

Adolescenti e cellulare: gli studenti come ricercatori

Andrea Varani

Informatica & Scuola n.2 - giugno 2004 (Rubrica: "Laboratorio")

Con il termine New Media si intendono *"tutti i mezzi di rappresentazione e comunicazione che si basano sull'utilizzo della tecnologia informatica, in grado di ridurre un'immagine analogica in una matrice bidimensionale con un numero prestabilito di righe e di colonne, i cui punti di intersezione sono i pixel"* (G. Bettetini 1996)¹. All'interno di questa variegata e dinamica categoria, il telefono cellulare, con la connessione in rete, i videogiochi, la possibilità di trasmettere immagini o messaggi, sta assumendo un ruolo sempre più di rilievo. In che misura ciò modifichi e influenzi la rappresentazione della realtà e i comportamenti dei suoi utenti, è terreno di ricerca e di analisi su cui si cominciano ad avere interessanti spunti di riflessione.

Il percorso didattico

L'idea di analizzare la percezione di questo oggetto tecnologico da parte degli adolescenti è nata da un'empirica constatazione emersa durante una semplice attività di accoglienza nelle classi prime di un istituto superiore²: Alla richiesta di individuare tre oggetti significativi della loro storia e crescita personale, più della metà degli allievi indicava fra questi il cellulare, sottolineandone la funzione socializzante. A partire da questo dato, si è deciso di far approfondire questo tema da una classe più alta³, attraverso l'elaborazione di un questionario.

Una iniziale raccolta di associazioni libere, mediante una sorta di brain storming, ha permesso di far emergere l'articolata sfaccettatura del vissuto della classe, con le diverse dimensioni che il cellulare può attivare sul piano emotivo e cognitivo.

A partire da questi elementi, a lungo discussi e progressivamente messi a fuoco, si sono configurate le possibili aree di indagine (relazionale, comunicativa, economica, comportamentale e del significato attribuito al cellulare rispetto alla propria autopercezione). Divisi in gruppi, gli studenti hanno cominciato a individuare quali informazioni era utile raccogliere nei diversi ambiti e le relative domande.

Questa è stata, evidentemente, la fase più complessa, nella quale si sono anche affrontate le diverse tipologie di quesiti utilizzabili con questo strumento di indagine. Dopo ripetuti raffinamenti, confronti fra i gruppi e test della comprensione e funzionalità delle domande, il questionario è stato formalizzato in Word. Il risultato ha avuto ulteriori modifiche e miglioramenti grafici. Già analizzando le domande stesse, prodotte in modo sostanzialmente autonomo dagli studenti, è possibile cogliere quali elementi di attenzione, percezioni e problematiche il cellulare attiva in un gruppo di adolescenti.

I risultati della somministrazione del questionario sono stati rielaborati dagli studenti in Excel e, dopo aver provato le possibili opzioni offerte dal programma, rappresentati graficamente mediante istogrammi.

Infine, ad ogni alunno è stata chiesta una relazione sul lavoro svolto, con alcune domande guida: obiettivi della ricerca, criteri di scelta del campione, fasi di lavoro (individuando anche i punti di forza e di difficoltà) analisi dei dati e autovalutazione di quanto appreso. In questo modo, attraverso la riflessione personale e il confronto collettivo, si è cercato di modellizzare, sistematizzare e consolidare un'esperienza di almeno due mesi di lavoro. Molte delle autovalutazioni, pur evidenziandone alcuni passaggi difficili, sottolineano l'utilità del lavoro in gruppo per imparare a prendere decisioni collettive, per conoscere meglio altri compagni e per fare un lavoro complesso. L'altro aspetto individuato come significativo è l'aver imparato a osservare e interpretare i comportamenti quotidiani in modo più approfondito e analitico, andando oltre la semplice apparenza.

Il risultato finale è stato sintetizzato in una presentazione di Power Point e presentato a tutti gli studenti intervistati.

