



TECNOLOGIA

Blackberry: un ponte tra tecnologia e relazioni sociali

Per comprendere le implicazioni sulla produttività e la socialità create dall'uso abitudinario di questo utile device, Eccellere pubblica una significativa ricerca condotta da SDA Bocconi insieme all'Università del Maryland (USA) su un campione di studenti MBA.

di *Elisa Scarcella*

Resta in contatto con quello che conta di più, in viaggio, ovunque ti trovi, con il tuo smartphone BlackBerry. Funzionalità di posta elettronica, telefono, mappe, agenda, applicazioni, giochi, Internet e molto altro ancora. La soluzione BlackBerry supporta le piattaforme di posta elettronica aziendali più diffuse e può essere personalizzata secondo le esigenze individuali o aziendali, su qualsiasi scala e in qualsiasi settore". Con queste potenzialità, tratte dal sito ufficiale del prodotto www.blackberry.com/it, non si stenta a capire perché attualmente RIM (Research In Motion), azienda canadese produttrice del BB, conti oltre 16 milioni di abbonati BB a livello mondiale, aumentati del 29% rispetto allo scorso anno. 5.4 milioni sono stati i BB venduti nel primo trimestre 2009 e dei circa 2.3 milioni di nuovi abbonati nel 1° trimestre dell'anno fiscale 2009, circa il 60% appartiene all'utenza privata.

Uno strumento che si rivela dunque utile ad un numero vastissimo di persone al mondo, un pubblico business ma anche consumer, grazie alle numerose funzionalità offerte, senza limiti di luogo e tempo. Era inevitabile che una tecnologia di questo tipo si dimostrasse anche in grado - come sa chiunque faccia un uso abitudinario del BlackBerry o viva o lavori con utenti assidui del BB - di generare implicazioni sociali, diverse per rilevanza e tipologia. Ad esempio, è diffusa l'abitudine di controllare molto spesso, con questo mezzo, la posta elettronica e rispondere in tempo reale alle email. Un'abitudine che in alcuni casi diventa così ossessiva da generare il fenomeno del così detto "pollice da blackberry" o "dito a scatto", il disturbo generato dall'uso principale del pollice per digitare i testi delle email (o degli sms). Ma questo è solo un elemento di un fenomeno ben più complesso, ad oggi non ancora ben inquadrato e misurato.

Eccellere ha individuato un interlocutore d'eccellenza, in grado di fare luce sul fenomeno con una fotografia reale scattata su un campione rappresentativo e qualificato di utenti del mezzo. Si tratta di una ricerca, dal titolo "La rete nel palmo di una mano: la comunicazione mobile tra produttività e socialità", condotta da SDA Bocconi insieme all'Università del Maryland (USA) ed ultimata nel novembre 2008.

Eccellere dedica al tema anche un'intervista con Massimo Magni, Assistant Professor Dipartimento di Management Università Bocconi, curatore della ricerca, per la parte italiana, insieme a Vincenzo Perrone (Ordinario presso lo stesso Dipartimento dell'ateneo).

Dottor Magni, lo psicologo Aric Sigman ha diffuso recentemente i risultati di un'indagine che svela come negli ultimi 20 anni in UK il tempo dedicato ai rapporti faccia-a-faccia sia passato da 6 a 2 ore giornaliere. Come legge questi dati e cosa possiamo dire della situazione italiana?

Sono dati che trovano riscontro nella realtà e che possono essere letti considerando le diverse modalità delle nuove generazioni, la così detta "Y generation", di apprendere ed interagire rispetto alla "X generation". Si tratta quindi di un aspetto legato a prospettive generazionali che hanno conseguenze sulle forme e modalità di espressione dei network sociali. In Italia i rapporti sociali sono ancora tradizionalmente di tipo "face-to-face", cioè reali, anche se, in modo più lento rispetto al mondo anglosassone, aumentano i rapporti sociali sul web.

Può riassumere la genesi e gli obiettivi della ricerca, la scelta e la composizione del campione?

