

M E T I S

ricerche di
sociologia
psicologia e
antropologia
della
comunicazione

ἤπις

Giovani e innovazione: *youth work* come spazio di sviluppo per le culture giovanili?

Daniele Morciano

Oltre il piacere. I ragazzi e l'uso della pornografia

Cosimo Marco Scarcelli

Identità, inclusione e marginalità nei giovani napoletani dei Quartieri Spagnoli e Scampia

Angelo Romeo

Il telefonino tra utilità e necessità

Nidia Batic

La costruzione della realtà sociale in un orizzonte culturale plurale. Charles Wright Mills e l'immaginazione sociologica

Fiammetta Fanizza

Dominant Dichotomous Pairs Regarding Culture and Civilization. A Romanian Perspective

Adrian Lesenciu

«The use of force in society». Pareto and the (Machiavellian) Residue of Violence

Andrea Lombardinilo

Sangue e perdono. Narrazioni identitarie e interpretazioni del codice d'onore nell'Albania contemporanea

Amedeo Boros

Skillful Aesthetic Experience and the Enactive Mind

Alfonsina Scarinzi

I fondamenti relazionali e sociologici del teatro

Ilaria Riccioni

L'esperienza festivaliera: costruzione identitaria e stili di vita

Diana Salzano, Antonella Napoli, Mario Tirino

Travestimenti comunicativi

Graziella Pagliano

Revolutionary Songs, Human Mobility and Global Education

Maria de São José Côte-Real

cleup

2017

Direttore responsabile
Giancarlo Volpato

Direzione scientifica
Mariselda Tessarolo e Angelo Boccato

Comitato scientifico
PierPaolo Bellini (Università del Molise)
Amedeo Boros (Università di Padova)
Vanni Codeluppi (IULM, Milano)
Maria Sao José de Corte-Real (Universidade Nova del Lisboa, Portogallo)
Juan Delval (UNED Madrid, Spagna)
Francesco Giorgino (Università La Sapienza, Roma e LUISS, Roma)
Adrian Lesenciuc (Academia Fortelor Aeriene Braşov, Romania)
Andrea Lombardinilo (Università di Chieti, Pescara)
Maurizio Merico (Università di Salerno)
Maria Montes (Università di Santiago, Spagna)
Laura Quintanilla (UNED Madrid, Spagna)
Ilaria Riccioni (Libera Università di Bolzano)
Angelo Romeo (Università di Perugia)
Alfonsina Scarinzi (Università di Göttingen, Germania)
Gigliola Sulis (Università di Leeds, Gran Bretagna)
Junji Tsuchiya (Università di Waseda, Tokyo, Giappone)
Laura Verdi (Università di Padova)
Tristano Volpato (Universidad Autónoma Metropolitana, Ciudad de México, México)

Redazione
Eleonora Bordon, Raluca Levonian, Livia Gaddi, Fiammetta Fanizza

METIS is a peer reviewed journal.
Papers submitted to the journal are sent out for review to two or three referees without disclosing the identity of the authors

Prima edizione: luglio 2017

© 2017 CLEUP sc
Tutti i diritti riservati

Registrazione del Tribunale di Padova
n° 1517 del 10/07/96

ISSN 1592-6311
DOI 10.23737/METIS2017
ISBN 978 88 6787 796 6

Via Belzoni, 118/3 - 35121 Padova
www.cleup.it
www.facebook.com/cleup

INDICE

Presentazione	5
Mariselda Tessarolo, Angelo Boccato	
Giovani e innovazione: <i>youth work</i> come spazio di sviluppo per le culture giovanili?	7
Daniele Morciano	
Oltre il piacere. I ragazzi e l'uso della pornografia	29
Cosimo Marco Scarcelli	
Identità, inclusione e marginalità nei giovani napoletani dei Quartieri Spagnoli e Scampia	53
Angelo Romeo	
Il telefonino tra utilità e necessità	67
Nidia Batic	
La costruzione della realtà sociale in un orizzonte culturale plurale. Charles Wright Mills e l'immaginazione sociologica	91
Fiammetta Fanizza	
Dominant Dichotomous Pairs Regarding Culture and Civilization. A Romanian Perspective	105
Adrian Lesenciuc	

«The use of force in society». Pareto and the (Machiavellian) Residue of Violence Andrea Lombardinilo	119
Sangue e perdono. Narrazioni identitarie e interpretazioni del codice d'onore nell'Albania contemporanea Amedeo Boros	139
Skillful Aesthetic Experience and the Enactive Mind Alfonsina Scarinzi	163
I fondamenti relazionali e sociologici del teatro Ilaria Riccioni	177
L'esperienza festivaliera: costruzione identitaria e stili di vita Diana Salzano, Antonella Napoli, Mario Tirino	201
Travestimenti comunicativi Graziella Pagliano	221
Revolutionary Songs, Human Mobility and Global Education Maria de São José Côrte-Real	233
<i>Abstracts</i>	255
<i>Norme per i collaboratori</i>	263

IL TELEFONINO TRA UTILITÀ E NECESSITÀ

Nidia Batic*

1. Introduzione

Il primo telefono cellulare fu venduto il 6 marzo 1983 (Stelladoradus, consultato il 22 maggio 2017)) e, a distanza di 32 anni, secondo l'ultimo dato fornito dall'International Telecommunication Union¹, nel mondo si contavano 7,2 miliardi di telefoni cellulari (sim active), con un indice di penetrazione pari a 98,6 per 100 abitanti². A livello nazionale il 93,6% delle famiglie possiede almeno un cellulare (ISTAT, 2014) e il 64,8% degli italiani usa uno smartphone, con un picco dell'89,4% tra i giovani di 14-29 anni (Censis, 2016).

È quasi superfluo ricordare che l'utilizzo del cellulare presuppone il possesso di una competenza³ comunicativa che rende possibile lo scambio comunicativo e di relazione tra le persone, di

* Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche, Università di Udine.

¹ ITU - International Telecommunication Union, *Time series by country (until 2015)* <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>, consultato il 26/10/2016

² Dato stimato dall'ITU per il 2016.

³ La competenza si manifesta nel momento in cui un soggetto si trova in situazione di problem solving, quando cioè si trova a dover affrontare una situazione per lui nuova e deve dimostrare di saperla gestire facendo ricorso ad un insieme di abilità cognitive e sociali (Boscolo, 1997) che derivano dal suo bagaglio di esperienze di vita e di relazione. Le competenze si configurano inoltre come strutturalmente capaci di trasferire la loro valenza in diversi campi, generando così dinamicamente una spirale di altre conoscenze e competenze che si auto implementa.

conseguenza un soggetto dimostrerà la sua competenza nel momento in cui sarà in grado di utilizzare in maniera adeguata canali, linguaggi e codici (verbali e non verbali) per trasmettere messaggi. La sua competenza sarà completa se sarà in grado non solo di trasmettere ma anche di prevedere quali potrebbero essere le reazioni/retroazioni al suo atto comunicativo. In altre parole, potremo parlare di competenza comunicativa se saremo in grado di controllare la situazione e di scegliere consapevolmente cosa dire, come e quando farlo.

