Istituto Rezzara - Vicenza

Cambiati dalla rete

Ricerca sociologica 2015
estratto

Istituto Rezzara - Vicenza
contrà delle grazie, 14 - tel. 0444 324394
info@istitutorezzara.it www.istitutorezzara.it

Giuseppe Dal Ferro

LA COMUNICAZIONE DIGITALE: "IMMIGRATI" E "NATIVI"

Risultati della ricerca

La società attuale è percorsa da cambiamenti sociali e politici profondi ed è in continua evoluzione, per cui non è facile intravederne gli esiti. Motori del cambiamento sono le nuove forme di comunicazione elettronica, che hanno ampliato a dismisura l'informazione, abbattuto ogni frontiera nazionale, reso più facile ed esigente la partecipazione, aumentato le conflittualità sociali ed anche le forme di illegalità.

L'Istituto Rezzara si è proposto in questo scenario lo studio ed il confronto tra due fasce di popolazione: quella costituita da coloro che sono "immigrati" nella comunicazione digitale, cioè i sessantacinquenni, educati e cresciuti nell'esperienza precedente ed ora solo in minima parte entrati nella nuova prospettiva; ed i giovani inseriti fin dalla nascita nel contesto comunicativo e relazionale attuale.

L'Istituto ha realizzato, a tale scopo, una ricerca sociologica a Vicenza ed in provincia nei mesi di aprile-maggio 2015 con la somministrazione di circa 7.000 questionari con 79 item ed ha raccolto 5.976 risposte, di cui 1.900 relative agli adulti sessantacinquenni

frequentanti le Università adulti/anziani[1] *e 4.076 ai ragazzi delle scuole superiori della città di Vicenza e della provincia*[2].

I dati raccolti riguardano per gli adulti il 26,8% uomini ed il 73,2% donne; per i giovani il 41% maschi ed il 59% donne. L'età degli adulti è per il 69,3% dai 65 anni in poi, gli altri hanno età fra i 55 ed i 64 anni (28%) e tra i 45 ed i 54 anni (2,7%). I giovani sono distribuiti in liceali 40,2%, istituti tecnici 36,1%, istituti professionali 23,7%.

Fra i dati più significativi raccolti risulta che tra gli adulti il 39,5% utilizza il solo cellulare, il 54,2% si serve anche di internet, ma solo il 14,5% entra nei social network; mentre fra i giovani la pratica di internet è del 93% e dei social network dell'81,5%. Interpellano internet ogni giorno il 50,3% degli adulti e l'88% dei giovani; i social network il 43,3% degli adulti e l'86,1% dei giovani.

Indicativo però è il tempo dedicato dai giovani ad internet: più di tre ore al giorno (29,9% contro il 2,7% degli adulti) e ai social network (26,2% contro l' 1,4% degli adulti).

---

[1] Le Università Adulti /anziani del Vicentino (Arzignano, Asiago, Bassano del Grappa, Breganze, Caldogno, Camisano Vicentino, Costabissara, Creazzo, Dueville, Longare, Lonigo, Malo, Marano, Marostica, Montecchio Maggiore, Noventa Vicentina, Schio, Sovizzo, Thiene, Torri, Valdagno, Vicenza e Villaverla) e del Padovano (Carmignano di Brenta ed Este).

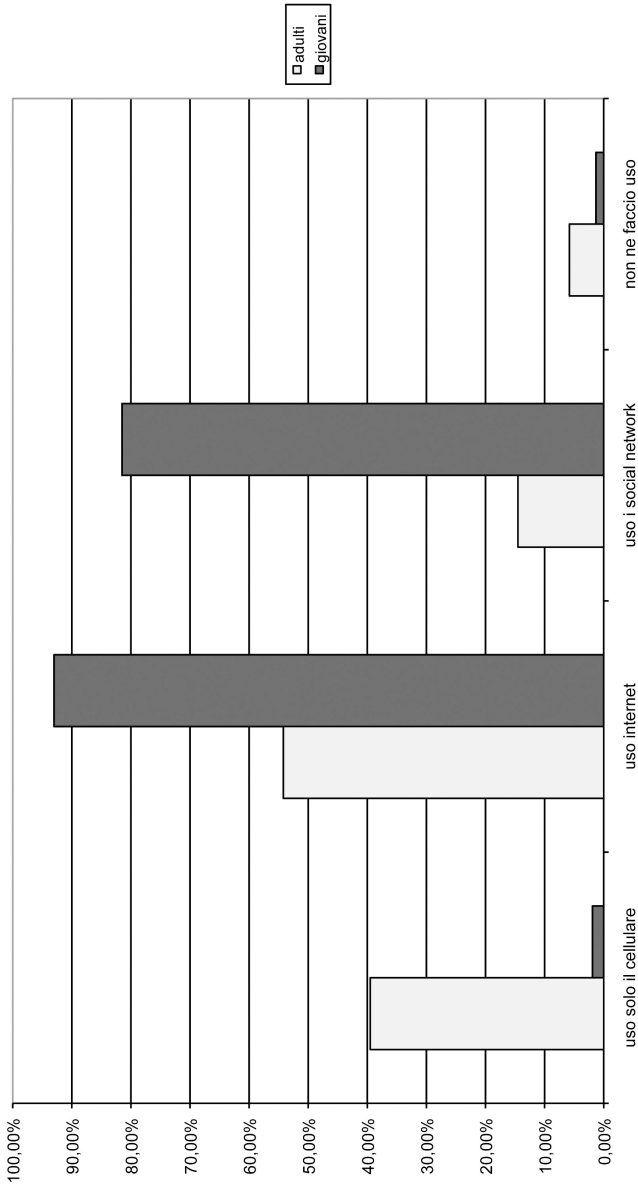
[2] Studenti dei Licei Quadri, Lioy, Farina e Fogazzaro di Vicenza, oltre a quelli di Arzignano, Bassano del Grappa, Noventa Vicentina, Schio Thiene Valdagno della provincia; Istituti Tecnici di Vicenza, Lonigo e Noventa Vicentina; Istituti Professionali di Vicenza, Lonigo, Noventa Vicentina e Recoaro Terme.

Sono risultate esigenze condivise la necessità di incontri reali per relazioni durature (adulti 95,5%, giovani 89,3%) e la permanenza del valore del silenzio e della concentrazione in se stessi (adulti 88,7%, giovani 60,8%).

