

## VIDEOGAMES: INDAGINE CONOSCITIVA TRA LE ABITUDINI ED I GUSTI DEI GIOVANI

di

Antonella Pomilla, Claudio Scolastici

Nel 1984, il cantante Eros Ramazzotti vince la sezione “Giovani” del Festival di Sanremo con la canzone “Terra promessa”. Come non ricordare? “*Siamo ragazzi di oggi (...), noi siamo fatti così, guardiamo sempre al futuro*”, se ai tempi queste parole connotavano la speranzosa attesa di un futuro che ancora non c’era, oggi il futuro è arrivato ed i giovani ne fanno sempre più parte. I nativi di queste ultime generazioni, infatti, sono parte della mediaticità: nati di pari passo con lo sviluppo dei new media, crescono con essi e con semplicità e naturalezza usano connessioni e strumenti per ogni attività della loro vita. Internet, social network, chat e forum assolvono alle più moderne forme di comunicazione e socializzazione giovanile, e l’uso dei supporti multimediali, un tempo ad appannaggio di soli tecnici esperti, è invece per loro consueto e semplice.

In particolare, per quanto riguarda i videogiochi, da tempo l’attenzione si rivolge all’indagine inerente il consumo e le abitudini dei gamers, nella consapevolezza che la diffusione tra i giovani, ma non solo, è in costante aumento.

Così, dando uno sguardo alle ricerche internazionali precedentemente svolte, si apprende che:

- nel 2012, in Europa, si possa stimare la presenza di 95.2 milioni di giocatori di età pari e superiore ai 16 anni<sup>1</sup>: lo studio, che analizza nel dettaglio 8 paesi europei<sup>2</sup> e ne include altri 10 per estensione<sup>3</sup>, vede la Francia al primo posto con il 38% di gamers, mentre l’Italia e la Polonia agli ultimi posti in graduatoria con il 17% (vedi Fig. 1). Per tutti i paesi considerati la fascia di età maggiormente rappresentata è quella 16-29 anni, con percentuali chiaramente variabili (vedi Fig. 2); ed il divario tra maschi e femmine è meno ampio di quanto si possa pensare (vedi Fig. 3).

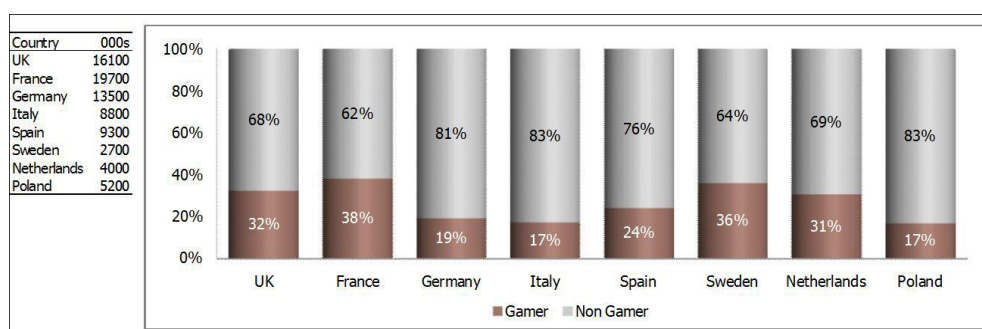


Figura 1 – Gamers by Country (European Video Gamers 2010, pag. 16)

<sup>1</sup> “Video gamers in Europe 2010”, GameVision Europe for the Interactive Software Federation of Europe (ISFE) - <http://www.isfe.eu/content/video-gamers-europe-2010-gamevision-study>

<sup>2</sup> Gran Bretagna, Francia, Germania, Italia, Spagna, Svezia, Paesi Bassi e Polonia.

<sup>3</sup> Portogallo, Belgio, Svizzera, Austria, Danimarca, Norvegia, Finlandia, Repubblica Ceca, Ungheria e Lettonia.

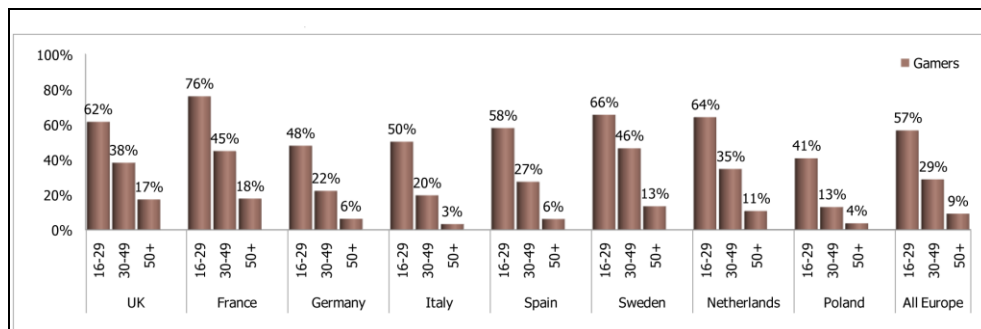


Figura 2 - Gamers by Country “AGE” (European Video Gamers 2010, pag. 16)

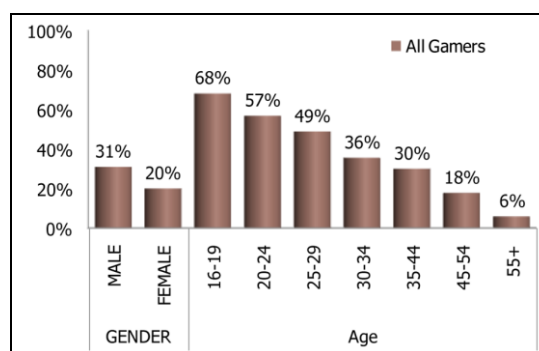


Figura 3 - Proportion of the Population that are Gamers by AGE and GENDER: Europe

- nel 2013, negli Stati Uniti<sup>4</sup>, vi è una percentuale del 58% di giocatori, con un divario ugualmente poco marcato tra maschi e femmine, rispettivamente al 55% e 45% (ambidue le percentuali subiscono una variazione, rispetto all’anno precedente, di 2 punti percentuali: in meno per i maschi ed in più per le femmine). Viceversa, rispetto alle statistiche precedentemente citate, per i giocatori americani cambia la fascia di età: l’età media del giocatore è 30 anni, ed esattamente il 32% dei giocatori ha età inferiore ai 18 anni, il 32% dei giocatori si colloca nella fascia di età 18-35 anni, il 36% in quella di età 36 anni.

