



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DSPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



CENTER for
GENERATIVE
COMMUNICATION

I giovani e il mondo della Comunicazione oggi. Oltre gli stereotipi

Luca Toschi

Professore Ordinario di Sociologia dei processi culturali e comunicativi

*Direttore del **Center for Generative Communication***

*Coordinatore del Master **“Comunicazione medico-scientifica e dei servizi sanitari”***



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DSPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



CENTER for
GENERATIVE
COMMUNICATION

LA PAROLA DELL'ANNO DEL 2016

POST-VERITÀ

Oxford Dictionaries

Circostanze in cui i fatti oggettivi sono meno influenti, nella formazione della pubblica opinione, del richiamo alle emozioni e alle convinzioni personali.



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



CENTER for
GENERATIVE
COMMUNICATION

POST-VERITÀ

Oxford Dictionaries

Si usa dunque il termine “post verità” per parlare di credenze, opinioni, veicolate da notizie essenzialmente false, che tuttavia tendono a spandersi a macchia d’olio più efficacemente e più velocemente di fatti veri.





UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DSPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



CENTER for
GENERATIVE
COMMUNICATION

POST-VERITÀ & SOCIAL NETWORK



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DSPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



CENTER for
GENERATIVE
COMMUNICATION

LA DIFFUSIONE DEI SOCIAL NETWORK OGGI

GEN
2019

IL DIGITAL NEL MONDO NEL 2019

TUTTI I DATI PER COMPRENDERE MOBILE, INTERNET E SOCIAL MEDIA A LIVELLO GLOBALE



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DSPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



CENTER for
GENERATIVE
COMMUNICATION

POPOLAZIONE
TOTALE



7.676

MILIARDI

URBANIZZAZIONE:

56%

UTENTI UNICI
MOBILE



5.112

MILIARDI

PENETRAZIONE:

67%

UTENTI
INTERNET



4.388

MILIARDI

PENETRAZIONE:

57%

UTENTI ATTIVI SUI
SOCIAL MEDIA



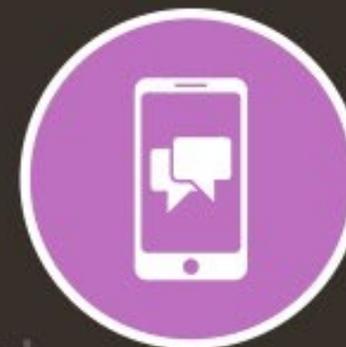
3.484

MILIARDI

PENETRAZIONE:

45%

UTENTI ATTIVI SUI SOCIAL
MEDIA DA MOBILE



3.256

MILIARDI

PENETRAZIONE:

