

# Adolescenti digitali

## Una ricerca sull'uso della Rete

Simona Maria Cavagnero, Maria Adelaide Gallina<sup>1</sup>, Renato Grimaldi<sup>2</sup>

*Dottore di ricerca in Scienze dell'Educazione e della Formazione (Dipartimento di Scienze dell'Educazione e della Formazione, Università di Torino)  
Via Gaudenzio Ferrari 9/11, 10124 Torino  
simona.cavagnero@unito.it*

<sup>1</sup>*Ricercatrice in Sociologia generale (Dipartimento di Scienze dell'Educazione e della Formazione, Università di Torino)  
Via Gaudenzio Ferrari 9/11, 10124 Torino  
adelaide.gallina@unito.it*

<sup>2</sup>*Presidente della Facoltà di Scienze della Formazione, (Università di Torino)  
Via S. Ottavio 20, 10124 Torino  
renato.grimaldi@unito.it*

*La ricerca sui giovani e sull'uso di Internet, presentata in sintesi in questo contributo, è stata condotta sul territorio piemontese e si è cercato di studiare quanto sia diffuso l'uso di Internet e dei servizi da esso offerti, oltre che riflettere sull'esistenza o meno di un divario tra i ragazzi delle scuole secondarie di I e di II grado. La ricerca ha coinvolto adolescenti piemontesi, di un'età compresa tra gli 11 e i 19 anni ed è stata coordinata da Enrico Ferro, ricercatore dell'Istituto Superiore Mario Boella (Politecnico di Torino) e commissionata al Dipartimento di Scienze dell'Educazione e della Formazione dell'Università degli Studi di Torino.*

### 1. Introduzione (M. A. Gallina)

I media digitali sono sempre più **personali** perché appartengono alla sfera privata del soggetto: in questo senso, la tecnologia diventa sempre più parte integrante della memoria e dei vissuti degli individui.

Una configurazione che riguarda le nuove generazioni è sicuramente quella del **multitasking**, descritta da Rivoltella (2007) come una situazione di consumo molto diffusa e assai diversa da quelle tradizionali, in cui vengono gestiti molti livelli di comunicazione contemporaneamente e svolti più compiti allo stesso tempo. Si tratta di una capacità incoraggiata dalle tecnologie digitali, di un nuovo stile cognitivo che consente alle nuove generazioni di condurre molte attività nel medesimo tempo.

Un altro aspetto che caratterizza la net generation è relativo al fatto che i giovani sono diventati anche **produttori di media**. Si tratta di una pratica rilanciata da siti come **snep.it**, **YouTube**, **Facebook**, nei quali trovano spazio gallerie di fotografie e filmati personali in cui i giovani si raccontano in Rete e si costruiscono reti sociali attraverso le quali viene decretata la notorietà del singolo **videomaker** e valutato il suo lavoro.

Poiché sul piano educativo, tale fenomeno comporta – come sempre – opportunità e rischi, è sicuramente indispensabile educare alla responsabilità i ragazzi, che oggi si trovano a essere non più solo consumatori, ma anche autori, con tutto ciò che concerne l'etica del rappresentare.

In particolare, con la diffusione del web 2.0, si sono sviluppate e diffuse nuove modalità di interazione: quotidianamente, milioni di persone provenienti da ogni parte del pianeta si incontrano in Rete su **social networks** o **newsgroup**, nelle chat delle grandi **Web communities** o in quelle di piccoli siti e discutono di problemi sia personali, sia di lavoro. Questi soggetti stabiliscono una relazione comunicativa molto stretta, orientata da interessi comuni e da valori condivisi, e in alcuni casi arrivano a conoscersi a fondo, con un forte coinvolgimento emotivo e affettivo. Il web 2.0 nasce infatti quando le persone hanno cominciato a usare la Rete per interagire tra di loro e non solo per trovare dati e informazioni. Internet è diventato quindi lo strumento attraverso il quale si può costruire insieme agli altri una conoscenza diffusa (come Wikipedia), trovare opportunità di lavoro e di carriera (LinkedIn), scambiarsi merci (eBay), ma anche informazioni, confidenze o pettegolezzi (Messenger, Facebook e Twitter), oppure video (YouTube) e ogni altro prodotto audiovisivo, quand'anche protetto dal diritto d'autore (eMule). Dai dati dell'Ottavo rapporto Censis del 2009, dal titolo **I media tra crisi e metamorfosi**, emerge che sono cinque i social network più popolari in Italia: Facebook, noto al 61,6% degli italiani, YouTube (60,9%), Messenger (50,5%), Skype (37,6%) e MySpace (31,8%). Se si considerano soltanto le risposte fornite dal campione dei giovani, le già elevate percentuali raggiungono valori ancora più alti.