¹ G. Bettetini, *L'audiovisivo*, Bompiani, Milano 1996

² IPSCTS "Paolo Frisi" di Milano

³ Si ringraziano tutte le allieve e gli allievi della classe 2^a D Indirizzo sociale per l'impegno e l'entusiasmo profusi nel lavoro, la Prof.ssa Maria Fersino per la preziosa collaborazione e la SMS "Vico" per la gentile collaborazione.

I risultati della ricerca

Come campione sono state utilizzate tutte le classi prime dello stesso istituto e le classi terze di una vicina scuola media, per cogliere eventuali differenze nel passaggio alla scuola superiore.

Complessivamente circa 230 alunni, rappresentativi di adolescenti della fascia periferica o dell'interland del nord di Milano. La grande prevalenza di ragazze ha portato a non prendere in considerazione la variante di genere, che sicuramente poteva offrire ulteriori elementi di riflessione.

Il primo dato è forse scontato: praticamente tutti gli adolescenti del campione possiedono un cellulare (97,8%) e il 42% dichiara di averne avuti almeno tre.

Short Message Service

La domanda 1 (vedi questionario allegato) è un test di associazioni libere. Il 27% degli intervistati collega la parola "cellulare" con il concetto, variamente espresso, di comunicazione; un altro 27%, ma fortemente differenziato fra gli alunni delle medie (33%) e delle superiori (22%), lo associa agli SMS. La centralità dei "messaggini" per questa fascia d'età è significativamente confermata dalla domanda in cui si chiedeva di indicare la modalità d'uso più frequente: il 46% segna gli SMS (51% medie e 44% sup.), il 23% gli squilli e solo il 16% le telefonate; interessante anche il dato molto basso (9%, maggiore per le medie 12%, 6% per le sup.) relativo all'uso del cellulare come videogioco.

Questi risultati sembrano confermare da una ricerca di M. Baranello⁴ che evidenzia come ben il 70% degli adolescenti sotto i 19 anni utilizzi l'SMS come modalità di comunicazione principale, con un crollo verticale del suo utilizzo dai 20 anni in su a favore della conversazione.

Da non sottovalutare l'utilizzo degli squilli, una comunicazione assolutamente priva di contenuti che L. Pezzullo⁵ definisce "l'archetipo della comunicazione fatica", cioè finalizzata unicamente alla conferma dell'attenzione dell'altro. Una sorta di presenza simbolica e compensativa dell'ansia derivante dalla paura della solitudine.

Un'ansia che sembra portare a casi estremi. Uno studio⁶ condotto nelle Fiandre su 2.500 giovani di età compresa tra i 13 e i 16 anni avrebbe indicato che per controllare gli SMS ricevuti ed eventualmente per spedirli, in molti si svegliano durante la notte. Tale comportamento riguarda soprattutto i 16enni: infatti, il 20,8 per cento degli intervistati si sveglia in mezzo alla notte da una a tre volte al mese, il 10,8 per cento lo fa una volta alla settimana, l'8,9 per cento diverse volte alla settimana e il 2,9 per cento lo fa tutte le notti. Le percentuali si riducono per i ragazzi più giovani. In particolare, i 13enni che si svegliano tutte le notti per ricevere o spedire gli SMS sono "solo" il 2,2 per cento.

L'immagine del cellulare

Alla richiesta di descrivere il cellulare con tre aggettivi, emergono questi dati: il 47% utilizza aggettivi relativi alla funzionalità o utilità dello strumento, ma in misura molto maggiore nella scuola Superiore (53%) rispetto alla Media (33%). Questo sembrerebbe indicare una relazione tra l'età e un rapporto con lo strumento più consapevole e funzionale. Se però aggregiamo le risposte che utilizzano aggettivi come bello, alla moda, piccolo, colorato, mitico, simpatico, abbiamo una quota del 37%, sostanzialmente indifferenziata tra Medie e Sup. che gli attribuisce una valenza essenzialmente estetica e quindi di status symbol. Il dato è significativamente confermato dai criteri che gli intervistati dichiarano di seguire nell'acquisto di un nuovo cellulare: il 38,4% lo compra in base alla bellezza e il 14,5% perché piccolo, elemento anch'esso di valore estetico, solo il 26,4% valuterebbe la sua funzionalità. Questo ci riporta alla dimensione emulativa, tipica dell'età adolescenziale, e al bisogno di visibilità, che col cellulare può assumere, anche negli adulti, forme di esibizionismo e di ostentazione tipiche di alcune telefonate in luoghi pubblici e affollati⁷. Non a caso, il 38% degli intervistati dichiara che non comprerebbe un telefonino non pubblicizzato e di aver provato felicità o euforia (47%) e di essersi sentito finalmente come gli altri (24%) nel far vedere il proprio cellulare agli amici.

