

GIUSEPPE DAL FERRO

Cambiati dalla rete

Ricerca sociologica nel Vicentino



EDIZIONI REZZARA - VICENZA

E-book digitalizzato
con il contributo della



Si rimanda alla pubblicazione
Cambiati dalla rete
Rezzara, Vicenza, 2015, ISBN 978-88-6599-026-1

GIUSEPPE DAL FERRO

LA COMUNICAZIONE DIGITALE: “IMMIGRATI” E “NATIVI”

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/anziani¹ e 4.076 ai

¹ Le Università Adulti /anziani del Vicentino (Arzignano, Asiago, Bassano del Grappa, Breganze, Caldogno, Camisano Vicentino, Costabis-



ragazzi delle scuole superiori della città di Vicenza e della provincia².

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).

Sono risultate esigenze condivise la necessità di incontri reali per relazioni durature (adulti 95,5%, gio-

sara, Creazzo, Dueville, Longare, Lonigo, Malo, Marano, Marostica, Montebelluna, Montebelluna 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.



vani 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 degli strumenti elettronici all'entrata in rete.

Solo il 14,5% dice di essere presente nei social net-



work 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 qualche 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 mascheramento dell'identi-



tà 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.



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.



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.

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%). 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,



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%).

Le risposte alla domanda “A che cosa serve 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%).



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%).

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%).



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.

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).



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.

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.

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 intrecciano 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%,



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%).

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.

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



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%).

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%).

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%,



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

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%).

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.



COMPORTAMENTO UOMINI E DONNE

1. DIFFUSIONE DEGLI STRUMENTI DIGITALI

Sono le donne, fra gli adulti, ad usare maggiormente solo il cellulare (uomini 7,4%, donne 16,3%), mentre, nel possesso degli altri strumenti, sono leggermente di più gli uomini. Fra i giovani la differenza tende a scomparire.

Per quanto riguarda le intenzioni di acquisto, per qualche punto percentuale sono più gli uomini ad avere qualche progetto, sia fra gli adulti che fra i giovani. L'eccezione è rappresentata dal computer, dove le percentuali si invertono. Nelle donne adulte le remore maggiori sono rappresentate, per una decina di punti in più, dalle difficoltà che gli strumenti presentano.

La diffusione dell'acquisto e dell'uso è in moderato sviluppo. È significativo che le donne adulte si distinguano nell'interesse per i computer, ritenuti forse l'ingresso iniziale al mondo informatico.

2. UTILIZZO DEL CELLULARE

Nell'utilizzo del cellulare non c'è grande differenza, negli adulti, fra uomo e donna. Fra i giovani sembrano essere le ragazze ad utilizzare di più le varie funzioni,



mediamente per cinque punti percentuali in più.

Alla domanda sull'utilità del cellulare si ripetono percentuali superiori per le donne nelle varie ipotesi proposte, tranne circa l'utilizzo degli acquisti, dove emergono gli uomini adulti (uomini 31,1%, donne 29,9%) ed i ragazzi (uomini 47,3%, donne 36,8%).

Per motivi diversi il cellulare è sempre uno strumento utile per conversare con gli amici, essere collegati a qualcuno e per informazioni urgenti in caso di necessità. Le donne sembrano leggermente più sensibili degli uomini a queste esigenze.

3. UTILIZZO DI INTERNET

Fra gli adulti e i giovani internet è di ampio utilizzo, soprattutto per trovare informazioni. Fra gli adulti gli uomini se ne servono, maggiormente delle donne, per gli acquisti (uomini 53,1%, donne 34,9%) e fra i giovani per il gioco (uomini 78,9%, donne 54,3%). Skype è fra i giovani maggiormente utilizzato dalle ragazze (uomini 47,1%, donne 52,9%).

Circa il tempo dedicato ad esso, fra gli adulti emerge per gli uomini una durata inferiore a due ore (uomini 46,8%, donne 34%), fra le donne il qualche volta alla settimana (uomini 29,1%, donne 38,7%); fra i giovani l'utilizzo è pressoché alla pari: meno di due ore al giorno (uomini 35,7%, donne 33,4%), o per due o tre ore (uomini 27,8%, donne 26,1%), o più di tre ore (uomini 23,9%, donne 29,0%).



Le differenze di utilizzo sono minime; l'uso di internet è ampio e pari fra ragazze e ragazzi.

4. UTILIZZO DEI SOCIAL NETWORK

Fra gli adulti, l'impiego per fare nuove amicizie e coltivare rapporti è maggiore di due punti negli uomini rispetto alle donne, mentre è di sei punti la differenza per l'esprimere le proprie idee tra le donne (uomini 43%, donne 49,2%). Fra i giovani, i ragazzi esprimono qualche punto in più delle ragazze circa il fare nuove amicizie e le ragazze per l'incontrare persone conosciute ed esprimere le proprie idee. Più accentuata è la diversità circa la condivisione di notizie, messaggi e foto (uomini 87%, donne 91,8%) e il partecipare a gruppi (uomini 77,2%, donne 73%).

Il tempo dedicato è pressoché uguale per uomini e donne, negli adulti e nei giovani: negli adulti prevale il meno di due ore (uomini 37,4%, donne 39,4%), nei ragazzi meno di due ore al giorno (uomini 40,7%, donne 35,8%), da due a tre ore (uomini 21,1 %, donne 22,9%), per più di tre ore (uomini 21,2%, donne 29,6%).

Alla domanda “Quanti amici hai tramite i social network?”, le risposte non divergono molto sia fra uomini e donne, sia negli adulti che nei giovani.

Sull'utilizzo dei social network non ci sono diversità di rilievo fra uomini e donne. Si può osservare che quest'ultime lo utilizzano maggiormente per esprimere le proprie idee.



5. CONTENUTO DEI MESSAGGI

Il contenuto dei messaggi per gli uomini adulti riguarda le informazioni (uomini 85,4%, donne 85,5%), per le donne i liberi giudizi sulle persone (uomini 21,3%, donne 24,0%). Nei giovani l'utilizzo è alla pari per lo scambio di informazioni. Prevalgono nelle ragazze il libero giudizio sulle persone (uomini 80,3%, donne 83,6%) ed i rapporti sentimentali (uomini 75,4%, donne 79,7%); nei ragazzi i testi e le immagini intime (uomini 37,6%, donne 23,7%). La frequenza maggiore di queste percentuali è di "a volte". La consapevolezza dei rischi è presente con qualche punto percentuale in più nelle donne adulte e giovani.

