



International Journal of Developmental  
and Educational Psychology

ISSN: 0214-9877

[fvicente@unex.es](mailto:fvicente@unex.es)

Asociación Nacional de Psicología  
Evolutiva y Educativa de la Infancia,  
Adolescencia y Mayores

Caradonna, Giampiero

OVER 65 E SOCIAL MEDIA, EVOLUZIONE E BENEFICI

International Journal of Developmental and Educational Psychology, vol. 1, núm. 2, 2016,  
pp. 243-250

Asociación Nacional de Psicología Evolutiva y Educativa de la Infancia, Adolescencia y  
Mayores  
Badajoz, España

Disponibile in: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=349851778026>

► Come citare l'articolo

► Numero completo

► Altro articolo

► Home di rivista in [redalyc.org](http://redalyc.org)

[redalyc.org](http://redalyc.org)

Sistema d'Informazione Scientifica

Rete di Riviste Scientifiche dell'America Latina, i Caraibi, la Spagna e il Portogallo

Progetto accademico senza scopo di lucro, sviluppato sotto l'open acces initiative

## OVER 65 E SOCIAL MEDIA, EVOLUZIONE E BENEFICI

**Giampiero Caradonna**

Università degli studi di BADAJOZ  
caradonna.giampiero@gmail.com

<https://doi.org/10.17060/ijodaep.2016.n2.v1.678>

*Fecha de Recepción: 14 Julio 2016*

*Fecha de Admisión: 1 Octubre 2016*

### RIASSUNTO

Fin dalla nascita di internet le prime a recepire le innovazioni sono sempre state le generazioni “Giovani”, comprese in un range di età che va da 19 ai 35 anni, mentre gli over 65 sono stati considerati sempre portatori di digital divide.

In realtà se s'indaga in modo attento l'arco temporale degli ultimi 30 anni si determina un quadro evolutivo molto interessante.

L'articolo avanza un esame dello sviluppo di internet negli ultimi anni, analizzando la fruizione degli over 65 e guardando alle prospettive future.

Presenta inoltre una ricerca intrapresa al fine di indagare meglio sulle motivazioni che spingono questa fascia della società (dai 65 ai 75 anni) all'utilizzo dei nuovi media e quali possono essere le implicazioni di ordine salutare che ne conseguono.

**Parole chiave:** Anziano, cellulare, computer, comunicazione, innovazione, internet

### ABSTRACT

Since the invention of internet, the first to transpose the innovations are always been the “new” (puoi mettere young che è più simile alla traduzione italiana) generation; that are comprise in a range of 19 to 35 years of age, while the over 65 are always been considered bearers of digital dividing.

In reality, if is investigated so careful the period of the last 30 years, it results a very interesting evolutionary framework.

The article suggest an investigation of internet's development in the last few years, analyzing also the use of the over 65, and looking to the future perspectives.

Furthermore submit a research undertaken for the purpose to better investigate the motivations that prompt this society's age range (from 65 to 75 years old) at the use of the new media, and what can be the new healthy's implications that occurs from this.

**Key words:** Elderly, mobile, computer, communication, innovation, internet

### EVOLUZIONE DELLA RETE NEGLI ULTIMI 15 ANNI, DAL WEB 1.0 AL 3.0

Negli anni Novanta il **web** era del tipo **1.0**, rappresentato da siti statici, che consentivano solo la navigazione tra le pagine, l'utilizzo delle mail e dei motori di ricerca.

Nel 2000 si passa al web 2.0, che consente sempre di più all'utente di interagire e di apportare il suo contributo diretto alla crescita della rete. Nascono così i forum, blog, YouTube, i siti di photo sharing come [Flickr](#) e social network come Facebook e Twitter. Già dal 2006/2007 si parla, poi, di un'ulteriore fase dello sviluppo della Rete, ribattezzata web 3.0, che comprende i concetti di web semantico, web 3D e la cosiddetta "realtà aumentata"; un esempio può essere quello di una ragazza che si trova dentro un negozio di cosmetici ed avrà l'opportunità di provare la maggior parte degli ombretti presenti nel negozio, senza doversi truccare e struccare di continuo, grazie ad uno specchio speciale, realizzato con l'ausilio della realtà aumentata. Il software attraverso il riconoscimento facciale è in grado di testare accuratamente gli ombretti seguendo nei dettagli le linee, le ombre, di ogni singolo viso, da qualsiasi angolazione.

