

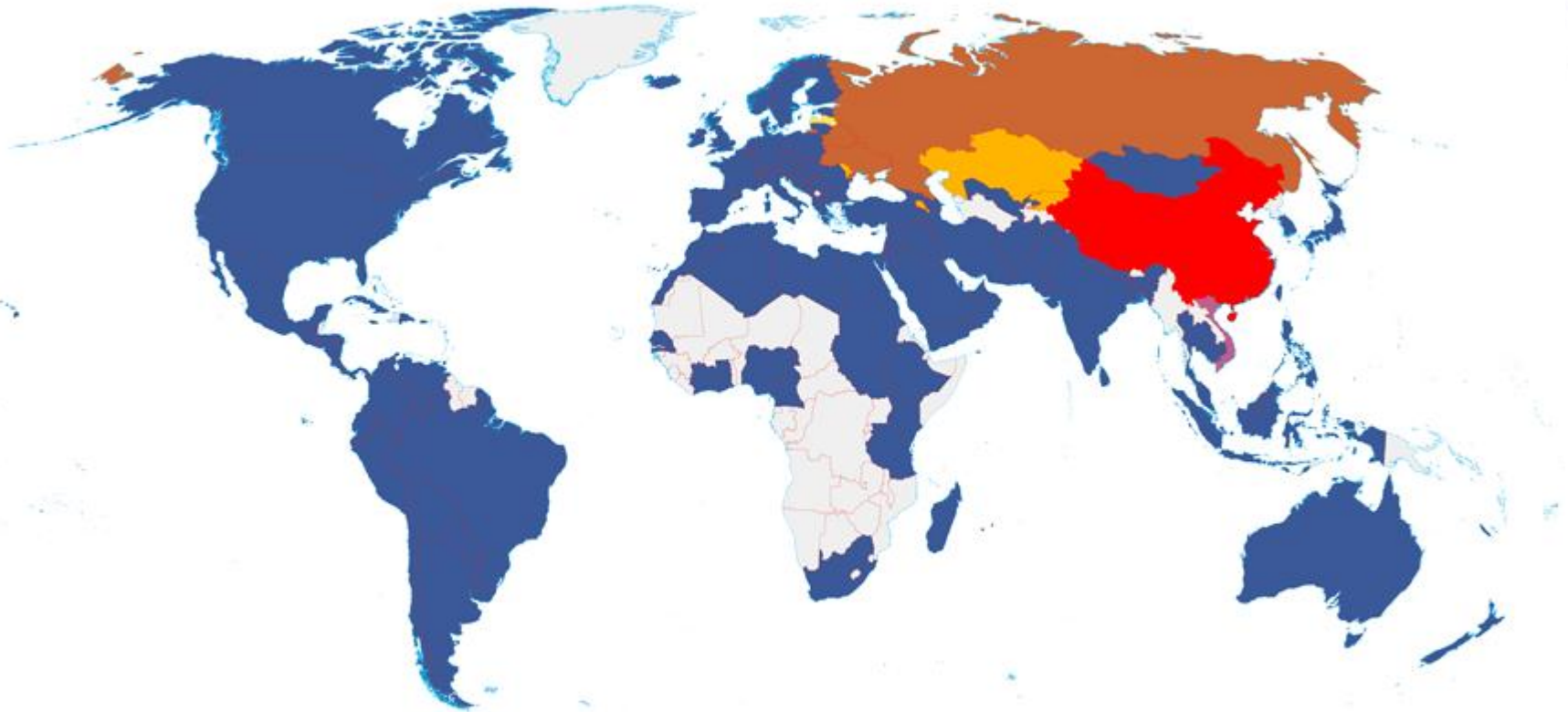
WEB - INTERNET



L'OGGI DELLA COMUNICAZIONE

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

December 2011



Facebook QZone V Kontakte Odnoklassniki Draugiem Zing

credits: Vincenzo Cosenza vincos.it

license: CC-BY-NC

sources: Google Trends for Websites/Alexa

La dieta mediatica degli italiani

Indagine Censis
I media personali nell'era digitale
luglio 2011

1. La dieta mediatica

1. Crolla la TV analogica, esplode la **TV digitale** (coda lunga della televisione)
2. Tiene la **radio**, soprattutto nel drive-time
3. Calano i **quotidiani a pagamento**, ma gli italiani leggono di più
4. Crescono i settimanali, stabili i libri, scende l'uso dei **cellulari**
5. **Internet è più consultato** dei grandi quotidiani