La ricerca è frutto della collaborazione tra l'Università del Maryland ed il laboratorio TeDplus di SDA Bocconi ed è stata messa a punto da un team di lavoro costituito, nello specifico, da alcuni ricercatori dell'Istituto di Organizzazione e Sistemi Informativi dell'Università Bocconi, del laboratorio TeDplus di SDA Bocconi, e dell'Università del Maryland. Obiettivo della ricerca era studiare le modalità d'interazione tra individuo e tecnologie di comunicazione mobile. Il campione è composto da 325 MBA dell'Università del Maryland, di cui il 66% uomini e il 67% con un'esperienza lavorativa di 4/5 anni. Ad essi è stato dato in uso un BB all'inizio dell'anno accademico ed è stato sottoposto un questionario. Inoltre, nell'arco dell'anno, sono stati costantemente seguiti dal team di ricercatori con interviste ed incontri qualitativi. Un approccio metodologico molto utile per seguire l'evolversi del rapporto tra le persone e il mezzo.

Dunque, in base ai dati raccolti, quali stimoli sembra sviluppare l'uso del BB dal momento dell'acquisto fino all'uso abituario?

All'inizio, prevalgono la curiosità fine a se stessa ed il fattore divertimento. La nuova tecnologia è in grado di catturare l'attenzione dell'utente, attivando comportamenti esplorativi e di scoperta di funzionalità non conosciute o di nuovi utilizzi. Poi, via via che l'utente fa esperienza del mezzo e ne acquista padronanza, lascia da parte il fattore ludico a favore dell'utilità. Importante notare che l'interazione profonda e abituale col mezzo è possibile solo se, ad un certo punto, si arriva ad una svolta e questa giunge solo se la tecnologia si rivela semplice e piacevole da usare (potremmo dire user friendly), altrimenti se ne abbandona l'uso.

Il sottotitolo della ricerca recita "La comunicazione mobile tra produttività e socialità". Crede che le nuove tecnologie e il BB in particolare possano costituire un ponte oppure una linea di separazione/ vicendevole esclusione tra questi due elementi?

Per la generazione X prevale senz'altro la tendenza a costituire una linea di separazione tra questi due elementi, mentre per la generazione Y produttività e socialità, con l'uso abituale delle nuove tecnologie, tendono a convergere. Questo dato è supportato anche dagli esperimenti che conduciamo nel laboratorio TeDplus, ad esempio proviamo a fare utilizzare agli studenti la stessa tecnologia per svolgere task differenti al fine di capire quale fit ci sia tra caratteristiche della tecnologia e task da svolgere. Per quanto attiene poi alla ricerca, si nota come l'utilizzo del BB abbia cambiato le modalità di gestire il lavoro ma anche le relazioni sociali: infatti l'82% del campione ha dichiarato che la gestione delle r.s. sia migliorata. Effetti positivi sembrano registrarsi anche nella capacità di migliorare la connettività tra individui: il 50% del campione ha dichiarato che il BB. permette di aumentare il proprio numero di contatti.

Come influisce il BB in particolare nella gestione della vita pubblica e privata di chi ne fa uso abitualmente?

Quando mi pongono questa domanda, ad esempio in occasione di convegni e incontri, io rispondo sempre: "Vi pongo io una contro-domanda: quanto tempo ci metterete, usciti da questo convegno, a riaccendere il BlackBerry?". L'utilità del BB è indubbiamente altissima, ma sta alla persona mettere dei paletti, porre dei confini all'uso del mezzo. Per quanto attiene la ricerca, solo il 12% del campione ha dichiarato che il BB abbia interferito con le proprie relazioni sociali. L'88% invece ha dichiarato che il BB favorisce il coordinamento con i membri del gruppo, ed il 32% che favorisce un'immagine positiva all'interno del gruppo. Abbiamo anche il 45% del campione che dichiara che il BB "mi distrae da altre attività che sto svolgendo", il 59% secondo cui il BB "mi permette di reperire informazioni utili in quel momento" e, secondo il 62% di "aumentare la mia produttività".

Il BB sembra dunque generare effetti negativi per certi versi e positivi per altri...