Nelle donne emergono, come contenuto dei social network, l'espressione libera del proprio pensiero, lo scambio di giudizi su persone ed i rapporti sentimentali, con una accentuazione fra le ragazze. I testi e le immagini intime sono invece più presenti fra gli uomini, soprattutto fra i giovani, dove un terzo dice di ricercarli almeno a volte. Le donne esprimono consapevolezza dei rischi in modo leggermente superiore degli uomini.

6. CAMBIAMENTO CONSEGUENTE DELLA VITA

Tra i vantaggi prodotti dalle nuove tecnologie, gli adulti indicano l'informazione (uomini 61,1%, donne 48,4%), una minoranza le relazioni sociali (uomi-



ni 22,8%, donne 25,4%), il lavoro e/o la professione (uomini 22,6%, donne 24,2%). Fra i giovani, le ragazze accentuano l'informazione (uomini 60,3%, donne 69,9%); una minoranza di ragazzi indica le forme di divertimento e di gioco (uomini 27,7%, donne 20,5%). Sugli aspetti negativi, fra gli adulti, gli uomini pongono la costante reperibilità (uomini 38,9%, donne 30,6%); le donne il continuo controllo (uomini 35,3%, donne 39,4%) e il senso di dipendenza (uomini 52,5%, donne 60%). Analoghe accentuazioni sono presenti pure nei giovani: costante reperibilità (maschi 12,2%, femmine 10,9%), continuo controllo (maschi 46,2%, femmine 44,9%) e senso di dipendenza (maschi 67,2%, femmine 78,7%).

A parte la migliore informazione e le più favorevoli condizioni di lavoro e/o professione evidenziate da tutti, gli uomini avvertono maggiormente il senso di controllo e le donne di dipendenza. Solo una minoranza vede un miglioramento delle relazioni sociali, maggiormente tra le donne adulte.

7. COMPORTAMENTI DISCUTIBILI

Ad indicare comportamenti disdicevoli sono di più le donne, sia fra gli adulti sia fra i giovani, in media con una decina di punti percentuali in più rispetto agli uomini. Le percentuali, tuttavia, espresse da parte dei giovani sono inferiori da 10 a 20 punti rispetto a quelle degli adulti.



Circa le truffe, il mascheramento di identità, la pericolosità dell'accesso incontrollato a queste tecniche tra i bambini e lo stalking (o atti persecutori), la condanna sembra essere unanime, soprattutto tra le donne.

8. PROSPETTIVE PER IL FUTURO

Fra i giovani, sono le ragazze ad indicare soprattutto la necessità di incontri reali per le relazioni durature (uomini 87,6%, donne 90,6%) ed il permanere del valore delle biblioteche (uomini 61,9%, donne 70%), mentre i ragazzi, per qualche punto percentuale in più, indicano la lettura del giornale (uomini 65,7%, donne 62,3%) e la necessità del silenzio e della concentrazione (uomini 63%, donne 59,2%). Fra gli adulti le percentuali, superiori a quelle dei giovani, tendono ad allinearsi fra uomini e donne.

Si può osservare come fra le ragazze si sottolinei maggiormente il bisogno di relazioni reali e durature e fra i ragazzi il bisogno di concentrazione e di silenzio. I dati relativi agli adulti non differiscono significativamente fra uomini e donne, pur espressi in percentuale superiore a quelli dei giovani.



COMPORAMENTO RISPETTO ALL'ISTRUZIONE O ALLA SCUOLA FREQUENTATA

1. DIFFUSIONE DEGLI STRUMENTI DIGITALI

L'uso del solo cellulare negli *adulti* è in relazione al grado di istruzione (elementari 66,4%, medie 43,4%, superiori 25%, laurea 16,8%) e così il non uso (elementari 11,1%, medie 5,7%, superiori 2,9%, laurea 5,9%). Lo stesso andamento è rovesciato nell'uso di internet (dal 22,5% dell'istruzione elementare al 77,2% dei laureati) e per i social network (dal 3,9% al 20,8%). Dicono di possedere il cellulare il 91,1% delle persone di istruzione elementare (laureati 68,4%), il computer l'85,3% dei laureati (elementari 22,7%). Con l'aumento dell'istruzione cresce pure il possesso del tablet (elementari 5,3%, laurea 23,8%) e dello smartphone (elementari 8,6%, laurea 32,8%). Le intenzioni di acquisto sono limitate nelle persone con una istruzione elementare, più consistenti in chi ha l'istruzione media e la laurea. Pensano all'acquisto dello smartphone un terzo di quanti hanno un'istruzione media superiore ed i laureati; solo una minoranza di quanti hanno una cultura elementare (18,6%) e media inferiore (25,4%). Le remore all'acquisto tra coloro che hanno un'istruzione elementare superano il 50% in relazione alla difficoltà e alla paura dell'uso.



Nei *giovani* emergono per l'uso di internet i liceali (liceo 94,7%, istituti tecnici 91,5%, istituti professionali 92,7%) e così dei social network (liceo 82,8%, istituti tecnici 79,6%, istituti professionali 81,4%). Proporzioni analoghe si riscontrano anche per il possesso degli strumenti. Nelle prospettive di acquisto, per alcuni punti percentuali, emergono i giovani frequentanti gli istituti tecnici. Per tutti l'unica remora sono i costi.

Il rapporto istruzione ed uso degli strumenti digitali è evidente negli adulti. Si nota comunque nella fascia dell'istruzione media un certo desiderio di apprendimento, scarso, invece, in chi ha un'istruzione elementare. Fra i giovani l'utilizzo è maggiore fra i liceali, forse per le condizioni economiche di provenienza. È comune, invece, una tendenza a crescere nell'utilizzo.