Il requisito della competenza comunicativa vale a qualunque livello, dalla comunicazione di base a quella di massa, e sicuramente l'utilizzo del telefono cellulare l'ha affinata nei soggetti che lo usano. La competenza comunicativa si mette alla prova nel momento in cui il soggetto deve utilizzare il telefonino e adottare il suo stile comunicativo. Il telefonino non permette il contatto corporeo (gusto, olfatto e tatto sono esclusi dal campo comunicativo) ma prevede di utilizzare l'apparato uditivo e fonico (nella conversazione vocale) e la vista (nella gestione dei messaggi scritti, delle immagini e dei video). In ogni caso, le regole fondamentali della comunicazione restano le stesse: si dà avvio a una azione comunicativa con l'intenzione di trasmettere un messaggio e l'aspettativa che questo provochi una retroazione a livello comunicativo e/o pragmatico. Quello che differenzia il cellulare dal telefono fisso è la possibilità di comunicare anche attraverso la scrittura e le immagini, e questo comporta la condivisione di codici tra emittente e ricevente, diversi da quelli usati nel parlato.

Si può pensare a un vero e proprio lessico del messaggio telefonico scritto, laddove non serve dilungarsi in frasi lunghe e complete per esprimere un pensiero, ma attraverso l'uso di grafemi, abbreviazioni, sigle, frasi fatte (Marrone, 1999), emoticon o altre immagini, si possono trasmettere, in poco spazio e in poco tempo, messaggi completi che possono essere fruiti velocemente⁴.

⁴ In questa sede non si prenderà in considerazione la componente linguistica e semiotica per circoscrivere la riflessione sul significato psico-sociale dell'atto comunicativo.

La velocità del passaggio della comunicazione è una peculiarità del telefono, in particolare del cellulare, soprattutto per quanto riguarda la messaggistica, che può passare attraverso gli sms o una delle tante 'app per chattare' disponibili sul mercato. Di fatto con il cellulare la dimensione spazio-temporale della comunicazione deve essere ridisegnata. Con il telefono fisso c'erano dei vincoli oggettivi: non si poteva telefonare quando si desiderava, perché la persona cercata poteva non essere in casa (e quindi non raggiungibile) o, se l'emittente era fuori casa, non aveva sempre un telefono a portata di mano (o, se c'era, poteva essere fuori uso o non si avevano le monetine o i gettoni!). Se si trattava della necessità di telefonare da fuori casa per motivi di emergenza, l'apparecchio fisso rappresentava un grosso limite. Tutto questo con il cellulare non accade più. Addirittura possiamo dire che grazie al telefonino gli individui hanno guadagnato la straordinaria libertà di potersi spostare e contemporaneamente mantenere contatti con la famiglia, gli amici, il lavoro, senza perdite di tempo o affanni. In questo modo è come se si abbattessero i «limiti di spazio e di tempo che caratterizzano la vita quotidiana» e al tempo stesso si recuperassero i tempi morti e i non-luoghi «sinora ritenuti improduttivi e, in generale, socialmente inutili» (Marrone, 1999, p. 15). In tal modo il telefonino è riuscito a provocare dei cambiamenti che coinvolgono non solo la sfera personale di chi lo utilizza, ma anche in quella collettiva. Ad esempio non è più uno *status symbol* come accadeva nei primi anni della sua comparsa sul mercato, ma ha superato le barriere economiche e sociali per diventare un oggetto di tutti (*ibidem*).

Con la disponibilità di un telefonino, non ha quasi più senso distinguere tra tempo della famiglia e della vita privata e tempo del lavoro, consentendo alle persone di interloquire con chiunque, sempre, in qualunque luogo si trovino (Vattimo, 1996). Allo stesso tempo questa forma di libertà «fa emergere il problema di una ridefinizione dello spazio e del tempo e il modo in cui conciliarli» (Vattimo, 1996, p. 83). Inoltre quando si comunica al cellulare «la nostra collocazione fisica non determina più dove e chi siamo a livello sociale» (Meyrowitz, 1995, p. 190).

Il cellulare sposta la comunicazione in un non-luogo fisicamente riconoscibile ed è il 'mio' cellulare che diventa il «luogo della comunicazione». Per accedere a una comunicazione non dipendiamo più da un luogo fisico; è il mondo che viene direttamente a noi, ovunque noi siamo, attraverso una 'semplice connessione'.

Non è più necessario essere fisicamente soli con degli individui per essere socialmente soli con loro. Quando ci sono altre persone 'dentro' il telefono (radio o Tv), gli incontri personali subiscono un mutamento. (Meyrowitz, 1995, p. 193; Munford, 1963)

La nostra collocazione spaziale non ha più importanza quando siamo al telefonino, però culturalmente siamo legati alla dimensione spaziale del rapporto interpersonale, e quando si riceve una telefonata al cellulare non si chiede 'chi è?' (perché lo leggiamo sul display), ma piuttosto 'dove sei?'.

Il tempo della comunicazione è il 'mio' tempo e sono io a decidere quando accendere il telefonino, ma diventa 'tempo di tutti' una volta che l'ho attivato. Il cellulare ha un potenziale comunicativo/interattivo per 24 ore, che si interrompe solo a seguito di un atto di volontà personale.

Uno dei grandi vantaggi del telefonino è quello di poter essere spento quando si vuole. Dunque la possibilità di raggiungere ed essere raggiunti, in qualunque momento e in qualunque luogo, che rappresenta una potenzialità comunicativa ad alto valore personale e sociale, può essere vanificata con una semplice pressione sul tasto off. Ma quanti nella realtà approfittano di questo semplice modo per riconquistare la propria autonomia? Solo il 45,1% delle persone lo spegne sempre di notte e il 43,6% sempre durante il culto religioso. E nemmeno nei luoghi pubblici, dove uno squillo e una conversazione potrebbero recare disturbo, si spegne sempre il cellulare, piuttosto si zittisce la suoneria, pronti comunque a scambiare messaggi scritti (o perlomeno leggerli). Nella maggior parte dei casi si opta per un cellulare operativo e con la suoneria funzionante: nei mezzi pubblici (71,9%), nei

negozi (78,8), alla guida (74,1%) o allo stadio (67,4%). È interessante notare che quando le persone non vogliono essere disturbate, solo nel 34,3% dei casi spengono il cellulare, diversamente vogliono essere in grado di visualizzare il chiamante e tengono comunque acceso l'apparecchio (al massimo disattivano la suoneria) (Batic, 2013).