Il web 2.0 presuppone la presenza dello **User-Generated Content** o **UGC**, cioè del **contenuto generato dagli utenti**, espressione che si riferisce al materiale disponibile sul web prodotto direttamente da chi ne fruisce: video digitali, blog, podcast, foto scattate con cellulari, wiki. Questo genere di contenuti trova spazio sui siti di **social networking** come **MySpace**, **Friendster**, **Xanga**, **Facebook**, a cui ci si iscrive per conoscere altre persone, condividendo gusti e desideri, ma anche materiali e risorse digitali.

L'uso di questi ambienti e degli strumenti in essi incorporati ha inaugurato un nuovo concetto di audiovisivo, un prodotto 'fai da te', a basso costo, ma straordinariamente appetibile per una vastissima audience [Tirocchi, 2007].

A partire da tali considerazioni, che costituiscono uno scenario di natura scientifica e concettuale, si collocano i risultati della ricerca che ha coinvolto 105 ragazzi delle scuole secondarie di I e di II grado del Piemonte. Nell'anno scolastico 2006-2007, prima che Facebook si diffondesse in maniera significativa, sono stati condotti 14 focus group, coinvolgendo 105 studenti ai quali è stato anche somministrato un questionario su dati socio-anagrafici. Tenendo conto di questi aspetti e delle diverse tematiche riguardanti l'uso di

Internet da parte dei giovani, abbiamo cercato di investigare come questo nuovo spazio dell'azione sociale sia presente nella vita dei giovani, in particolare nella scuola, nella famiglia, nei momenti di socializzazione e di divertimento. Abbiamo quindi ragionato su alcuni modelli di diffusione degli usi di Internet ripresi dalla letteratura.

## 2. Generazione 2.0: tra Internet e social network (S.M. Cavagnero)

La realtà socio-culturale che caratterizza il contesto della post-modernità ci porta a riflettere sulla relazione tra comunicazione ed educazione che riguarda, in particolare, le nuove generazioni.

Partendo dal concetto di generazione, Donati [2002] propone una visione multidimensionale, in cui coesistono tratti anagrafici, storici, biografici e culturali. Tale categoria multidimensionale può essere utile per analizzare gli aspetti della comunicazione attraverso i media, che non può essere ridotta alle sole caratteristiche individuali di tipo socio-demografico (età, genere, livello di istruzione, professione etc.) o ai rispettivi stili di vita (come quelli codificati, per esempio, dal marketing), ma richiede di mettere in stretta relazione più fattori: il contesto fornito dalla famiglia e dalle reti amicali come ambiti di elaborazione dell'esperienza anche mediale, la condivisione di un mondo di valori con altri membri della propria generazione e le diverse fasi del sistema culturale.

L'affinità tra individui che appartengono alla stessa unità di generazione si manifesta nella condivisione di medesimi tratti culturali, che agiscono come fattori di socializzazione all'interno del gruppo. Se la socializzazione tradizionale era basata sulla presenza delle istituzioni e sulla solidità dei valori e delle norme da esse veicolati, l'equivalente processo che caratterizza l'attuale società dell'incertezza è contraddistinta dall'indebolimento delle agenzie tradizionali e dal protagonismo del soggetto, che diventa autore unico delle proprie scelte di vita.

