

Vieni fuori

non lasciarti pescare dalla rete
ma pesca in rete



Gv.11,1-45

are  servizi
...insieme per servire...

Mediatico a chi? Giovani e social media

a cura di
Marco Gasparini

Vers. 1-2024



mi presento

Marco Gasparini

- Da 20 anni iscritto all' **Ordine giornalisti delle Marche** - Tessera n. 107117.
- Animatore della Comunicazione e della Cultura - corso di alta formazione ANICEC 2008 - 2021 organizzato dalla Pontificia Università Lateranense e dall'Università Cattolica.
- Ex Vice Dir. dell'Ufficio Comunicazioni Sociali della Diocesi
- Collaboratore de "Il Giornale del Metauro" e de "il Nuovo Amico".
- Autore di libri: "il burattino uno di noi", "a.more", "Con Voi", "Mediatico a chi?", Coppie in Bus, L'ultimo capitolo.
- Direttore responsabile "Africa chiama news" e "ite ad Joseph".
- Direttore canali web "Cerasanews24 " e "localnews24".



marcogaspariniwebtv@gmail.com



Marco Gasparini



@MarcoGaspariniG



La comunicazione



il bisogno di comunicare

premessa

- L'uomo per sua natura ha bisogno di Comunicare, esso stesso è fatto di comunicazione e relazione.
- Non possiamo non comunicare.....

non ci credete? Provateci!
Anche il silenzio è comunicazione.



comunicare a chi, cosa, come..

Un inciso sulla comunicazione

- Cosa comunicare? È importante sempre avere chiaro **il contenuto** di ogni nostra comunicazione, siano esse idee, pensieri o sentimenti.

(si comunica 1 cosa alla volta)

- Come comunicare? La scelta della modalità comunicativa **dipende molto dal soggetto** che dovrà ricevere il contenuto della nostra comunicazione... *(emittente e ricevente)*...

bambino, adulto, adolescente...



le regole della comunicazione

caratteristiche:

- Emittente
- Ricevente
- Messaggio
- Simpatia
- Linguaggio (parole, immagini, suoni, musica gesti)
- Ritorno

regole:

- Sorprendere
- Dire una cosa sola
- Emozionare
- In modo semplice
- Rompere le regole



la comunicazione

a chi comunichiamo

- Se la nostra comunicazione è indirizzata a un singolo forse è meglio parlare di relazione, quando è rivolta a molti entriamo nel mondo della comunicazione tramite i mass media. *(Comunicazione di massa)*

“i media di massa sono mezzi progettati per mettere in atto forme di comunicazione «aperte, a distanza, con tante persone in un breve lasso di tempo»[1].



I media



La mediamorfosi

I media si evolvono nel tempo:

1. **Media elettrici:** (radio, tv) strumenti che estendono i nostri organi di percezione, occhio – orecchio.
2. **Media elettronici:** non più strumenti ma ambienti che eliminano le distanze.
3. **Media digitali:** un vero tessuto connettivo, la nostra pelle che comunica con...



Educazione digitale

Occorre educare all'uso

- **di internet** con il suo linguaggio;
- **dell'informazione:** ricerca, selezione, gerarchia delle fonti, condivisione;
- **dei media:** corretto rapporto fruitore/produttore di contenuti
- **dell'intelligenza artificiale:** robotica, big data, Alexa, chat gpt ecc.



Contesti dell'educazione dgt

1. **Scolastica:** insegnamento nuovo alfabeto dei media;
2. **Formale:** materie di studio o studio trasversale nelle varie materie;
3. **Informale:** gruppi, famiglie;
4. **Non formale:** centri aggregativi, oratori, corsi online;



Caratteristiche dei media dgt

1. **Portabilità:** piccoli stanno in tasca, sempre connessi;
2. **Autorialità:** siamo tutti autori;
3. **Socialità:** mezzi per comunicare, intessere relazioni;
4. **Semplicità d'uso:** si crea un divario digitale: - economico (avere o no dispositivi), - di alfabetizzazione all'uso (saperli usare), - di responsabilità (nel produrre contenuti);
5. **Immediatezza:** tutto veloce;
6. **Fanno parte di noi**



Attenzione !

I media generano cultura !



I media: quali e quanti sono?

Media tradizionali:

- Giornali
- Cinema
- Radio
- Tv
- Cartelloni
- Manifesti



New Media:

- Internet
- Web tv
- Web radio
- Social network
- Siti
- Blog
- Cd
- Dvd ecc.