⁴ Baranello, M. (2001) Laboratorio di psicologia. Grafici del sondaggio "Uso e Abuso del Cellulare" SRM Psicologia Pubblicazioni (www.srpm Psicologia.com), 5 luglio 2001

⁵ L. Pezzullo, *Comunicazione Cellulare: un nuovo paradigma della Presenza*, 1999, per Psychomedia Telematic Review (<http://www.psychomedia.it/>)

⁶ Ricerca dell'università belga di Leuven pubblicata sul *Journal of Sleep Research* (<http://punto-informatico.it/p.asp?i=45274>)

⁷ U. Galimberti, *Tutte le malattie svelate dal cellulare*, La Repubblica, 9 febbraio 2004

Le sensazioni

Il possesso del cellulare fa sentire il 40% degli intervistati molto più responsabile e autonomo, in particolare gli studenti delle Sup. (45%), contro il 27% delle Medie. Dimenticarlo a casa, però, produce ansia (28%), preoccupazione (16%) e insicurezza (13%), contro il 26% di indifferenza.

Parallelamente, averlo con sé ma senza denaro per acquistare una ricarica, condizione piuttosto frequente, produce nervosismo (35%), fastidio (25%), tristezza (13%) e un analogo 20% di indifferenza.

Ritorna la dimensione dell'ansia, provocata da una forte dipendenza che L. Di Gregorio⁸ sottolinea come elemento centrale del nostro rapporto con questo strumento, investito di significati affettivi che lo rendono un oggetto-feticcio. Un oggetto che diventa una sorta di estensione protesica del sé comunicante e in quanto tale garante della relazionalità e della possibilità di comunicare⁹.

Tanto che, in un sondaggio realizzato per Siemens¹⁰, la maggior parte dei soggetti intervistati hanno dichiarato che, accorgendosi di aver lasciato a casa il cellulare, non esitano a tornare indietro per recuperarlo, anche se giunti già a destinazione. Così come pare che sia impossibile evitare di rivolgere continuamente lo sguardo al display per controllare che l'apparecchio sia acceso o che ci sia campo.

Questa costante vicinanza virtuale con l'altro viene considerata eccessiva da S. Bonino¹¹, tanto da non permettere quel distacco necessario per dosare il coinvolgimento emotivo nelle relazioni affettive e amicali, per riservarlo invece agli aspetti più significativi. In particolare, sottolinea l'autrice, questo aspetto diventa rischioso nei casi di conflitto e di litigio, nei quali *“solo un distanziamento anche fisico consente di decentrarsi dal proprio punto di vista e guardare gli avvenimenti con minore coinvolgimento”*.

L'aspetto relazionale

Le considerazioni sopra riportate ci conducono alla dimensione relazionale del cellulare, con alcune riposte esplicite e altre di più difficile interpretazione. Il 44% degli studenti intervistati, con differenze irrilevanti fra le due parti di campione, sostiene che il suo possesso li ha aiutati ad avere più amici, contro un 29% che lo esclude. Il 21% ritiene che abbia permesso una maggior comunicazione anche con i genitori, parallelamente ad un maggiore controllo (22%), controllo che sembra essere il contraltare della maggiore indipendenza che il 41% dichiara di avere. Si evidenzia una funzione di “guinzaglio telematico”, sottolineata anche da un'altra ricerca su studenti della scuola superiore¹², che modifica in modo significativo il rapporto genitori-figli.

Altre due domande sondavano invece la funzione di filtro, di interfaccia emotiva che il cellulare può svolgere. Più della metà (52%) ritiene di riuscire a comunicare meglio le proprie emozioni attraverso SMS, contro il 33% che preferisce la modalità vis a vis e il 13% il telefono.

