



# Iperconnessi

redatto da Andrea Cocchi il 20 gennaio 2018

## Premessa

Alcune informazioni sono state tratte:

- dall'indagine del 7 febbraio 2017 messa a punto anche in occasione del Safer Internet Day dall'Osservatorio nazionale adolescenza e condotto su 8.000 ragazzi a partire dagli 11 anni d'età.
- da un sondaggio online del novembre 2017 condotto dall'Associazione Di.Te. (Associazione Nazionale Dipendenze Tecnologiche, Gap e Cyberbullism) su un campione di 500 persone di età compresa tra i 15 e i 50 anni.
- Rudy Bandiera un TEDx speaker<sup>1</sup> Bologna ottobre 2017, un docente ma prima di tutto un blogger
  - ottobre 2017 <https://www.youtube.com/watch?v=XdDh071jhZg>
  - 5 giugno 2017 <https://www.youtube.com/watch?v=VjcxqWc97Uk>
- Da un articolo sull'Espresso di Emanuele Coen del 06 settembre 2017 <http://espresso.repubblica.it/visioni/2017/09/04/news/bacchettoni-iperconnessi-i-teenager-della-generazione-q-1.309043>
- Riccardo Coni | ManagingEditor 2015 <https://www.tsw.it/digital-marketing/10-modi-avvicinare-target-dei-millennials/>

## Introduzione

Se pensiamo all'epoca dei semplici cellulari, che hanno preceduto gli smartphone, avevamo a disposizione solo un cellulare per chiamare parenti e amici nel momento meno opportuno della giornata, se ci andava bene potevamo avere separatamente un navigatore per l'auto, una videocamera per i filmini ai vostri figli, un lettore CD per la musica, un videoregistratore per i VHS e per i filmini

Oggi tutte queste cose sono racchiuse in **un unico solo dispositivo che è lo smartphone** ovvero un singolo oggetto relativamente economico che è l'equivalente e di tutto quello che abbiamo detto sopra ma con dimensioni e costi compatti.

**Un coltellino svizzero, portatile e leggero, che fa tutto e lo fa benissimo.  
E' costruito come se fosse un piccolo computer tascabile.**

Uno smartphone può fare di tutto, così come il nostro computer di casa può avviare applicazioni di ogni tipo, da Office a Media Player.

---

<sup>1</sup> Pensatori. Generatori di idee. Sono gli oratori che hanno tenuto un discorso su TED.com.

Si controlla la posta elettronica in tempo reale, si può guardare YouTube senza accendere il computer, è possibile prendere appunti veloci, tenersi aggiornati sulle notizie di cronaca e gestire i file dentro il dispositivo come se fosse un notebook.

Una delle cose più importanti, che ha portato lo smartphone all'interno delle vite delle persone, però, è stata l'aver internet a portata di mano.

Essendo lo smartphone, come dicevamo, un vero e proprio computer, è possibile avviare una applicazione per navigare sul web, utilizzando la connessione Wi-Fi di casa oppure utilizzando direttamente la rete del proprio operatore, permettendoci di navigare sul web anche in mezzo ad una strada di campagna (sempre che ci sia campo, ovviamente).

Si possono inviare messaggi gratuiti e infiniti tramite Whatsapp Messenger, effettuare videochiamate tramite Hangouts o Skype, controllare le notizie tramite Google Currents e leggere Twitter o Facebook tramite l'applicazione dedicata. Allo stesso modo, i giovani utilizzano lo smartphone per controllare i social network, per giocare e per mandarsi messaggi. Ma non disdegnano lo smartphone come lettore multimediale, al posto dei piccoli lettori MP3 di una volta.

Quasi tutti gli smartphone di oggi sono dotati di connettività GPS, con la quale è possibile utilizzare il dispositivo esattamente come se fosse un navigatore satellitare, senza perdere nessuno dei vantaggi di un navigatore comprato separatamente. Basta avviare una delle tante applicazioni di navigazione, impostare la propria meta, e partire.

Ultima caratteristica ma non meno importante è quella della fotocamera: gli smartphone di oggi sono tutti equipaggiati con una fotocamera discreta, che permette di scattare foto al volo in ogni circostanza. E non c'è migliore foto di quella a sorpresa. Senza il peso di una vera fotocamera nella borsa, lo smartphone acquisisce un ruolo importante anche nella cattura dei migliori momenti con la propria famiglia e i propri amici. È possibile scattare foto o registrare video da trasferire sul computer e da condividere coi propri amici sui social network in pochi istanti.

Ma c'è chi, dopo aver scoperto tutte le potenzialità di questi prodotti, si ritrova in una certa confusione col primo approccio.

Tanti pensano poi, guardandosi attorno, usandolo è di essere inadeguati.

Quello che dobbiamo veramente capire, invece, è che non dobbiamo capire.

Non dobbiamo capire tutto per essere in grado di godere del cambiamento.

Dobbiamo avere uno sguardo di insieme, non necessariamente uno sguardo dettagliato, ma un volo pindarico dall'alto per intravedere i confini delle cose e poterle, a nostro modo, sfruttare.

O almeno non averne paura.

È evidente che accadono cose online che non siamo in grado di interpretare poiché dieci anni semplicemente non esistevano.

Mancano regole educative comuni.

## Alcune informazioni

### Web

Il WEB degli esordi era caratterizzato dalla presenza di siti web statici: in pratica l'utente poteva visitare i diversi siti web, navigare tra le pagine, leggerne i testi e fruirne i contenuti, passare da un sito a un altro tramite i link cioè tramite i collegamenti ipertestuali eventualmente presenti tra un sito e un altro. La ricerca di informazioni veniva effettuata grazie ai motori di ricerca che davano – come risultati – una serie di pagine/siti rispondenti a quanto cercato. L'utente non poteva in alcun modo interagire con i contenuti dei siti: li doveva fruire così com'erano.

Se questo WEB, a posteriori chiamato 1.0, si poteva definire statico, il WEB 2.0 è decisamente dinamico si passa da un web statico a uno di tipo dinamico e sociale: *l'utente non è più solo un lettore, un consumatore passivo di contenuti, ma li crea direttamente (o contribuisce a crearli) e li condivide.*

Si sta già parlando di WEB 3.0 le cui parole chiave sono: apertura, trasparenza, vastità (di dati e di loro utilizzo/riutilizzo), ma anche accesso più semplice ai risultati (e ai dati) grazie al riconoscimento del vero significato che i dati stessi hanno rispetto al contesto in cui sono stati creati (semantica).

In sintesi:

1. **WEB 1.0:** collegamenti ipertestuali (link) tra contenuti diversi. Il web connette l'informazione.
2. **WEB 2.0:** partecipazione degli utenti. Il web connette le persone.
3. **WEB 3.0:** trasparenza dei dati e loro riutilizzo per fini diversi. Il web connette i saperi.

### Giovani

nati dopo la seconda guerra		Baby Boomers	
nati tra 1960- 1980			generazione X
nati tra 1984 -1996 1980 - 2000	giovani 2.0	Millennials	generazione Y
nati dopo 2000	giovani 3.0	IGen -iGeneration Post-millennials Plurals	generazione Z

I **giovani 2.0** sono i nati tra il 1984 e il 1996 - sono stati i primi crescere insieme al boom del Web 2.0 e dei social media

I **giovani 3.0** (manca una definizione precisa) dovrebbe essere la generazione successiva nata dopo il 2000.

### Millennials

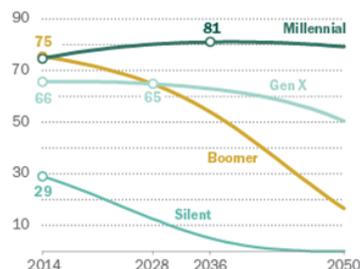
**Millennials** (nati tra metà anni 80' e primi anni 2000) o **generazione Y** partecipano ai flashmob, aspettano l'happy hour, acquistano low cost. Sono youtuber, fashion blogger e instagrammer. Sono consumatori molto attivi, coprano online, sempre ed ovunque. Sono così detti i **consumatori 2.0 o la prima generazione digitale**. Sono nati in piena **rivoluzione digitale** ma vivono durante la più grande **crisi economica** dalla Depressione degli anni '30. Sono considerati una generazione individualista: ma questa caratteristica era cominciata a comparire già all'epoca dei "Baby Boomers", i nati dopo la Seconda guerra mondiale, e della **Generazione X**, quella dei nati tra il 1960 e il 1980.

il "Time" si riferiva ai Millennials nel 2013 come a dei "ragazzini pigri e narcisisti che vivono ancora con la propria famiglia".

Si parla sempre di più di questa fascia perché negli USA i Millennials hanno superato in numero gli appartenenti alla Generazione X, e sono in questo Paese oltre 80 milioni di persone, cioè più di 80 milioni di potenziali clienti per i brand del mondo consumer (Fonte: PEW Research Center). Inoltre, secondo un report del 2014 di eMarketer, nel 2020 il totale della spesa annuale da parte dei Millennials in USA sarà di 1,4 trilioni di dollari.

### Projected Population by Generation

In millions



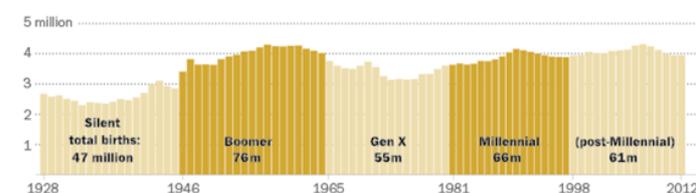
Note: Millennials refers to the population ages 18 to 34 as of 2015.

Source: Pew Research Center tabulations of U.S. Census Bureau population projections released December 2014

PEW RESEARCH CENTER

### Births Underlying Each Generation

Number of U.S. births by year and generation



Source: U.S. Dept. of Health and Human Services National Center for Health Statistics

PEW RESEARCH CENTER

Fonte: PEW Research Cente

In Italia, invece, stiamo parlando di 11,2 milioni di persone, il 76% delle quali sono connesse ad internet. Secondo una ricerca di Yahoo Advertising su dati Nielsen, i quattro punti cardine di questa generazione dal punto di vista del marketing sono:

1. i Millennials sono la prima generazione veramente globale, però con una passione per il locale
2. i Millennials hanno un ruolo attivo nell'acquisto dei prodotti e utilizzano internet
3. i Millennials sono collaboratori di natura, sono nati digitali e crescono mobile
4. La loro identità ha a che fare con l'espressione di sé, soprattutto attraverso elementi visuali diffusi sui social network.

Anche in Italia il peso dei Millennials è un dato che assolutamente non si può trascurare: queste persone sono always on, connessi dalla mattina alla notte, tanto che rappresentano il 55% degli utenti online in Italia tra le 12:00 e le 21:00.