A questo proposito Morcellini [1997] introduce il concetto di **doppio canale della socializzazione**: un contesto in cui si può parlare di **socializzazione tramite mediazione** dove i soggetti continuano ad attribuire valori alle agenzie tradizionali e un altro di **socializzazione senza mediazione**, che avviene attraverso le modalità più informali e interattive della comunicazione anche con i media.

Quest'ultimo modello pone l'accento sul soggetto che cerca di essere protagonista delle scelte di relazione significativa con gli altri mediante la maggiore incisività del gruppo dei pari e dei media per la formazione e il consolidamento dei legami sociali.

Si può perciò parlare di autosocializzazione, in quanto, come afferma Beck [2008, pp. 97-109], i giovani, non avendo più certezze precostituite, si **individualizzano**, ossia sono continuamente impegnati in un'attività di azione, allestimento e rappresentazione di sé che, in un certo senso, si vuole tutelare da eventuali intromissioni degli adulti [Tirocchi, 2007].

Le nuove generazioni sono quindi protagoniste di una sorta di **socializzazione anticipatoria**, che avviene con l'intervento dei media e che precede sia l'intervento delle agenzie educative, sia le relazioni che gli alunni instaurano con i compagni di classe o di gioco. Morcellini [1997] parla di questo primo intervento dei media come di una forma di **socializzazione fatta in casa**, inizialmente fondata sul rapporto con le figure parentali di riferimento.

Le diverse esperienze che i giovani vivono nell'ambito dei contesti scolastici, famigliari, mediatici li portano a organizzarsi in termini di **fai da te**, costruendo la propria identità attraverso "una sorta di **habitus di ricerca** che non ha fine, né può o deve averla" [Beck, 2008, p. 104].

Dal punto di vista delle trasformazioni tecnologiche, osserviamo che, dalla fine degli anni '90, con l'affermarsi dei processi di **digitalizzazione** delle informazioni e di **convergenza** tecnologica, i comportamenti comunicativi dei giovani hanno cominciato a caratterizzarsi per una prevalenza di **interattività e mobilità**.

L'**imperialismo** del consumo televisivo è stato progressivamente affiancato dal protagonismo dei nuovi media, a cominciare dai videogiochi, dal pc, da Internet, sino ad arrivare al cellulare e al social network [Tirocchi, 2007].

Alla luce di queste premesse è necessario indagare sia gli stili di espressione e di comportamento dei giovani, sia l'intervento di mediazione della scuola. Rivoltella e Ardizzone [2007], a questo proposito riflettono su come, con l'avvento del digitale, che ridefinisce sia gli strumenti, sia le modalità di consumo dei media, si assiste a una profonda trasformazione tanto dei processi comunicativi quanto dei processi educativi.

La scuola e i media costituiscono due setting formativi radicalmente diversi: istituzionale e faticoso il primo, sociale e divertente il secondo. La scuola richiede che l'apprendimento si realizzi attraverso un processo sequenziale che decide la sua efficacia formativa sul lungo periodo, a differenza dei media che si adattano ai ritmi di attenzione degli alunni e promuovono un apprendimento meno costrittivo. Ciò richiede, come già sta avvenendo, forme di mediazione che permettano all'educazione e alla comunicazione di diventare protagoniste di un incontro proficuo, visto e considerato che la Rete e l'interazione con essa stanno connotandosi sempre di più come il nuovo spazio dell'azione sociale. Come emerge anche da una ricerca condotta da Rivoltella [2002], i preadolescenti sentono l'importanza di una conoscenza adeguata delle tecnologie infotelematiche per poter affrontare un futuro che non possono immaginare senza l'uso dei media e in particolare della Rete.

L'esperienza individuale e collettiva dei giovani della **net generation** è caratterizzata dalla presenza e dalla mediazione dei mezzi di comunicazione che, con modalità sempre più incisive, modellano le identità dei soggetti sociali. I processi di costruzione dell'identità e dell'integrazione sociale che hanno un carattere dialogico e narrativo [Besozzi, 2006] seguono, attraverso i media, processi di socializzazione informale che avvengono sempre più nelle forme simboliche delle tecnologie mediali.