Si è scritto molto sulla funzione del telefono fisso e molte considerazioni possono essere applicate anche al cellulare. Secondo alcuni studiosi, a livello psicologico, la presenza del telefono può indurre in uno stato di perenne allerta, perché una telefonata può arrivare in qualunque momento (Kern, 1983; Brooks, 1976), mentre altri sostengono che il telefono riesca a indurre un senso di sicurezza psicologica e anche fisica (Aronson, 1971). Noble (1989) ritiene che una telefonata possa addirittura aumentare il senso di autostima in quanto dimostra che c'è un interessamento degli altri verso di sé.

C'è chi sostiene che il telefono comporti una forma di logorò psicologico in quanto i messaggi arrivano ma non sono richiesti e la conversazione telefonica improvvisa non può essere preparata come invece accade con quella scritta, che lascia indubbiamente più spazio alla riflessione (Marvin, 1994).

Si può invece concludere che il cellulare concilia i due canali, quello scritto e quello orale, e allora anche il telefono potenzialmente permette di dare tempo alla riflessione, anche se di fatto la velocità con cui sono composti e inviati i messaggi non fa intendere la presenza di lunghe o ponderate riflessioni.

Con il cellulare, specialmente i giovani, stabiliscono una relazione emotiva a volte molto forte, anzitutto perché ci si può connettere con tutti, velocemente, si può sapere dove sono e quindi si possono raggiungere (o cambiare appuntamenti all'ultimo momento).

È stato confermato in una ricerca del 2015 da Gaddi e Ndreu che

il cellulare cancella le distanze fisiche, rappresenta un'estensione di sé, per questo [i giovani] lo indossano, lo tengono sempre acceso

perché spegnerlo causa una distanza emotiva con gli altri, e questo è inconcepibile, li fa stare male. La medesima risposta emotiva è presente quando non c'è campo [...] si sentono soli, afflitti e vanno in panico. (p. 89)

Il cellulare è un 'surrogato di umanità', che però nel tempo si è trasformato in un oggetto di cui non si può fare a meno. È vero che non si può «baciare un pezzo di plastica anche se ha la voce del vostro amato» (Di Gregorio, 2003, p. 124) ma con uno smartphone lo si può vedere, ovunque egli sia, e questo in un certo modo accorcia le distanze, anche se ovviamente non può supplire alla fisicità della presenza reale.

Il cellulare risponde e allo stesso tempo alimenta il bisogno di comunicazione, aumenta le occasioni di intimità ma allo stesso tempo può causare una violazione degli spazi personali. È diventato un oggetto che scandisce i vari momenti di una giornata, a partire dalla sveglia del mattino per poi regolare gli appuntamenti sull'agenda, consentire scambi di messaggi, foto, video e, naturalmente, telefonate. Lo si usa nel tempo libero per giocare, per viaggiare, per essere sempre informati in tempo reale attraverso la connessione alla rete, e non solo (Monaco, consultato il 28/10/2016).

Il telefonino è diventato parte integrante della vita delle persone, e mentre per alcuni l'accorgersi di non averlo con sé non causa particolari reazioni di ansia o nervosismo (Batic, 2013), per altri porta, specialmente tra i giovani, ad un uso patologico che è assimilabile alla dipendenza da sostanze. La sua assenza provoca astinenza quando non è immediatamente a portata di mano, inducendo nei nomofobici il panico da cellulare dovuto alla impossibilità di connettersi alla rete (Maltese, 2012), un senso di angoscia e di vuoto e l'incapacità di svolgere qualsiasi attività (Costantini, 2008).

Dal punto di vista psicologico e sociale, il telefonino sembra assolvere a tre funzioni: regolare la distanza nelle relazioni e nella comunicazione, gestire la solitudine e l'isolamento, vivere e dominare la realtà (Monaco, consultato il 28/10/2016). Da un

lato, infatti, è un mezzo che consente di abbattere le distanze spazio-temporali tra due (o più) persone (ma che può anche rappresentare un ‘guinzaglio telematico’ che consente un controllo costante dell’altro (Carlini e Cozzolino, consultato il 28/10/2016)), dall’altro rappresenta una barriera che può proteggere da un contatto troppo diretto che potrebbe creare ansia o insicurezza. Lewis Mumford affermava addirittura che gli esseri umani

tendono a socializzare meglio a distanza, invece che nelle sfere immediate, limitate e locali; a volte raggiungono un rapporto ottimale quando, come nel caso del baratto tra selvaggi, nessun gruppo è visibile all’altro. (Mumford, 1963, p. 240)

La funzione di antidoto alla solitudine che il cellulare ha assunto probabilmente è andata oltre le intenzioni di chi lo ha inventato, ma rappresenta una funzione importante di questo mezzo di comunicazione. C’è chi lo definisce ‘ansiolitico multimediale’, riconoscendo che il cellulare ha assunto quasi il ruolo di antidepressivo (che però può creare anche dipendenza!) in quanto l’altro è sempre potenzialmente raggiungibile e disponibile al contatto (Monaco, consultato il 28/10/2016), e c’è anche chi sostiene che il telefonino possa rispondere più alla necessità di non sentirsi soli che a quella di poter comunicare o addirittura favorire la solitudine più che esorcizzarla (Di Gregorio, 2003).

L’uso quotidiano del cellulare, inoltre, può portare ad arricchire i rapporti virtuali tra le persone ma, allo stesso tempo, a diminuire la capacità di gestire i rapporti reali, con il risultato che si resta sempre più soli (Rocchi, consultato il 12/10/2016).

E ancora, la ‘comunicazione protetta’ può aiutare chi ha difficoltà a sostenere un confronto diretto, chi deve dire cose che lo mettono in imbarazzo o che creano ansia, ma allo stesso tempo può rappresentare un alibi per non affrontare le proprie insicurezze e quindi per non affrontare se stessi, la propria angoscia, la propria solitudine (Costantini, 2008).

2. *Indagine sul significato del telefonino*

2.1 Obiettivi, strumenti e campione

In una società in cui il telefonino è riuscito a trasformare le abitudini sociali di relazione e comunicazione e a cui la letteratura riconosce ruoli persino terapeutici, è interessante verificare quale sia il livello di consapevolezza riguardo l'utilizzo di questo oggetto da parte di chi lo possiede messo a confronto con il punto di vista di chi non lo possiede, per rispondere all'interrogativo 'usiamo il cellulare perché è uno strumento utile oppure è diventato una necessità?'. A tale scopo è stato predisposto un questionario articolato in cinque sezioni e completato con i dati personali.