**8,3 mln su internet**

**75%** degli italiani 18-34 anni

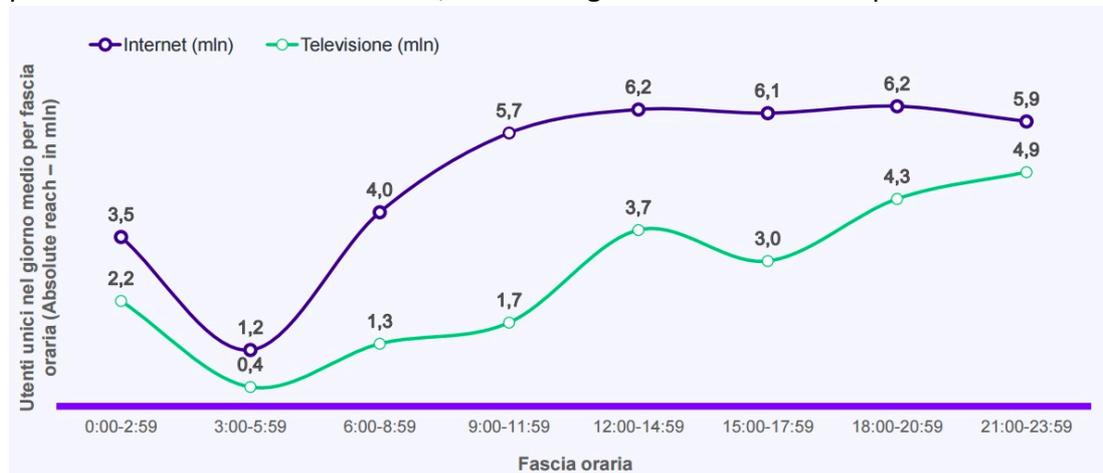
vs 58% 18-74 anni

Millennials in Italia utilizzano internet molto frequentemente per la fruizione di numerosi servizi, a partire dalle classiche email ed i motori di ricerca, per passare attraverso i portali editoriali e i social network, ma in particolare lo utilizzano per guardare video, ottenere informazioni sui temi relativi alla propria educazione e al lavoro, per i giochi online e per la musica.

Internet è importante nella vita dei Millennials per tre principali motivi:

1. **Risolvere le esigenze quotidiane:** il 71% ricerca informazioni, in particolare per il proprio lavoro / percorso di studio, nel momento stesso in cui si manifesta l'esigenza
2. **Intrattenimento:** Internet è non solo un modo per passare il tempo, ma anche un modo per tenersi costantemente aggiornati sulle proprie passioni e sui propri interessi
3. **Tenersi informati e imparare cose nuove:** Internet è una fonte di informazione imprescindibile per rimanere aggiornati in real time ed un modo per imparare cose nuove. In una sola espressione: un'immane finestra sul mondo.

È significativo che nel **2015 Internet sia diventato il primo mezzo utilizzato, a discapito della televisione:** 7,4 milioni di Millennials utilizzano Internet (+2% sul 2014), mentre 7,1 milioni guardano la televisione (-7% rispetto al 2014). In tutte le fasce orarie, inoltre, Internet ha superato la televisione nel numero di accessi giornalieri, e se già tendenzialmente il tema del multi-screen ha assunto rilevanza nel panorama del digital marketing, nel caso dei Millennials è più rilevante che mai. Il 69% di persone in questa fascia di età infatti accede ad internet mentre guarda la televisione, l'83% utilizza Internet come piattaforma di fruizione in streaming dei contenuti TV (film, serie TV, trailer, ecc.) e, soprattutto, il 73% ritiene che la televisione, per la rigidità dei palinsesti e dell'offerta dei canali, non sia in grado di assecondare pienamente i loro interessi.



I Millennials sono sì digitali, ma soprattutto sono **mobile**: il 76% del tempo passato su internet da questi utenti, infatti, è da mobile. Gli smartphone e i tablet hanno superato il PC negli accessi a internet, e il 15% del campione di Yahoo Advertising utilizza internet **solo da mobile**. Il 70% del tempo passato sullo smartphone è per utilizzare internet, in particolare per navigare sul web, utilizzare le app dei social network e di instant messaging, utilizzare i giochi che richiedono una connessione ad internet e guardare video.

Le applicazioni per smartphone sono letteralmente uno sterminio, così come i siti web mobile-friendly: più di 38mila applicazioni sono state utilizzate dal target dei Millennials almeno una volta nel corso dell'intero anno 2014, ma nel corso di un mese questo numero scende a 2mila. Meno di 300 sono state usate dall'1% di tutti i millennials, e di queste meno di 200 sono state usate almeno 5 volte. Questa fascia di popolazione, infatti, giudica in modo molto critico la qualità delle applicazioni che utilizza o dei siti web che visita. I principali indicatori della qualità sono la completezza delle informazioni, la professionalità degli autori dei contenuti, la tempestività nel pubblicare i contenuti, e la loro originalità ed unicità.

Millennials: brand loyalty, social proof e autenticità

Per quanto possa apparire paradossale, poiché si tratta della generazione più connessa di sempre e quindi con moltissime alternative d'acquisto, i Millennials sono un target che dimostra fedeltà al brand. Quando le alternative a disposizione sono molte, infatti, entra in gioco il meccanismo psicologico della **social proof**, per cui una persona è influenzata dai comportamenti degli altri nel prendere una decisione. Questo è evidente con l'interazione che si crea sulle conversazioni dei social network e con le recensioni ai prodotti e nei blog settoriali. Inoltre, i Millennials sono più propensi rispetto ad altre fasce di popolazione a comprare i prodotti di brand con cui hanno una risonanza valoriale, e i cui spot pubblicitari siano autentici. Più che la pubblicità, infatti, è apprezzato il content marketing di quelle aziende (ancora poche) che creino contenuti ingaggianti e realmente in linea con il mood del target a cui parlano.

Vi lasciamo con le principali evidenze sul target dei Millennials emerse da una ricerca di Elite Daily (<https://www.elitedaily.com>), utili per comprendere realmente con chi abbiamo a che fare:

1. Solo l'1% dei Millennials è influenzato dalla pubblicità nell'acquisto di un prodotto, ritenuta in generale poco autentica
2. Prima di effettuare un acquisto, il 33% dei Millennials fa affidamento a blog di settore piuttosto che a riviste, notiziari televisivi o libri
3. Più che il contenuto è importante l'**autenticità del contenuto**: prima di tutto viene la fiducia nei confronti del brand
4. Il 57% ritiene che non modificherà le proprie abitudini d'acquisto anche se dovesse aumentare la propria capacità di spesa
5. Il 62% dei Millennials desidera avere un'interazione con i brand sui social network: non basta la presenza, ma **bisogna attivare un dialogo**
6. Vogliono essere coinvolti nella progettazione e nella **co-creazione** dei nuovi prodotti dei brand che amano
7. Per i Millennials è importante che i brand supportino le comunità locali e che dimostrino un reale interesse nei confronti dei propri clienti.

iGen - iGeneration

**Generazione Z**, quella dei nati dopo l'anno 2000, la quale presenta caratteristiche assai diverse.

Sono chiamati anche **iGen** o "**iGeneration**", o meglio, a definirli così è stata una psicologa statunitense. Con questo termine l'esperta, Jean Twenge, docente presso la San Diego State University, ha voluto indicare la nuova generazione di adolescenti tra i 13 e i 19 anni.

Sono gli adolescenti che sono cresciuti possedendo uno smartphone, che avevano un account Instagram prima di iniziare la scuola superiore e che **non si ricordano un tempo prima di Internet**.

- I Millennials si sono formati con una grande familiarità con la tecnologia digitale che, però, non è mai stata presente nelle loro vite a un livello così elevato, cioè in ogni momento, giorno e notte.
- Gli iGen si sentono più a loro agio in camera loro che in una macchina o a una festa, nonostante siano più sicuri e informati rispetto al passato: hanno meno probabilità di fare un incidente automobilistico rispetto ai loro omologhi del passato, per esempio, e sono più a conoscenza dei rischi dell'alcol.

**Da un punto di vista psicologico, però, sono più vulnerabili rispetto ai Millennials.**

Un quadro che emerge chiaro dagli studi della **dottorssa Twenge** che ha analizzato i comportamenti di 8,4 milioni di giovani americani che avessero un'età compresa tra i 13 e i 19 anni dal 1976 al 2016. I risultati sono poi confluiti in un articolo e in seguito in un più esaustivo libro dal

titolo **“iGen: perché i ragazzi super-connessi di oggi stanno crescendo meno ribelli, più tolleranti, meno felici e completamente impreparati per l'età adulta”**.

Il testo è strutturato in 10 capitoli, ognuno dei quali è dedicato ad uno dei comportamenti della iGen:

1. il ritardo nel diventare adulti;
2. il tempo trascorso su internet;
3. la tendenza a incontrarsi virtualmente piuttosto che di persona;
4. l'insicurezza come nuova crisi esistenziale;
5. la perdita della religiosità;
6. l'isolamento sociale;
7. la sicurezza economica garantita dalla famiglia;
8. sesso, matrimonio e bambini, scelte sempre più ritardate;
9. tolleranza verso le minoranze;
10. il disinteresse per la vita politica.

Dietro al fenomeno della iGen vi sarebbe, a detta della Twenge, una teoria evolutiva: la cosiddetta **Teoria della storia della vita** che classifica la maturazione delle specie secondo **strategie lente e strategie veloci**.

In sostanza *“La teoria della storia della vita – ha raccontato l'esperta - fa affermare che **una strategia di vita lenta sarà più probabile in un ambiente sicuro, dove le persone hanno meno figli e persone che vivono più a lungo.***

*Queste si aspettano che i loro figli mettano su famiglia più tardi e che la loro formazione duri più a lungo. E questa è una bella descrizione dell'ambiente odierno”*.

Infatti **dopo gli anni 2000 i giovani hanno vissuto in ambienti più agiati**, *“hanno iniziato a sentire come meno pressanti le urgenze dettate da un orologio biologico formatosi in tempi più primitivi”*.

La colpa quindi non è solo della tecnologia ma potrebbe esserlo del progresso in genere e dell'innalzamento degli standard qualitativi della vita.

La prima caratteristica degli iGen è che la **ricerca dell'indipendenza**, così potente nelle generazioni precedenti, è **meno forte**. La patente di guida, simbolo di libertà iscritto nella cultura popolare americana, ha perso il proprio appeal: quasi tutti i Baby Boomers avevano la patente di guida pochi mesi dopo il compimento dell'età necessaria; oggi in America più di un adolescente su quattro non ha la patente alla fine della scuola superiore. Sono madri e padri ad accompagnare i figli a scuola o altrove, e dalle ricerche emerge che la patente viene descritta dagli adolescenti come qualcosa che importa soprattutto ai loro genitori, un concetto «impensabile per le generazioni precedenti».

Non fumano. Non bevono. Hanno relazioni sporadiche. Non si ribellano. Evitano ogni rischio. Sono i ragazzi che non fanno notizia. E che alla socialità preferiscono i social.

Diceva il sottotitolo di un articolo sull'Espresso di Emanuele Coen del 06 settembre 2017 che continuando diceva: “oggi i giovanissimi nati tra il 1995 e il 2012 socializzano quasi esclusivamente attraverso gli smartphone, sono ossessionati dalla sicurezza proprio perché figli della crisi che ha ucciso le certezze, sono tolleranti, narcisisti, ansiosi e diffidenti, un po' bacchettoni, decisamente meno ribelli rispetto ai genitori e anche rispetto ai cugini più grandi, tendenzialmente infelici e depressi, escono poco da soli, rifiutano le diseguaglianze.

E, soprattutto, diventano adulti senza fretta.

Per loro l'indipendenza non è una priorità, quando arriva arriva.

Anche le ore dedicate ai lavoretti negli anni della grande crisi sono diminuite in maniera drastica, con la conseguenza che i ragazzi non hanno quasi mai un budget proprio da gestire ma devono chiedere aiuto a mamma e papà per comprare qualsiasi cosa.”