I linguaggi

- Parole
- Immagini
- Suoni
- Musica
- Testi
- Segni



Interazioni mezzi/linguaggi

Direzionalità

Mezzi e/o strumenti

Linguaggi

- ↔ • Internet
- • Tv ↗
- ↔ • radio
- • Stampa
- • Cinema
- • Ecc.

- Parole
- Immagini
- Suoni
- Musica
- Testi
- Segni



Gli strumenti digitali

La digitalizzazione della comunicazione:
dall'Atomo al Bit.

- De materializzazione
- Grande velocità
- Basso costo
- Riproduzione infinita



Caratteristiche

- Piccoli e leggeri
- Portatili
- Potenti
- Cross mediali
(*1 media = + media*)
- Sempre connessi
- Social



Il grande media

LA TV



a ogni media le sue regole: la TV

- La televisione (dal greco “tele” = **distanza** e dal latino “video” = **vedere**), è allo stesso tempo un buon elettrodomestico capace di comunicare e una **attività produttiva** con le sue regole e leggi



la TV potente elettrodomestico

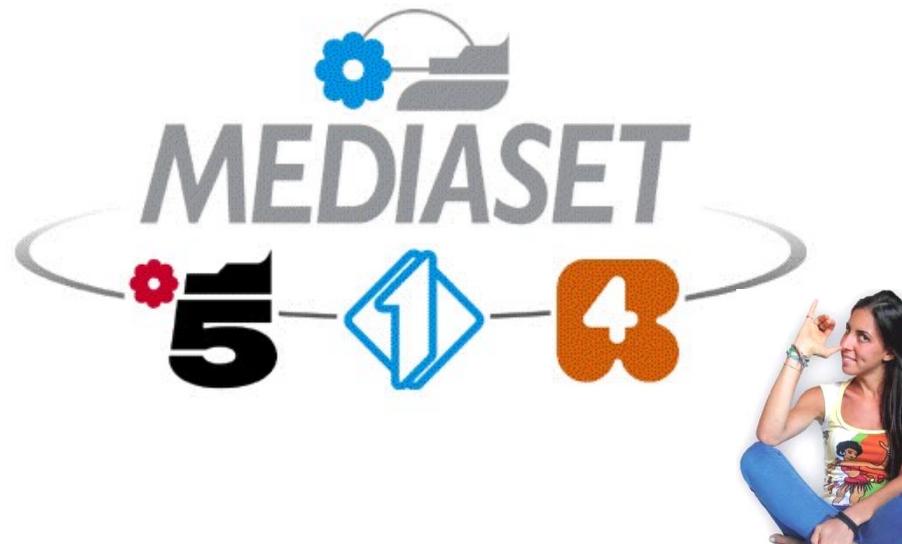
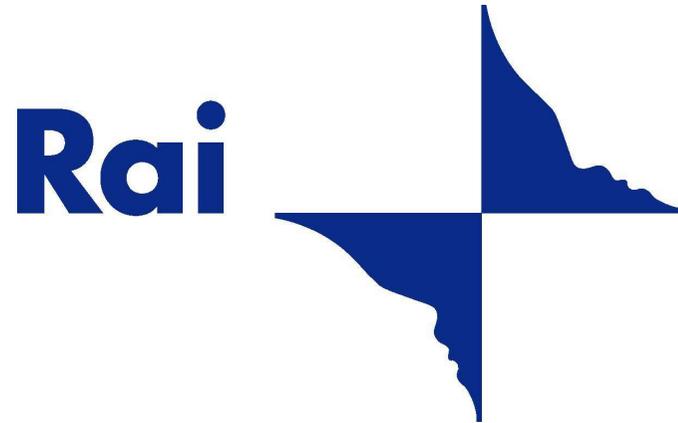
- La televisione è un potente **elettrodomestico** capace di:
- Orientare il pensiero
- Stimolare le emozioni
- Intercettare il portafoglio



le televisioni

Le Tv in Italia si dividono in:

- Tv **pubblica** con finalità informativa, educativa e di intrattenimento
- TV **privata** con unica finalità: il profitto
- Vi sono poi tv generaliste e tv tematiche



le televisioni - storia

La tv nasce nel 1954 con Rai 1

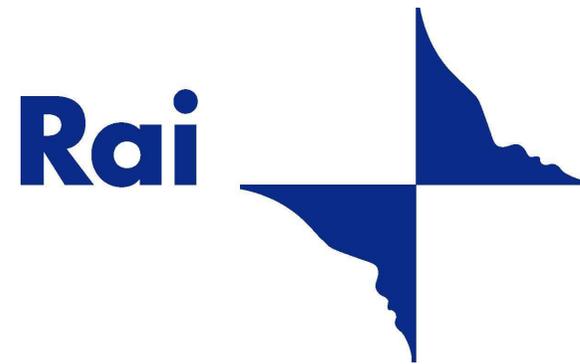
(*ex eiar Radio Audizioni Italiane*)

come derivazione della radio...con
tre obiettivi fondamentali:

1. informare
2. divertire
3. educare

Inizialmente esistevano solo
“dirette”, l'RVM (*registrazione video
magnetica*) arriva solo nel 1960.

