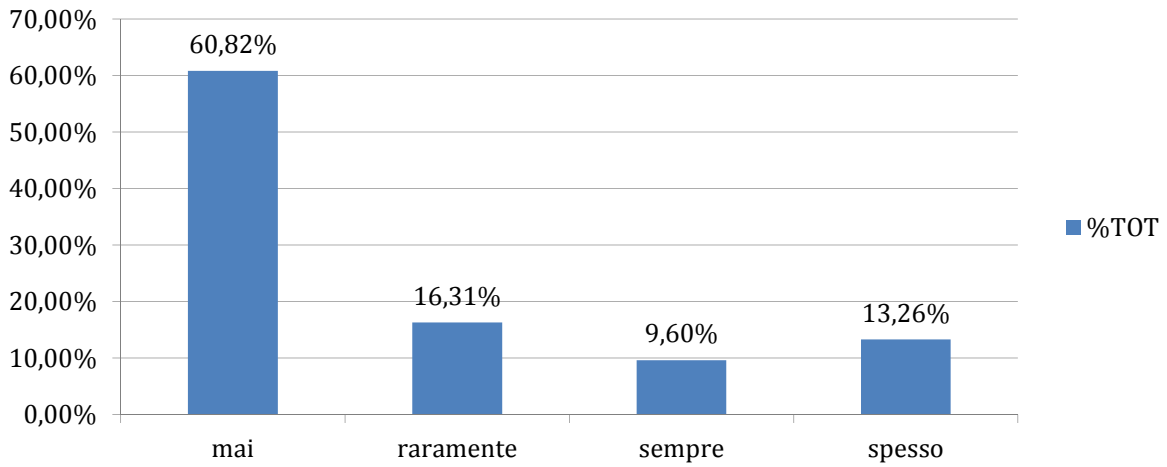


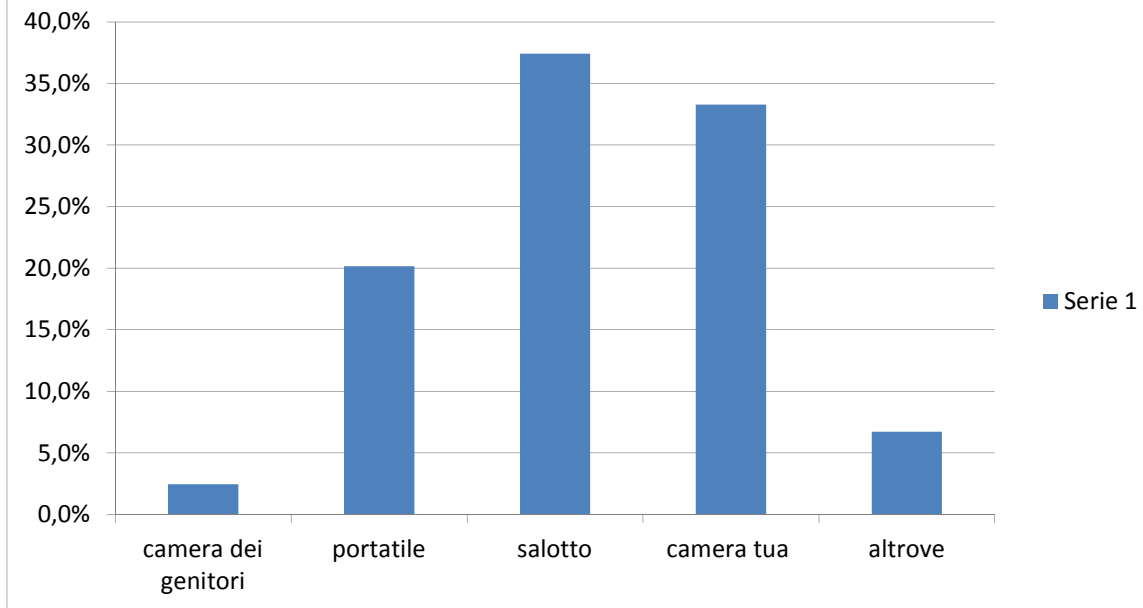
Tabella 78 - Ti è mai capitato di giocare ad un video gioco non adatto ai minori di 18 anni?								
Campione Totale								
Risposte	Freq. 6-10	% 6-10	Freq. 11-13	% 11-13	Freq. 14-20	% 14-20	Tot. Freq	%Tot
mai	207	86,25%	147	60,74%	45	25,86%	399	60,82%
raramente	15	6,25%	51	21,07%	41	23,56%	107	16,31%
sempre	5	2,08%	18	7,44%	40	22,99%	63	9,60%
spesso	13	5,42%	26	10,74%	48	27,59%	87	13,26%
<b>Totale risposte</b>	240	100%	242	100%	174	100%	656	100%



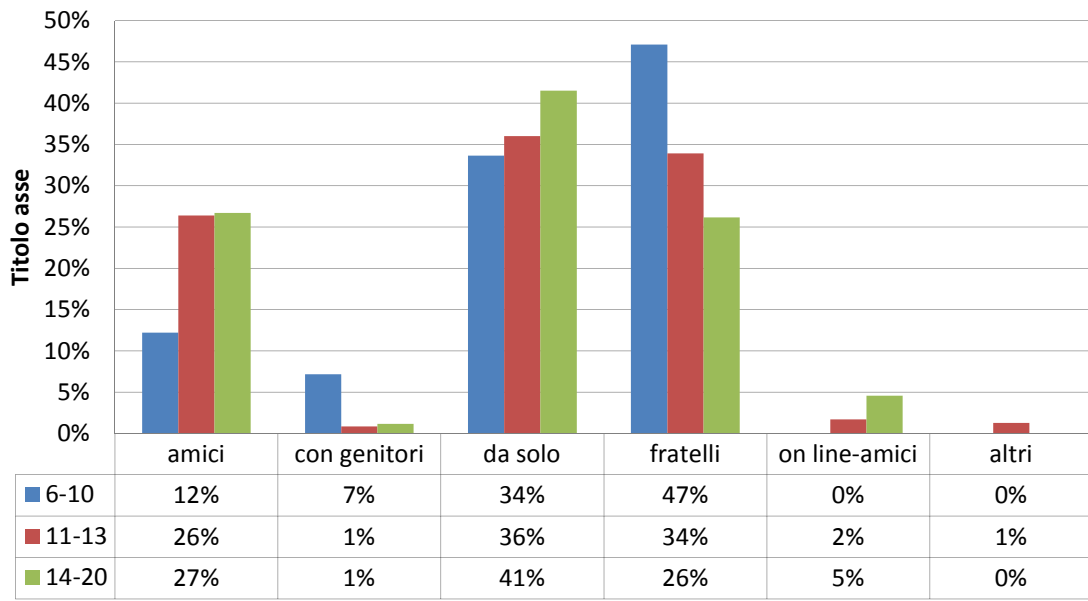
**Figura 52- Ti è mai capitato di giocare ad un video gioco non adatto ai minori di 18 anni?**



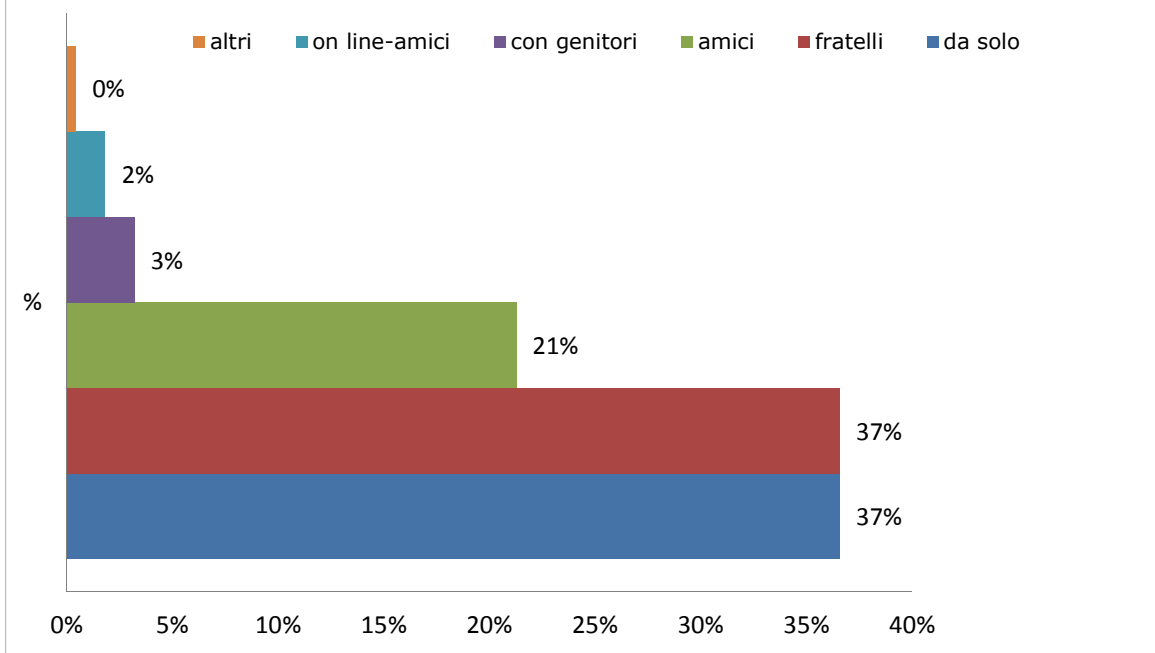
**Figura 53- In quale ambiente della casa si trova?**



**Figura 54- Con chi giochi solitamente?**



**Figura 55- Con chi giochi solitamente?**



Il rischio di abuso dell'intrattenimento videoludico e il possibile comportamento patologico è un fenomeno da non sottovalutare, uno dei possibili pericoli è quello di assistere ad un vero e proprio workshop dell'identità: il giocatore è uno sperimentatore di emozioni alla ricerca del suo Io. L'intrappolamento nel videogioco è possibile come modalità fenomenologica di tipo psicotico in adolescenti particolarmente vulnerabili. La psicosi del terzo millennio, può quindi assumere connotazioni connesse con la virtualità<sup>29</sup>.

Alcuni indicatori del comportamento d'abuso sono il tempo trascorso a videogiocare e la difficoltà a distogliere l'attenzione: il 5% del nostro campione si trattiene oltre 3 ore al giorno davanti ai videogiochi e il 21% da 1 ora a 3 ore (Tab. 79); quasi il 28% afferma che è "sempre" o "spesso" difficile smettere di giocare (tab. 80) e circa il 13% dichiara di perdere ore di sonno pur di continuare la sua partita (Tab.81).

Perché un videogiocatore non riesce a staccarsi dal videogioco?

Per rispondere a tale quesito alcuni autori<sup>30</sup> ricorrono alla teoria psicologica del "flow", ovvero una esperienza di totale concentrazione e divertimento in una particolare attività dove tutto sembra accadere sotto il controllo dell'attore così come esso lo desidera. L'assorbimento nell'attività è così intenso da catturare tutte le risorse mentali del soggetto trovatosi davanti a un compito difficile, che richiede concentrazione e una perfetta armonia tra mente e corpo, ma che offre immediate soddisfazioni e feedback. Il videogioco è un contesto in grado di favorire l'ingresso di un soggetto nello stato di flow, infatti il videogiocatore ha la possibilità di immergersi in un luogo suggestivo senza tempo, capace di garantire elevati livelli di sicurezza psicologica e di stimolare, attraverso il divertimento e la motivazione intrinseca, il desiderio di sperimentare e la curiosità<sup>31</sup>. Questo stato di profonda concentrazione e gratificazione permette la modificazione del flusso di coscienza guidando il soggetto oltre l'ordinario e aiutandolo a sperimentare emozioni fortemente positive. Tale sensazione induce il videogiocatore a riprodurre il più possibile questo stato di benessere.

Il videogioco per le sue caratteristiche virtuali, accattivanti e per il coinvolgimento cognitivo, attentivo, emozionale ma anche fisico (basti pensare alla coordinazione dei movimenti fini delle dita per telecomandare il proprio avatar) assorbe totalmente il videogiocatore proiettandolo in un mondo parallelo: quello virtuale. Infatti, il 35% del campione dichiara di sentirsi "sempre" e "spesso" emotivamente coinvolto dal gioco e di provare delle emozioni forti (Tab.82). Il 47% dei bambini dai 6 ai 10 anni aspetta con ansia il momento in cui può giocare con il proprio videogioco preferito (Tab. 83) e 3 bambini su 10 dichiarano di non sentirsi tranquilli se non possono videogiocare per un giorno intero (Tab. 85).