2. UTILIZZO DEL CELLULARE

L'utilizzo del cellulare nelle sue varie funzioni cresce negli *adulti* con l'istruzione: l'uso della sola voce prevale nell'istruzione elementare (elementari 87,9%, medie 70,3%, superiori 59,3%, laurea 55,2%), mentre l'andamento si inverte per le altre funzioni, come invio di messaggi (elementari 69,2%, laurea 90,5%), fare fotografie (elementari 46,4%, laurea 79,6%), inviare fotografie (elementari 24,3%, laurea 58,3%). Per quanto riguarda la frequenza dell'utiliz-



zo del cellulare, prevale nell'istruzione elementare il quando mi serve (elementari 57,5%, medie 49%, superiori 39,2%, laurea 32%), nei laureati l'uso quotidiano (elementari 28,2%, medie 40,6%, superiori 54,7%, laurea 60%). C'è un 14,3% di persone di istruzione elementare che limitano l'uso all'uscita di casa. Circa le motivazioni d'uso emerge il senso di sicurezza nelle persone con istruzione elementare (elementari 81,4%, medie 77,4%, superiori 73,8%, laurea 70,8%), mentre nei laureati si evidenzia il collegamento stabile con qualcuno (elementari 73,5%, medie 78,7%, superiori 83,2%, laurea 87%) e l'uso per commissioni (elementari 13,1%, medie 26,4%, superiori 37,9%, laurea 39,2%).

Per quanto riguarda i *giovani* non si notano differenze significative rispetto alla scuola frequentata. La totalità dei giovani sfrutta tutte le possibilità, come l'invio di messaggi e di foto. Gli scopi indicati nell'uso sono le conversazioni quotidiane con amici ed amiche (liceo 93%, istituti tecnici 92,7%, istituti professionali 93,6%) ed il collegamento stabile con qualcuno (liceo 84,3%, istituti tecnici 82,9%, istituti professionali 84,5%). Dimezzato è l'utilizzo per commissioni nel quale emergono per qualche punto gli istituti tecnici.

L'uso del cellulare è comune a tutti e rimane nel tempo, sfruttato secondo il grado di istruzione, dalla viva voce all'invio di messaggi. I giovani si servono principalmente per le relazioni fra amici, senza distinguersi fra scuola frequentata.



3. UTILIZZO DI INTERNET

Gli *adulti* con una buona scolarizzazione fanno ampio uso di internet per la ricerca di informazioni (diplomati 95,9%, laureati 97,4%), per la posta elettronica (diplomati 94,1%, laureati 95%) e per lo studio (diplomati 82,3%, laureati 86,9%). Seguono nell'ordine le motivazioni dello scaricare musica, film, foto (diplomati 62,9%, laureati 61,6%). Quelli di scarsa scolarizzazione si servono di esso per la posta elettronica (52%) e per le informazioni (61,4%), molto meno per le altre possibilità. Coloro che hanno frequentato le medie, dimostrano un utilizzo maggiore: per la posta elettronica (83,4%) e per le informazioni (90,8%). Skype trova un utilizzo disuguale (elementari 32,1%, medie 52,1%, superiori 56,5%, laurea 69,2%). Lo stesso vale per le altre funzioni, anche se in termini minori. Sulla frequenza dell'utilizzo si va dal 52% dei laureati al 28,8% dell'istruzione elementare per meno di due ore al giorno. L'uso qualche volta alla settimana vede il 29,3% dei laureati ed il 39,7% della cultura elementare.

Fra i *giovani* è totale l'uso per le informazioni ed abbastanza per la posta elettronica (liceo 88,8%, istituti tecnici 80,7%, istituti professionali 86,4%). Un utilizzo per lo studio è leggermente maggiore nei liceali (96,9%) come pure per il resto, come scaricare musica, film e foto (93,2%), per il gioco (59%), mentre per gli acquisti emergono gli istituti professionali (74,6%). Anche il tempo giornaliero di utilizzo è abbastanza omogeneo. L'uso di Skype è



omogeneo sul 50%, un po' maggiore negli istituti professionali (53,1%).

L'uso sembra essere ampio in tutti, tranne che negli adulti con un'istruzione elementare, i quali, in parte, ricorrono per alcuni servizi ad altre persone (più del 50%). Il tempo dedicato è limitato negli adulti, mentre consistente ed omogeneo nei giovani.

4. UTILIZZO DEI SOCIAL NETWORK

Negli *adulti* con una buona scolarizzazione i social network sono utilizzati per condividere notizie, messaggi e foto (diplomati 68,8%, laureati 72,4%), coltivare rapporti (diplomati 63,1%, laureati 60,7%) e poi, nell'ordine, per esprimere le proprie idee, per conoscere persone sconosciute, per partecipare a gruppi. Quelli di istruzione media inferiore si scostano di circa 5/6 punti percentuali in meno, quelli di istruzione elementare sono scarsamente presenti (condivisione di notizie e foto 33,9%, coltivare rapporti 32%, esprimere le proprie idee 24,4%). Circa il tempo dedicato emergono i più istruiti per meno di due ore al giorno (diplomati 41,4%, laureati 55,6%), mentre per le elementari è il 24,4% che indica meno di due ore al giorno, accanto ad un 28,2% che li usa qualche volta alla settimana ed un 46,2% occasionalmente. Circa il numero di amici acquisiti con questi strumenti, le maggiori risposte si collocano sul fino a 50 (elementari 82,1%, medie 78,5%, superiori 77,2%, laurea 68%).



Solo l'8% dei laureati ed il 2% dei diplomati parlano di oltre 500, cifra comune ai giovani.

Fra i *giovani* le motivazioni dell'uso dei social network sono ampie: dal condividere notizie, messaggi e foto (liceo 90,4%, istituti tecnici 88,3%, istituti professionali 91,4%) al coltivare rapporti (liceo 73,4%, istituti tecnici 74,7%, istituti professionali 77,1%), all'esprimere le proprie idee (liceo 75,5%, istituti tecnici 75,8%, istituti professionali 77%). Come si può osservare sono gli istituti professionali ad emergere sui licei. Il tempo dedicato rispecchia ancora a grandi linee la tendenza già vista: uso quotidiano, sia nei licei (86,2%), che negli istituti tecnici (85,2%) e negli istituti professionali (87,7%). Alla domanda quanti amici hai tramite i social network, rispondono oltre 500 il 44,3% dei licei, il 46,5% degli istituti tecnici, il 45,9% degli istituti professionali; da 251 a 500 il 22,1% dei licei, il 20,8% degli istituti tecnici, il 23,7% degli istituti professionali.

Il rapporto fra istruzione di base ed uso di questi strumenti è evidente e favorisce i diplomati ed i laureati. Fra i giovani emergono gli istituti professionali sia per gli usi sia per il tempo dedicato.

