

<http://nativodigitale.com?>



Incontro di approfondimento sulla relazione genitori e figli nell'era digitale

Domenica 7 giugno 2009

Parrocchia S. Curato d'Ars
L.go Giambellino, 127 Milano



I digital natives

Sono i nati nella società digitale, in grado di utilizzare i new media: navigano in Rete, giocano on line, si confrontano con coetanei dall'altra parte del mondo

- ✚ il 33,1% dei bambini tra i 7 e gli 11 anni, utilizza Internet per comunicare tramite chat (erano il 13,8% nel 2007)
- ✚ il 22,2% afferma di leggere i blog (nel 2007 erano il 7,2%).
- ✚ il 18,9% per leggere e scrivere su un forum di proprio interesse (contro l'11% dello scorso anno)



Gli adolescenti sono ovviamente più attivi

Da dati Eurispes risulta che:

- ✚ il 69,4% dei ragazzi comunica abitualmente tramite chat
- ✚ Il 51,9% legge un blog.
- ✚ il 18,3% legge e partecipa a forum

Le ragazze sono molto più avvezze all'uso di chat e social:

- ✚ il 71,8% delle adolescenti, contro il 66,1% dei coetanei maschi, comunica tramite chat (nel 2007 erano rispettivamente il 65% ed 59,1%)
- ✚ Il 56,7% delle ragazze legge un blog a fronte del 45,5% dei ragazzi



Nel 2007 le percentuali erano più basse: il 50,4% delle ragazze contro il 37% dei coetanei maschi.

Riguardo ai forum tematici di discussione, i ragazzi sono più interessati delle ragazze il 21,8% dei ragazzi li legge e vi prende parte rispetto al 15,6% delle ragazze.



Le nuove tecnologie hanno dato vita a luoghi di ritrovo virtuali che hanno calamitato l'attenzione della new generation

- ✚ il **78%** degli adolescenti dichiara di iscriversi ai **Social network** per **rimanere in contatto** con gli amici
- ✚ il **47%** sostiene di aver **conosciuto on-line nuove persone.**

Rispetto alla possibilità di **svelare la propria identità**, tra maggioranza degli intervistati

- ✚ il **74%**, ha dichiarato di **riportare il vero nome** nei profili;
- ✚ il **61%** arricchisce il proprio spazio con **foto o video**;
- ✚ il **57%** divulga il proprio indirizzo **e-mail**
- ✚ il **18%** il vero nome della **scuola** che frequenta.

Abbreviazioni, contrazioni e sigle: in Rete si parla così

«Se c 6 c vdm sabmattina xkè nn so se oggi QLCN mi cerca :-(... per il compt di mate mi devi aiutare ... è tr diffic anke se + o - ho già capt q. ke succederà...>>.

- ✚ L'85% degli adolescenti comunica attraverso l'invio di messaggi, e-mail, instant messaging.
- ✚ Sono molti i giovani che utilizzano abbreviazioni (38%) ed emoticons (25%) per comunicare
- ✚ Particolarmente diffusa appare la pratica di utilizzare lo stesso stile di scrittura anche a scuola (50%).



Si registra una diffusione capillare a partire da 10-11 anni riferita al cellulare; il tasso di copertura è ormai molto vicino al 100%. Colpisce però la differenza di percezione e di modalità di utilizzo dello strumento tra i ragazzi e i loro genitori.



L'arrivo dei telefonini 3G e l'estendersi di reti mobili a banda larga stanno favorendo lo sviluppo del social networking via cellulare.

MySpace e Facebook hanno portali dedicati al mobile.

MySpace dà accesso solo tramite accordi con gli operatori mobili, mentre Facebook è aperto a tutti gli utenti.

Per i bambini e i ragazzi nati negli anni Novanta e in quelli successivi, vivere connessi alla Rete rappresenta uno stile di vita, ma questa passione per tutto ciò che è “digitale”, crea tra genitori e figli un vero e proprio divario generazionale.

Nel corso del 2007, secondo l'Istat,

- ✚ il 9,3% dei bambini tra i 6 e i 10 anni ha utilizzato il computer tutti i giorni;
- ✚ tale percentuale cresce esponenzialmente nelle altre fasce d'età prese in esame fino ad arrivare al 35,9% dei 18-20enni.