1. Gli adulti ("immigrati")

Degli adulti interpellati (di questi il 5,8% rifiuta l'uso di qualsiasi strumento elettronico) il 39,5% usa solo il cellulare, prolungamento ideale del telefono di casa, stabile collegamento con qualcuno anche quando si esce, garante di un senso di sicurezza. Fra questi sono in numero leggermente maggiore le donne di istruzione elementare, più in provincia che in città. Alcuni si servono solo delle chiamate, altri hanno imparato a leggere ed inviare messaggi. Limitato è il numero di quelli che sanno anche inviare fotografie.
Ammirano l'uso di internet, utile per l'informazione e per la posta elettronica, ma sono intimoriti dalla complessità degli strumenti e dal linguaggio tecnico che non comprendono. In alcuni casi ricorrono all'aiuto di qualcuno per tali servizi.
Una metà degli adulti usa internet nel computer, sia per le informazioni più varie, sia per scaricare testi, musica, film, foto; essi dedicano allo scopo, per un terzo, meno di due ore al giorno e per un altro terzo solo qualche momento della settimana. Queste persone tuttavia si bloccano nel passaggio dall'uso passivo

Tav. I - **Come ti rapporti con le nuove tecnologie?**

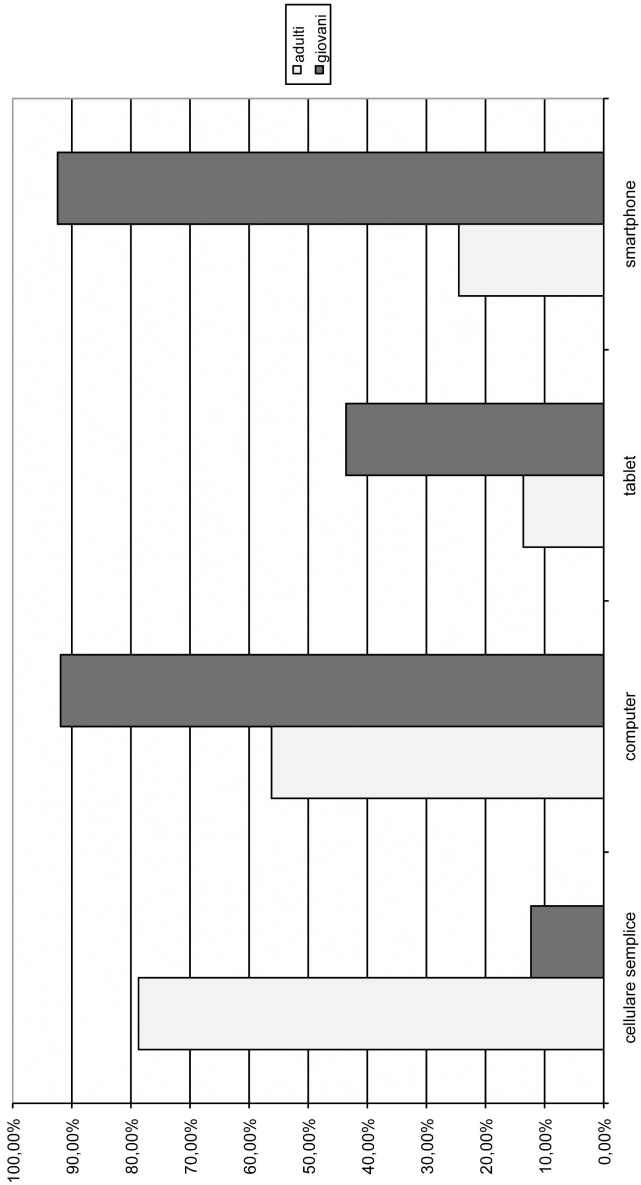


degli strumenti elettronici all'entrata in rete.
Solo il 14,5% dice di essere presente nei social network per coltivare rapporti e conoscere altre persone. Fra questi prevalgono coloro che hanno un'istruzione superiore. La maggioranza dice di avere meno di cinquanta amici in rete. I messaggi sono per lo più di informazione. Due su dieci parlano pure di coltivare relazioni sentimentali e meno dell'uno su dieci di avere interessi per testi o immagini intime.
Analizzando il tempo in cui ci troviamo a vivere, la metà degli adulti apprezza la vastità dell'informazione possibile oggi in forma gratuita, senza limiti di spazio e di tempo; un quarto apprezza l'utilità per il lavoro e lo studio e per le relazioni consentite.
Gli adulti dimostrano preoccupazione, con percentuali molto alte, per le truffe, lo stalking ed un po' meno per il mascheramento dell'identità. Non sopportano chi usa in luoghi pubblici gli strumenti elettronici.
Ritengono, per la grande maggioranza, che in futuro rimarranno i giornali stampati e i libri. Sono convinti, inoltre, che le relazioni durature abbiano bisogno di incontri reali e che il silenzio e la concentrazione in se stessi non abbiano perso di valore.

2. I giovani ("nativi")

I giovani delle scuole superiori di Vicenza e provincia interpellati sono i "nativi", cioè i nati con la rete. Vivono il nuovo ambiente con spontaneità ed in qual-

Tav. II - **Strumenti posseduti**



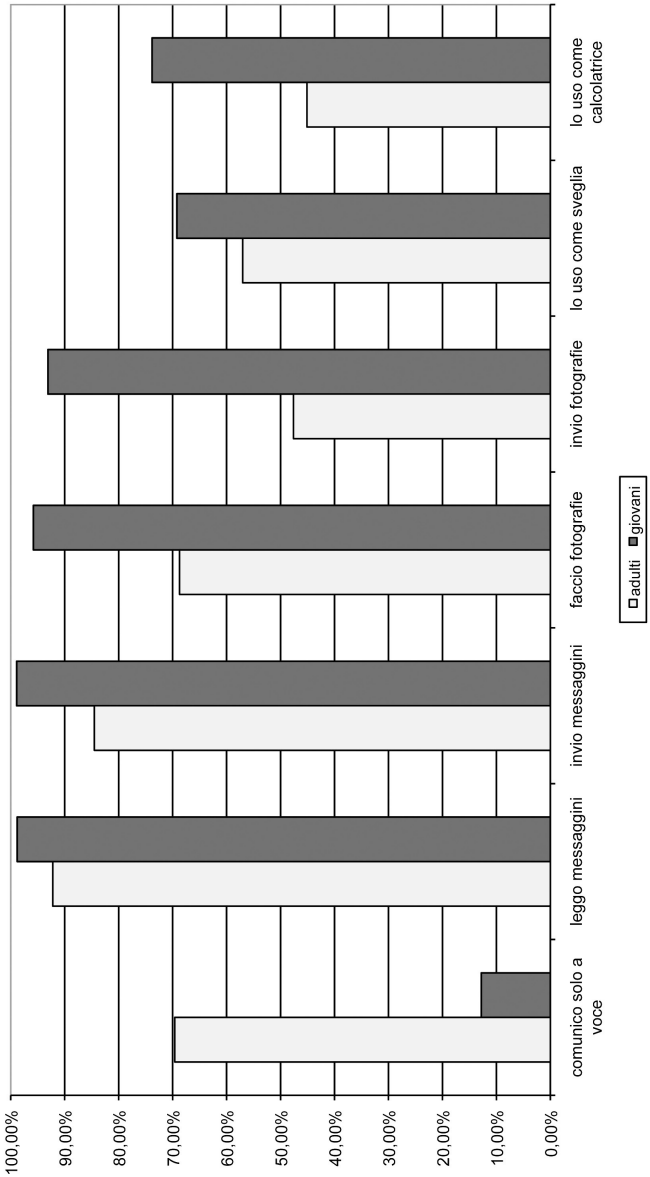
che modo anticipano il modo di pensare e di vivere del futuro. Per il 93% usano correntemente internet e per l'81,5% entrano attivamente nelle relazioni offerte dai social network. Possiedono, per il 92,4%, lo smartphone e il computer per il 91,9%, mentre meno della metà possiede anche il tablet.