5. CONTENUTO DEI MESSAGGI

Le informazioni sono ampiamente presenti (elementari 70,5%, medie 81,4%, superiori 89%, laurea 91,8%). I laureati adulti si distinguono per i contenuti



politici (53,6%), per il gioco (38,5%) e per i rapporti sentimentali (32,2%). L'utilizzo di testi o immagini intime è minimo (elementari 4,4%, medie 8,2%, superiori 10,9%, laurea 11,5%). La consapevolezza del rischio si distribuisce dal 70-80% di chi ha la formazione elementare, al 97% dei laureati.

I giovani di tutti gli istituti sono pressoché alla pari nel privilegiare l'informazione, per esprimere liberi giudizi sulle persone (liceo 82,5%, istituti tecnici 80,9%, istituti professionali 83,3%) e per l'espressione di rapporti sentimentali (liceo 76,4%, istituti tecnici 80,3%, istituti professionali 76,8%). Nei liberi giudizi su persone emergono gli istituti professionali (83,3%), nel gioco e nello scambio di pareri politici gli istituti tecnici (gioco 64,4%, pareri politici 34,2%). I testi e le immagini intime sono presenti in modo limitato in tutti gli istituti (liceo 26,5%, istituti tecnici 34,7%, istituti professionali 26,5%). La consapevolezza dei rischi è molto ampia, ben oltre il 90% sulla permanenza dei messaggi e sul loro possibile utilizzo, leggermente inferiore per la visibilità da parte di tutti. Emerge una maggiore consapevolezza da parte dei liceali.

Tra gli adulti, a seconda del grado di istruzione, trova ampio spazio nei social network l'informazione; quest'ultima è presente in modo omogeneo anche tra tutti i giovani frequentanti gli istituti coinvolti nella ricerca. Questi ultimi non mancano di dare spazio anche alle relazioni sentimentali ed ai liberi giudizi sulle



persone. La diffusione di testi e immagini intime sono presenti per un terzo dei giovani negli istituti tecnici, per un quarto nei licei e negli istituti professionali. La consapevolezza dei rischi sembra essere ampiamente affermata, anche se non si può sapere se sia ritenuta una reale preoccupazione.

6. CAMBIAMENTO CONSEGUENTE DI VITA

Gli *adulti* con maggiore grado di istruzione, come i laureati, apprezzano maggiormente i cambiamenti avvenuti e sottolineano il miglioramento dell'informazione (61,3%), del lavoro e/o professione (29,5%), dello studio (22,4%) e degli adempimenti burocratici (17,7%). Coloro che hanno una cultura elementare constatano maggiormente il cambiamento delle relazioni sociali (26,6%) e il modificarsi dei rapporti familiari (25,4%). In senso negativo i laureati parlano di senso di dipendenza (59,8%) e dell'impossibilità di riflettere (21,9%). Altri giudizi sono relativi, in scala crescente o decrescente, a quelli indicati rispetto al grado di istruzione.

Fra i *giovani* sono i liceali a indicare positivamente la maggior informazione (73,4%) ed il miglioramento dello studio (24,4%); quelli degli istituti tecnici il gioco (29,2%) ed il cambio dei ritmi quotidiani (13,7%). Gli studenti degli istituti professionali sottolineano la mutazione delle relazioni sociali (24,8%). In senso negativo i liceali sottolineano il senso di dipendenza (75%); gli istituti tecnici i condizionamenti nelle de-



cisioni (20,6%); gli istituti professionali il continuo controllo (48%).

Le persone più istruite vedono con soddisfazione la quantità e la qualità dell'informazione e le migliori condizioni sociali e di lavoro. Sono, invece, preoccupate dei limiti che possono crearsi per il continuo controllo. Nei vari istituti non è facile individuare precisi orientamenti di giudizio: si apprezza l'informazione e si teme la dipendenza.

7. COMPORTAMENTI DISCUTIBILI

Fra gli *adulti*, con una accentuazione rispetto al crescere dell'istruzione, si condannano le truffe (diplomati 89,6%, laureati 88,2%) e l'ostentazione nei luoghi pubblici (diplomati 90,3%, laureati 90,6%). Chi ha un'istruzione media inferiore condanna maggiormente le comunicazioni anonime (78,2%) e il mascheramento dell'identità (75,1%). Chi ha un'istruzione elementare dimostra infine una preoccupazione per l'uso incontrollato degli strumenti elettronici concesso ai bambini (91,9%).

Fra i *giovani* sono i liceali preoccupati più degli altri per le varie indicazioni suggerite dal questionario.

Dalle risposte si può cogliere una maggior sensibilità proveniente dalla cultura umanistica rispetto a quella tecnica, che a sua volta manifesta un vivace interesse pratico.



8. PROSPETTIVE PER IL FUTURO

Le persone *adulte* più istruite parlano del bisogno di avere incontri reali e non solo virtuali per le relazioni (96,8%) e della necessità del silenzio e della concentrazione (94,7%). Sono convinte inoltre dell'utilità delle biblioteche (85,4%). Le altre categorie differiscono solo per alcuni punti percentuali.

Fra i *giovani* sono i liceali ad evidenziare la necessità di relazioni reali (93%) e del silenzio e concentrazione (66,3%), delle biblioteche (72,2%) e dei giornali stampati (67,1%). Gli istituti tecnici, più degli altri, non credono all'onnipotenza della tecnica (25%).

Riaffiora anche qui l'effetto della cultura umanistica. È interessante il dato limitato agli istituti tecnici sul dubbio relativo alla tecnologia.



CONFRONTO VICENZA E PROVINCIA

1. DIFFUSIONE DEGLI STRUMENTI DIGITALI

Fra gli adulti in provincia è maggiore la percentuale di chi usa solo il cellulare (Vicenza 32,5%, provincia 40,8%) e di chi non usa questi strumenti (Vicenza 4,1%, provincia 6,1%). Internet e i social network sono ampiamente usati dai giovani (Vicenza: internet 95,7%, social network 85,3%; provincia: internet 92,4%, social network 80,5%). Sul possesso degli strumenti fra gli adulti è comune il semplice cellulare (Vicenza 74,4%, provincia 79,5%), discretamente il computer (Vicenza 61,4%, provincia 55,3%). Fra i giovani ampio spazio ha il computer (Vicenza 91,7%, provincia 91,9%) e lo smartphone (Vicenza 94,4%, provincia 91,7%), un po' meno il tablet (Vicenza 47%, provincia 42,8%). Il desiderio di acquisto riguarda un terzo circa degli adulti; Vicenza registra alcuni punti percentuali in più. Le remore sono indicate più a Vicenza per i costi (34,4%) e in provincia per i condizionamenti che portano (34,3%). Fra i giovani non c'è molta diversità fra Vicenza e provincia per computer e smartphone (circa il 60%). Remora all'acquisto sono i costi (Vicenza 34,5%, provincia 36,3%).

