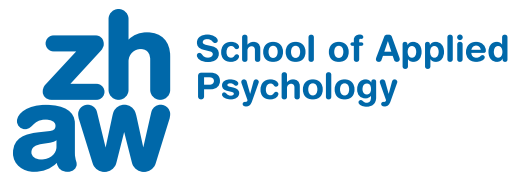


Cooperation partner



Zürich University
of Applied Sciences



JAMES focus

Corsi dedicati ai media e competenza mediale

Lilian Suter, MSc
Lic. phil. Isabel Willemse
Gregor Waller, MSc
Dr. des. Sarah Genner
Prof. Dr. Daniel Süss

Team di ricerca: psicologia dei media, 2015

Web

<http://www.zhaw.ch/psychologie/jamesfocus>

Impressum

Editore

ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften
Departement Angewandte Psychologie
Pfingstweidstrasse 96
Postfach 707, CH-8037 Zürich
Telefon +41 58 934 83 10
info.psychologie@zhaw.ch
www.zhaw.ch/psychologie

Direzione del progetto

Prof. Dr. Daniel Süss
Gregor Waller, MSc

Autori

Lilian Suter, MSc
Lic. phil. Isabel Willemse
Gregor Waller, MSc
Dr. des. Sarah Genner
Prof. Dr. Daniel Süss

Partner di cooperazione

Swisscom SA
Michael In Albon

Partner nella Svizzera francese

Dr. Patrick Amey e Merita Elezi
Université de Genève (Uni-Mail)
Département de sociologie

Partner nella Svizzera italiana

Dr. Eleonora Benecchi, Gloria Dagnino e Paolo Bory
Università della Svizzera italiana
Facoltà di scienze della comunicazione

Partner in Germania

Thomas Rathgeb, Sabine Feierabend e Theresa Plankenhorn
Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest MPFS

Design del logo JAMESfocus

Sarah Genner

Citazioni

Suter, L., Willemse, I., Waller, G., Genner, S. & Süss, D. (2015). *JAMESfocus. Corsi dedicati ai media e competenza mediale*. Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Zürich.

Indice

Prefazione.....	1
1. Introduzione.....	2
2. Premesse teoriche.....	2
2.1. Cos'è la competenza mediale?	2
2.2. Da chi imparano i giovani la competenza mediale?	3
2.3. Corsi dedicati ai media per i giovani in Svizzera	4
2.4. Domande	5
3. Metodi	5
4. Risultati	8
4.1. Informazioni ricevute in materia di nuovi media	8
4.2. Principali insegnamenti tratti.....	9
4.3. Caratteristiche demografiche dei partecipanti a corsi dedicati ai media	10
4.4. Corso dedicato ai media e soddisfazione col proprio rapporto con i media.....	11
4.5. Corsi dedicati ai media e padronanza tecnica del computer.....	12
4.6. Corsi dedicati ai media e impostazioni di tutela della sfera privata.....	12
4.7. Corsi dedicati ai media e preoccupazione per la visibilità delle informazioni personali.....	13
4.8. Corsi dedicati ai media e tempo che i giovani vorrebbero trascorrere in Internet e a giocare ai videogiochi	13
5. Discussione	14
5.1 Informazioni concernenti i nuovi media	14
5.2 Partecipazione a corsi dedicati ai media	15
5.3 Soddisfazione con il proprio rapporto con i media	16
5.4 Atteggiamento competente nei confronti dei media	17
5.5 Conclusione generale	18
6. Suggerimenti per scuole, offerenti di corsi e genitori	19
7. Bibliografia	20

Prefazione

Lo studio JAMES è stato condotto per la terza volta nel 2014 e ha evidenziato per la prima volta delle tendenze dei giovani svizzeri di età compresa tra i 12 e i 19 anni nel loro comportamento con i media (Willemse et al., 2014). Come per le precedenti edizioni, si è approfittato di una pausa di un anno prima del rilevamento successivo, previsto nel 2016, per un'analisi più approfondita dei dati. Da questi nasce la serie di rapporti JAMESfocus. Quest'anno l'accento è posto su due temi. Il presente rapporto sviscera la veicolazione di informazioni in materia di nuovi media con particolare attenzione ai corsi dedicati ai media. Il primo rapporto, già pubblicato, era consacrato all'analisi del tema della qualità del sonno e uso dei media (Willemse, Suter, Waller, Huber & Süss, 2015).

Tutti i rapporti ruotanti attorno allo studio JAMES possono essere scaricati dal sito Internet della ZHAW che è stato rielaborato dal profilo grafico nel settembre 2015. È quindi cambiato anche il link diretto alla pagina iniziale dedicata agli studi JAMES:

www.zhaw.ch/psychologie/jamesfocus

In questa sede desideriamo ringraziare sentitamente le persone e le istituzioni che hanno dato un contributo allo studio JAMES del 2014, prima fra tutte Swisscom per il suo sostegno in qualità di partner di cooperazione. I dati dello studio JAMES 2014 sono stati rilevati nelle tre grandi regioni linguistiche in Svizzera. Senza partner nella Svizzera romanda e in Ticino sarebbe stato molto difficile. «Merci» al Dr. Patrick Amey e alla sua collaboratrice Merita Elezi dell'Università di Ginevra, e «Grazie» alla Dr.ssa Eleonora Benecchi dell'Università della Svizzera italiana e ai suoi collaboratori Gloria Dagnino e Paolo Bory. Nella Svizzera tedesca siamo stati affiancati nel lavoro sul campo da Sabine Oppliger e Robin Staufer e nella raccolta e verifica dei dati da Manuela Rykart, Andres Jud e Eliana Hohl. Nelle analisi per il presente rapporto JAMESfocus ci ha fornito aiuto anche Regula Grunder nel quadro della collaborazione studentesca.

Il questionario per lo studio JAMES viene preparato sempre in collaborazione con il team del Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest (mpfs). Un caloroso grazie quindi a Sabine Feierabend, Thomas Rathgeb e Theresa Plankenhorn in Germania.

La base di un tale rapporto viene fornita dai molti giovani intervistati: anche a loro va il nostro ringraziamento, come agli insegnanti, ai direttori scolastici e alle direzioni della pubblica educazione, che hanno reso possibile il rilevamento dei dati.

Luglio 2016

Il team di ricerca sulla psicologia dei media della ZHAW

1. Introduzione

Il team di ricerca sulla psicologia dei media della ZHAW ha pubblicato già nel 2013 un rapporto JAMESfocus incentrato sui corsi dedicati ai media nelle scuole (Genner, Willemse, Waller & Süss, 2013). Nel sondaggio del 2012 circa un quinto dei giovani svizzeri intervistati ha dichiarato di aver già partecipato a un corso dedicato ai media a scuola. La stragrande maggioranza dei partecipanti ha ritenuto utile il corso. Il rapporto JAMESfocus del 2013 è giunto alla conclusione «che i corsi sulla competenza mediale sono particolarmente utili quando le conoscenze di partenza e le competenze tecniche dei giovani sono piuttosto basse. Per coloro che possiedono già elevate competenze e conoscenze tecniche e conoscenze dei media, tali corsi dovrebbero essere veramente efficaci» (Genner et al., 2013, pag. 19). Il rapporto arguisce inoltre che il potenziale di corsi dedicati ai media utili ai giovani in Svizzera è tutt'altro che sfruttato appieno. In questa sede vengono presentati i risultati attuali esaminando altre possibili fonti d'informazione in materia di nuovi media, tra cui ad esempio corsi specifici nel tempo libero o nell'ambito di progetti nelle scuole.

2. Premesse teoriche

2.1. Cos'è la competenza mediale?

La competenza mediale è considerata una qualifica chiave della società dell'informazione. Sul concetto sono state formulate innumerevoli definizioni scientifiche (cfr. Jarren & Wassmer, 2009). Di norma, la competenza mediale comprende, oltre alla padronanza tecnica, un uso critico e responsabile dei media senza effetti collaterali negativi (cfr. Süss, 2008). A seconda della definizione, nella competenza mediale rientrano anche attività caratterizzate da un approccio creativo ai singoli media o ulteriori competenze di tipo sociale e comunicativo (cfr. Süss, Lampert & Wijnen, 2010). La comprensione attuale della competenza mediale tiene conto inoltre di aspetti dei media digitali come, ad esempio, l'impiego prudente delle informazioni personali su Internet, il rispetto anche in rete delle regole comportamentali della comunicazione e regolari pause da distrazioni digitali (Genner, im Druck; Sutter, 2010).

Basandosi sui precedenti modelli di competenza mediale, Hipeli (2014) ha sviluppato un modello a forma di mazzo di fiori articolato in sette dimensioni. Il presente rapporto poggia principalmente sul modello di Hipeli con lievi adeguamenti dei termini e l'integrazione della dimensione *padronanza tecnica e applicativa* (cfr. Figura 1).