Guardando nello specifico all’Italia, è il Centro Studi Minori e Media a fornire indicazioni in merito all’uso ed alle abitudini dei giovani giocatori, redigendo nel 2007 uno studio su 1566 studenti di 39 scuole medie inferiori e superiori di 18 città del territorio nazionale<sup>5</sup>. Lo studio ha indagato:

- il tempo e la frequenza di gioco: il 58.5% gioca una volta al giorno, ed il tempo medio di gioco è “meno di un’ora” per il 57% del campione;

<sup>4</sup> “2013 Essential Facts About the Computer and Video Game Industry” (pag. 2 e 3) e “2012 Essential Facts About the Computer and Video Game Industry”, Ipsos mediaCT for Entertainment Software Association (ESA) - [http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA\\_EF\\_2013.pdf](http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA_EF_2013.pdf) e [http://www.theesa.com/facts/pdfs/esa\\_ef\\_2012.pdf](http://www.theesa.com/facts/pdfs/esa_ef_2012.pdf)

<sup>5</sup> “Minori in videogiochi”, Centro Studi Minori e Media, 2007 - <http://www.minorimedia.it/minorinivideogioco.pdf>

- il genere preferito: avventura per il 29% del campione e di sport per il 21.5%, ma per i giocatori più assidui (coloro che giocano per più di tre ore) prevale invece una preferenza per i giochi di combattimento (28%) e di avventura (21%);
- la modalità di gioco: 1 ragazzo su due gioca da solo (45.5%), ed 1 ragazzo su 4 ha giocato on line, ed in ridotta percentuale incontrando poi dal vivo le persone conosciute on line (7.5%);
- il rischio di dipendenza dal gioco: riconosciuta solo per una frequenza di gioco superiore alle 6 ore al giorno (47.5%);
- il condizionamento del proprio umore: riconosciuto da 1 ragazzo su 2 (43.5% per “non cambio umore”).

Ulteriori spunti provengono da un'altra ricerca condotta dall'Istituto Italiano di Medicina Sociale<sup>6</sup>, stavolta condotta su un campione di bambini di età superiore ai 3 ed ai 7 anni, sulla base dei titoli di gioco da essi maggiormente fruiti tra quelli adatti all'età anagrafica, e specificatamente rivolta all'analisi del contenuto (personaggio e genere emergenti, miti, valori veicolati). Si apprende che:

- i generi predominanti sono “avventura” (26%), “azione” (18%) e “simulazione e strategia” (14%);
- i temi prevalenti sono “avventura” (44%), “fantasia” (12%) e “sport e guerra” (8%);
- il 90% del campione si identifica nel personaggio protagonista del gioco (“l'eroe”), proprio per la tipologia di gioco che maggiormente viene prediletta (il rimanente 10% attiene a “videogiochi della categoria arcade e di simulazione, privi di protagonisti graficamente rappresentati”), ed i personaggi protagonisti sono per il 71% di sesso maschile e nel 74% rappresentati da soggetti con caratteristiche umane;
- i valori predominanti sono “l'astuzia” (che caratterizza il 30% dei personaggi), “il coraggio” (16%), “l'abilità” (10%) e “l'aggressività” (10%).

### **Indagine conoscitiva sulle abitudini ludiche dei giovani: metodologia e risultati**

Stante quanto sopra, considerando non esaurita la conoscenza in merito alle abitudini dei videogiocatori, si è voluto condurre un'indagine conoscitiva allo scopo di esaminare la diffusione dei videogiochi tra la popolazione giovanile della realtà territoriale della città di Roma<sup>7</sup>. In particolare, il contributo di ricerca è stato condotto allo scopo di evidenziare, da un lato, alcune generali abitudini di vita della popolazione campione, e dall'altro, nello specifico, le abitudini inerenti l'uso dei videogiochi: la quantità di tempo ad essi dedicata; quali categorie vengono preferite; se l'attività ludica viene condotta in solitudine o piuttosto condivisa con amici, etc.

L'indagine è stata condotta per mezzo della somministrazione di un questionario anonimo, appositamente strutturato per le finalità della ricerca, suddiviso nelle seguenti Aree:

<sup>6</sup> “Videogiochi e minori. Miti, valori e modelli di comportamento”, Ghezzi P. (a cura di) (2007), IIMS, Roma.

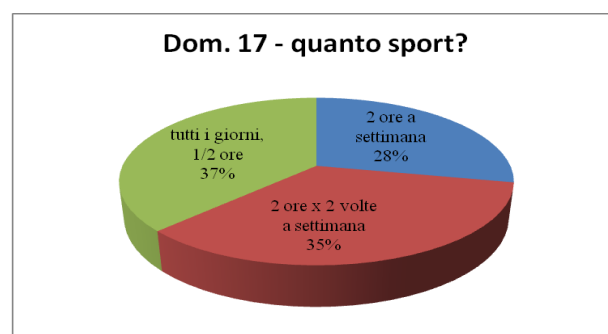
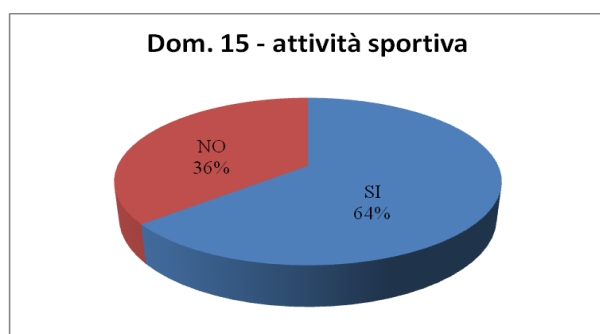
<sup>7</sup> I risultati qui esposti rappresentano il completamento di una precedente indagine preliminare condotta nel 2010, i cui risultati sono stati oggetto di una comunicazione congressuale al Convegno dal titolo “Disagio adolescenziale: i videogiochi violenti e le devianze dei giovani perbene” organizzato nel contesto del 7° Forum Internazionale della Salute – SANIT (Roma, 25 giugno 2010).

- **Anagrafica** (domande 1-8): sesso; età; grado di istruzione; composizione del nucleo familiare ed abitativo; occupazione professionale dei genitori e grado di istruzione o occupazione professionale di fratelli/sorelle;
- **Personale/Proiettiva** (domande 9-11): interessi ed aspirazioni personali e professionali per il futuro;
- **Socio-Relazionale** (domande 12-17): tipologia dei componenti del proprio gruppo amicale; passatempi preferiti ed attività sportive;
- **Gestionale** (domande 18-24): distanza “casa/scuola” ed attività svolte durante il percorso; tempo dedicato ai compiti ed attività praticate nel tempo libero;
- **Videogiochi** (domande 25-38): tempi di gioco; tipologia di supporto utilizzato; eventuale condivisione dell’attività con altre persone; luogo di pratica del gioco; tipologia di videogiochi preferiti e criteri della scelta; “autodefinizione” della propria attività ludica (“amatoriale” o “da amatore”).