Molti di loro sono in connessione continua: quando si applicano allo studio o ad altre attività sul tavolo hanno lo smartphone e quando conversano con gli altri, di quando in quando, si distraggono per controllare i contatti continui della rete. Affermano, per l'88%, di utilizzare ogni giorno internet e più del 50% i social network per oltre 2 o 3 ore.

Internet serve loro soprattutto per scaricare messaggi, musica e foto; i social network per incontrare persone, condividere messaggi, conoscere sconosciuti. Metà scarsa dichiara di avere oltre 500 "amici" tramite la rete, con cui intrattenere rapporti, che possono essere interrotti a piacimento, perché basta cancellare il contatto. I contenuti dei messaggi sono per il 94,3% di informazione. A ruota si collocano, con qualche punto statistico in meno, i liberi giudizi su persone ed i rapporti sentimentali. Il 29,5% usa in rete testi o immagini intime.

Il loro giudizio sulla situazione sociale si limita a cogliere il nuovo modo di comunicare diverso rispetto agli adulti per il 66%. Solo uno su cinque accenna alla presenza di un nuovo modo di relazionarsi ed uno su quattro alle nuove possibilità di gioco e di passatempo. I giovani per il 75% condannano le truffe e lo stalking e, con qualche punto percentuale in meno, il

Tav. III - **Utilizzo del cellulare**

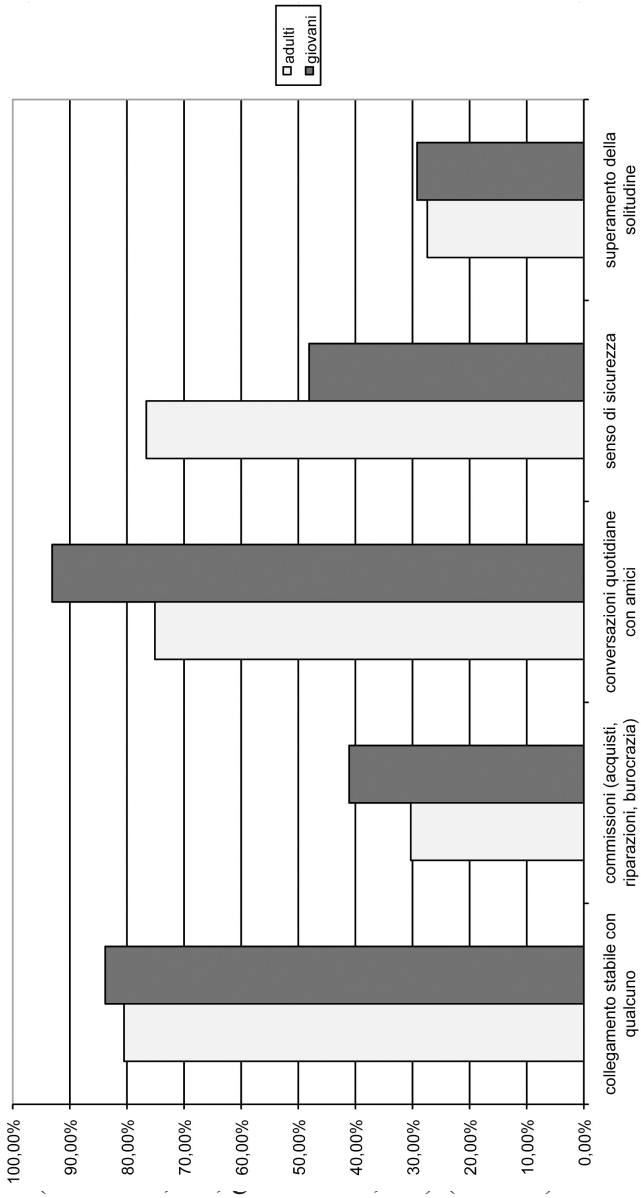


mascheramento dell'identità e l'anonimato. Solo circa la metà coglie le incongruenze dell'ostentazione dell'uso degli strumenti in luoghi pubblici.
Circa il futuro, oltre il 60% dichiara l'utilità della permanenza dei giornali stampati e delle biblioteche, l'89,3% ritiene che le relazioni durature abbiano bisogno di incontri reali e il 60,8% conferma il permanere del valore del silenzio e della concentrazione in se stessi. Nei licei, più che negli istituti tecnici e professionali, emerge una sensibilità umanistica.