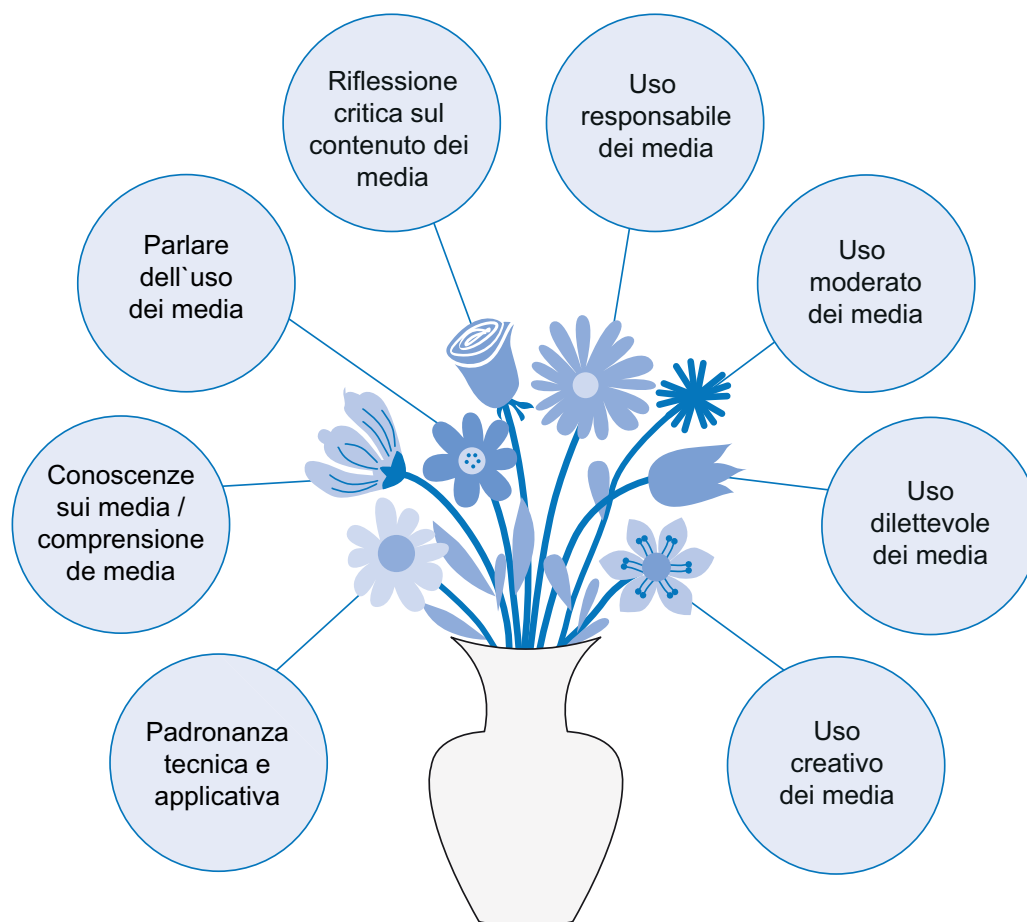


Figura 1: modello di competenza mediale «a mazzo di fiori» (di Hipeli, 2014, figura di Willemse, 2016, adeguato e completato dagli autori)

2.2. Da chi imparano i giovani la competenza mediale?

Sull'acquisizione della competenza mediale in relazione a Internet influisce principalmente la **famiglia** (Hermida, 2014), in particolare il padre (Schild, 2007). L'influsso si concretizza nell'osservazione e imitazione dei comportamenti altrui. Non sorprende quindi che nei bambini si riscontrino spesso modi e preferenze nell'uso dei media simili a quelli dei genitori (ad es. Suter et al., 2015; Frey-Vor & Schuhmacher, 2006). Sono perlopiù i genitori a decidere quali apparecchi multimediali possono avere i giovani e quali regole devono rispettare nel loro uso a casa. Ma spesso i giovani non usano più i media solo a casa dato che con lo smartphone possono accedere ovunque a un ampio spettro di contenuti. Ciononostante la competenza mediale è trasmessa ai giovani dai genitori. Grazie al loro ricco bagaglio di esperienze possono esercitare un certo influsso a livello delle dimensioni di competenza mediale *uso dilettevole dei media*, *riflessione critica sui contenuti medial* oppure *uso responsabile dei media*. Buone conoscenze tecniche di base possono essere d'aiuto ma non sono imprescindibili. Altri fattori incentivanti sono la fiducia in sé stessi dei genitori con cui trasmettono il sapere e un buon rapporto genitori-figlio (Hipeli, 2012; Willemse, Waller, Genner, & Süss, 2013).

Durante la pubertà i **coetanei** acquistano crescente importanza nella vita dei giovani. Questi vanno quindi presi in considerazione come soggetti che concorrono a veicolare la competenza mediale. I coetanei svolgono un ruolo centrale soprattutto nella trasmissione della *padronanza tecnica e applicativa*, oltre che a livello delle dimensioni *uso dilettevole dei media* e *uso creativo dei media* (cfr. Schild 2007). Questa veicolazione avviene perlopiù nel quadro di conversazioni informali (Hipeli, 2012).

In Svizzera mancava sinora una normativa unitaria su ciò che i giovani devono apprendere a **scuola** in materia di competenza mediale. L'armonizzazione della scuola dell'obbligo in Svizzera si prefigge d'integrare a titolo permanente l'educazione ai media nel piano di studio (CDPE, 2016). Nella Svizzera

tedesca ora decidono i singoli cantoni se e come introdurre il nuovo piano di studio «Lehrplan 21». Nella Svizzera francese è già in vigore il piano di studio armonizzato «PER» (plan d'études romand) e viene applicato dai cantoni dal 2011. Il Canton Ticino introduce progressivamente il nuovo «Piano di studio» dall'anno scolastico 2015/2016. Secondo lo studio *ICILS 2013* (FFHS/SUPD, 2014) la trasmissione della competenza mediale nelle scuole dipendeva molto dai docenti. Circa due terzi di loro hanno dichiarato che il loro istituto scolastico non attribuiva alcuna priorità all'ICT. Questo studio era fortemente incentrato sulla padronanza tecnica e applicativa, tenendo meno conto di altri aspetti della competenza mediale.

Non bisogna dimenticare che i giovani **apprendono molto da soli**. Vale in particolare per la *padronanza tecnica e applicativa* che acquisiscono sperimentando da soli (Schild, 2007). In un sondaggio del 2009 il 35% dei giovani si è dichiarato autodidatta nell'assimilazione di competenze riguardanti Internet (Hipeli, 2012). Anche quando sono confrontati a difficoltà nell'uso dei media si mostrano indipendenti. In caso di domande o problemi con Internet, per il 36% sarebbe buono e per il 19% ottimo poter trovare autonomamente una soluzione in Internet («googlare» un problema). Per il rimanente 36% andrebbe bene, mentre solo per il 9% non sarebbe una buona idea (Hipeli, 2012).

In generale si può affermare che nell'incentivazione risp. trasmissione della competenza mediale ai giovani sono coinvolti diversi attori (cfr. Hermida, 2014; Hipeli, 2012). Un sondaggio fra oltre 1100 giovani svolto nel Canton Zurigo nel 2009 ha evidenziato che essi considerano in pari misura i genitori, la scuola e gli amici come soggetti che veicolano la competenza in tema d'Internet (Hipeli, 2012). Il 52% ha risposto affermativamente alla domanda se sia compito dei genitori spiegare loro Internet. Il 48% ha dichiarato che bisognerebbe imparare a usarlo a scuola. Il 46% riteneva di poter trovare il migliore aiuto dagli amici quando gli occorrevo spiegazioni riguardanti Internet.

2.3. Corsi dedicati ai media per i giovani in Svizzera

I corsi dedicati ai media completano la competenza mediale veicolata dai suddetti attori e offrono un'ulteriore possibilità d'incentivazione mirata delle conoscenze in materia di media. Il pregio dei corsi dedicati ai media è che sono svolti da specialisti che possono approfondire in maniera mirata varie dimensioni della competenza mediale.

I maggiori offerenti di corsi dedicati ai media digitali per giovani sono *Pro Juventute*, *Swisscom*, *Zischtig.ch*, oltre che *action innocence* nella Svizzera romanda e *ASPI* (La Fondazione della Svizzera italiana per l'Aiuto, il Sostegno e la Protezione dell'Infanzia) in Ticino. In alcuni cantoni e città svolgono formazioni e workshop in quest'ambito anche la polizia, istituzioni sociali e ONG. La maggioranza degli offerenti di corsi e workshop sui media orienta il proprio programma alle classi scolastiche specificando a quale livello sono destinati, la durata prevista delle lezioni e una breve descrizione dei contenuti. Per le scuole è quindi semplice integrare questo genere di offerta nel piano di studio. Per quanto attiene ai corsi dedicati ai media nel tempo libero, si presume che abbiano luogo prevalentemente nel quadro del volontariato a favore dei giovani, ad esempio nei centri giovanili. È possibile che anche in questi casi si faccia capo ai suddetti offerenti.

In generale si può affermare che i differenti corsi sono incentrati sulle varie dimensioni della competenza mediale. A seconda dell'offerta si pone l'accento sulle dimensioni *conoscenza e comprensione dei media*, *uso responsabile dei media*, *riflessione critica sui media*, *uso creativo dei media* oppure su una combinazione di queste dimensioni. Spesso vengono trattati anche aspetti giuridici o rilevanti per la sicurezza.

2.4. Domande

Basandoci sul sondaggio JAMES 2014 verrà data risposta alle seguenti domande.

Informazioni concernenti i nuovi media

Da quali fonti i giovani hanno ricevuto informazioni concernenti i nuovi media? Hanno trovato utili le informazioni ricevute? Qual è stata la cosa più importante che hanno imparato?

Partecipazione ai corsi dedicati ai media

I vari gruppi sociodemografici hanno partecipato a un corso dedicato ai media nel tempo libero o a scuola? I vari gruppi hanno espresso giudizi differenti circa l'utilità dei corsi?

Oltre che su questi interrogativi, s'indaga sul nesso fra la partecipazione ai corsi dedicati ai media e i comportamenti rilevati nel sondaggio JAMES e annoverabili in una delle dimensioni della competenza mediale. Ne scaturisce la seguente serie di domande.

Soddisfazione con il proprio rapporto con i media

I frequentatori di un corso dedicato ai media sono più soddisfatti in generale del proprio rapporto con i media digitali rispetto a chi non ha partecipato a un corso?

Atteggiamento competente nei confronti dei media

I partecipanti a un corso dedicato ai media mostrano una maggiore padronanza tecnica del computer rispetto a chi non ha frequentato un corso? I frequentatori di un corso si proteggono di più nei rete sociali attivando le impostazioni di tutela della sfera privata (privacy)? Vi sono differenze tra frequentatori di un corso e non frequentatori nella preoccupazione per la visibilità delle loro informazioni personali? I frequentatori di un corso desiderano dedicare più o meno tempo a Internet e ai videogiochi rispetto ai non frequentatori?

