

Nuove tecnologie: un canale privilegiato per la voce dei preadolescenti

Eleonora Florio

Università degli Studi di Bergamo

Introduzione

La ricerca OSCARV@bg è un progetto promosso da MEDAS (Movimento Educativo Diritto allo Studio) in collaborazione con l'Ufficio Scolastico Territoriale, l'Università degli Studi di Bergamo, l'ATS di Bergamo, il Comune di Bergamo, la Provincia di Bergamo, la Diocesi Ufficio per la Pastorale dell'Età Evolutiva, il COOR.CO.GE e il Museo delle storie di Bergamo. Attualmente alla quarta edizione, lo studio viene proposto a cadenza triennale dal 2010 e riguarda la trasformazione delle modalità di comunicazione e aggregazione giovanile nelle "piazze reali e piazze virtuali", indagando i luoghi, i modi e i tempi che caratterizzano la comunicazione e la relazione dei preadolescenti e degli adolescenti nella Rete e non. La ricerca ha coinvolto diverse scuole secondarie di primo e di secondo grado del territorio bergamasco e anche alcuni Istituti di altre province della Lombardia. In questo capitolo vengono presentati i risultati derivanti dalle analisi effettuate sulle risposte degli studenti e delle studentesse di scuola secondaria di primo grado. Tramite moduli di consenso informato, relativi sia alla ricerca che al trattamento dei dati personali, i partecipanti e i genitori sono stati resi consapevoli degli obiettivi dello studio, dell'assoluta protezione dell'anonimato e della possibilità di ritirarsi dallo studio in qualsiasi momento.

[... parte di questo capitolo non è accessibile al momento ...]

[... il volume completo può essere richiesto dal sito dell'Editore

<http://www.sestanteedizioni.com/>

o dai principali distributori in Rete ...]

Tabella 2

Percentuali di risposta rispetto alla frequenza con cui vengono svolte attività nel tempo libero

Attività	Mai	Qualche volta l'anno	Spesso/ Sempre
Fare volontariato	62.1%	24.8%	13.1%
Leggere un e-book	63.6%	18.1%	18.3%
Frequentare un centro di aggregazione giovanile	48.9%	17.7%	33.4%
Incontrarti con gli amici in un centro commerciale	27.5%	37.9%	34.7%
Leggere un giornale (o una rivista) online	41.4%	22.3%	36.3%
Leggere un giornale (o una rivista) in formato cartaceo	36.6%	29.1%	34.4%
Scrivere a mano un diario personale, lettere, biglietti, ecc.	41.6%	24.9%	33.5%
Suonare/cantare con amici	35.9%	19.5%	44.6%
Andare in un luogo di culto (per es., chiesa, moschea, sinagoga...)	22.8%	27.3%	49.9%
Leggere un libro (nel tradizionale formato cartaceo)	14.4%	31.1%	54.6%
Girare per negozi	8.6%	19.6%	71.8%
Andare all'oratorio	9.1%	17.5%	73.4%
Frequentare pub, bar, pizzerie, ecc.	5.2%	17.7%	77.1%
Andare a casa di un amico	0.9%	19.4%	79.8%
Incontrarti con gli amici in centro paese/città (per es., in piazza)	4.9%	14.1%	81%
Incontrarti con gli amici all'aperto (per es., in un parco pubblico)	3.3%	13.6%	83.1%
Giocare con videogiochi (su console, pc o telefono)	5.5%	5.2%	89.4%

Note.

Per una più immediata esposizione dei dati, nella categoria "Spesso" sono state accorpate le ultime 3 alternative di risposta, che riguardavano una frequenza maggiore di svolgimento.

Come si può notare dai dati esposti in Tabella 2, l'attività videoludica ottiene il primato di frequenza di utilizzo, mentre all'estremo opposto troviamo l'attività "fare volontariato" che risulta essere quella che meno caratterizza il tempo libero dei nostri rispondenti. Tuttavia, non emerge un primato generale della tecnologia in quanto la frequenza della lettura di un e-book è decisamente inferiore alla lettura di un libro nel tradizionale formato cartaceo. Inoltre, è visibile una certa predilezione per quelle attività che rientrano nell'area della socialità con i pari

nel contesto di luoghi reali (incontrare amici, frequentare pub, bar, pizzerie e oratori).

[... parte di questo capitolo non è accessibile al momento ...]
[... il volume completo può essere richiesto dal sito dell'Editore
<http://www.sestanteedizioni.com/>
o dai principali distributori in Rete ...]

Per quanto concerne invece i dati raccolti riguardanti l'uso cellulare, abbiamo rilevato che i rispondenti hanno ricevuto per la prima volta un telefono tutto per sé di media a 10.4 anni ($DS = 1.47$), con un range che va da un minimo di quattro a un massimo di 14 anni. Dai nostri dati non emergono differenze tra maschi e femmine su questo punto, ciò indica che i genitori tendono a fornire un cellulare al/alla proprio/a figlio/a ad una certa età indipendentemente dal sesso. Tuttavia, emerge una differenza tra gli alunni delle classi seconde e terze, in quanto gli alunni di terza hanno ricevuto il primo cellulare personale leggermente più tardi ($M = 10.6$ anni, $DS = 1.5$) rispetto a quelli di seconda ($M = 10.2$ anni, $DS = 1.4$).