Le nuove “diete mediatiche” degli italiani Si amplia il *press divide* (%)

	2009	2011
Persone con diete solo audiovisive	26,4	28,7
Persone con diete aperte a Internet ma prive dei mezzi a stampa	12,9	17,0
Totale persone estranee ai mezzi a stampa	39,3	45,6
<i>Press divide</i>		
Totale persone con accesso ai mezzi a stampa	60,7	54,4
Persone con diete basate su audiovisivi e mezzi a stampa	24,9	23,3
Persone con diete aperte a Internet	35,8	31,0

Fonte: indagini Censis, 2009 e 2011

2. La dieta informativa

1. I **telegiornali** sono ancora il perno dell'informazione degli italiani
2. Tra gli under 34, **Internet e i social media** sono importanti quanto i TG
3. I **quotidiani** sono consultati principalmente da over 30
4. **Facebook** pesa il triplo dei portali online per gli under 30

Il mix delle fonti d'informazione Prime dieci utilizzate (%)

	Totale	Giovani (14-29 anni)
Telegiornali	80,9	69,2
Giornali radio	56,4	44,1
Quotidiani a pagamento	47,7	33,5
Settimanali/Mensili	46,5	43,1
Televideo/Mediavideo	45,0	41,6
Motori di ricerca su Internet	41,4	65,7
Quotidiani gratuiti	35,3	33,5
Siti Internet di informazione	29,5	49,0
Facebook	26,8	61,5
Quotidiani on line	21,8	23,9