"Bambini reagiscono al telefono" Di Eleonora Terzi E Valerio Thoeni  
(Patti Chiari, 21.10.2016)

<https://www.rsi.ch/la1/programmi/informazione/patti-chiari/Senza-Internet-8123593.html>

Bimbi alle prese col telefono analogico 23 ottobre 2016 - 17:30

Un test di Patti Chiari ha prodotto un video divertentissimo

Prendete alcuni bambini tra i 5 e i 10 anni. Mettete loro davanti un telefono analogico, di quelli coi numeretti disposti in cerchio, e state a guardare.

Chi cerca il bottone segreto per far apparire il display, chi cerca la fantomatica "cornetta" sotto il tavolo, chi dice che "da portarsi dietro è un po' scomodo".

Pochi minuti rivelatori di quanto è cambiato il mondo in vent'anni, realizzati nell'ambito di una puntata di Patti Chiari, la rubrica della RSI per i consumatori, che hanno visto due persone cimentarsi in un esperimento altrettanto interessante: vivere una settimana senza internet.



## Alcuni dati

**Un italiano usa Google 30 volte al giorno, mediamente.**

**Un millennial guarda il telefono 250 volte al giorno, senza notifiche. Provate a immaginare con le notifiche.**

Da *Marketing Freaks* "Blog di marketing"

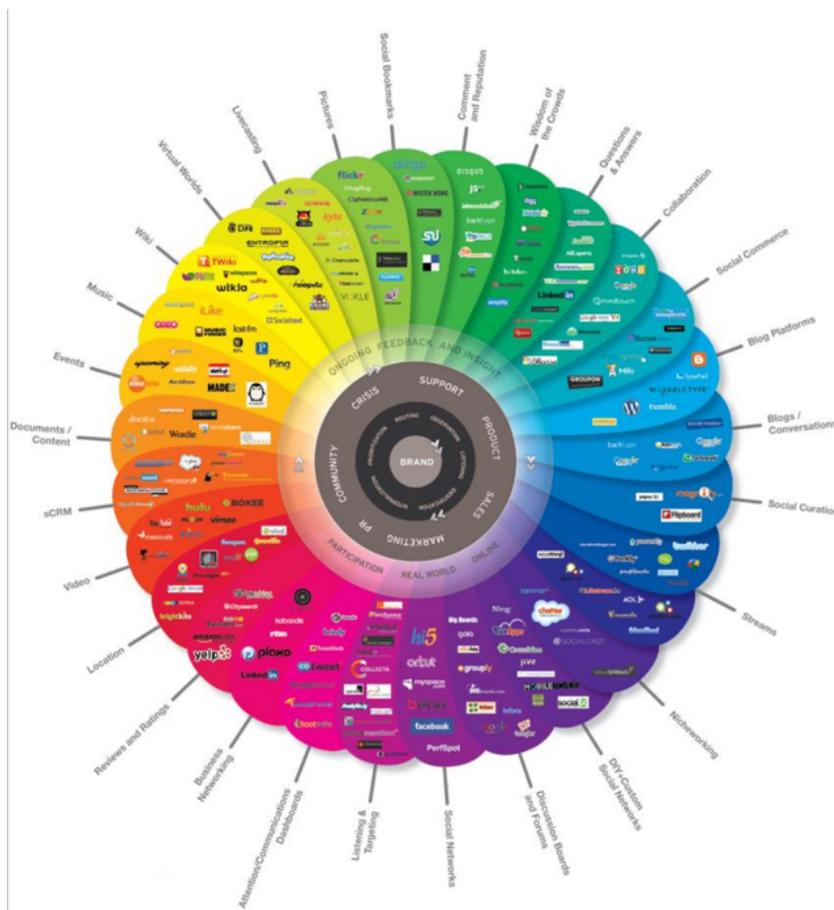


13 mar 2015 CocaCola Journey

Se è vero, dunque, che i social media sono così importanti nella vita dei giovani di oggi, appare inevitabile per tutte le aziende che hanno a che fare con il pubblico giovanile essere presenti sui principali canali social.

Forti di questa consapevolezza, molte marche posseggono pagine sui social media e curano iniziative editoriali online (blog, magazine digitali, come Coca-Cola Journey) appositamente pensate per comunicare con i "Millennials".

Da ISPO Click



Oggi sempre di più, gli internauti tendono ad aggregarsi in luoghi virtuali, creando delle vere e proprie social communities in cui discutere delle proprie idee ed esperienze. Persone distanti e sconosciute fra di loro si trovano a parlare nello stesso luogo, seppur virtuale, di una medesima passione o di un medesimo problema. E altri utenti trovano queste conversazioni cercandole attraverso keyword immesse nei principali motori di ricerca. In queste comunità viene, così, a scardinarsi la logica della prossimità fisica: l'auditorio dei contenuti non è più determinato dalla vicinanza territoriale, ma dalla prossimità degli interessi degli utenti.

### Dati su utilizzo smartphone

Il 98% tra i 14 e i 19 anni possiede uno smartphone personale già a 10 anni

Tra i più giovani, l'età media dell'uso del primo cellulare, l'accesso a internet e l'apertura del primo profilo social si aggira intorno ai 9 anni (è diventato il classico regalo della comunione).

Circa 5 adolescenti su 10 dichiarano di trascorrere da 3 a 6 ore extrascolastiche con lo smartphone in mano, il 16% da 7 a 10 ore, mentre il 10% supera abbondantemente la soglia delle 10 ore. Il 95% degli adolescenti ha almeno un profilo sui social network, contro il 77% dei preadolescenti. Il primo è stato aperto intorno ai 12 anni e la maggior parte di loro arriva a gestire in parallelo 5-6 profili, insieme a 2-3 app di messaggistica istantanea.

IL 51% dei ragazzi tra i 15 e i 20 anni ha difficoltà a prendersi una pausa dalle nuove tecnologie tanto da arrivare a controllare in media lo **smartphone 75 volte al giorno**.

Adirittura il 7% lo fa fino a 110 volte al giorno.

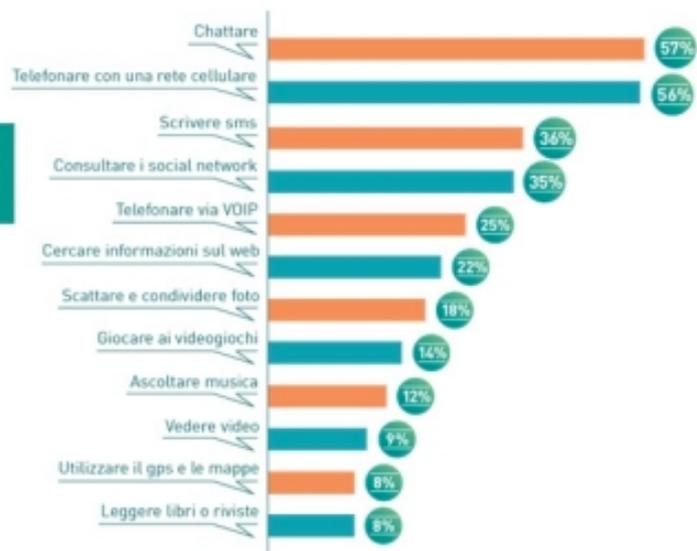
Sei adolescenti su dieci dichiarano di non poter più fare a meno di WhatsApp: il 99% lo utilizza ogni giorno, il 93% si scambia i compiti attraverso il gruppo-classe e il 70% chatta in maniera compulsiva. Per quanto riguarda i preadolescenti, invece, il 96% utilizza WhatsApp.

I dati sono stati presentati il 2 dicembre, durante la prima Giornata nazionale sulle dipendenze tecnologiche e il cyberbullismo organizzata dall'Associazione Nazionale Di.Te. in collaborazione con la Cooperativa Sociale Vivere Verde Onlus, con l'obiettivo di porre l'attenzione sulle dipendenze tecnologiche e sul loro corretto utilizzo, oltre che sui rischi che queste possono provocare.

## “CHAT DIPENDENTI”

### Cosa si fa più frequentemente con il proprio smartphone?

Grazie allo SMARTPHONE, posseduto dalla quasi totalità degli intervistati, scrivere è diventato come telefonare: CHATTARE con gli amici è la prima attività.



Mai senza la rete.

Dal sondaggio Di.Te. emerge che i **giovani 3.0** non riescono proprio a staccarsi da smartphone e altri device.

In particolare, hanno ammesso di non riuscire a prendersi una pausa da questi dispositivi di almeno tre ore nel 79% dei casi. Il bisogno di controllare continuamente lo smartphone magari per chattare non li abbandona neppure di notte.

## Adolescenti iperconnessi

Gli adolescenti sono sempre più iperconnessi, circa 5 su 10 dichiarano di trascorrere dalle 3 alle 6 ore extrascolastiche con lo smartphone in mano, il 16% dalle 7 alle 10 ore, mentre il 10% supera abbondantemente la soglia delle 10 ore. Se calcoliamo che il 63% lo utilizza anche a scuola durante le lezioni, significa che la maggior parte di loro vive connesso alla rete. Le ore trascorse davanti ad uno schermo si abbassano leggermente nel campione dei preadolescenti, dagli 11 ai 13 anni, forse perché c'è più controllo da parte dei genitori e l'importanza della rete social non è ancora la più rilevante. Il 55% dei preadolescenti lo utilizza per un massimo di 2 ore, il 35% dalle 3 alle 6 ore, il 7% dalle 7 alle 10 ore e il 4% supera le 10 ore, e solo il 13% lo usa durante l'orario scolastico, rispetto al 63% dei ragazzi più grandi che non si possono staccare dal cellulare.

## Facebook apre agli under 13, in Usa arriva l'app Messenger Kids

È una chat che non richiede un'iscrizione dei bambini al social network né un loro numero di cellulare, ma si utilizzerà tramite l'account dei genitori e funzionerà con rete WiFi

Nella corsa al prossimo miliardo di utenti, Facebook guarda ai bambini di oggi, futuri teenager e papabili fruitori dei suoi servizi. Con una mossa che farà discutere, il social da oltre due miliardi di iscritti apre per la prima volta anche agli under 13 che di regola non potrebbero accedere alla piattaforma. Lo fa lanciando una chat per bambini che, assicura, sarà sotto il pieno controllo dei genitori.

L'iniziativa nasce come strumento di comunicazione familiare tra figli e genitori, nonni e nipoti, anche a detta del product manager di Facebook Loren Cheng.

Ma l'esperienza insegna che quando i bambini sono coinvolti nel digitale va alzata la soglia di attenzione.

## Ma tutti siamo un po' dipendenti.

### Dipendenti anche da grandi.

E purtroppo anche gli adulti non hanno comportamenti molto diversi. Il 49% degli over 35 non sa stare senza cellulare, verifica se sono arrivate notifiche o messaggi almeno 43 volte al giorno, di cui un 6% arriva a sfiorare le 65 volte, e di stare 3 ore senza buttare un occhio sullo schermo non se ne parla per il 58% di loro.

Addirittura secondo lo studio del centro americano Kleiner Perkins Caufield & Byers's un utente medio guarda lo smartphone circa 150 volte al giorno, una volta ogni 6 minuti.

In aumento anche il numero di coloro che controllano la posta elettronica e i propri profili social molto presto al mattino, presumibilmente appena aprono gli occhi. Una smania di essere connessi che rischia di penalizzare non solo la nostra vita sociale ma anche il nostro rendimento sul lavoro.