3. Metodi

Il presente rapporto JAMESfocus si basa sui dati dello studio JAMES 2014 (Willemse et al., 2014) che contiene anche dettagliate delucidazioni dei metodi di rilevamento e della struttura del campione. Le seguenti analisi vertono su dati riguardanti la competenza mediale di 906 giovani, che finora non sono stati analizzati. Sono stati rilevati in base alle domande nel questionario cartaceo di seguito riportate.

Durante il tuo tempo libero o a scuola hai già ricevuto informazioni sui nuovi media? In caso affermativo, puoi indicare anche se queste informazioni sono state utili o meno?
(È possibile indicare più risposte)

I giovani dovevano indicare dove avevano ricevuto informazioni concernenti i nuovi media (di seguito si parla di «fonti d'informazione», cfr. Tabella 1). Le possibili risposte erano «No» oppure «Sì, ho ricevuto informazioni». Se avevano risposto affermativamente dovevano anche specificare se le avevano trovate utili. È stata posta anche una domanda aperta, sia in relazione al tempo libero che alla scuola, sulla cosa più importante che hanno imparato. Non è chiaro da quale fonte d'informazione, sia nel tempo libero che a scuola, i giovani abbiano tratto gli insegnamenti più importanti per loro. Occorre inoltre premettere che i giovani potevano interpretare liberamente il significato del termine «nuovi media». Prima hanno risposto a varie domande sull'uso di Internet, del cellulare e dei social network, ragion per cui è probabile che le risposte ruotino attorno a questi temi.

Nel presente rapporto il termine genitori sottintende tutti i soggetti con responsabilità educativa, quindi anche le famiglie monoparentali o altre forme di famiglia.

Tabella 1: fonti d'informazione nel tempo libero e a scuola

Fonti d'informazione nel tempo libero	Fonti d'informazione a scuola
nell'ambito di un corso dedicato ai media (tenuto da un esperto durante il tempo libero)	nella lezione di informatica
nell'ambito di un progetto (ad es. sull'arco di più giorni o settimane)	durante un'altra lezione (ad es. Uomo e ambiente, ...)
dalla famiglia (genitori, sorelle/fratelli o altri parenti)	nell'ambito di un corso dedicato ai media (tenuto da un esperto durante l'orario scolastico)
da coetanei (amici, colleghi, compagni di scuola)	nell'ambito di un progetto (ad es. settimana di studio, lavoro svolto sull'arco di più giorni o settimane).

Il presente rapporto mette a fuoco la fonte d'informazione rappresentata dai corsi dedicati ai media. Analizza più da vicino questi corsi nel tempo libero e a scuola esaminandone la correlazione con un atteggiamento competente nei confronti dei media. Va precisato che non sono disponibili dati sul tipo e la durata dei corsi dedicati ai media che i giovani hanno frequentato. Può trattarsi di conferenze di un'ora o di corsi su temi molto specifici, così come di workshop di più giorni sul rapporto con i media. Corsi dedicati ai media (nel tempo libero o a scuola) vengono caratterizzati dalla direzione di uno specialista (esterno).

Alla domanda sull'utilità delle informazioni hanno risposto solo i giovani che le hanno ottenute dalla rispettiva fonte. Di conseguenza questi campioni parziali sono nettamente più esigui e i relativi risultati vanno interpretati con cautela.

La frequenza e i valori mediani del campione complessivo e dei sottocampioni sono stati calcolati con la versione 21 del software SPSS, alla voce del menu «Campioni complessi». I dati sono stati ponderati in base alle variabili della regione linguistica e del livello scolastico. Per rilevare differenze significative sono stati compiuti test T basati su disegni (schemi) di campionamento, test della somma dei ranghi di Wilcoxon (confronti fra due gruppi) basati su disegni come pure test di Wald basati su disegni (confronti multigruppo) in R (R Core Team, 2015). A tal fine sono stati impiegati i pacchetti «foreign» (R Core Team, 2014) e «survey» (Lumley, 2014). Si è rinunciato a test post hoc. Nel confronto multigruppo un risultato del test è considerato significativo allorché vi è almeno una differenza fra i gruppi. Sia il test di Wilcoxon che quello di Wald sono robusti e non esigono una normale distribuzione dei dati. I test sono stati effettuati **non** in base a ipotesi ma come raffronti a posteriori. Trattandosi quindi di una procedura di carattere esplorativo, le differenze statisticamente significative vanno interpretate con cautela. Per differenze statisticamente significative s'intendono i risultati con una probabilità d'errore di $p < ,05$. Nelle probabilità di errore fra $p = ,05$ e $p = ,10$ si parla di discrepanze tendenziali risp. di tendenze.

I dati di testo sui principali insegnamenti che gli interpellati hanno tratto dalle fonti d'informazione sono stati classificati in categorie e contati con l'aiuto del software MAXQDA 11. Il sistema di categorie è raffigurato nella Tabella 2. Le categorie applicate deduttivamente poggiano sul modello allargato «a mazzo di fiori» di Hipeli (2014). Date le numerose occorrenze sono state create induttivamente le categorie supplementari *consapevolezza dei rischi*, *tutela dell'identità/della sfera privata*, *giudizio complessivo positivo* e *niente*. Anche se la *consapevolezza dei rischi* e la *tutela dell'identità/della sfera privata* avrebbero potuto essere annoverate in una delle dimensioni del modello a mazzo di fiori, sono state definite categorie separate in considerazione delle molteplici occorrenze. Le duplici codifiche sono ammesse quando sono sensate ovvero quando un'occorrenza è attribuibile a due categorie. Per l'analisi delle risposte è stata calcolata un'affidabilità intercoder. Il kappa di Cohen è di $\kappa \geq 0,71$, il che, secondo Landis e Koch (1977) denota una «corrispondenza notevole (substantial)». Tutte le analisi qualitative sono state effettuate senza ponderazione dei dati.

Tabella 2: categorie per l'analisi dei principali insegnamenti tratti dai giovani

Categoria	Spiegazione	Esempi
Conoscenze sui media/comprendimento dei media	I giovani hanno imparato qualcosa sui retroscena dei media digitali e sul loro funzionamento.	<ul style="list-style-type: none"> • Non è possibile cancellare informazioni in Internet • Facebook fa enormi profitti
Parlare dell'uso dei media	I giovani hanno imparato qualcosa su come, con chi e quando possono o dovrebbero parlare dell'uso dei media.	<ul style="list-style-type: none"> • Posso chiedere ai miei amici che hanno ottime conoscenze tecniche.
Riflessione critica sul contenuto dei media	I giovani hanno imparato che è necessaria una riflessione critica sui contenuti dei media.	<ul style="list-style-type: none"> • Non bisognacredere tutto quel che si legge • Occorre una dose di diffidenza e controllare la fonte
Uso responsabile dei media	I giovani hanno imparato qualcosa sui rischi sociali e/o sulle loro conseguenze (ad es. cybermobbing,) e come devono comportarsi (sul piano sociale).	<ul style="list-style-type: none"> • Non inviare foto intime • Bisogna astenersi da ogni forma di mobbing • Non fidarsi di estranei
Uso moderato dei media	I giovani hanno imparato qualcosa sul rischio di dipendenza dai media digitali e che vanno usati con moderazione.	<ul style="list-style-type: none"> • Si rischia di cadere nella dipendenza • Ogni eccesso è dannoso • Impostare il telefono su silenzioso
Uso dilettevole dei media	I giovani hanno imparato qualcosa sull'uso dilettevole dei media.	<ul style="list-style-type: none"> • I nuovi media sono appassionanti • Chattare è molto interessante • Per me i videogiochi sono cultura
Uso creativo dei media	I giovani hanno imparato qualcosa su come si possono usare i media in maniera creativa e produrre contenuti da soli.	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzo di programmi di grafica (Cadwork) • Creare siti web
Padronanza tecnica e applicativa	I giovani hanno ricevuto istruzioni/indicazioni/consigli per specifiche applicazioni/funzioni.	<ul style="list-style-type: none"> • Ci sono app utili anche per imparare • Word, Excel, Powerpoint • Come si può scaricare musica
Consapevolezza dei rischi	I giovani hanno appreso qualcosa sui rischi dei media digitali e su come possono e devono proteggersi.	<ul style="list-style-type: none"> • Internet cela rischi • Essere prudenti
Tutela dell'identità/della sfera privata	I giovani hanno imparato qualcosa sulla prudenza necessaria con i dati personali.	<ul style="list-style-type: none"> • Non svelare troppi dati personali • Impostazioni per la tutela della sfera privata
Giudizio complessivo positivo	I giovani hanno espresso un giudizio generale positivo. Manca tuttavia un'indicazione precisa dei contenuti.	<ul style="list-style-type: none"> • Interessante • Molte cose • Mi è stato di grande aiuto
Niente	I giovani hanno dichiarato di non aver imparato niente o non molto.	<ul style="list-style-type: none"> • Non molto • Niente che non sapessi già

4. Risultati

4.1. Informazioni ricevute in materia di nuovi media

Dapprima viene analizzato dove e da chi i giovani hanno ricevuto finora informazioni in materia di nuovi media (fonti d'informazione) e se le hanno trovate utili.

Alla domanda sulle fonti d'informazione a risposta più frequente è stata «dalla famiglia» (genitori, fratelli e sorelle o altri parenti) oppure «dai coetanei» (amici, colleghi o compagni di scuola) (cfr. Tabella 3). Due terzi hanno indicato che queste informazioni sono state utili.

Uno su cinque ha seguito un corso dedicato ai media nel tempo libero: per il 50% di loro le informazioni del corso sono state di aiuto. Il 22% ha ricevuto informazioni concernenti i nuovi media nel quadro di un progetto nel tempo libero. Per oltre la metà di loro sono state utili.