---

<sup>29</sup> Tonino Cantelmi in *Psicologia dei videogiochi* pag. 176, Autori S. Triberti, L. Argenton Apogeo 2013

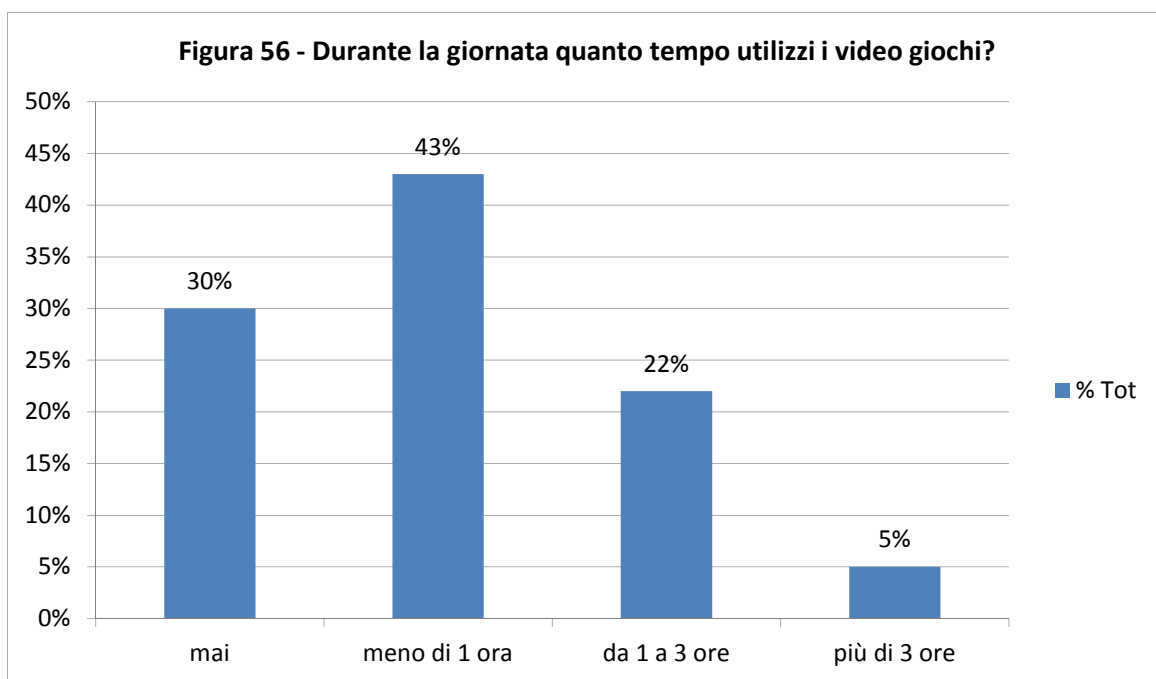
<sup>30</sup> Tiberti S., Argenton L., *Psicologia dei videogiochi*, Apogeo 2013

<sup>31</sup> Huizinga, 1970

Il mercato videoludico è in continua espansione, un settore che non risente della crisi<sup>32</sup>, quindi non è un dato sorprendente se il 32% degli intervistati sostiene di sentirsi “sempre” e “spesso” costretto ad acquistare una versione aggiornata del proprio gioco preferito (Tab. 84).

<b>Tabella 79 - Durante la giornata quanto tempo utilizzi i video giochi?</b>						
Classe di età 6 - 10						
<b>Risposte</b>	<b>Freq.No attività extra scolastiche</b>	<b>% No Att. Extra scolastiche</b>	<b>Freq. Si attività extra scolastiche</b>	<b>% Si Att. Extra scolastiche</b>	<b>Freq.</b>	<b>% Tot</b>
mai	46	31%	37	22%	83	26%
meno di 1 ora	65	44%	84	49%	149	47%
da 1 a 3 ore	30	20%	41	24%	71	22%
più di 3 ore	6	4%	10	6%	16	5%
<b>Totale risposte</b>	147	100%	172	100%	319	100%
Classe di età 11 - 13						
<b>Risposte</b>	<b>Freq.No attività extra scolastiche</b>	<b>% No Att. Extra scolastiche</b>	<b>Freq. Si attività extra scolastiche</b>	<b>% Si Att. Extra scolastiche</b>	<b>Freq.</b>	<b>% Tot</b>
mai	10	15%	42	19%	52	18%
meno di 1 ora	41	62%	120	54%	161	56%
da 1 a 3 ore	14	21%	50	22%	64	22%
più di 3 ore	1	2%	11	5%	12	4%
<b>Totale risposte</b>	66	100%	223	100%	289	100%
Classe di età 14 - 20						
<b>Risposte</b>	<b>Freq.No attività extra scolastiche</b>	<b>% No Att. Extra scolastiche</b>	<b>Freq. Si attività extra scolastiche</b>	<b>% Si Att. Extra scolastiche</b>	<b>Freq.</b>	<b>% Tot</b>
mai	45	52%	104	44%	149	46%
meno di 1 ora	24	28%	75	31%	99	30%
da 1 a 3 ore	12	14%	50	21%	62	19%
più di 3 ore	5	6%	10	4%	15	5%
<b>Totale Risposte</b>	86	100%	239	100%	325	100%
Campione Totale						
<b>Risposte</b>	<b>Freq. No attività extra scolastiche</b>	<b>% No Att. Extra scolastiche</b>	<b>Freq. Si attività extra scolastiche</b>	<b>% Si Att. Extra scolastiche</b>	<b>Freq.</b>	<b>% Tot</b>
mai	101	34%	183	29%	284	30%
meno di 1 ora	130	43%	279	44%	409	44%
da 1 a 3 ore	56	19%	141	22%	197	21%
più di 3 ore	12	4%	31	5%	43	5%
<b>Totale Risposte</b>	299	100%	634	100%	933	100%

<sup>32</sup> Ag Labs - ha evidenziato che i videogiochi venduti in tutto il mondo nel 2010 hanno raggiunto 500milioni e DFC Intelligence ha ipotizzato che nel 2015 l'industria video ludica arriverà ad un budget di 70.1 miliardi di dollari. Psicopatologia dei videogiochi Autori S. Triberti, L. Argenton Apogeo 2013



<b>Tabella 80 - Ti riesce difficile smettere di giocare?</b>			<b>Tabella 81 - Ti è capitato di perdere ore di sonno per giocare con i video giochi?</b>			<b>Tabella 82 - Ti capita di provare forti emozioni quando giochi?</b>		
Campione Totale			Campione Totale			Campione Totale		
Risposte	Freq.	%	Risposte	Freq.	%	Risposte	Freq.	%
mai	265	40%	mai	444	67%	mai	88	39%
raramente	208	32%	raramente	129	20%	raramente	142	27%
sempre	60	9%	sempre	30	5%	sempre	255	13%
spesso	126	19%	spesso	58	8%	spesso	175	22%
<b>Totale risposte</b>	<b>659</b>	<b>100%</b>	<b>Totale risposte</b>	<b>661</b>	<b>100%</b>	<b>Totale risposte</b>	<b>660</b>	<b>100%</b>

<b>Tabella 83 - Attendi con ansia il momento in cui puoi giocare al tuo videogioco preferito?</b>								
Campione Totale suddiviso per classi di età								
Risposte	Freq. 6-10	% 6-10	Freq. 11-13	% 11-13	Freq. 14-20	% 14-20	Tot. Freq	%Tot
mai	72	30%	91	37%	56	31%	219	33%
raramente	54	23%	78	32%	64	36%	196	30%
sempre	46	19%	27	11%	17	9%	90	14%
spesso	68	28%	47	19%	42	23%	157	24%
<b>Totale risposte</b>	<b>240</b>	<b>100%</b>	<b>243</b>	<b>100%</b>	<b>179</b>	<b>100%</b>	<b>662</b>	<b>100%</b>



<b>Tabella 84 - Se esce un nuovo videogioco del tuo genere preferito ti senti costretto a comprarlo?</b>								
Campione Totale suddiviso per classi di età								
<b>Risposte</b>	<b>Freq. 6-10</b>	<b>% 6-10</b>	<b>Freq. 11-13</b>	<b>% 11-13</b>	<b>Freq. 14-20</b>	<b>% 14-20</b>	<b>Tot. Freq</b>	<b>%Tot</b>
<b>mai</b>	111	46%	78	32%	53	30%	242	37%
<b>raramente</b>	65	27%	90	37%	54	31%	209	32%
<b>sempre</b>	34	14%	28	12%	27	15%	89	14%
<b>spesso</b>	31	13%	47	19%	41	23%	119	18%
<b>Totale risposte</b>	241	100%	243	100%	175	100%	659	100%

<b>Tabella 85 - Rimarresti tranquillo sapendo di non poter giocare per un giorno intero?</b>								
Campione Totale suddiviso per classi di età								
<b>Risposte</b>	<b>Freq. 6-10</b>	<b>% 6-10</b>	<b>Freq. 11-13</b>	<b>% 11-13</b>	<b>Freq. 14-20</b>	<b>% 14-20</b>	<b>Tot. Freq</b>	<b>%Tot</b>
<b>abbastanza</b>	70	29%	56	23%	42	24%	168	26%
<b>molto</b>	106	44%	108	45%	85	48%	299	46%
<b>per niente</b>	32	13%	36	15%	20	11%	88	13%
<b>poco</b>	31	13%	42	17%	29	16%	102	16%
<b>Totale risposte</b>	239	100%	242	100%	176	100%	657	100%

La maggior parte degli adulti non riesce a capire come i bambini possano imparare mediante giochi elettronici. Invece è fuori discussione che molti videogiochi insegnano ai bambini delle strategie e delle abilità che torneranno utili.

Quando eravate piccoli, quante volte avete discusso di strategie?

L'utilizzo dei videogiochi stimola la spiccata sensibilità a creare e modificare strategie e a pianificare e risolvere nuove situazioni, si sviluppa una nuova cognitivà, basata sull'ipertrofia delle capacità percettive e senso-motorie, che si caratterizza per lo sviluppo di una memoria prevalentemente visiva, un'elevata capacità di coordinamento occhio-mano, uno stile di apprendimento "taglia e incolla" e uno sviluppo del linguaggio iconico e acronimico.

Il massiccio utilizzo della tecnologia digitale però, se da una parte aumenta tutte queste abilità dall'altra determina l'incapacità di entrare in contatto con i propri vissuti emotivi. I giovani ipertecnologici, infatti, spesso non riescono ad identificare e descrivere i propri sentimenti e le emozioni, presentano un'attività fantasmatica limitata ed uno stile cognitivo pragmatico ed orientato prevalentemente verso l'esterno. La nuova affettività sembra così contraddistinguersi per il vivere la vita in modo distante e distratto, la spiccata tendenza all'istantaneità emozionale e vivere esperienze in tempo reale, l'orientamento verso relazioni con oggetti e persone effimere, transitorie e non permanenti, mancanza di empatia e accettazione della violenza come normalità.<sup>33</sup>

<sup>33</sup> T. Cantelmi, Cacace C., "Le nuove frontiere della mente" in "Videogiochi: Miti, Valori e Modelli di Comportamento", ISTITUTO ITALIANO DI MEDICINA SOCIALE

L'altro aspetto preoccupante è l'abuso che i bambini e adolescenti di oggi fanno dei videogiochi. Oltre a influire sull'isolamento e perdere così possibilità di socializzazione, causano problemi d'attenzione. Infatti, ripetutamente esposti a immagini con un forte impatto emotivo e cognitivo, i bambini sembrano avere maggiori difficoltà a concentrarsi su compiti che, per loro stessa natura, risultano generalmente meno entusiasmanti e interessanti. Tale calo d'attenzione può essere dovuto inoltre ai continui shift attentivi richiesti da queste tecnologie. Nel tempo tutto questo potrebbe limitare la capacità di mantenere l'attenzione costante, specie a fronte di compiti e situazioni poco incentivanti. Inoltre molti videogiochi oggi sono decisamente troppo aggressivi: i ragazzi si abituano fin da piccoli a gestire gli avatar e con un click ricominciare daccapo. Questo diminuisce un po' il senso della responsabilità del loro agire, tant'è che quando i piccoli bulli vengono interrogati in genere dicono: "Ma, noi non ci siamo resi conto di quello che stavamo facendo, non pensavamo di fare tanto male, non pensavamo di fare soffrire così l'altro"<sup>34</sup>.

