

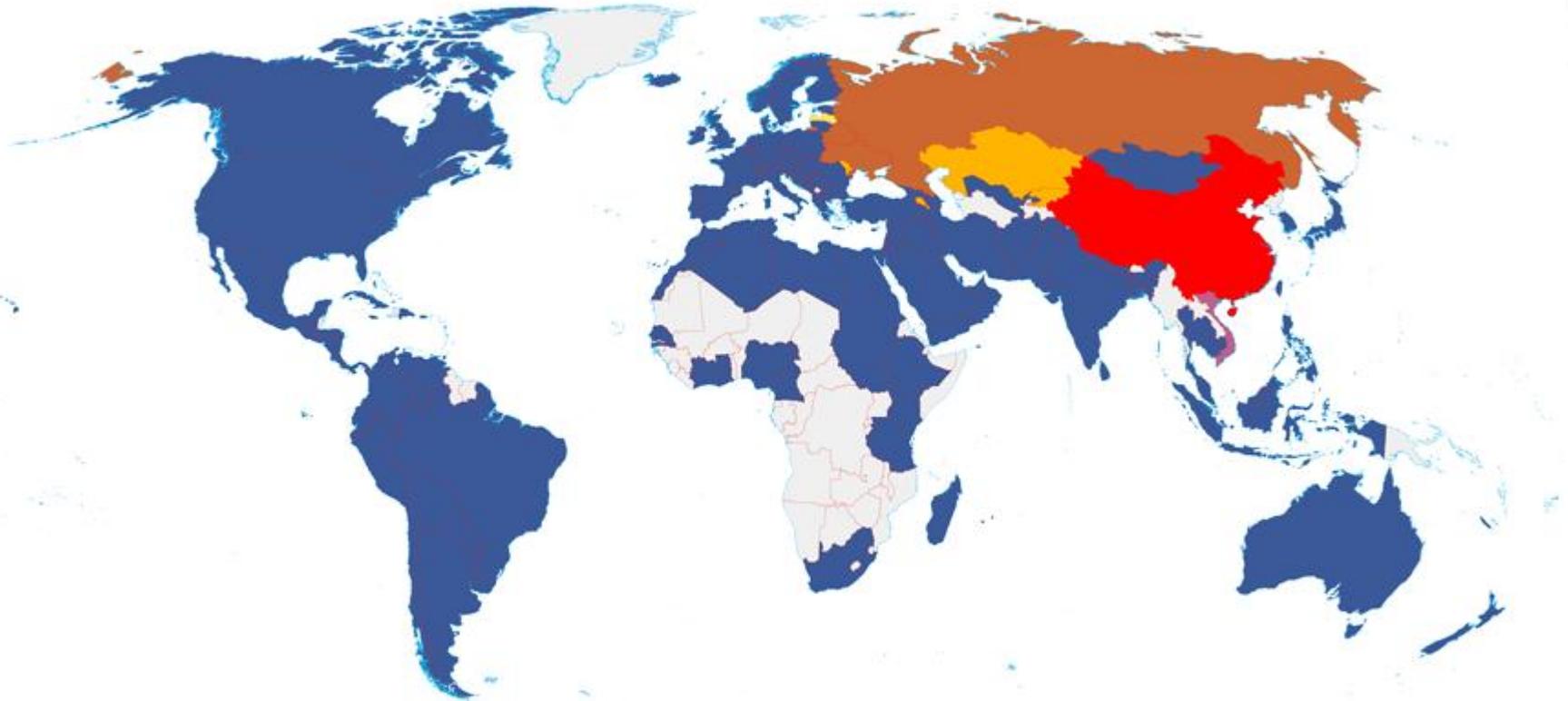
# WEB - INTERNET



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
<b>Totale persone estranee ai mezzi a stampa</b>	<b>39,3</b>	<b>45,6</b>
<i>Press divide</i>		
<b>Totale persone con accesso ai mezzi a stampa</b>	<b>60,7</b>	<b>54,4</b>
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