42%



we
are
social



we
are
social



Hootsuite™

we
are
social

GEN
2019

SOCIAL MEDIA: PROFILI UTENTI ATTIVI

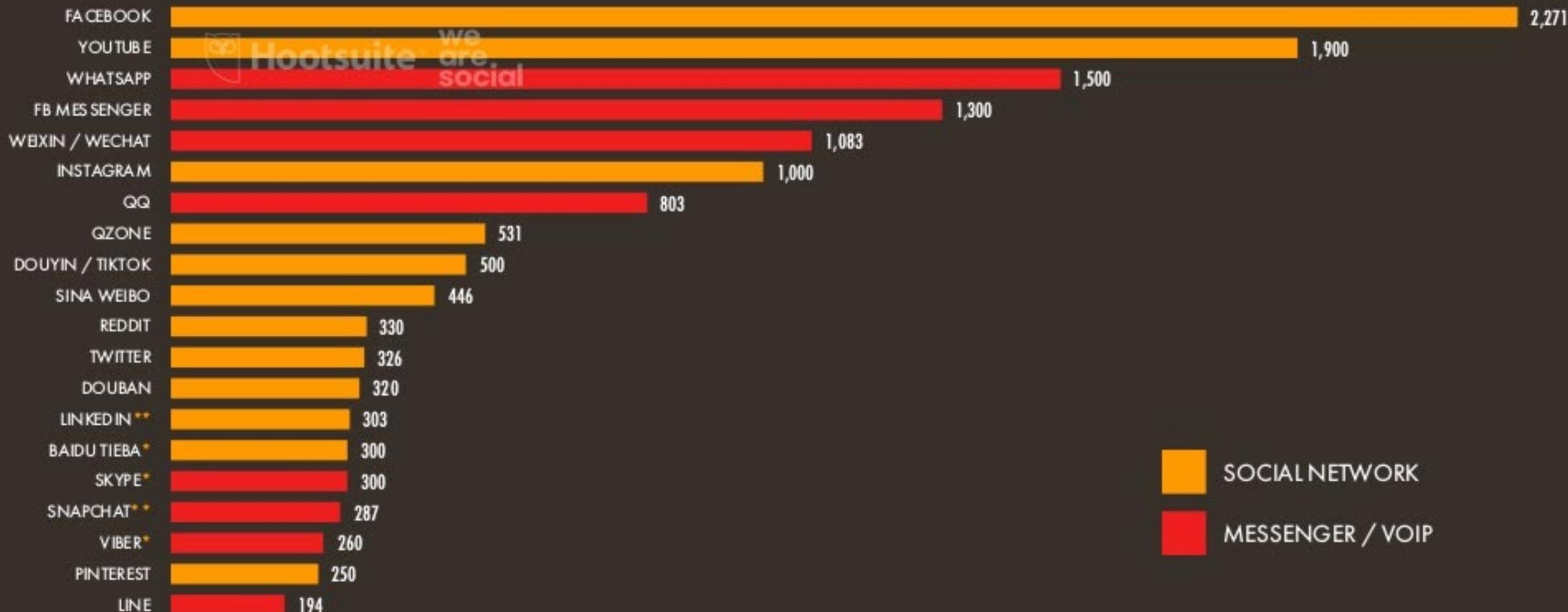
UTENTI ATTIVI MENSILI, PROFILI DEGLI UTENTI O VISITATORI UNICI PER OGNI PIATTAFORMA IN MILIONI



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DSPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



CENTER for
GENERATIVE
COMMUNICATION



SOCIAL NETWORK



MESSENGER / VOIP



Hootsuite™

we
are
social

GEN
2019

ITALIA

TUTTE LE EVIDENZE PER COMPRENDERE MOBILE, INTERNET E UTILIZZO DEI SOCIAL MEDIA



POPOLAZIONE
TOTALE



59.25

MILIONI

URBANIZZAZIONE:

71%

CONTRATTI
MOBILE



85.92

MILIONI

vs. POPOLAZIONE:

145%

UTENTI
INTERNET



54.80

MILIONI

PENETRAZIONE:

92%

UTENTI ATTIVI SUI
SOCIAL MEDIA



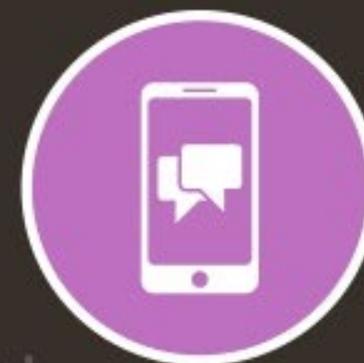
35.00

MILIONI

PENETRAZIONE:

59%

UTENTI ATTIVI SUI SOCIAL
MEDIA DA MOBILE



31.00

MILIONI

PENETRAZIONE:

52%



we
are
social



we
are
social

FONTI: POPOLAZIONE NAZIONI UNITE; U.S. CENSUS BUREAU. **MOBILE:** GSMA INTELLIGENCE. **INTERNET:** INTERNETWORLDSTATS; ITU; BANCA MONDIALE; CIA WORLD FACTBOOK; GOVERNI LOCALI E AUTORITÀ REGOLAMENTARI; MIDEASTMEDIA.ORG; REPORT SU MEDIA AUTOREVOLI. **SOCIAL MEDIA:** TOOL DI ADV SELF-SERVICE DELLE PIATTAFORME; CO-ANNUNCI SUI RICAVI DEGLI INVESTITORI; REPORT PAESI ARABI SUI SOCIAL MEDIA; TECHRASA, NIKI AGHAEI; RO SE.RU (TUTTI I DATI AGGIORNATI A GENNAIO 2019).