---

<sup>34</sup>[http://it.radiovaticana.va/news/2013/06/13/degenera\\_lite\\_in\\_strada\\_a\\_roma:\\_un\\_morto\\_e\\_un\\_ferito.\\_intervista\\_co/it1-701150](http://it.radiovaticana.va/news/2013/06/13/degenera_lite_in_strada_a_roma:_un_morto_e_un_ferito._intervista_co/it1-701150)

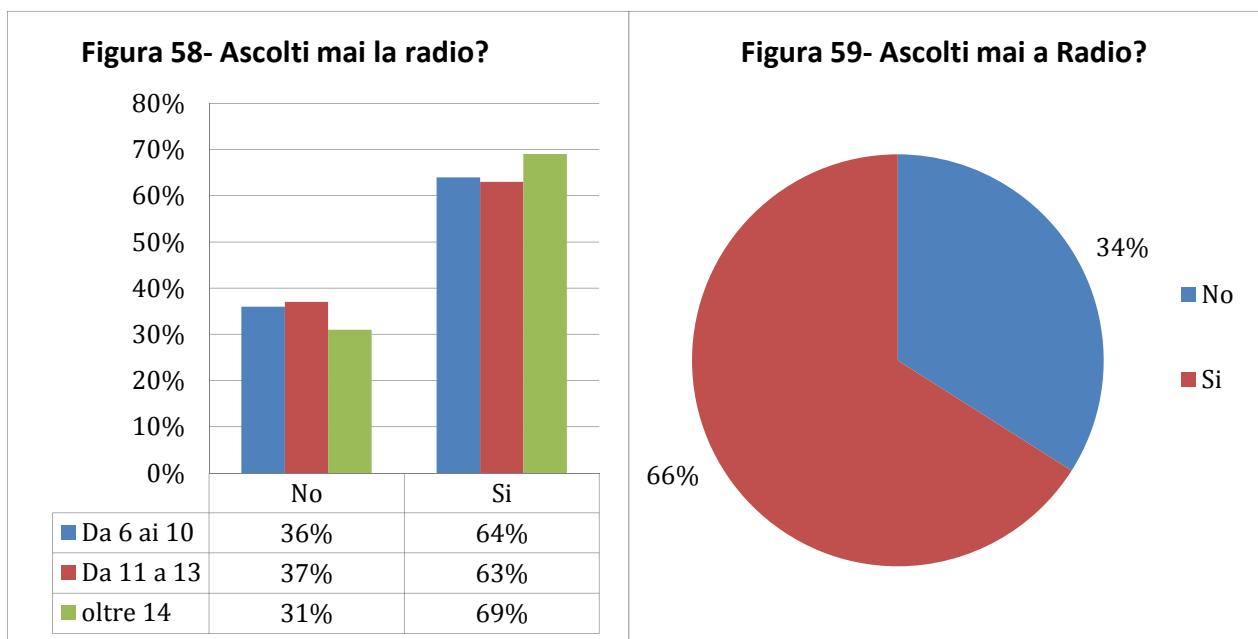
## 9. Radio

La radio è lo strumento tecnologico che meglio ha saputo ammortizzare i colpi della media morfofi<sup>35</sup>, sopravvivendo e affiancandosi ai più moderni mezzi di comunicazione.

La radio è una delle poche forme in cui la parola non arriva in forma scritta o accoppiata all'immagine, questo la lega fortemente alla sfera dell'emozione, dei sentimenti e del privato. Mentre i media legati alle immagini si dedicano prevalentemente alla narrazione, e quindi a narrativizzare e spettacolarizzare la società, la radio appare evocativa ed espressiva, emozionale e confidenziale. Richiede inoltre allo spettatore un processo mentale di ricostruzione dell'immagine mancante, partendo dal suono; stimolando le abilità cognitive del suo ascoltatore. Il suono e la voce sembrano dotati di uno statuto di maggiore astrazione. Il suono non ha il vincolo di dover rappresentare la realtà, ma di accompagnarla: stimola il pensiero<sup>36</sup>.

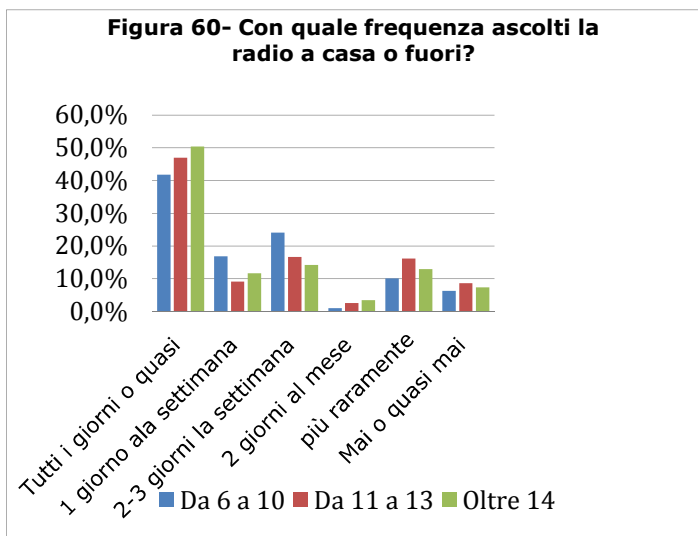
### I nativi digitali che rapporto hanno con la radio?

Per quanto riguarda la fruizione della radio non si rilevano differenze statisticamente significative tra le diverse fasce di età, con una media di radioascoltatori del 66% (Fig. 59). **Quattro ragazzi su dieci dichiarano di ascoltare la radio tutti i giorni (Tab. 86), principalmente attraverso lo stereo, il 38% (Tab. 87), e in automobile, il 61 % (Tab. 88).**



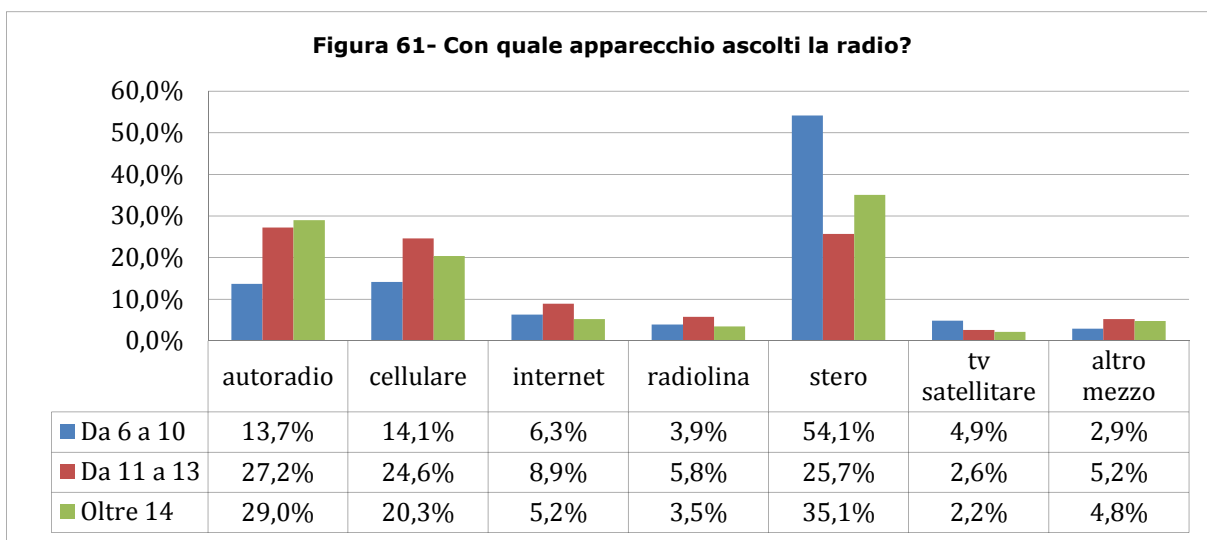
<sup>35</sup> Mediamorphosis è la trasformazione della comunicazione dei media, generalmente causata dalla complessa interazione di bisogni percepiti, pressioni politiche e competitive, innovazioni sociali e tecnologiche. Fidler R. "media morfofi", Guerini e associati 2004

<sup>36</sup> Menduni E. "i linguaggi della radio e della televisione", Editori Laterza, 2004



**Tabella 86 - Con quale frequenza ascolti la radio a casa o fuori?**

Totale del campione		
Risposte	Freq	%
<b>Tutti i giorni o quasi</b>	297	46,55%
<b>1 giorno alla settimana</b>	80	12,54%
<b>2-3 giorni la settimana</b>	116	18,18%
<b>2 giorni al mese</b>	15	2,35%
<b>più raramente</b>	83	13,01%
<b>Mai o quasi mai</b>	47	7,37%
<b>Totale risposte</b>	638	100%



**Tabella 87 - Con quale apparecchio ascolti la radio?**

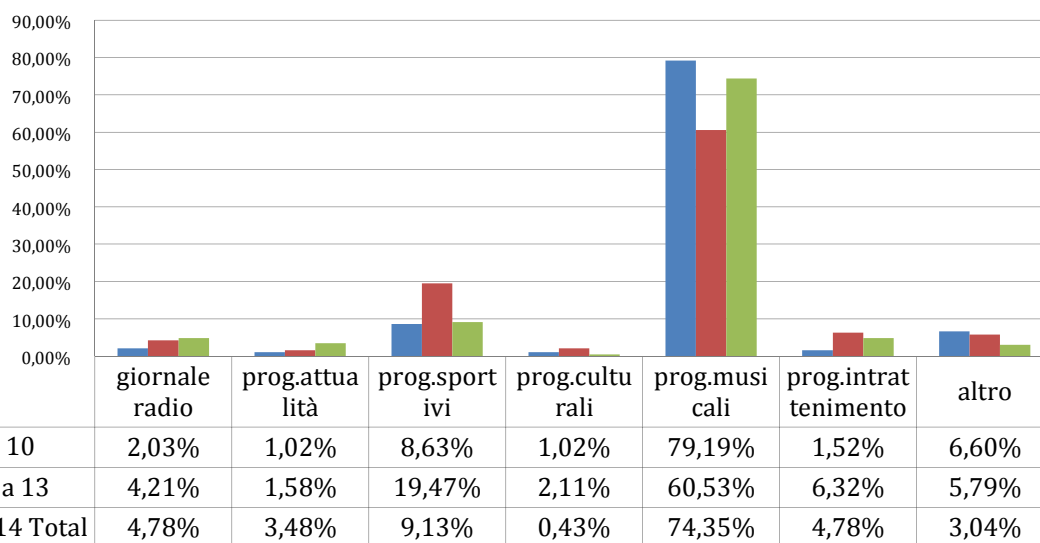
Totale del campione		
Risposte	Freq	%
<b>autoradio</b>	147	23,4%
<b>cellulare</b>	123	19,6%
<b>internet</b>	42	6,7%
<b>radiolina</b>	27	4,3%
<b>stereo</b>	241	38,4%
<b>tv satellitare</b>	20	3,2%
<b>altro mezzo</b>	27	4,3%
<b>Totale risposte</b>	627	100%

<b>Tabella 88 - Dove ascolti solitamente la radio?</b>		
Totale campione		
<b>Risposte</b>	<b>Freq.</b>	<b>%</b>
<b>automobile</b>	379	60,54%
<b>casa</b>	194	30,99%
<b>luogo pubblico</b>	8	1,28%
<b>tutti luoghi</b>	45	7,19%
<b>Totale risposte</b>	626	100%

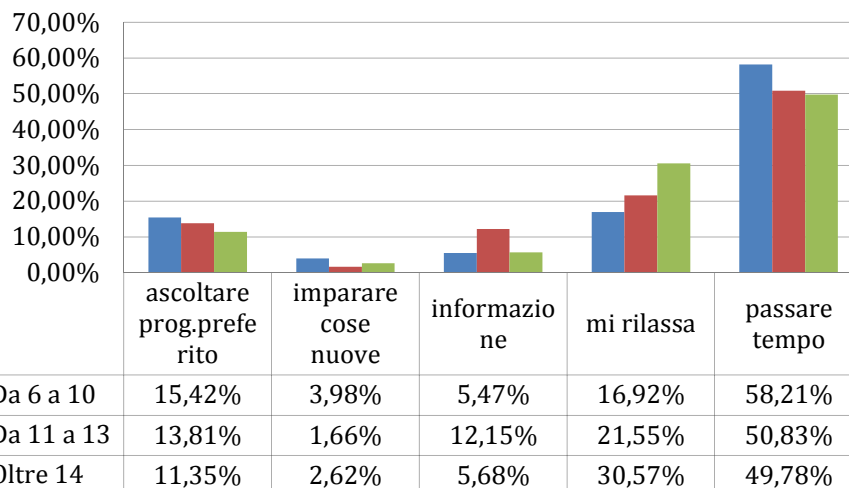
Dalla tabella 89 si rileva che il momento della giornata in cui preferiscono utilizzare tale apparecchio sembra essere il pomeriggio (54%) e soprattutto per ascoltare programmi musicali. Tuttavia, per il 53% degli intervistati, è "un modo per passare il tempo" (Tab. 90). Sono 4 su 10 i ragazzi che affermano di non saper "mai" o "raramente" cosa vogliono ascoltare quando accendono la radio (Tab. 91). Infine come si rileva dalla figura 64 e 65 i ragazzi reputano "abbastanza" o "molto" corretto e attendibile ciò che ascoltano, soprattutto i ragazzi più grandi (68%).