Più famosi sono i Google Glass, occhiali con realtà aumentata, che oltre a poter scattare delle semplici foto o registrare video, hanno un potenziale molto più grande: fornire informazioni mentre si è impegnati in altre attività ad esempio o proiettare immagini ad alta risoluzione, addirittura trasformare oggetti in 3d con estrema facilità.

Il recente il [Digital, Social & Mobile in 2015](#) from [We Are Social Singapore](#) report che include statistiche di oltre 240 paesi, con un dettagliato profilo degli stati economicamente più rilevanti, ha permesso di osservare questa fotografia della rete al 2014:

la **popolazione mondiale** è passata da 7 a **7.2 miliardi** di persone, e il numero di utenti attivi di internet ha superato i 3 miliardi – erano 2.5 miliardi nei 12 mesi precedenti. La **diffusione** di internet ha raggiunto il **42%** dell'intera popolazione mondiale. Più di **2 miliardi** sono gli **account attivi sui social media** con una **penetrazione del 29%**, cresciuta del 12% rispetto ai dodici mesi precedenti. Per quanto riguarda il **mobile** (smartphone e tablet), si evidenzia un aumento della loro diffusione del 5%.

**Aumenta invece di 313 milioni di utenti, cioè del 23%, il numero di persone che usano attivamente social media dai propri smartphone.**

L'aumento di questi indicatori è un fenomeno mondiale.

È interessante notare come, a livello globale, il numero di pagine visitate da desktop è diminuito del 13%, mentre è aumentato del 39% da smartphone (e 17% da tablet).

In relazione all'utilizzo dei **canali social** si evidenzia come **oggi sono più di 2 miliardi gli account attivi su piattaforme social**, con una penetrazione del 29% sul totale della popolazione mondiale.

Il valore più alto di penetrazione dei social a livello globale è quello di Singapore con il 66%, segue la Spagna con una diffusione del 47%, mentre in Italia la penetrazione è del 46%, in Francia del 45% e in Germania del 35%.

La piattaforma più usata è senza dubbio **Facebook** con **1.39 miliardi di utenti attivi**. Aumenta però la tendenza di **crescita dei servizi di instant messaging -WhatsApp ha superato i 700 milioni di utenti**, contro i 400 milioni dei dodici mesi precedenti, mentre Facebook Messenger è usato da più di 500 milioni di utilizzatori.

Entra in questo gruppo anche **Instagram**, che è utilizzato da più di **300 milioni di individui**.

Gli italiani trascorrono mediamente 4 ore e 28 minuti al giorno su internet da desktop, e 2 ore e 12 minuti su internet da mobile; 2.5 ore sono dedicate all'utilizzo di canali social. Mentre gli Spagnoli trascorrono mediamente 3 ore e 58 minuti al giorno su internet da desktop e 1 ora e 51 minuti su internet da mobile. 1 ora e 54 minuti sono dedicati all'utilizzo di canali social contro una media mondiale di 2.4 ore, 2 ore in Francia e 2 in Germania, per avere dei termini di paragone.

Ecco, invece, com'è cresciuto – negli anni – il **traffico da dispositivi mobile** :

Il **77% degli Spagnoli accede regolarmente a internet**, e gli account attivi sui canali social sono **22 milioni** (17,8 milioni accedono da dispositivi mobile).