La tv era una cosa pubblica, date le
poche tv esistenti.



le televisioni - storia

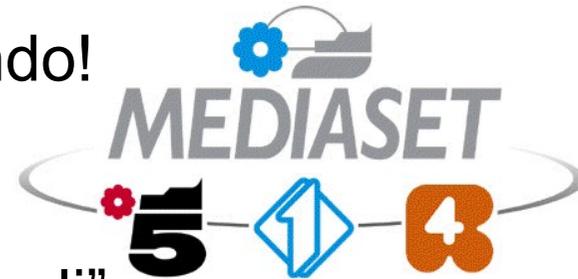
Rai 2 nasce nel 1961 con la diffusione dei televisori nelle famiglie.

Si passa da un uso collettivo ad uno familiare. Nascono i primi palinsesti e i programmi serali (*TV7, Zoom ecc.*)



le televisioni private

- Nel 1971 inizia l'era delle tv private con Tele Biella, prima tv via cavo e Tele Milano nel 1974 di proprietà di Silvio Berlusconi.
- Nel 1977 arriva il COLORE e il telecomando!
- Nel 1979 nasce RAI3.
- Nel 1982 Berlusconi ha 3 televisioni ... "locali" ma riesce, tramite le cassette a trasmettere in contemporanea lo stesso programma su tutte le emittenti creando di fatto delle Tv nazionali.
- Nel 1984 nasce il televideo.



paleo e neo televisioni

Anni 1950-70 si parla di **paleo televisione**, una tv che si poneva in posizione superiore rispetto al pubblico a cui trasmettere informazioni, cultura educazione.

Anni 1980-1990 si parla di **neo televisione**, una tv che si mette al pari del pubblico che entra, interagisce con i programmi stessi.

Le caratteristiche delle Neo Tv sono:

1. coinvolgimento empatico
2. marcata prossimità
3. convivialità
4. interattività
5. flusso.



*Nei talk show si allena il modo di pensare e di parlare di un popolo
(Walter Pedullà 1991 - letterato).*



Tv pre digitale e digitale

Nel 1990 la legge Mammì regolarizza l'emittenza privata Fininvest

Sempre nel 1990 nascono le Pay TV (*canali tv a pagamento*) come "Tele+" .

- In questi anni la Rai lancia la "TV verità" con programmi come "Chi l'ha visto" o "mi manda Lubrano"... è l'inizio di una omologazione culturale globale dovuta all'acquisto e la messa in onda di Format esteri .

Dal 2001 inizia il passaggio al digitale terrestre che si concluderà con lo switch off nel 2012.

Nel 2001 nasce LA7 del gruppo Telecom Italia (*3° polo con MTV*).

Nel 2003 arriva SKY con una moltiplicazione dell'offerta televisiva.

In questo decennio nascono e proliferano i Reality Show dal "grande Fratello" alla "Talpa", dall'"Isola dei Famosi" al



i generi principali... e il flusso

- Ogni emittente televisiva ha un suo palinsesto (lista programmi) che si compone di 4 generi :
- 1. Informazione (tg, approfondimento, infotainment)
- 2. Fiction (film, serie, soap Opera)
- 3. Intrattenimento (quiz, talk, **Reality**, Varietà ecc.)
- 4. Infotainment (mix di generi)

Ormai non c'è più separazione tra generi, **tutto è**

FLUSSO



la regola: fare ascolti

- Le tv hanno come obiettivo avere un'elevata percentuale di ascolti.
- A rilevare tale dato è **l'AUDITEL** che controlla 16.100 famiglie Italiane e traccia i report ogni minuto. L'auditel è una società privata srl. Oggi, il sistema "Super Panel" di rilevazione si avvale della collaborazione di circa 16.100 famiglie: oltre **10.520** rilevatori meter, attivi su altrettanti televisori, "fotografano" le scelte di questi **41.000 individui** in ogni momento della giornata. Il campione è allocato sulle **103** province italiane in modo proporzionale alla popolazione. La dispersione territoriale del panel consente di coprire circa **3500** degli **8.100** comuni italiani.