<b>Tabella 89 - Quando ascolti la radio di solito?</b>								
Totale del Campione suddiviso per classi di età								
<b>Risposte</b>	<b>Freq. 6-10</b>	<b>% 6-10</b>	<b>Freq. 11-13</b>	<b>% 11-13</b>	<b>Freq. 14-20</b>	<b>% 14-20</b>	<b>Tot. Freq</b>	<b>%Tot</b>
<b>mattina</b>	54	26,60%	46	24,47%	95	42,60%	195	31,76%
<b>pomeriggio</b>	107	52,71%	120	63,83%	104	46,64%	331	53,91%
<b>1° serata</b>	36	17,73%	18	9,57%	19	8,52%	73	11,89%
<b>2° serata</b>	6	2,96%	4	2,13%	5	2,24%	15	2,44%
<b>Totale risposte</b>	203	100%	188	100%	223	100%	614	100%

**Figura 62- Qual è il tuo genere di programma radiofonico preferito?**



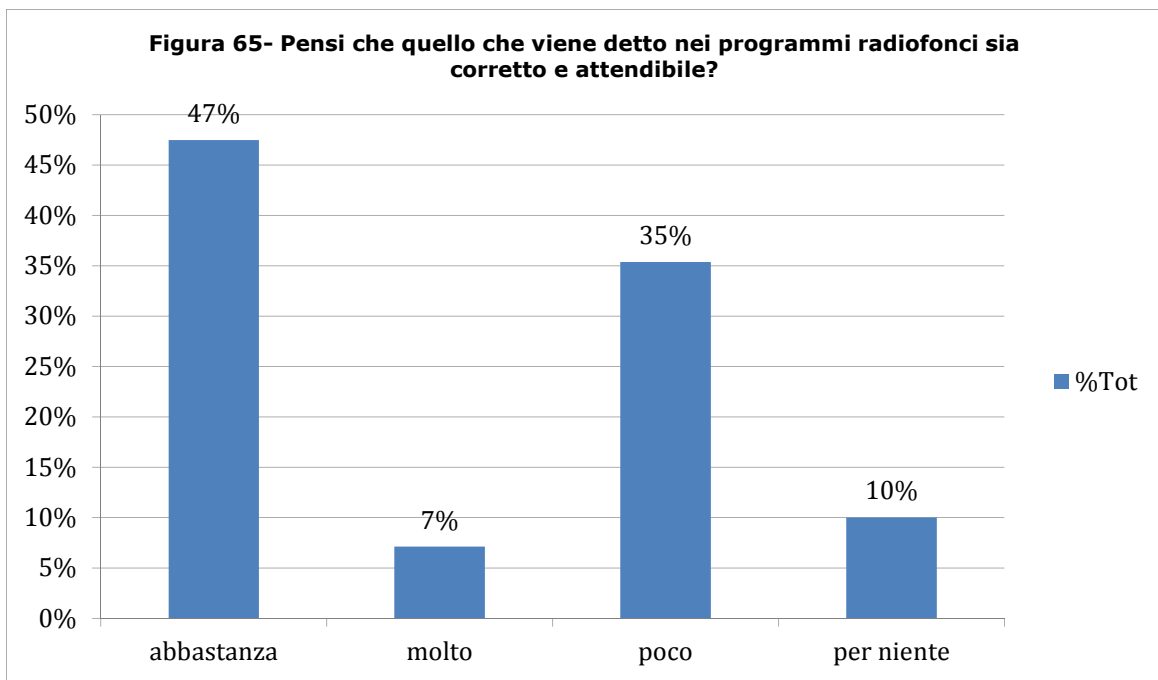
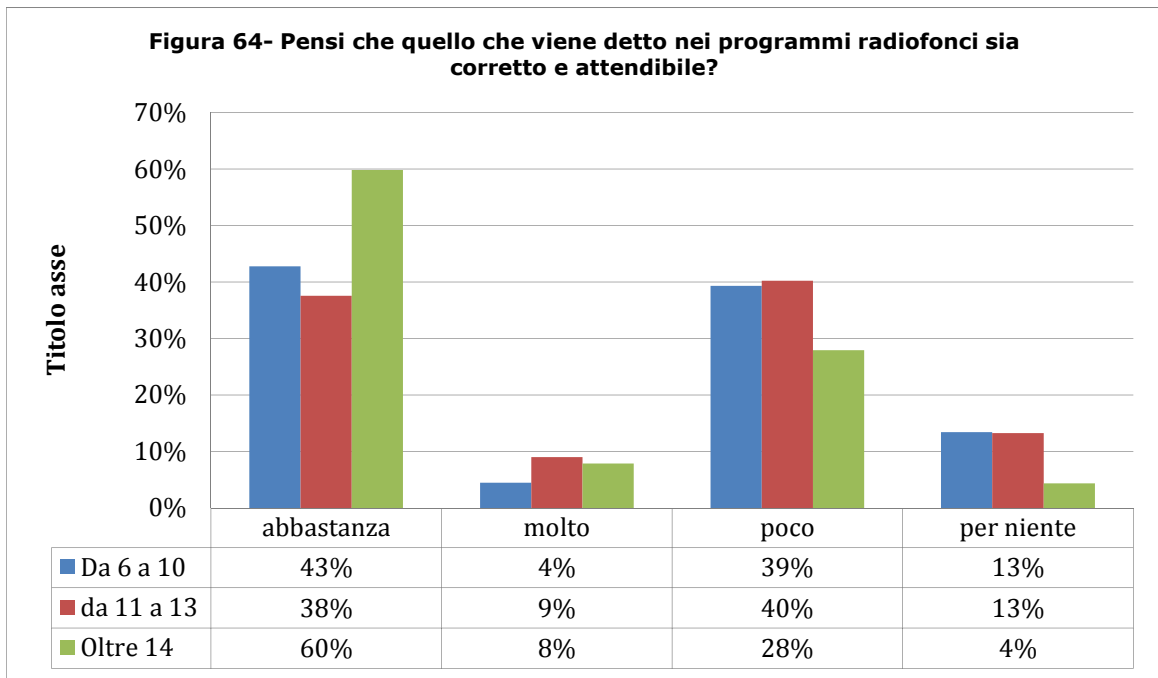
**Figura 63- Per quale motivo solitamente accendi la radio?**



**Tabella 90 - Per quale motivo solitamente accendi la radio?**

Totalità del campione		
Risposte	Freq.	%
<b>Ascoltare programma preferito</b>	82	13,42%
<b>imparare cose nuove</b>	17	2,78%
<b>informazione</b>	46	7,53%
<b>mi rilassa</b>	143	23,40%
<b>passare tempo</b>	323	52,86%
<b>Totale risposte</b>	611	100%

Tabella 91 - Quando accendi la radio sai già cosa vuoi ascoltare?								
Totale del Campione suddiviso per classi di età								
Risposte	Freq. 6-10	% 6-10	Freq. 11-13	% 11-13	Freq. 14-20	% 14-20	Tot. Freq	%Tot
mai	40	19,51%	60	31,25%	67	28,88%	167	26,55%
raramente	36	17,56%	39	20,31%	47	20,26%	122	19,40%
sempre	72	35,12%	54	28,13%	60	25,86%	186	29,57%
spesso	57	27,80%	39	20,31%	58	25,00%	154	24,48%
<b>Totale risposte</b>	<b>205</b>	<b>100%</b>	<b>192</b>	<b>100%</b>	<b>232</b>	<b>100%</b>	<b>629</b>	<b>100%</b>



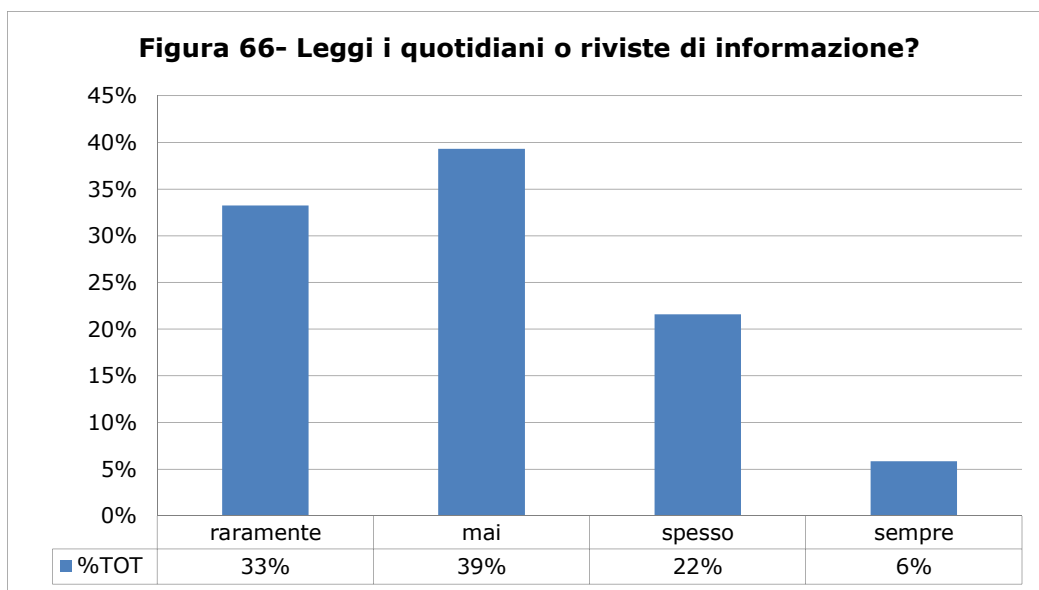
## 10. Libri e riviste

La stampa è stato il primo vero e proprio strumento di comunicazione di massa, basilare per lo sviluppo e la diffusione della civilizzazione.

Morley<sup>37</sup> diceva: "Quando si vende un libro a una persona, non gli si vendono soltanto dodici onces di carta, con inchiostro e colla, gli si vende un'intera nuova vita. Amore, amicizia, e navi in mare di notte; c'è tutto il cielo e la terra in un libro, in un vero libro<sup>38</sup>".

### ***I nativi digitali che rapporto hanno con l'editoria?***

Quanto alle riviste impressiona che il 72% dei ragazzi afferma di leggere "mai" o "raramente", il 21% degli intervistati dichiara di leggere "spesso" e solo il 6% di farlo "sempre"; tra questi appena il 14% lo fa tutti i giorni (Tab. 92). Lo sport è la rubrica che più interessa senza distinzioni di età. I quotidiani o le riviste sono considerati dai ragazzi come uno strumento per acquisire conoscenze (60%), sembra avere infatti una funzione "culturale" e di "istruzione" (Tab. 94).

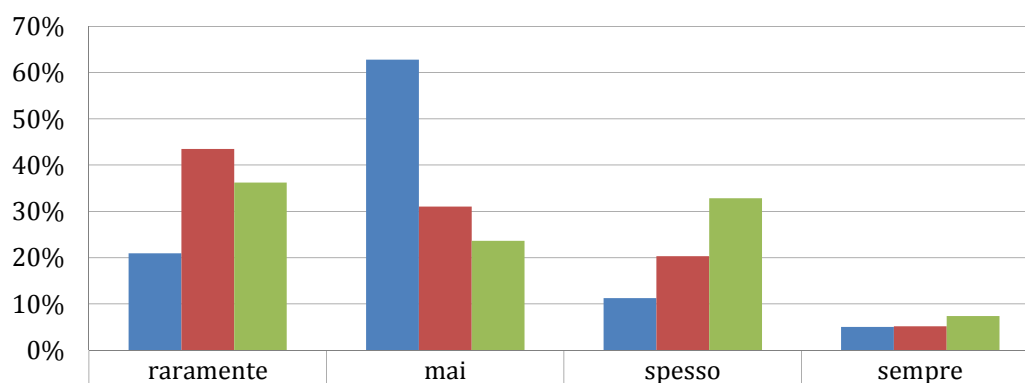


<sup>37</sup> Scrittore statunitense

<sup>38</sup> [http://www.pensierinmovimento.com/il\\_valore\\_dei\\_libri.htm](http://www.pensierinmovimento.com/il_valore_dei_libri.htm)



**Figura 67- Leggi i quotidiani o riviste di informazione?**

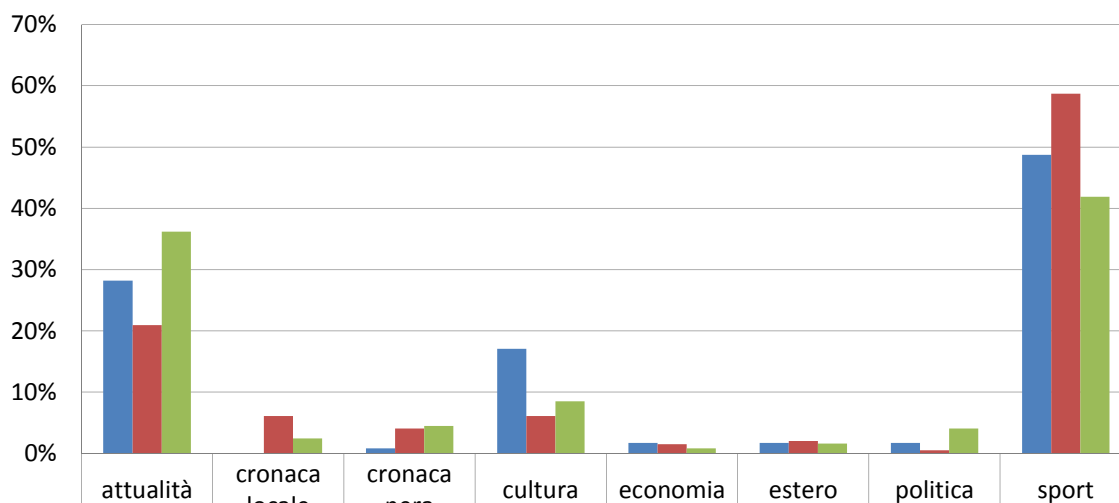


	raramente	mai	spesso	sempre
da 6 a 10	21%	63%	11%	5%
da 11 a 13	43%	31%	20%	5%
oltre 14	36%	24%	33%	7%