## Gli studenti del Dagomari per una settimana senza web e social: "Ci siamo sentiti più liberi"



La scommessa è stata vinta. Dal prof che l'ha lanciata, l'insegnante Marcello Contento, e dagli alunni che sono riusciti a stare una settimana senza telefonino e senza internet. E' l'esperimento che il docente ha lanciato per scherzo a due classi del Dagomari di Prato e al quale i suoi studenti hanno aderito. Gli alunni hanno consegnato al professor Contento i cellulari e hanno fatto la promessa (mantenuta, grazie anche all'impegno delle famiglie) di non collegarsi per sette giorni ad internet. Il risultato?

La prima cosa che ha fatto dopo essersi separato dal telefonino è stata quella di comprarsi una sveglia (dato che solitamente è il cellulare quello che ci dice quando è l'ora di alzarsi) Dice il professore.

Studenti più che soddisfatti dell'insolita esperienza condivisa: "Ci siamo sentiti più liberi"

Il professor Marcello Contento del Dagomari di Prato commenta la conclusione della settimana di astensione dal web e dai social "Per me è stata una sfida straordinaria, i ragazzi si sono detti molto contenti dell'esperienza vissuta".

A dirlo è la voce corale degli studenti: le loro giornate si sono allungate, hanno riscoperto la bellezza di socializzare dal vivo, di uscire con gli amici. E nei pomeriggi di visitare le bellezze della città insieme al loro professore che si dice orgoglioso degli alunni.

## Educazione al digitale responsabile - 21.01.2018 Sole 24 ore Nova

In questi giorni il Miur ha dato il via libera all'introduzione dei device personali a scuola pubblicando un decalogo per il loro uso in chiave didattica, sintesi delle riflessioni di un apposito gruppo di lavoro. Le polemiche sullo smartphone in classe sono quindi destinate a rianimarsi.

«Adottare un atteggiamento proibizionista non serve: i ragazzi vivono con questi strumenti – afferma Adriano Fabris, docente di Etica della comunicazione all'Università di Pisa, che ha partecipato al lavoro del gruppo del Miur -.

Si tratta di integrare nella dimensione dell'apprendimento scolastico i dispositivi che i ragazzi usano quotidianamente e, soprattutto, di insegnare come usarli criticamente, dentro e fuori dalla scuola».

**È lo stesso assunto da cui parte il decalogo: l'innovazione non può essere respinta, ma può e deve essere sfruttata al servizio della didattica.**

L'uso del digitale cambia necessariamente le modalità e le forme dell'apprendimento, aggiungendosi agli strumenti tradizionali.

Soprattutto per quanto riguarda materie scientifiche e apprendimento delle lingue, diversi studi hanno rilevato che l'integrazione (non la sostituzione) dei device nell'insegnamento produce performance migliori, almeno nel 70% dei casi esaminati.

«Dal punto di vista dell'apprendimento il digitale ha effetti di potenziamento, rappresentando uno strumento gestito direttamente dal soggetto, interattivo, con rinforzo immediato, a flusso continuo di informazioni, capace di tenere l'attenzione finalizzata. Certo però tutto dipende anche dal come e dal quanto viene usato...», sostiene Daniela Lucangeli, docente di Scienze cognitive dello sviluppo all'Università di Padova.

A sostenere che si tratti di limitare, non di eliminare la tecnologia, è anche Jean Twenge, autore di una delle ricerche citate dagli azionisti Apple: «La soluzione sembra semplice: limitare il tempo e le modalità in cui i device possono essere utilizzati», anche tramite app.

«Gli effetti rischiosi dell'esposizione prolungata sono noti in ambito clinico e neuropsicologico – prosegue Lucangeli: per esempio gli effetti della iperstimolazione dello schermo (in soggetti predisposti, la risposta alla frequenza delle immagini può indurre fenomeni di tipo epilettico) e quelli più diretti dei campi elettromagnetici associati al cellulare sui tessuti esposti (in particolare sul cervello in via di sviluppo). Infine è chiaro che l'informazione si traccia nella memoria con grande potenza, ma allo stesso tempo stabilizza anche gli eventuali errori commessi con il digitale».

Servono adulti (genitori e insegnanti) in grado di governare il potere enorme che si dà in mano ai ragazzi con il digitale: i giovani in fase di sviluppo devono essere messi in grado di trasformare «uno strumento di indipendenza e di egocentrismo intellettuale in fase adolescenziale – conferma

Lucangeli – in biblioteca del sapere umano, in strumento di scelta e di autodeterminazione con una consapevolezza che sia incentrata sul proprio bene».

Come sottolinea anche il decalogo del Miur, si tratta di educare i ragazzi alla cittadinanza digitale. Che ormai è uno dei compiti cui la scuola deve rispondere.

**PIANO NAZIONALE**  
**SCUOLA digitale**

**DIECI PUNTI PER L'USO DEI DISPOSITIVI MOBILI A SCUOLA**  
**BYOD - BRING YOUR OWN DEVICE**

- 1. OGNI NOVITÀ COMPORTA CAMBIAMENTI.**  
Ogni cambiamento deve servire per migliorare l'apprendimento e il benessere delle studentesse e degli studenti e più in generale dell'intera comunità scolastica.
- 2. I CAMBIAMENTI NON VANNO RIFIUTATI, MA COMPRESI E UTILIZZATI PER IL RAGGIUNGIMENTO DEI PROPRI SCOPI.**  
Bisogna insegnare a usare bene e integrare nella didattica quotidiana i dispositivi, anche attraverso una loro regolamentazione. Proibire l'uso dei dispositivi a scuola non è la soluzione. A questo proposito ogni scuola adotta una Politica di Uso Accettabile (PUA) delle tecnologie digitali.
- 3. LA SCUOLA PROMUOVE LE CONDIZIONI STRUTTURALI PER L'USO DELLE TECNOLOGIE DIGITALI.**  
Fornisce, per quanto possibile, i necessari servizi e l'indispensabile connettività, favorendo un uso responsabile dei dispositivi personali (BYOD).  
Le tecnologie digitali sono uno dei modi per sostenere il rinnovamento della scuola.
- 4. LA SCUOLA ACCOGLIE E PROMUOVE LO SVILUPPO DEL DIGITALE NELLA DIDATTICA.**  
La presenza delle tecnologie digitali costituisce una sfida e un'opportunità per la didattica e per la cultura scolastica. Dirigenti e insegnanti attivi in questi campi sono il motore dell'innovazione. Occorre coinvolgere l'intera comunità scolastica anche attraverso la formazione e lo sviluppo professionale.
- 5. I DISPOSITIVI DEVONO ESSERE UN MEZZO, NON UN FINE.**  
È la didattica che guida l'uso competente e responsabile dei dispositivi.  
Non basta sviluppare le abilità tecniche, ma occorre sostenere lo sviluppo di una capacità critica e creativa.
- 6. L'USO DEI DISPOSITIVI PROMUOVE L'AUTONOMIA DELLE STUDENTESSE E DEGLI STUDENTI.**  
È in atto una graduale transizione verso situazioni di apprendimento che valorizzano lo spirito d'iniziativa e la responsabilità di studentesse e gli studenti. Bisogna sostenere un approccio consapevole al digitale nonché la capacità d'uso critico delle fonti di informazione, anche in vista di un apprendimento lungo tutto l'arco della vita.
- 7. IL DIGITALE NELLA DIDATTICA È UNA SCELTA: STA AI DOCENTI INTRODURLA E CONDURLA IN CLASSE.**  
L'uso dei dispositivi in aula, siano essi analogici o digitali, è promosso dai docenti, nei modi e nei tempi che ritengono più opportuni.
- 8. IL DIGITALE TRASFORMA GLI AMBIENTI DI APPRENDIMENTO.**  
Le possibilità di apprendere sono ampliate, sia per la frequentazione di ambienti digitali e condivisi, sia per l'accesso alle informazioni, e grazie alla connessione continua con la classe. Occorre regolamentare le modalità e i tempi dell'uso e del non uso, anche per imparare a riconoscere e a mantenere separate le dimensioni del privato e del pubblico.
- 9. RAFFORZARE LA COMUNITÀ SCOLASTICA E L'ALLEANZA EDUCATIVA CON LE FAMIGLIE.**  
È necessario che l'alleanza educativa tra scuola e famiglia si estenda alle questioni relative all'uso dei dispositivi personali. Le tecnologie digitali devono essere funzionali a questa collaborazione.  
Lo scopo condiviso è promuovere la crescita di cittadini autonomi e responsabili.
- 10. EDUCARE ALLA CITTADINANZA DIGITALE È UN DOVERE PER LA SCUOLA.**  
Formare i futuri cittadini della società della conoscenza significa educare alla partecipazione responsabile, all'uso critico delle tecnologie, alla consapevolezza e alla costruzione delle proprie competenze in un mondo sempre più connesso.

Imparare a utilizzare lo smartphone in classe (per imparare a usarlo consapevolmente fuori)

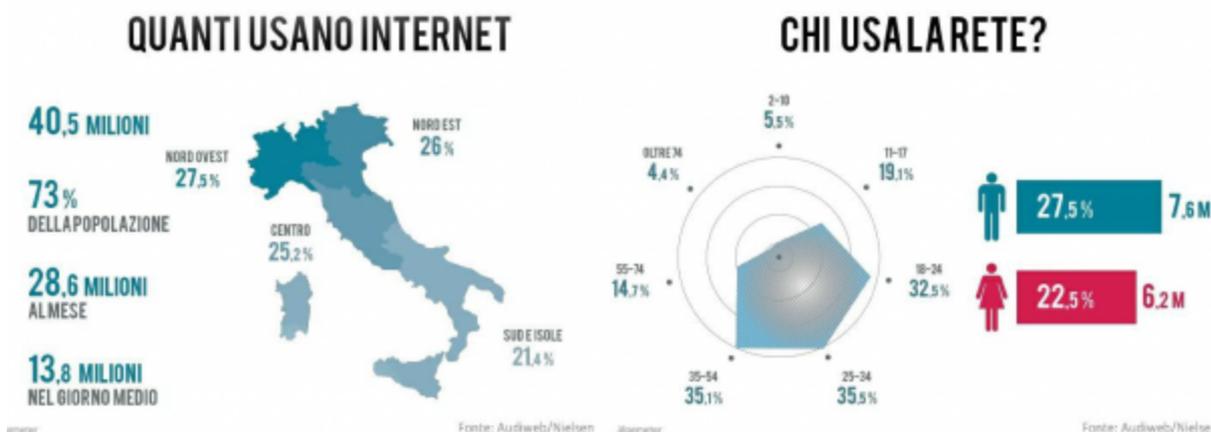
## Dipendenze da Internet e dalla connettività

L'ingresso di Internet e lo sviluppo tecnologico hanno sicuramente rivoluzionato e cambiato profondamente le nostre vite, sia nel mondo della scuola, del lavoro, nella vita domestica che nella nostra modalità di intessere e mantenere relazioni sociali. La nostra vita attuale sembra impensabile senza la tecnologia; Internet rappresenta una possibilità di sviluppo e di apprendimento per i giovani, una fonte di occupazione e crescita professionale nonché un nuovo modo di comunicare.

Con il tempo internet ha assunto sempre più le caratteristiche di un fenomeno di massa, che coinvolge fasce eterogenee della popolazione. Basti pensare che gli utenti di Internet, a livello mondiale, sfiorano i 2 miliardi di persone e le previsioni lasciano intravedere una crescita ulteriore nei prossimi anni.

Ogni giorno gli individui sperimentano nuovi modelli di relazione con sé stessi e con gli altri mediati dal web, fino a raggiungere il superamento del confine di sé e alla possibilità di innescare modalità patologiche di utilizzo e di rapporto con Internet. Le infinite funzioni e applicazioni offerte dalla rete, infatti, suscitano condizioni particolari e soggettive negli utenti che possono portare allo sviluppo di vere e proprie patologie, definite con il termine di web dipendenze perché caratterizzate da aspetti tipici dei comportamenti di dipendenza.