Gli adulti non sembrano nutrire lo stesso interesse dei loro figli nei confronti di tastiera e monitor:

- ✚ il 33,7% di coloro che hanno un'età compresa tra i 35 e i 44 anni utilizzano il computer quotidianamente, il gap aumenta
- ✚ diminuisce ulteriormente per i genitori la cui età oscilla tra i 45 e i 55 anni (29%).



Il gap appare più marcato per quelle attività che richiedono una maggiore conoscenza delle applicazioni

- ✚ Creare pagine web dove inserire contenuti personali, ad esempio, è estremamente diffuso tra i giovani (in media **23,1% contro 17,4%** degli adulti-genitori).
- ✚ Un'altra attività che conquista i bambini e gli adolescenti italiani è il **P2P**, ossia la condivisione di file con altri utenti del Web.
- ✚ **Colmare il divario digitale** costituisce quasi un dovere per i genitori: è tra i loro compiti quello di conoscere e avere pratica delle funzioni che cellulari, computer e Internet mettono a disposizione

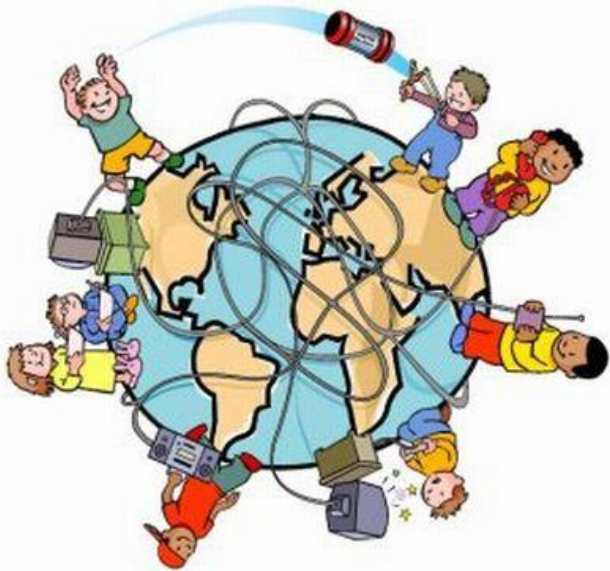


90 nuove opportunità relazionali e comunicative sono state riconosciute e praticate soprattutto dalle giovani generazioni.



- ✚ I giovani sono molto più creativi rispetto all'offerta culturale "anchilosata" della Tv: la loro capacità di essere in Rete come soggetti strategici, di essere produttivi, non solo nei blog ma anche nei video, li rende **protagonisti di una comunicazione innovativa, esplorativa e sperimentale.**
- ✚ Tecnicamente competenti e culturalmente attivi, i ragazzi sono però tendenzialmente **deprivati di molte chance di accesso** alle risorse costitutive per le loro identità reali e materiali.

Se l'attenzione della politica, l'esaurimento della forza educativa della famiglia e la precarizzazione del mercato del lavoro appaiono scoraggianti e anelastici, la comunicazione si offre, invece, come elastica e flessibile, una piattaforma che permette quelle condotte frustrate dalla realtà extramediale.



Per questi ragazzi la rete non è più uno strumento, bensì una protesi: non solo un sistema per comunicare, intrattenersi e informarsi, ma per **sviluppare** la propria socialità, **esprimere** la propria personalità e **affermare** la propria individualità.

Wiki, Blog, Instant Messaging, Social Network: alcune delle tecnologie e dei servizi che abilitano l'evoluzione della rete: il Web 2.0



Grazie a queste tecnologie l'utente ha l'opportunità di **creare contenuti**, individualmente o assieme ad altri navigatori, e metterli a disposizione della propria rete sociale: dal singolo contatto, agli amici o colleghi, fino all'intera rete Internet.

Il canale di comunicazione abilitato dal Web 2.0 ha un potenziale enorme che apre nuovi scenari e ha un **impatto** fortissimo sulla **persona e sulla relazione** con il mondo esterno. Si tratta infatti di un canale facilmente accessibile ed economico che consente a chiunque di **condividere la propria conoscenza** contribuendo ad ampliare il sapere comune.

WEB 2.0

Il fenomeno 2.0 da moda sta diventando parte della vita quotidiana per merito della **generazione Y** che ha saputo cavalcare e comprendere a fondo questo cambiamento e favorirne la crescita e l'espansione. La generazione **cosiddetta always on, sempre connessa**, presenta una modalità di consumo e utilizzo delle tecnologie profondamente differente dalle precedenti generazioni, e trova nel Web e negli strumenti 2.0 il canale e i mezzi ideali per comunicare e rapportarsi con il mondo esterno.

