

Internet e le sue dipendenze

Prof. Giuseppe LAVENIA

Psicologo Psicoterapeuta

Presidente Associazione Nazionale Dipendenze Tecnologiche e Cyberbullismo

Vice Presidente Ordine Psicologi Marche

Direttore Centro Polispecialistico Salus

Docente di Psicologia della Salute e Nuove Dipendenze

Università degli Studi di Chieti

info@giuseppelavenia.name



Internet e le sue “Dipendenze”



Internet: fenomeno di massa

Nel Mondo:

Gli utenti Internet a livello mondiale sfiorano ormai la soglia del 2 miliardi di persone, e le previsioni lasciano intravedere un'ulteriore crescita nei prossimi anni.

Secondo il [Computer Industry Almanac](#), oggi, sono ben 2 miliardi e 460 milioni gli utenti Internet mondiali. Un miliardo in Asia, poco più di mezzo miliardo in Europa, la stessa cifra nelle americhe. Sono 565 milioni gli internauti cinesi: la nazione col più alto numero assoluto di utenti Internet, anche se naturalmente non è il più alto rispetto al numero totale della popolazione.



Internet: fenomeno di massa

Email

- **3.146 miliardi** – Gli indirizzi email al mondo.
- **27.6%** – La quota di mercato di **Microsoft Outlook**, il client di posta più diffuso.
- **112** – Il numero medio di email ricevute ed inviate da un **utente medio aziendale** .
- **71%** – La **percentuale di spam** sulle email totali
- **360 milioni** – Il totale di **accounts Hotmail** (il servizio di mailing più diffuso al mondo).
- 40** – Gli anni passati dall'invio della prima email, nel **1971**.
- **0.39%** – La **percentuale di mail contenenti potenziali virus** .



Internet: fenomeno di massa

Websites

- **555 milioni**– Il numero di siti online.
- **300 milioni**– I siti aggiunti nel **2015**.

I Domini

- **95.5 milioni** – Il totale dei domini **.com** attivi a fine **2015**.
- **13.8 milioni** – Il totale dei domini **.net** attivi a fine **2015**.
- **9.3 milioni** – Il totale dei domini **.org** attivi a fine **2015**.
- **7.6 milioni** – Il totale dei domini **.info** attivi a fine **2015**.
- **2.1 milioni** – Il totale dei domini **.biz** attivi a fine **2015**.
- **\$2.6 milioni** – Il prezzo pagato per **social.com**, il dominio “più caro” del 2015.



Internet: fenomeno di massa

Gli Utenti Internet

2.1 miliardi – Gli utenti Internet al mondo.

922.2 milioni –Gli utenti Internet in **Asia**.

476.2 milioni –Gli utenti Internet in **Europe**.

271.1 milioni –Gli utenti Internet in **Nord America**.

215.9 milioni –Gli utenti Internet in **America Latina**.

118.6 milioni –Gli utenti Internet in **Africa**.

68.6 milioni –Gli utenti Internet in **Medio Oriente**.

21.3 milioni –Gli utenti Internet in **Oceania**.



Internet: fenomeno di massa

45% – La percentuale degli **utenti Internet** con **età inferiore ai 25 anni**.

485 milioni – Gli **utenti Internet** in **Cina**, più di ogni altro paese al mondo.

36.3% – La **penetrazione di Internet** in **Cina**.

591 milioni – Il numero degli **abbonamenti ad Internet** da rete fissa al mondo.



Internet: fenomeno di massa

Social media

900+ milioni – Gli utenti Facebook a fine 2015.

300 milioni – I nuovi utenti Facebook nel 2015.

450 milioni – Gli utenti Facebook che hanno effettuato almeno un **accesso via mobile** .

325 milioni – Gli utenti Twitter .

200 milioni – Gli utenti Twitter attivi 2015.

18.1 milioni – I **followers** di **Lady Gaga**, l'utente più seguito su Twitter.

250 milioni – Il numero dei **tweets** per giorno.



Internet: fenomeno di massa

70 milioni – Il numero dei **WordPress blogs** alla fine del **2015**.