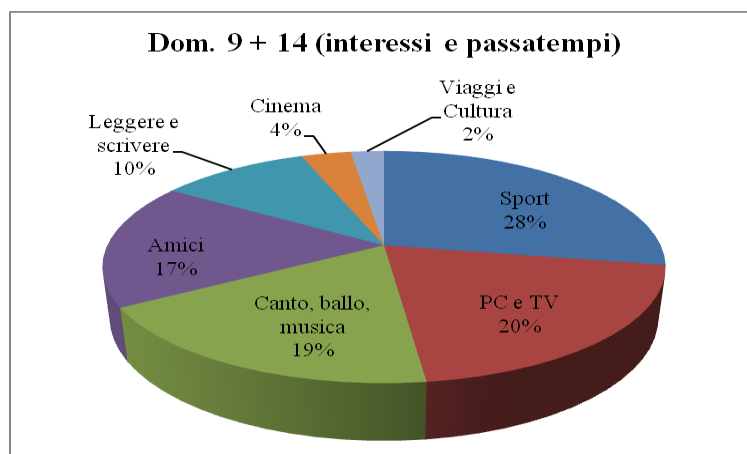
Il campione complessivo, pari a 350 soggetti, è suddiviso in 3 differenti “gruppi campione” rappresentativi di tre distinti gradi di impegno scolastico:

- 106 studenti della III classe della scuola media (M 53 e F 53; età 13-14 anni, con ripetenti di 15/16 anni);
- 82 studenti della I e II classe liceale (M 39 e F 43; età 14-15 anni, con ripetenti di 16/17 anni);
- 162 studenti universitari e post-universitari di differenti corsi e Facoltà, utilizzati in qualità di “gruppo di controllo” poiché, anagraficamente più grandi, intesi in possesso di una maggiore maturità e senso di responsabilità (M 82, F 80; età 20-37 anni).

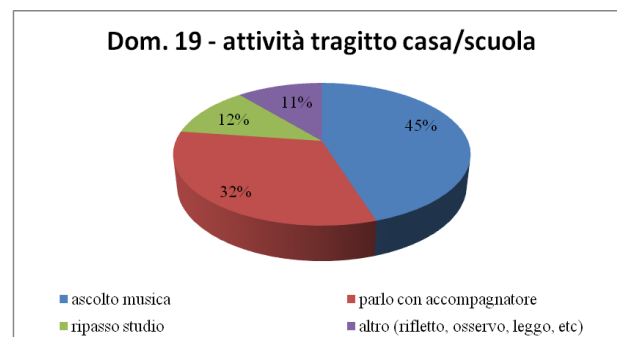
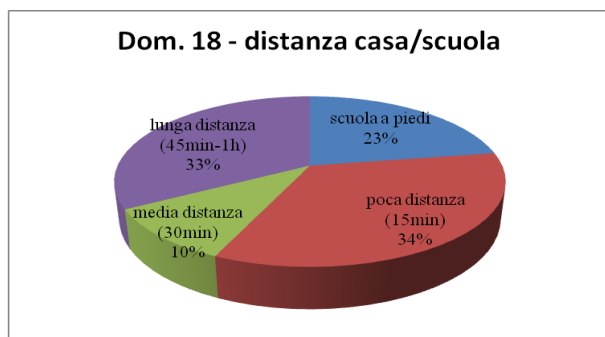
Nel campione complessivamente considerato, l’analisi dei questionari conduce ad un primo risultato interessante in merito all’impegno dei soggetti coinvolti nell’attività sportiva: il 64% del campione pratica sport (calcio, tennis, pallavolo, palestra), con costanza ed assiduità per più ore a settimana. Questo risultato rassicura in merito ad un proficuo impiego del tempo libero in attività impegnative per la mente ed il fisico ma tuttavia rinvigorenti, nonché facilitanti lo sviluppo della prosocialità e della condivisione interpersonale (vedi grafico Domanda 15 e 17).



Infatti, incrociando tale dato con il risultato ottenuto alle domande nr. 9 e 14, relative agli interessi ed ai passatempi praticati (domande aperte – vedi grafico Domanda 9+14), si riscontra una prevalenza per le attività sportive (28%), seguite poi a breve distanza tra loro dalle categorie “stare al computer e guardare la TV” e “cantare, ballare, ascoltare musica” (rispettivamente 20% e 19%), e considerando quindi quest’ultima, in senso lato, ugualmente un’attività fisica. Percentuale elevata ha inoltre un’altra categoria socializzante: “stare con gli amici” (il campione specifica: per “uscire” o “per fare shopping”), con il 17%. Ultimi posti, considerando il campione complessivo, ma in realtà predominante per il sottocampione dei ragazzi più grandi (liceali ed universitari), detengono le categorie “Cinema” (4%) e “Viaggi e Cultura” (2%).



Altro dato interessante, ancora rappresentativo di buona parte del campione, è relativo alla distanza tra la propria abitazione e l’istituto scolastico frequentato: il 57% del campione lo raggiunge facilmente a piedi o percorre un breve tragitto di 15 min. con i mezzi pubblici (vedi grafico Domanda 18). Nella scelta delle attività da svolgere durante il tragitto, la percentuale più elevata si ha per “ascolto musica” (45%), subito seguita da “parlo con accompagnatore” (32%) (vedi grafico Domanda 19). Tuttavia, tale elemento si inverte se si considerano le percentuali per classi di età: nel campione costituito dagli studenti delle scuole medie, la categoria “ascolto musica” ottiene una rilevanza del 61%, mentre la categoria “parlo con accompagnatore” una rilevanza del 92%. Conforta dunque rilevare come la scelta di intrattenere una socievole chiacchierata con il proprio accompagnatore venga prediletta rispetto ad altra attività, altrettanto piacevole e distensiva, ma “solitaria” come l’ascoltare musica: i più giovani, accompagnati a scuola dai propri genitori, sfruttano anche il poco tempo del tragitto per raggiungere l’istituto scolastico per comunicare e condividere pensieri ed emozioni, consapevoli che il successivo momento di incontro e di conversazione sarà solo la sera, a fine giornata.



Per ciò che concerne l'indagine delle dinamiche inerenti l'uso dei videogiochi, partiamo in primo luogo da alcuni interessanti aspetti quantitativi.

Il campione complessivamente considerato è effettivamente composto, nell'alta percentuale dell'88%, da giocatori (vedi grafico Domanda 25).