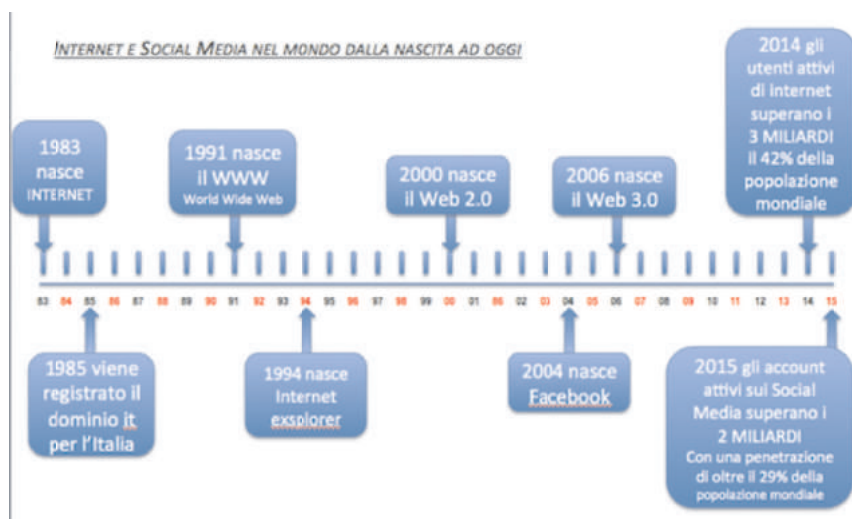
Il **60% degli italiani accede regolarmente a internet**, e gli account attivi sui canali social sono oggi **28 milioni** (22 milioni accedono da dispositivi mobile) (accesso a canali social da mobile). Quest'ultimo è il dato che ha visto il maggior incremento negli ultimi 12 mesi (**+11%**), a dimostrazione di una sempre maggior propensione di interagire in mobilità e in maniera attiva con i contenuti a cui è possibile accedere online. Abbiamo visto come **WhatsApp** e – *in generale* – le piattaforme di messaging siano sempre più usate in tutto il mondo, ma in Spagna e Italia questo è ancora più vero, tanto che – rispetto al totale della popolazione – è proprio **WhatsApp il servizio più usato ogni mese** (ancor più di Facebook).

Quindi, anche in Spagna e Italia, **il mobile è sempre più il mezzo attraverso cui accedere a piattaforme di relazione e conversazione online**. Gli spagnoli e gli italiani, infatti, usano i propri **smartphone** per svolgere diverse attività, un tempo delegate a schermi più grandi: **la fruizione di contenuti video** è sempre maggiore, così come l'uso di **applicazioni legate a piattaforme social**.

Dall'analisi di questi dati appare chiaro che il progresso e l'innovazione, in questo campo subiscono una costante accelerazione anelando a traguardi sempre più ambiziosi.

*Figura n°1*

*Vedremo adesso di indagare e capire come gli over 65 si inseriscono in questo variegato panorama.*



## OVER 65 E DIGITAL DIVIDE

Il termine *digital divide* venne coniato, negli Stati Uniti, all'inizio degli anni Novanta, allorquando si incominciarono a notare alcune differenze in relazione al possesso quantitativo di computer tra diversi gruppi etnici. L'uso del termine fu definitivamente sdoganato quando, l'allora presidente

## OVER 65 E SOCIAL MEDIA, EVOLUZIONE E BENEFICI

Bill Clinton ed il suo vice Al Gore lo utilizzarono nel 1996, in un discorso ufficiale, per sottolineare le disparità di accesso ai servizi telematici tra le popolazioni degli USA.

Oggi il termine divario digitale viene utilizzato per quantificare le differenze che ci sono nei vari ambiti del moderno digitale, ad esempio digital divide nei diversi paesi in via di sviluppo, digital divide sulla diffusione di internet nel mondo etc. etc.

Nel nostro caso il divario digitale che ci interessa è quello fra le diverse generazioni e nella fattispecie quello che riguarda gli over 65 ed il resto della popolazione.

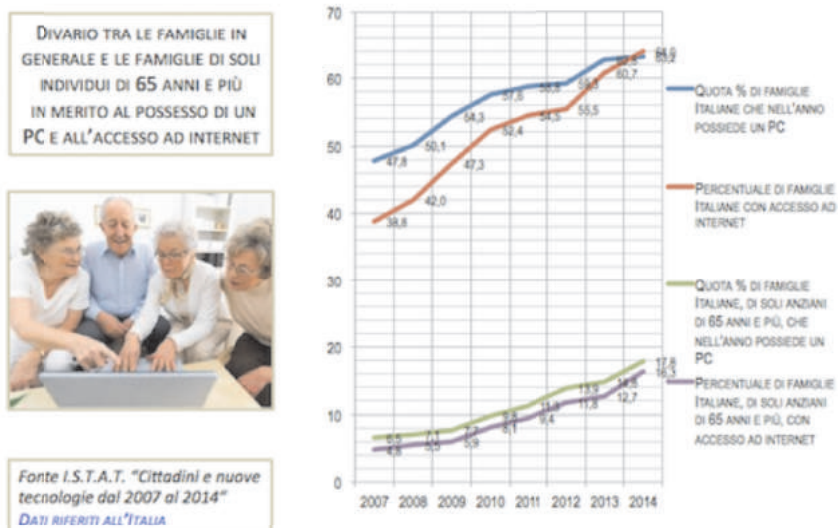
In questo caso bisogna tenere presente che all'interno di ogni individuo convivono due parti, una accettata, quindi propensa ai cambiamenti e una contraria, quindi poco propensa ad accettare il cambiamento e l'innovazione.