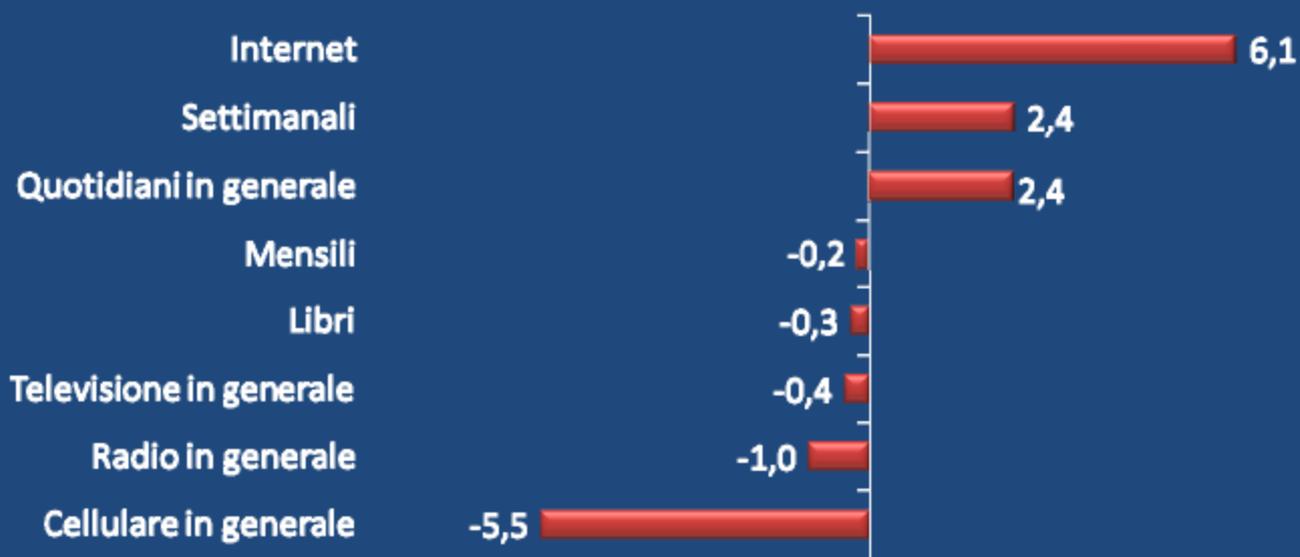
Fonte: indagine Censis, 2011

## 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 (%)

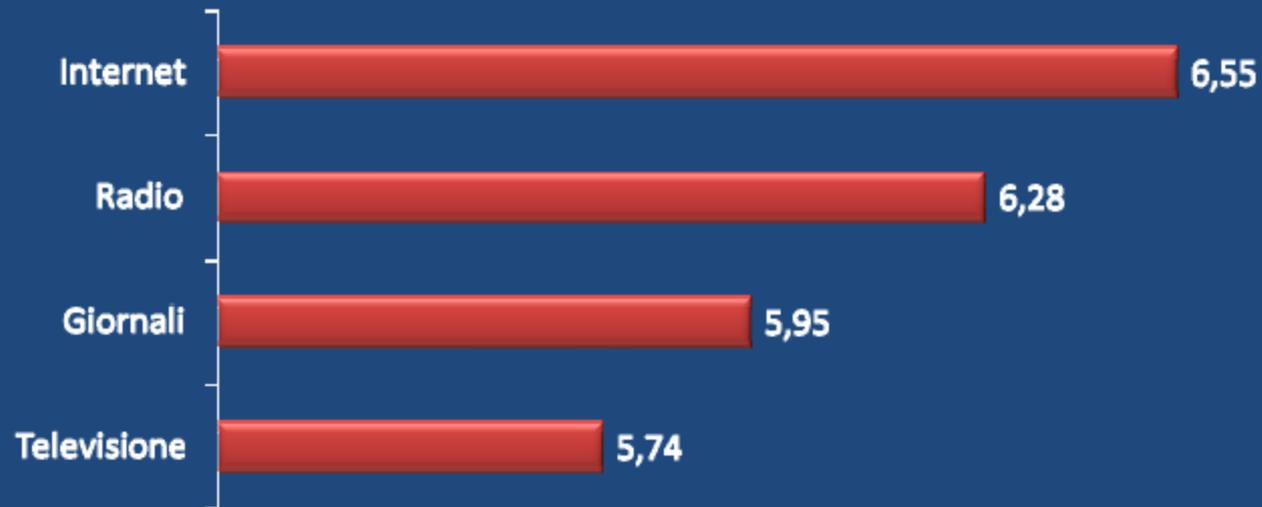


Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso di almeno una volta la settimana (ovvero hanno letto almeno un libro nell'ultimo anno).