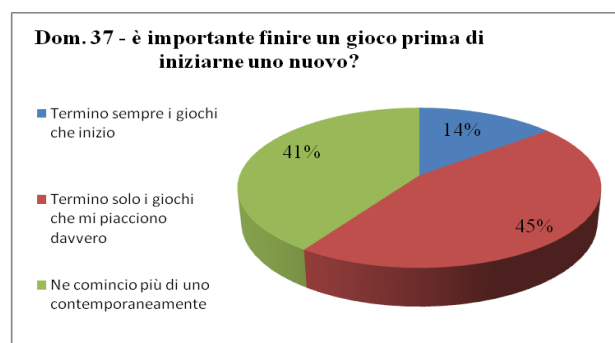
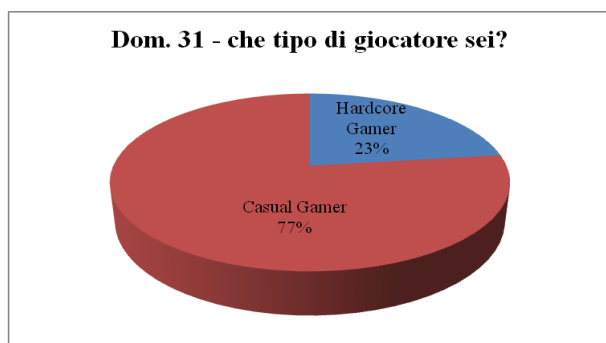
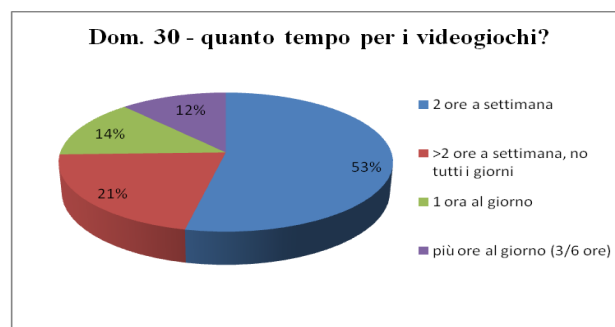
Il rimanente 12% costituisce l'effettiva dimensione di coloro che non gioca mai: coloro che hanno dichiarato di giocare, anche per il tempo minimo stabilito dal questionario (2 ore/settimana) o ai "giochi del computer" (risposta indicata dal campione), è stato comunque inserito nella categoria dei giocatori.

Tuttavia, come indica la percentuale cumulata del 74%, si tratta per la maggior parte di giocatori non abituali, ovvero giocatori che dedicano a questo intrattenimento poche ore a settimana, e non tutti i giorni (vedi grafico Domanda 30). I veri appassionati sono appena il 26%: essi dedicano ai videogiochi più ore al giorno, anche nei pochi minuti liberi a loro disposizione, usando supporti portatili "anche in bagno", così come hanno tenuto a specificare nel questionario.

Non stupisce dunque che, chiedendo ai soggetti intervistati di descrivere se stessi come giocatori amatoriali oppure come veri appassionati, il campione attesti una percentuale del 77% per la categoria di "Casual Gamer" (vedi grafico Domanda 31).

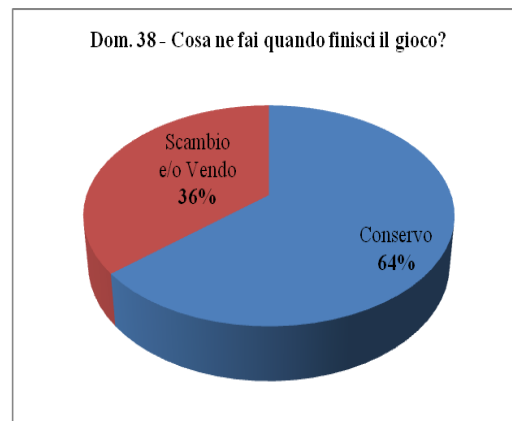
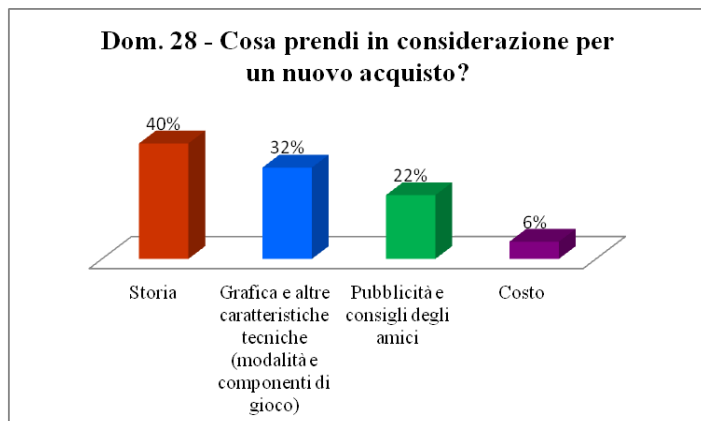
Acquisita tale "autoconsapevolezza" anche da parte delle aziende sviluppatrici, sono infatti in minore proporzione, rispetto al totale dei prodotti immessi sul mercato, quelli che soddisfano i gusti dei giocatori specializzati. Trovano maggiore diffusione per lo più giochi cosiddetti "casual" che puntano ad un pubblico di non appassionati, caratterizzati da meccaniche di gioco più semplificate.

In tal senso, interessante è il risultato dell'item posto ad indagare il comportamento del campione rispetto all'importanza di finire un gioco prima di iniziarne uno nuovo: in percentuali quasi equivalenti, il campione dice di poter "terminare solo i giochi che piacciono veramente" (45%) e di poterne "iniziare più di uno contemporaneamente" (41%). Di contro, viene rilevato un 14% di soggetti che "termina sempre i giochi che inizia": tale percentuale, a nostro modo di vedere, costituisce l'opinione dei veri appassionati, ovvero di coloro che forse, più che gradire il gioco in sé, gradiscono il fatto di giocare (vedi grafico Domanda 37).

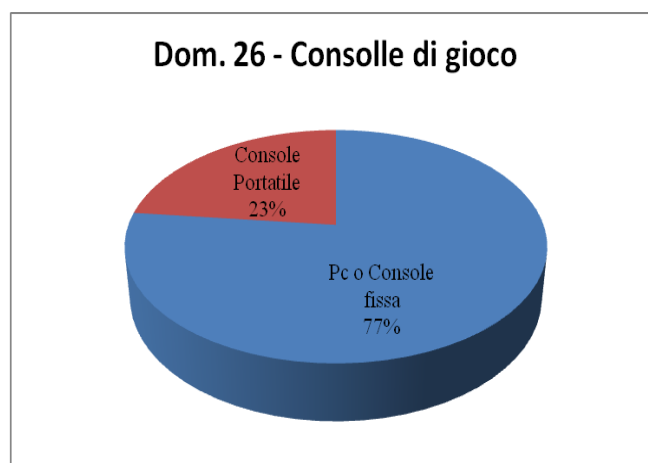


Difatti, chiedendo al campione di esprimere la propria opinione su quali caratteristiche considera nell'acquisto di un nuovo gioco (domanda aperta), è la "storia" l'elemento predominante (vedi grafico Domanda 28), con una distribuzione del 40%, seguita poi dalla categoria della "grafica ed altre componenti tecniche" con il 32%.

Viepiù, sebbene la maggior parte del campione dichiara di conservare il gioco dopo averlo terminato (domanda aperta – vedi grafico Domanda 38), con una distribuzione del 64%, a motivo di tale scelta viene addotto il fatto di averlo acquistato con il sacrificio dei propri risparmi (per il sottocampione dei più giovani), o di conservarlo "se bello", per poterci poi rigiocare in seguito.