Per sottoporre a verifica l'ipotesi di una differenza generazionale e di genere è stato escluso un piano di campionamento probabilistico che, proprio per effetto del caso, avrebbe potuto escludere talune tipologie di persone e si è scelto di procedere con la costruzione di un campione ragionato per quote. L'indagine è stata condotta nel periodo compreso tra dicembre 2013 febbraio 2014, e alla fine sono state intervistate 673 persone (alcuni questionari sono stati considerati non validi), di cui 335 femmine (49,8%) e 338 maschi (50,2%), di età compresa tra 7 e 95 anni, con un'età media pari a 38,5 anni. Le persone che non possiedono un cellulare ammontano al 16,8% del totale e tra questi il 40,7% sono maschi e il restante 59,3% sono femmine. La distribuzione dei cellulari nelle diverse fasce d'età fa emergere una elevata concentrazione nelle fasce della giovinezza e della maturità, mentre sono meno diffusi tra le persone ultrasettantenni⁵ (cfr. Fig. 1).

La composizione dei possessori di telefonino per età è risultata la seguente (cfr. Fig. 2).

⁵ I dati sono allineati con l'indagine CENSIS del 2005 secondo cui la diffusione è massima fra gli adolescenti (98 %) mentre diminuisce in misura contenuta fra i 18 e i 29 anni (97 %) e fra i 30 e i 44 (94 %); è sensibilmente meno elevata nelle età successive: 80 % fra i 45 e i 64 anni e 45 % dai 65 anni in su.

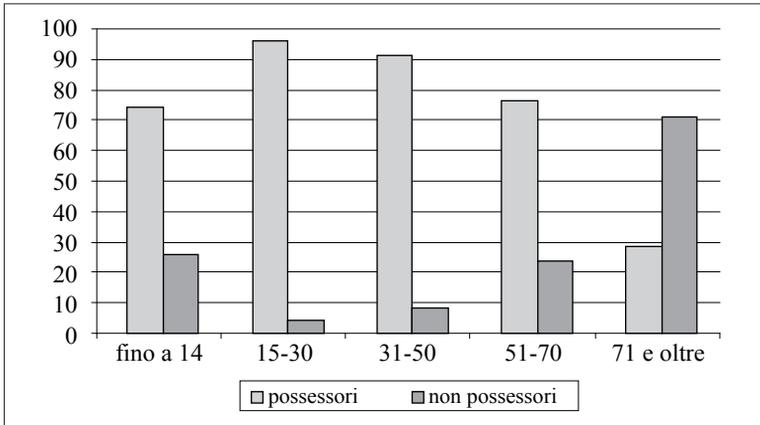


FIG. 1 – Possessori di telefoni cellulari per età

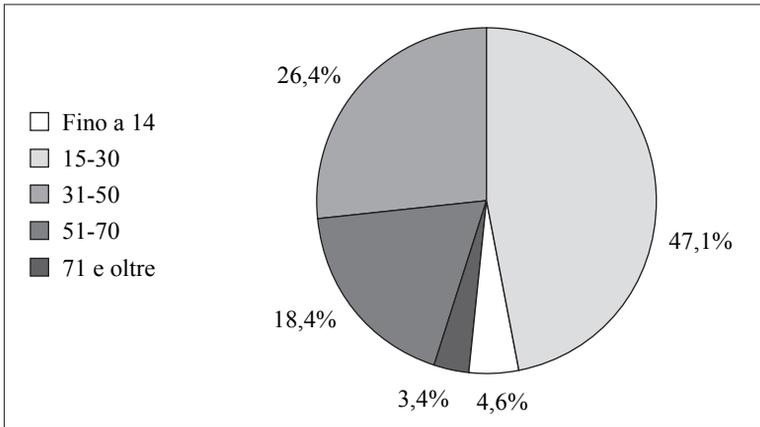


FIG. 2 – Composizione dei possessori di telefonino per età (valori percentuali)

2.2 Perché nella società odierna si usa il cellulare?

Dalla prima domanda, che sonda l’opinione nei confronti della diffusione dell’uso del telefonino, sono emersi due profili diversi a seconda che si trattasse di possessori o non possessori di telefono

cellulare. Per i possessori di telefonino, su una scala da 0 a 10⁶, al primo posto troviamo (cfr. Tab. 1) la possibilità di essere reperibili sempre e dovunque (media 7,7), seguita dalla possibilità di ricevere messaggi (7,4), ragioni legate al lavoro (7,3), senso di sicurezza in caso di pericolo (7,1) e possibilità di inviare messaggi (7,0) o per ragioni legate alla moda (7,0). Ultima, in ordine di importanza, è la possibilità di fare dei giochi. Secondo le persone che non possiedono un cellulare, la diffusione dello strumento è da associare anzitutto al senso di sicurezza che offre in caso di pericolo (media 7,2) e in seconda battuta alla moda (7,1), seguita dalla possibilità di essere sempre e ovunque reperibile (7,0) o da necessità di lavoro (6,9). In quarta posizione *ex aequo* c'è la possibilità di inviare e ricevere messaggi o quella di avere gli amici sempre potenzialmente vicino (5,8). Fin da queste prime battute si può riscontrare come per gli utilizzatori il telefonino si riveli più uno strumento utile e necessario mentre per i non possessori c'è una forte convinzione che si tratti di una scelta dettata dalle mode del momento.

TAB. 1 – *Ragioni per cui le persone usano il telefonino secondo i possessori e i non possessori di cellulare (valori medi)*

	POSSESSORI	NON POSSESSORI
Essere reperibile sempre e dovunque	7,7	7,0
Possibilità di ricevere messaggi	7,4	5,8
Necessità di lavoro	7,3	6,9
Sicurezza (in caso di pericolo)	7,1	7,2
Possibilità di mandare messaggi scritti	7,0	5,8
Moda	7,0	7,1
Avere gli amici sempre vicino	6,6	5,8
Possibilità di inviare foto o immagini	5,6	4,5
Non sentirsi soli	5,5	5,2
Per riempire momenti di solitudine	5,3	5,2
Costi vantaggiosi (telefonate, sms)	5,0	3,8
Per maggiore privacy rispetto alle telefonate da casa	4,7	3,8
Sentirsi importante	4,6	5,4
Possibilità di collegarsi a internet	4,4	3,9
Giochi	4,1	3,9

⁶ I dati su scala ordinale sono stati elaborati come se si trattasse di una variabile discreta, ipotizzando la presenza di una unità di misura scalare.

Se si considera il punto di vista dei possessori di cellulare distinti per genere (cfr. Figura 3) si scopre che, secondo gli uomini, è più importante di tutte la possibilità di essere sempre e dovunque reperibili (7,8), segue un uso dettato da necessità di lavoro (7,6) e dalla possibilità di ricevere messaggi (7,3), mentre per le donne la ragione più importante va ricercata nella sicurezza che offre in caso di pericolo (7,6) (motivo che gli uomini pongono al quinto posto), seguita dalla possibilità di essere sempre reperibile (7,5) e dalla possibilità di ricevere messaggi (7,4). Per le donne il fattore moda occupa il quarto posto e per gli uomini il quinto.