3. Due generazioni a confronto

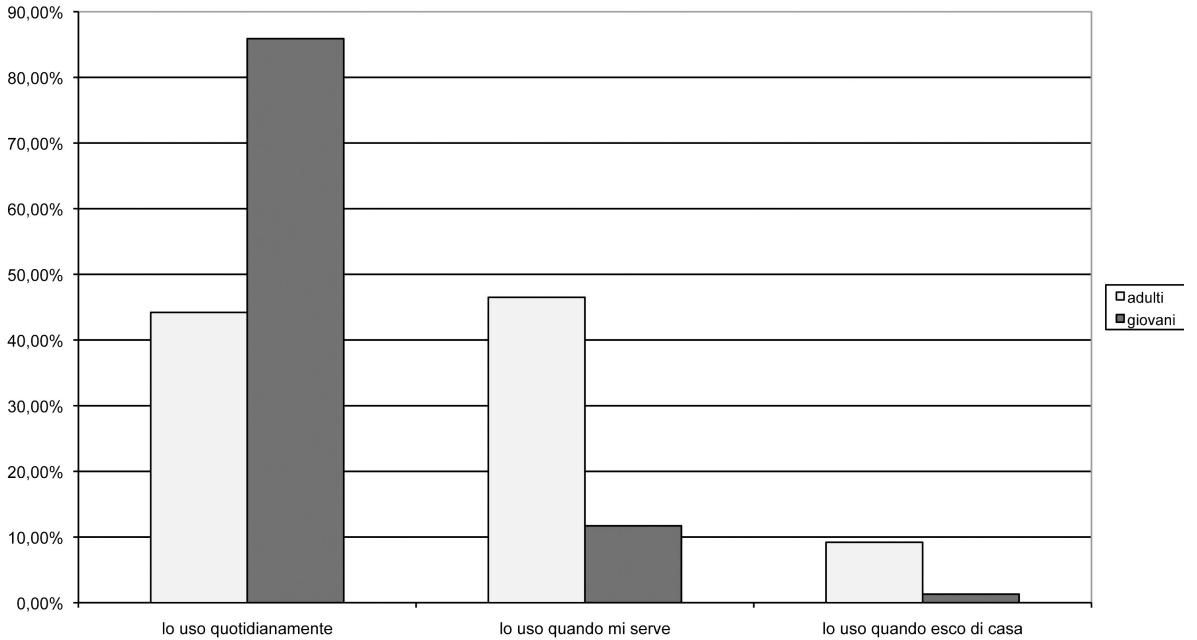
Nella ricerca è costante il confronto fra queste due generazioni non contigue, fra coloro che sono entrati nelle nuove forme di comunicazione, con alle spalle già una precedente esperienza di vita, e coloro che sono nati nel nuovo ambiente creato dalla comunicazione digitale.
1. La prima osservazione evidente, a parte il 39,5% che usa solo il cellulare, è un discreto utilizzo passivo da parte degli adulti di questi strumenti, che danno la possibilità di accedere ad una quantità enorme di dati, senza limiti di spazio e tempo (web 1.0). Quando però si apre loro la possibilità di entrare attivamente in rete (web 2.0), si bloccano. Permane in loro perciò una distinzione netta fra il virtuale ed il reale. Nei giovani invece il virtuale in qualche modo diventa reale, da preferire anzi perché consente di conservare sempre la libertà individuale.

Tav. IV - **A che cosa serve il cellulare?**



2. La seconda osservazione riguarda i nuovi rapporti che si creano fra adulti e giovani, soprattutto in famiglia. Pensiamo ad una conversazione nella quale i figli prestano continua attenzione allo smart-phone con il quale sono connessi alla rete. Nella ricerca appare meno questo elemento, anche se è indicato come disagio più dagli adulti che dai giovani. Le conseguenze però sono evidenti: incomunicabilità, lunghi silenzi, incomprensione reciproca.
3. La terza osservazione riguarda una diversa gerarchia di valori per le due generazioni. Nei giovani prevale la "competenza dell'utilizzo dei mezzi" sulla "padronanza culturale", presente invece negli adulti. Sono due dimensioni non equivalenti da coniugare. Alla base ci sono due epistemologie, ambedue con le loro ricchezze e limiti. La prima, portata all'eccesso, può degenerare in relativismo ed in una antropologia "liquida"; la seconda, esasperata, diventa integralismo e fondamentalismo, avulsa da ogni relazione sociale nell'attuale contesto pluralista.
4. La quarta osservazione è la possibile estraneità e rifiuto degli adulti alle nuove forme di comunicazione e di relazione dei giovani e la possibile dipendenza che si può creare nei giovani. Sono interessanti al riguardo le due convergenze riscontrate nella ricerca circa l'utilità di questi strumenti per un allargamento dei rapporti verso spazi globalizzati e circa la necessità di assicurare momenti reali per avere relazioni durature ed al valore perenne del silenzio e della concentrazione in se stessi per non smarrire la propria identità.

Tav. V - **Frequenza di utilizzo del cellulare**



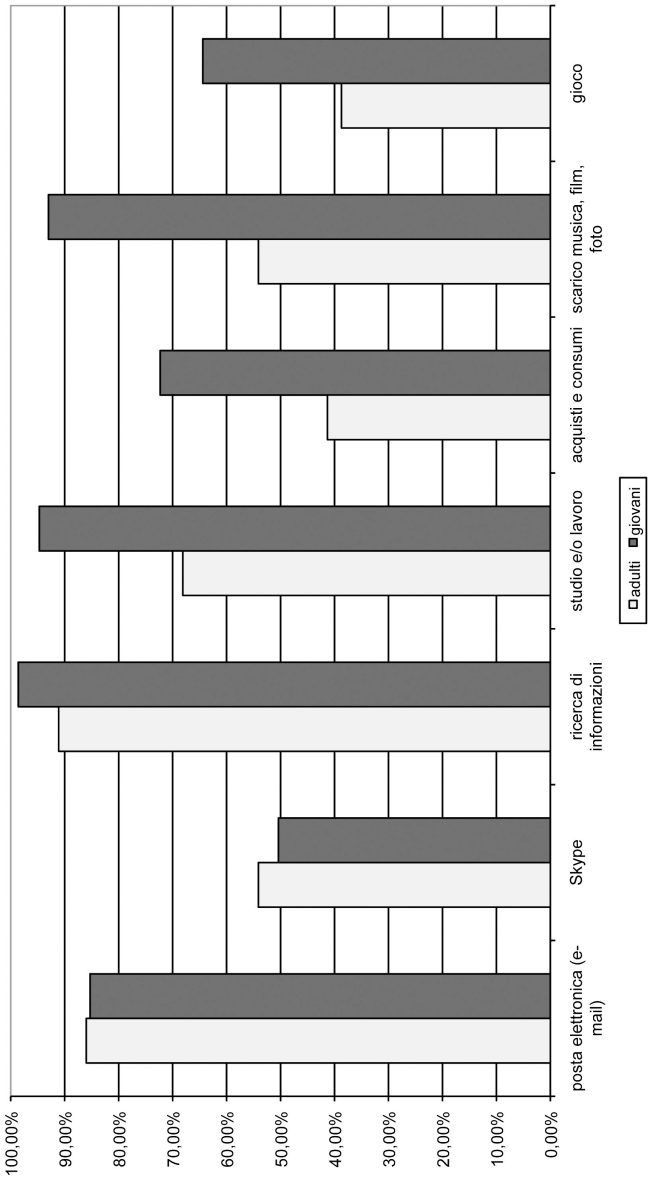
DATI GENERALI: ADULTI E GIOVANI

1. Diffusione degli strumenti digitali

Qualche strumento digitale è ormai nelle mani di tutti. Rarissimi sono quelli che non li usano (adulti 5,8%, giovani 1,3%); la differenza, invece, fra adulti e giovani appare in relazione agli strumenti usati: gli adulti per il 39,5% usano solo il cellulare, mentre i giovani si servono ampiamente di internet (93%) e sono inseriti nei social network (81,5%). In questi settori gli adulti sono il 54,2% per internet e il 14,5% per i social network (tav. I).
Gli strumenti accennati sono posseduti: semplice cellulare (adulti 78,7%, giovani 12,3%), computer (adulti 56,2%, giovani 91,9%), tablet (adulti 13,6%, giovani 43,6%), smartphone (adulti 24,5%, giovani 92,4%) (tav. II). Le intenzioni di acquisto degli adulti sono dal 25 al 30%, doppie nel caso dei giovani. Questi incrementi futuri indicano la tendenza ulteriore alla diffusione o all'aggiornamento dei modelli, data la continua innovazione. Una remora è rappresentata dagli adulti nella difficoltà di uso (46,5%) e nei pericoli per l'inesperienza (51%); dai giovani soltanto dai costi (36%).