Tabella 3: fonti d'informazione in materia di nuovi media nel tempo libero

Nel mio tempo libero:	Sì, ho ricevuto informazioni (%)	Se sì: le informazioni sono state utili (%)
...dalla famiglia	63,9	68,7
...dai coetanei	63,6	67,1
...in un progetto	22,0	57,2
...in un corso dedicato ai media	20,2	49,3

Un quarto dei giovani ha frequentato un corso dedicato ai media a scuola: per circa la metà di loro le informazioni ottenute nel corso sono state utili (cfr. Tabella 4). Il 26% ha ricevuto informazioni concernenti i nuovi media nel quadro di un progetto a scuola. La metà le ha ritenute utili.

A scuola le informazioni concernenti i nuovi media sono state fornite principalmente nella lezione di informatica e per poco più della metà degli interpellati sono state d'aiuto. Un terzo dei giovani ha ricevuto informazioni concernenti i nuovi media in un'altra lezione (ad es. Uomo e ambiente), di cui la metà le ha giudicate utili.

Tabella 4: fonti d'informazione in materia di nuovi media a scuola

A scuola:	Sì, ho ricevuto informazioni (%)	Se sì: le informazioni state utili (%)
...nella lezione di informatica	49,8	56,0
...durante un'altra lezione	33,2	55,0
...in un progetto	25,7	49,8
...in un corso dedicato ai media	24,9	55,8

Oltre un terzo dei giovani svizzeri (36%) d'età compresa fra i 12 e i 19 anni ha partecipato a un corso dedicato ai media a scuola o nel tempo libero, alcuni anche in entrambi questi ambiti. I corsi dedicati ai media a scuola sono stati seguiti un po' più spesso (25%) di quelli nel tempo libero (20%). L'utilità dei primi supera quella dei secondi nel giudizio di chi vi ha partecipato (56% contro 49%). A partire dal capitolo 4.3 si presentano analisi più dettagliate dei corsi dedicati ai media.

4.2. Principali insegnamenti tratti

Sia per le fonti d'informazione nel tempo libero che per quelle a scuola si è chiesto ai giovani qual è stata la cosa più importante che hanno imparato. Di seguito sono riportati i risultati delle analisi qualitative delle risposte a testo libero (cfr. Tabella 2). Poiché vengono menzionate di rado dai giovani, le categorie *uso dilettevole dei media* e *parlare dell'uso dei media* sono state escluse dai risultati qui riportati.

In totale sono 348 i giovani che si sono espressi sui principali insegnamenti tratti dalle fonti d'informazione **nel tempo libero**. Al riguardo sono state compiute 381 categorizzazioni valide. Il loro numero supera quello degli interpellati a causa delle parziali duplici codifiche. Quasi un terzo delle occorrenze (30%) riguarda la categoria *consapevolezza dei rischi* (cfr. Figura 2). Il 14% ha menzionato elementi della categoria *padronanza tecnica e applicativa*, il 13% elementi della categoria *tutela dell'identità/della sfera privata*. Altre occorrenze si riferiscono alle categorie *uso moderato dei media* (9%), *uso responsabile dei media* (8%), nonché *conoscenze e comprensione dei media* (8%). Il 6% ha dichiarato espressamente di non aver imparato *niente* (di nuovo). Per ciascuna delle due categorie *giudizio complessivo positivo* e *riflessione critica sui media* è stato riscontrato il 5% di occorrenze. Solo in singoli casi è stata menzionata la categoria *uso creativo dei media* (2%).

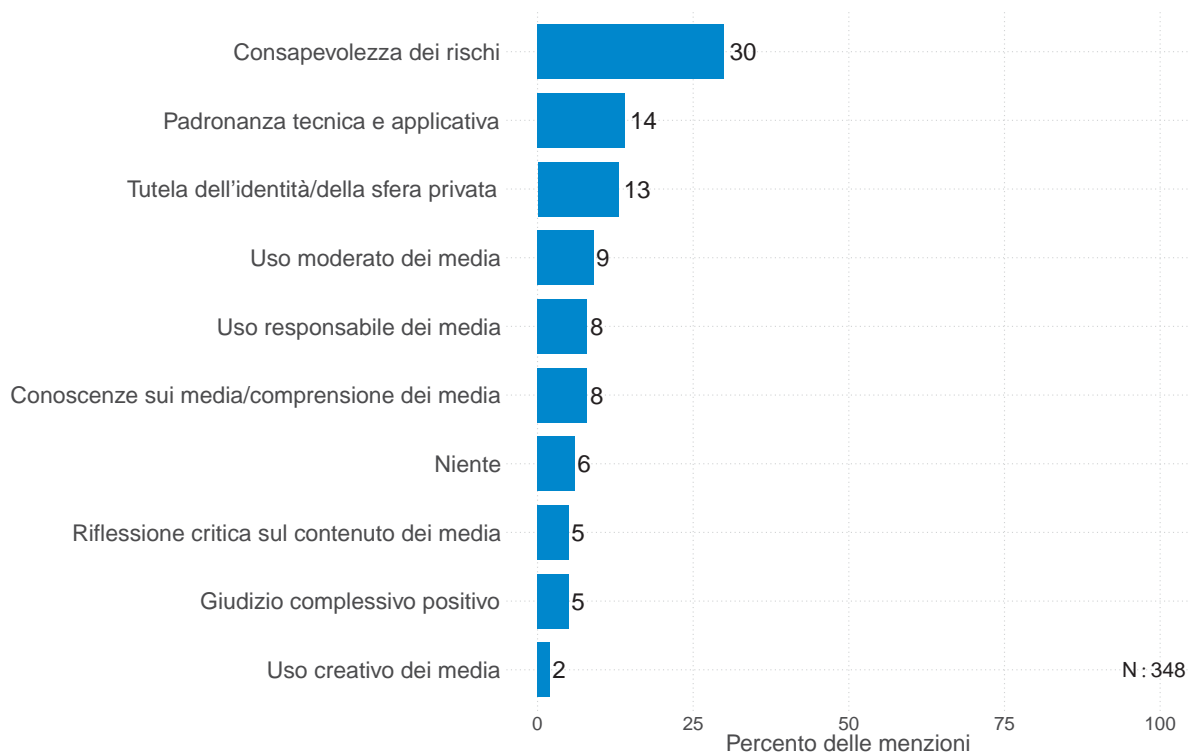


Figura 2: occorrenze «principali insegnamenti tratti dalle fonti d'informazione nel tempo libero»

Sui principali insegnamenti tratti dalle fonti d'informazione a **scuola** si sono espressi 256 giovani. Al riguardo sono state compiute 250 categorizzazioni valide. Anche qui *la consapevolezza dei rischi* si colloca al vertice delle occorrenze (31%, cfr. Figura 3). Alla categoria *padronanza tecnica e applicativa* si riferisce il 17% delle occorrenze, a quella della *tutela dell'identità/della sfera privata* il 12%. In un decimo delle occorrenze (10%) gli interpellati hanno dichiarato esplicitamente di non aver imparato *niente* (di nuovo). In ciascuna delle categorie *conoscenze e comprensione dei media*, *uso moderato dei media* e *uso creativo dei media* rientra il 7% delle occorrenze relative agli insegnamenti tratti da fonti d'informazione a scuola. Singole occorrenze riguardano le categorie *giudizio complessivo positivo* (4%), *uso responsabile dei media* (3%), nonché *riflessione critica sui contenuti medial* (3%).

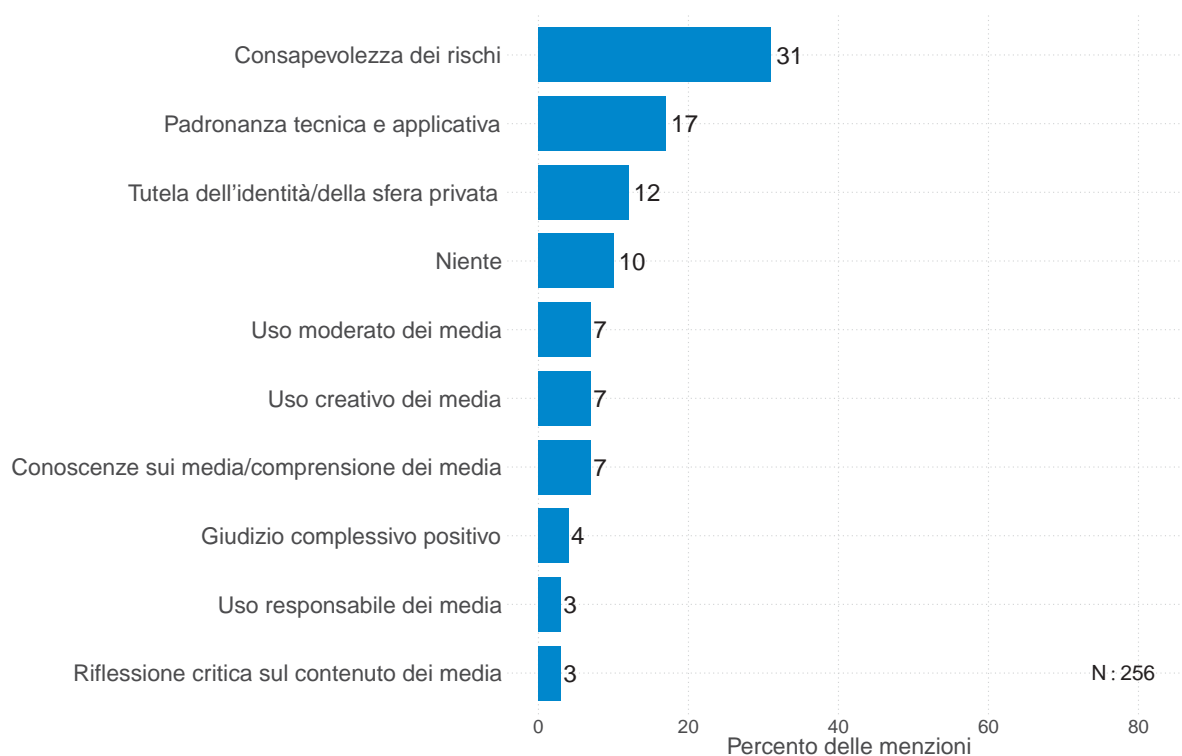


Figura 3: occorrenze «principali insegnamenti tratti da fonti d'informazione a scuola»

4.3. Caratteristiche demografiche dei partecipanti a corsi dedicati ai media

Il presente capitolo s'incentra sull'analisi dettagliata dei corsi dedicati ai media. Anzitutto si verifica quali gruppi demografici hanno partecipato a un corso dedicato ai media e in che misura l'hanno ritenuto utile.