Auditel

Auditel s.r.l
via Larga 11, 20122 Milano



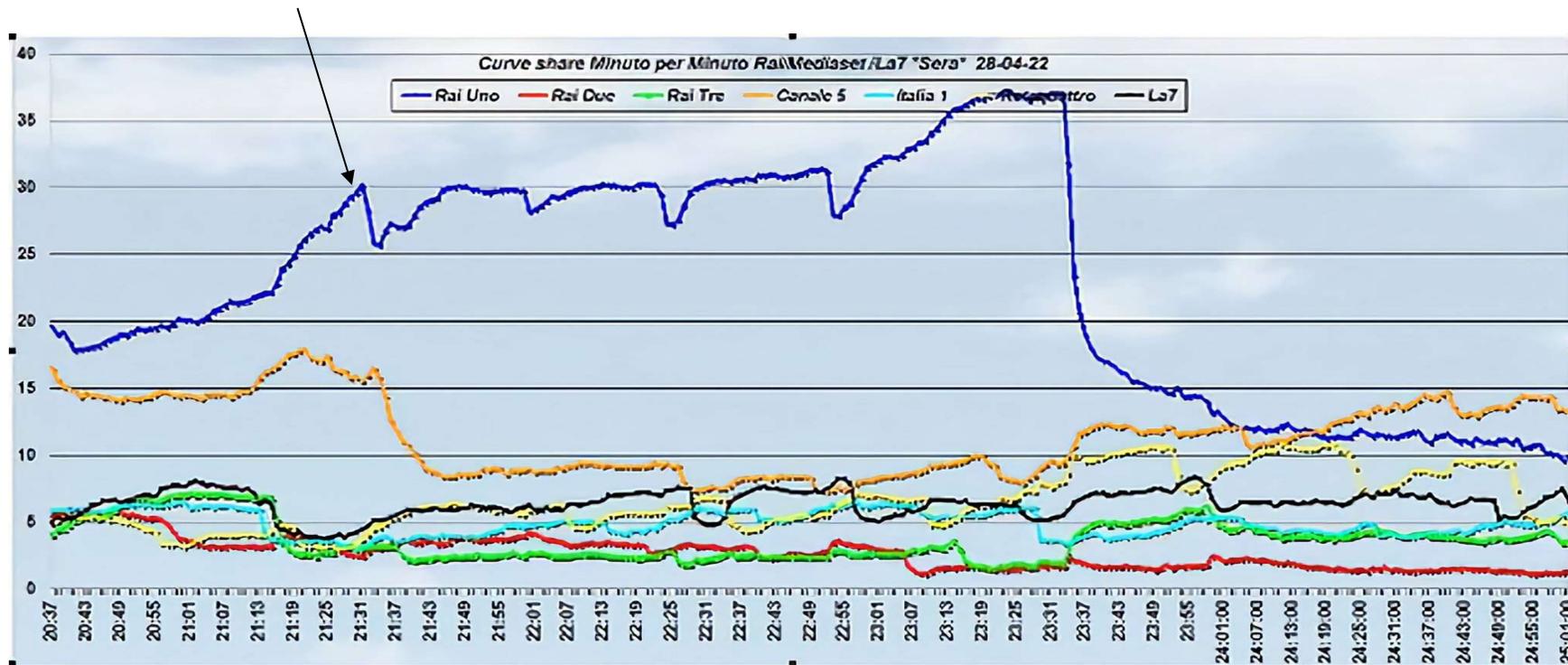
dal sito Auditel.it

- **Misuriamo l'ascolto della televisione in Italia.**
- *Auditel è la fonte autorevole... e imparziale dei dati che fotografano, **24 ore su 24, minuto per minuto, tutta** la TV: digitale terrestre, satellitare, via cavo...*
- *Le informazioni raccolte dopo un processo di digitalizzazione e compressione, vengono trasmesse alla sede centrale **ogni notte tra le 2 e le 5 del mattino** (polling), ove vengono elaborate per essere diffuse alle 10 del mattino successivo.*

(notizie 2017)