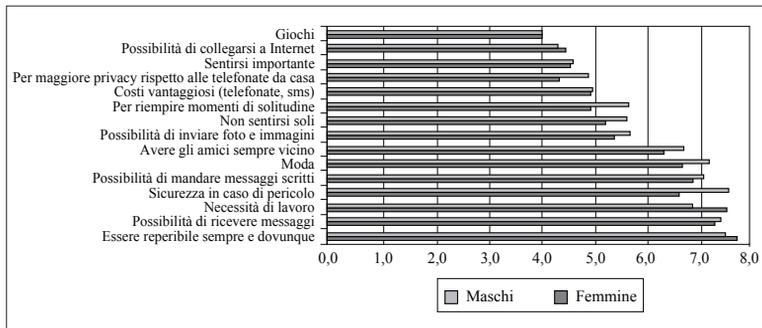


FIG. 3 – *Ragioni per cui le persone possiedono un cellulare secondo i possessori di telefonino distinti per genere (valori medi)*

Anche considerando la distribuzione delle scale secondo l'età dei rispondenti (cfr. Tab. 2), si nota che tra i possessori di telefonino la possibilità di essere reperibile, è sostenuta da tutte le generazioni contattate. Se si estrapolano solo le motivazioni che riportano un valore medio pari o superiore a 7, si nota come i giovanissimi diano eguale peso alla possibilità di mandare e ricevere messaggi e foto (7,6) seguita dalla possibilità di essere reperibili sempre e avere sempre gli amici vicino (7,2). Più enfasi rispetto alle altre classi d'età viene posta dagli under 14, seppure di misura, sulla possibilità di avere amici sempre vicini e inviare foto e immagini. Tra i 15 e i 30 anni è più importante ricevere (8,0) e inviare (7,7) messaggi e in terzo luogo essere reperibile (7,6). Superano la soglia media di 7 la moda e la possibilità di avere gli amici vicino ma

anche le necessità di lavoro. Tra i 31 e i 50 anni le ragioni d'uso sono prioritariamente legate alla reperibilità (8,0) e al lavoro (8,0), seguita dalla regione legate alla sicurezza (7,6), possibilità di ricevere messaggi (7,4), inviare messaggi (7,0) o dalla moda (7,1). Nella classe 51-70 anni le ragioni più forti si spostano anzitutto sulla sicurezza in caso di pericolo (7,6), reperibilità (7,5) necessità di lavoro (7,4). Anche per gli ultra settantenni le ragioni più forti sono la sicurezza (8,0) e la reperibilità (7,1) e, più degli altri, seppure con livelli di intensità non elevati, ritengono che un cellulare serva per non sentirsi soli.

TAB. 2 – *Profili medi delle ragioni per cui le persone possiedono un cellulare secondo l'opinione di quanti possiedono un telefonino, per classi d'età (valori medi)*

	FINO A 14	15-30	31-50	51-70	PIÙ DI 70	GENERALE
Essere reperibile sempre e dovunque	7,2	7,6	8,0	7,5	7,1	7,7
Possibilità di ricevere messaggi	7,6	8,0	7,4	6,4	4,6	7,4
Necessità di lavoro	6,1	7,0	8,0	7,4	6,4	7,3
Sicurezza (in caso di pericolo)	6,9	6,6	7,6	7,6	8,0	7,1
Moda	6,9	7,1	7,1	6,5	6,8	7,0
Possibilità di mandare messaggi scritti	7,6	7,7	7,0	5,7	3,5	7,0
Avere gli amici sempre vicino	7,2	7,1	6,2	5,8	5,9	6,6
Possibilità di inviare foto o immagini	7,6	6,0	5,6	4,4	3,1	5,6
Non sentirsi soli	5,5	5,4	5,8	5,2	5,9	5,5
Per riempire momenti di solitudine	6,1	5,6	5,1	4,8	4,9	5,3
Costi vantaggiosi (telefonate, sms)	5,7	5,3	5,3	4,0	4,2	5,0
Per maggiore privacy rispetto alle telefonate da casa	5,0	4,8	4,9	4,1	3,7	4,7
Sentirsi importante	5,2	4,7	4,9	3,9	4,9	4,6
Possibilità di collegarsi a Internet	4,3	4,4	4,9	4,1	3,2	4,4
Giochi	5,4	4,4	4,0	3,4	2,7	4,1

Le scale sono state sottoposte anche ad analisi fattoriale al fine di cogliere la presenza di fattori latenti che fossero in grado di descrivere la variabilità osservata: i cinque fattori estratti spiegano il 67,4% della varianza⁷.

Il primo fattore può essere definito il *fattore strumentale*, in quanto è correlato con gli aspetti funzionalmente propri del telefono cellulare, ovvero quelli relativi alla possibilità di comunicare: mandare e ricevere messaggi scritti e foto o immagini. Non è stato chiesto intenzionalmente quanto sia importante, nell'uso del cellulare, la possibilità di telefonare, ritenendola una qualità implicitamente valutata come molto importante. Il secondo fattore è descrivibile come *antidoto alla solitudine* e rinvia ad una funzione psicosociale già vista in precedenza: il solo possesso del cellulare è sufficiente per dare a chi lo possiede la sensazione di non essere solo e, per riempire i momenti di solitudine, offre un'immediata possibilità di avere gli amici sempre vicino. Il terzo è un *fattore ludico*, rappresentato dai giochi, collegamento a internet e dalla moda. Nel quarto fattore i pregi dell'utilizzo del telefonino emergono dal *confronto con quello fisso*: telefonate e sms verso altri cellulari hanno costi più vantaggiosi e consente maggiore privacy rispetto alle telefonate che si fanno da casa. Il quinto fattore è quello della *reperibilità e sicurezza*, il poter essere raggiungibile costantemente, per ragioni personali o per motivi di lavoro, e poter sempre e dovunque chiedere aiuto in caso di pericolo.

È interessante notare come gli elementi che si associano all'ultimo fattore siano quelli che ottengono invece i punteggi medi più elevati (cfr. Tab. 1), ovvero a livello razionale la funzione rassicurante del cellulare si pone come ragione più forte per l'utilizzo di tale oggetto, seguita dalla possibilità di comunicare attraverso i messaggi sms e mms, che rappresentano invece gli elementi del primo fattore.

⁷ È stato applicato il metodo di analisi delle componenti principali, utilizzando la rotazione ortogonale dei fattori con il metodo Varimax. Sono stati estratti i fattori con autovalore maggiore di 1. I cinque fattori spiegano, nell'ordine, le seguenti quote di variabilità osservata: 17,6%, 15,8%, 13,0%, 10,6%, 10,4%.

Sono state inoltre poste a confronto le opinioni espresse dai possessori e non possessori di cellulare, sottoponendo ad analisi fattoriale i due set di risposte che hanno prodotto risultati significativamente diversi.

Per ambedue i gruppi sono stati estratti cinque fattori che spiegano, rispettivamente il 66,8% e il 73,2% della variabilità osservata (cfr. Tab. 3).