Nella Svizzera tedesca il numero di giovani che hanno seguito un corso dedicato ai media nel tempo libero o a scuola è significativamente inferiore in confronto alla Svizzera romanda e al Ticino (cfr. Tabella 5). Non si riscontrano differenze fra i sessi riguardo alla partecipazione a corsi dedicati ai media nel tempo libero. Tendenzialmente le ragazze li hanno trovati più utili rispetto ai ragazzi. Anche per i corsi dedicati ai media nelle scuole il tasso di partecipazione dei ragazzi è analogo a quello delle ragazze ma quest'ultime superano di gran lunga il numero dei maschi nel giudizio sull'utilità dei corsi. I 12/13enni hanno seguito uno di questi corsi a scuola tendenzialmente più spesso dei giovani di 18/19 anni. Emerge inoltre che i corsi dedicati ai media a scuola tendono a essere seguiti più spesso da giovani d'ambo i sessi delle «SM – prep. liceo» che da allieve e allievi delle «SM – liv. A, B & C».

Tabella 5: caratteristiche demografiche dei partecipanti ai corsi dedicati ai media (nel tempo libero e a scuola)

Criterio	Corsi dedicati ai media nel tempo libero		Corsi dedicati ai media a scuola		
	Partecipanti a un corso (%)	Percentuale dei partecipanti a un corso che l'hanno giudicato utile (%)	Partecipanti a un corso (%)	Percentuale dei partecipanti a un corso che l'hanno giudicato utile (%)	
Sesso	Ragazze	19,2	55,2	22,9	67,4
	Ragazzi	20,8	40,3	27,0	46,1
			($p = ,096$)		($p = ,009$)
Fascia d'età	12/13 anni	22,2	40,3	36,5	52,8
	14/15 anni	22,5	43,9	23,3	69,6
	16/17 anni	21,4	49,6	25,9	45,8
	18/19 anni	14,3	62,7	16,8	67,5
			($p = ,07$)		
Domicilio: urbanità/ruralità	Città	21,2	49,3	23,5	58,4
	Paese	18,7	50,6	28,6	51,0
Passato migratorio	Svizzera	19,4	50,7	24,9	56,9
	Migrazione	24,4	44,9	23,4	49,5
Ceto sociale	Basso	14,2	79,2	24,9	52,6
	Medio	19,1	42,1	23,5	57,7
	Alto	22,5	58,9	24,7	53,1
Tipo di scuola (n=351)	SM - prep. liceo	19,7	51,7	37,4	47,5
	SM - liv. A & B	24,5	39,7	24,3	71,4
	SM - liv. C	27,1	43,0	22,1	45,1
			($p = ,09$)		
Regione	Svizzera tedesca	14,7	47,9	21,5	57,8
	Svizzera francese	33,9	50,0	33,2	52,2
	Svizzera italiana	27,8	58,7	33,3	57,1
		($p = ,000$)		($p = ,01$)	
Totale		20	49	25	56

4.4. Corso dedicato ai media e soddisfazione col proprio rapporto con i media

Di seguito si esamina il nesso fra singoli aspetti della competenza mediale e la partecipazione a un corso dedicato ai media, valutando anzitutto la soddisfazione dei giovani con il proprio rapporto con i media digitali. La domanda era la seguente:

Nel complesso, in che misura sei soddisfatta/o del tuo rapporto con i media, ad. es. con Internet o il tuo cellulare? Indica con una crocetta la rispettiva posizione.

per nulla soddisfatta/o ← ————— | ————— → molto soddisfatta/o

Lerisposte dei giovani sono state valutate in base a una scala di valori compresa fra 1 (per nulla soddisfatta/o) e 10 (molto soddisfatta/o). Il valore medio del totale delle risposte è di 7,3 e denota una tendenziale soddisfazione. Il 22% ha spuntato la casella nella metà inferiore della scala di valori. La grande maggioranza dei giovani è quindi soddisfatta in generale del proprio rapporto con i media digitali. I giovani con passato migratorio (6.7) sono tendenzialmente meno soddisfatti del proprio rapporto con i media dei giovani svizzeri (7.5). Per le altre caratteristiche sociodemografiche non si constatano discrepanze riguardo alla soddisfazione con il proprio rapporto con i media.

Coloro che hanno partecipato a corsi dedicati ai media nel tempo libero sono tendenzialmente meno soddisfatti (7.0) di chi non li ha mai frequentati (7.4). Non è emersa nessuna differenza nel giudizio sull'utilità del corso. Nei corsi dedicati ai media seguiti a scuola non sono state riscontrate differenze.

4.5. Corsi dedicati ai media e padronanza tecnica del computer

Le competenze tecniche sono parti integranti della competenza mediale in vari modelli (ad es. la dimensione «uso dei media» di Baacke, 1998) e sono trattate spesso nei corsi dedicati ai media. Ai giovani è stato chiesto quali attività hanno già svolto da soli al computer. Le possibili risposte erano: installare software, scaricare software da Internet, deframmentare il disco rigido, installare apparecchi supplementari (ad es. stampante, scanner), ampliare la memoria di lavoro, installare e aggiornare il sistema operativo, installare componenti di rete, realizzare siti web, elaborare fotografie (ad es. con Photoshop), programmare al computer, assemblare, adeguare tecnicamente il computer e scaricare musica, giochi o film. In media i giovani hanno dichiarato di aver già svolto da soli al computer cinque delle dodici attività elencate sopra (per i risultati più dettagliati vedere rapporto JAMES di Willemse et al., 2014). Per i raffronti fra gruppi è stato determinato un indice sommando il numero di tutte le attività già svolte al computer (minimo 0, massimo 12).

Non sono state riscontrate differenze significative tra frequentatori e non frequentatori di corsi dedicati ai media a scuola o nel tempo libero. Non sono emerse discrepanze neppure fra coloro che hanno seguito un corso e l'hanno trovato utile e coloro che ne hanno frequentato uno ma esprimendosi negativamente circa la sua utilità (tempo libero e scuola).

4.6. Corsi dedicati ai media e impostazioni di tutela della sfera privata

La prudenza con i dati personali e la tutela dell'identità ad essa correlata rientrano nel concetto di competenza mediale (Genner, in fase di stampa; Sutter, 2010). Considerato il ruolo centrale dei rete sociali, sono state poste domande sulla sfera privata (privacy) in quest'ambito. In primo luogo si è chiesto ai giovani se nelle reti sociali hanno attivato le impostazioni riguardanti le informazioni sulla sfera privata (privacy). Le risposte possibili erano «No», «Sì» e «Non so». Se avevano risposto affermativamente, si chiedeva loro di specificare se le aggiornavano regolarmente. Anche qui le risposte possibili erano «No», «Sì» e «Non so».

In base ai dati sull'attivazione delle impostazioni di tutela della sfera privata e sul loro regolare aggiornamento i giovani che usano le reti sociali sono stati ripartiti nei seguenti quattro gruppi:

- a) impostazioni di sfera privata non attivate ($n = 90$, 10,4%);
- b) impostazioni di sfera privata attivate ma non regolarmente aggiornate ($n = 284$, 32,9%);
- c) impostazioni di sfera privata attivate e regolarmente aggiornate ($n = 369$, 42,8%);
- d) non sanno se le impostazioni di sfera privata sono attivate o no ($n = 120$, 13,9%).

Gli 82 giovani che hanno dichiarato di aver attivato le impostazioni di tutela della sfera privata ma di non sapere se le aggiornano regolarmente sono stati annoverati nel gruppo b (impostazioni di sfera privata attivate ma non regolarmente aggiornate). Non sono stati classificati in nessun gruppo i 32 interpellati che hanno attivato le impostazioni di sfera privata ma non hanno risposto alla domanda sul loro regolare aggiornamento. La maggioranza, ovvero il 43%, ha attivato le impostazioni di tutela della sfera privata e le aggiorna regolarmente. Circa un terzo (33%) ha attivato le impostazioni ma non le aggiorna regolarmente. Il minor gruppo è costituito da coloro che non hanno mai attivato le impostazioni di sfera privata (10%). Il 14% non sa se le ha attivate o no. La ricerca di differenze significative è stata limitata ai gruppi a, b e c poiché denotano una crescente attenzione alla sicurezza nel loro atteggiamento verso i media ($n = 743$).

Riguardo alle impostazioni di sfera privata non emergono discrepanze significative tra frequentatori e non frequentatori di corsi nel tempo libero. Tra coloro che hanno trovato utili le informazioni di un corso nel tempo libero è più frequente l'abitudine di attivare e aggiornare regolarmente le impostazioni di sfera privata e meno frequente quella di limitarsi ad attivarle senza aggiornarle che tra i partecipanti a

un corso che si sono espressi negativamente circa la sua utilità (cfr. Tabella 6). Anche la percentuale di giovani che non ha mai attivato le impostazioni è nettamente inferiore nel gruppo che ha giudicato utile un corso in confronto a quello che l'ha ritenuto inutile.

Tabella 6: attivazione delle impostazioni di sfera privata, per gruppi (partecipazione a un corso, utilità del corso, tempo libero)

Corso dedicato ai media nel tempo libero Impostazioni di sfera privata: percentuale dei giovani che... (%)	Hai ricevuto informazioni?		Se sì: le informazioni ...	
	no	sì	non sono state utili	sono state utili
... non le ha attivate	7,5	10,3	14,6	5,3
...le ha solo attivate (ma non le aggiorna regolarmente)	39,5	43,6	51,2	34,7
... le ha attivate e le aggiorna regolarmente	52,9	46,0	34,1	60,0
	n.s.		($p = ,007$)	

Per quanto riguarda i corsi dedicati ai media a scuola non si constatano differenze tra frequentatori e non frequentatori. Il giudizio espresso circa l'utilità dell'informazione trasmessa durante un corso dedicato ai media seguito a scuola non ha alcun influsso sulle impostazioni di tutela della sfera privata.