Le tecnologie della comunicazione sono vissute infatti come **tecnologie del sé**, cioè come dispositivi tecnici che agevolano i processi riflessivi, favorendo forme di autorealizzazione: i siti di **social network** come My Space o Facebook

diventano quindi luoghi di rielaborazione continua della propria identità pubblica e privata [Rivoltella, 2006].

Come dimostrano alcuni dati raccolti nel 2004 a livello internazionale su un campione rappresentativo di adolescenti [Rivoltella, 2006], Internet appartiene alla vita delle giovani generazioni, in quanto più del 90% dichiara di utilizzarlo abitualmente. Una delle attività più frequentate è quella relativa all'ascolto e/o allo scambio di file musicali. Abbastanza diffuso è l'uso della posta elettronica (68%) e dell'attività di ricerca di informazioni (60%). Risultano anche interessanti i dati relativi alla rappresentazione dei rischi associati all'uso della Rete: il 47% dichiara di non parlare mai con persone conosciute in chat e il 52% ritiene di essere sufficientemente capace di valutare l'appropriatezza di un'informazione reperita in Rete.

## **2. L'uso della Rete tra gli adolescenti: l'impianto della ricerca e i principali risultati** **(M.A. Gallina)**

Alla luce di queste brevi riflessioni, si introduce la ricerca condotta sul territorio piemontese in cui si è cercato di studiare quanto sia diffuso l'uso di Internet e dei servizi da esso offerti, oltre che riflettere sull'esistenza o meno di un divario tra i ragazzi delle scuole secondarie di I e di II grado.

La ricerca volta a comprendere gli stili e le modalità d'uso di Internet da parte dei ragazzi piemontesi – che potremmo definire come adolescenti digitali di un'età compresa tra gli 11 e i 19 anni – è stata coordinata da Enrico Ferro, ricercatore dell'Istituto Superiore Mario Boella (Politecnico di Torino) e commissionata al Dipartimento di Scienze dell'Educazione e della Formazione dell'Università degli Studi di Torino.

Nell'anno scolastico 2006-2007, prima che Facebook si diffondesse in maniera significativa, sono stati condotti 14 focus group, interessando istituzioni scolastiche di città e di provincia, coinvolgendo quindi scuole con situazioni problematiche e altre appartenenti a contesti meno disagiati.

La ricerca ha coinvolto 105 studenti – a cui è stato anche somministrato un questionario – suddivisi in scuole secondarie di primo e di secondo grado (rispettivamente per il 41% e il 59%). Le scuole sono localizzate nella città di Torino, in provincia e nella città di Asti: la scelta di lavorare con istituzioni situate non soltanto in aree metropolitane va nella direzione di garantire una più ampia variabilità nei dati raccolti. Come esito non abbiamo un campione casuale e rappresentativo (in senso statistico) ma una raccolta di informazioni che, se da una parte non ci permettono di fare inferenze verso la popolazione di riferimento, dall'altra consentono di far emergere un profilo socio-anagrafico degli intervistati.

Dall'analisi dei dati raccolti con il questionario, emerge che l'età media dei partecipanti è pari a 16 anni e varia in relazione al tipo di scuola. La distribuzione di frequenza della variabile età ben evidenzia il tipo di campione su cui abbiamo lavorato: studenti di 2a e 3a media e studenti del triennio delle

scuole superiori (3a, 4a e 5a). I partecipanti appartengono in prevalenza al genere femminile (55%) e alla nazionalità italiana (nel 90% dei casi). Gli studenti stranieri, in netta minoranza (10%), si distribuiscono tra varie nazionalità (area nordafricana, europea, sudamericana e americana).