dati don Matteo – Rai 1 28/4/22

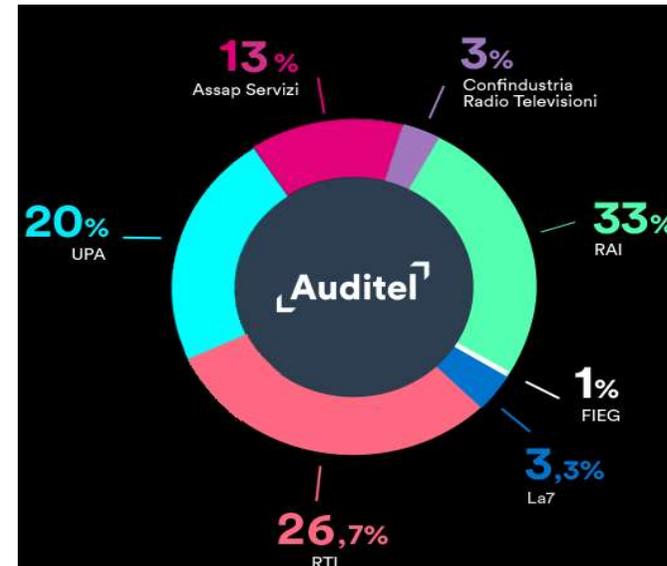


- Questa società è di proprietà: 33% RAI, 33% Mediaset, 33% dei Pubblicitari. 1 contatto reale famiglia auditel conta circa 10.000 presenze virtuali.



i soci Auditel in dettaglio

- **UPA 20%**
 - **Utenti Pubblicità Associati** è l'organismo associativo che riunisce le più importanti e prestigiose aziende industriali, commerciali e di servizi che investono in pubblicità e in comunicazione.
- **ASSAP 13%**
 - **Aziende delle comunicazioni unite (acronimo: UNA)** è l'associazione unitaria italiana dei consulenti della pubblicità e della comunicazione. È nata nel 2019 dall'unione di due soggetti[1]: l'«Associazione aziende di comunicazione» (in passato OTIPI[2], AssAP, Assocomunicazioni); l'«Unione nazionale imprese di comunicazione». L'associazione rappresenta l'intera filiera, composta da circa 180 aziende, italiane e multinazionali, nel capo della pubblicità e della comunicazione d'impresa per rappresentarla in modo unitario nelle sedi in cui vengono discusse e decise le questioni che riguardano la pubblicità nazionale, nonché per promuoverne l'attività[3].
- **FIEG1%**
 - **Federazione Italiana Editori Giornali** fondata nel 1950, rappresenta le aziende editrici di giornali quotidiani e periodici e le agenzie nazionali di stampa. Alla FIEG aderiscono l'Associazione Stampatori Italiana Giornali, la Federazione delle Concessionarie di Pubblicità a mezzo stampa e l'Associazione Distributori Nazionali.
- **CRT 3%**
 - **Confindustria Radio Televisioni**, l'associazione, costituita tra Rai, Mediaset, Sky, La7, Telecom Italia Media e Frt, che riunisce in un solo soggetto le principali aziende radiotelevisive italiane: dal servizio pubblico agli operatori privati nazionali, alle piccole e medie imprese operanti sul territorio.
- **RAI 33%**
 - **Radiotelevisione Italiana Spa** è la società concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo in Italia.
- **R.T.I 26,7 %**
 - Reti Televisive Italiane S.p.A. è la società licenziataria delle concessioni televisive del **Gruppo Mediaset**.
- **LA SETTE 3,3%**
 - **La7 s.r.l.** è la società del Gruppo Cairo Communication che opera nel settore televisivo attraverso i canali La7 e La7d.



come funziona

- Ogni famiglia AUDITEL è dotata di un particolare decoder (meter) uno per ogni tv di casa, che registra i dati e li trasmette alla sede. Tramite un telecomando tutti i componenti della famiglia devono segnalare la loro presenza davanti alla TV minuto per minuto.
- Il 16 dicembre 2018 è nata, la soluzione Auditel per i **device digitali** che – in modalità censuaria – rileva gli ascolti TV di canali lineari, contenuti editoriali e contenuti pubblicitari fruiti via web utilizzando il protocollo IP su rete aperta e pubblica.