4.7. Corsi dedicati ai media e preoccupazione per la visibilità delle informazioni personali

Ai giovani è stato chiesto se li preoccupa il fatto che altre persone possano vedere le informazioni dei loro profili nei social network che non volevano rendere pubbliche. In totale il 36% ha espresso preoccupazione, mentre il 51% non ha timori al riguardo (il rimanente 13% ha risposto «Non so»).

I partecipanti a un corso dedicato ai media nel tempo libero o a scuola si preoccupano di più per la visibilità delle loro informazioni personali in confronto a chi non ha frequentato corsi (cfr. Tabella 7). In relazione a un corso dedicato ai media nel tempo libero non vi sono discrepanze fra i giovani che l'hanno trovato utile e coloro che non ne hanno ricavato alcun beneficio. Il quadro cambia per i corsi dedicati ai media a scuola. I giovani che li hanno trovati utili esprimono maggiore preoccupazione per la visibilità delle loro informazioni personali rispetto a coloro che li hanno giudicati inutili.

Tabella 7: preoccupazione per la visibilità delle informazioni personali, per gruppi (partecipazione a un corso, utilità del corso)

Percentuale di giovani che si preoccupa per la visibilità delle informazioni personali (%)	Hai ricevuto informazioni?		Se sì: le informazioni ...	
	no	sì	non sono state utili	sono state utili
... in un corso dedicato ai media nel tempo libero	37,1	53,9	53,1	54,7
	($p = ,007$)		n.s.	
... in un corso dedicato ai media a scuola	36,5	49,7	38,2	56,6
	($p = ,026$)		($p = ,041$)	

4.8. Corsi dedicati ai media e tempo che i giovani vorrebbero trascorrere in Internet e a giocare ai videogiochi

Un uso moderato dei media e un uso dilettevole dei media sono parti integranti della competenza mediale (Hipeli, 2014). Ai giovani è stato chiesto quanto tempo vorrebbero trascorrere online se potessero decidere liberamente. La medesima domanda è stata posta per i videogiochi. Le possibili risposte erano anche qui: «Meno tempo di adesso», «Lo stesso tempo di adesso» e «Più tempo di adesso».

Il 63% degli interpellati non vorrebbe cambiare niente riguardo al tempo da dedicare a Internet. Il 29% preferirebbe trascorrere online meno tempo di adesso. L'8% invece più tempo di adesso.

Tra frequentatori e non frequentatori di corsi (sia nel tempo libero che a scuola) non emergono differenze circa il desiderio di ridurre, lasciare invariato o prolungare il tempo di navigazione in Internet. Si delineano invece discrepanze fra i giovani che hanno trovato utile il corso dedicato ai media a scuola e coloro che non ne hanno ricavato alcun beneficio. I primi preferirebbero trascorrere meno tempo in Internet dei secondi (cfr. Tabella 8).

Tabella 8: tempo desiderato di navigazione in Internet, per gruppi (partecipazione a un corso, utilità del corso, scuola)

Corso dedicato ai media a scuola Tempo desiderato di navigazione in Internet (%)	Hai ricevuto informazioni?		Se sì: le informazioni ...	
	no	sì	non sono state utili	sono state utili
Meno tempo di adesso	27,8	27,8	18,3	35,1
Lo stesso tempo di adesso	64,5	63,0	68,4	58,9
Più tempo di adesso	7,6	9,2	13,4	6,0
	n.s.		($p = ,015$)	

Il 71% ritiene ideale il tempo che dedica ai videogiochi. L'11% preferirebbe giocare ai videogame meno a lungo di adesso. Il 18% invece più tempo di adesso.

Tra frequentatori e non frequentatori di corsi (sia nel tempo libero che a scuola) non emergono differenze circa il desiderio di ridurre, lasciare invariato o prolungare il tempo dedicato ai videogiochi. Altrettanto vale per i due gruppi che hanno giudicato utili o meno le informazioni ricevute.

5. Discussione

Di seguito si risponde alla serie di domande formulate nel capitolo 2.4 discutendo i risultati che ne sono scaturiti. Laddove opportuno si compiono raffronti con i risultati del rapporto JAMESfocus 2013 (Genner et al., 2013) incentrato sui corsi dedicati ai media a scuola e basato sul rilevamento del 2012.

5.1 Informazioni concernenti i nuovi media

Da quali fonti i giovani hanno ricevuto informazioni concernenti i nuovi media? Hanno trovato utili le informazioni ricevute? Qual è stata la cosa più importante che hanno imparato?

Come possibili fonti d'informazione il questionario elencava corsi dedicati ai media, progetti, lezioni a scuola, famiglia o coetanei. La risposta più frequente alla domanda sulle informazioni ricevute in materia di nuovi media è stata «dalla famiglia» (genitori, fratelli e sorelle o altri parenti) oppure «dai coetanei» (amici, colleghi o compagni di scuola). Gli interpellati dovevano indicare se hanno trovato utili le informazioni ottenute. Per entrambe le fonti (famiglia e coetanei) le percentuali di coloro che hanno giudicato utili le informazioni ricevute erano relativamente alte, rispettivamente del 69% e 67%. Si può desumere che per domande e problemi concreti i giovani si siano rivolti al loro ambiente privato o personale (genitori, fratelli e sorelle, parenti, amici, colleghi e compagni di scuola) dove hanno ricevuto consigli concreti che sono stati loro d'aiuto. Questi risultati sottolineano l'importanza della famiglia e dei coetanei nella veicolazione della competenza mediale.

La metà dei giovani ha ottenuto informazioni in materia di nuovi media nella lezione d'informatica, un terzo in altre lezioni a scuola. Rispettivamente il 56% e 55% ha trovato utili le informazioni ricevute. Ciò denota che ai giovani sono di aiuto anche informazioni in materia di nuovi media fornite nell'ambito

del regolare programma scolastico. I nuovi piani di studio nel quadro dell'armonizzazione della scuola dell'obbligo prevedono d'integrare l'educazione ai media nel programma scolastico.

Oltre un terzo dei giovani svizzeri d'età compresa fra i 12 e i 19 anni ha partecipato a un corso dedicato ai media a scuola o nel tempo libero, alcuni anche in entrambi questi ambiti. I corsi dedicati ai media a scuola sono stati frequentati da un quarto degli interpellati, quelli nel tempo libero da un quinto. La frequentazione di corsi dedicati ai media a scuola si attesta quindi su percentuali analoghe a quelle del 2012 (22%, Genner et al., 2013). Gli attuali risultati evidenziano che i corsi dedicati ai media vengono seguiti anche nel tempo libero, aspetto che nel 2012 non è stato esaminato.

Per tutte le fonti d'informazione una maggioranza di giovani compresa fra il 50 e il 55% ha giudicato utili le informazioni ricevute (per le fonti «famiglia» e «coetanei» questa percentuale è ancora più elevata). In quest'ambito sembra esserci ancora del potenziale. La domanda sull'utilità era però formulata in maniera molto specifica. Può darsi che i giovani non abbiano mai avuto un problema per la cui soluzione le informazioni ricevute sarebbero state d'aiuto. Possono anche averle ritenute utili per un domani. In futuri studi è consigliabile porre domande sull'effetto didattico (ad es. «Ho imparato qualcosa»). Un'altra possibile spiegazione della percentuale del 50-55% risiede nella difficoltà a tenere conto delle esigenze di tutti i partecipanti a un corso, specie se il loro livello di conoscenze varia molto (mentre una parte ne trae benefici, l'altra non impara niente di nuovo).

Ai giovani è stato chiesto qual è la cosa più importante che hanno imparato/l'informazione più importante in materia di nuovi media che hanno ricevuto. Si è operata una distinzione fra principali insegnamenti tratti da fonti d'informazione nel tempo libero (famiglia, coetanei, corsi dedicati ai media e progetti) e quelle a scuola (lezioni, corsi dedicati ai media, progetto scolastico). Sia per le fonti d'informazione nel tempo libero che per quelle a scuola i principali insegnamenti tratti erano annoverabili prevalentemente nelle seguenti tre categorie: *consapevolezza dei rischi, padronanza tecnica e applicativa*, nonché *tutela dell'identità/della sfera privata*. I giovani hanno quindi appreso qualcosa principalmente sui rischi dei nuovi media, su come possono e devono proteggersi, oltre che sulla prudenza necessaria con i dati personali. Menzionano spesso l'acquisizione di conoscenze tecniche d'utente (istruzioni, indicazioni/consigli per specifiche applicazioni/funzioni). Alle categorie *uso dilettevole dei media e parlare dell'uso dei media* fanno riferimento solo in singoli casi. Ciò può significare che queste due dimensioni della competenza mediale non sono state tematizzate dalle varie fonti d'informazione oppure che non sono considerate una novità dai giovani. Gli insegnamenti tratti dalle fonti d'informazione nel tempo libero e a scuola non palesano grandi differenze sul piano dei contenuti. La maggior discrepanza percentuale è stata riscontrata nella categoria *uso responsabile dei media*. Questa categoria è stata menzionata per le fonti d'informazione nel tempo libero (8% delle occorrenze) percentualmente più spesso che per le fonti d'informazione a scuola (3%). Per la categoria *uso creativo dei media* la percentuale di occorrenze in ambito scolastico (6%) è leggermente superiore a quella nel tempo libero (2%).

Da ultimo va osservato che non è chiaro da quali fonti d'informazione i giovani abbiano imparato le cose più importanti per loro. Gli insegnamenti menzionati dagli interpellati non sono quindi automaticamente assimilabili ai contenuti dei corsi dedicati ai media.