1 miliardo – Il numero dei messaggi inviati tramite **WhatsApp** in un giorno (Ottobre **2015**).

2.6 miliardi – Gli account mondiali di instant messaging.

2.4 miliardi – Il totale degli accounts dei diversi social networks.

Mobile

1.2 miliardi – Il numero degli abbonamenti internet mobile al mondo.

5.9 miliardi – Il numero stimato totale di abbonamenti mobile al mondo.

85% – La percentuale sul totale dei telefonini commercializzati nel 2015 che hanno un web browser.



Internet: fenomeno di massa

Video

1 bilione – Il numero di views su YouTube.

140 – La media dei video visti per persona al mondo.

48 hours – Il totale di video caricati su YouTube ogni minuto.

82.5% – La percentuale degli utenti internet US che guardano videoe online.

76.4% – La quota di mercato di YouTube negli Stati Uniti.

201.4 miliardi – Il numero di video visti per mese.

88.3 miliardi – I numero di video visti per mese su siti Google , incluso YouTube.



Internet: fenomeno di massa

In Italia

Nel nostro Paese, alla fine di Aprile gli utenti Internet complessivi raggiungevano la rispettabile cifra di 40 milioni 500 mila

QUANTI USANO INTERNET

40,5 MILIONI

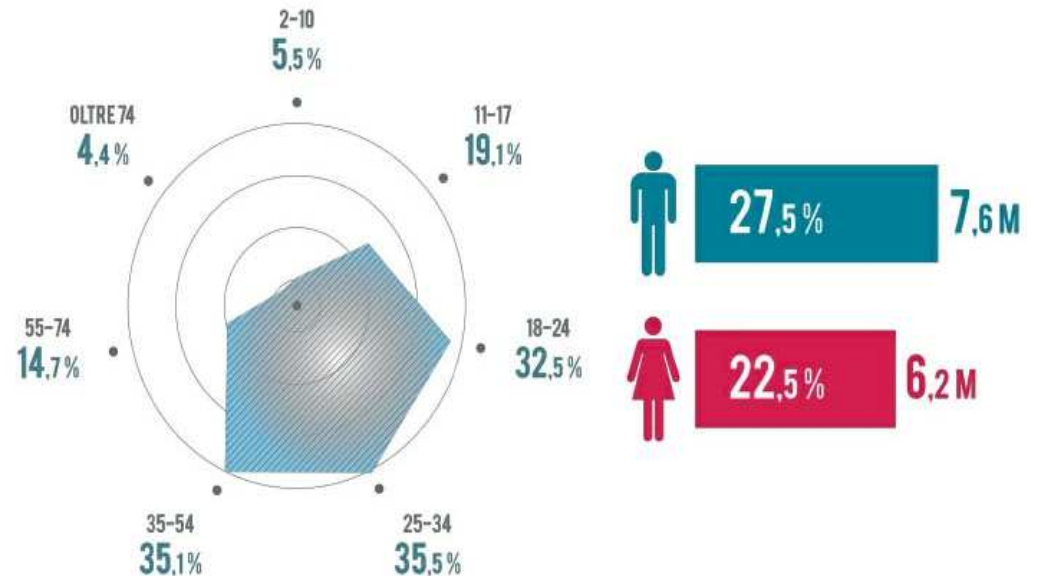
73%
DELLA POPOLAZIONE

28,6 MILIONI
AL MESE

13,8 MILIONI
NEL GIORNO MEDIO



CHI USALA RETE?