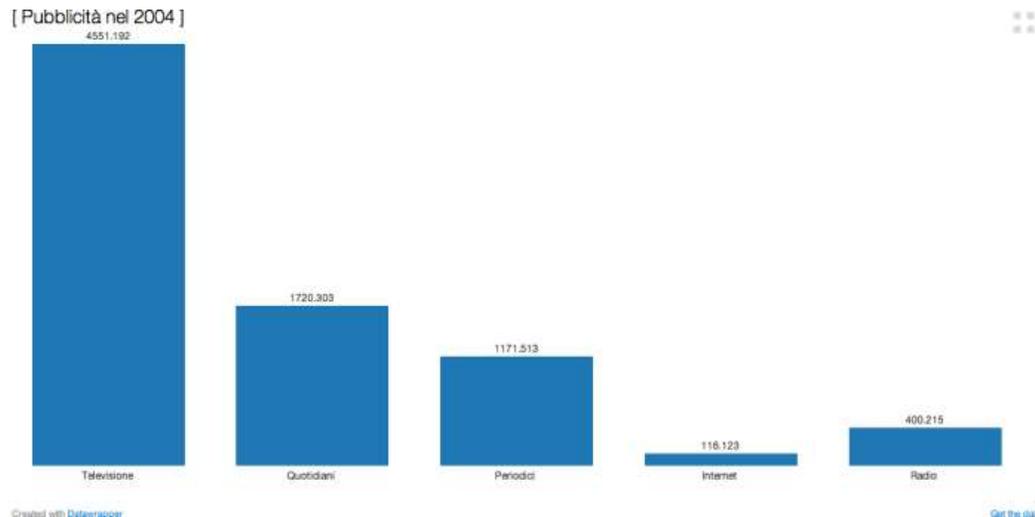
Il meter e non solo

agg. 2022



solo la quantità?

- Le TV usano i dati dell'auditel per far proseguire o morire i programmi, guardano solo i numeri e non **la qualità** del prodotto che **non è valutata** da Auditel.
- I programmi si pagano con le pubblicità (15 minuti all'ora con almeno 24 spot – blocchi da 12). Fate un esercizio a casa...
- Ci sono tuttavia anche programmi che, malgrado un auditel basso, non muiono poiché sono voluti dagli autori come programmi di qualità (*vedi rai 5 o rai storia*).



**ESEMPI DI ...
NORMALITA' O ECCESSI?**

Media education

- La TV plasma i nostri atteggiamenti, i nostri valori, la nostra cultura, i nostri comportamenti e i nostri ACQUISTI;
- Occorre acquisire elementi di analisi dei prodotti televisivi.

(Gui Hamdon: il primo cartone transgender in onda su Frisbee TV ch.44 dgt)



Media education

- Rai tre presenta la sua trasmissione sul tema “gender”



La 'docu' di Rai3 che per la prima volta affronta un tema di grande attualità e delicatezza: la disforia di genere. ANNO 2018 E ON LINE

I protagonisti si racconteranno a Sabrina Ferilli, che tiene le fila del programma prendendo per mano ognuno di loro attraverso interviste intime e analitiche, profonde e mai banali.