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

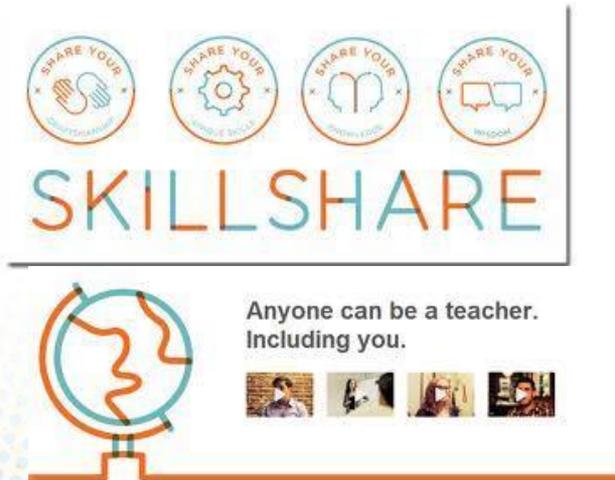


**Accorderie** = a system of exchange between individuals on a local level. People living in the same neighborhood or town, called "Accordeurs", group together to exchange services based on their know-how and abilities, this with no monetary trade-off.

### 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.”*

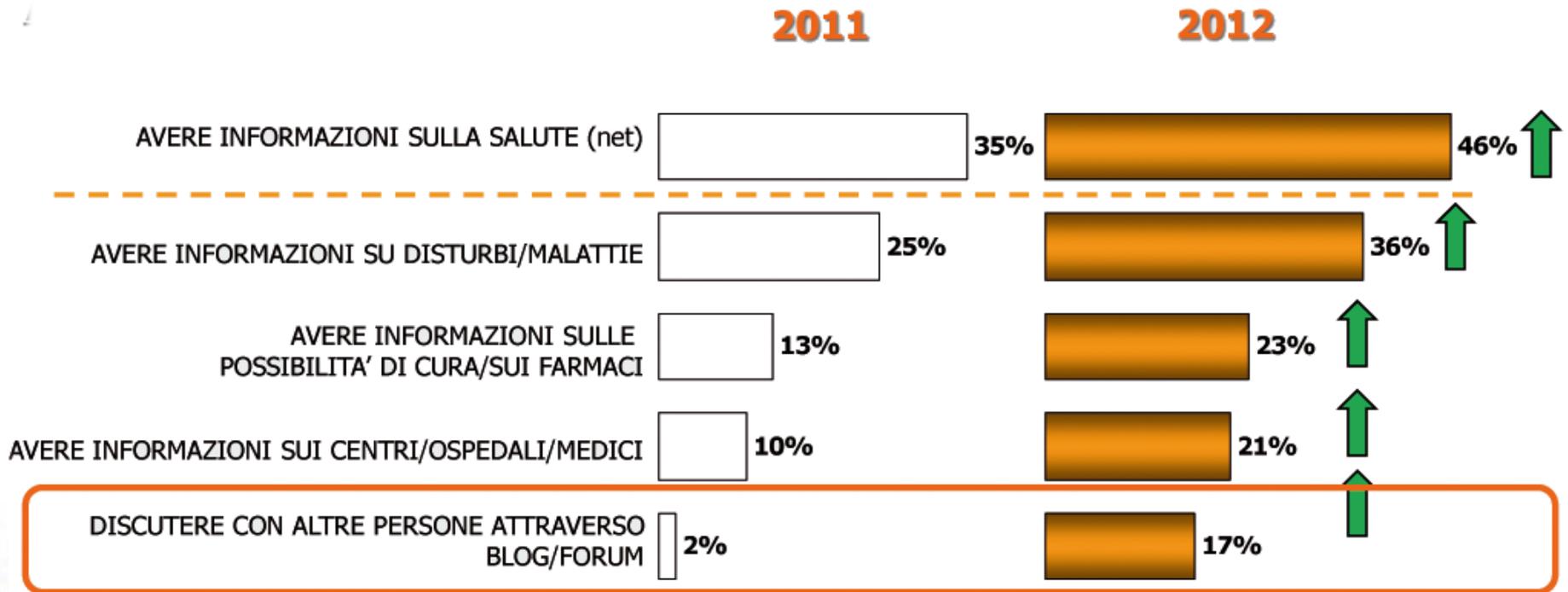


*“I want to become **more confident and secure in my abilities**, both personally and professionally.” Wilson, USA*

*“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.*