Internet: fenomeno di massa

Gli italiani si incontrano online prevalentemente su **Facebook**: in Italia il social network di Zuckerberg può vantare **22 milioni di iscritti** e di questi **14 milioni si connettono alla piattaforma ogni giorno** e **10 milioni** lo fanno anche da **mobile**. Anche gli altri social network sono in forte crescita percentuale: **Twitter +111%** rispetto all'anno passato, **+54% per LinkedIn** ed alcune **new entries** molto importanti come **Google Plus** e **Pinterest**

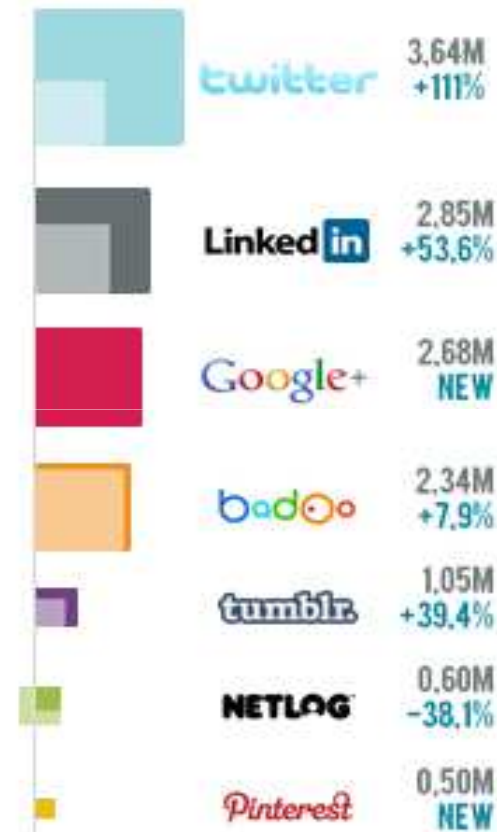


Internet: fenomeno di massa

DOVE S'INCONTRANO



©Blogmeter



Fonte: Audiweb/Nielsen



Internet: fenomeno di massa

Il vero cambiamento

Ciò che le cifre non possono dimostrare appieno è il fortissimo cambiamento che sta avvenendo – a livello mondiale – nell'uso dello strumento.

Si può riassumere in questo modo: da fruitori di Internet a creatori di Internet.

L'utilizzo del mezzo si sta spostando sempre più a favore di una presenza attiva nel mondo virtuale. Ciò significa che a fronte di attività sempre in primo piano (l'uso dell'e-mail, dei motori di ricerca, la voglia di notizie e informazioni), sta emergendo un nuovo modo di concepire la Rete.



Il processo che stiamo vivendo apre scenari che fino a poco tempo fa erano impensabili e i vantaggi che si trarranno da questo mezzo tecnologico permetteranno all'uomo di sviluppare capacità e potenzialità fino ad ora nemmeno immaginate.



LE POTENZIALITA' DELLA TECNOLOGIA

Facilita i contatti, lo studio e il lavoro

Allena funzioni cognitive:

- Attenzione;
- Memoria;
- Concentrazione;

Stimola a essere attivi, all'informazione e alla ricerca



LE POTENZIALITA' DELLA TECNOLOGIA

- ✓ La rete internet costituisce uno strumento di crescita intellettuale incredibile, è una tecnologia che ha modificato notevolmente il nostro modo di vivere ...
- ✓ L'utilizzo delle nuove apparecchiature interagisce con il nostro apparato psichico e per la prima volta nella storia del genere umano , l'uomo ha ideato un dispositivo che lo costringe ad adeguarsi al "suo" modo di "pensare".
- ✓ L'utilizzo del personal computer richiede un reale adattamento mentale al suo funzionamento e di conseguenza spinge il soggetto ad adeguare le proprie funzioni cognitive al funzionamento della macchina.



ALCUNI BUONI MOTIVI CHE RENDONO INTERNET IRRINUNCIABILE

- è un servizio fruibile a tutti 24 ore su 24: ogni persona può entrare a far parte di questo nuovo mondo o dimensione della cultura in ogni momento "producendo", da sola o in gruppo, qualcosa che molti altri potranno vedere e condividere
- rappresenta un'immensa biblioteca mondiale dove è possibile reperire informazioni di ogni tipo, riguardante ogni conoscenza ed interesse umano
- è un sistema di connessione che consente di dialogare e scambiare dati con qualsiasi altro computer on-line, ovunque esso si trovi, attraverso, per esempio, la posta elettronica e la chat. Le barriere nazionali e spaziali vengono così abbattute.
- è possibile, grazie alla videoconferenza, parlare e vedere contemporaneamente, persone lontane ed interagire con loro