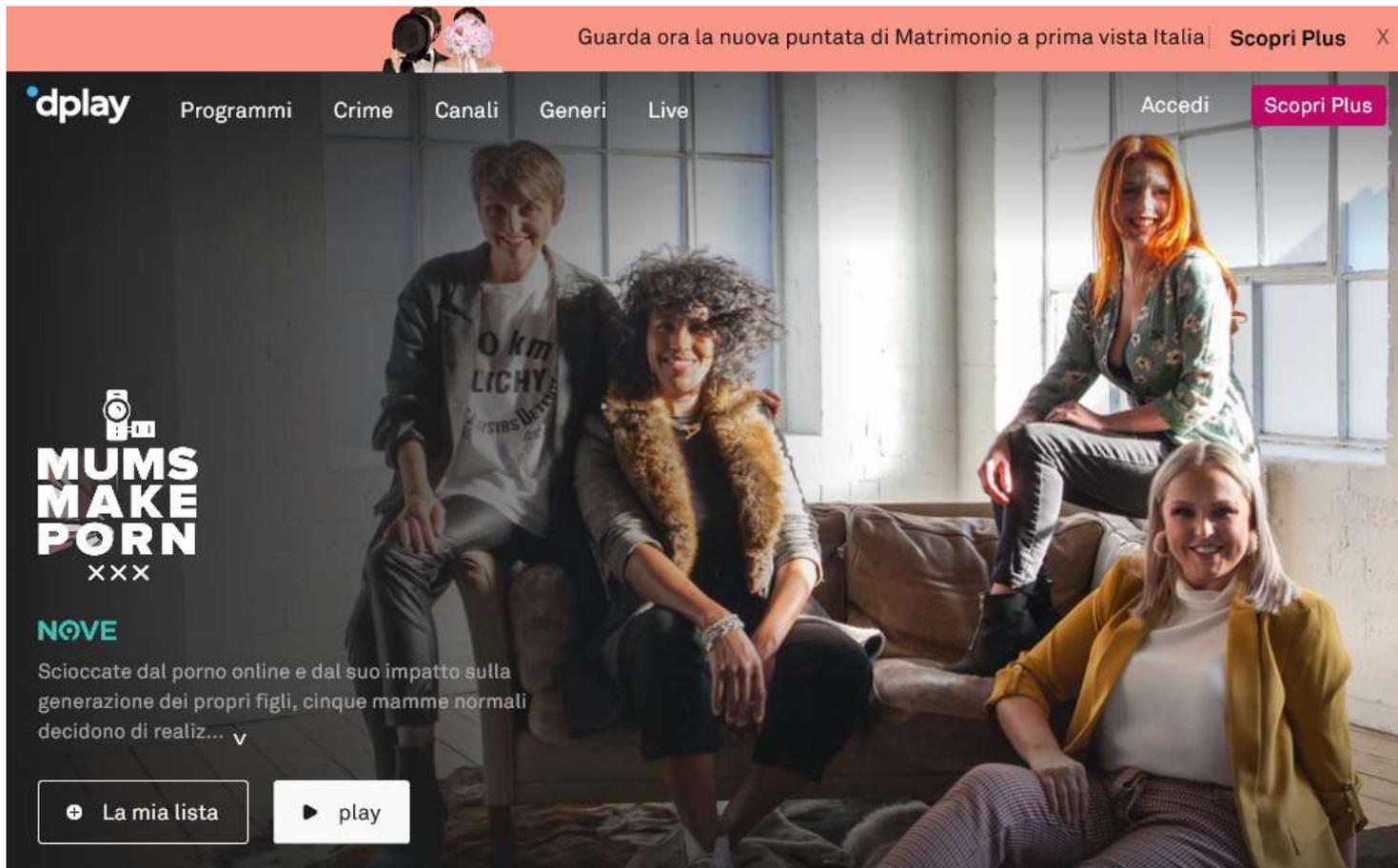
Regia Giampaolo Marconato

Conduce Sabrina Ferilli



Media DIS/education

- La 9 presenta una trasmissione sul porno come strumento di educazione sessuale. 4 mamme si cimentano nel realizzare un film porno che sia educativo per i propri figli....



The screenshot shows the dplay website interface. At the top, there is a navigation bar with the dplay logo and menu items: Programmi, Crime, Canali, Generi, Live. On the right side of the navigation bar, there are buttons for 'Accedi' and 'Scopri Plus'. Below the navigation bar, the main content area features a large image of four women sitting on a couch in a bright, modern setting. Overlaid on the left side of this image is the title 'MUMS MAKE PORN' in large, bold, white letters, with 'XXX' underneath. Below the title, the word 'NOVE' is written in a teal color. A short description in Italian reads: 'Scioccate dal porno online e dal suo impatto sulla generazione dei propri figli, cinque mamme normali decidono di realiz...'. At the bottom left of the main image area, there are two buttons: 'La mia lista' and 'play'.



Media DIS/education



SUL CANALE NOVE

“Naked Attraction Italia
Nudi al 100%” per
trovare l'amore, lo
faresti?

Nina Palmieri presenta
l'edizione italiana del
dating show più
controverso di sempre.



immagine e...: cosa osservare

- **Inquadrature:** piani (attore) e campi (spazi) - (fissa o in movimento, angolazione camera: frontale- alto-basso, punto di ripresa, profondità di campo);
- **Montaggio:** (accostamento = relazione) i tempi rapidi dei programmi registrati e poi montati, deviano la realtà rendendola “accattivante” - vedi The Voice o Masterchef ;
- **Luci:** (naturale, da studio, colore);
- **Audio:** vengono utilizzati sottofondi musicali emozionali o effetti sonori per creare tensione, commozione ecc. vedi The Voice...
- **Grafica:** si usano grafiche e effetti video per sottolineare passaggi, situazioni narrative deboli di contenuto - vedi le lene...
- **Scenografia:** quasi mai gli elementi del set sono casuali, vedi Che tempo che fa o le Invasioni Barbariche
- **Dov'è l'occhio?** Perché è lì? (*oggettivazione*)

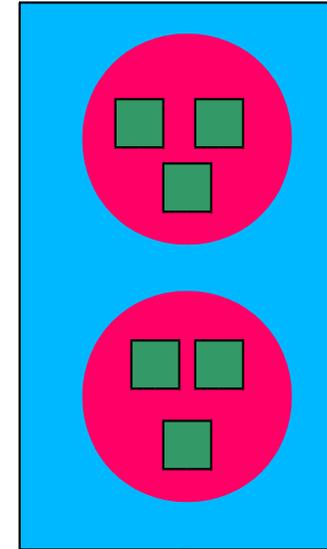
(provate ad ascoltare solo l'audio senza video e chiedetevi cosa vi ha detto, poi fate lo stesso con il video senza audio).



elementi di analisi dei video

- **Unità elementari di linguaggio (UEL)** : 
 - Inquadrature (*primo piano, primissimo piano, mezzo b.*)
 - Zoom/carrellate
 - stacchi
 - effetti
- **Sequenza** : successione ordinata di più UEL secondo tre fasi
 - presentazione
 - sviluppo
 - conclusione
- **Scena**: successione ordinata di più sequenze ; 