In provincia è maggiore il numero di adulti che usano solo il semplice cellulare, forse perché maggiore



è il numero di persone con licenza elementare. Fra i giovani la distinzione fra Vicenza e provincia tende a scomparire nell'uso di internet e dei social network, anche se il possesso dello smartphone è di qualche punto inferiore per la provincia.

2. UTILIZZO DEL CELLULARE

Circa l'uso del cellulare, fra gli adulti Vicenza supera di qualche punto la provincia, tranne che per il comunicare a viva voce (Vicenza 59,3%, provincia 71,6%). Fra gli utilizzi in città si pongono nell'ordine i messaggi (letti 94,2%, inviati 86,3%) e le fotografie (fatte 72,4%, inviate 52,1%). Nei giovani c'è una sostanziale omogeneità fra Vicenza e provincia, con percentuali dal 95 al 98%.

Circa il tempo impiegato dagli adulti prevalgono l'uso quotidiano (Vicenza 51%, provincia 42,8%) ed il solo quando serve (Vicenza 41,5%, provincia 47,4%). Fra i giovani l'uso quotidiano è quasi doppio di quello degli adulti (Vicenza 85%, provincia 86,1%).

Le motivazioni d'uso sono simili fra adulti e giovani, superiori in percentuale a Vicenza rispetto alla provincia di qualche punto per gli adulti, a differenza dei giovani. Fra gli adulti sono sottolineati il collegamento stabile con qualcuno (Vicenza 83,5%, provincia 79,9%) ed il senso di sicurezza (Vicenza 79,2%, provincia 76%). Fra i giovani si parla di conversazioni quotidiane con amici (Vicenza 91,4%, provincia 93,4%) e di collegamento stabile con qualcuno (Vicenza 80,6%, provincia 84,4%).



Fra gli adulti in provincia c'è un numero maggiore di persone di istruzione elementare che fa uso del cellulare, visto come il prolungamento del telefono di casa. Una metà lo usa quotidianamente. Fra i giovani la differenza tra Vicenza e provincia tende a scomparire. Circa le motivazioni d'uso, gli adulti della città tendono a trovare nel cellulare un senso di sicurezza. I giovani della provincia superano in percentuale quelli della città per conversazioni quotidiane con gli amici.

3. UTILIZZO DI INTERNET

Fra le motivazioni d'uso gli adulti di Vicenza si distinguono, per qualche punto percentuale maggiore, per la posta elettronica (Vicenza 55,8%, provincia 50,9%) e quelli della provincia per lo scarico di musica, film, foto (Vicenza 9,6%, provincia 13,6%). Fra i giovani si ripete la stessa diversità con altre percentuali: posta elettronica (Vicenza 21,5%, provincia 19,3%), scarico di musica, film e foto (Vicenza 57%, provincia 59,3%). A Vicenza i giovani indicano con qualche punto in più l'informazione (Vicenza 75,1%, provincia 67,8%) e lo studio e/o lavoro (Vicenza 45,1%, provincia 39,2%).

La frequenza di utilizzo è superiore a Vicenza per gli adulti (meno di due ore: Vicenza 45,9%, provincia 36,8%; qualche volta alla settimana: Vicenza 31,7%, provincia 36,3%; occasionalmente: Vicenza 9,3%, provincia 15,3%). I giovani usano ampiamente internet (meno di due ore: Vicenza 39,4%, provincia 33%;



per due/tre ore: Vicenza 28%, provincia 26,5%; oltre tre ore: Vicenza 22,1%, provincia 28,2%).

La differenza tra Vicenza e la provincia emerge più negli adulti che nei giovani, sia nelle motivazioni d'uso sia nella quantità del tempo occupato. Internet rappresenta lo strumento ormai indispensabile per l'informazione e per numerosi servizi.

4. UTILIZZO DEI SOCIAL NETWORK

I dati degli adulti di Vicenza sono superiori a quelli della provincia riguardo alle opportunità offerte dalla rete per incontrare persone conosciute (Vicenza 57%, provincia 50,7%), per coltivare rapporti (Vicenza 57,2%, provincia 55,9%), per esprimere le proprie idee (Vicenza 57,6%, provincia 45,6%) e per condividere notizie, messaggi, foto (Vicenza 67,3%, provincia 63%). La provincia registra qualche punto in più per la partecipazione ai gruppi (Vicenza 30,3%, provincia 36,5%). Fra i giovani le differenze tendono a scomparire. Quelli di Vicenza esprimono con qualche punto in più la possibilità di coltivare rapporti (Vicenza 77,6%, provincia 74%) e di partecipare ai gruppi (Vicenza 77,4%, provincia 74,1%).

Maggior numero di ore sono dedicate ai social network dagli adulti a Vicenza, alla pari con i giovani.

Sul numero degli amici acquisiti con la rete non c'è diversità di rilievo fra gli adulti. Le differenze sono di uno o due punti in percentuale. Gli adulti per quasi l'80% indi-



cano in media cinquanta amici, i giovani, per oltre il 40%, 500 e per il 20% un numero compreso tra i 250 e i 500.

I social network vedono protagonisti i giovani nell'intrecciare rapporti che superano i confini, per cui si attenuano le differenze fra Vicenza e la provincia.