Possiamo dire di sì. E' importante stare attenti al rischio di essere distratti dalla continua interazione con la tecnologia, che porta a focalizzarsi su molti problemi contemporaneamente e a limitare le capacità di approfondimento. Dobbiamo però anche considerare che l'uso del BB favorisce la generazione e il mantenimento di contatti che andrebbero altrimenti persi. Inoltre, il sentirsi sempre online non ha avuto effetti negativi sugli aspetti legati alle relazioni sociali concernenti la sfera privata.

Pensando a sms, e-mail, chat, social network, possiamo affermare che le nuove tecnologie siano in grado di generare ansia da separazione e sindrome da perenne "connessione" e reperibilità ?

Sì, possiamo senz'altro affermarlo, in base ai numerosi casi registrati e anche ai risultati della nostra ricerca, che vede il 26% dei rispondenti dichiarare di accedere alla mail dal proprio BB più di 20 volte al giorno, un 16% dalle 16 alle 20 volte al giorno ed un 14% dalle 12 alle 15 volte. La sensazione dell'essere sempre reperibili e "online" indubbiamente è diffusa e dal nostro campione è sentita nel 61% degli interpellati. Come dicevo, sta alla persona calibrare l'uso del BB nella via quotidiana. In questo contesto la chiave di lettura è data dal sommarsi di 3 fattori: la persona (considerata sia per la sua personalità che per la sua formazione), la facilità e piacevolezza d'uso della tecnologia, l'ambiente di riferimento.

L'utente può sfruttare al massimo le potenzialità della tecnologia non solo in base al proprio carattere e formazione, ma anche e soprattutto se il contesto in cui è inserito è favorevole ed orientato all'innovazione, alla sperimentazione, alla ricerca continua. Nell'ambito della nostra ricerca, il 45% degli utenti che percepiscono un supporto da parte dell'organizzazione indicano di avere ottenuto benefici di produttività. Utilità e socialità dunque si mescolano e trovano nel BB un punto di connessione.

Considerati i risultati della Ricerca, cosa consigliereste ai produttori di BB e cosa invece ai loro utenti per agevolare un uso ottimale del mezzo?

Per agevolare l'adozione di una tecnologia, i produttori dovrebbero innanzitutto prestare particolare attenzione agli elementi che stimolano la curiosità degli utenti. Dovrebbero poi cercare di contenere l'incertezza che una nuova tecnologia genera negli utenti e dar loro la possibilità di esser coinvolti nello suo sviluppo e definizione. Nella fase di post-implementazione poi, le aziende dovrebbero offrire agli utenti che si preparano ad interagire con la tecnologia, mettendo a disposizione supporto e risorse per un migliore utilizzo e promuovendo sessioni di formazione che tengano conto, come abbiamo detto, dell'evoluzione nel comportamento degli utenti nel tempo (prima ludico, poi più strumentale). Ad esempio si potrebbero elaborare interventi formativi più dinamici in fase iniziale e più orientati alla produttività successivamente.

Guardando al futuro, pensando sia alle funzionalità del BB che ai suoi utenti, crede si profili uno

scenario caratterizzato da espansione o da stabilizzazione del fenomeno?

Le funzionalità offerte dai BB sono oggi incredibilmente ampie, ma sono certo che si può e si può andare ancora oltre. Credo anche che si possa ipotizzare uno scenario di diffusione di questa tecnologia tra le persone (non solo in ambito business), proprio in considerazione del fatto che sempre più si fanno labili i confini tra i servizi offerti nell'ambito della sfera personale e professionale.

Scarica qui il pdf della ricerca "La rete nel palmo di una mano: la comunicazione mobile tra produttività e socialità", condotta da SDA Bocconi insieme all'Università del Maryland (USA) (40 Kb).

8-8-2009

LINK ALL'ARTICOLO:

www.eccellere.com/public/rubriche/tecnologia/ricerca_blackberry_unibocconi-106.asp

I testi rimangono proprietà intellettuale e artistica dei rispettivi autori. 2010 -



I contenuti di **Eccellere** sono concessi sotto la **Licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale 3.0 Unported**. Ulteriori informazioni sono disponibili alla pagina **Note legali** (www.eccellere.com/notelegali.htm).