Gli adulti a cui si riferiscono i dati della ricerca sono persone che frequentano le Università adulti/anziani,

Tav. VI - **Utilizzo di internet**

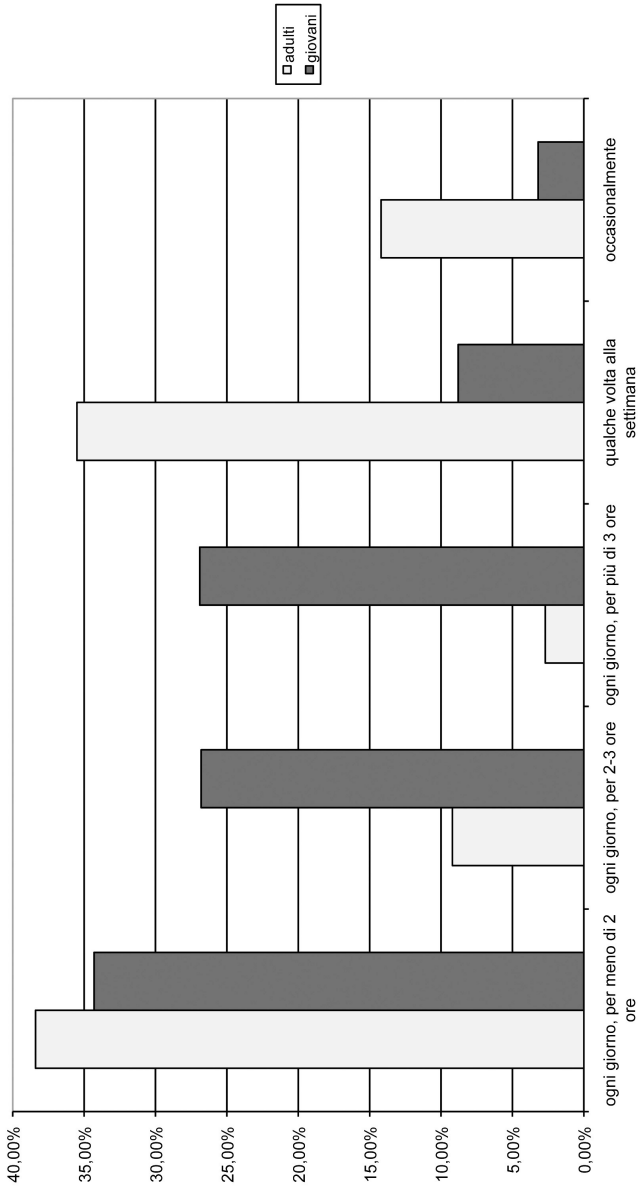


di età di 65-70 anni, cioè che si sono trovate a dover assumere nella vita strumenti nuovi di comunicazione. Sono in qualche modo "immigrati" nella comunicazione digitale rispetto ai giovani, che sono di essa i "nativi". Gli adulti dell'età di mezzo non interpellati con probabilità sarebbero risultati più vicini alle risposte dei giovani. È interessante tuttavia cogliere la diversità di approccio e di giudizio fra due generazioni fra loro non contigue. Si può osservare fra gli interpellati l'esistenza di un 40% di adulti bloccati al solo uso del cellulare e di un 92,4% di giovani orientati sempre più all'uso dello smartphone. Ciò è legato all'utilizzo passivo o attivo degli strumenti. Decisivo al riguardo è l'uso dei social network (adulti 14,5%, giovani 81,5%) dove il divario è molto forte.

2. Utilizzo del cellulare

Il cellulare si presta a molti usi. Se negli adulti per il 69,6% sostituisce il telefono, ciò non vale per i giovani (12,8%), che usano il cellulare per i messaggi (98,8%), per fare fotografie (95,8%) ed inviarle. Negli adulti pure è diffuso ampiamente l'uso dei messaggi (92,2%) ed il fare fotografie (68,7%), meno quello di inviarle (47,6%) (tav. III).
Le risposte alla domanda "A che cosa serva il cellulare?" sono nell'ordine: collegamento stabile con qualcuno (adulti 80,5%, giovani 83,8%), la conversazione fra amici (adulti 75,1%, giovani 93,1%) e senso di sicurezza (adulti 76,6%, giovani 48,1%) (tav. IV).

Tav. VII - **Frequenza di utilizzo di internet**



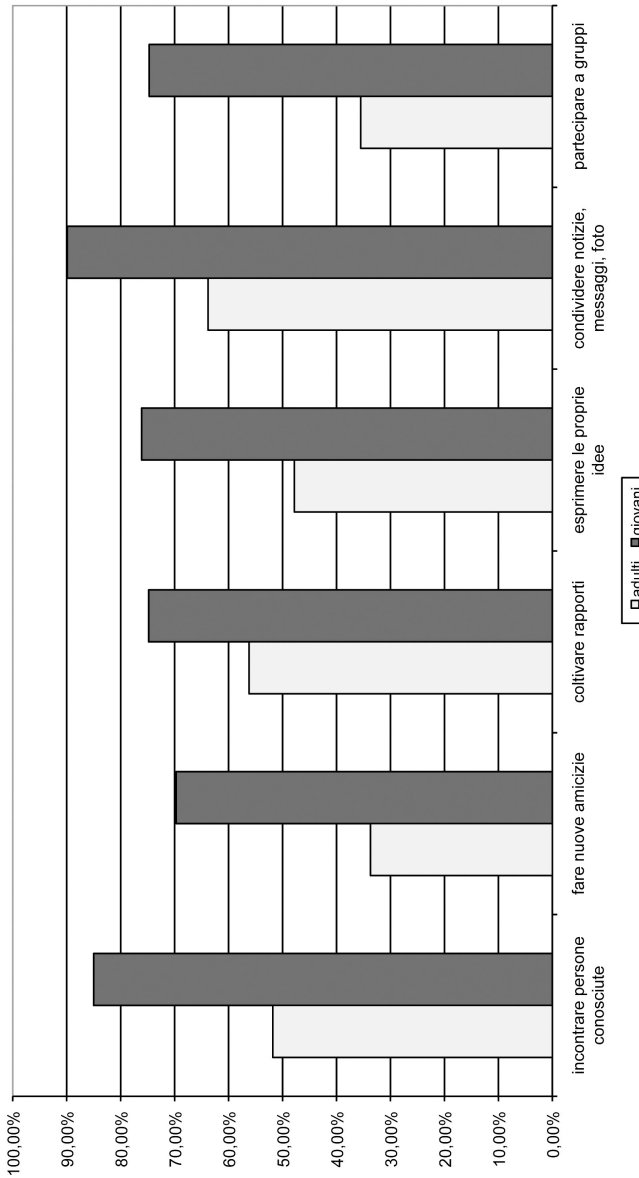
Circa la frequenza dell'utilizzo, per i giovani prevale l'"uso quotidiano" (adulti 44,2%, giovani 85,9%), mentre per gli adulti c'è anche il "quando mi serve" (adulti 46,5%, giovani 11,7%) (tav. V).