Portando l'attenzione sui dati relativi alla dotazione tecnologica, si nota che, in media, gli studenti possiedono 1,6 computer per famiglia: il dato indica che questa risorsa è ormai largamente presente nelle famiglie di orientamento, al pari di altre tecnologie (televisione, telefono cellulare). Sono in netta minoranza gli studenti che non possiedono neppure 1 computer (3%), mentre un numero altrettanto esiguo dichiara di avere anche 4 o 5 computer nella propria abitazione (4%).

La maggior parte di coloro che fruiscono di un computer hanno pure una connessione a Internet (l'84%, a fronte di un 16% che ancora non è connesso in Rete). La quasi totalità dei partecipanti possiede un telefono cellulare (99%), di questi però solamente il 15% dichiara di avere un telefonino collegato a Internet. La tecnologia Internet integrata con il telefonino, pur presentando un deciso incremento tra i consumatori, non è ancora pienamente adottata dai giovani, che preferiscono ancora utilizzare il cellulare per comunicare con i propri pari.

Si evince che esistono differenze tra i ragazzi della scuola secondaria di I grado e quelli della secondaria di II grado sulla dotazione di risorse infotelematiche. Gli studenti delle superiori possiedono quasi due computer per famiglia, a fronte di una media di 1 computer per quelli delle scuole medie; sono collegati a Internet in misura maggiore (89% a fronte del 76% delle scuole medie) con modalità adsl (73%), piuttosto che con modem. La percentuale dei telefonini collegati a Internet è maggiore per gli studenti della scuola media (26%) rispetto a quelli della scuola superiore (8%). Probabilmente ciò è dovuto al fatto che i ragazzi più giovani hanno acquistato la loro dotazione più di recente e, quindi, hanno attinto alla generazione dei telefonini di ultima generazione.

Prendendo in esame le differenze sull'uso di Internet tra gli studenti della scuola secondaria di I grado e quelli di II grado, sia in termini di ore di connessione nell'arco temporale di una settimana, sia di strumenti adoperati (posta elettronica, chat, forum, etc.), mediante un'analisi della varianza emerge che gli studenti delle superiori possono considerarsi fruitori più assidui della Rete rispetto ai ragazzi delle scuole medie (17 ore contro 3,5 ore).

I ragazzi dichiarano che l'uso più diffuso della Rete è costituito da una molteplicità di strumenti che permettono non solo di comunicare mediante chat e forum, ma anche di effettuare acquisti on-line, di scaricare e caricare musica e filmati, e di costruire siti Internet. La distribuzione di frequenza delle risposte multiple date dagli studenti indica un maggior ricorso alla posta elettronica quale modalità di relazione con i pari, all'ascolto e al download di files musicali, al download di tesine per le attività scolastiche e al download di filmati. Soltanto il 6% dichiara di avere un blog personale e l'8% di saper costruire un sito Internet, indicando una partecipazione più attiva nei confronti di usi più dinamici della Rete. Analogamente la partecipazione ai forum ha ricevuto il 5,7% delle risposte. I dati forniti dagli studenti non ci consentono di parlare di **digital divide**

in merito alla dotazione tecnologica delle risorse infotelematiche e sottolineano un sostanziale allineamento a tale risorsa rispetto ai paesi europei. Differenze strutturali esistono tra i due tipi di scuola, in relazione al numero medio di ore settimanali di connessione a Internet. Gli studenti delle scuole medie usano la Rete per circa 3,5 ore alla settimana, contro un utilizzo di 17 ore degli studenti delle superiori. Le risposte sugli usi più comuni effettuati in Rete delineano una preferenza verso attività di tipo comunicativo più che scolastico e ciò vale sia per gli studenti delle medie, sia per quelli delle superiori.

Infine, un altro dato strutturale che appare scontato è il diverso modo di fruire delle risorse Internet: di tipo più attivo e più orientato alla comunicazione per gli studenti delle superiori e di tipo più passivo per gli studenti delle scuole secondarie di I grado. Questi ultimi fruiscono di risorse già presenti in rete scaricando tesine e materiale scolastico, musica e filmati, e caricando risorse da loro predisposte. Gli studenti delle superiori, invece, si appropriano delle diverse forme della Rete per sperimentare nuove parti della loro personalità, costruendo blog personali o lasciando commenti nei blog dei loro amici, intervenendo ai forum e costruendo propri siti Internet.