Ciò che concorre a far propendere un soggetto da una parte o dall'altra dipende dalle differenze individuali: età, genere, conoscenza e istruzione, fattori socio culturali etc.

Le persone di età più avanzata sono meno inclini, rispetto alle altre fasce della popolazione, ad accettare il cambiamento e l'innovazione. Nel rapporto 2010 la cultura dell'innovazione in Italia curato dal C.O.T.E.C. e dall'Istituto di Ricerche sulla Popolazione e le Politiche Sociali del C.N.R. i dati mettono in luce significative differenze associate all'età nell'interesse nei confronti dell'innovazione, nella conoscenza di tecnologie e scoperte, nel desiderio di essere coinvolti nei processi decisionali sull'innovazione, nella propensione all'acquisto di prodotti e servizi innovativi e nella percezione del rischio associato ad alcune tecnologie considerate come meno benefiche e più pericolose. La maggiore tendenza a delegare le decisioni e le differenze nella percezione del rischio potrebbero essere parzialmente spiegate facendo riferimento alla minore conoscenza, al minore interesse, o alle peculiari modalità e prospettive con le quali gli anziani affrontano i problemi decisionali complessi

Del resto i dati Istat pubblicati nei rapporti cittadini e nuove tecnologie confermano questa tesi, visto che negli anni di riferimento che vanno dal 2007 al 2014 in Italia la situazione è quella illustrata in figura 2.

Figura n. 2



Il grafico mette chiaramente in evidenza il divario che c'è tra le famiglie in generale e le famiglie di soli anziani di 65 anni e più in merito al possesso di un PC e all'accesso ad internet.

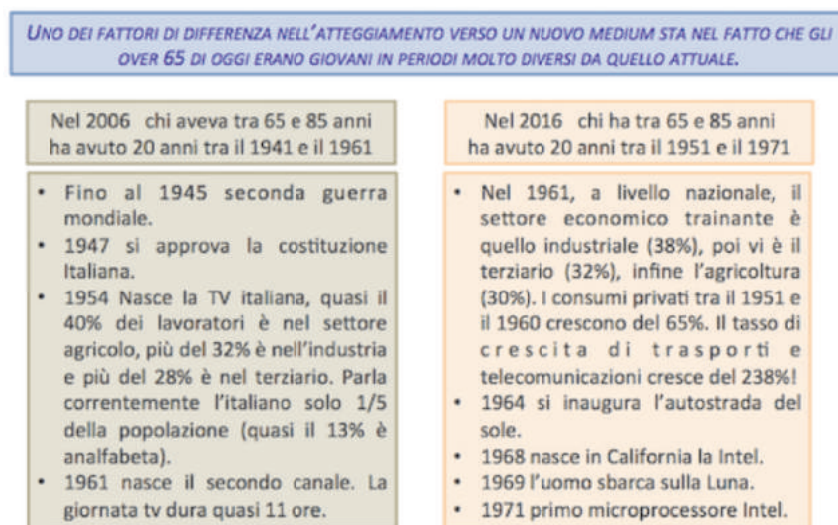
Mentre delle famiglie italiane di soli anziani di 65 anni e più, nel 2014 solo il 17,8% possiede un PC e solo il 16,3% aveva accesso ad internet, sempre nel 2014 il 63,2% delle famiglie Italiane possiede un PC e addirittura il 64% l'accesso ad internet.

È evidente che il divario digitale c'è e ad oggi è ancora ampio.