5. CONTENUTO DEI MESSAGGI

I contenuti ricercati dagli adulti nei social network sono abbastanza omogenei: Vicenza supera la provincia per i rapporti sentimentali (Vicenza 30,3%, provincia 20,9%) e per i liberi giudizi su persone (Vicenza 26,4%, provincia 22,5%). La provincia emerge per lo scambio di pareri politici (Vicenza 29,7%, provincia 34,1%). I giovani ribadiscono, con qualche punto in più a Vicenza, tali scelte, eccetto per i rapporti sentimentali (Vicenza 76,8%, provincia 78,2%) e per il gioco (Vicenza 54,6%, provincia 56,8%), dove emerge la provincia. Sulla diffusione di testi ed immagini intime abbiamo una accentuazione in percentuale di Vicenza (Vicenza 33,4%, provincia 28,5%). Va notato l'alto numero di “mai” alle varie risposte degli adulti. La consapevolezza dei rischi è condivisa dai giovani e dagli adulti, con qualche punto in più a Vicenza.

Non ci sono osservazioni di rilievo nel confronto. D'altra parte, la rete tende ad annullare le differenze fra luoghi e distrugge le distanze. In genere a Vicenza si registra qualche punto in più che in provincia.



6. CONSEGUENTE CAMBIAMENTO DI VITA

A Vicenza gli adulti sottolineano, per tre punti in più, la diversa informazione (58,7%) e per due le nuove relazioni sociali (26,9%) e i rapporti familiari (17,4%); la provincia, per quattro punti, le nuove condizioni di lavoro (24,2%). Un divario è presente fra i giovani circa l'informazione (Vicenza 72,4%, provincia 64,3%).

Sugli aspetti negativi fra i giovani non appaiono differenze di rilievo, mentre tra gli adulti, Vicenza per quattro punti in più indica il senso di dipendenza (60,3%) e la provincia per sei punti il continuo controllo (39,4%) e per quattro l'impossibilità di riflettere (15,2%).

Le percentuali si scostano solo limitatamente e non sono molto significative. Forse l'ambiente cittadino è più costringente e più agitato dei centri di provincia.

7. COMPORTAMENTI DISCUTIBILI

Le risposte degli adulti della provincia manifestano più intolleranza che a Vicenza circa l'uso ostentato in luoghi pubblici (89,2%), lo stalking (80,4%), le truffe (88,3%). Fra i giovani la situazione si inverte e a Vicenza troviamo l'intolleranza maggiore: stalking (79,8%), truffe (79,2%). Si aggiungono sempre a Vicenza con qualche punto in più anche l'uso incontrollato concesso ai bambini (75,8%) ed il mascheramento di identità (72,7%).



Non è facile interpretare la diversità presente, invertita fra giovani ed adulti, nel confronto fra Vicenza e provincia. Si potrebbe pensare forse alla maggior presenza, nel mondo giovanile cittadino, dei fenomeni indicati dal questionario.

8. PROSPETTIVE PER IL FUTURO

Le preoccupazioni maggiori per il futuro sono più presenti per qualche punto nei giovani e negli adulti di Vicenza. Ci sembrano utili i dati relativi alle relazioni reali durevoli ed al bisogno di concentrazione e di silenzio. Circa le relazioni, gli adulti di Vicenza ne sottolineano l'importanza per il 96% (provincia 95,4%) ed i giovani per il 92,3% (provincia 88,5%); circa il bisogno di concentrazione e di silenzio gli adulti di Vicenza per l'85,2% (provincia 89,5%) ed i giovani per il 67% (provincia 59,1%). A Vicenza i due problemi sono più sentiti.

A Vicenza sembra esserci forse minor ottimismo rispetto alla provincia e quindi maggiore preoccupazione di non perdere alcuni valori importanti del passato, forse perché i fenomeni sono più avvertiti che in provincia, dove permane qualcosa di più del passato. Le differenze sono modeste e tendono ad annullarsi per cui è impossibile trarre conclusioni.



USO DEL SOLO CELLULARE (ADULTI)

Dalla ricerca risulta che il 39,5% degli adulti (uomini 23,8%, donne 43,8%) usa solo il semplice cellulare. Si tratta di persone che frequentano l'Università adulti/anziani di età mediamente superiore ai 60 e 70 anni. Il confronto globale di questa fascia di popolazione con i giovani è interessante perché sono gli entrati nel sistema informatico ("immigrati") e non sono nati con esso ("nativi"). Riteniamo utile conoscere in dettaglio il pensiero ed il comportamento di questa fascia di popolazione rispetto al numero complessivo di adulti interpellati.

1. DIFFUSIONE DEGLI STRUMENTI

Fra quelli che usano solo il semplice cellulare, il 37,3% dice di possederlo (uomini 23,3%, donne 40,4%) a cui si aggiunge un 2,9% che possiede lo smartphone (uomini 2%, donne 3,3%). I desideri di acquisto sono il 23% per il computer, il 24,7% per il tablet, il 16,8% per lo smartphone. Le remore maggiori non sono i costi (38,5%), ma la complessità dello strumento (59,3%), il linguaggio tecnico (59,2%), i pericoli causati dall'inesperienza (61,3%). Alla domanda se in alcuni casi ricorrono ad altre funzioni, il 47,7% indica le e-mail ed il 57,2% le informazioni internet.



I dati sembrano sottolineare un disagio che questi adulti provano di fronte agli strumenti digitali per la loro complessità, per cui preferiscono usare il cellulare semplice che è la continuazione del telefono di casa. Non manca in loro il desiderio di aggiornarsi incominciando con l'acquisto degli strumenti informatici.

2. UTILIZZO DEL CELLULARE

Il cellulare si è fatto sempre più complesso nelle funzioni. Di esse, in questa fascia di pubblico, è entrato l'uso, oltre alla viva voce (81,7%), di leggere i messaggi (86,9%) e di inviarli (73,1%), di fare fotografie (49,9%) e qualche volta di inviarle (18,4%). Qualcuno lo usa anche come sveglia (38%) o come calcolatrice (21%). Circa il tempo d'uso prevale il quando mi serve (57,2%); solo il 31,3% risponde con quotidianamente; un 11,6% afferma di usarlo quando esce di casa.

Alla domanda sul perché dell'uso, emerge il collegamento stabile con qualcuno (81%) vicino al senso di sicurezza che offre (79,4%). C'è una risposta significativa anche relativa alle conversazioni con amici (74,2%).

Il cellulare soprattutto è il prolungamento, come abbiamo detto, del telefono di casa, con l'aggiunta dei messaggi e delle fotografie per l'invio delle quali emerge qualche difficoltà. Rappresenta per



questi adulti soprattutto uno strumento di sicurezza, perché assicura un collegamento stabile con qualcuno.