Attraverso la conduzione dei focus group si è investigato come le modalità di uso della Rete e gli strumenti di interazione influenzino quattro sfere della vita dei ragazzi: **scuola**, **divertimento**, **socializzazione** e **famiglia**. Il materiale raccolto con le registrazioni dei focus group è stato sistematizzato in un insieme di asserti e nessi tra asserti, secondo un approccio simile a quanto avviene nell'analisi dei testi e nella ricerca etnografica; si è ovviamente tenuto conto della specificità del materiale, che deriva anche dalle dinamiche instaurate nel corso della discussione e dal ruolo del moderatore che ha gestito le interazioni gruppo, facendo emergere il punto di vista dei ragazzi. Per l'analisi del materiale ricavato dalle sessioni esplorative sono state definite griglie e schemi, che hanno permesso di sistematizzare opinioni e posizioni riguardanti l'uso di Internet. Si è cercato di cogliere il divario digitale dei partecipanti tra gli ordini di scuola di I e di II grado. Si è quindi ragionato su modelli di diffusione degli usi di Internet che stanno seguendo sostanzialmente una curva logistica secondo l'approccio della stratificazione, che consente di mettere in evidenza il **digital divide** come espressione non solo nel fruire o meno della tecnologia in questione, ma come risultato della qualità delle strutture hardware e software che si possiedono, del tipo di uso che se ne fa, delle competenze, della disponibilità o meno delle reti sociali, delle politiche di **governance** [Sartori, 2006].

Dalle discussioni è emerso il dato secondo cui alcuni ragazzi si avvalgono delle risorse infotelematiche per interagire soprattutto con il gruppo dei pari, per fare acquisti on-line e per condividere momenti di vita, a dimostrazione che la Rete sta diventando sempre più un nuovo spazio dell'azione sociale in cui gli adolescenti stabiliscono e individuano ruoli che permettono loro di trovare soluzioni e di compiere azioni anche in un contesto virtuale. Mentre per i ragazzi delle scuole secondarie di I grado questo nuovo spazio sociale investe principalmente la sfera familiare e quella scolastica, per i ragazzi delle scuole secondarie di II grado esso coinvolge in particolare la sfera della socializzazione e del divertimento. Si tratta di differenze ovviamente in linea con

le tappe dello sviluppo evolutivo: per i ragazzi delle scuole secondarie di I grado è ancora necessario il supporto della famiglia, anche nel primo approccio all'uso della Rete, mentre per quelli delle secondarie di II grado si profila una maggiore autonomia, in quanto cercano l'approvazione dei loro amici e sono poco propensi a uniformarsi alle richieste dei genitori.

Per il futuro sarà necessario riflettere, oltre che su un divario strutturale tra la scuola secondaria di I grado e quella di II grado, anche sul divario che da sempre esiste tra giovani e adulti e che si riflette nel rapporto tra insegnanti e alunni nei modelli di insegnamento/apprendimento.

### **3. Il divario digitale del futuro: alcune riflessioni (R. Grimaldi)**

Confrontando le opinioni emerse dei 14 focus group condotti, ci siamo proposti di cogliere se e dove esiste il divario digitale, prendendo in esame i diversi ordini di scuola in oggetto, collocati in ambiti territoriali di città e di provincia.

Cosa intendiamo, però, per divario digitale? In letteratura si considerano solitamente cinque indicatori per misurare l'uso di Internet e, dunque, per studiare come contrastare il divario digitale [Di Maggio, Hargittai, 2001, citato in Sartori, 2006, pp. 39-40]:

- la qualità dei mezzi tecnici a disposizione;
- la competenza (o capacità) digitale;
- il sostegno di reti sociali (poter contare su colleghi, personale di supporto, amici, famigliari, etc.);
- l'autonomia di uso, intesa come luogo di accesso individuale;
- l'esperienza, il tempo di pratica on-line e la varietà di usi che ne discendono.