Questo dato sembra confermato anche dalla domanda che esplicitamente chiedeva in che modo si preferisce risolvere un litigio con un'altra persona: il 26,7% preferisce gli SMS, il 22,4% la telefonata e il 24,4% affronta la questione con un rapporto diretto, anche se con una forte differenziazione tra Medie (37,5%) e Sup. (19,2%).

Che sia un'intuitiva consapevolezza di quanto emerge da una ricerca della Cornell University? Il ricercatore¹³, dopo aver chiesto a trenta studenti di tenere un diario di tutte le comunicazioni per una settimana, segnando in particolare ogni falsa comunicazione, ottiene questi risultati: le bugie rappresentano il 14% degli e-mail, il 21% degli SMS, il 27% delle conversazioni faccia a faccia e il 37% delle telefonate. Il motivo della preferenza per il telefono sarebbe duplice: da un lato i messaggi scritti lasciano una traccia, dall'altro, la comunicazione non verbale della comunicazione diretta ci potrebbe tradire.

⁸ L. Di Gregorio, *Psicopatologia del cellulare. Dipendenza e possesso del telefonino*, F. Angeli, Milano 2003

⁹ L. Pezzullo (op. cit.)

¹⁰ Tratto da Wall Street Journal e pubblicato il 16 marzo 2004 da A. Carboni su

<http://www.telconews.it/modules.php?name=News&file=article&sid=3161>

¹¹ S. Bonino, *Il distanziamento impossibile*, Psicologia contemporanea n. 182, marzo-aprile 2004.

¹² R. Carlini e G. Cozzolino, *Gli adolescenti e il telefono cellulare: ovvero l'affermarsi di un nuovo modello relazionale*, U.F. Igiene e Sanità Pubblica A.S.L.3 Pistoia – Zona della Valdinievole

<http://www.psychomedia.it/>

¹³ J. Hancock, in pubblicazione su New Scientist, riportata da B. Severgnini su Corriere della Sera del 14 febbraio 2004.

Gli effetti sulla comunicazione

La stragrande maggioranza non ritiene di modificare il proprio modo di comunicare, parlando più veloce o in modo più sintetico, durante un colloquio al cellulare (78%), a cui, mediamente, viene attribuita una durata di più di 10 minuti per il 48% e di meno di 5 per il 30%. Invece, a ulteriore conferma della loro importanza in questa fascia d'età, ben il 53,6% utilizza **spesso** le abbreviazioni degli SMS anche scrivendo su carta, **a volte** il 31,6% e **mai** solo il 14,8%.

Gli aspetti economici

Quanto incide il possesso di un cellulare sul bilancio di un adolescente? Il loro prezzo viene considerato alto dal 48% ed esagerato dal 19%, ma il 30% lo considera giusto. Malgrado questo, fra i criteri di acquisto considerati, il prezzo è insignificante (3,4%).

La spesa mensile per le telefonate oscilla tra la fascia fino a 10 Euro (31%) e quella da 10 a 20 (33%), il 18% dichiara di spenderne fino a 30.

Alla domanda se fosse mai capitato di dover rinunciare a qualcosa per acquistare una ricarica, il 38% risponde **a volte** e l'11% **spesso**, contro un 51% di **mai**. Per una metà del campione, quindi, l'utilizzo del cellulare costituisce un'importante parte del budget a disposizione.

Curiosa, a questo proposito, la conclusione a cui giunge S. Cassidy¹⁴, docente di Psicologia presso l'Università di Salford, in Inghilterra. Il ricercatore ha sottolineato come quella per il cellulare debba essere considerata una "dipendenza positiva", confrontata al fumo. Molti ragazzi, infatti, non possono concedersi contemporaneamente di spendere troppi soldi per pagare la tariffa telefonica e le sigarette. In questi casi, si finisce per prediligere il cellulare.

I risultati completi sono disponibili sul sito <http://www.ipsfrisi.it/> .

¹⁴ <http://it.gsmbbox.com/>

Puoi rispondere tranquillamente con sincerità perché il questionario è assolutamente anonimo. Metti una sola crocetta per domanda.