Il semplice cellulare o lo smartphone sono ampiamente usati per telefonare o per inviare messaggi e fotografie. Difficoltà non mancano in una parte degli adulti per l'invio soprattutto delle fotografie. Fra le motivazioni addotte all'uso è condivisa ampiamente l'idea del collegamento con altri e le conversazioni quotidiane con amici. La differenza indicativa è nella ricerca del senso di sicurezza, maggiormente presente negli adulti (adulti 76,6%, giovani 48,1%), che spiega anche il loro bisogno di continuo collegamento.

3. Utilizzo di internet

Internet è utilizzato ampiamente da tutti per la ricerca di informazioni (adulti 91,1%, giovani 98,6%) e per la posta elettronica (adulti 86%, giovani 85,3%). Per i giovani è anche lo strumento per scaricare musica, film, foto (adulti 54,1%, giovani 93%), per il lavoro e lo studio (adulti 68,1%, giovani 94,7%) e per fare acquisti (adulti 41,3%, giovani 72,3%). Circa le percentuali riferite, i giovani affermano di ricercare "sempre" le informazioni per il 69,3% e di scaricare musiche, film e foto per il 58,8%. Limitato è l'uso di Skype (adulti 54,1%, giovani 50,4%) ed anche l'impiego degli strumenti per gioco (adulti 38,7%, giovani 64,4%) (tav. VI).

Tav. VIII - **Utilizzo personale dei social network**



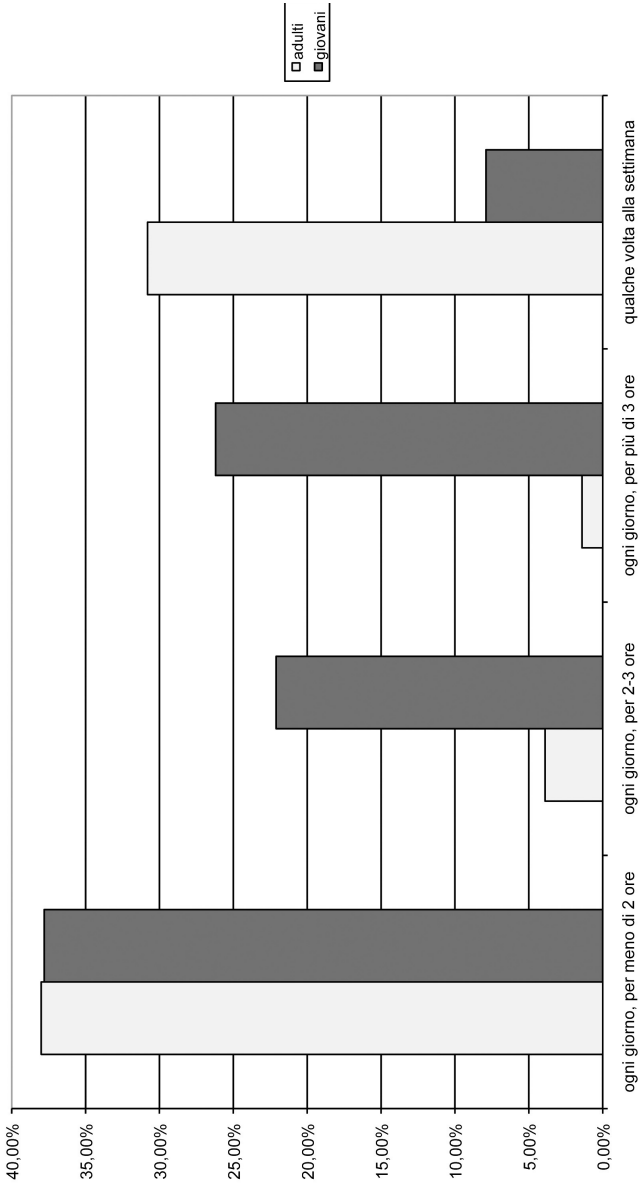
Circa la frequenza d'uso, negli adulti prevale il meno di due ore al giorno (38,4%) e il qualche volta alla settimana (35,5%); nei giovani il meno di due ore (34,3%) è accompagnato dal 26% relativo sia alle 2/3 ore al giorno, sia al più di 3 ore (tav. VII).

Internet è lo spazio nuovo offerto dagli strumenti digitali ed è ampiamente occupato quotidianamente dai giovani. Per tutti ha finito per emarginare la corrispondenza postale, le consultazioni in biblioteca e si avvia anche a diventare lo strumento per molti acquisti. Da notare come per i giovani è lo strumento per scaricare materiale, da utilizzare o far circolare fra gli amici. Skype è utilizzato da circa la metà degli intervistati, soprattutto dai giovani.

4. Utilizzo dei social network

Sono i social network ad indicare la profonda differenza fra gli adulti intervistati ed i giovani. Solo il 14,5% degli adulti li usa a differenza dell'81,5% dei giovani. Le principali motivazioni d'uso per i giovani sono incontrare persone conosciute (adulti 51,8%, giovani 85%), condividere notizie, messaggi, foto (adulti 63,8%, giovani 89,9%). In questi dati prevale il qualche volta sul sempre. Seguono nell'ordine altri scopi, come esprimere le proprie idee e coltivare rapporti. La risposta partecipare ai gruppi registra un 74,7% per i giovani (di cui il 20,2% sempre) ed un 35,5% per gli adulti (solo il 10% sempre) (tav. VIII).