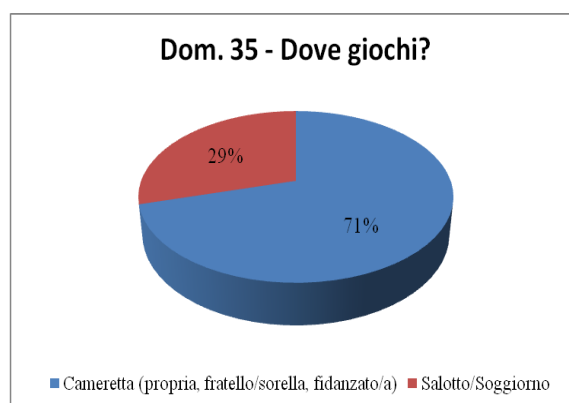
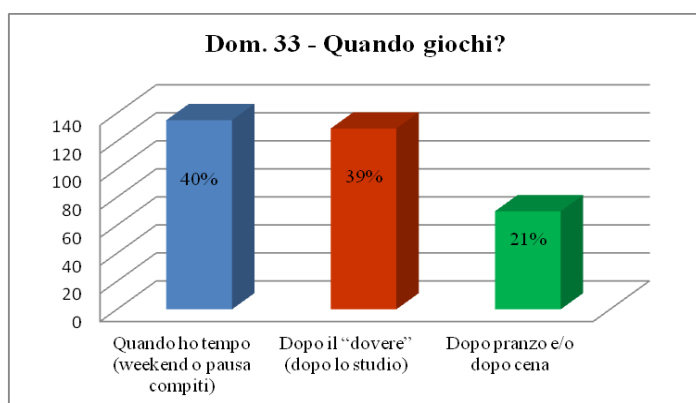
Ancora, ulteriore riscontro del fatto che il campione sia composto da giocatori amatoriali proviene dal risultato dell'item atto ad indagare la tipologia di supporto utilizzato: per il 77% del campione, prevale l'uso del PC o di console fissa (XBox, Playstation, Nintendo Wii). In particolare il computer, strumento utile per effettuare ricerche di studio attraverso il collegamento ad internet, diviene anche strumento per ottenere un "diversivo" dallo studio stesso (vedi Grafico Domanda 26).





Allo stesso modo, chiesto al campione di indicare in quale momento della giornata si dedica al gioco (domanda aperta – vedi grafico Domanda 33), la maggior parte dei soggetti intervistati dichiara di farlo “nei ritagli di tempo” (40%), che sia in un pausa dalla attività formative o nel weekend, o esplicitamente solo dopo aver svolto il proprio dovere (39%).

Tuttavia, l'attività video ludica rimane un'attività solitaria, svolta in uno spazio personale e, aggiungiamo noi, priva o con scarso controllo da parte degli adulti: la maggior parte del campione dichiara infatti di giocare in “cameretta” (71%), che sia propria o del fratello/sorella (vedi grafico Domanda 35). Tale elemento potrebbe rappresentare un campanello d'allarme se, generalizzando, si pensa che l'uso degli strumenti informatici detiene uno scarso controllo da parte dei tutori dei giovani, e a nostro avviso richiede dunque ulteriori approfondimenti specifici.



Per ciò che concerne gli aspetti qualitativi dell'uso di videogiochi, l'indagine invitava il campione ad esprimere la propria preferenza tra alcune categorie di giochi (vedi grafico Domanda 27).

Occorre precisare che la classificazione presentata nel questionario è stata appositamente creata ai fini dell'indagine: più ampia e dettagliata rispetto alle classificazioni comunemente note, essa rappresenta l'articolazione dell'attuale produzione industriale, nella quale un genere è distinto dall'altro in considerazione delle *feature* contenute in ciascun gioco, ovvero peculiari elementi che caratterizzano l'obiettivo del gioco (*goal*) e le modalità di interazione offerte per raggiungere quell'obiettivo (*game mechanics*). In sostanza, considerando che il termine “videogioco” raccoglie molteplici generi differenti in base ad alcune caratteristiche proprie del gioco – gli scopi, i mezzi, il ritmo dell'azione, l'esperienza di gioco, etc. – scopo della classificazione adottata in questa indagine era quello di ottenere una descrizione più accurata della personalità dei soggetti intervistati indagando l'incidenza delle loro scelte, ovvero le prevalenze dei loro “gusti” in fatto di videogiochi. In più, per esser certi che i soggetti coinvolti nell'indagine individuassero correttamente le tipologie di giochi preferite, il nome delle varie categorie considerate nella classificazione veniva

accompagnato con alcuni titoli maggiormente rappresentativi (ad es.: per la categoria “Giochi di Ruolo” i titoli erano *Final Fantasy*, *Dragon Age*, *Skyrim*; per la categoria “Sparatutto 3D”, a sua volta distinta in “*First Person Shooter - FPS*” e “in terza persona”, i titoli erano *Call of Duty*, *Bioshock*, *Halo* e *Gears of War*).

Chiarito quanto sopra, il campione attesta una maggiore predilezione per i giochi che appartengono alla categoria “3D Action/Adventure” (15% di preferenza), che rappresenta la tipologia cui afferisce il maggior numero di titoli disponibili in commercio. A ragione di tale preferenza vi è la crescente richiesta da parte dei giocatori di esperienze di gioco sempre più ricche ed articolate, così che nel corso del tempo le case produttrici hanno promosso prodotti che tendono a mescolare tra loro quelle *feature* che storicamente rendevano distinti i generi “classici”. Le varie sottocategorie di questo genere vengono dunque congeunate in considerazione del tipo di esperienza che il gioco veicola in maniera preferenziale: azioni dirette e violente; esplorazione di ambienti; azioni furtive ed evasive; azioni ambientate in un contesto horror; azioni basate sulla prontezza dei riflessi, etc. Elemento comune di tutti i giochi appartenenti a tale categoria è il fatto che, piuttosto che identificarsi col personaggio che controlla, il giocatore tende a percepirsi come il suo “compagno di avventure”: complice, da un punto di vista grafico della strutturazione del gioco, la telecamera in terza persona che inquadra sempre il personaggio nella sua interezza<sup>8</sup>.

Continuando con le preferenze evidenziate dal nostro campione, al secondo posto troviamo a pari merito con l'11% di rilevanza i giochi afferenti alle categorie “*Rhythm Games*” ed “Giochi di Strategia”.

Per quanto riguarda i giochi della categoria “*Rhythm Games*”, caratteristica peculiare è l'elevato livello di isomorfismo tra le azioni compiute dal giocatore e quelle compiute dal suo personaggio. Nella maggior parte dei casi si tratta di giochi musicali, da svolgersi con l'ausilio di sistemi di controllo dedicati e non utilizzabili altrimenti (chitarre, batterie, microfoni, pedane), e senza particolari meriti tecnici: la meccanica di gioco è univoca, molto specifica, e la grafica è poco più che accessoria, appositamente studiata per rappresentare l'azione che il gioco richiede al giocatore. Si tratta però di giochi molto divertenti, che promuovono l'incontro tra amici: infatti, dal primo gioco del genere composto da una chitarra singola, si gioca oggi con kit composti da chitarra, batteria e microfono per il multiplayer.