5.2 Partecipazione a corsi dedicati ai media

I vari gruppi sociodemografici hanno partecipato a un corso dedicato ai media nel tempo libero o a scuola? I vari gruppi hanno espresso giudizi differenti circa l'utilità dei corsi?

Nel complesso sono state riscontrate solo poche divergenze demografiche tra partecipanti e non partecipanti a un corso dedicato ai media. Un risultato interessante è che nella Svizzera tedesca sono significativamente meno i giovani che hanno frequentato un corso dedicato ai media nel tempo libero e a scuola in confronto alla Svizzera romanda e al Ticino. Nella Svizzera romanda l'attuazione del nuovo piano di studio, inclusi i moduli d'educazione ai media, è in una fase più avanzata che nella Svizzera tedesca. Se questi contenuti sono trattati nelle lezioni, ciò potrebbe spiegare il maggior tasso

di partecipazione a corsi dedicati ai media a scuola. La Svizzera latina denota un maggiore tasso di partecipazione anche ai corsi dedicati ai media nel tempo libero. È possibile che questo sia dovuto al fatto che nella Svizzera romanda e in Ticino i corsi sono solitamente gratuiti, mentre nella Svizzera tedesca sono prevalentemente a pagamento. Un raffronto con le cifre del 2012 (Genner et al., 2013) evidenzia che la partecipazione a un corso dedicato ai media a scuola nella Svizzera romanda (2012: 26%, 2014: 33%) e in Ticino (2012: 21%, 2014: 33%) è aumentata, mentre nella Svizzera tedesca è rimasta pressoché invariata (2012: 21%, 2014: 22%). Anche qui il motivo potrebbe essere la più avanzata attuazione dei nuovi piani di studio nella Svizzera romanda e in Ticino fra il 2012 e il 2014.

Riguardo al giudizio sull'utilità delle informazioni ricevute, è emerso, sia per i corsi dedicati ai media nel tempo libero che per quelli a scuola, che le ragazze ne traggono maggiori benefici dei ragazzi. È lecito presumere che ciò sia ascrivibile ai contenuti dei corsi. La maggiore o minore utilità delle informazioni ottenute da ragazzi e ragazze potrebbe dipendere dai temi che vengono trattati in un corso. I risultati dello studio JAMES 2014 (Willemse et al., 2014) evidenziano varie differenze fra i sessi nell'uso dei media. I ragazzi, ad esempio, giocano ai videogame nettamente più spesso e usano i videoportali per intrattenimento più spesso delle ragazze che invece preferiscono fare foto digitali. I ragazzi denotano una maggiore padronanza tecnica nelle varie attività svolte al computer. L'unica eccezione è l'elaborazione di foto digitali nella quale sono più assidue le ragazze. Un'altra spiegazione potrebbe essere che le ragazze sono più aperte ai consigli (Feierabend, Karg & Rathgeb, 2010; Hipeli, 2012) e per questo traggono maggiori benefici da un corso. Nel 2012 non sono state constatate discrepanze fra i sessi riguardo all'utilità di un corso dedicato ai media a scuola.

5.3 Soddisfazione con il proprio rapporto con i media

I frequentatori di un corso dedicato ai media sono più soddisfatti in generale del proprio rapporto con i media digitali rispetto a chi non ha partecipato a un corso?

Coloro che hanno partecipato a corsi dedicati ai media nel tempo libero sono tendenzialmente meno soddisfatti di chi non li ha mai frequentati. Di primo acchito questo risultato sembra controintuitivo poiché si parte dal presupposto che chi frequenta un corso consolidi la propria competenza mediale e quindi sia più soddisfatto del proprio rapporto con i media. È probabile invece che un corso sensibilizzi i giovani inducendoli a un esame più critico del proprio atteggiamento verso i media che si riflette nel loro grado di soddisfazione. D'altro canto è possibile che i corsi siano stati frequentati da giovani meno soddisfatti in generale del proprio rapporto con i media. Proprio le incertezze a questo proposito potrebbero essere all'origine della decisione di partecipare a un corso dedicato ai media nel tempo libero.

È interessante osservare che per i corsi dedicati ai media a scuola non emergono differenze significative circa la soddisfazione con il proprio rapporto con i media. È lecito arguirne che i corsi dedicati ai media nel tempo libero siano frequentati soprattutto da giovani insoddisfatti del proprio rapporto con i media. A scuola la motivazione a seguire corsi dedicati ai media svolge un ruolo secondario poiché generalmente sono organizzati dai docenti o dalla direzione della scuola.

A questo proposito occorre rilevare che gli interpellati non hanno precisato a cosa si riferisce in concreto la loro soddisfazione nel rapporto con i media. È probabile che abbiano inteso soprattutto la *padronanza tecnica e applicativa*. Sarebbero possibili anche altre dimensioni della competenza mediale, ad esempio *uso dilettevole dei media*, *uso creativo dei media*, *uso responsabile dei media* oppure *uso moderato dei media*. La soddisfazione con il proprio rapporto con i media potrebbe essere considerata anche un indicatore della competenza mediale complessiva. Ma trattandosi di giudizi soggettivi dei giovani sul proprio rapporto con i media non si può trarne una conclusione sull'effettiva competenza mediale.

5.4 Atteggiamento competente nei confronti dei media

I partecipanti a un corso dedicato ai media mostrano una maggiore padronanza tecnica del computer rispetto a chi non ha frequentato un corso? I frequentatori di un corso si proteggono di più nei rete sociali attivando le impostazioni di tutela della sfera privata (privacy)? Vi sono differenze tra frequentatori di un corso e non frequentatori nella preoccupazione per la visibilità delle loro informazioni personali? I frequentatori di un corso desiderano dedicare più o meno tempo a Internet e ai videogiochi rispetto ai non frequentatori?

Un atteggiamento competente nei confronti dei media per quanto concerne le impostazioni di tutela della sfera privata nelle reti sociali emerge prevalentemente fra i giovani che hanno frequentato un corso dedicato ai media nel tempo libero e che hanno trovato utili le informazioni ricevute. Il 60% dei giovani di questo gruppo ha attivato le impostazioni di tutela della sfera privata e le aggiorna regolarmente. Dei frequentatori di un corso dedicato ai media nel tempo libero che non hanno trovato utili le informazioni ricevute, solo il 34% ha attivato le impostazioni di tutela della sfera privata e le aggiorna regolarmente.

I partecipanti a un corso dedicato ai media nel tempo libero o a scuola si preoccupano di più per la visibilità delle loro informazioni personali in confronto a chi non ha frequentato corsi. Dopo aver partecipato a scuola a un corso dedicato ai media i giovani che l'hanno trovato utile sono più preoccupati per la visibilità delle loro informazioni personali nelle reti sociali di coloro che hanno dichiarato di non aver tratto vantaggi dal corso. Nel 2012 la partecipazione a un corso oppure il giudizio sulla sua utilità erano risultati irrilevanti riguardo alla preoccupazione per la visibilità delle informazioni personali (Genner et al., 2013).

Dagli attuali risultati si può quindi dedurre che il tema «sfera privata e sicurezza» sia stato trattato nei corsi dedicati ai media, probabilmente con crescente frequenza in quelli a scuola negli ultimi due anni. I risultati mostrano che i giovani sono stati sensibilizzati sul problema della visibilità dei dati personali e che hanno appreso qualcosa sulle possibilità di proteggersi (impostazioni di tutela della sfera privata). Sembra quindi che i corsi incentivino un rapporto responsabile e critico con i media, almeno per quanto attiene alla tutela della sfera privata in rete. Anche negli insegnamenti tratti dai giovani, le categorie menzionate con la maggior frequenza sono *consapevolezza dei rischi* e *tutela dell'identità/della sfera privata*. Questo argomento sembra quindi rivestire grande importanza per i giovani.

La padronanza tecnica e applicativa è parte integrante della competenza mediale. I partecipanti ai corsi dedicati ai media nel tempo libero e a scuola hanno svolto più spesso da soli varie attività al computer di coloro che non hanno frequentato un corso, ma le differenze non sono statisticamente significative. La stessa tendenza è emersa nel 2012: fra i giovani con conoscenze tecniche più approfondite di computer il tasso di partecipazione a un corso dedicato ai media era più alto. Una possibile spiegazione è che i corsi trasmettano sapere tecnico.

Un'altra dimensione della competenza mediale è l'uso moderato dei media. I giovani che hanno trovato utile un corso dedicato ai media frequentato a scuola preferirebbero trascorrere meno tempo a navigare in Internet rispetto a coloro che hanno giudicato inutili le informazioni ricevute. È probabile che il corso gli abbia sensibilizzati a esaminare più criticamente il proprio atteggiamento nei confronti dei media e che quindi abbiano deciso di trascorrere meno tempo in rete. D'altro canto è possibile che i corsi siano stati frequentati da giovani che navigano già molto a lungo in Internet. Forse i docenti hanno organizzato un corso dopo aver constatato questo comportamento negli allievi.

In generale i partecipanti a un corso sembrano denotare un atteggiamento più competente nei confronti dei media, ma perlopiù solo se hanno giudicato utili le informazioni ricevute nel corso. D'altronde bisogna tenere presente che sono stati analizzati solo aspetti parziali e singoli indicatori della competenza mediale. Inoltre le indicazioni dei giovani consistono sempre in giudizi soggettivi.

Nell'interpretazione dei dati bisogna inoltre tenere presente che si tratta di un campionamento trasversale e che quindi non sono possibili affermazioni su cause ed effetti. Non è chiaro se le differenze

constatate siano riconducibili alla partecipazione a corsi dedicati ai media o se esistessero già prima. Per la verifica dell'efficacia dei corsi dedicati ai media sarebbe opportuna una valutazione riferita agli obiettivi specifici delle rispettive offerte.