Le dipendenze da Internet sono una serie di comportamenti variegati che si caratterizzano per un rapporto patologico tra l'uomo e la rete e ai quali sottostanno difficoltà legate al controllo degli impulsi e alla regolazione degli stati emotivi.



I numeri dell'uso di internet e della dipendenza ci dicono che in Italia i dipendenti da internet sono quasi tutti giovani e giovani-adulti e, considerando i livelli di gravità severo e moderato, sono circa il 6%, mentre in Inghilterra il 18% degli studenti usa internet in modo eccessivo, in Norvegia l'1% e in Grecia l'8% è dipendente. Ma è nel continente asiatico che i tassi d'incidenza sono più elevati, oscillano dall'1% al 25%.

I dati della letteratura scientifica sull'argomento indicano che i soggetti più a rischio per lo sviluppo dell'Internet Addiction Disorder hanno un'età compresa tra 15 e 40 anni, con difficoltà comunicative per problemi psicologici, psichiatrici, familiari e relazionali.

Le personalità più vulnerabili sono caratterizzate da tratti ossessivo-compulsivi e/o tendenti al ritiro sociale, con aspetti di inibizione nei rapporti interpersonali.

Per esse l'uso patologico della rete rappresenta un tipo di comportamento di evitamento, tramite il quale il soggetto non affronta le proprie problematiche di vita quotidiana.

### **Nell'isolamento sociale si fanno strada alcune dipendenze che possono avere diverse sfaccettature.**

- **Nomofobia** → no-mobile-phone

la paura di non avere con sé il cellulare e di non poterlo controllare, l'eccessiva paura/terrore di rimanere senza telefono o senza connessione ad internet o al 4G, non poter ricaricare lo smartphone o di aver dimenticato il caricabatteria, quindi di non poter usare internet, non poter vedere i commenti su un social network.

Quasi 8 adolescenti su 10 temono che si scarichi il cellulare o non prenda quando sono fuori casa (un dato in forte crescita se si pensa che fino allo scorso anno interessava il 64% degli adolescenti) e tale condizione nel 46% dei casi genera ansia, rabbia e fastidio.

Un fenomeno meno diffuso tra i più piccoli, che si fermano ancora al 60% e solo il 32% sperimenta alti livelli di ansia e preoccupazione.

- **FOMO ("Fear Of Missing Out")**

ovvero la paura di essere tagliati fuori da qualcosa: il pensiero costante che gli altri stiano facendo qualcosa di più interessante di quello che stiamo facendo noi. E che ci stiamo perdendo qualcosa.

La tendenza che accomuna tutti i ragazzi è di tenere a portata di mano il telefono quasi tutto il giorno, notte compresa. Il 15% di loro si sveglia quasi tutte le notti per leggere le notifiche e i messaggi che gli arrivano per non essere tagliati fuori.

Ed è proprio la paura di essere messi da parte la caratteristica di questa nuova patologia emergente legata all'abuso dello smartphone la FOMO.

Questi comportamenti vanno ad influenzare negativamente la qualità e la quantità del sonno, con conseguenze nocive per l'organismo e vanno ad interferire sulle attività quotidiane dei ragazzi, fino a determinare importanti difficoltà di concentrazione e di attenzione che gravano sul rendimento scolastico, favoriscono l'insorgenza di stati ansiosi, intaccando l'umore e gli impulsi.

La FOMO è sempre esistita. Ma l'avvento dei social network ha peggiorato questa paura.

<https://youtu.be/Rj3ujfOGqjs>

- La FOMO è la forza che guida l'uso dei social media
- I livelli di FOMO sono più alti nelle persone giovani e in particolare negli individui di sesso maschile
- I livelli di FOMO sono influenzati dalle circostanze sociali. Bassi livelli di considerazione della propria vita coincidono con alti livelli di FOMO
- La FOMO è legata ad un rapporto ambiguo con i social media
- La FOMO è più alta in chi è spesso distratto
- La FOMO è più alta negli studenti che usano i social media anche in classe

- **Vamping**

e tutti gli altri fenomeni legati alle web-compulsioni che tengono incollate le persone agli strumenti digitali, in particolar modo allo smartphone, e la loro vita di relazione ne risente in modo compromettente.

Di notte, più che dormire, i teenager vogliono socializzare. E lo fanno sul web: un'abitudine che arriva dall'America e sta prendendo piede anche in Italia

Rimanere svegli tutta la notte per inviare sms e tweet, chattare su WhatsUp e Snapchat, postare commenti su Facebook o foto con Instagram: è la nuova moda dei teenager. Lo chiamano #vamping perché come i vampiri che si aggirano nelle ore notturne, gli adolescenti aspettano il buio per materializzarsi sui social media.

Il fascino del vamping può essere legato pure alla volontà di distinguersi e di sentirsi parte di un club esclusivo. Insomma, partecipare ad una sorta di cyber-comunità notturna che ha i suoi appuntamenti e luoghi di ritrovo riconoscendosi tramite hashtag.

Il fatto che i teenager cerchino di tirarla per le lunghe aspettando le luci dell'alba non è certo una novità. Lo stesso vale per la ricerca di spazi appartati lontano dagli occhi intrusivi dei genitori. La notte - spiega Danah Boyd, ricercatrice Microsoft e studiosa del comportamento adolescenziale in rete - permette una conversazione intima fuori dal controllo genitoriale ma indica anche una reazione ad una vita troppo ricca di impegni di scuola, sport e compiti a casa, che lascia poco margine agli interessi personali dei teenager.

- **Like addiction**

L'aspetto che caratterizza gli adolescenti di oggi sono i selfie, i famosi autoscatti, dove si è disposti a tutto pur di ottenere like: ad esempio - evidenzia il report - il 13% ha seguito addirittura una dieta per piacersi di più nei selfie. Il dato più allarmante è che circa 1 adolescente su 10 fa selfie pericolosi in cui mette anche a repentaglio la propria vita e oltre il 12% è stato sfidato a fare un selfie estremo per dimostrare il proprio coraggio.

**Likemia e followermania**

Gli adolescenti sono alla continua ricerca di approvazione, che si raggiunge attraverso like e follower. Per circa 5 adolescenti su 10 è normale condividere tutto quello che fanno, comprese foto personali e private, mettendo tutto in vetrina, sottoponendolo alla severa valutazione della macchina dei "mi piace" o dei "non mi piace". Infatti, per oltre 3 adolescenti su 10 è importante il numero dei like ricevuti: tanti like e tante approvazioni

accrescono l'autostima, la popolarità e quindi la sicurezza personale. Ovviamente, vale anche il contrario, ovvero commenti dispregiativi e pochi like condizionano l'umore e l'autostima in negativo, tanto che il 34% ci rimane molto male e si arrabbia quando non si sente apprezzato.

- **Challenge o Sfide social**

sono uno dei problemi del momento e racchiudono tutte quelle catene che nascono sui social network in cui si viene nominati o chiamati a partecipare da altri attraverso un tag. Lo scopo in genere è di postare un video o un'immagine richiesta - spiega l'Osservatorio - per poi nominare altre persone a fare altrettanto, diffondendosi a macchia d'olio nel web, anche nell'arco di poche ore. Circa 2 adolescenti su 10 hanno partecipato ad una moda a catena sui social e il 50% ha avuto una nomination. Circa 1 su 10 ha preso parte a una catena alcolica sui social network, con la finalità in genere di bere ingenti quantità di alcol in pochissimo tempo e nei luoghi o posizioni più improbabili, altri hanno fatto selfie mentre vomitavano o in condizioni vicine all'intossicazione alcolica.

A queste si aggiungono le mode in cui il corpo e la magrezza hanno un ruolo centrale, a cui aderiscono 5 ragazze su 100, favorendo lo sviluppo di patologie nella sfera alimentare. Le mode più conosciute legate all'ispirazione al magro sono: *Thigh Gap* (arco tra le gambe), *Bikini Bridge* (ponte nel costume da bagno sulla pancia), *Sfida della clavicola*, *Belly Slot* (fessura nella pancia) e *Belly Button* (far girare il braccio dietro la schiena fino a toccarsi l'ombelico).

## Whatsapp: la chat più amata

I ragazzi trascorrono la maggior parte del loro tempo sulle chat, 6 adolescenti su 10 dichiarano di non poter più fare a meno di WhatsApp, confermandosi l'app più amata tra gli adolescenti visto che il 99% lo utilizza ogni giorno, il 93% si scambia i compiti attraverso il gruppo-classe e il 70% chatta in maniera compulsiva. Per quanto riguarda i preadolescenti, invece, il 96% utilizza WhatsApp, di cui la metà per chattare in maniera sistematica e ripetitiva, l'82% ha il gruppo-classe per scambiarsi i compiti mentre il 40% per condividere i selfie con gli amici.

## L'identità diventa digitale.

I giovani 3.0 sono molto più impulsivi, hanno grande difficoltà a gestire la noia, e sono orientati al tutto e subito. "Sono meno creativi, non sentono il bisogno di verificare le fonti da cui traggono notizie o a fare ricerche per controllare se quello che hanno letto è vero - prosegue Lavenia. Stiamo andando verso un'identità digitale e la costruzione della loro personalità avviene anche in base all'uso che fanno della rete".

## Profili social

Il 95% degli adolescenti ha almeno un profilo sui social network, contro il 77% dei preadolescenti. Il primo è stato aperto intorno ai 12 anni e la maggior parte di loro arriva a gestire in parallelo 5-6 profili, insieme a 2-3 app di messaggistica istantanea. Il 69% ha un profilo su Facebook, il 67% Instagram, il 66% YouTube, il 47% Snapchat, il 22% Ask, il 16% Twitter, e il 15% Tumbir. Il fatto di avere una serie di applicazioni social sconosciute ai genitori gli permette di essere meno controllati e più sicuri di poter anche osare, favorendo comportamenti come ilsexting, cyberbullismo e diffusione di materiale privato in rete.

### Profili social finti

Uno dei dati più allarmanti è che il 14% degli adolescenti ha anche un profilo finto, che nessuno conosce o che conoscono solo in pochi, risultando quindi non controllabile dai genitori e nel contempo facile preda della rete del grooming (adescamento di minori online), dato in rilevante aumento rispetto all'11% dello scorso anno.

### Dipendenza da Videogame

La **dipendenza da videogame** viene descritta, all'interno del Manuale Diagnostico Statistico dei Disturbi Mentali (DSM 5) con il termine di Internet Gaming Disorder, dove viene definita come l'utilizzo ricorrente e persistente di internet per giocare, spesso con altre persone, che porta ad un disagio clinicamente significativo identificato da una serie di sintomi che si presentano nell'arco di 12 mesi.

L'individuo si coinvolge in **giochi di ruolo** interattivi che consentono di far partecipare allo stesso gioco utenti da più luoghi, anche lontani, nello stesso momento, abbattendo i confini spaziali e quelli temporali. Si creano, inoltre, delle vere e proprie comunità di giocatori che si contattano attraverso sms, videochiamate, whatsapp, chat e si organizzano nelle modalità di gioco e condividono le strategie da adottare.