Per quanto riguarda i “Giochi di Strategia”, caratteristica peculiare del genere consiste nel far leva sulla capacità di pianificazione e sull'abilità di gestire molte informazioni contemporaneamente (multitasking). Non sono dunque i riflessi del giocatore ad essere sollecitati dalla dinamica del gioco, quanto le sue capacità decisionali in condizioni difficili e col tempo che scorre in modo continuo (per i giochi “strategici in tempo reale” – *Real Time Strategy*), oppure la capacità di immagazzinare ed organizzare molte informazioni al fine di pianificare la propria mossa (nei giochi a turni). Una grossa fetta dei giochi in modalità multiplayer è costituita dai giochi di strategia, ma si tratta di multiplayer “a distanza”: i giocatori si incontrano on-line, ciascuno fisicamente isolato di fronte al proprio computer.

---

<sup>8</sup> Tuttavia, nonostante l'uso sistematico della grafica 3D, il realismo e la rappresentazione non è un elemento necessario per i titoli appartenenti a questo genere.

In terza posizione sulla classifica di gradimento operata dal nostro campione si collocano i “Giochi di Guida (auto e moto)”, con il 10% di preferenza. Il successo dei titoli appartenenti a questo genere si basa su tre *feature* fondamentali: la qualità grafica, la bontà della fisica di gioco e le licenze ufficiali. Si tratta di una categoria di giochi particolare, collocati in posizione centrale su un asse virtuale costituito da un lato dal realismo (giochi a carattere simulativo, che richiedono molta pratica e dedizione), ed al polo opposto dall’“arcade” (giochi in cui i controlli del mezzo sono più “facili”). Mentre i giochi arcade sono appetibili per il vasto pubblico, solitamente maschile, i simulatori si rivolgono agli appassionati (generalmente maschi adulti): in entrambi i casi, tuttavia, ciò che il pubblico apprezza in questi giochi è l’emozione di sfidarsi con mezzi del tutto simili a quelli reali, in circuiti o contesti di gara del vero agonismo sportivo, mettendo alla prova le proprie abilità manuali nonché mentali nella gestione del comando di guida.

Ancora, positiva preferenza detengono le categorie dei “Giochi Sportivi” e dei “Social Games”, entrambe al 9% di gradimento.

Nella prima categoria rientrano i giochi che simulano uno sport, ed il filone più ricco è certamente quello dei simulatori di calcio. Il miglioramento delle tecnologie e delle prestazioni hardware ha reso questi giochi sempre di più somiglianti alle competizioni reali: la grafica e le animazioni dei giocatori è molto realistica, così come lo è l’Intelligenza Artificiale. Questo genere è quello che più di ogni altro favorisce l’incontro con gli amici per giocare insieme, complice anche il fatto che non vi è bisogno dello *split-screen* per il multiplayer: tutti i giocatori vengono coinvolti nel gioco osservando la stessa porzione intera di schermo, gestendo i movimenti del proprio giocatore sul campo, ed interagendo contemporaneamente con gli altri personaggi.

I “Social Games” rappresentano invece il genere più giovane tra quelli elencati, il filone in maggiore crescita nonché la migliore opportunità di guadagno per aziende di sviluppo indipendenti. Si tratta di giochi che “girano” sui social network (come Facebook) e che si rivolgono al vasto pubblico dei “giocatori non abituali”. Al di là di alcune caratteristiche peculiari per ogni gioco, vi sono alcuni elementi comuni: meccaniche di gioco estremamente semplici, chiare e ripetitive; controlli di gioco iper-semplificati; grafica “*cartoon style*” appositamente studiata per catturare il target di riferimento; possibilità di condividere punteggi e contenuti di gioco con gli amici iscritti al servizio; possibilità di acquistare contenuti di gioco pagandoli con soldi reali. Attraverso brevi sessioni di gioco (5-10 minuti) ripetute nel corso della giornata, si vuole favorire un atteggiamento compulsivo da parte degli utenti; tuttavia, l’estrema semplicità e ripetitività delle azioni richieste al giocatore portano velocemente alla noia. Ad ogni modo, essi rappresentano un veloce e semplice mezzo per trascorrere qualche momento di distensione mentale, e diverte molto il fatto di confrontare il proprio punteggio con quello ottenuto dai propri amici.

Dando invece uno sguardo alle posizioni in fondo alla classifica di gradimento, il nostro campione mostra di avere l’interesse minore nei confronti della categoria dei “MMORPG” (*Massive(ly) Multiplayer Online Role-Playing Game*), con il 4% di preferenza.