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



CENTER for
GENERATIVE
COMMUNICATION

GEN
2019

FREQUENZA NELL'UTILIZZO DI INTERNET

FREQUENZA DEGLI ACCESSI A INTERNET DA PARTE DEGLI UTENTI PER MOTIVI PERSONALI (CON OGNI TIPO DI DEVICE)



OGNI
GIORNO



88%

ALMENO UNA VOLTA
ALLA SETTIMANA



11%

ALMENO UNA
VOLTA AL MESE



1%

MENO DI UNA
VOLTA AL MESE



0%

we
are
social



GEN
2019

TEMPO SPESO SUI MEDIA

TEMPO MEDIO SPESO SUI MEDIA [SURVEY]



MEDIA GIORNALIERA DEL
TEMPO SPESO SU INTERNET
DA QUALSIASI DISPOSITIVO



we
are
social

6H 04M

MEDIA GIORNALIERA DEL TEMPO
SPESO SUI SOCIAL MEDIA DA
QUALSIASI DISPOSITIVO



global
web
index

1H 51M

MEDIA GIORNALIERA DEL TEMPO
SPESO SULLA TV (BROADCAST,
STREAMING, VIDEO ON DEMAND)



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE

2H 57M

MEDIA GIORNALIERA DEL
TEMPO SPESO ASCOLTANDO
MUSICA IN STREAMING



0H 44M

USO DI INTERNET TRA I GI



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DSPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



CENTER for
GENERATIVE
COMMUNICATION

Usano Internet tutti i giorni:

- l'84,4% dei giovani tra 15-17 anni;
- l'85,5% dei giovani tra 18-19 anni;
- l'85,2% dei giovani tra 20-24 anni;
- il 79,5% dei giovani tra 25-32 anni.

Fonte: ISTAT (2018) *Aspetti della vita quotidiana. Internet - persone di 15-34 anni*

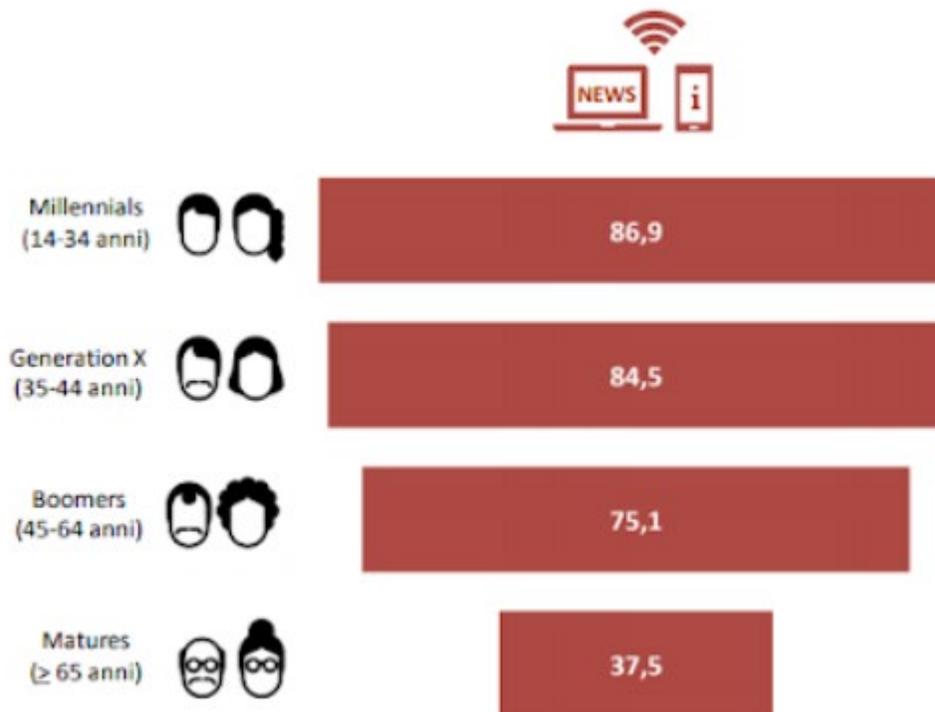


UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DSPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



CENTER for
GENERATIVE
COMMUNICATION

ACCESSO AD INTERNET PER ETÀ



Fonte: AGCOM (2017) *Rapporto sul consumo di informazione*.



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DSPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



MONITORAGGIO USO DEL CELLULARE



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DSPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



Un monitoraggio provinciale sulle competenze comunicative e digitali dei giovani della provincia di Firenze, realizzato in collaborazione con il Corecom della Toscana, ha coinvolto, nel 2011, oltre 600 ragazzi delle scuole secondarie di primo e secondo grado.

Nel 2012 la ricerca è stata ampliata sulle competenze digitali con un monitoraggio regionale realizzato in collaborazione con l'USR per la Toscana, con oltre 2000 tra studenti delle scuole secondarie di primo e secondo grado, insegnanti e genitori di tutte le province toscane coinvolti nella ricerca.