**Tabella 92 -Tabella - Con quale frequenza leggi?**

Risposte	Freq. 6-10	% 6-10	Freq. 11-13	% 11-13	Freq. 14-20	% 14-20	Tot. Freq	%Tot
Tutti i giorni o quasi	22	17,19%	22	10,43%	38	15,14%	82	13,90%
2-3 giorni la settimana	14	10,94%	48	22,75%	69	27,49%	131	22,20%
1 giorno la settimana	27	21,09%	47	22,27%	70	27,89%	144	24,41%
2 giorni al mese	8	6,25%	18	8,53%	19	7,57%	45	7,63%
più raramente	41	32,03%	53	25,12%	43	17,13%	137	23,22%
mai	16	12,50%	23	10,90%	12	4,78%	51	8,64%
<b>Totale risposte</b>	<b>128</b>	<b>100%</b>	<b>211</b>	<b>100%</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>	<b>590</b>	<b>100%</b>

**Figura 68- Su quale sezione del quotidiano ti soffermi maggiormente?**



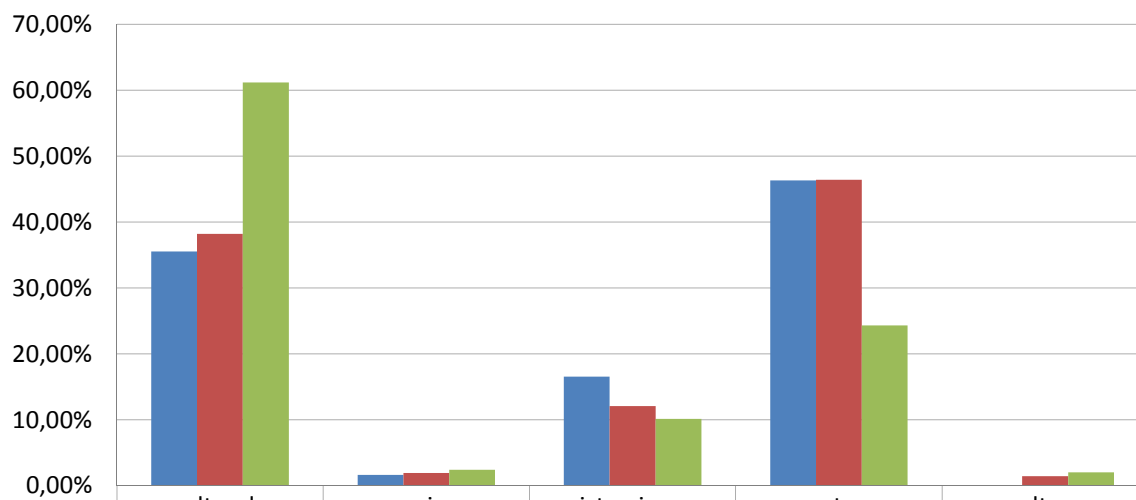
■ da 6 a 10	28%	0%	1%	17%	2%	2%	2%	49%
■ da 11 a 13	21%	6%	4%	6%	2%	2%	1%	59%
■ oltre 14	36%	2%	4%	9%	1%	2%	4%	42%

**Tabella 93 - Su quale sezione del quotidiano ti soffermi maggiormente?**

Totalità del campione

Risposte	Totale	%
attualità	163	29%
cronaca locale	18	3%
cronaca nera	20	4%
cultura	53	9%
economia	7	1%
estero	10	2%
politica	13	2%
sport	275	49%
<b>Totale risposte</b>	<b>559</b>	<b>100%</b>

**Figura 69- Che funzione ha per te un quotidiano?**



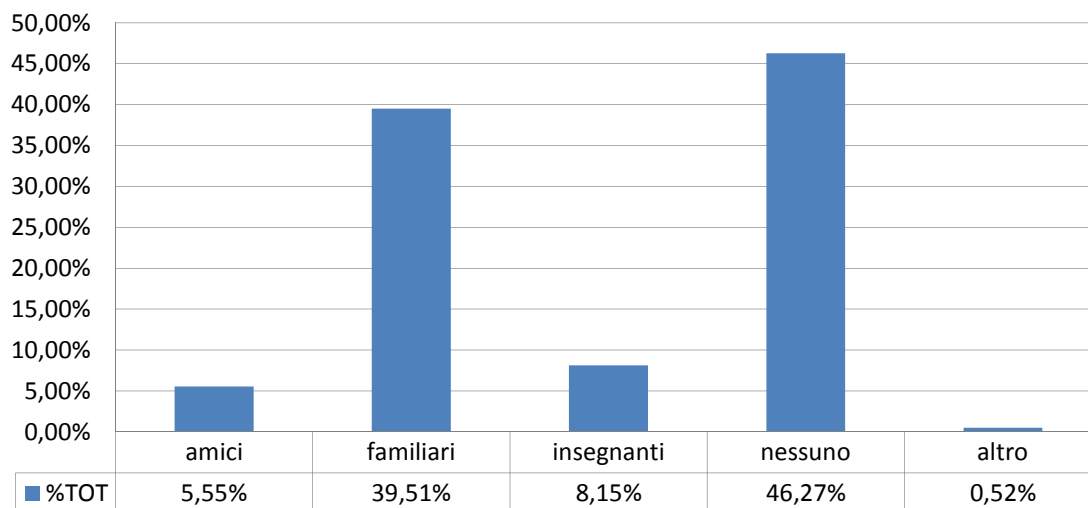
	culturale	evasione	istruzione	passatempo	altro
Da 6 a 10	35,54%	1,65%	16,53%	46,28%	0,00%
Da 11 a 13	38,16%	1,93%	12,08%	46,38%	1,45%
Oltre 14	61,13%	2,43%	10,12%	24,29%	2,02%

**Tabella 94 -Che funzione ha per te un quotidiano?**

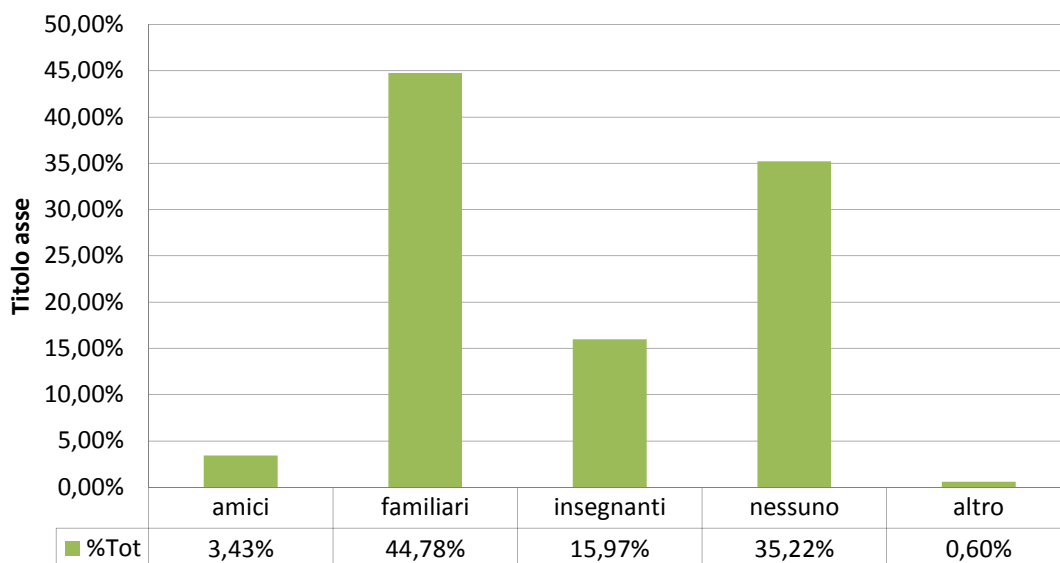
Totale complessivo del campione		
Risposte	Freq	%
culturale	273	47,48%
evasione	12	2,09%
istruzione	70	12,17%
passatempo	212	36,87%
altro	8	1,39%
<b>Totale risposte</b>	<b>575</b>	<b>100%</b>

Come risulta dai dati che emergono dalla figura 70 e 71 sia per i libri (45%), che per le riviste (40%) si nota il ruolo fondamentale dei familiari nell'avvicinare alla lettura i ragazzi.

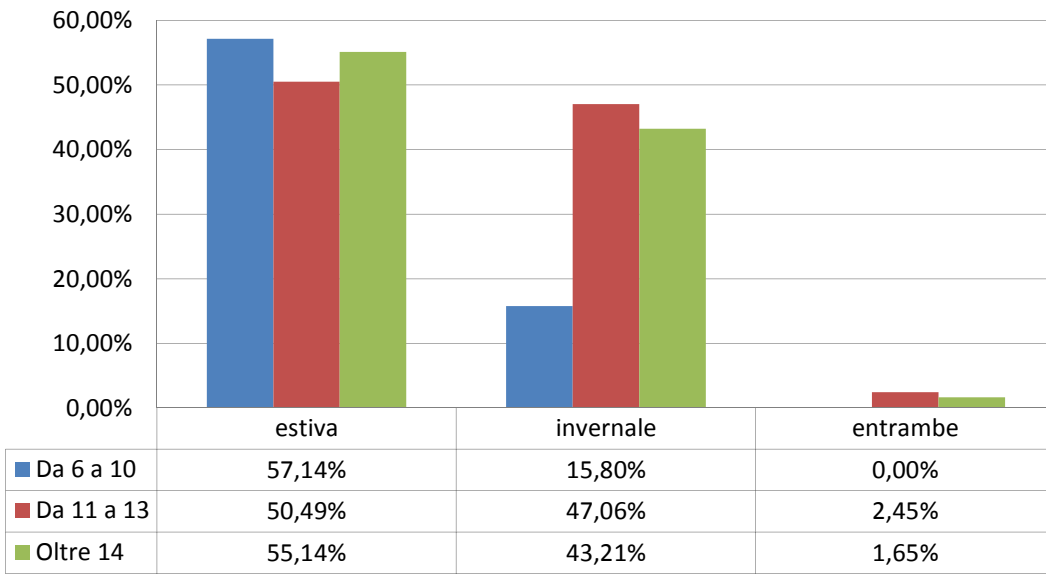
**Figura 70- Chi ti ha incoraggiato alla lettura di quotidiani o riviste?**



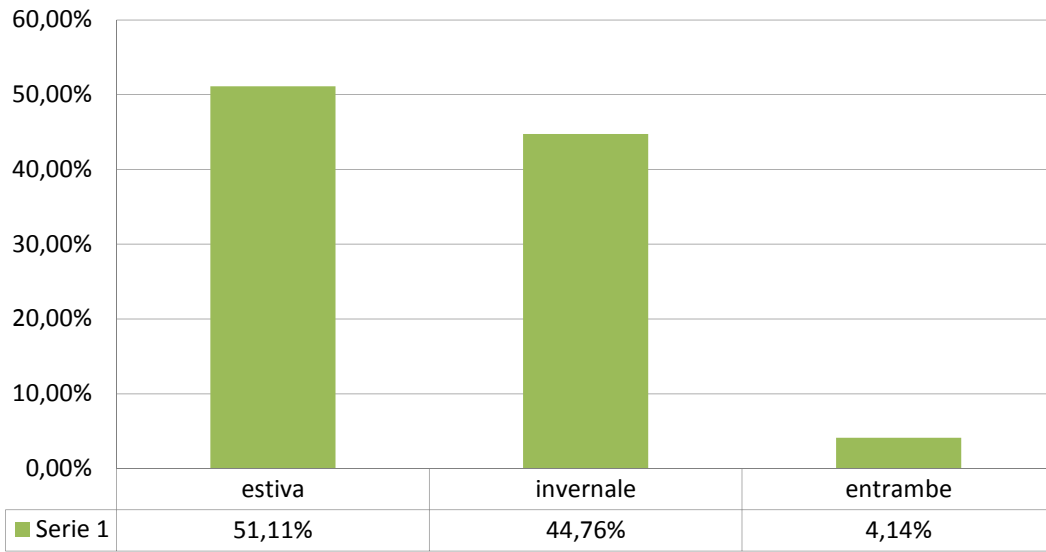
**Figura 71- Chi ti ha incoraggiato alla lettura di libri?**