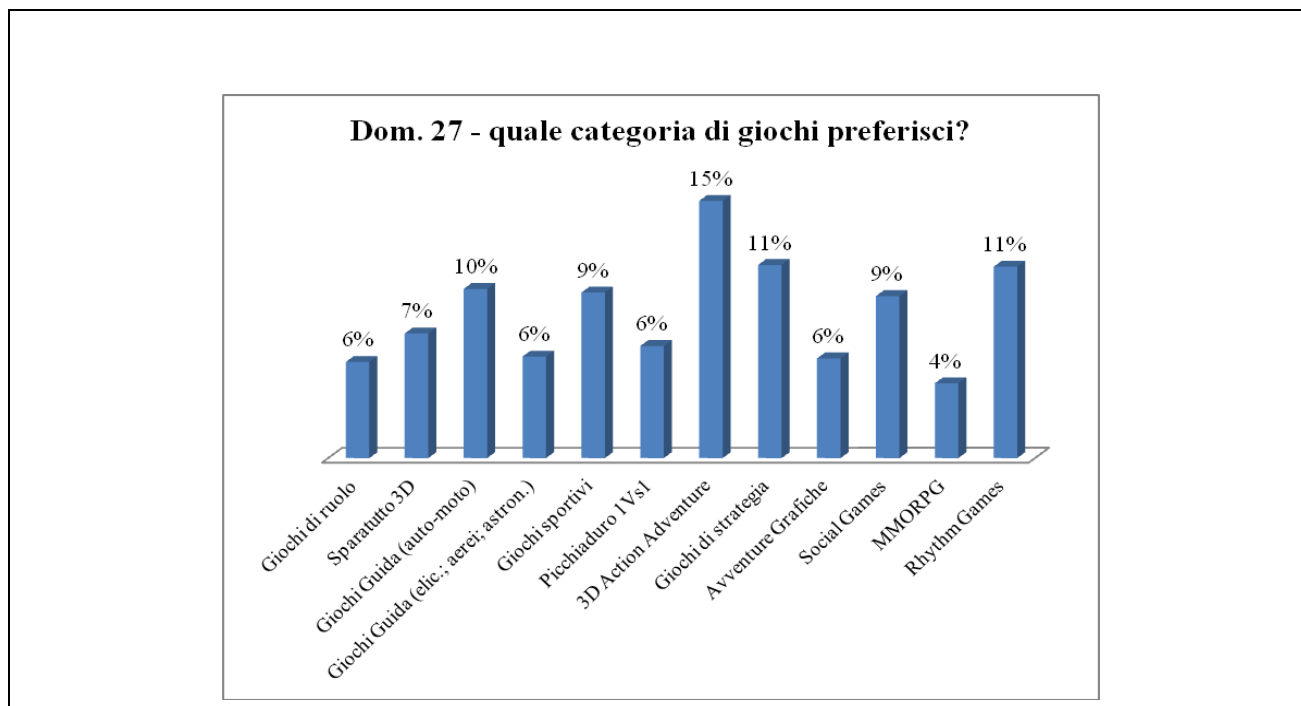
I MMORPG sono l'evoluzione digitale dei classici Giochi di Ruolo “*pen and paper*”. La diffusione ed il potenziamento della rete internet ha consentito alle software house di creare mondi virtuali persistenti che girano su server dedicati ai quali gli iscritti possono connettersi da ogni parte del mondo. Le caratteristiche di questi giochi si rifanno decisamente a quelle dei GdR: l'utente si iscrive al servizio, crea un proprio “*avatar*” caratterizzandolo come preferisce, e poi lo “fa vivere” all'interno di un mondo vasto e articolato nel quale potrà incontrare altri giocatori come lui, con i quali interagire in vari modi a seconda di quanto è consentito dalle meccaniche di gioco (questo è l'elemento principale che differenzia i MMORPG dai GdR, dove i giocatori non sono reali). Il gioco attualmente più giocato al mondo (*World of Warcraft* della Blizzard) appartiene a questo genere. L'alto grado di coinvolgimento del giocatore nel mondo di gioco – con la promozione di un'identificazione del giocatore con il proprio avatar, e dunque alti livelli di immedesimazione e di “sospensione dell'incredulità” – unitamente al fatto che siano in circolo soldi veri (feature poi adottata anche dai social games), ha reso questo genere quello in cui si sono manifestati il maggior numero di comportamenti devianti legati all'uso di videogiochi.

Similmente, anche la categoria dei “Giochi di Ruolo” non ha ricevuto nel nostro campione un alto indice di preferenza (6% di gradimento).

Ulteriori categorie degne di nota che nel nostro campione non hanno ricevuto un buon livello di preferenza sono poi state quelle degli “Sparatutto 3D” e quella dei “Picchiaduro 1 VS 1”, rispettivamente con il 7% ed il 6% di preferenza.

Gli “Sparatutto 3D” costituiscono il genere verso cui si concentra la maggior parte degli investimenti economici sui videogiochi. È il genere di elezione dei cosiddetti “hardcore gamers”, e grossa parte del multiplayer online tra giocatori di tutto il mondo si consuma su giochi appartenenti a questa categoria. Le feature distintive di questo genere sono: la telecamera in prima o in terza persona; l'uso di armi da fuoco per eliminare le minacce nemiche; l'implementazione di una fisica realistica nei mondi di gioco ed un'elevata qualità grafica. Nella maggior parte dei casi, i nemici sono rappresentazioni di esseri umani, per quanto a volte “distorte o rielaborate”. In questo tipo di giochi la “storia” passa in secondo piano, a favore di azioni intense e concitate. È il genere in cui più frequentemente ci si imbatte in termini di violenza e realismo.

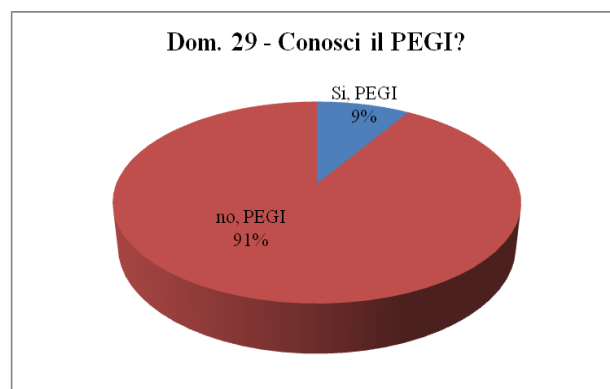
I “Picchiaduro 1 VS 1” sono giochi in cui due o più personaggi, esperti in una qualche arte marziale, si affrontano in combattimenti corpo a corpo, con o senza armi (bianche). Caratteristica fondamentale del genere è l'efficacia del sistema di controllo dei personaggi, ma essi si distinguono anche per grafica ed animazioni eccellenti. In effetti questi giochi si connotano principalmente come mezzi per l'esercizio dei riflessi e della velocità di reazione, più che come rappresentazioni di mondi e personaggi virtuali. Tuttavia, sotto certi aspetti si ravvisa una positività nel fatto che, come accade nei giochi sportivi, si tratta di giochi che consentono a più persone di riunirsi e giocare insieme. È comunque l'esercizio della forza e della tattica fisica, se non proprio la violenza, l'elemento che si trova ad essere condiviso.



Prima di avviarci alle conclusioni, altri due risultati necessitano di essere discussi.

Il questionario chiedeva al campione di esprimere la propria conoscenza in merito al *PEGI (Pan European Game Information)*, il sistema europeo di classificazione dei videogiochi creato allo scopo di fornire ai consumatori, e soprattutto ai genitori, informazioni chiare ed affidabili rispetto al contenuto del gioco e alla sua idoneità per uno specifico gruppo d'età, sulla base di una serie di "bollini" direttamente applicati sulla confezione del videogioco e dunque chiaramente visibili.

Stando ai risultati ottenuti dal campione complessivamente considerato, il 91% dei soggetti intervistati dichiara di non conoscere tale tipo di classificazione (vedi grafico Domanda 29). Il risultato è ovviamente sconcertante, e pone la necessità di riflettere sul fatto che, evidentemente, per quanto posto "sotto gli occhi" di tutti, tale simbolismo non sia poi di così "immediata" acquisizione.



Infine, il questionario sollecitava il campione ad esprimere la propria opinione in merito al gradimento dei videogiochi violenti offrendo tre differenti opzioni di risposta così da lasciare un certo grado di libertà nel riferire il proprio parere (vedi grafico Domanda 32). La percentuale più elevata si ottiene per l'opzione di risposta *“gioco con i videogiochi violenti anche quando sono realistici, perché li trovo più coinvolgenti”* (45% di preferenza), subito seguita dall'affermazione *“non mi piacciono i videogiochi violenti”* (42% di preferenza). Tale risultato può considerarsi positivo e confortante, poiché rivela che per ogni giocatore che ricerca giochi realistici con contenuti violenti, ve ne sia un altro che invece predilige i giochi privi di contenuti violenti. Considerando il carattere anonimo della somministrazione, consideriamo affidabile questo risultato.