Tav. IX - **Frequenza di utilizzo dei social network**



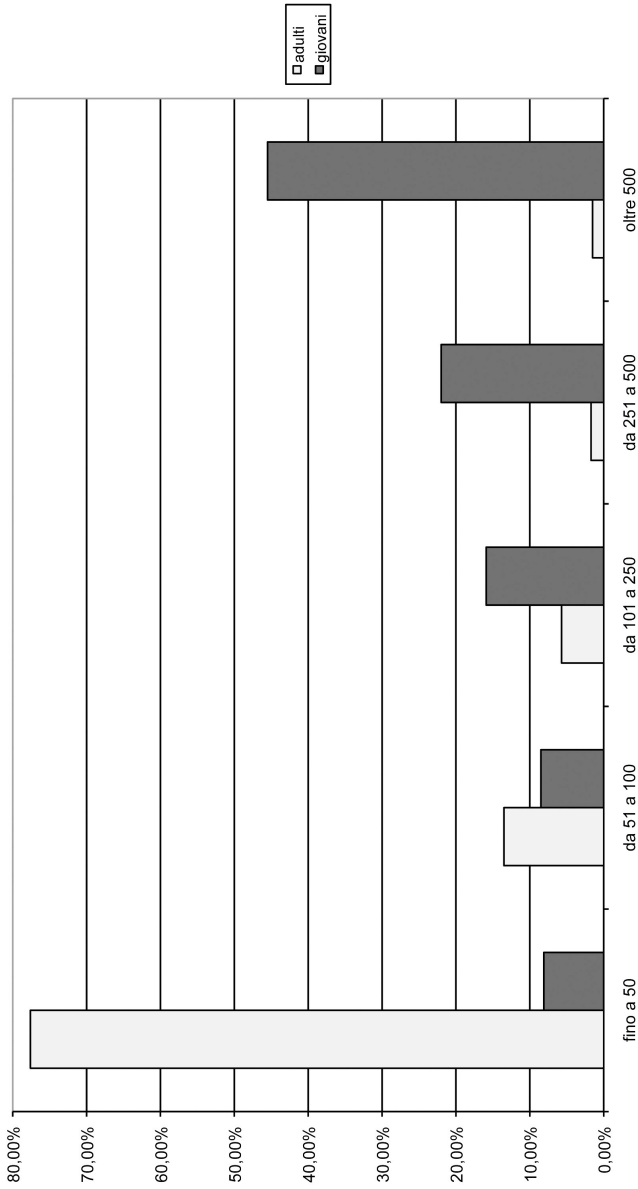
All'interrogativo circa il tempo quotidiano impiegato, i giovani rispondono meno di due ore al giorno per il 37,8%, due o tre ore per il 22,1%, più di tre ore per il 26,2%; gli adulti accanto al 38% relativo al meno di due ore, rispondono con il 30,8% qualche volta alla settimana e con il 25,9% solo occasionalmente (tav. IX).
Alla domanda "quanti amici hai tramite i social network" i giovani per il 45,5% dicono oltre 500, mentre il 77,6% degli adulti indica fino a 50. Si aggiungono poi per i giovani il 22% con il numero da 251 a 500, ed il 15,9% con l'indicazione da 100 a 250 (tav. X).

La discriminante maggiore fra gli adulti intervistati e i giovani è l'uso dei social network. Gli adulti, i cosiddetti "immigrati" nella comunicazione digitale, si limitano ad un uso passivo, cioè si servono degli strumenti per realizzare meglio quanto facevano prima; mentre i giovani, "nativi" nella comunicazione digitale, assumono lo stile di vita nuovo, conseguente all'incontrare amici vicini e lontani in rete e intrecciare con loro una comunicazione permanente.

5. Contenuti dei messaggi

Lo spazio maggiore d'uso è dato alle informazioni (adulti 85,8%, giovani 94,3%). In ordine decrescente per i giovani figurano: i liberi giudizi su persone (adulti 23,3%, giovani 82,2%), i rapporti sentimentali (adulti 22,8%, giovani 77,9%), il gioco (adulti 28,6%,

Tav. X - **Quanti "amici" hai tramite i social?**



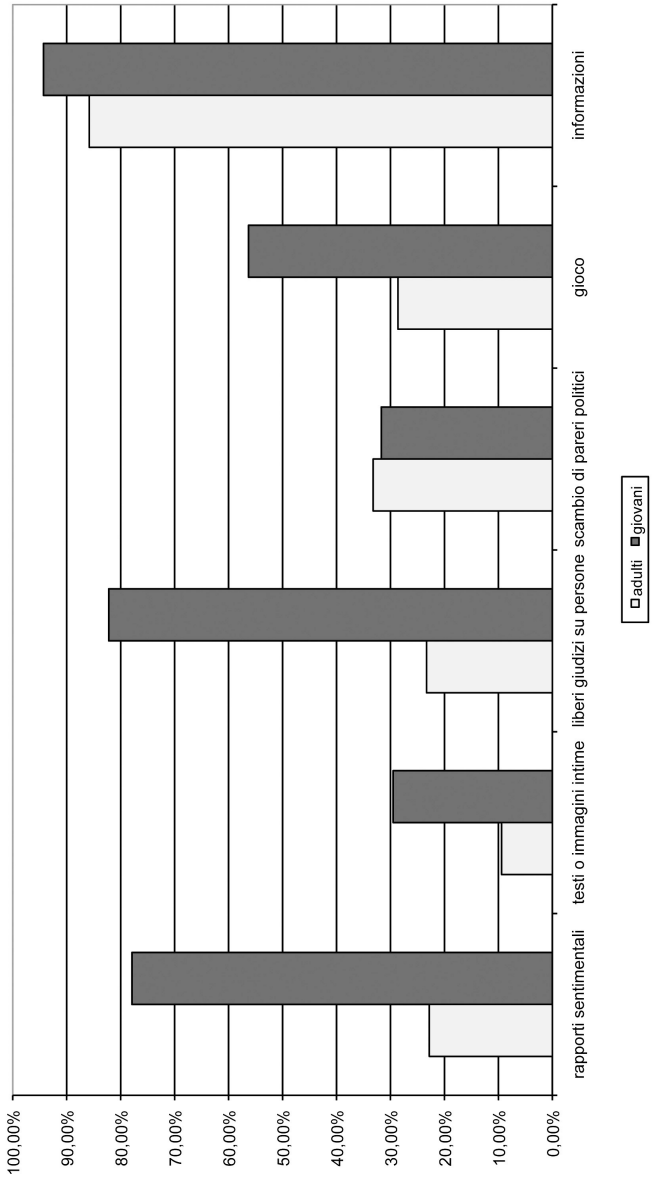
giovani 56,3%), lo scambio di pareri politici (adulti 33,2%, giovani 31,7%), la condivisione di testi ed immagini intime (adulti 9,4%, giovani 29,5%) (tav. XI). Alla domanda sulla consapevolezza dei rischi la risposta dei giovani è positiva ed unanime (oltre il 92%) sulla loro permanenza in rete e sul possibile uso impensato da parte di altri. C'è una diminuzione di 6 punti per i giovani circa la consapevolezza della possibilità che i messaggi siano letti e visti da tutti. Gli adulti esprimono pareri analoghi con alcuni punti percentuali in meno (tav. XII).