Il progetto è consistito in un monitoraggio del modo in cui i giovani di diverse fasce di età si relazionano all'uso degli smartphone, intesi sia come uno strumento di socializzazione che di formazione ed educazione.

È emersa con decisione una profonda debolezza da parte dei giovani per quanto riguarda l'uso 'creativo' dei nuovi linguaggi veicolati dagli smartphone.

Altrettanto chiaramente si è profilato un atteggiamento di superficialità, da parte dei giovani, nei confronti dell'affidabilità delle fonti dei contenuti che veicolano attraverso i propri dispositivi mobile.



Anno di attivazione: 2011
In collaborazione con: Comitato Regionale per le
Comunicazioni - Regione Toscana

RICONOSCERE LE FAKE NEWS SUI SOCIAL



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DSPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



CENTER for
GENERATIVE
COMMUNICATION



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DSPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



CENTER for
GENERATIVE
COMMUNICATION



EVALUATING INFORMATION: THE CORNERSTONE OF CIVIC ONLINE REASONING

EXECUTIVE SUMMARY

STANFORD HISTORY EDUCATION GROUP

PRODUCED WITH THE SUPPORT OF THE ROBERT R. McCORMICK FOUNDATION

RICONOSCERE LE FAKE NEWS SUI SOCIAL

LO STUDIO IN BREVE

Lo studio è stato condotto fra gennaio 2015 e giugno 2016 dal gruppo **Stanford History**

Test: foto diffusa su Facebook con delle margherite modificate. La didascalia le descriveva come un risultato delle fuoriuscite nucleari della centrale di Fukushima.

Sono state somministrate **7.804** schede in 12 stati USA **dalle scuole medie all'università.**

Come test sono stati usati screenshot **da Twitter, Facebook e altri media.**



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DSPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



CENTER for
GENERATIVE
COMMUNICATION

RICONOSCERE LE FAKE NEWS SUI SOCIAL

GIUDICARE LE FONTI

Alla domanda se quella foto fornisse “forti prove” delle reali condizioni naturali in prossimità della centrale di Fukushima

- **solo il 20% degli studenti ha dato una risposta scettica**
- **circa il 40% ha asserito che la foto offriva una prova attendibile in quanto immagine visiva.**

Per i ragazzi, la foto, anche se priva di qualsiasi riferimento geografico e diffusa da un account sconosciuto su un social, era sufficiente a provare l'inquinamento.



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



CENTER for
GENERATIVE
COMMUNICATION

RICONOSCERE LE FAKE NEWS SUI SOCIAL

I RISULTATI

La maggior parte degli studenti **non sa riconoscere una notizia vera da una falsa**: l'82% dei ragazzi di scuola media non sarebbe capace di riconoscere un articolo pubblicitario nemmeno quando è presente la dicitura **“contenuto sponsorizzato”**.

Alcuni **hanno perfino confermato di aver letto l'etichetta “sponsored”**, ma nonostante questo continuavano a credere che fossero comunque attendibili: la prova che non avevano idea di che cosa significasse.



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DSPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



CENTER for
GENERATIVE
COMMUNICATION

RICONOSCERE LE FAKE NEWS SUI SOCIAL

La situazione italiana

Analfabeti funzionali, il dramma italiano: chi sono e perché il nostro Paese è tra i peggiori

Sono capaci di leggere e scrivere, ma hanno difficoltà a comprendere testi semplici e sono privi di molte competenze utili nella vita quotidiana. Nessuna nazione in Europa, a parte la Turchia, ne conta così tanti. Tutti i numeri per capire la dimensione di un fenomeno spesso sottovalutato

Il 70 per cento degli italiani è analfabeta (legge, guarda, ascolta, ma non capisce)

Quasi un italiano su tre è un analfabeta funzionale. Una (triste) classifica



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DSPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



CENTER for
GENERATIVE
COMMUNICATION

**SE SEI UN
ANALFABETA
FUNZIONALE
NON CAPIRAI
QUESTO POST**



Nel 1963, il linguista Tullio De Mauro ha precisato la differenza tra:

- **analfabetismo strumentale** (totale incapacità di decifrare uno scritto);
- **analfabetismo funzionale** (incapacità di passare dalla decifrazione e faticosa lettura alla comprensione di un testo anche semplice).

Gli analfabeti funzionali, quindi, manifestano livelli di comprensione della scrittura e del calcolo insufficienti per orientarsi nella vita quotidiana.