Uno studio condotto da Nielsen Online del 2008 quantifica in oltre **11 milioni gli utenti Web 2.0** in Italia (oltre il 60% della popolazione internet attiva).

Questi utenti, rispetto ai navigatori tradizionali, mostrano dati di consumo della rete più elevati (**27 ore e 50 minuti mensili** contro le 18 ore e 36 minuti della media) e un frenetico bisogno di collegarsi assiduamente alla rete (**44 collegamenti mensili** contro i 29 della media).

La grande crescita nell'utilizzo di Internet è quindi legata alla frequenza di navigazione e alla necessità di essere costantemente aggiornati riguardo alle attività della propria rete sociale (aggiornamenti di personal pages, commenti su blog e community, upload di contenuti...).



Il mondo 2.0: esplorando i servizi più utilizzati



Facebook (www.facebook.com). Con statistiche da capogiro (175 milioni di iscritti a febbraio 2009 nel mondo e 50.000 nuove iscrizioni al giorno in Italia), quarto posto nella classifica dei siti più visitati al mondo Facebook ha riscritto il modo di avere relazioni e di gestire i contatti della propria rete sociale.

Inizialmente fu **MySpace (www.myspace.com)** a portare alla ribalta il concetto di Social Network e di personalizzazione semplice e intuitiva di una propria finestra sul mondo.



Oggi **MySpace** rappresenta ancora il Social Network di riferimento, vetrina in rete per le persone, **gruppi musicali o artisti**.



Altra tipologia di Social Network che sta riscuotendo interesse crescente è quella del microblogging.

Modo veloce e istantaneo per comunicare alla propria rete sociale un breve pensiero o aggiornare gli amici sul proprio status, ovvero come ci si sente oppure cosa si sta facendo in quel momento.



L'esempio più eclatante è **Twitter** (www.twitter.com) che ha avuto negli ultimi tempi una rapida espansione con una crescita di **100.000 utenti ogni mese per un totale di 3 milioni** di registrati. Twitter è un servizio che permette di pubblicare brevi messaggi via Sms o instant messaging.

Il web 2.0 nel mondo del lavoro.



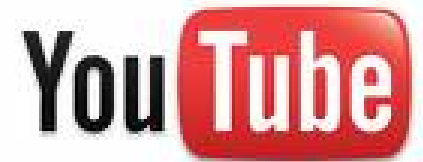
il Web 2.0 invade anche la vita lavorativa delle persone. LinkedIn (www.linkedin.com) è un servizio di Social Network che permette all'utente di gestire una rete di contatti professionali allo scopo di allargare la propria rete professionale sfruttando le diverse connessioni tra gli utenti. In questo modo l'utente può facilmente mettersi in contatto con altri professionisti, trovare offerte di lavoro e sviluppare opportunità di business. Anche l'azienda trova in LinkedIn un canale preferenziale e di fiducia



L'altro grande filone del Web 2.0 è rappresentato dalla condivisione. Esistono una serie di siti che permettono la condivisione di particolari contenuti, dai filmati alle fotografie, dalle esperienze di viaggio alle notizie, dalla musica ai siti "preferiti".

l'esempio più significativo è rappresentato dal ben noto sito di video sharing **You-Tube** (www.youtube.com) che rappresenta una delle comunità più vaste della rete.

Si stima che, solo negli Stati Uniti, ogni mese 70 milioni di persone vedano più di 2,5 miliardi di video su YouTube, per circa tre ore a utente.





Nel campo della fotografia, invece, è Flickr (www.flickr.com) il padrone della scena. Acquisito da Yahoo! nel 2005 per 50 milioni di dollari, Flickr è oggi il sito leader per la condivisione di fotografie: si stima che ogni minuto il database si allarghi di oltre 2.000 immagini, la maggior parte presente in album pubblici a disposizione di tutta la rete.

Anche il mondo delle notizie è travolto dall'onda 2.0: esistono oggi in rete diverse forme di giornalismo partecipativo in cui sono gli stessi utenti a condividere, segnalare e votare notizie e post dalla blogosfera.

Digg (www.digg.com) è forse l'esempio più famoso in questo senso.



Il web 2.0 per il tempo libero.



Per il tempo libero esistono numerosissimi servizi utili. Ne segnaliamo uno che sta rivoluzionando il settore del turismo: **TripAdvisor (www.tripadvisor.it)**.