La società del nuovo millennio è sempre più influenzata non solo da trasformazioni socio-culturali ed economiche, quali la globalizzazione dei mercati, lo sviluppo progressivo di un'economia dei servizi sempre più avanzata, il cambiamento del mondo del lavoro e del contesto del sistema scolastico e formativo, ma anche da elementi legati alla circolazione e alla diffusione di conoscenza. In particolare, nella nostra società l'accesso e l'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione rappresentano un prerequisito di crescita economica e sociale, in quanto strumenti molto potenti, in grado di aprire nuove opportunità di sviluppo.

Occorre ricordare che esiste anche un divario digitale [Gallino, 2000] che non è un problema soltanto tecnico di connessione o di possesso di strumenti infotelematici, ma una questione molto più ampia, che mette in gioco più aspetti tra loro correlati: il saper leggere e scrivere, l'educazione e la formazione permanente, l'analfabetismo tecnologico, le abilità intellettuali e pratiche degli individui, delle minoranze e dei disabili, la padronanza dell'innovazione

tecnologica, la produzione di contenuti, la qualità della vita, l'espansione di specifiche comunità, l'inserimento nel mondo del lavoro, la capacità di partecipare attivamente alla nuova economia e lo sviluppo di uno spazio di interesse pubblico e di servizi sociali governativi [Castells, 2004].

Tenendo conto di questi aspetti e delle diverse tematiche riguardanti l'uso di Internet da parte dei giovani, abbiamo cercato di investigare come questo nuovo spazio dell'azione sociale sia presente nella vita dei giovani, in particolare nella scuola, nella famiglia, nei momenti di socializzazione e di divertimento.

Abbiamo ragionato su alcuni modelli di diffusione degli usi di Internet ripresi dalla letteratura. La diffusione di Internet sta seguendo un andamento sostanzialmente come una curva logistica, dove sull'asse delle ascisse abbiamo il tempo e sull'asse delle ordinate misure cumulative della diffusione. Una lenta penetrazione iniziale è seguita da una forte crescita, per raggiungere poi un livello di saturazione. A questo punto, si confrontano due diversi approcci [Sartori, 2006, pp. 32-33, ripreso in Grimaldi, 2006, pp. 17-24]: **l'approccio della normalizzazione e l'approccio della stratificazione.**

Secondo **l'approccio della normalizzazione** il divario digitale è spiegato secondo un punto di vista unidimensionale (ad esempio ragazzi che hanno o non hanno l'accesso a Internet); i giovani si distribuiscono in gruppi che hanno l'accesso all'innovazione in tempi differenti (ad esempio prima aderiscono i ragazzi delle classi sociali più elevate e via via tutti gli altri gruppi). Con questo approccio è solo questione di tempo e i vari gruppi si ritroveranno insieme al punto di saturazione; non occorrono interventi mirati dall'esterno, ma giocano a favore di questa prospettiva il fatto che la banda larga arriverà dappertutto, che i costi per l'hardware, il software e i canoni di abbonamento verso le linee di telecomunicazione diminuiscono drasticamente, che la cultura della Rete 'sgocciola' tra pari verso il basso, portando tutti a ricongiungersi al medesimo punto di arrivo. Evidentemente si tratta di un punto di vista 'ottimista'. **L'approccio della stratificazione** risponde a un punto di vista multivariato, che vede il **digital divide** come espressione non solo nell'avere o meno la tecnologia, ma come risultato della qualità delle strutture hardware e software che si possiedono, del tipo di uso che se ne fa, delle competenze, della disponibilità o meno delle reti sociali, dei caratteri sociali individuali di chi le usa, delle politiche di **governance**. In questo caso i vari gruppi possono avere sia tempi di partenza differenti, sia diversi punti di arrivo, differenze che possono anche accentuarsi ulteriormente con il passare del tempo.