A questo proposito se si tiene conto del fatto che nelle persone di età più avanzata, l'esperienza dimostra che i comportamenti sono fortemente influenzati dal vissuto precedente, cioè dalla vita che hanno condotto quando erano più giovani.

Mettendo a confronto il vissuto delle generazioni che si susseguono, si può facilmente comprendere che il divario dovuto a gap generazionale degli over 65 non nativi digitali si sta progressivamente colmando nel tempo.

Figura n. 3



Se analizziamo la figura 3, appare evidente che, a distanza di appena dieci anni, stiamo parlando di due generazioni con un vissuto completamente diverso e quindi con una differente propensione all'uso delle nuove tecnologie.

Del resto tra 10 anni nel 2025 gli individui che avranno tra i 65 e 75 anni saranno quelli che sono nati tra il 1950 ed il 1960 e di conseguenza avranno avuto 20 anni fra il 1970 ed il 1980 periodo in cui già incominciavano a vedersi i primi P.C. con i quali hanno sicuramente avuto a che fare durante la propria vita lavorativa.

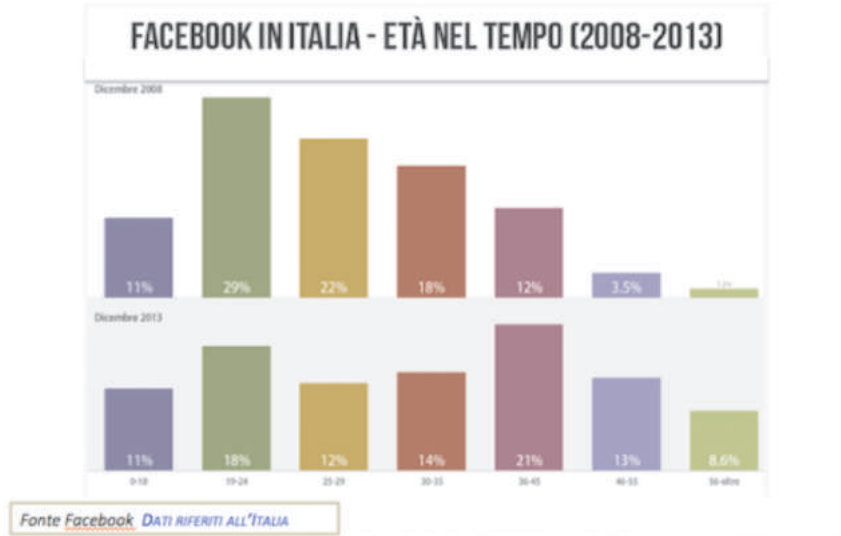
Ecco perché il digital divide dei non nativi digitali si colmerà sempre di più in futuro, ma come reagiranno gli anziani a ciò che la tecnologia ci riserverà nei prossimi anni, rimarrà il problema del digital divide anagrafico e cioè di come coniugare la velocità dell'innovazione con la lentezza di una mente e di un corpo che invecchiano.

Figura n. 4



Conferma ne danno di dati facebook della figura n. 5:

Figura n. 5





Dall'analisi dei dati riferiti al dicembre 2008 e al dicembre 2013 si evince chiaramente che le prime a recepire le innovazioni sono le generazioni "Giovani", in una seconda fase, la quota dei giovani si assesta, mentre cresce notevolmente la quota delle generazioni mature e degli over 65.

Figura n. 6



Il dodicesimo rapporto sulla comunicazione del Censis del marzo 2015 conferma che i dati vanno in questa direzione: il 14,3% degli Italiani Over 65 è su Facebook, mentre negli USA, dal 2006 al 2015, la percentuale degli over 65 che usa i social network è cresciuta del 43%.

Pertanto in futuro è evidente che sempre più over 65 useranno internet e i social media.

### INTERNET, OVER 65 E SALUTE

Quanto è stato fin ora detto, ha delle implicazioni di ordine salutistico, se l'utilizzo di Internet e dei Social Media, da parte degli over 65, diventa elemento positivo e funzionale alla coesione e quando gli stessi social sono strumentali e a supporto di una comunità reale.