Conta ormai 9 milioni di iscritti e oltre 20 milioni di recensioni raccolte, permette agli utenti di inviare giudizi e opinioni su hotel e aziende ricettive di ogni Paese influenzando così le scelte degli altri viaggiatori.



Condivisione e diffusione della conoscenza.



WIKIPEDIA
The Free Encyclopedia

Il caso forse più famoso ed emblematico sulla partecipazione e collaborazione finalizzata a incrementare la conoscenza comune:

Wikipedia (www.wikipedia.org) enciclopedia online, multilingue, a contenuto libero, redatta in modo collaborativo da volontari di tutto il pianeta.

Ogni utente contribuisce all'inserimento di nuove voci o alla modifica di quelle esistenti.

Pubblicato in oltre 180 lingue con 10 milioni di voci e oltre 34 milioni di pagine, frequentato da 11 milioni di utenti registrati e visitato da 60 milioni di persone ogni giorno



Piccolo glossario 2.0

- ✚ Il **Web 2.0** è una nuova corrente di pensiero che propone un utilizzo attivo della rete da parte degli utenti, non più meri consumatori di informazioni e di intrattenimento, ma soggetti attivi di una comunità virtuale, nella quale si pubblicano e si condividono i contenuti. Il suffisso 2.0 indica che si tratta di un'evoluzione rispetto ai prodromi del WorldWide Web (in informatica, la prima versione di un software si chiama 1.0 e le successive 2.0, 3.0...).
- ✚ **Aggregatore**: programma nel quale confluiscono contenuti da diversi siti.
- ✚ **Commento**: è un intervento di un utente, a margine di un testo pubblicato su un blog, o nella bacheca di un Social Network oppure in qualsiasi sito che lasci questa possibilità di interagire con i contenuti.



Piccolo glossario 2.0

- ✚ **Community:** luogo virtuale dove si incontrano gruppi di persone con interessi comuni (per esempio i Social Network).
- ✚ **Feed:** è un servizio offerto da chiunque produca contenuti web, per rendere immediatamente disponibile ogni aggiornamento del sito. Il feed è un flusso di informazioni; coloro che si "abbonano" (gratuitamente, copiando l'indirizzo del feed all'interno di un aggregatore) sono automaticamente informati su quanto viene pubblicato, senza doversi collegare al sito d'origine.



Piccolo glossario 2.0

- ✚ **Blog:** è un diario pubblico in rete, tenuto da un blogger che comunica notizie, riprende altri contenuti del web, riflette e si confronta con le riflessioni altrui: è un luogo di profonda condivisione. La struttura del blog è apparentemente sequenziale, come quella di un vero diario, con i testi (**post**) elencati in ordine temporale. La presenza di link fa sì che i testi diventino ipertesti, cioè si creino diversi percorsi di lettura.
- ✚ **Mashup:** dall'inglese "to mash" (mescolare), i mashup sono contenuti ottenuti ricombinando in varie forme testi, musica e video già esistenti, una sorta di remix.



Piccolo glossario 2.0

- ✚ **Social Network:** siti (reti sociali) che mettono in contatto individui accomunati da esperienze, vincoli o interessi particolari. Facebook e MySpace sono i due esempi più celebri, ma le community "sociali" sono migliaia in Internet.
- ✚ **Social Bookmarking:** servizio per salvare i propri collegamenti web preferiti (bookmark) in rete (il più famoso è Delicious), catalogandoli con parole chiave (tag). A differenza dei bookmark salvati sul computer (Preferiti), questi siti offrono il vantaggio di consultare le liste degli altri utenti che hanno link comuni.



Piccolo glossario 2.0

- ✚ **Tag:** è un'etichetta digitale, composta da una o più parole, che gli utenti assegnano ai documenti in rete (testi, pagine, foto, filmati...) per identificarne la categoria o l'argomento. Cliccando sui tag, si ottengono automaticamente tutti i contenuti contraddistinti con quella etichetta.
- ✚ **Trackback:** rimando elettronico a una notizia apparsa su un sito esterno.
- ✚ **Wiki:** è una raccolta di pagine in rete accessibili, modificabili e ampliabili da ogni utente, attraverso qualsiasi browser. Il nome deriva da un termine della lingua hawaiana, wiki wiki, che significa "veloce", perché una delle caratteristiche principali dei siti wiki è proprio la rapidità di creazione e di sviluppo delle pagine.