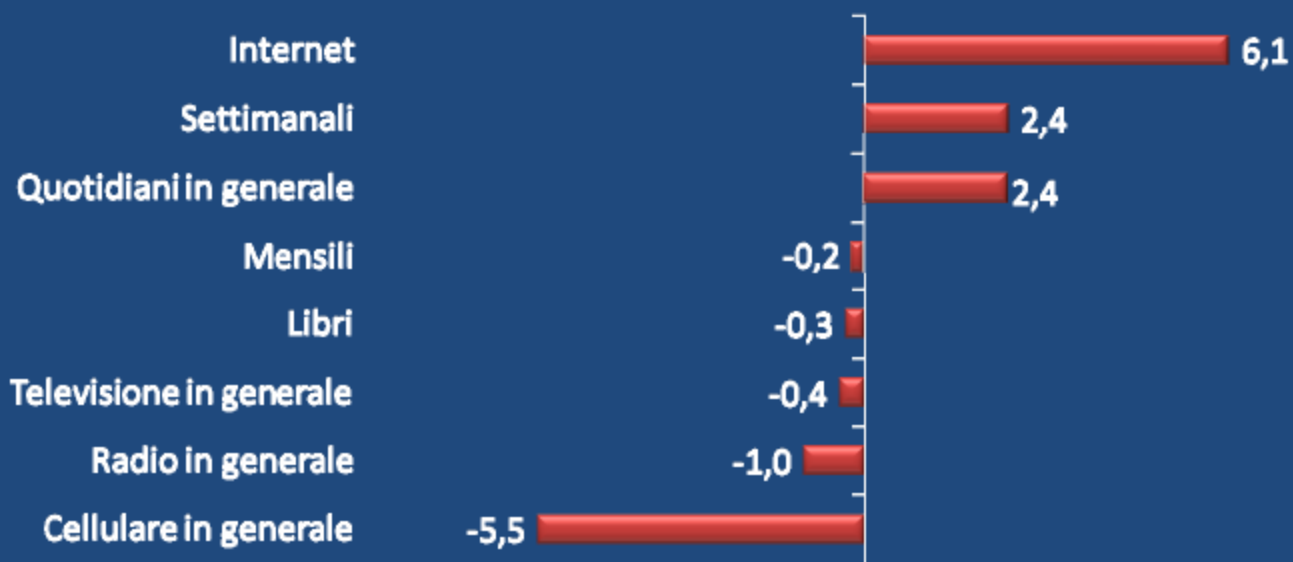
Fonte: indagine Censis, 2011

3. Cos'è Internet?

1. Internet è il luogo della **democrazia**
2. Internet è pieno di dati, molti dei quali sono **'spazzatura'**
3. Su Internet tutto deve essere **gratuito**
4. I commenti maggiormente positivi sul ruolo di Internet arrivano da persone con **alto livello di istruzione**

I media negli anni della crisi

Variazione degli utenti complessivi 2009-2011 (%)

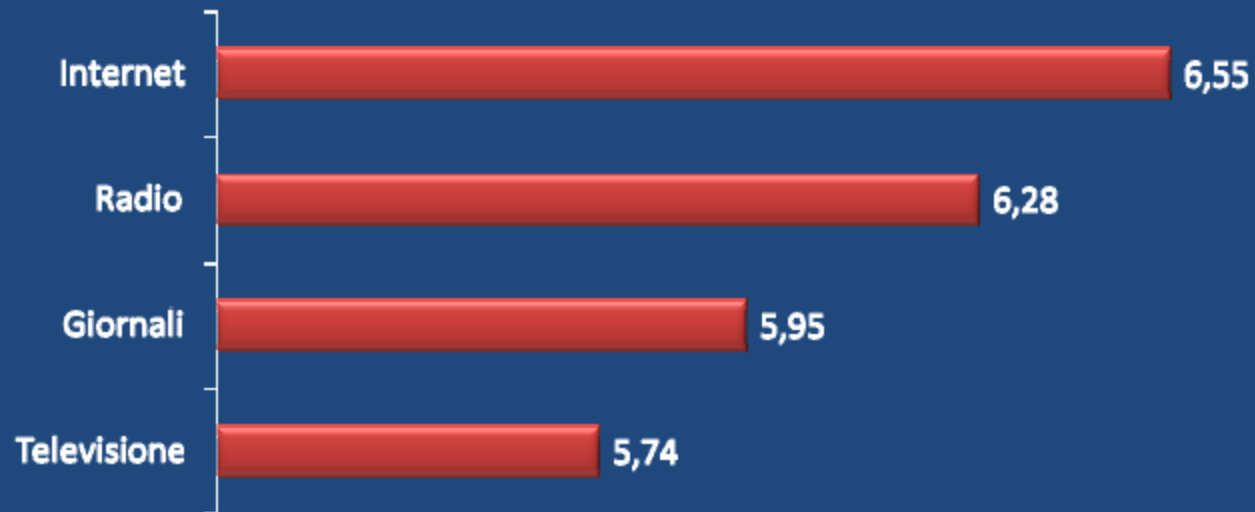


Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso di almeno una volta la settimana (ovvero hanno letto almeno un libro nell'ultimo anno).

Fonte: indagini Censis, 2009 e 2011

La reputazione dei media

Classifica della "credibilità" (punteggio medio: 1=min, 10=max)



Fonte: indagine Censis, 2011

Groundswell. l'onda lunga del cambiamento sociale

Cambia la società, si trasformano abitudini e consumi

2. LA RICERCA DEL FATTORE 'H' Living more "Humanly"

I dati del trend sociale (2007-2012) indicano che dall'avvio della crisi economica la società è attraversata da un crescente senso di sfiducia

- verso la politica
- verso la scuola
- timori personali e per la propria salute

Questo fenomeno ha innescato alcuni cambiamenti sociali che vedono **al centro l'Individuo.**

Gli individui tendono a sviluppare contatti diretti tra loro. **Sempre minore mediazione** da parte di strutture complesse o istituzioni

Internet è lo strumento dove questi cambiamenti sociali trovano le risposte più immediate.