(3. 4. 5. della ricerca omissis)

6. CAMBIAMENTO CONSEGUENTE DI VITA

Può essere interessante confrontare i giudizi espressi su questi strumenti, da questa fascia di popolazione, con il parere corrispettivo della totalità di adulti interpellati. Negli aspetti positivi emerge una sottovalutazione delle innovazioni nell'informazione (35,9% rispetto al 56,4% della totalità degli adulti) ed una sopravvalutazione relativa ai nuovi rapporti familiari (27,4% rispetto al 15,3% della totalità). Negli aspetti negativi sostanzialmente le percentuali coincidono nel sottolineare l'impossibilità di riflettere (15,4%), il continuo controllo (38,4%) e la reperibilità costante (31,7%).

L'elemento di rilievo è una non piena consapevolezza dei cambiamenti globali conseguenti al sistema informatico e alla rete. Questa fascia di persone si accosta timidamente ad alcune facilitazioni per servizi quotidiani svolti precedentemente in modo diverso.



7. COMPORTAMENTI DISCUTIBILI

Il disagio e la disapprovazione per alcuni comportamenti nell'uso di questi strumenti coincidono con quelli espressi dagli altri adulti. Nell'ordine c'è: la preoccupazione per l'uso dei bambini (93,4%), per l'ostentazione di alcuni (89,8%), per le truffe (88,2%), per lo stalking (81,9%). Con qualche punto in meno per le comunicazioni anonime (78,4%) e il mascheramento dell'identità (73,4%).

Appare diffusa la conoscenza relativa alle ambiguità della rete, tale da giustificare anche una paura di immergersi in questo universo. Peculiarità nelle risposte non ci sono rispetto agli altri.

8. PROSPETTIVE PER IL FUTURO

Anche a questa domanda non ci sono variazioni sostanziali dai giudizi già espressi dagli adulti in genere. Si è convinti che le relazioni per durare abbiamo bisogno di essere reali (95,4%) e che esista il bisogno di ritrovare il silenzio e la concentrazione (87,2%). Così si pensa che i giornali dovranno ancora essere stampati (84,9%) e che le biblioteche dovranno ancora funzionare (85,7%).

Non c'è un'accentuazione negativa, guardando il futuro, di queste persone rispetto agli altri. Ciò indica una fondamentale accettazione della nuova realtà, anche se c'è un'indubbia difficoltà ad inserirsi in essa.



RICERCA SOCIOLOGICA 2015

VIVERE IN RETE

(barrare le risposte scelte) ☒

Dom. 1. Come ti rapporti con le nuove tecnologie (sono possibili più risposte)

- uso solo il cellulare 1
- uso internet 2
- uso i *social network* 3
- non ne faccio uso 4

Dom. 2. Strumenti posseduti (sono possibili più risposte)

- cellulare semplice 1
 - computer 2
 - tablet 3
 - smartphone 4
-

Riservato a chi usa solo il cellulare

Utilizzo del cellulare (una sola risposta per domanda)

- Dom. 3.** comunico solo a voce sì 1 no 2
- Dom. 4.** leggo messaggi sì 1 no 2
- Dom. 5.** invio messaggi sì 1 no 2
- Dom. 6.** faccio fotografie sì 1 no 2
- Dom. 7.** invio fotografie sì 1 no 2
- Dom. 8.** lo uso come sveglia sì 1 no 2
- Dom. 9.** lo uso come calcolatrice sì 1 no 2
- Dom. 10.** lo uso per altro sì 1 no 2

Dom. 11. Frequenza di utilizzo (una sola risposta)

- lo uso quotidianamente 1
- lo uso quando mi serve 2
- lo uso quando esco di casa 3
- altro 4

Ricorso ad altre persone per servizi aggiuntivi (una sola risposta per domanda)

- Dom. 12.** per le e-mail sempre 1 qualche volta 2 mai 3
- Dom. 13.** per informazioni internet sempre 1 qualche volta 2 mai 3
- Dom. 14.** altro sempre 1 qualche volta 2 mai 3

A che cosa serve il cellulare (una sola risposta per domanda)

- Dom. 15.** collegamento stabile con qualcuno sì 1 no 2 non so 3
Dom. 16. commissioni (acquisti, riparazioni, pratiche burocratiche) sì 1 no 2 non so 3
Dom. 17. conversazioni quotidiane con amici/e sì 1 no 2 non so 3
Dom. 18. senso di sicurezza sì 1 no 2 non so 3
Dom. 19. superamento della solitudine sì 1 no 2 non so 3
Dom. 20. altro sì 1 no 2 non so 3

Quali strumenti tecnologici pensi di acquistare in futuro (una sola risposta per domanda)

- Dom. 21.** computer sì 1 no 2 non so 3
Dom. 22. tablet sì 1 no 2 non so 3
Dom. 23. smartphone sì 1 no 2 non so 3
Dom. 24. altro sì 1 no 2 non so 3

Non faccio acquisti a causa di (una sola risposta per domanda)

- Dom. 25.** complessità dello strumento sì 1 no 2 forse 3
Dom. 26. costi sì 1 no 2 forse 3
Dom. 27. non conosco l'inglese e/o il linguaggio tecnico sì 1 no 2 forse 3
Dom. 28. mi limita nella libertà sì 1 no 2 forse 3
Dom. 29. pericoli causati per l'inesperienza sì 1 no 2 forse 3
Dom. 30. altro sì 1 no 2 forse 3

Riservato a chi usa internet

Utilizzo di internet (una sola risposta per domanda)

- Dom. 31.** posta elettronica (e-mail) sempre 1 qualche volta 2 mai 3
Dom. 32. skype sempre 1 qualche volta 2 mai 3
Dom. 33. ricerca di informazioni sempre 1 qualche volta 2 mai 3
Dom. 34. studio e/o lavoro sempre 1 qualche volta 2 mai 3
Dom. 35. acquisti e consumi sempre 1 qualche volta 2 mai 3
Dom. 36. scarico musica, film, foto sempre 1 qualche volta 2 mai 3
Dom. 37. gioco sempre 1 qualche volta 2 mai 3
Dom. 38. altro sempre 1 qualche volta 2 mai 3

Dom.39. Frequenza di utilizzo di internet (una sola risposta)