ALCUNI BUONI MOTIVI CHE RENDONO INTERNET IRRINUNCIABILE

- tramite l'accesso ai Newsgroups o alle mailing list è possibile partecipare a discussioni o/e essere informati su tematiche ed argomenti di nostro interesse, confrontandoci in tal modo con decine di persone.
- tramite la Rete è possibile visitare, virtualmente, località lontane o posti normalmente non raggiungibili (webcam, siti di carattere geografico, siti di Città o altre località nel mondo, Google Earth...)
- secondo molti studiosi Internet rappresenterà la forma e la modalità "normale", in un futuro molto vicino, per svolgere attività di ogni tipo.



CARATTERISTICHE DELLA RETE e MECCANISMI PSICOLOGICI

- Ipertestualità
- Elevata velocità nelle comunicazioni (chat)
- Sostanziale anonimato
- Superamento dei normali vincoli spazio-temporali → connessione con l'intero pianeta
- Libertà di trasgressione



CARATTERISTICHE DELLA RETE e MECCANISMI PSICOLOGICI

- ✓ **Supporto sociale** (*garantisce supporto sociale e l'impressione di essere compresi dagli altri*);
- ✓ **Soddisfazione sessuale** (*modello ACE :Anonimità, Convenienza; Evasione*);
- ✓ **Creazione di personaggi virtuali** (*Alessio di 16 anni: "Quando giochi per parecchie ore con un MUD le cose intorno cambiano, spesso non ti ricordi più chi sei". La capacità di spersonalizzare i soggetti rappresenta il rischio maggiore per lo sviluppo di una dipendenza dalla Rete*).



CARATTERISTICHE DELLA RETE e MECCANISMI PSICOLOGICI

Esperienze sensoriali limitate (*La comunicazione on-line è soprattutto di tipo testuale, mancano le interazioni faccia a faccia, perciò non è possibile vedere, udire e toccare l'interlocutore col quale si sta interagendo*);

Percezioni alterate (*Cambiare identità, conversare in tempo reale con persone molto lontane, costruire oggetti, fare acquisti standosene comodamente seduti a casa propria, sono solo esempi delle molteplici opportunità che la Rete offre e che conducono il soggetto ad una sorta di **alterato stato di coscienza***).

Uniformità di status (*Questo fattore differenzia enormemente la realtà virtuale da quella off-line ed è facile immaginarsi come nella prima ci si possa sentire più liberi e a proprio agio.*)



CARATTERISTICHE DELLA RETE e MECCANISMI PSICOLOGICI

- ✓ **Superamento dei limiti spaziali** (*internet abbatte le distanze, amplia i confini ed eleva all'infinito il numero delle persone che si possono conoscere. In questo modo anche coloro i quali hanno idee o gusti particolari e poco comuni, hanno maggiori possibilità di trovare altre persone con cui dividerli. Pedofilia*);
- ✓ **Flessibilità del tempo** (*internet opera sia uno stiramento del tempo sia una condensazione*);
- ✓ **Molteplicità sociale** (*Le alternative sono innumerevoli e l'anonimato permette al soggetto di rompere senza preoccupazioni i rapporti che non lo soddisfano più*);
- ✓ **Possibilità di registrare i documenti** (*Il computer può salvare in memoria tutti i documenti che ha ricevuto od inviato. Il soggetto dispone quindi dell'opportunità di rivedere i propri rapporti, di rifletterci sopra e di investirli di ogni sorta di significato*);



Le 2 Fasi di Sviluppo Telematico

1. Fase di OSSERVAZIONE e RICERCA
2. Fase RELAZIONALE – COMUNICATIVA



Fasi di Sviluppo Telematico

1. Fase di OSSERVAZIONE e RICERCA:

I° Stadio Osservativo:

- Caratterizzato da Curiosità, Insicurezza, Paura;
- Si osserva il nuovo “mondo” cercando di apprendere il maggior numero di informazioni per sentirsi adeguati al “sistema”;



Fasi di Sviluppo Telematico

II° Stadio della Ricerca:

- Caratterizzato da ATTIVAZIONE proveniente da 3 diverse aree di stimolazione:
 1. Web (motori di ricerca, banner pubblicitari);
 2. Stimoli ambientali (amici, pubblicità, ecc);
 3. Motivazioni intrinseche (ricerca di informazioni in base ai propri interessi personali).