Prestare/affittare la propria vettura ad un vicino



Scambio di vestiti

Si possono individuare **3 tendenze** che depongono a favore di internet

- 1. I social networks creano relazioni di fiducia**
- 2. Si sta sviluppando una nuova equazione: “aiutare ed essere aiutati”**
- 3. Acquisire conoscenza attingendo direttamente alla fonte**

1. I Social Networks creano relazioni di fiducia

Gli individui sempre più interagiscono tra loro per scambiarsi informazioni – informazioni pratiche – e aiuto reciproco (denaro, buone pratiche ...)

Micro-financing platforms continue to expand and develop.

By being open about how the money will be used and by making it possible to choose the beneficiary of the contributions, they help generate trust between individuals.

1 out of 3 young adults (aged 18 to 34) say that social networks have changed the way they communicate with their friends.

Source: an Ipsos study conducted in February 2012 in France



Chiara Quartet Records Complete String Quartets of
by Chiara String Quartet

The Chiara String Quartet is recording Johannes Brahms's Complete String Quartets and the String Quintet No. 2 in G Major

Troy, NY

91% FUNDED \$9,155 PLEDGED 24 DAYS LEFT



Mexican Theatre for Women's Rights: Opening Borders

by Justin Remer-Thamer

Bring the Mexican Theatre of the Oppressed Group, El Taller, to 8 US cities in May to share women's rights-based art. Gracias!

Albuquerque, NM

66% FUNDED \$5,347 PLEDGED 3 DAYS LEFT

2. La nuova equazione: aiutare ed essere aiutati

I sistemi di mutuo aiuto si stanno diffondendo tra individui senza più alcun legame alla loro vicinanza effettiva e materiale.



sparked
by THE EXTRAORDINARIES



reWorld
Le réseau social solidaire

L'Accorderie
Échanger et coopérer



Accorderie = a system of exchange between individuals on a local level. People living in the same neighborhood or town, called "Accordeurs", group together to exchange services based on their know-how and abilities, this with no monetary trade-off.

3. Acquire conoscenza direttamente dalla fonte

Il clima di sfiducia generato dalla crisi ha accresciuto la ricerca di dati certi e non mediati attingendoli direttamente dalle fonti

“This new social network called Skillshare encourages people to ask themselves ‘what am I good at?’—and there are people there who are making a living now showing other people how to sew a button on.”