- ogni giorno, per meno di 2 ore 1
- ogni giorno, per 2-3 ore 2
- ogni giorno, per più di 3 ore 3
- qualche volta alla settimana 4
- occasionalmente 5

Riservato a chi usa i social network

Utilizzo personale dei social network (facebook, twitter, ecc.)(una sola risposta per domanda)

- Dom. 40.** incontrare persone conosciute sempre 1 qualche volta 2 mai 3
Dom. 41. fare nuove amicizie sempre 1 qualche volta 2 mai 3
Dom. 42. coltivare rapporti sempre 1 qualche volta 2 mai 3
Dom. 43. esprimere le proprie idee sempre 1 qualche volta 2 mai 3
Dom. 44. condividere notizie, messaggi, foto sempre 1 qualche volta 2 mai 3
Dom. 45. partecipare a gruppi sempre 1 qualche volta 2 mai 3
Dom. 46. altro sempre 1 qualche volta 2 mai 3

Dom. 47. Quanti "amici" hai tramite i social? (una sola risposta)

- fino a 50 1
- da 51 a 100 2
- da 101 a 250 3
- da 251 a 500 4
- oltre 500 5

Contenuti dei miei messaggi (una sola risposta per domanda)

- | | | | |
|--|-----------------------------------|--|--------------------------------|
| Dom. 48. rapporti sentimentali | sempre <input type="checkbox"/> 1 | qualche volta <input type="checkbox"/> 2 | mai <input type="checkbox"/> 3 |
| Dom. 49. testi o immagini intime | sempre <input type="checkbox"/> 1 | qualche volta <input type="checkbox"/> 2 | mai <input type="checkbox"/> 3 |
| Dom. 50. liberi giudizi su persone | sempre <input type="checkbox"/> 1 | qualche volta <input type="checkbox"/> 2 | mai <input type="checkbox"/> 3 |
| Dom. 51. scambio di pareri politici | sempre <input type="checkbox"/> 1 | qualche volta <input type="checkbox"/> 2 | mai <input type="checkbox"/> 3 |
| Dom. 52. gioco | sempre <input type="checkbox"/> 1 | qualche volta <input type="checkbox"/> 2 | mai <input type="checkbox"/> 3 |
| Dom. 53. informazioni | sempre <input type="checkbox"/> 1 | qualche volta <input type="checkbox"/> 2 | mai <input type="checkbox"/> 3 |
| Dom. 54. altro | sempre <input type="checkbox"/> 1 | qualche volta <input type="checkbox"/> 2 | mai <input type="checkbox"/> 3 |

Dom. 55. Frequenza di utilizzo (una sola risposta)

- ogni giorno, per meno di 2 ore 1
- ogni giorno, per 2-3 ore 2
- ogni giorno, per più di 3 ore 3
- qualche volta alla settimana 4
- occasionalmente 5

Consapevolezza dei rischi (una sola risposta per domanda)

- | | | | |
|--|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|
| Dom. 56. so che messaggi, foto e video rimangono sempre nel web | sì <input type="checkbox"/> 1 | no <input type="checkbox"/> 2 | non so <input type="checkbox"/> 3 |
| Dom. 57. so che possono essere letti e visti da tutti | sì <input type="checkbox"/> 1 | no <input type="checkbox"/> 2 | non so <input type="checkbox"/> 3 |
| Dom. 58. so che qualcuno potrebbe farne un uso impensato, anche contro la mia volontà | sì <input type="checkbox"/> 1 | no <input type="checkbox"/> 2 | non so <input type="checkbox"/> 3 |

Parte generale: per tutti

Dom. 59. Le nuove tecnologie hanno cambiato in meglio (non più di due risposte)

- i ritmi quotidiani 1
- le relazioni sociali 2
- le decisioni di gruppo 3
- i rapporti familiari 4
- le forme di divertimento, gioco, passatempo 5
- le scelte politiche 6
- lo studio 7
- il lavoro e/o la professione 8
- l'informazione 9
- l'uso dei servizi pubblici 10
- gli adempimenti burocratici 11
- altro 12

Dom. 60. Hanno cambiato in peggio (non più di due risposte)

- la reperibilità costante 1
- il continuo controllo (mancanza di libertà) 2
- i condizionamenti nelle decisioni 3
- l'impossibilità di riflettere 4
- il senso di dipendenza (non si può fare senza) 5
- altro 6

Comportamenti discutibili

- Dom. 61.** uso ostentato in luoghi pubblici sì 1 no 2 non so 3
- Dom. 62.** mascheramento dell'identità sì 1 no 2 non so 3
- Dom. 63.** comunicazioni anonime sì 1 no 2 non so 3
- Dom. 64.** *stalking* (o atti persecutori) sì 1 no 2 non so 3
- Dom. 65.** truffe sì 1 no 2 non so 3
- Dom. 66.** uso incontrollato concesso ai bambini sì 1 no 2 non so 3
- Dom. 67.** prestigio sociale: ultimo modello da acquistare sì 1 no 2 non so 3

Quale futuro?

- Dom. 68.** i giornali stampati vengono ancora letti? sì 1 no 2 non so 3
- Dom. 69.** biblioteche e libri sono utilizzati? sì 1 no 2 non so 3
- Dom. 70.** le relazioni durature hanno bisogno anche di incontri reali? sì 1 no 2 non so 3
- Dom. 71.** tali tecnologie possono comunicare tutto? sì 1 no 2 non so 3
- Dom. 72.** il silenzio e la concentrazione in se stessi ha ancora valore? sì 1 no 2 non so 3
- Dom. 73.** altro sì 1 no 2 non so 3

Variabili socio- demografiche

- Dom. 74. Sesso:** M 1 F 2
- Dom. 75. Età:** 15-24 1 25-34 2 35-44 3 45-54 4 55-64 5 65 e più 6
- Dom. 76. Stato civile:** coniugato 1 vedovo/a 2 celibe/nubile 3 altro 4
- Dom. 77. Stato familiare:** con figli 1 senza figli 2
- Dom. 78. Titolo di studio:** elementare 1 media inf. 2 diploma 3 laurea 4
- Dom. 79. Attività svolta:** agricoltura 1 industria 2 commercio 3 pubblica amm. 4
attività domestica 5 studente 6 in attesa di lavoro 7 universitario 8 altro 9

Dom. 80. Codice (**NON** rispondere)

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14
 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15

Grazie per la collaborazione