In questa analisi abbiamo adottato come modello di spiegazione **l'approccio della stratificazione**. Esso ci ha stimolato a intercettare le diverse forme del divario digitale tra gli alunni delle scuole piemontesi, al fine di **sollecitare politiche attive** che consentano il superamento del divario digitale. Alla luce di questi modelli, un ruolo importante nella diffusione di una cultura tecnologica è richiesto ai diversi attori sociali: tra questi la scuola ha una funzione fondamentale nella diffusione delle competenze sull'uso della Rete. È perciò importante che gli insegnanti siano consapevoli delle competenze che possiedono su tali mezzi e che riconoscano quanto le tecnologie informatiche siano utili per l'attività scolastica. Alcuni docenti non valutano quanto i ragazzi

utilizzino la Rete e, anziché considerarla una risorsa per l'apprendimento, non si avvalgono delle tecnologie infotelematiche perché temono di perdere il senso dei contenuti della propria disciplina e il contatto diretto con gli allievi: in questo modo non riescono a creare un giusto equilibrio tra la didattica tradizionale e quella che potrebbe usufruire delle novità offerte dai mezzi tecnologici in continua evoluzione.

## Riferimenti bibliografici e sitografici

- Besozzi E. (2006), *Società, cultura, educazione*, Carocci, Roma, 2006.  
- *Il processo di socializzazione nella società moderna e contemporanea*, in Ribolzi L. (a cura di), *Formare gli insegnanti*, Carocci, Roma, 2002.  
Borgna P. (a cura di), *Manuale di sociologia*, De Agostini Scuola, Novara, 2008.  
Castells M., *La nascita della società in rete*, Egea, Milano, 2002.  
- *La città delle reti*, Marsilio, Venezia, 2004.  
Cipolla C., De Lillo A., *Il sociologo e le sirene. La sfida dei metodi qualitativi*, FrancoAngeli, Milano, 1996.  
Corrao S., *I focus group*, FrancoAngeli, Milano, 2000.  
Di Maggio P., Hargittai E., *From the Digital Divide to Digital Inequality. Studying the Internet as Penetration Increases*, Princeton University Center for Arts and Cultural, 2001.  
Gallina M.A., *I divari del futuro*, Bonanno Editore, Acireale-Roma, 2009.  
Gallino L., *L'uso delle nuove tecnologie nella didattica*, in *Rassegna dell'istruzione*, 2, pp. 52-54, 2003.  
Granieri G., *La società digitale*, Laterza, Roma-Bari, 2006.  
Grimaldi R. (a cura di) *Disuguaglianze digitali nella scuola*, FrancoAngeli, Milano, 2006.  
Losito M., *L'analisi del contenuto*, FrancoAngeli, Milano, 1993.  
Morcellini M. (a cura di), *La scuola della modernità: per un manifesto della media education*, Milano, FrancoAngeli, 2004.  
- *Passaggio al futuro: formazione e socializzazione tra vecchi e nuovi media*, FrancoAngeli, Milano, 1997.  
Morcellini, M. Rivoltella, P.C. (a cura di), *La sapienza di comunicare. Dieci anni di Media education in Italia e in Europa*, Erickson, Trento, 2007.  
Neresini F. (a cura di), *Interpretazione e ricerca sociologica. La costruzione dei fatti sociali nel processo di ricerca*, QuattroVenti, Urbino, 1997.  
Rivoltella P.C., *Screen Generation. Gli adolescenti e le prospettive dell'educazione nell'età dei media digitali*, Vita e Pensiero, Milano, 2007.  
Sartori L., *Il divario digitale, Internet e le nuove disuguaglianze sociali*, Bologna, Il Mulino, 2006.  
Tirocchi S., *Ragazzi fuori. Bullismo e altri percorsi devianti tra scuola e spettacolarizzazione mediale*, FrancoAngeli, Milano, 2008.  
Tirocchi S., Andò R., Antenore M., *Giovani a parole. Dalla generazione media alla networked generation*, Guerini e Associati, Milano, 2002.