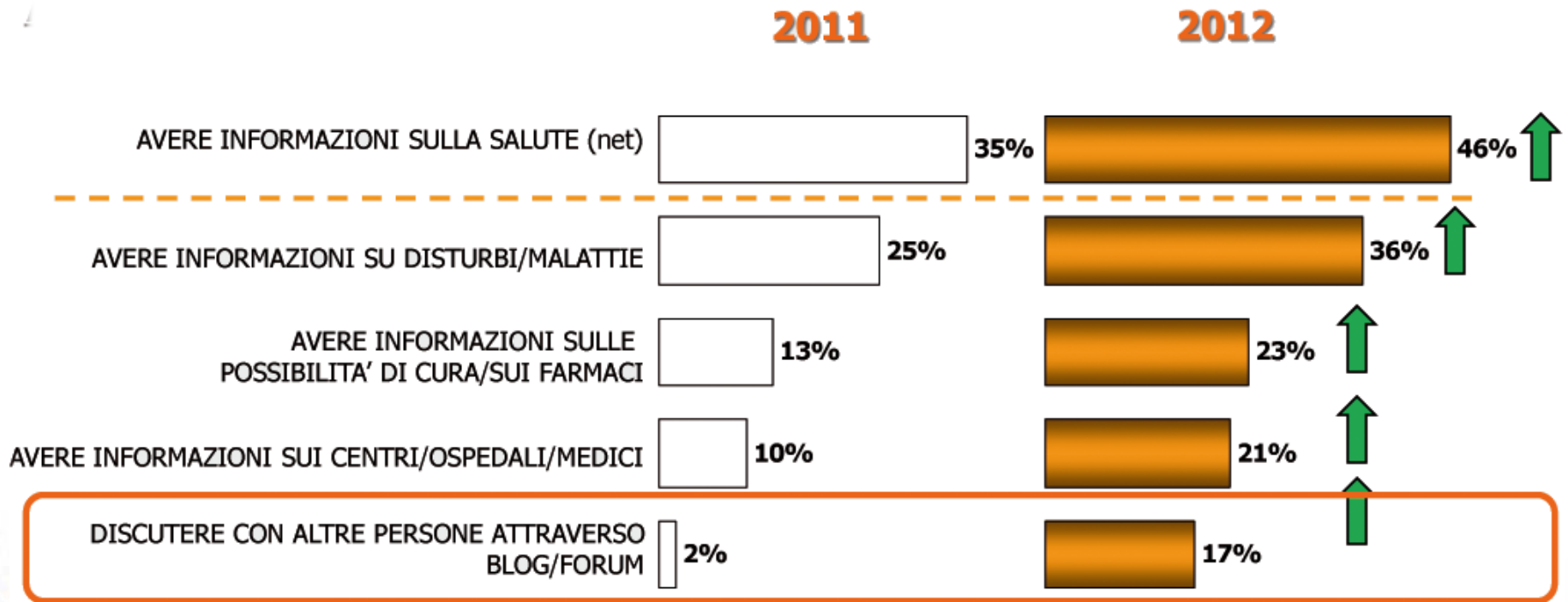


*“I want to become **more confident and secure in my abilities**, both personally and professionally.” Wilson, USA*

*“My ideal man should have **a wide range of abilities and interests**. He can build a campfire and make a pizza and knows how to ride a horse. **I'm impressed by people who have accumulated skills or interests, and who are willing to learn and try new things.**” Kolesinskas, USA*

IL WEB E LA NUTRIZIONE

Dati Eurisko marzo 2012
(campione 3000 famiglie / 869 medici)



Il **giudizio** del “paziente” (sui 3000 intervistati)

Ritiene Utile informarsi via internet:	62%
Ritiene inattendibili le informazioni trovate:	19%
Teme di compromettere il rapporto col medico:	14%

...cosa si trova nel **web**

Banche dati

(INRAN)

(BDA)

Istituzioni

Società di nutrizione

Alcune conclusioni...

Internet risponde ad alcuni bisogni del paziente:

1. Informazioni sensibili (ansioгене) legate alla propria condizione
 - Manca il coraggio di domandare o si teme la reticenza del medico
2. Informazioni pratiche
 - Utili alla gestione della malattia o cura
3. Confronto/condivisione
 - Luogo dove scambiare opinioni con persone che vive/ha vissuto i medesimi problemi

"SITI GENERALISTI"

Si tratta di **siti/portali cui ci si rivolge per avere informazioni generali**, non troppo approfondite e trattate in modo leggero.

Questi siti sono per lo più visitati per un utilizzo personale: scarsa disponibilità degli internauti all'interazione

Informazione

"SITI ESPERTI"

E' il luogo dei **"discorsi seri e scientifici"**.

Dato il livello "aulico" della trattazione l'interazione è molto bassa, intesa solo quasi esclusivamente in termini di richiesta/risposta dell'esperto

Curiosità

In quest' area i siti più "ibridi", che propongono un'offerta informativa e di scambio equilibrata fra i diversi poli qui identificati

Servizio

E' il **regno del "chiacchericcio", del gossip**.

Si parla di argomenti anche intimi con la leggerezza, ironia...

In questo spazio si **cercano risposte ai propri dubbi, ma senza l'asetticità del parere medico**.

Quello che risulta essere importante alla fine non è tanto la risposta in sé quanto la sensazione di essere in un contesto di intimità, per attutire la solitudine.

"SITI LUDICI"

Condivisione

"SITI PRAGMATICI"

Internet ha cambiato gli schemi della comunicazione e della conoscenza...

*Questi processi di trasformazione non possono essere arrestati,
Ma devono e possono essere governati.*

L'individuo è sempre più rivolto al "fai-da-te".

*Per essere incisivo nel dibattito sociale, chi è portatore di
competenze e professionalità deve imparare a dialogare con la
società.*

*Oggi significa rivolgersi al pubblico con gli strumenti con cui la
società parla, prima ancora di pensare al linguaggio.*