[... parte di questo capitolo non è accessibile al momento ...]
[... il volume completo può essere richiesto dal sito dell'Editore
<http://www.sestanteedizioni.com/>
o dai principali distributori in Rete ...]

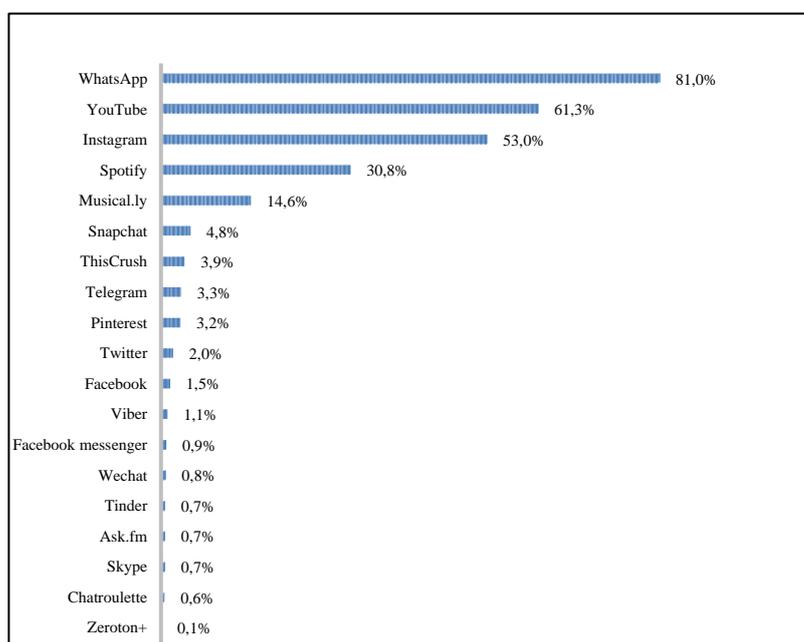
Comportamento nei social networks

I social networks rappresentano uno dei temi più discussi quando si tratta l'argomento di come i giovani utilizzano la Rete. I ragazzi si approcciano all'utilizzo dei social networks per la maggior parte (52.3%) senza aver mai partecipato ad alcun incontro di formazione sull'uso di Internet e/o dei social networks. Il 23.2% dichiara di aver partecipato a

un solo incontro e i restanti 11.9% e 12.5% rispettivamente hanno preso parte a due incontri e a tre (o più) sessioni di formazione. In particolare, gli alunni di classe terza risultano significativamente più coinvolti in incontri di formazione rispetto a quelli di seconda. Nel seguente grafico (Grafico 1) è presentata la classifica dei principali servizi di social networking secondo il criterio della frequenza d'uso da parte dei nostri partecipanti.

Grafico 1

Percentuale di rispondenti che utilizzano "tutti i giorni" i principali social networks e servizi di messaggistica ad essi assimilabili



Un quadro completo delle percentuali di risposta con riferimento specifico ai principali servizi di social networking è disponibile nella seguente Tabella 8.

Tabella 8

Frequenza d'uso dichiarata per i principali servizi di social networking

	Ask.fm	Facebook	Facebook messenger	Instagram	Snapchat	Twitter	WhatsApp
Mai	94.6%	89%	91.7%	26.1%	59.8%	87.3%	2.9%
Ogni tanto	3.4%	7.4%	5.4%	9.5%	23.9%	7.1%	2.9%
Spesso	1.3%	2%	1.9%	11.4%	11.5%	3.7%	13.1%
Tutti i giorni	0.7%	1.5%	0.9%	53%	4.8%	2%	81%

Abbiamo rilevato che le femmine utilizzano maggiormente rispetto ai maschi i seguenti servizi (si tenga presente che la scala di risposta va da 1 = Mai a 4 = Tutti i giorni): WhatsApp ($M = 3.82$), Instagram ($M = 3.06$), Musical.ly ($M = 2.29$), Snapchat ($M = 1.94$), ThisCrush ($M = 1.51$) e Pinterest ($M = 1.43$). I maschi invece risultano utilizzare più spesso: YouTube ($M = 3.6$), Spotify ($M = 2.52$), Telegram ($M = 1.39$), Skype ($M = 1.25$), Facebook ($M = 1.22$), Facebook Messenger ($M = 1.18$) e Chatroulette ($M = 1.05$).

[... parte di questo capitolo non è accessibile al momento ...]

[... il volume completo può essere richiesto dal sito dell'Editore

<http://www.sestanteedizioni.com/>

o dai principali distributori in Rete ...]