La persona che gioca online si costruisce spesso una identità fittizia, utilizzando un **"avatar"**, cioè un personaggio virtuale, con cui frequentemente si identifica, oppure dei nickname; aspetti che consentono di navigare in rete in modo anonimo, rendendo il soggetto meno vulnerabile nell'interazione virtuale rispetto al mondo reale, dove la personalità di ognuno, nell'incontro con l'altro, si mette in gioco e si sperimenta continuamente.

Secondo la studiosa Kimberly Young (1998) i **segnali clinici** che identificano il giocatore dipendente sono collegati al grande ammontare di tempo trascorso su piattaforme di giochi virtuali, ai ripetuti tentativi, senza successo, di ridurre, di controllare o di interrompere l'attività e alla persistenza del giocare online nonostante i problemi familiari, sociali ed economici che questo comporta nella vita della persona.

### Voglia di condividere.

Gli ultimi casi di cronaca hanno dimostrato quanto le nuove tecnologie possano essere lontane dall'empatia, fino a far diventare indifferenti al dolore altrui. "Ha a che fare con il tratto impulsivo di queste sindromi da dipendenza tecnologica: tutto quello che si fa lo si vuole condividere subito. Senza pensare alle conseguenze che ricadranno su di sé né tantomeno sugli altri - spiega Lavenia. La tecnologia ci permette di vivere tutto in modo mediato, anche la paura o un evento traumatico, e quindi di non viverlo sulla pelle, perché il corpo in questa dimensione non è presente. Non ci sono emozioni in quello spazio virtuale, e nulla è realmente condiviso". È mostrato, punto. Si è centrati sul bisogno immediato: "Voglio pubblicarlo, lo faccio", è un istinto che bisogna assecondare in modo immediato, senza pensare.

### Fenomeno Hikikomori.

Hikikomori è un termine giapponese che si traduce con l'espressione **"mi ritiro"** e viene utilizzato per descrivere adolescenti che sono soliti chiudersi nella loro stanza, immergersi nel mondo del web, in particolare nei videogiochi, e limitare qualsiasi contatto con il mondo esterno, escludendo anche genitori e familiari.

Questo fenomeno si caratterizza, infatti, per la tendenza dei giovani a fuggire dalla realtà, dai compiti e dalle eventuali criticità che in essa ritrovano, per rifugiarsi nel mondo virtuale e nella tecnologia, ed è infatti collegato all'utilizzo patologico dei giochi virtuali.

Il fenomeno degli "Hikikomori" è nato e si è sviluppato prevalentemente in Giappone, ma gli ultimi anni hanno visto una diffusione del fenomeno degli Hikikomori nei paesi europei, compresa l'Italia. Anche se non ci sono dati certi sulla prevalenza del fenomeno nel nostro Paese, secondo alcune stime non ufficiali il numero di giovani coinvolti sarebbe compreso tra i 30.000 e i 50.000.

I giovani possono manifestare il loro disagio attraverso l'**isolamento sociale**, restando chiusi in casa tutto il giorno, oppure uscendo solo di notte o di prima mattina, quando sono sicuri che non incontreranno nessuno né tantomeno conoscenti, oppure fingendo di recarsi a scuola o al lavoro, quando in realtà girovagano invece senza meta né scopo.

Ad incoraggiare il ritiro nella rete è il vissuto di vuoto e di solitudine esperito sempre più frequentemente dai giovani e la difficoltà ad investire in relazioni ed esperienze concrete della vita reale che di fatto spingono gli adolescenti ad alienarsi nei giochi virtuali, dove possono provare sensazioni di sdoppiamento o di espansione del proprio io e della propria identità, ricostruire nuove identità e vivere ruoli che nella vita non gli appartengono.

Essendo animali sociali abbiamo bisogno di condividere le emozioni, ma alcune volte non siamo in grado di attendere il momento migliore per farlo.

Il rischio è di passare dalla compulsione all'impulsività.

Non soltanto diventa importante il bisogno di essere online e continuamente attivi sui social, ma anche tende a manifestarsi una perdita di capacità critica e di tempo per una riflessione prima di dire qualcosa. La si dice (anzi spesso la si scrive) e basta, senza risentirci o rileggerci, con un vocabolario sempre più povero.

Perderanno un po' di sonno e qualche genitore e insegnante fa bene a preoccuparsi per la salute di figli e scolari. Le mode, lo sappiamo, sono passeggere. Basterebbe qualche accorgimento sull'uso di computer e telefonini e una controllatina ogni tanto per evitare che il vamping diventi un'ossessione.

### Dipendenza da Relazioni Virtuali

La **dipendenza da relazioni virtuali** fa riferimento al fenomeno della comunicazione on line, e si caratterizza per il bisogno sempre più pressante dell'individuo di **stringere amicizie virtuali e interesse relazioni attraverso il web**, utilizzando ad esempio le mail o le chat, sino a compromettere o a superare il bisogno di coltivare e mantenere rapporti concreti e reali.

Queste relazioni che nascono nel web restano tali, nella maggior parte dei casi, perché l'individuo intende mantenere l'immagine idealizzata del rapporto, che risponde a quelli che sono i propri bisogni o desideri affettivi. È il bisogno di relazioni che spinge a questi comportamenti e a questa forma di comunicazione dove l'utilizzo della fantasia è, infatti, quasi obbligatorio. In questi contesti relazionali, inoltre, la persona è sollecitata dalla possibilità di dare di sé un'immagine diversa da quella reale, finalizzata a suscitare l'interesse da parte dell'altro oppure può scoprire, nel corso delle interazioni, aspetti di sé che non conosceva. Nelle chat inoltre le persone utilizzano dei **nickname**, che consentono loro di rivelare e rendere noto all'altro qualcosa di sé, spesso, infatti, nella scelta del nome traspaiono interessi, caratteristiche e appartenenza a specifici gruppi, ma allo stesso tempo garantiscono il mantenimento di un certo grado di anonimato, dando al soggetto la possibilità di mascherarsi ed esprimere alcuni aspetti di sé che altrimenti lascerebbe inibiti e taciuti,

non sperimentando i vissuti di ansia sociale, o di timore del giudizio altrui che invece potrebbe vivere nel mondo reale.

La scoperta di questa possibilità di creare relazioni dà vita ad una situazione alla quale, con il tempo, la persona non riesce più a rinunciare trascorrendo sempre più tempo al computer, ricercando continuamente la possibilità di connettersi, controllando frequentemente la presenza di messaggi di una certa persona.

Gli **aspetti clinici** connessi alla dipendenza da relazioni virtuali o all'uso patologico delle chat riguardano sia la modalità di relazionarsi in rete e la conseguente incapacità di allontanarsi dal mezzo che il tempo sempre maggiore che si trascorre online. Affinché si possa parlare di dipendenza la persona deve aver tentato ripetutamente e senza successo di controllare, ridurre o interrompere questa pratica ed è necessario considerare la possibilità che la rete rappresenti una contaminazione di un'altra patologia, cioè un modo per risolvere problemi relazionali.

### Porno Dipendenza

La **porno dipendenza** si caratterizza per una attrazione incontrollabile, vissuta da alcuni individui, rispetto alle immagini pornografiche, dalle quali sono fortemente attratti fino a non poterne più fare a meno. La persona diventa totalmente assorbita in questa attività di ricerca di materiale pornografico che diviene parte di un ciclo di pensieri, di sentimenti e di azioni che il soggetto non riesce più a controllare, né interrompendola né limitandola.

Questa tipologia di dipendenza è sostanzialmente **passiva** e non ha nulla a che fare con la dipendenza dall'attività sessuale, della quale non si presenta come condotta di compensazione; nella porno dipendenza, infatti, non è prevista alcuna forma di interazione con l'altro, ma il soggetto è di fatto libero di immaginare, costringendo però la fantasia a immagini stereotipate e precostituite. La porno dipendenza, cyber-porn addiction, ha infatti una dimensione individuale e solitaria e si consuma essenzialmente da soli: la fantasia sessuale si appiattisce di fronte alle immagini stereotipate della pornografia. La persona porno dipendente è dominata da un bisogno continuo di ottenere piacere sessuale attraverso la visione di filmati hard e pornografici, a cui talvolta può fare seguito una attività compulsiva di tipo masturbatorio.

I **segni clinici** della porno dipendenza si riscontrano nel:

- trascorrere molto tempo online ricercando materiale pornografico;
- nutrire aspettative di gratificazione ed eccitazione collegate alle successive connessioni;
- esperire sentimenti di vergogna e di colpa per il proprio comportamento in rete;
- tentare di nascondere la propria condotta agli altri;
- vivere la masturbazione compulsiva e l'orgasmo come possibilità di interrompere la fruizione e atti liberatori;
- calo di desiderio verso il proprio partner con la tendenza a vivere la propria sessualità solo in termini fisici e non affettivi;
- continuare il comportamento nonostante le evidenti ripercussioni sul piano familiare, sociale, lavorativo ed economico;
- fallimento dei ripetuti tentativi di tenere sotto controllo la fruizione pornografica, limitandola o interrompendola.

### Cybersesso Dipendenza

La **cybersesso dipendenza** è una forma di sessualità vissuta attraverso internet attraverso l'uso di chat, webcam, siti pornografici, messaggi di posta elettronica. Il sesso telefonico attraverso le hot

line, o tramite l'uso di messaggi SMS e MMS, sono altrettante forme di sesso virtuale. La cybersesso dipendenza fa, dunque, riferimento a diverse tipologie di comportamenti, con caratteristiche anche non omogenee tra loro, collegati a tutto ciò che di sessuale può essere svolto in rete, con particolare riferimento alle **chat sessuali**.

Gli individui che frequentano le chat erotiche solitamente si scambiano messaggi sessuali scritti oppure si scambiano foto, video delle proprie nudità o si riprendono con la webcam. In questo tipo di dipendenza la **dimensione interattiva** è mantenuta, perché le persone utilizzano il computer come un mezzo attraverso il quale interagiscono tra loro in un sistema uomo-macchina-uomo. Anche la masturbazione, infatti, in questo contesto diviene "relazionale" perché la fantasia di quel momento è condivisa e costruita con un'altra persona, rendendo così la dimensione dello scambio interattiva.

I **segni clinici** che caratterizzano la cybersesso dipendenza sono:

- un'eccitazione iniziale per la scoperta accidentale di materiale cyber sex a cui fa seguito una ricerca attiva dello stesso;
- il trascorrere progressivamente sempre più tempo nei siti dedicati;
- la preoccupazione di trovare un partner sessuale;
- l'uso di comunicazioni anonime per condividere fantasie sessuali atipiche, inibite nella vita reale;
- le aspettative di provare sentimenti di eccitazione e gratificazione nelle connessioni successive;
- la masturbazione via chat.
- i vissuti di colpa e vergogna relativi al proprio comportamento, che viene nascosto agli altri.

## Gli smartphone hanno distrutto una generazione?

Jean M. Twenge, docente di psicologia all'Università di San Diego, ha scritto per l'Atlantic un articolo molto complesso e discusso che analizza l'uso e le conseguenze degli smartphone e dei social media da parte degli e delle adolescenti. Il pezzo riprende i contenuti di un recente libro di Twenge, è documentato, cita diverse ricerche e, sebbene con una certa cautela, arriva a conclusioni piuttosto preoccupanti: non è un'esagerazione, dice la studiosa, descrivere gli adolescenti di oggi come sull'orlo della peggiore crisi di salute mentale degli ultimi decenni, e non è un'esagerazione ipotizzare che gran parte di questa situazione possa essere ricondotta ai loro telefonini. L'articolo, sia per i contenuti che per la parzialità del metodo, è stato però anche molto contestato e criticato.