Ti ringraziamo per la tua collaborazione. Ti faremo avere il risultato della nostra analisi.

IL CELLULARE E'...

Ricerca sociologica della 2^A D

1. **Scrivi la prima cosa che ti viene in mente leggendo la parola cellulare.**

2. **Descrivi il cellulare con tre aggettivi:**

3. **Qual è la prima pubblicità di cellulare che ti viene in mente?**

E cosa ti ha colpito in particolare?

4. **Compresteri un telefonino non pubblicizzato?**

- SI
- NO

Motiva la tua risposta

5. **Se dovessi acquistare un nuovo cellulare sceglieresti:**

- il più usato dai tuoi amici
- il più economico
- quello con più funzioni
- il più pubblicizzato
- il più piccolo e leggero
- quello che ti attira esteticamente
- altro _____

6. **Come valuti i prezzi dei cellulari?**

- Esagerati
- Alti
- Giusti
- Economici

7. **Quanti cellulari hai avuto finora?**

8. **Nel caso tu non lo abbia mai posseduto, qual è il motivo?**

- Non ritieni sia utile
- I tuoi genitori non vogliono
- Costa troppo
- Altro.....

9. **Come ti fa sentire il fatto di non possedere un cellulare?**

.....

10. **Quanto spendi mensilmente per le tue telefonate?**

- fino a 10euro
- 10-20euro
- 20-30euro
- 30-40euro
- 40-50euro
- oltre 50euro

11. **Ti è capitato di dover rinunciare a qualcosa per acquistare una ricarica?**

- Mai
 - A volte
 - Spesso
- E a cosa hai rinunciato?

12. **Come ti senti se dimentichi il cellulare a casa?**

- ansioso
- indifferente
- preoccupato
- libero
- insicuro
- altro

13. **Quando hai con te il cellulare ma non puoi comunicare perché non hai soldi, come ti senti?**

- nervoso
- infastidito
- triste
- indifferente
- altro

14. Quando ti hanno regalato il tuo primo cellulare cosa hai provato?

- r felicità
- r indipendenza
- r libertà
- r sicurezza
- r altro

15. Ti dà fastidio che qualcun altro usi il tuo cellulare?

- r tanto
- r poco
- r per niente

16. Che sensazione/emozione hai provato quando hai fatto vedere ai tuoi amici il tuo primo cellulare?

- r di essere più grande
- r felicità
- r di essere finalmente come gli altri
- r vanità
- r euforia
- r altro

17. Ti senti più responsabile e autonomo con il cellulare?

- r molto
- r poco
- r per niente

18. Quanti minuti stai mediamente al cellulare?

- r pochi minuti (meno di 5)
- r più di 5
- r più di 10

19. Prevalentemente con chi?

- r parenti
- r amici
- r compagni di scuola
- r altro...

20. Lo usi più frequentemente per:

- r SMS
- r squilli
- r chiamate
- r chat
- r e-mail
- r internet
- r MMS
- r svaghi (giochi, suonerie, disegni)

21. Quando parli al cellulare, ti sembra di modificare il tuo modo di comunicare?

- r parli velocemente
- r parli normalmente
- r chiedi al tuo interlocutore d'essere breve
- r altro.....

22. Ti capita di usare le abbreviazioni degli SMS anche quando scrivi su carta?

- r spesso
- r a volte
- r mai

23. Se hai avuto un litigio con una persona preferisci parlarne:

- r faccia a faccia
- r per telefono
- r con SMS
- r altro.....

24. Comunichi più facilmente le tue emozioni attraverso:

- r SMS
- r telefonata
- r faccia a faccia
- r altro.....

25. Il cellulare ti aiuta ad avere più amici?

- r per niente
- r poco
- r abbastanza
- r molto

26. Come sono cambiati i rapporti con i tuoi genitori?

- r mi sento più indipendente
- r mi sento controllato
- r comunico di più con loro
- r altro _____

27. In generale, quali tecnologie usi più frequentemente?

- r cellulare
- r PC
- r telefono di casa
- r telefoni pubblici
- r altro