È interessante notare come la dimensione latente, che spiega la variabilità, assuma una diversa connotazione per le due tipologie di persone.

TAB. 3 – Risultati dell'analisi fattoriale delle ragioni per cui le persone usano i telefonini applicata al gruppo e ai possessori e non possessori di telefono cellulare

	FATTORI				
	1	2	3	4	5
<i>Tutti</i>	funzione strumentale	antidoto alla solitudine	fattore ludico	confronto con il telefono fisso	reperibilità e sicurezza
<i>Possessori</i>	antidoto alla solitudine	funzione strumentale	fattore ludico	reperibilità e sicurezza	confronto con il telefono fisso
<i>Non possessori</i>	funzione strumentale	antidoto alla solitudine	confronto con il telefono fisso	reperibilità e sicurezza	moda

Per i possessori di telefonino il primo fattore è quello associato alla funzione psico-sociale del cellulare di *antidoto alla solitudine* e al secondo posto troviamo la sua *funzione strumentale* (inviare e ricevere messaggi e foto). Per i non possessori invece la percezione è invertita: il primo fattore è quello *strumentale* alla comunicazione mentre il secondo è quello correlato con il *bisogno di non sentirsi soli*. Reperibilità e sicurezza non sembrano essere aspetti prioritari, anche se, rispetto all'analisi generale, per i possessori e non possessori sono egualmente rappresentati dal quarto fattore.

È interessante infine notare come per i non possessori non sia presente un fattore ludico a sé stante, mentre siano correlati con il medesimo fattore (il quinto) la moda e lo *status symbol* (ovvero il ‘sentirsi importante’) mentre per i possessori il ‘sentirsi importante’ è associato al fattore anti-solitudine (primo fattore), come se il cellulare riuscisse a esorcizzare l’ancestrale paura della solitudine e il sentirsi importante diventasse anch’esso un’ancora per coprire un vuoto esistenziale.

2.3 Perché si possiede un cellulare

L’indagine ha previsto di esplorare non solo le ragioni per cui le persone usano il cellulare ma anche le ragioni per cui lo possiedono. Emerge in tal modo che la motivazione maggiormente condivisa è la comodità di poter chiamare sempre (78,6%). Direttamente correlata con questa, in un rapporto di causa-effetto, è la possibilità di essere sempre reperibile e, di conseguenza, dare maggior tranquillità ai familiari, mantenere legami con le persone care e poter raggiungere sempre gli altri. In coda alla graduatoria troviamo la moda (8,8%), le opzioni offerte dal nuovo prodotto (8,4%) o i costi ridotti delle telefonate (7,5%) (cfr. Fig. 4).

Sembra dunque largamente condivisa la motivazione legata alla comodità e non alla moda quella che guida la ricerca e l’acquisto di un telefono cellulare. Da un’ulteriore analisi della tabella si può notare come alcuni comportamenti siano riconducibili a diversi profili di genere. Considerando dunque le circostanze in cui il divario tra maschi e femmine supera il 5%, emerge che i maschi più delle femmine hanno acquistato un telefono cellulare per essere sempre reperibile (69,2% contro 59,3% delle femmine), perché trascorrono molte ore fuori casa (49,3% su 40,7%), perché sono spesso in viaggio (22,6% contro 12,7%). Il divario più rilevante è riscontrabile nella necessità legata al lavoro che riguarda il 43,5% dei maschi e il 23,5% delle femmine. Sul fronte femminile, le donne più dei maschi hanno un cellulare per tranquillità dei familiari (59,3% contro 53,4%), per mantenere i legami con le persone

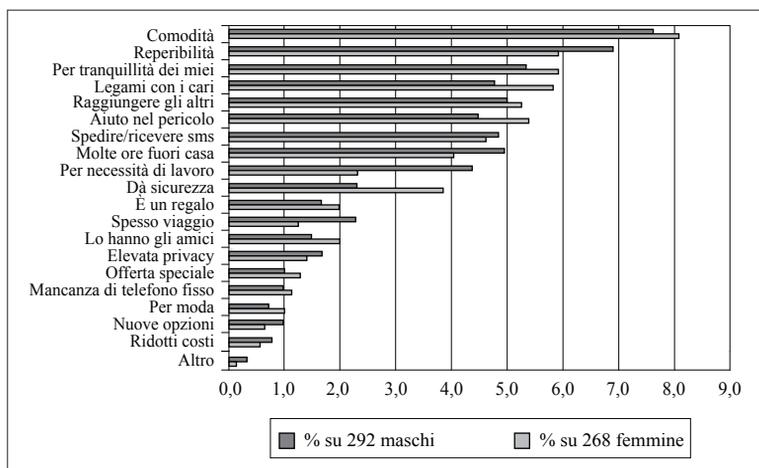


FIG. 4 – *Ragioni per cui le persone possiedono un telefono cellulare (valori percentuali)*

care (57,8% contro il 46,9%), per poter cercare aiuto in situazioni di pericolo (54,5% contro 44,9%), perché dà un senso di sicurezza (38,1% contro 23,3%).

2.4 Perché si acquista il cellulare?

Le persone che usano il cellulare ne hanno avuti in media 3,7 ciascuno e le ragioni principali della loro sostituzione sono per lo più riconducibili all'usura dell'oggetto.

Sottoponendo le scale ad analisi fattoriale⁸ emerge che il primo fattore spiega quasi il 30% della variabilità osservata ed è descrivibile come *fattore di novità tecnologica*, rappresentato proprio da affermazioni quali il desiderio di stare al passo con i tempi, l'attrazione per le novità tecnologiche, le nuove funzioni presenti nei

⁸ Le scale di valutazione relative alle ragioni per cui le persone hanno acquistato più di un telefono cellulare sono state sottoposte ad analisi fattoriale con il metodo delle componenti principali, successivamente la matrice dei fattori è stata ruotata con il metodo Varimax al fine di rendere ortogonali i fattori stessi. È stato estratto il numero di fattori con autovalore pari a 1.

cellulari di più recente generazione, ragioni estetiche e, sempre legato alla tecnologia, la possibilità di utilizzare più gestori. Il secondo fattore è facilmente identificabile come *fattore di "sottrazione"*, correlato con il furto o lo smarrimento del cellulare precedente. Il terzo è il *fattore di usura*, quello correlato con l'usura o rottura del telefonino e l'impossibilità di trovare parti di ricambio. Tuttavia, in termini relativi sono i giovanissimi (fino a 14 anni) più degli altri ad essere sensibili alle offerte speciali e all'estetica o acquistano un cellulare perché il primo era in prestito, i giovani (15-30 anni), più degli altri, sono attratti dalle nuove funzioni e dalle nuove tecnologie, amano stare al passo con i tempi e acquistano un cellulare nuovo perché hanno smarrito il precedente; tra i 31 e i 50 si preferisce tener separato il cellulare usato per il lavoro da quello personale e si acquista un nuovo apparecchio perché il precedente è stato rubato.