## Conclusioni

Dai riscontri della letteratura in precedenza analizzati (Pomilla & Scolastici, 2013), non si traggono risultati unanimi nel considerare i videogiochi come utili o piuttosto come potenziali fattori di rischio, almeno per ciò che concerne l'aumento delle istanze aggressive.

Laddove le ricerche si muovono nella direzione di analizzare quali abitudini riguardano il consumo, prendendo in considerazione i soli numeri relativi alla quantità di consumatori si può innalzare l'allarme sociale che considera i videogiochi un pericolo sempre più incalzante. Tuttavia, scendendo nel dettaglio, si vede come l'ampio popolo dei gamers sia costituito solo in parte da veri appassionati, da giocatori che, a discapito di altre attività, trascorrono lungo tempo sulla consolle di gioco.

In tal senso, i riscontri ottenuti dalla nostra indagine sono da considerarsi positivi e rassicuranti. Ricapitolando:

1. La diffusione dei videogiochi è elevata tra la popolazione giovanile nel senso che il campione non disprezza di trascorrere del tempo in questa divertente attività, ma l'autopercezione in merito al proprio impegno, mentale e temporale, è da *"casual gamer"*: ad essa vengono dedicate poche ore la settimana, laddove se ne presenti l'opportunità dopo aver svolto altre mansioni importanti (lo studio, lo sport);
2. In particolare, il tempo dedicato all'attività ludica del videogioco non inficia quello destinato ad altre riconosciute come fondamentali per la crescita: le attività sportive, tanto importanti per lo sviluppo fisico e facilitanti la socializzazione, vengono invece seguite attivamente, con impegno e senza risparmio di energie;
3. L'attivo mantenimento di proficue e serene relazioni interpersonali è centrale per i nostri ragazzi: già il breve tragitto casa-scuola viene impiegato per conversare con il proprio accompagnatore, ma proprio i videogiochi divengono strumento di condivisione: infatti
4. La predilezione per i giochi relativi alla categoria *"3D Action/Adventure"* mostra che i ragazzi hanno bisogno e si sentono *"rappresentati"* dal dinamismo, da attività nelle quali più capacità comportamentali/emotive/decisionali vengono coinvolte. Ciò non indica obbligatoriamente che tali attività facciano riferimento all'uso di violenza, seppur in forma virtuale;
5. La predilezione per i giochi relativi alla categoria dei *"Rhythm Games"* rafforza l'idea di come l'incontro con gli amici possa essere produttivo...fosse anche nella finzione di avere una *"music band"*;
6. Di contro, emerge che i videogiochi appartenenti alle categorie dei *"Giochi di Ruolo"*, ed in particolare dei *"MMORPG"*, non siano tra i preferiti: in essi, la composizione del software di gioco può facilitare processi di immedesimazione con il proprio personaggio-avatar, e laddove le dinamiche di gioco comportino l'adozione di comportamenti aggressivo-violenti, il timore è che la lassità dei confini identitari conduca all'adozione di tali comportamenti anche nella vita reale;

7. Allo stesso modo, è positivo incontrare categorie quali “Sparatutto 3D” e “Picchiaduro 1 VS 1” in posizioni di gradimento medio-basse, poiché tra tutte le categorie di giochi presenti in commercio, essi maggiormente richiamano all’uso di violenza;
8. Da tenere sotto osservazione il risultato in merito alla conoscenza del Pegi nonché quello in merito ai videogiochi violenti: nel primo caso, le indicazioni sui contenuti dei giochi e sull’età cui essi sono rivolti dovrebbero probabilmente essere rimodulati o avere diversa diffusione, poiché così come sono evidentemente “non arrivano” nel modo corretto; nel secondo caso, sebbene l’incidenza dei videogiochi violenti non sia poi così alta, non si può trascurare l’effetto del “realismo” che questi giochi offrono.

In conclusione, dai riscontri della letteratura e da quelli ottenuti in questa indagine, si può affermare quanto, e così come avviene per altre questioni, i pregiudizi e le demonizzazioni non portino a nulla. Non serve considerare i videogiochi pericolosi in sé per sé, e viceversa è più utile conoscerli meglio e conoscere meglio chi ne fa uso. Essi sembrano rimanere al margine di questioni di interesse politico e sociale certamente più rilevanti in tema di minori e nuove tecnologie, quali la pedopornografia, conferendo solamente ad un codice di autoregolamentazione – di fatto, non adeguatamente conosciuto ed utilizzato – il compito di arginare un uso inadeguato dei titoli presenti sul mercato, per tutti, ma non adatti a tutti.

Un uso smisurato ed incontrollato è dannoso per il singolo e per la società che si vuol dire “civile”, ma piuttosto che contenere i comportamenti violenti che, ex post, ad esso siano collegati, bisognerebbe agire con modalità veramente preventive, operando attraverso programmi di educazione emotiva, valorizzazione morale e, perché no, sfruttando proprio le potenzialità che le moderne forme di comunicazione mediologica offrono.

Quanto sopra è, almeno in parte, al di fuori delle possibilità di chi scrive, ma tuttavia un obiettivo ce lo siamo posto: l’indagine qui presentata non è che un primo passo nei desideri di approfondimento della tematica trattata. Si proseguirà, infatti, in una ulteriore e più dettagliata esplorazione del profilo di personalità del “giocatore assiduo di videogiochi” (*videogamer's addicted*), certi dell’utilità che può avere la predizione di elementi di eventuale disagio personale e l’individuazione, in particolare, di specifici fattori di rischio nell’espressione di condotte aggressive-violente (in forma autodiretta, eterodiretta e di vittimizzazione) sollecitati dall’abuso di videogiochi.

## BIBLIOGRAFIA

Centro Studi Minori e Media (2007) *-Minori in videogioco*, (consultabile on line: <http://www.minorimedia.it/minoriinvideogioco.pdf>)

GameVision Europe for the Interactive Software Federation of Europe (ISFE) - *Video gamers in Europe 2010*, (consultabile on line: <http://www.isfe.eu/content/video-gamers-europe-2010-gamevision-study>)

Ghezzi P. (a cura di) (2007), *Videogiochi e minori. Miti, valori e modelli di comportamento*, IIMS, Roma



Ipsos MediaCT for Entertainment Software Association (ESA) - *2013 Essential Facts About the Computer and Video Game Industry*” (pag. 2 e 3) e “*2012 Essential Facts About the Computer and Video Game Industry*” (consultabili online: [http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA\\_EF\\_2013.pdf](http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA_EF_2013.pdf) e [http://www.theesa.com/facts/pdfs/esa\\_ef\\_2012.pdf](http://www.theesa.com/facts/pdfs/esa_ef_2012.pdf))

Pomilla A. & Scolastici C. (2013), *Playing is not a game: videogames, passatempo o potenziale pericolo?*, *Profiling – I profili dell'abuso*, Anno 4, N. 2, giugno 2013