Conclusioni

I nostri dati ci rimandano l'immagine di una gioventù immersa nell'utilizzo delle nuove tecnologie. L'attività videoludica risulta occupare una porzione importante del tempo libero dei ragazzi e delle ragazze, sia considerando l'utilizzo del personal computer che del telefono cellulare. L'andamento dei dati e delle correlazioni relative alle attività svolte al computer mostrano che questo strumento viene utilizzato soprattutto per svago e comunicazione, permettendoci di ipotizzare che le competenze che si sviluppano tramite il suo utilizzo quotidiano vadano soprattutto in questa direzione. Considerata la grande quantità di tempo dedicata all'uso del computer si potrebbe affermare che è un peccato che i ragazzi e le ragazze non maturino esperienza nella fruizione di programmi applicativi e, possiamo dedurre, competenze di programmazione, tutti aspetti che potrebbero risultare assai utili col crescere dell'età, soprattutto in questo momento storico di dominio della tecnologia.

[... parte di questo capitolo non è accessibile al momento ...]
[... il volume completo può essere richiesto dal sito dell'Editore
<http://www.sestanteedizioni.com/>
o dai principali distributori in Rete ...]

Abbiamo inoltre rilevato che i social networks e servizi di messaggistica istantanea (WhatsApp) si configurano come un'importante rete di contatti della vita reale, dato che permettono di restare in comunicazione soprattutto con gli amici e, in misura minore, con i genitori. Tuttavia, i professori tendono a rimanere esclusi da questo coinvolgimento sui social networks e/o gruppi WhatsApp. In generale, i servizi maggiormente utilizzati risultano essere WhatsApp, Instagram e YouTube, mentre Facebook appare decisamente meno utilizzato rispetto alla scorsa edizione dello studio (Lazzari & Jacono Quarantino, 2015), come se fosse avvenuta un "migrazione" verso Instagram, che ha aperto nuove modalità comunicative e di condivisione attraverso le immagini e le storie. Abbiamo anche visto come le femmine usino di più il cellulare per telefonate, videochiamate, foto/video, ascoltare musica e collegarsi a un social network, mostrando una maggiore propensione ad utilizzare servizi di comunicazione rispetto ai maschi, in linea con altri studi che hanno considerato partecipanti di un'età maggiore (Kimbrough, Guadagno, Muscanell, & Dill, 2013).

Bibliografia

- Bruder, P. (2014). Gadgets go to school: The Benefits and Risks of BYOD (Bring Your Own Device). *Education Digest*, 80(3), 15-18.
- Di Nuovo, S., & Hichy, Z. (2007). *Metodologia della ricerca psicosociale*. Bologna: Il Mulino.
- Earp, J., Ott, M., Popescu, M., Romero, M., & Usart, M. (2014). Supporting Human Capital development with Serious Games: An analysis of three experiences. *Computers in Human Behavior*, 30, 715-720.
- Guenaga, M., Arranz, S., Florido, I. R., Aguilar, E., de Guinea, A. O., Rayon, A., ... Menchaca, I. (2013). Serious Games for the Development of Employment Oriented Competences. *IEEE Revista Iberoamericana de Tecnologías Del Aprendizaje*, 8(4), 176-183.

Eleonora Florio, 2019. Nuove tecnologie: un canale privilegiato per la voce dei preadolescenti. In M. Lazzari & A. Ponzoni (a cura di), *Palcoscenici dell'essere* (pp. 115-141). Bergamo: Sestante.

- Kimbrough, A. M., Guadagno, R. E., Muscanell, N. L., & Dill, J. (2013). Gender differences in mediated communication: Women connect more than do men. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 896-900.
- Lazzari, M., & Jacono Quarantino, M. (Eds.). (2010). *Adolescenti tra piazze reali e piazze virtuali*. Bergamo: Bergamo University Press.
- Lazzari, M., & Jacono Quarantino, M. (Eds.). (2013). *Identità, fragilità e aspettative nelle reti sociali degli adolescenti*. Bergamo: Bergamo University Press.
- Lazzari, M., & Jacono Quarantino, M. (2015). *Virtuale e/è reale: adolescenti e reti sociali nell'era del mobile* (M. Lazzari & M. Jacono Quarantino, Eds.). Bergamo: Bergamo University Press.
- Lenhart, A., & Madden, M. (2007). Teens, Privacy & Online Social Networks How teens manage their online identities and personal information in the age of Findings. *Social Networks*, 18, 1-55.
- Lenhart, A., Madden, M., & Hitlin, P. (2005). Teens and technology: Youth are leading the transition to a fully wired and mobile nation. *Pew Internet and American Life Project*, pp. 37-45.
- Matzat, U., & Snijders, C. (2010). Does the online collection of ego-centered network data reduce data quality? An experimental comparison. *Social Networks*, 32(2), 105-111.
- Parsons, D., & Adhikari, J. (2016). Bring your own device to secondary school: The perceptions of teachers, students and parents. *Electronic Journal of E-Learning*, 14(1), 66-80.
- Romero, M., Usart, M., & Ott, M. (2015). Can Serious Games Contribute to Developing and Sustaining 21st Century Skills? *Games and Culture*, 10(2), 148-177.
- Staksrud, E., Livingstone, S., & Haddon, L. (2007). *What do we know about children's use of online technologies?: a report on data availability and research gaps in Europe [2nd Edition]*. London: LSE Research Online.
- Tourangeau, R., Conrad, F., & Couper, M. (2013). *The science of web surveys*. New York, NY: Oxford University Press.