La conferma ci viene da una ricerca, condotta dalla Dr.ssa Shelia Cotten della Michigan State University e pubblicata sul Journal of Gerontology, che ha seguito per sei anni la vita quotidiana di migliaia di anziani americani in pensione, elaborando i dati dell'Health and retirement survey, un'indagine sullo stato di salute e di benessere condotta su più di 22 mila anziani di entrambi i sessi, scaturisce come risultato più significativo che tra gli anziani che utilizzano internet la probabilità di ammalarsi di depressione è inferiore del 30% rispetto agli altri.

Alle stesse conclusioni è arrivata un'indagine condotta dal progetto Ages 2.0 (Activating and guiding the engagement of seniors through social media, Incoraggiare e guidare la partecipazione degli anziani tramite i social media) realizzato in collaborazione tra l'University of Exeter in Gran Bretagna e l'agenzia regionale sanitaria delle Marche insieme con la Fondazione G. Brodolini. -30% di chance di ammalarsi di depressione.

Sulla base di ciò che si è detto, è in corso una mia ricerca che vuole indagare e comprendere meglio:

- perché gli over 65 sono spinti all'uso di taluni media piuttosto che altri.
- conoscere per quali finalità utilizzano prevalentemente i nuovi media, gli over 65.
- indagare quali sono gli strumenti tecnologici che privilegiano nell'utilizzo.
- mettere in evidenza eventuali benefici di ordine relazionale e salutistico derivati dall'uso dei social media, misurando il livello di autostima del campione.



- cercare di capire perché sono spinti all'uso di taluni media, piuttosto che altri, (facebook, skype, whatsapp, twitter, instagram etc.), *quali sono le finalità dell'utilizzo* e quali strumenti privilegiano, (smartphone, Tablet, personal computer etc.).

### BIBLIOGRAFIA

- Kemp S. (2015) Digital, Social & Mobile in 2015 . Singapore: We Are Social.
- Del Missier F, Rumiati R., Avveduto S., Cerbara L., Valente A. (2010) La cultura dell'innovazione in Italia rapporto 2010. Milano: Wired – Cotec
- Istat (2007-2014) Report annuale cittadini e nuove tecnologie. Centro diffusione dati Istat.
- Censis, U.C.S.I. (2015) Dodicesimo rapporto sulla comunicazione. L'economia della disintermediazione digitale. Milano: Franco Angeli Edizioni
- LM&SDP (19/04/2014) Internet allontana il rischio di depressione negli anziani. Milano: La Stampa Salute.
- Ciranni D. (2015) Internet e i social network aiutano gli anziani a sentirsi meno soli. Catania: Oggimedia.it
- Guidotti E. (2000) Internet e comunicazione. Milano: Franco Angeli Edizioni
- Gentilini M. (2007) Digits Ergo Sum. Roma: L'Airone Editrice
- Delai N. (2011) Internet over 60 tecnologie per la generazione matura. Milano: Franco Angeli S.r.l.
- Risi E. (2006/2007) Dottorato in società dell'informazione vecchie generazioni e nuovi media. Milano: Università degli studi di Milano Bicocca
- Roversi A. (2004), Introduzione alla comunicazione mediata dal computer. Bologna: Il Mulino.
- Sartori, L. (2006) Il divario digitale. Bologna: Il Mulino.
- Ciotti F., Roncaglia G. (2000), Il mondo digitale. Introduzione ai nuovi media. Roma-Bari: Laterza.
- Bosco T. (1998), Nuova cultura per nuovi anziani. Milano: Franco Angeli.
- Buongiovanni A., Marzano F., Tesi E., Zocchi P. (2003). Digital divide, la nuova frontiera dello sviluppo globale. Milano: Franco Angeli.
- Iannone R. (2007) Società dis-connesse. Roma: Armando Editore
- Mucciardi M., Laconte L. (2011) Un'analisi regionale interna di "digital divide" in Italia. Messina: Centro interuniversitario per le ricerche sulla sociologia del diritto, dell'informazione e delle istituzioni Giuridiche. Dipartimento di economi, statistica, matematica e sociologia " Pareto" Facoltà di scienze politiche.
- Russo P. (2001) L'educazione permanente nell'era della globalizzazione. Milano: Franco Angeli.
- Merlini F. (2005) Nuove tecnologie e nuove sensibilità. Comunicazione, identità, formazione. Milano: Franco Angeli S.r.l.