Fasi di Sviluppo Telematico

1. Fase di OSSERVAZIONE e RICERCA:

- Tale fase anche se caratterizzata da una sorta di attivazione da parte del soggetto (osservazione - ricerca) può essere considerata PASSIVA in quanto l'attivazione avviene in un ambiente (un mondo) STATICO.

“Il soggetto si trova ad osservare e vivere un mondo fatto da altri”.



Fasi di Sviluppo Telematico

1. Fase di OSSERVAZIONE e RICERCA:
 - Il rapporto è ESCLUSIVO:
utente-macchina;

Applicazioni utilizzate: internet explorer (motori di ricerca, negozi on line, servizi on line, casinò virtuali).



Fasi di Sviluppo Telematico

2. Fase RELAZIONALE – COMUNICATIVA:
 - Scoperta dell'altro e conferma dell'esistenza del virtuale;
 - Possibilità di interazione con altri utenti tramite le applicazioni scoperte in questa fase dall'utente: Social, forum, chat (Internet Relay Chat), blog (diario),ecc.



Fasi di Sviluppo Telematico

2. Fase RELAZIONALE – COMUNICATIVA:

- In questa fase il soggetto supera la dicotomia “uomo-macchina” passando al SISTEMA “uomo-macchina-uomo”.
- La macchina non è più un punto d’arrivo (come nella prima fase – es.motore di ricerca) ma il “mezzo” attraverso cui interagiamo.



“La macchina diventa il mediatore della nostra interazione e delle nostre emozioni”



“La macchina diventa il mediatore della nostra interazione e delle nostre emozioni”

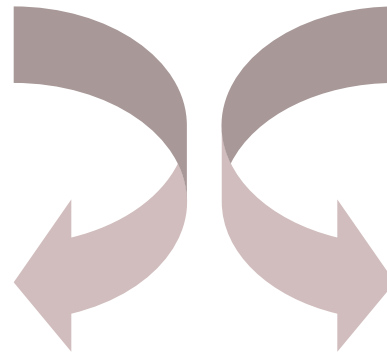
- ✓ Lei che esprime Bisogno, lui prende la sua mano...ma non capisce il bisogno...
- ✓ L'uomo sarebbe stato molto più bravo a capire il disagio di lei se gli avesse mandato un sms o avesse comunicato attraverso una chat
Sempre meno capaci di cogliere lo stato d'animo degli altri
- ✓ Coppia di anziani, nessuna parola, lui capisce prova e sento quella che lei prova ed emettere un comportamento empatico o solidale

La tecnologia tende a dissociare la Capacità di provare emozioni dal rappresentarle



BLOCCO NELLE FASI DI SVILUPPO
=
UTILIZZO PATOLOGICO DI INTERNET

Si divide in:



Specifico



Dipendenti di una funzione
Specifica (web compulsioni)

Multidimensionale



Sovrautilizzo Afinalistico



UTILIZZO PATOLOGICO DI INTERNET

2 Schemi di comportamento:

SPECIFICO ⇒ Abuso di una specifica applicazione di Internet dalla quale si diviene specificamente dipendenti, come ad esempio siti o chat a contenuto sessuale, giochi di ruolo, gioco d'azzardo, trading online, shopping online, ecc.

MULTIDIMENSIONALE ⇒ Considera l'abuso di internet generalizzato e multidimensionale, con un'ingente quantità di tempo spesa nelle **rete senza uno scopo preciso**, in cui ha un ruolo fondamentale l'aspetto sociale e quindi la connessione a chat, forum e caselle e-mail, ecc.