LA DIFFUSIONE DELLA CATTIVA INFORMAZIONE

il 23% degli italiani **ha condiviso inconsapevolmente in Rete notizie poi rivelatesi false**

- il 3% afferma di averlo fatto “spesso”
- l’8% “alcune volte”
- il 12% “raramente”

Nel dettaglio

- Nella fascia di età **25-34 anni**, il 63% dei soggetti coinvolti ha considerato vere delle fake news e fra questi il 18% l’ha condivisa sui propri canali social;
- Nella fascia **35-44 anni**, il 49% ha creduto vere delle fake news (di questi il 15% le hanno condivise);
- Nella fascia d’età **45-54 anni**, il 52% ha considerato vere le notizie false e il 14% le ha condivise.



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DSPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



LA DIFFUSIONE DELLA CATTIVA INFORMAZIONE

È un errore associare il fenomeno delle fake news esclusivamente alla Rete, soprattutto in un paese come l'Italia in cui i mezzi di comunicazione più tradizionali come la televisione continuano a giocare un ruolo cruciale nel panorama dell'informazione.

Nel dettaglio:

- Il 42% della popolazione italiana utilizza i canali televisivi (nazionali) come fonte più importante per informarsi
- Il 17% legge quotidiani
- Fra l'1% e il 7% leggono fonti online

Fonte: AGCOM (2018) *News vs. Fake news nel sistema dell'informazione.*

La maggior parte della popolazione italiana, infatti, afferma di **informarsi almeno una volta al giorno attraverso i media tradizionali**: l'84% attraverso la televisione, il 40% tramite la radio e solo il 17% sui giornali cartacei.

Fonte: Il Sole 24 Ore (2018) *Fake news: quando le bugie hanno le gambe lunghe.*



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DSPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



RICONOSCERE LE FAKE NEWS SUI SOCIAL

INDAGINE PIAAC-OCSE

2014: terza indagine PIAAC (Programme for International Assessment of Adult Competencies)-OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico) che ha definito cinque **livelli di alfabetizzazione in literacy e numeracy** delle popolazioni in età di lavoro (16-65 anni).

L'Italia ricopre una tra le posizioni peggiori: è penultima in Europa per livello di competenze (precede solo la Turchia) e **quartultima su scala mondiale** rispetto ai 33 paesi analizzati dall'OCSE (precede solo Cile e Indonesia).



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DSPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



CENTER for
GENERATIVE
COMMUNICATION

RICONOSCERE LE FAKE NEWS SUI SOCIAL

INDAGINE PIAAC-OCSE

Il 28% degli italiani è in grado di leggere solo brevi frasi

Il 70% della popolazione risulta al di sotto del livello minimo di comprensione nella lettura di un testo di media difficoltà

Non si parla di persone incapaci di leggere, piuttosto di persone prive «delle competenze richieste in varie situazioni della vita quotidiana», sia essa «lavorativa, relativa al tempo libero»



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DSPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



CENTER for
GENERATIVE
COMMUNICATION

IL CASO SANITÀ



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DSPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



CENTER for
GENERATIVE
COMMUNICATION

RICONOSCERE LE FAKE NEWS SUI SOCIAL

Il 56,5% dei cittadini ritiene
che sia possibile curarsi autonomamente

Fonte: CENSIS (2018), *52° Rapporto sulla situazione sociale del Paese/2018*.

1 italiano su 3 cerca informazioni
su specifiche patologie in rete

Fonte: CENSIS (2018), *52° Rapporto sulla situazione sociale del Paese/2018*.



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DSPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



RICONOSCERE LE FAKE NEWS SUI SOCIAL

L'analfabetismo sanitario può raddoppiare il rischio di morte nei pazienti con scompenso cardiaco

Fonte: Matteo Fabbri et alii (2018), *Health Literacy and Outcomes in Patients With Heart Failure: A Prospective Community Study*, *Mayo Clinic Proceedings*.

Negli Stati Uniti si stima che siano circa 90 milioni i cittadini che non possiedono una corretta alfabetizzazione medico-sanitaria.

Fonte: Biasio, L.R., Corbellini, G. (2017), *Morire di ignoranza*, Il Sole 24 Ore



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DSPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI



CENTER for
GENERATIVE
COMMUNICATION

luca toshi

luca.toschi@unifi.it



www.cfgc.unifi.it



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DSPS
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE POLITICHE
E SOCIALI