A parte i contenuti relativi all'informazione, i social network sono ampio veicolo per i giovani per sviluppare rapporti sentimentali ed esprimere liberi giudizi sulle persone. Un terzo scarso li utilizza anche per pareri politici e per uno scambio di testi ed immagini intime. La consapevolezza circa la permanenza in rete dei messaggi e la possibilità di essere letti ed utilizzati da altri è ampia, anche se forse c'è una superficialità nel considerarla.

6. Cambiamento conseguente di vita

Giovani ed adulti registrano in positivo il cambiamento nel modo di comunicare (adulti 56,4%, giovani 66%) e in parte nelle relazioni sociali (adulti 24,5%, giovani 22,3%). A questi cambiamenti una minoranza di giovani aggiunge le forme di divertimento e di passatempo (adulti 7,6%, giovani 24,2%), il modo di

Tav. XI - **Contenuti dei miei messaggi**



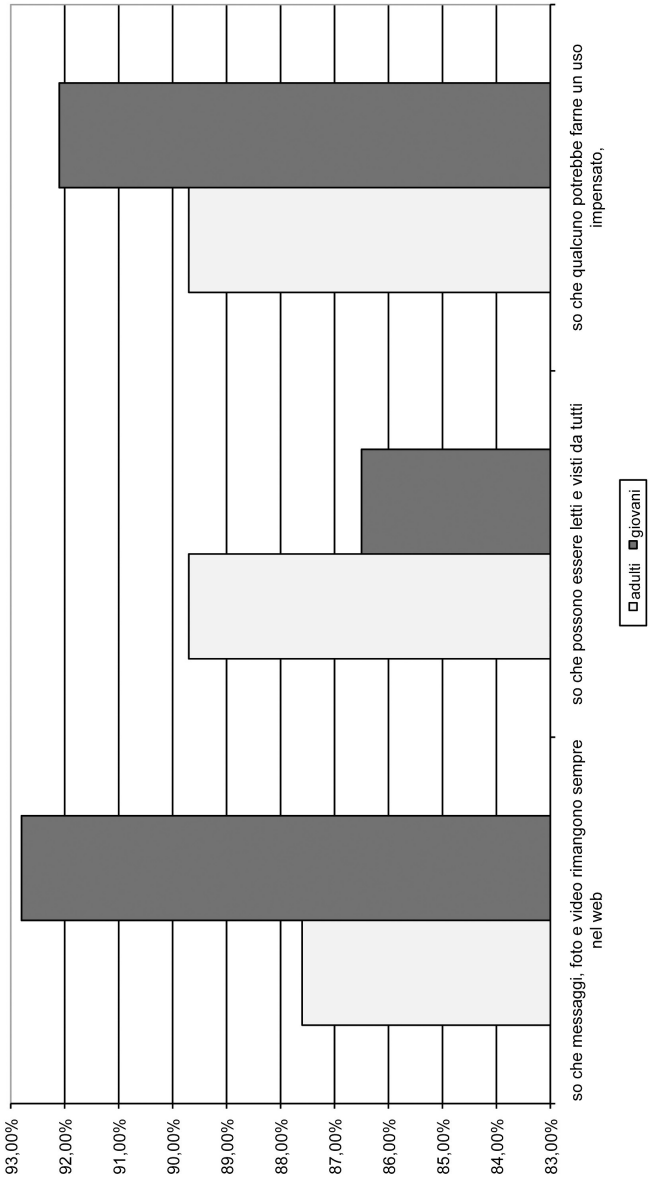
studiare (adulti 13,7%, giovani 21,4%) e le decisioni di gruppo (adulti 2%, giovani 14,1%); una minoranza di adulti accenna al cambiamento del modo di lavorare (adulti 23,2%, giovani 11,9%) e ai rapporti familiari (adulti 15,3%, giovani 2%) (tav. XIII).
Le conseguenze negative, abbastanza condivise, sono il senso di dipendenza (adulti 57,3%, giovani 74%) e l'essere soggetti a continuo controllo (adulti 38,3%, giovani 45,4%). Una minoranza qualificata di giovani parla anche di condizionamenti nelle decisioni (adulti 7,1%, giovani 20,1%) ed una parte di adulti di costante reperibilità (adulti 32,7%, giovani 11,4%) (tav. XIV).

Il giudizio sulla nuova situazione, creata dalla comunicazione digitale, è in genere positivo: il modo di comunicare si è allargato, le relazioni sociali si sono moltiplicate, migliori sono le condizioni di lavoro, studio, gioco. In senso negativo si denuncia la conseguente schiavitù dell'essere sempre reperibili.

7. Comportamenti discutibili

Risulta un consenso fra giovani ed adulti nel condannare l'uso incontrollato concesso ai bambini (adulti 91,2%, giovani 72,1%), le truffe (adulti 87,8%, giovani 75,5%), lo stalking o atti persecutori (adulti 79,5%, giovani 75,8%), il mascheramento di identità (adulti 71,2%, giovani 69,5%), le comunicazioni anonime (adulti 76,7%, giovani 64,1%). Gli adulti condannano più dei giovani anche l'ostentazione in luoghi pubblici (adulti 88,9%,

Tav. XII - **Consapevolezza dei rischi**



giovani 55,9%) e la ricerca del prestigio sociale con l'ultimo modello (adulti 73,9%, giovani 55,2%) (tav. XV).

Emerge una comune condanna per la possibile illegalità che si nasconde sotto l'anonimato. C'è inoltre una preoccupazione comune nei confronti dei bambini che, per la poca consapevolezza o per la superficialità dei genitori, vengono esposti ad autentici pericoli per la loro crescita umana.

8. Prospettive per il futuro

Riguardo ad un riferimento al futuro, una convergenza significativa è espressa dal bisogno di incontri reali per avere relazioni durature (adulti 95,5%, giovani 89,3%). Si indicano i limiti delle nuove tecnologie (adulti 12,1%, giovani 18,2%) ed il bisogno di trovare spazi di silenzio e di concentrazione (adulti 88,7%, giovani 60,8%). Circa la domanda se i giornali continuino ad esser letti e le biblioteche debbano essere conservate, il giudizio divarica (giornali: adulti 82,7%, giovani 63,7%; biblioteche: adulti 85,7%, giovani 66,6%) (tav. XVI).

C'è consapevolezza diffusa sui limiti delle nuove tecnologie che non possono sostituire gli strumenti precedenti di informazione e di cultura. Inoltre si ritiene necessaria e complementare la relazione reale rispetto a quella virtuale ed il bisogno di momenti di silenzio e di concentrazione soprattutto da parte degli adulti.