**Figura 72- In che periodo dell'anno leggi di più riviste o quotidiani ?**

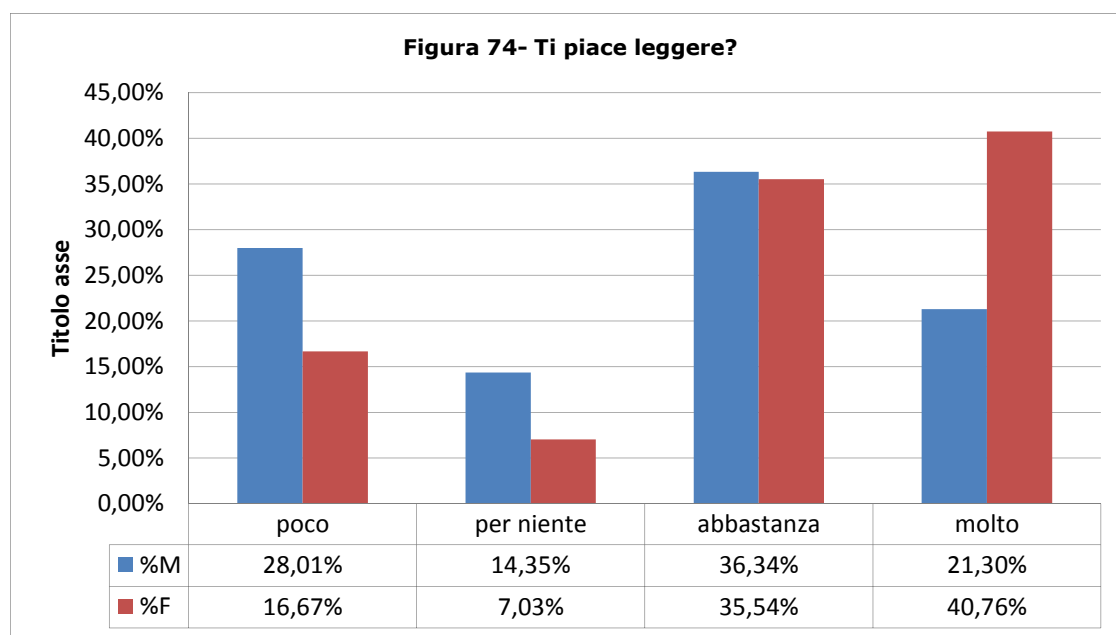


**Figura 73- In che periodo dell'anno leggi più libri?**

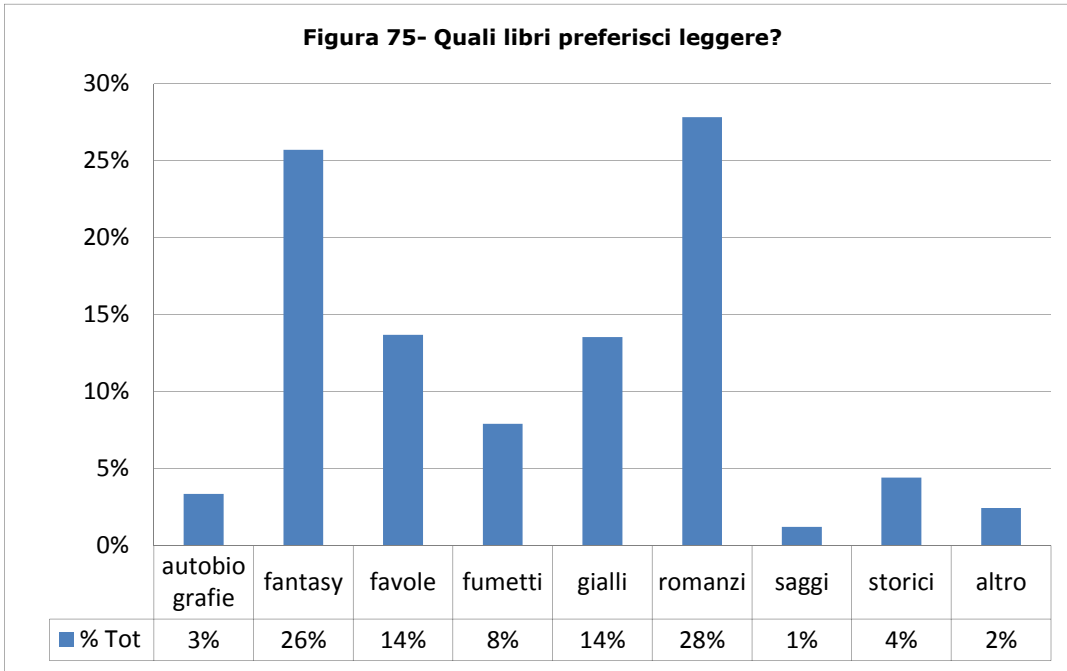


Il campione femminile è quello che legge con maggior piacere con il 41% che ha risposto "molto", e il 36% "abbastanza" (Fig. 74) e i generi letterari preferiti dal totale del campione sono i romanzi con il 28% e i libri fantasy con il 26% (Fig. 75).

Tabella 95 -Ti piace leggere?								
Totale del Campione suddiviso per classi di età								
Risposte	Freq. 6-10	% 6-10	Freq. 11-13	% 11-13	Freq. 14-20	% 14-20	Tot. Freq	%Tot
abbastanza	121	37,58%	101	35,19%	112	34,89%	334	35,91%
molto	120	37,27%	73	25,44%	102	31,78%	295	31,72%
per niente	18	5,59%	39	13,59%	40	12,46%	97	10,43%
poco	63	19,57%	74	25,78%	67	20,87%	204	21,94%
<b>Totale risposte</b>	<b>322</b>	<b>100%</b>	<b>287</b>	<b>100%</b>	<b>321</b>	<b>100%</b>	<b>930</b>	<b>100%</b>



**Figura 75- Quali libri preferisci leggere?**



La lettura è un'attività assolutamente spontanea, gratuita, volontaria e legata indissolubilmente alle dimensioni di piacere ed intrattenimento. La lettura promette coinvolgimento, emozione, eccitazione ed interesse.

Nella primissima infanzia, le storie lette, guardate, ascoltate costituiscono un'occasione unica per offrire ai bambini esperienze intime ed affettive. Garantire al bambino, attraverso la complessa rete simbolica dei racconti per l'infanzia, esperienze precoci, cariche di significati emotivi e piacevoli, rappresenta un aspetto davvero importante per stimolare lo sviluppo di una persistente motivazione a leggere.

Leggere un libro in autonomia consente al bambino di appropriarsi di uno spazio narrativo che gli permette di esplorare la realtà esteriore che lo circonda, di sviluppare il proprio carattere e di maturare nuove esperienze di conoscenza e relazione con il proprio mondo interiore.

Secondo Jerome Bruner la produzione e la fruizione della narrativa è fondamentale per alimentare il "pensiero narrativo", cioè il pensiero della "comprensione" dell'agire e del sentire umano, che si applica al mondo sociale, alle vicende dell'uomo e che ha lo scopo di capire gli eventi e coglierne il significato.

La narrazione è una forma di comunicazione che risulta particolarmente adatta per gli individui: questi infatti hanno la tendenza a condividere il senso delle esperienze, a stabilire rapporti tra il passato e il presente e proiezioni del presente nel futuro, a rappresentare le persone come soggettività dotate di scopi, progetti, valori e legami.

La lettura si iscrive, quindi, in una dimensione costitutiva del pensiero umano, quello narrativo: la narrazione rappresenta un modo fondamentale di strutturare l'esperienza e, da questo punto di vista, la lettura e l'ascolto delle storie nell'infanzia non sono altro che la via privilegiata per introdurre i piccoli nella cultura umana.

Nonostante la lettura rappresenti uno strumento fondamentale per lo sviluppo della personalità e della socialità non è una attività molto praticata, seppure tutti affermano di amare leggere, anche l'introduzione dei moderni ebook non ha cambiato le abitudini dei nativi digitali.



## 11. Riflessioni conclusive

Chi sono quindi i nativi digitali, come trascorrono le loro giornate, come si informano, come si relazionano con gli altri e che tipo di uso fanno delle nuove tecnologie?

I nativi digitali sono una "razza in via di apparizione"<sup>39</sup> cresciuti con una dieta di Tablet videogiochi, computer e App dello smartphone, hanno quindi un'esperienza diretta sempre più precoce degli schermi interattivi digitali - consolle per i videogiochi, cellulari, computer, iPod - così come della navigazione in Internet.

I nativi digitali non hanno rinunciato alle vecchie tecnologie, come la Televisione e la Radio ma le hanno sapute integrare con le nuove, swicciando da una all'altra con un klik ora sul telecomando, ora sul mouse e per finire con un "push" sullo schermo del Tablet o dello smartphone.

Nelle loro case e nelle loro camerette, infatti, i media digitali sono sempre più presenti insieme alle esperienze di intrattenimento, socializzazione e formazione che vengono mediate e vissute attraverso Internet e i social network, oltre che dalle consolle per videogiochi.

La giornata tipo di un nativo digitale si svolge sempre in compagnia delle nuove e rinnovate tecnologie: il 52% del campione afferma di dedicare alla Tv fino a due ore al giorno (il 19% anche fino a 5 ore), il 95% possiede un pc a casa e tra questi il 38% trascorre davanti il monitor da 1 a 3 ore, quasi sempre connesso ad internet. L'80% ha un cellulare personale, dal quale si separa raramente e il 16% effettua da 6 a 10 chiamate al giorno, telefonate che durano in media pochi minuti (78%) comunque meno di un'ora (13%). Il 27 % del campione afferma di inviare e ricevere più di 20 sms al giorno. Il 44% dichiara di passare meno di un'ora giocando con i video giochi e il 21% da 1 a 3 ore. Il 46% del campione ascolta la radio tutti i giorni e lo fa in macchina. Solo il 14% del campione risponde di leggere riviste e libri tutti i giorni, è l'attività che meno appassiona i giovani, per molti di loro, libri e riviste, sono semplicemente un modo per passare il tempo, infatti i generi preferiti sono i romanzi fantasy mentre per le riviste la sezione che riguarda lo sport.

Circa 3 volte l'anno il 37% del campione si reca al cinema, è una occasione per immergersi in una nuova realtà, per sognare davanti al grande schermo e per immedesimarsi con le star cinematografiche. Rispetto al passato l'offerta del cinema è più vasta, con contenuti diversificati rispetto al sesso e all'età dell'utente: i più piccoli sono interessati soprattutto ai cartoni (74,8%), i ragazzi più grandi invece ai film comici oppure al genere thriller. Rimane molto importante la motivazione sociale, infatti, quasi l'80% degli intervistati dichiara che andare al cinema è "un modo per stare insieme al di là del film da vedere". Nonostante la fruizione non sia molto elevata questo mezzo di comunicazione continua ad attrarre e ad affascinare la maggior parte dei ragazzi (l'80% dai 14 ai 18 anni desiderano partecipare ad un cast cinematografico).

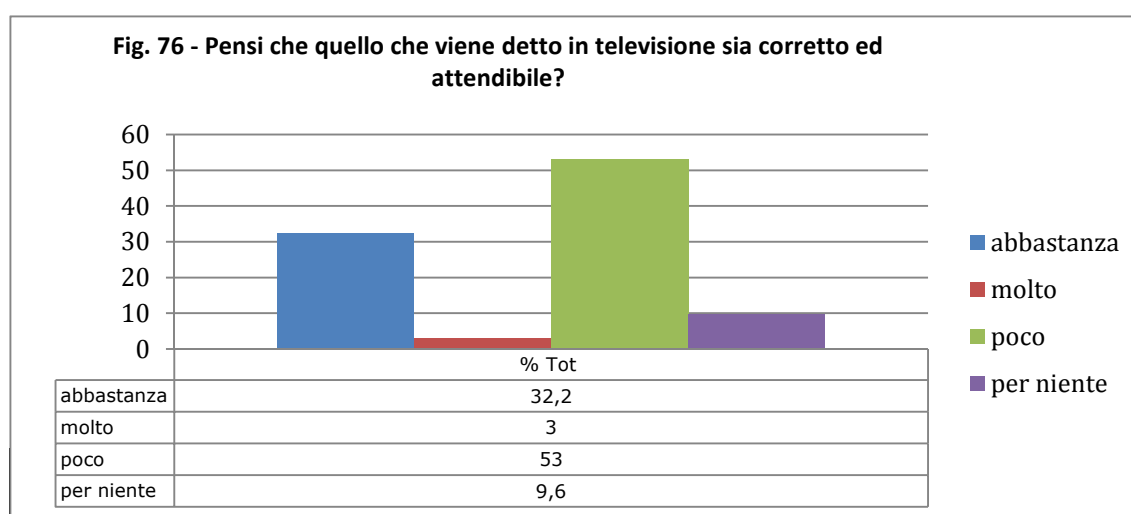
---

<sup>39</sup> Paolo Ferri (professore dell'Università di Milano-Bicocca)

La televisione è per i nativi digitali un mezzo per potersi rilassare (22%), per passare il tempo (28%) e per vedere il programma preferito (35%). Sicuramente apprezzano l'aspetto ludico dei programmi televisivi, infatti, della programmazione televisiva, preferiscono i cartoni (45%) e film (38%).