## I campanelli d'allarme.

Ma i genitori come possono capire se la dipendenza che caratterizza i ragazzi è nella norma o se invece sta diventando patologica? "Ci sono alcuni segni caratteristici come l'alterazione del ciclo sonno-veglia, il mutare della condivisione sociale offline, il modificarsi di alcuni tratti caratteriali - spiega Lavenia. In breve, si potrebbe dire che quando c'è un'alterazione delle abilità relazionali e sociali bisogna fermarsi e interrogarsi su cosa ci sta succedendo".

## Detox per tutta la famiglia.

Il primo passo che i genitori dovrebbero fare è semplicemente quello di prendersi il tempo per sedersi accanto ai figli e chiedere loro cosa fanno online. "Ma senza giudicarli in anticipo o additarli come nulla facenti - avverte Lavenia - bisogna avvicinarsi a loro con curiosità. La stessa che dovrebbero mettere nel conoscere cosa fanno quando non sono in casa, insieme agli amici o a scuola, per esempio. Inoltre, dovrebbero stabilire un momento detox dalle nuove tecnologie

condiviso da tutti i membri della famiglia. Potrebbe trattarsi di tre ore senza cellulare dove si gioca, si ricorre a strategie creative e si fanno lavori manuali, si va dai nonni e si raccolgono informazioni per la creazione di un foto-racconto". Insomma, un momento in cui si abbandona il touch e si torna al contatto. Così mentre prima ai figli si chiedeva com'era andata a scuola, oggi la domanda potrebbe essere: "Com'è andata la tua giornata online?".

## Distinguere tra mezzo e contenuto

Tuttavia, il **capo degli psichiatri del Regno Unito, Prof. Sir Simon Wessely**, ha dichiarato che i risultati siano troppo semplicistici e che i social media siano stati accusati ingiustamente dei motivi per cui così tanti giovani riscontrino difficoltà mentali: "Sono sicuro che i social media svolgano un ruolo nell'infelicità, ma sono fonte sia di vantaggi che di svantaggi. Dobbiamo insegnare ai bambini il modo per far fronte a tutti aspetti dei media sociali – buoni e cattivi che siano – per prepararli ad un mondo sempre più digitalizzato. Rischiamo di incolpare il mezzo per via del messaggio del quale è portatore".

## La tecnologia non è una nemica

Gli strumenti di comunicazione online sono utili strumenti di servizio e non vanno demonizzati a prescindere. Spesso, per mancanza di tempo, si possono usare per darsi un appuntamento, condividere foto, mandare video o momenti che si sarebbero voluti condividere insieme all'altro. Bisogna, però, rileggere i messaggi prima di inviarli. E avere anche un momento successivo per condividere vis à vis, magari arricchendo la narrazione dei fatti con le emozioni che si sono provate. Le parole sono la cornice di un quadro, non la tela con il dipinto.

## Ridare valore alla relazione

Ogni essere umano è in continua evoluzione, e di conseguenza lo è anche la coppia. La condivisione del punto in cui ci si trova, quindi, è sempre importante. Altrimenti ci si perde di vista. Per farlo pienamente, però, bisogna imparare a dis-connettersi dai social e dalle chat e connettersi con la persona che si ha davanti. Così, si può dare fiducia alla persona con cui si sta condividendo il percorso di vita. Non rifiutare e non sfuggire a chiamate se arrivano mentre si sta chiacchierando, potrebbero dare adito a sospetti. Lasciare il cellulare sul tavolo, senza portarlo ovunque (anche in bagno, magari per aprire l'app di un gioco), è un modo per dire "non ho niente da nascondere". Le vacanze possono essere un buon allenamento a ri-trovare una comunicazione non mediata dalle nuove tecnologie.

## Ascoltarsi

Le vacanze dovrebbero farci ritrovare anche un ritmo più lento, più vicino ad assecondare il nostro bisogno di relax. Dovremmo trovare un momento di silenzio ogni giorno, concedendoci dieci minuti solo per noi, da dedicare all'ascolto interiore. Ma spesso non è possibile, a causa di una cattiva organizzazione del proprio tempo, o per sbrigare urgenze lavorative a cui non si può dire di no. Approfittiamo delle vacanze per chiedere a noi stessi e al partner: "Che cosa possiamo fare per migliorare l'intesa di coppia?". "Quali desideri si possono realizzare insieme?". Mettere a tacere gli smartphone può essere utile anche per capire a che punto del progetto della vita a due si è.

## Riaccendere il desiderio

Il desiderio è in calo? Non portiamo a letto tablet, pc, smartphone. La dipendenza tecnologica, tra i suoi effetti, presenta anche astenia sessuale data dall'abbassamento del livello di testosterone, l'ormone responsabile della libido maschile. Secondo uno studio americano, sembra che il 16% degli uomini soffra di totale assenza di stimoli sessuali nei confronti della partner per via del troppo tempo passato a postare e twittare. Navigare continuamente, poi, fa scemare anche le fantasie sessuali di coppia con una conseguente crisi all'interno della relazione. Onde evitare che il malessere nella vita a due si protragga è consigliabile riappropriarsi della propria intimità, magari cominciando dalle vacanze, evitando di portare a letto gli strumenti tecnologici. In vacanza non si ha nemmeno la scusa della sveglia: il cellulare può rimanere in un'altra stanza.

## Ritrovare il piacere di momenti conviviali

Se è vero che oggi non si può prescindere dalle nuove tecnologie, è altrettanto vero che bisogna trovare un equilibrio tra vita reale e vita mediata dallo schermo. Altrimenti si rischia di trascurare ciò che si ha intorno nella vita reale. Il tempo dedicato a una cena fuori con il partner, o a casa, deve essere off limits per pc, cellulare, videogiochi, tablet. Deve, quindi, rimanere tutto spento (a parte il telefono se ci sono necessità famigliari) per accendere l'attenzione su chi si ha di fronte. No al cellulare a tavola mentre si pranza o si cena: questi due momenti devono essere dedicati al confronto e all'ascolto dell'altro.

## Convincere

Rendere qualcuno sicuro, certo di qualcosa, spec. con l'evidenza delle prove o la validità degli argomenti addotti. Indurre, persuadere qualcuno a fare qualcosa.

## Persuadere

Ottenere il consenso di qualcuno, suscitare l'approvazione.  
Indurre qualcuno a riconoscere la realtà, giustizia o fondatezza di qualcosa.

## Influenzare

Condizionare nel comportamento o nell'atteggiamento (.

## Manipolare

Manovrare abilmente, condizionare.

***“La vita umana si è sempre svolta in gruppi, condividere costituisce un elemento essenziale dell'esperienza. Nessuna salute mentale è compatibile senza questo. Non possiamo non curarci degli altri altrimenti non saremmo sani di mente.” Sigmund Freud***

## Glossario elementare

Alert	Allarme per mettere in guardia
Ask	È un servizio di rete sociale basato su un'interazione "domanda-risposta" lo scopo del sito è quello di scrivere domande sul profilo degli altri membri. Il servizio è basato principalmente sull'anonimato: è possibile scrivere le domande in forma anonima sulla bacheca degli altri utenti e seguire i propri amici senza che loro lo sappiano. Per domandare e rispondere è però necessario registrarsi al sito. Il sito, nelle condizioni di utilizzo, stabilisce che gli utenti di ASK devono avere almeno 13 anni
Baby Boomers	I nati dopo la Seconda guerra mondiale
Browser	E' un'applicazione per il recupero, la presentazione e la navigazione di risorse sul web. Attualmente il browser più usato al mondo è Google Chrome. Seguono Internet Explorer, Mozilla Firefox, Opera. Safari è specifico per il mondo Apple.
Challenge o Sfide social	Tutte quelle catene che nascono sui social network in cui si viene nominati o chiamati a partecipare da altri attraverso un tag.
Chat	<p>Il termine chat (in inglese letteralmente "chiacchierata") viene usato per riferirsi a un'ampia gamma di servizi sia telefonici sia via Internet; ovvero quelli che i paesi di lingua inglese distinguono di solito con l'espressione online chat ("chat in linea").</p> <p>Questi servizi, anche piuttosto diversi fra loro, hanno tutti in comune due elementi fondamentali: il fatto che il dialogo avvenga in tempo reale e il fatto che il servizio possa mettere facilmente in contatto perfetti sconosciuti, generalmente in forma essenzialmente anonima. Il "luogo" (lo spazio virtuale) in cui la chat si svolge è chiamato solitamente chatroom (letteralmente "stanza delle chiacchierate"), detto anche channel (in italiano canale), spesso abbreviato chan</p>
Checky	Una App che traccia il vostro comportamento e indica, molto semplicemente, il numero esatto di volte in cui avete controllato lo smartphone nell'arco della giornata, oltre a delineare una mappa dei luoghi in cui lo avete usato.
Facebook	Facebook è un social network lanciato il 4 febbraio 2004, gli utenti possono accedere al servizio previa una registrazione gratuita, durante la quale vengono richiesti dati personali come nome, cognome, data di nascita e indirizzo email. Il sito web chiarisce che l'inserimento obbligatorio della data di nascita serve esclusivamente "per favorire una maggiore autenticità e consentire l'accesso ai vari contenuti in base all'età".

	Completata la registrazione, gli utenti possono creare un profilo personale, includere altri utenti nella propria rete sociale, aggiungendoli come "amici", e scambiarsi messaggi, anche via chat, incluse le notifiche automatiche quando questi aggiornano i propri profili.
Follower	Utente, seguace di un particolare social network (non solo Facebook, Instagram, Ask, ma anche microblogging come Twitter) che si è registrato sulla pagina di un altro utente per visualizzarne i contenuti e i messaggi. Avere tanti followers significa essere una persona seguita, importante.
Followermania	Vale quanto detto per i like. Avere tanti follower è diventato quasi un must have per alcuni personaggi, c'è persino chi li "compra".
FOMO ("Fear Of Missing Out")	La paura di essere tagliati fuori da qualcosa
Generazione X	Nati tra il 1960 e il 1980.
Giovani 2.0	Sono i nati tra il 1984 e il 1996
Giovani 3.0	Sono i nati dopo il 2000.
Google	E' un motore di ricerca per Internet il cui dominio è stato registrato il 15 settembre 1997. Successivamente, il 4 settembre 1998, è stata fondata la società Google Inc. Oltre a catalogare e indicizzare le risorse del World Wide Web, Google Search si occupa anche di foto, newsgroup, notizie, mappe (Google Maps), email (Gmail), shopping, traduzioni, video e programmi creati da Google Inc. È il sito più visitato del mondo.
Google +	include importanti novità rispetto ad altre reti sociali più affermate, introducendo nuovi contenuti multimediali, infatti offre la possibilità di avviare sessioni audio e video, tramite ad esempio i "videoritrovi" (chiamati hangouts), stanze virtuali dove è possibile condividere video e parlare allo stesso tempo con tutti i componenti presenti all'interno, tramite microfono e webcam. Sempre tramite la chat gli utenti hanno la possibilità di scambiarsi file. Google+ presenta delle varianti e delle nuove funzionalità che lo contraddistinguono da altri social network. Il sistema dei contatti è organizzato e suddiviso in "cerchie" ("circles") liberamente creabili e modificabili dall'utente. In modo predefinito sono già presenti cerchie denominate "amici", "conoscenti", "lavoro", "famiglia", "persone che seguo". Tale sistema mira a realizzare un buon livello di privacy. Agendo sulle impostazioni è quindi possibile limitare la diffusione dei dati personali, di qualsiasi notizia o pubblicazione, alle varie cerchie
Hangouts	Hangouts è un software di messaggistica istantanea e di VoIP sviluppato da Google. È disponibile per le piattaforme mobili