2.5 Perché non possedere un cellulare

Vista la diffusione capillare del cellulare tra le persone di qualunque età e condizione, si è voluto cercare di capire quali siano le ragioni per cui alcune persone non lo possiedono né intendono acquistarlo anche con riferimento al genere (cfr. Fig. 5)⁹.

Più della metà dei non possessori dichiara che il cellulare non interessa (57,5%), non serve (57,5%) e non è indispensabile (51,3%). Seguono due ragioni legate alla funzionalità dell'oggetto che per il 45,4% è complicato da usare oppure è troppo piccolo (31,9%). Tra le altre motivazioni c'è il desiderio di non essere raggiungibile o una forma di anticonformismo alle mode. Con riferimento al genere scopriamo che il disinteresse – seppure di misura – è più diffuso tra i maschi (58,7%): il 56,5% ritiene che il cellulare non gli serva e per il 50,0% non è indispensabile; sotto alla soglia della metà, al quarto posto, troviamo la volontà di non essere raggiungibile (30,4%). Sul versante femminile la gamma di

⁹ Si ricorda che si presentano le opinioni del 16,8% del campione, pari a 113 persone.

motivazioni condivise è più alta: al 58,2% non serve e al 56,7% non interessa, per il 53,7% è complicato da usare e per il 52,2% non è indispensabile. Nella voce 'altro' ritroviamo conferma di quanto già segnalato, in particolare per quanto riguarda i giovanissimi che sono troppo piccoli, non sanno usarlo, i genitori non lo vogliono comperare o loro non lo hanno mai chiesto.

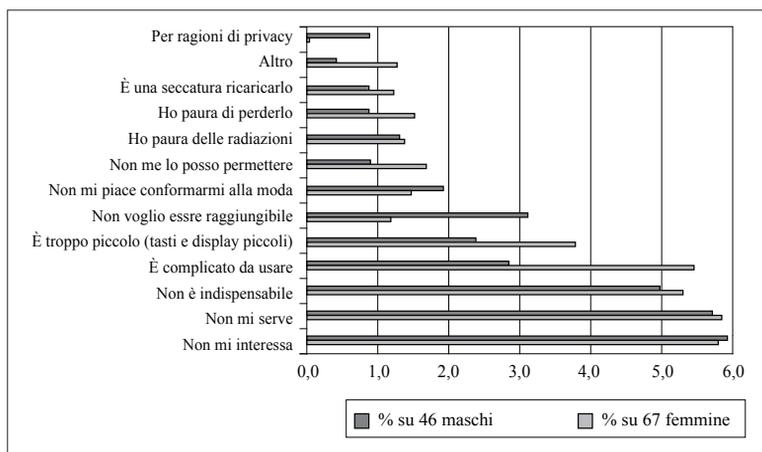


FIG. 5 – *Ragioni per cui alcune persone non possiedono un cellulare per genere (valori percentuali)*

Se si considerano le motivazioni per cui alcuni non possiedono un cellulare correlate con l'età emerge che il disinteresse e il senso di inutilità sono sentiti in maniera rilevante a ogni età raggiungendo quota 70% tra gli ultrasettantenni mentre le ridotte dimensioni, la difficoltà d'uso, la paura delle radiazioni o la paura di perderlo cominciano a diventare valide ragioni per non possedere un cellulare a partire dai 50 anni in su. Sono i bambini che più degli altri (per evidenti ragioni) non se lo possono permettere, mettendo in tal modo in evidenza il fatto che per tutte le altre fasce d'età i costi di acquisto e di gestione non rappresenterebbero un ostacolo al possesso del cellulare. Sono i giovani dai 15 ai 30 anni che più degli altri non amano conformarsi alle mode e non vogliono essere rag-

giungibili. Infine la paura di vedere violata la propria privacy rappresenta un valido motivo solo per 4 persone che rappresentano il 12,5% delle persone di età compresa tra 51 e 70 anni.

3. Per concludere, cosa rappresenta il cellulare nella società attuale?

Anzitutto si è verificato che tra le persone che possiedono e quelle che non possiedono un cellulare c'è una diversa percezione delle motivazioni che spiegherebbero l'elevata diffusione del telefonino: per i primi le tre motivazioni più forti sono riconducibili all'esigenza di essere sempre reperibili, alla possibilità di ricevere messaggi e a ragioni di lavoro. Sembra in tal modo che del cellulare si apprezzi prioritariamente proprio la sua strumentalità nel facilitare la comunicazione a distanza, sia ad uso privato che lavorativo.

Con riferimento al genere dei possessori emergono talune diversità, contenute peraltro in un range ristretto di valutazioni. Secondo gli uomini nella società attuale nella diffusione del cellulare pesa di più la possibilità di essere sempre e dovunque reperibili seguita dalle necessità di lavoro e dalla possibilità di ricevere messaggi, mentre per le donne la ragione più importante va ricercata nella sicurezza che il cellulare offre in caso di pericolo seguita dalla possibilità di essere sempre reperibile e dalla possibilità di ricevere messaggi. Il fattore moda occupa il quarto posto per le donne e il quinto per gli uomini. Il fattore età influisce in parte sull'utilizzo del cellulare. Tra i giovanissimi l'attenzione è maggiormente focalizzata sulla possibilità di mandare e ricevere messaggi e foto, essere sempre reperibili e avere sempre gli amici vicino. Tra i 15 e i 30 anni è più importante ricevere e inviare messaggi e in terzo luogo essere reperibile. Tra i 31 e i 50 anni sono prioritari la reperibilità e l'uso per ragioni di lavoro, seguiti dal senso di sicurezza che offre in caso di pericolo. Nella classe 51-70 anni le ragioni più forti si spostano anzitutto sulla sicurezza, reperibilità e necessità di lavoro. Per chi ha superato i 70 anni si con-

ferma la funzione sociale del cellulare che rappresenta una fonte di sicurezza oltre che la possibilità di essere sempre e ovunque reperibili. Inoltre gli anziani, più delle altre fasce d'età dichiarano che un cellulare serve per non sentirsi soli.

Le motivazioni implicite che inducono all'uso del cellulare emerse dall'analisi fattoriale, sono nell'ordine la *funzione psico-sociale* del cellulare (non sentirsi soli), la *funzione strumentale* (inviare e ricevere foto e messaggi), il *fattore della reperibilità*, che dà sicurezza e serve anche per il lavoro.

L'acquisto di un cellulare e il suo possesso è ormai un obbligo sia per i maschi sia per le femmine anche se, come descritto sopra, con qualche differenza rispetto all'utilità sul lavoro e alla gestione dei rapporti familiari.