5.5 Conclusione generale

Nel presente rapporto sono state esaminate varie fonti d'informazione riguardanti i nuovi media. Due terzi dei giovani svizzeri hanno ricevuto informazioni sui nuovi media dalla famiglia (genitori, fratelli e sorelle, altri parti) e dai coetanei (amici, colleghi e compagni di scuola). A scuola circa la metà ha ottenuto informazioni concernenti i nuovi media nella lezione d'informatica, un terzo durante altre lezioni.

I corsi offrono la possibilità di veicolare in modo mirato informazioni sui nuovi media. Circa un quinto dei giovani in Svizzera d'età compresa fra 12 e 19 anni ha partecipato a un corso dedicato ai nuovi media. La metà di loro ha giudicato utili le informazioni ricevute nel corso. Un corso dedicato ai media in ambito scolastico è stato frequentato da circa un quarto dei giovani, di cui oltre la metà ha espresso un giudizio positivo sull'utilità delle informazioni ottenute. Emergono differenze fra le regioni linguistiche: nella Svizzera latina i giovani hanno partecipato a un corso dedicato ai nuovi media con una probabilità significativamente maggiore che nella Svizzera tedesca. In totale il 36% dei giovani ha frequentato un corso dedicato ai media nel tempo libero o a scuola (o in entrambi gli ambiti).

I nuovi piani di studio in Svizzera contengono dettagli specifici sull'incentivazione della competenza mediale nella scuola dell'obbligo. È probabile che l'introduzione di questi piani contribuirà nei prossimi anni a un costante aumento della percentuale di giovani in Svizzera con una formazione specifica in materia di nuovi media. Nella Svizzera tedesca, finché il piano di studio «Lehrplan 21», con la relativa sistematica incentivazione della competenza mediale, non sarà introdotto in tutti i cantoni, i corsi dedicati ai nuovi media colmano l'attuale lacuna nell'offerta almeno per una parte dei giovani svizzeri. Ma neppure il «Lehrplan 21» supplirà integralmente a forme alternative di trasmissione della competenza mediale, ad esempio nel quadro di progetti o di festival cinematografici per giovani.

Coloro che hanno seguito un corso si preoccupano di più per la visibilità delle informazioni digitali personali, il che può essere interpretato come un effetto della sensibilizzazione. Spiegherebbe anche perché i giovani che hanno frequentato un corso dedicato ai nuovi media e l'hanno giudicato utile sono proporzionalmente più assidui nell'attivare e aggiornare regolarmente impostazioni di tutela della sfera privata nelle reti sociali. Si constata quindi che i corsi dedicati ai media a scuola e nel tempo libero esplicano, malgrado la loro eterogeneità, effetti positivi almeno per quanto concerne la protezione dei dati e la tutela della sfera privata.

I principali insegnamenti che i giovani svizzeri hanno tratto in materia di nuovi media si riferiscono alla consapevolezza dei rischi, a conoscenze tecniche applicative e ad aspetti di tutela dell'identità e della sfera privata – a prescindere dalla fonte d'informazione.

6. Suggerimenti per scuole, offerenti di corsi e genitori

Basando sulle teorie e risultati rappresentati in questo esposto si possono formulare suggerimenti per scuole, offerenti di corsi e genitori. Essi vengono completate da conoscenze in psicologia di mass-media.

- I genitori svolgono un ruolo importante nella trasmissione della competenza mediale che non si limita alle conoscenze tecniche. Con il loro ricco bagaglio di esperienze possono ad esempio insegnare ai figli un comportamento adeguato nell'uso dei media per svago, stimolarli a sviluppare un atteggiamento critico o una competenza sociale in relazione ai media. I corsi dedicati ai media possono essere un complemento utile ma non sono in grado di supplire al ruolo educativo dei genitori in ambito mediale.
- Anche le scuole hanno particolare rilevanza nella trasmissione della competenza mediale. I corsi a scuola sono sensati (specie fin quando i docenti stessi non hanno una formazione rilevante in quest'ambito). Sarebbe però auspicabile integrare temi riguardanti i media anche in altre materie (ad es. sotto forma di competenze applicative come previsto nel «Piano di studio 21» nella Svizzera tedesca).
- Learning by doing: il coinvolgimento attivo dei giovani in progetti mediali, come ad esempio girare un film su un tema di una lezione o realizzare un giornale online per studenti, contribuisce di più a consolidare la competenza mediale che la mera veicolazione di informazioni.
- Per essere utile ai giovani un corso dedicato ai media deve essere orientato al loro livello di preparazione e alle loro esigenze. Bisognerebbe quindi dapprima accertare quali conoscenze hanno e quali sono i loro specifici interessi. In futuro andrebbero inoltre prese in considerazione le differenze sul piano delle esigenze fra ragazze e ragazzi.
- Questi corsi non dovrebbero limitarsi a veicolare informazioni ma fornire consigli concreti d'azione.

Guide

I genitori e altri interessati trovano nell'opuscolo «**Competenze mediali – consigli per un utilizzo sicuro dei media digitali**» utili consigli per educare ai media i bambini e i giovani.

L'opuscolo può essere scaricato o ordinato gratuitamente nel sito www.giovanimedia.ch

Ai docenti e ai direttori di scuole l'opuscolo «**Competenze mediali nella realtà scolastica**» fornisce consigli pratici per incentivare la competenza mediale durante le lezioni.

L'opuscolo può essere scaricato o ordinato gratuitamente nel sito www.giovanimedia.ch

7. Bibliografia

- Baacke, D. (1998). Medienkompetenz–Herkunft, Reichweite und strategische Bedeutung eines Begriffs. *Lernort Multimedia. Jahrbuch Telekommunikation und Gesellschaft, Band 6*, 22-27.
- CDPE (2016). *Piani di studio e strumenti didattici*. Consultato il 23.03.2016 nel sito <http://www.edk.ch/dyn/15417.php>.
- Feierabend, S., Karg, U. & Rathgeb, T. (2010). *JIM-Studie 2010 - Jugend, Information, (Multi-)Media*. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest MPFS
- FFHS/SUPD (2014). *Studie zu Medienkompetenz: Mittelmass an Schweizer Schulen (20.11.2014)*. News-Eintrag. Consultato il 14.03.2016 nel sito <https://www.ffhs.ch/home/news-events/studie-zu-medienkompetenz-mittelmass-an-schweizer-schulen>.
- Frey-Vor, G. & Schumacher, G. (2006). *Kinder und Medien 2003/2004: eine Studie der ARD/ZDF-Medienkommission. Schriftenreihe Media Perspektiven (Vol. 18)*. Baden-Baden: Nomos-Verlag.
- Genner, S. (in fase di stampa). *ON/OFF. Risks and Rewards of the Anytime-Anywhere Internet*. Dissertation, Universität Zürich, Zürich.
- Genner, S., Willemse, I., Waller, G. & Süss, D. (2013). *JAMESfocus: Efficacia dei corsi sulla competenza mediatica*. Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Zürich.
- Hermida, M. (2014). Familie, Peergroup und Schule als Vermittler von Medienkompetenz. Wo Heranwachsende die sichere Nutzung des Internets lernen. *Media Perspektiven*, 12, 608-614.
- Hipeli, E. (2012). *Netzguidance für Jugendliche. Chancen und Grenzen der Internetkompetenzförderung und ihrer Vermittlung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Hipeli, E. (2014). *Medien-Kids. Bewusst umgehen mit allen Medien – von Anfang an*. Zürich: Beobachter-Edition.
- Jarren, O. & Wassmer, C. (2009). Medienkompetenz - Begriffsanalyse und Modell. Ein Diskussionsbeitrag zum Stand der Medienkompetenzforschung. *Medien + Erziehung*, 53(3), 46-51.
- Landis, J. R. & Koch, G. G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33, 159-174.
- Lumley, T. (2014). *Survey: Analysis of complex survey samples*. R package Version 3.30-3.
- R Core Team (2014). *Foreign: Read Data Stored by Minitab, S, SAS, SPSS, Stata, Systat, Weka, dBase, ...*. R package Version 0.8-61.
- R Core Team (2015). *R: A language and environment for statistical computing*. Vienna, Austria. Consultato nel sito: <http://www.R-project.org>
- Schild, S. (2007). *Der Erwerb von Internetkompetenz im Jugendalter: eine schriftliche Befragung von Schülerinnen und Schülern der Sekundarstufe I in Gelterkinden (BL), ihren Eltern und Lehrpersonen*. Lizentiatsarbeit, Universität Zürich.
- Süss, D. (2008). Mediensozialisation und Medienkompetenz. In B. Batinic & M. Appel (Hrsg.), *Medienpsychologie* (S. 361-378). Springer.
- Süss, D., Lampert, C. & Wijnen, C. W. (2010). *Medienpädagogik: Ein Studienbuch zur Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Suter, L., Waller, G., Genner, S., Oppliger, S., Willemse, I., Schwarz, B. & Süss, D. (2015). *MIKE - Medien, Interaktion, Kinder, Eltern (non disponibile in italiano)*. Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Zürich.
- Lumley, T. (2010). *Medienanalyse und Medienkritik. Forschungsfelder einer konstruktivistischen Soziologie der Medien*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Willemse, I. (2016). *Onlinesucht. Ein Ratgeber für Eltern, Betroffene und ihr Umfeld*. Berna: Hogrefe.
- Willemse, I., Suter, L., Waller, G., Huber, A.-L. & Süss, D. (2015). *JAMESfocus: Uso dei media e qualità del sonno*. Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Zürich.
- Willemse, I., Waller, G., Genner, S. & Süss, D. (2013). *JAMESfocus: Il ruolo dei media nel rapporto genitori-figli*. Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Zürich.
- Willemse, I., Waller, G., Genner, S., Suter, L., Oppliger, S., Huber, A.-L. & Süss, D. (2014). *JAMES – Giovani, attività, media –rilevamento Svizzera*. Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Zürich.

Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

Angewandte Psychologie

Pfingstweidstrasse 96
Postfach 707
CH-8037 Zürich

Telefon +41 58 934 83 10
Fax +41 58 934 83 39

E-mail info.psychologie@zhaw.ch
Web www.zhaw.ch/psychologie