	Android e iOS e come estensione per il browser web Google Chrome
Hastag “#”	<p>Da non confondere con tag, su Twitter e altri social network come Instagram è molto utilizzato il termine hashtag che permette di categorizzare i propri tweet per ricondurli a degli argomenti specifici. Per utilizzare l’hashtag ci basterà inserire il carattere “#” prima della parola chiave che si vuole evidenziare.</p> <p>Nel caso venisse cercata la parola chiave il nostro tweet avrà più probabilità di essere trovato e visualizzato così da invitare altre persone nella discussione.</p> <p>Infine è importante sapere che in un tweet è possibile utilizzare sia l’hashtag “#” che il tag “@”.</p>
iGen o iGeneration o Generazione Z	Quella dei nati dopo l’anno 2000
Instagram	Instagram è un social network di proprietà di Facebook che permette agli utenti di scattare foto, applicarvi filtri, e condividerle in Rete.
Like	<p>Facebook è il social media più usato al mondo e il suo pulsante, contrassegnato dalla scritta “like” “mi piace”, consente di condividere un contenuto digitale sul social network Facebook rendendo visibile il numero di condivisioni effettuate; è una funzionalità abilitata dal 9 febbraio 2009 e consente agli utenti di interagire con gli aggiornamenti di stato, commenti, foto, link condivisi da amici e annunci pubblicitari.</p> <p>Like si applica anche a Instagram.</p>
Likemia	<p>Quando diventa particolarmente importante il numero dei like ricevuti: tanti like e tante approvazioni accrescono la popolarità e quindi la sicurezza personale e l'autostima.</p> <p>Ovviamente, vale anche il contrario, ovvero commenti dispregiativi e pochi like condizionano l’umore e l’autostima in negativo</p>
Messenger	Messenger è un’applicazione gratuita disponibile per Android, iOS e Windows Phone che può essere considerata per certi versi un doppione di WhatsApp ma la sua totale integrazione con Facebook la rende un vero e proprio must-have per gli utenti in possesso di smartphone e tablet che hanno provveduto a scaricare anche l’app base di Facebook. Chi utilizza Messenger sul proprio dispositivo può infatti sfruttare l’applicazione per gestire tutte le conversazioni che avvengono su Facebook in maniera estremamente pratica e veloce.
Millennials o generazione Y	Nati tra metà anni 80’ e primi anni 2000
Moment	Una App che vi dice quanto tempo spendente sul vostro telefono (e vi permette di impostare un alert per aiutarvi a diminuire il tempo speso)

	<p>un'app piuttosto utile per chi voglia sapere davvero <b>quanto tempo passa ogni giorno davanti al piccolo schermo touch</b>.</p> <p>Basta installare l'app e attivare il "tracciamento automatico". L'app, senza essere notata, rileverà anche quali sono le applicazioni che ci hanno "preso" di più: quanto tempo abbiamo trascorso a digitare messaggi, <b>quanto su Facebook, quanto su Instagram, quanto su Whatsapp</b>.</p> <p>Tutto questo non per auto-commiserazione o per imporsi chissà quali astinenze da telefono, ma per provare ad avere <b>un utilizzo più consapevole del telefono</b>. "In media prendiamo in mano lo smartphone <b>tra le 150 e le 200 volte al giorno</b>. Le statistiche ci dicono che il 68 per cento delle volte lo facciamo in modo inconsapevole, senza un motivo oggettivo", <a href="#">ci aveva detto qualche tempo fa Alessio Carciofi</a>, esperto di social media e <b>autore di un libro sul "Digital Detox"</b>.</p>
Must have	Oggetto particolarmente di moda il cui acquisto viene presentato come assolutamente necessario.
Nomofobia (no-mobile-phone)	La paura di non avere con sé il cellulare e di non poterlo controllare
Peer to peer	Si dice di rete locale in cui ognuno dei computer collegati ha al pari di tutti gli altri accesso alle risorse comuni, senza che vi sia un'unità di controllo dedicata come server   si dice di software che permette di scambiarsi file fra utenti collegati a Internet.
Shazam	App che "indovina" le canzoni che stiamo ascoltando, è da dicembre 2017 proprietà di Apple. Ma indovina non solo qualsiasi canzone, ma anche programmi televisivi, film o annunci pubblicitari con un ascolto di pochi secondi. Un servizio di grande successo, che conta 1 miliardo di download e circa 175 milioni di utenti mensili.
Skype	<p>Skype è un software proprietario freeware di messaggistica istantanea e VoIP. Esso unisce caratteristiche presenti nei client più comuni ad un sistema di telefonate basato su un network Peer-to-peer.</p> <p>La possibilità di far uso di un servizio a pagamento, SkypeOut, che permette di effettuare chiamate a telefoni fissi, rendono il programma competitivo rispetto ai costi della telefonia tradizionale, soprattutto per le chiamate internazionali e intercontinentali. Con Skype è possibile anche inviare sms a basso costo verso tutti gli operatori di rete mobile.</p> <p>Il 10 maggio 2011 Microsoft ha acquistato Skype per 8,5 miliardi di dollari.</p>

Smartphone	<p>È un cellulare, costruito in modo da poter occuparsi di funzioni più avanzate del semplice telefonare e mandare messaggi.</p> <p>È come un piccolo computer tascabile. Ha un “motore” adeguato non solo a gestire una rubrica telefonica, ma addirittura un vero e proprio sistema operativo “come si deve”.</p> <p>Le funzioni di uno smartphone si possono estendere tramite applicazioni complesse che vanno al di là della semplice rubrica. Controlla la posta elettronica in tempo reale, si può guardare YouTube senza accendere il computer, è possibile prendere appunti veloci, tenersi aggiornati sulle notizie di cronaca e una per gestire i file dentro il dispositivo come se fosse un notebook? Queste sono soltanto pochissime delle funzioni che può avere uno smartphone, semplicemente avviando una delle tante applicazioni (app) già presenti in memoria o facilmente scaricabili attraverso dei negozi virtuali di applicazioni.</p> <p>Sicuramente una delle cose più importanti, che ha portato lo smartphone all’interno delle vite delle persone, però, è stata l’aver internet a portata di mano.</p> <p>Essendo lo smartphone un vero e proprio computer, è possibile avviare una app per navigare sul web, utilizzando la connessione Wi-Fi di casa oppure utilizzando direttamente la rete del proprio operatore, permettendoci di navigare sul web anche in mezzo ad una strada di campagna (sempre che ci sia campo, ovviamente). È dotato di connettività GPS, con la quale è possibile utilizzare il dispositivo esattamente come se fosse un navigatore satellitare.</p>
Snapchat	Snapchat è un servizio di rete sociale per smartphone e tablet. Consente di inviare agli utenti della propria rete messaggi di testo, foto e video visualizzabili solo per 24 ore.
Spotify	<p>È un servizio musicale che offre lo streaming on demand di una selezione di brani di varie case discografiche ed etichette indipendenti, incluse Sony, EMI, Warner Music Group e Universal.</p> <p>Lanciato nell'ottobre 2008 dalla startup svedese Spotify AB, il servizio ha oltre 75 milioni di utenti al 10 giugno 2015.</p> <p>Il 14 settembre 2016 vengono raggiunti i 40 milioni di utenti paganti, acquisendo in soli sei mesi 10 milioni di abbonati.</p>
Tag “@”	Entrato da pochi anni a far parte del nostro vocabolario, il verbo "taggare" è stato introdotto nella lingua italiana come italianizzazione dell'inglese “to tag”, traducibile in italiano come “etichettare” e utilizzato nell'ambito dei Social Network; "taggare" è la possibilità di associare un profilo linkabile ad un'immagine oppure un video postati su facebook antepoendo al nome della persona che si vuole menzionare il simbolo della chiocciola "@": basterà cliccare sulla foto in

	<p>corrispondenza del tag per risalire al profilo della persona. La foto "taggata" (a seconda delle impostazioni della privacy) potrà apparire anche nella bacheca del soggetto taggato. Qualora le impostazioni della privacy siano state ristrette la persona potrà decidere se mostrare o meno sul suo diario il "tag" ricevuto da un suo contatto (amico) facebook.</p> <p>Oltre facebook anche altri social come Twitter e Instagram, ma, in altro modo ,anche Google Plus utilizzano il meccanismo del tag con il fine di menzionare la persona desiderata che riceve notifica dell'avvenuta menzione.</p> <p>Taggare con il simbolo "@", su alcuni social network è possibile trovare dei nomi preceduti dal simbolo "@". Questo significa che questa persona è stata taggata! Con tutto quello che ne consegue Instagram ha dedicato una pagina a questa tematica:  <a href="https://help.instagram.com/186952328121982/">https://help.instagram.com/186952328121982/</a></p>
TEDx speaker	Pensatori. Generatori di idee. Sono gli oratori che hanno tenuto un discorso su TED.com
Tumblr	È una piattaforma di microblogging e social networking che serve a creare un blog e metterci dentro quello che si vuole. Storie, foto, GIF, serie televisive, link, barzellette stupide, battute intelligenti, tracce Spotify, mp3, video, moda, arte, cose profonde. Tumblr è 382 milioni di blog differenti, pieni letteralmente di tutto.
Twitter	<p>Twitter è una rete sociale creata il 21 marzo 2006 che fornisce agli utenti, attraverso l'omonima piattaforma, una pagina personale aggiornabile tramite messaggi di testo con lunghezza massima di 140 caratteri.</p> <p>Gli aggiornamenti sono mostrati nella pagina di profilo dell'utente e comunicati agli utenti che si sono registrati per riceverli.</p> <p>È anche possibile limitare la visibilità dei propri messaggi oppure renderli visibili a chiunque. Il servizio è diventato estremamente popolare, anche come avversario di Facebook, grazie alla semplicità ed immediatezza di utilizzo.</p> <p>Il valore della rete sociale è stato stimato intorno agli 8,4 miliardi di dollari. Twitter nel 2012 ha raggiunto i 500 milioni di iscritti e 200 milioni di utenti attivi che fanno accesso almeno una volta al mese.</p>
Vamping	Rimanere svegli tutta la notte per inviare sms e tweet, chattare
WEB 1.0	Collegamenti ipertestuali (link) tra contenuti diversi. Il web connette l'informazione.
WEB 2.0	Partecipazione degli utenti. Il web connette le persone.
WEB 3.0	Trasparenza dei dati e loro riutilizzo per fini diversi. Il web connette i vari sapere.

WhatsApp	<p>WhatsApp Messenger è un'applicazione di messaggistica istantanea multiplatforma per smartphone creata nel 2009, facente parte dal 19 febbraio 2014 del gruppo Facebook Inc. Attualmente è disponibile per iOS, Android, Windows Phone. Il 1° febbraio 2016 è stato annunciato il raggiungimento di 1 miliardo di utenti.</p> <p>Il 26 luglio 2017 è stato annunciato il raggiungimento di 1,3 miliardi di utenti mensili e 1 miliardo di utenti attivi ogni giorno</p>
YouTube	<p>È una piattaforma web, fondata il 14 febbraio 2005, che consente la condivisione e visualizzazione in rete di video. Gli utenti possono anche votare e commentare i video. Sul sito è possibile vedere videoclip, trailer, video divertenti, notizie, slide show e altro ancora. Nel novembre 2006 è stato acquistato dall'azienda statunitense Google per circa 1,7 miliardi di dollari.</p>