<b>Tabella 96 - Quali sono i tuoi programmi preferiti?</b>								
Campione suddiviso in base alla classe di età								
<b>Risposte</b>	<b>Freq. 6-10</b>	<b>% 6-10</b>	<b>Freq. 11-13</b>	<b>% 11-13</b>	<b>Freq. 14-20</b>	<b>% 14-20</b>	<b>Tot. Freq</b>	<b>%Tot</b>
cartoni	280	86,7%	89	30,5%	57	17,3%	426	45,1%
film	28	8,7%	141	48,3%	197	59,7%	366	38,7%
musica	5	1,5%	14	4,8%	19	5,8%	38	4,0%
telefilm	1	0,3%	13	4,5%	18	5,5%	32	3,4%
documentari	5	1,5%	15	5,1%	6	1,8%	26	2,8%
reality show	2	0,6%	9	3,1%	10	3,0%	21	2,2%
sport	0	0,0%	5	1,7%	6	1,8%	11	1,2%
programmi di intrattenimento	1	0,3%	3	1,0%	6	1,8%	10	1,1%
quiz televisivi	0	0,0%	1	0,3%	5	1,5%	6	0,6%
<b>Grand Total</b>	<b>322</b>	<b>99,7%</b>	<b>201</b>	<b>99,3%</b>	<b>324</b>	<b>98,2%</b>	<b>936</b>	<b>99,0%</b>

Nb. La percentuale è calcolata considerando anche le persone che non hanno risposto e la categoria "altro"



Le informazioni riportate dalla Tv sono reputate poco attendibili (53%), infatti, solo il 9% la reputa l'unica fonte di informazione, per avere notizie certe il 55% del campione consulta internet e, per fortuna, il 33% chiede spiegazioni ai genitori. Nonostante questo, è ancora pervasiva l'influenza della Tv sull'immaginario dei ragazzi e la sua capacità di suscitare forti stati emotivi. Solo il 14% del campione intervistato sostiene di non provare mai delle emozioni quando guarda un film o un programma, mentre l'86% afferma di sentirsi coinvolto da ciò che vede. Il 70% del campione crede che la televisione influenzi parecchio i comportamenti giovanili.

Abbandonata la Tv, o magari mentre la guardano, i ragazzi cercano svago e relax nel computer, utilizzato anche questo per attività ludiche. Solo il 14% del campione si connette per studiare e fare ricerche, tutte le altre motivazioni rimandano ad aspetti ricreativi come ascoltare musica, guardare immagini e, qualche volta, ad attività illecite come scaricare film e musica. Internet è sicuramente il luogo privilegiato per la vita relazionale, infatti il 24% del campione si connette soprattutto per chattare.

Alla domanda "sei iscritto ad un social network" il 61% (573 ragazzi) del campione ha risposto di "sì", ed anche a più di uno contemporaneamente, il 49% appartiene ad un solo social, il 34% a due e il 15% a tre, le iscrizioni, anche se con percentuali molto esigue, arrivano fino a 6 social network. Il 96% di questi è iscritto a Facebook.

<b>Risposte</b>	<b>Freq.</b>	<b>%</b>
altro	1	0%
badoo	2	0%
facebook	544	96%
gmail	1	0%
massanger	15	3%
si	1	0%
twitter	4	1%
<b>Totale risposte</b>	<b>568</b>	<b>100%</b>

Il cellulare invece è sempre presente nella quotidianità dei ragazzi, uno strumento dal quale non si vogliono separare, infatti in un luogo dove è impossibile usarlo solo il 17% lo lascia a casa, il 48% usa le modalità "silenzioso" o "vibrazione" e il 33% decide di spegnerlo. Il 36% usa lo smartphone per inviare Sms/Mms, il 39% per la sua funzione primaria cioè chiamare, ma si configura anche come uno strumento per giocare e chattare (12%;8%). Ancora una volta la tecnologia rappresenta il mezzo per rimanere tecnoconnessi con gli altri e per tecnosvagarsi.

<b>Risposte</b>	<b>Freq.</b>	<b>%Tot</b>
chattare	79	7,7%
chiamare	402	39,0%
giocare	131	12,7%
mandare sms/mms	377	36,5%
registrare	24	2,3%
altro	19	1,8%
<b>Totale risposte</b>	<b>1032</b>	<b>100</b>

Nb. La domanda prevedeva la possibilità di dare più risposte

Abbiamo affermato che le attività videoludiche coinvolgono in particolar modo gli utenti sia sotto l'aspetto cognitivo che fisico. Secondo il 57% del campione videogiochi influenza molto

gli atteggiamenti del giocatore stesso. Quindi, per loro stessa ammissione, i videogiochi suggestionano la loro cognizione sociale, cioè quel processo che permette alle persone di pensare e dare senso a se stessi, agli altri e alle situazioni sociali<sup>40</sup>. Allora è ipotizzabile che giochi particolarmente violenti possano implicare conseguenze negative per i ragazzi, soprattutto per quelli appartenente alla classe di età più piccola, inibendone la capacità di relazionarsi efficacemente nei contesti sociali.

**Tabella 99 - Pensi che i video giochi influenzino il comportamento di chi li utilizza?**

Risposte	Freq. 6-10	% 6-10	Freq. 11-13	% 11-13	Freq. 14-20	% 14-20	Tot. Freq	%Tot
<b>abbastanza</b>	61	26%	86	36%	72	41%	219	33%
<b>molto</b>	64	27%	51	21%	40	23%	155	24%
<b>per niente</b>	32	13%	40	17%	12	7%	84	13%
<b>poco</b>	82	34%	65	27%	53	30%	200	30%
<b>Totale Risposte</b>	239	100%	242	100%	177	100%	658	100%

Nb. Le percentuali non tengono conto di chi ha dichiarato di non giocare

Abbiamo anche dichiarato che una fruizione smodata delle New Technology, ed in particolare dei videogiochi, può dar luogo ad un vero e proprio workshop dell'identità e a quello che viene definito l'effetto Proteus: il 49% dei videogiocatori ha risposto di "Si" alla domanda "Hai mai pensato di voler essere come uno dei protagonisti dei tuoi video giochi?". Il dato più preoccupante è che nella classe di età 6-10 il 56% si identifica con il proprio avatar.

**Tabella 100- Hai mai pensato di voler essere come uno dei protagonisti dei tuoi videogiochi?**

Risposte	Freq. 6-10	% 6-10	Freq. 11-13	% 11-13	Freq. 14-20	% 14-20	Tot. Freq	%Tot
<b>No</b>	105	43,8%	131	55,0%	97	54,5%	333	50,8%
<b>Si</b>	135	56,3%	107	45,0%	81	45,5%	323	49,2%
<b>Totale risposte</b>	240	100,0%	238	100,0%	178	100,0%	656	100,0%

Il 71% del campione che afferma di videogiocare lo fa il pomeriggio dopo aver svolto i compiti, il 15% gioca invece dopo cena. Giocare poco prima di andare a dormire disturba il sonno e riduce le capacità mnemoniche e di apprendimento negli adolescenti<sup>41</sup>. I giochi meno indicati sarebbero naturalmente quelli contraddistinti da ritmi più frenetici, che avrebbero l'effetto di accorciare la durata della fase del sonno più riposante.

**Tabella 101 - quando usi solitamente i video giochi**

Risposte	Freq. 6-10	% 6-10	Freq. 11-13	% 11-13	Freq. 14-20	% 14-20	Tot. Freq	%Tot
<b>mattina</b>	3	1%	7	3%	0	0,0%	10	2%
<b>pomeriggi dopo i compiti</b>	183	76%	186	78%	93	53,1%	462	71%
<b>pomeriggio prima dei compiti</b>	30	13%	13	5%	40	22,9%	83	13%

<sup>40</sup> Fiske e Taylor, 1991

<sup>41</sup> Markus Dworak dell'Università di Colonia

<b>sera dopo cena</b>	24	10%	33	14%	42	24,0%	99	15%
<b>Totale risposte</b>	240	100%	239	100%	175	100%	654	100%

Abbiamo constatato che i nativi digitali cercano le risposte ai loro interrogativi consultando soprattutto Internet, creando così un sapere autoreferenziato, che sovverte la tradizionale modalità di trasmissione dal sapere e mette in discussione le raccomandazioni dei genitori. Come esempio riportiamo un domanda postata su Yahoo! Answers<sup>42</sup> da un utente con nickname Synpos:

***Giocare ai videogiochi di sera fa male? 10 punti assicurati?***

*Mia madre continua a insistere sul fatto che giocare alla Playstation di sera, in particolare a Call Of Duty mi faccia male. Dice che ha una cattiva influenza sul cervello e che disturba il sonno. Esistono teorie scientifiche che lo provano? O qualcuno di rilevante importanza nel campo medico l'ha detto?*

*Io non credo a quello che dice per il semplice fatto che le poche volte che ho giocato di sera ho dormito benissimo e che giocare di giorno o di sera è assolutamente uguale. Quali sono i vostri pareri? Avete suggerimenti da darmi per contrastare le sue opinioni? Mi servono argomenti convincenti e fonti sicure per provare che ho ragione io.*

*Grazie.*

***Dettagli aggiuntivi***

*Non sto troppo vicino allo schermo e giocherei non più di un'ora e mezza<sup>43</sup>.*

Le nuove tecnologie hanno modificato i comportamenti dei minori e le loro abitudini, in questo contesto, è prioritario perciò che le figure educative siano sensibilizzate riguardo a tale fenomeno e possano avere gli strumenti adeguati per prevenire nei giovani la possibilità di sviluppare una dipendenza psicologica, la messa in atto di comportamenti devianti o semplicemente non idonei alla loro età e al loro corretto sviluppo psicofisico.

I dati della ricerca mettono in luce un aspetto che sottolinea invece l'emergenza educativa, infatti è il 40% dei ragazzi di età superiore ai 14 anni non ha mai avuto limiti di orario da parte dei propri genitori rispetto all'utilizzo dei videogiochi. Non si rilevano importanti differenze neanche per quanto riguarda il computer o la televisione: quasi il 40% del campione è libero di navigare senza alcun limite, solo un esiguo 21% ha dei tempi stabiliti per l'utilizzo del computer e il 28% dei bambini non ha alcun limite di orario in cui guardare la TV.

Tutto questo facilita la possibilità dei ragazzi di visionare materiale non adatto alla loro età: il 25% dei ragazzi vede spesso in televisione film non adatti ai minori, il 27% ha visitato, almeno

<sup>42</sup> Yahoo! Answers è un servizio web messo a disposizione gratuitamente dalla Yahoo! Corporation. Esso permette di inviare domande e ricevere risposte su ogni argomento

<sup>43</sup> <http://it.answers.yahoo.com/question/index?qid=20120708123719AAoCfcb>

una volta, pagine web con contenuti non idonei e il 22% ha videogiocato con giochi sconsigliati per la loro età.

Per contrastare questi fenomeni sarebbe opportuno che i nativi digitali potessero fruire di questi strumenti in luoghi condivisi e accessibili a tutti i membri della famiglia come ad esempio la cucina e il salotto, invece è risultato che il 33% possiede la piattaforma dei videogiochi direttamente nella propria camera da letto e il 20% ne utilizza una portatile. La conseguenza è che il 34% degli intervistati inferiori ai 10 anni gioca il più delle volte da solo senza nessuno accanto e il 7% dei bambini (6-10 anni) gioca "sempre" o "spesso" ad un videogioco non adatto. Nella sezione Computer i dati non sono più rassicuranti: circa il 40% del campione possiede un personal computer, (il 42% di questi è rappresentato dalla fascia di età dai 6 ai 10 anni), e il 32% ne ha uno nella propria camera da letto ( il 38,6% appartiene alla classe di età dagli 11 ai 13 anni). Di fatto il 24% del campione risponde che i propri genitori non sono a conoscenza di ciò che fanno su Internet e il 22% cancella la cronologia "sempre" e "spesso", il 19% la fa "raramente". Nella sezione Televisione i dati aumentano drasticamente: sono addirittura più del 60% i ragazzi che possiedono un apparecchio televisivo nella propria camera da letto e non si riscontra alcuna differenza tra le varie fasce di età (nonostante i limiti di orario in cui possono utilizzarla sono molto più restrittivi nei confronti dei più piccoli).

I ragazzi affermano che esistono delle regole rispetto alle tecnologie, ma in tutte le sezioni affermano anche di trasgredirle: circa il 29% del campione ha guardato programmi televisivi che gli erano stati vietati; il 38% ha giocato oltre il tempo consentito al suo videogioco preferito.