E allora, il telefonino è solo utile o anche necessario? In conclusione credo si possa affermare che il telefonino non è solo utile ma anche necessario.

È necessaria tuttavia una riflessione: in questo lavoro si è parlato del cellulare da un punto di vista psico-sociale ma la letteratura più recente non sembra più interessata a questo tipo di argomento. La diffusione capillare dei telefonini (o piuttosto degli smartphone) e il loro ingresso a tutti gli effetti nella quotidianità di ciascuno è tale che non li consideriamo semplici 'oggetti per la comunicazione' ma sono diventati 'parte di noi'. Questo loro *status* ha fatto sì che non ci si pongano più domande sulla loro funzione, influenza o importanza. È come se tutto quello che si poteva dire sui cellulari fosse già stato detto e quindi il *focus* dell'attenzione potesse essere spostato su altri fronti.

Si ripete quanto è successo per la televisione: la grande novità ha suscitato interesse negli anni del boom ma al giorno d'oggi a nessuno verrebbe in mente di chiedersi 'Cos'è la televisione? A cosa serve?'. Lo stesso sta accadendo con i telefonini: sono un dato di fatto. I bambini piccolissimi li maneggiano, imparano a conoscerli, sono oggetti entrati nel processo di socializzazione e le nuove generazioni non si chiedono 'A cosa serve un cellulare?'. Così la ricerca ha esaurito questo filone per orientarsi su altri temi: non ci si sofferma su statistiche sulla diffusione dei cellulari, ma

sono di maggiore attualità e interesse i rapporti tra i cellulari e le altre tecnologie. Gli smartphone si interfacciano con internet e la navigazione in rete non è più un'esclusiva dei computer, ed ecco che l'interesse si sposta, ad esempio, sull'utilizzo degli smartphone per leggere i quotidiani o tenersi aggiornati con le notizie o sull'utilizzo di facebook. E poi ci sono le app che colonizzano i nostri cellulari e si rendono sempre più indispensabili. Ecco che le nuove frontiere della ricerca vanno avanti e a questo punto fa sorridere chi si preoccupa di capire se un cellulare è veramente necessario. In realtà non servirebbe fare ricerca, basta guardarsi attorno o ascoltare, anche involontariamente, conversazioni o confidenze fatte al telefonino, per capire che ormai il cellulare è diventato assolutamente necessario, una forma di 'schiavitù autocostruita'. Si è assistito a una progressiva e subdola forma di dipendenza che si è insinuata nella nostra vita ed è ora là, a indurci verso nuove (già non più 'nuove') necessità.

Riferimenti bibliografici

- ARONSON S.H. (1971), *The Sociology of the Telephone*, «International Journal of Comparative Sociology», **12**: 153-167.
- BATIC N. (2013), *The cell phone: use it or we are slaves?*, «Journal of International Scientific Publications: Media and Mass Communication», vol. 2, published at: <http://www.scientific-publications.net/open-access-journals/media-and-mass-communication/>, pp. 221-232.
- BROOKS J. (1976), *Telephone: The First Hundred Years*, New York, Harper & Row, pp. 117-118.
- BOSCOLO P. (1997), *Psicologia dell'apprendimento scolastico. Aspetti cognitivi e motivazionali*, Torino, Utet.
- CARLINI R., COZZOLINO G., *Gli adolescenti e il telefono cellulare: ovvero l'affermarsi di un nuovo modello relazionale*, <http://www.psychomed.it/pm/telecomm/telephone/carlini.htm>, consultato il 28/10/2016.
- CENSIS (2005), *39° Rapporto sulla situazione sociale del Paese*.
- (2016), *XIII Rapporto Censis sulla comunicazione*

- COSTANTINI S. (2008), *Cellulare e solitudine*, «Psicologia», <http://www.nienteansia.it/articoli-di-psicologia/psicologia/cellulare-e-solitudine/181/>.
- DI GREGORIO L. (2003), *Psicopatologia del cellulare. Dipendenza e possesso del telefonino*, Milano, FrancoAngeli.
- FISCHER C.S. (1994), *Storia sociale del telefono. America in linea 1876-1940*, Torino, Utet.
- GADDI L., NDREU O. (2015), *The Mobile Phone: a report of the use of cellular phone by children and teenagers*, in *Celebrating 70 years of working towards health, peace and social justice*, Sevilla, ArCiBel Editores.
- ISTAT (2014), *Cittadini e nuove tecnologie*, «Statistiche Report», 18/12/2014.
- ITU - International Telecommunication Union, *Time series by country (until 2015)*, <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>, consultato il 26/10/2016.
- KERN S. (1983), *The culture of Time and Space, 1880-1918*, Cambridge (Ma), Harvard University Press.
- MALTESE P. (2012), *La nomofobia, psicopatologia del terzo millennio*, <http://patriziamaltese.blogspot.it/2012/05/la-nomofobia-psicopatologia-del-terzo.html>.
- MARRONE G. (1999), *C'era una volta il telefonino*, Roma, Meltemi.
- MARVIN C. (1994), *Quando le vecchie tecnologie erano nuove: elettricità e comunicazione a fine Ottocento*, Torino, Utet.
- MEYROWITZ J. (1995), *Oltre il senso del luogo. Come i media elettronici influenzano il comportamento sociale*, Bologna, Baskerville.
- MONACO M., *La dipendenza dal cellulare*, http://www.benessere.com/psicologia/arg00/dipendenza_telefonino.htm, consultato il 28/10/2016.
- MUMFORD L., (1963), *Technics and Civilization*, New York, Harcourt, Brace & World.
- NOBLE G. (1989), *Towards a 'Use und Gratifications' of the Telephone*, in *Telefon und Gesellschaft, Band 1: Beiträge zu einer Soziologie der Telefonkommunikation*, Forschungsgruppe Telefonkommunikation (hrsg.), Berlin, Volker Speiss, pp. 298-307.

- ROCCHI C.C., *Solitudine in un mondo di cellulari*, <http://www.insostanza.it/solitudine-in-un-mondo-di-cellulari/>, consultato il 12 ottobre 2016.
- STELLADORADUS, *Una breve storia dei telefoni cellulari dal 1973 ad oggi*, <http://www.stelladoradus.it/la-storia-dei-telefoni-cellulari/>, consultato il 22 maggio 2016.
- TESSAROLO M. (2013), *La comunicazione interpersonale*, Roma-Bari, Laterza.
- VATTIMO G. (1996), *Il telefonino nella società trasparente*, in Minore R. (a cura di), *Il tam-tam del terzo millennio*, Roma, Cosmopoli.

Stampato nel mese di luglio 2017 presso la CLEUP sc
“Coop. Libreria Editrice Università di Padova”
via G. Belzoni 118/3 – Padova (t. 049 8753496)
www.cleup.it
www.facebook.com/cleup

ISSN 1592-6311
ISBN 978 88 6787 796 6



€ 24,00