La pervasività di questi mezzi fa sì che il 30% del campione afferma che è "sempre" o "spesso" difficile smettere di video giocare e al 13% capita di perde ore di sonno pur di continuare la partita, 3 intervistati su 10 hanno risposto che "spesso" trascorrono diverse ore davanti la tv senza rendersene conto e circa il 20% degli intervistati afferma di non poter resistere neanche un'ora senza telefonino.

Un utilizzo non responsabile, e soprattutto non mediato dagli adulti, delle New Technology potrebbe condurre i ragazzi a condizioni psicopatologiche o a situazioni di isolamento sociale: il 21% degli intervistati ha risposto che preferisce guardare la televisione piuttosto che uscire e il 5% del campione risponde di preferire Internet piuttosto che vedersi con gli amici. Inaspettatamente risulta che anche il telefonino è spesso utilizzato come strumento per isolarsi o per mediare la relazione: più del 10% infatti preferisce "spesso" o "sempre" la comunicazione tecnomediata a quella face to face.

Come detto in precedenza, esistono diversi indicatori che servono da campanello d'allarme per segnalare eventuali situazioni di abuso o dipendenza, come ad esempio manifestare ansietà o disagio se non è possibile utilizzare la tecnologia o perdere la cognizione del tempo mentre si utilizza un apparecchio tecnologico. Il 50% dei bambini dai 6 ai 10 anni aspetta con ansia il momento in cui può videogiocare, più del 40% degli appartenenti alla media fanciullezza (6-10

anni) è a disagio, irrequieto o ansioso se non ha la possibilità di vedere il suo programma preferito. Quasi il 40% degli intervistati afferma che "spesso" o "sempre" non si accorge del tempo reale trascorso davanti al pc e il 23% attende con ansia il momento in cui si può collegare ad Internet. Inoltre il 27% dei ragazzi afferma di non riuscire a rimanere tranquillo se per un giorno non può navigare e il 19% dichiara di collegarsi per distrarsi da emozioni spiacevoli.

## **12. Società tecnoliquida: le sfide dei nativi digitali**

La società tecnoliquida è caratterizzata dall'incontro inevitabile tra la cultura liquida e la rivoluzione tecnologica. Le caratteristiche dell'uomo liquido come il narcisismo, la velocità, l'ambiguità, la ricerca di emozioni e il bisogno d' infinite relazioni light vengono esaltate dalla rivoluzione tecnologica e il cambiamento dello sviluppo dell'identità individuale e collettiva, al quale stiamo assistendo, crea nuove possibili connessioni tra stabilità e flusso di coscienza, su cui si basa l'articolazione della personalità.

La nostra vita relazionale, e quindi la nostra intimità, fin'ora si basava sulla comunicazione e sulla narrazione di sé. Comunicare, narrarsi vuol dire condividere e trasmettere pensieri e sentimenti a livello profondo e in modo sincero; ma significa anche far vita comune, partecipare insieme. La componente emotiva della comunicazione riveste un ruolo fondamentale, oggi sminuito dalle peculiarità della comunicazione massmediatica.

Ecco quindi che la caratteristica fondamentale della società tecno liquida rimane la pervasiva tecnomediazione della relazione, ovvero rapporti mediati da strumenti tecnologici come il cellulare e il computer.

Un contatto troppo precoce, intenso e prolungato con la realtà mediatica, con un computer, Internet, giochi elettronici e simulazioni virtuali rende difficile al bambino l'individuazione della linea di confine tra uomo e macchina, tra animato e inanimato, tra mondo della vita e mondo della tecnica. Questo confine sta diventando sempre più fluido.

Jean Piaget<sup>44</sup>, per primo, aveva notato che il bambino, osservando gli oggetti del mondo esterno e il modo in cui funzionano si forma i concetti di spazio, tempo, casualità, vita, mente. Ma, dalla fine degli anni '70 a oggi la natura degli oggetti e il modo in cui i bambini li percepiscono sono completamente cambiati.

Oggi, quando un bambino apre i suoi giocattoli computerizzati per vedere se funzionano trova chip, batterie, fili, circuiti. Rendendosi conto che non è possibile capire questi oggetti in termini fisici i bambini tendono ad adottare un tipo di interpretazione psicologica chiedendosi se i giochi sono coscienti, se hanno cognizioni, sentimenti e, persino, se imbrogliono.

---

<sup>44</sup> Jean Piaget (Neuchâtel, 9 agosto 1896 – Ginevra, 16 settembre 1980) è stato uno psicologo, biologo, pedagogista e filosofo svizzero.

Piaget scoprì che il movimento costituiva il criterio fondamentale per distinguere il vivente dall'inanimato ma, a partire dagli anni '80, si realizza una grande svolta nella psicologia dello sviluppo: il movimento inizia a perdere la sua centralità e, al suo posto, subentra la dimensione psichica.

Negli ultimi anni gli oggetti che popolano la vita dei bambini hanno iniziato a includere macchine sempre più intelligenti, giocattoli, giochi e programmi che si propongono esplicitamente come esemplari di vita artificiale. I criteri tradizionali di identificazione degli esseri viventi entrano in crisi.

In tal modo, gli altri e la realtà, mantenuti costantemente presenti, non sono conseguentemente mai vissuti come assenti; ciò genera una mancanza della possibilità di sperimentare la dimensione del lutto e la sua possibile elaborazione, una esperienza centrale per la differenziazione tra "mondo interno" e "mondo esterno" che, soprattutto fra i giovani, può rendere confusi e persino "fusi", con possibili conseguenze negative sulla capacità di mentalizzazione e di interiorizzazione dell'altro attraverso la rappresentazione fantastica della realtà. Si rischia altresì di trovare con difficoltà una separazione tra "pubblico" e "privato", tra "intimo" e "condiviso", una distinzione che è invece un aspetto fondamentale per la costruzione della propria identità attraverso la possibilità di stabilire dei confini che sono la base delle capacità di entrare in contatto<sup>45</sup>.

**Sempre meglio si delinea l'identikit del nativo digitale: bambini e ragazzi davvero multitasking, in grado di distribuire l'attenzione su 4-5 dispositivi allo stesso tempo: studiano, ascoltano la musica, rispondono agli sms e guardano Facebook sul pc, senza nessuna difficoltà.** Anche l'apprendimento che un tempo si realizzava attraverso la mediazione simbolica della letto-scrittura oppure attraverso l'insegnante è stato in buona parte soppiantato dal computer, dove non si deve immaginare molto, piuttosto bisogna imparare a manipolare velocemente delle icone.

Le nuove modalità di gioco, i nuovi stili relazionali sembrano creare una generazione alessitimica<sup>46</sup>, che vive una sperimentazione e un contatto emotivo superficiale. Assistiamo a una esternalizzazione incessante delle emozioni attraverso i social e i video giochi, con il rischio di viverle come mere raffigurazioni e attraverso slogan banali e privi di contenuto come "mi piace" di facebook. Sembra quindi esserci un disinvestimento affettivo non solo inerente le relazioni interpersonali ma che riguarda anche le emozioni e i vissuti intrapsichici più profondi. I bambini e i ragazzi sono abituati a rappresentare se stessi, con il pericolo di credere di essere ciò che rappresentano, naturalmente mostrandosi in modo scintillante e fantastico ma poco veritiero. Il confine tra virtuale e reale è di fatto un limite sempre meno definito: un avvenimento, un'emozione, un'esperienza diventano importanti solamente se è certificata virtualmente. Tutto ciò provoca inevitabilmente sia una condivisione senza attrito, ovvero i

---

<sup>45</sup> Cfr Lambiase E.

<sup>46</sup> Si definisce alessitimia (o alexitimia) un insieme di deficit della competenza emotiva ed emozionale, palesato dall'incapacità di mentalizzare, percepire, riconoscere e descrivere verbalmente i propri e gli altrui stati emotivi. Viene attualmente considerato anche come un possibile deficit della *funzione riflessiva del Sé*.



ragazzi condividono tutto ciò che fanno immediatamente senza avere il tempo di elaborare e di interiorizzare l'esperienza vissuta, sia una grande confusione tra il pubblico e il privato (si pensi ai blog utilizzati come gli "antichi" diari segreti) con il rischio di riuscire ad instaurare solo relazioni epidermiche, light e inconsistenti.

### 13. Emergenza educativa e funzione genitoriale

Qualunque generalizzazione sugli esiti di un particolare stile genitoriale bisogna sicuramente interpretarla con cautela. A dire il vero gli stili educativi dei genitori e le conseguenti reazioni del bambino sono tra gli aspetti più complessi e diversificati della vita familiare. Di conseguenza, gli effetti diretti sono difficili da misurare e le conclusioni semplicistiche sono spesso fuorvianti. Se da un lato la ricerca conferma una correlazione longitudinale tra stili genitoriali specifici e la personalità, i valori e la riuscita di un bambino, dall'altro l'impatto dello stile genitoriale è in realtà solo una parte quando si prendono in considerazione altri elementi in grado di esercitare anch'essi un influsso notevole. Uno dei più importanti fattori è il temperamento del ragazzo, poi la natura del rapporto tra genitori e per ultimo, ma non per questo meno importante, l'influenza della cultura e della comunità<sup>47</sup>.

È proprio quest'ultima, come abbiamo descritto precedentemente, che ha influenzato il comportamento e pensiero delle ultime generazioni, tuttavia la coppia parentale ha il compito e il dovere di educare il proprio figlio ad un corretto ed adeguato uso degli strumenti tecnologici e dei mezzi di informazione.

Per questo incarico abbiamo bisogno di genitori coraggiosi. È importante essere genitori accoglienti, buoni, generosi ma senza rinunciare ad una parte della genitorialità che è quella di trasmettere una visione della vita, un punto di vista, un significato ai nostri figli. Spesso i genitori sono incapaci di agire sulla vita dei figli anche con semplici limiti e regole e si ritrovano a vivere sotto scacco affettivo: hanno troppa paura di perdere il loro affetto e non riescono ad imporsi.

Negli anni Sessanta, in California, Diana Baumrind studiò il comportamento di 110 bambini, osservando se vi era qualche relazione tra il comportamento dei genitori con il figlio e il comportamento del bambino a scuola. Emerse l'importanza nell'educazione di porre limiti e stabilire regole, ma anche di mostrarsi disponibili ed ascoltare recettivamente le richieste e le domande del proprio figlio<sup>48</sup>.

I bambini e i ragazzi infatti hanno bisogno di genitori che sappiano trasmettere delle narrazioni della vita, del mondo e del futuro e che non abbiano paura di scontrarsi con una realtà "tecnomediata" che non sanno utilizzare. Infatti, forse per la prima volta nella storia, c'è un gap vastissimo figli e genitori. I nativi digitali già nell'età prescolare utilizzano tablet e giocano

---

<sup>47</sup> K. S. Berger, 2009

<sup>48</sup> D. Baumrin, 1967

al computer, magari non sanno scrivere impugnando una penna, ma utilizzano con estrema facilità i programmi al computer per disegnare; i genitori invece, poveri immigrati in questo mondo tecno liquido, hanno imparato da poco ad accendere un computer o ad inviare una mail, e si trovano impreparati al compito educativo al quale sono chiamati. I bambini e gli adolescenti oggi hanno la capacità e la possibilità di costruirsi delle comunità autoreferenziate senza bisogno degli adulti. Grazie alla tecnologia possono costruire comunità sociali e costruire percorsi loro di conoscenza e stili di vita senza alcuna influenza degli adulti e in maniera completamente autonoma.

*Infine, un consiglio ai genitori: è necessario essere coraggiosi e addentrarsi in territori sconosciuti per gli immigrati digitali, senza aver paura di scontrarsi con il proprio limite. Imparate a navigare e videogiocare, informatevi sui contenuti dei videogiochi che acquistate e sui software parental control, accompagnateli nella scelta e nella visione dei programmi televisivi e non cedete alle richieste dei vostri figli di iscriversi a social non adatti alla loro età facendovi convincere da frasi "ma dai facebook ce lo hanno tutti!". Così come nel mondo reale accompagniamo i nostri figli è fondamentale farlo anche in quello virtuale.*

<b>1. INTRODUZIONE</b>	<b>1</b>
<b>2. GLI OBIETTIVI E METODOLOGIA</b>	<b>3</b>
<b>3. IL CAMPIONE</b>	<b>5</b>
<b>4. TELEVISIONE</b>	<b>7</b>
<b>5. COMPUTER E INTERNET</b>	<b>24</b>
• Computer	24
• Internet	28
<b>6. CELLULARE</b>	<b>44</b>
<b>7. CINEMA</b>	<b>55</b>
<b>8. VIDEO GIOCHI</b>	<b>63</b>
<b>9. RADIO</b>	<b>75</b>
<b>10. LIBRI E RIVISTE</b>	<b>80</b>
<b>11. RIFLESSIONI CONCLUSIVE</b>	<b>89</b>
<b>12. SOCIETÀ TECNOLIQUIDA: LE SFIDE DEI NATIVI DIGITALI</b>	<b>95</b>
<b>13. EMERGENZA EDUCATIVA E FUNZIONE GENITORIALE</b>	<b>97</b>