Tutto avviene secondo un ritmo dettato da ritmi interni (*cambi immagine*) e ritmi esterni (*cambi di sequenza*)
- **Livelli di visualizzazione** :
 - lettura/esposizione
 - dibattito/intervista
 - documentazione
 - esemplificazione (info grafica)
 - drammatizzazione (ricostruzioni sceniche con attori)
- **I generi si sviluppano su 3 momenti**: Apertura (*aggancio dell'attenzione mediante colonna sonora, ingresso del presentatore*), Corpo, Chiusura (*passerelle, primi piani, fermi immagine*).



i reality

UN PRODOTTO COMMERCIALE

Il Reality fa parte del genere “intrattenimento” e sfrutta situazioni reali, inglobandole in percorsi evolutivi spettacolari, costruite attorno a un gioco tra un certo numero di partecipanti.

I concorrenti dei Reality sono scelti con accurati casting profilando persone che abbiano caratteristiche psicologiche (deboli) atte a imbastire dinamiche eclatanti delineate dagli autori.

Per questo si scelgono PERSONAGGI STEREOTIPATI

USO DEGLI STEREOTIPI (opinione comune ritenuta valida spesso semplificata e rigida che non tiene conto delle differenze delle singole persone)

Si fa uso del MECCANISMO DELLA IDENTIFICAZIONE



L'intramontabile media

LA RADIO



Le RADIO

Anche il panorama radiofonico Italiano si divide in:

- Radio **pubbliche** con finalità informativa, educativa e di intrattenimento
- Radio **private** con unica finalità: il profitto



Le RADIO e la pubblicità

La Radio è una vera impresa, una attività economica che ha come obiettivo il profitto vendendo pubblicità.

In media in radio vengono proposti **4 blocchi pubblicitari all'ora** di massimo 5 minuti l'uno. Ogni blocco può contenere fino a 10 spot da 30 secondi. **480 pubb. in 12ore.**



Tipi di RADIO

- Radio di Flusso: (RDS) pochi interventi ripetitività oraria del palinsesto.
- Radio di programmi: (RTL 102.5 molto parlato.
- Talk Radio: (radio radicale – radio24).
- Radio Musicali: (Virgin) solo musica.
- Radio di Persona: (Veronica) 1 solo conduttore.



Struttura oraria (clok)

- Segnale orario
- Radio giornale
- Jeangle
- Liner (unione tra brani)
- Musica
- Coda musicale
- Pre lancio pubblicitario
- Pubblicità
- Rientro dopo pubb.
- Spot dello speaker (vedi potabilizzatore su Subasio)





Come per la tv esiste l'Auditel, per la radio esisteva "Audiradio", (società nata nel 1988 e chiusa nel 2011), poi sostituita da "Radiomonitor" che rilevava tramite interviste l'ascolto delle radio nazionali e locali. (120.000 interviste).

Ora il tutto è monitorato da TER: Tavolo Editori Radio (TER) una società a responsabilità limitata, costituita dalla quasi totalità delle componenti produttive pubbliche e private, nazionali e locali della radiofonia italiana. Tra gli scopi statutari vi è quello di curare la rilevazione degli ascolti radiofonici in Italia.

Radiostat per lo streaming.



Il nuovo media

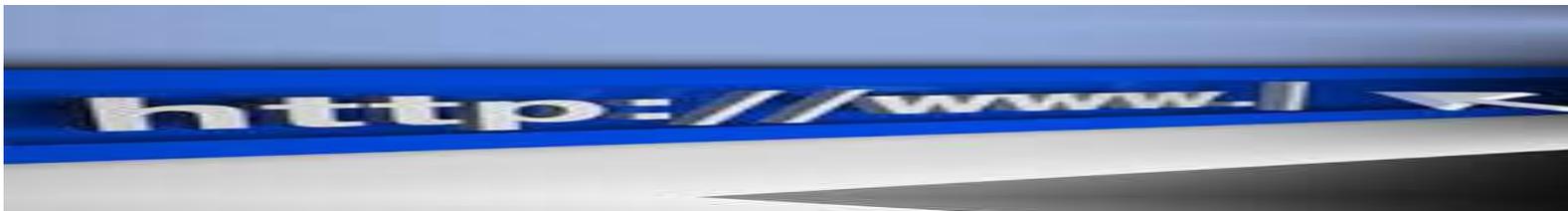
INTERNET



Internet come nasce



- **1969** Nasce la prima rete, realizzata dall'agenzia statunitense Arpa (in seguito Darpa) **Arpanet aveva all'inizio scopi militari al servizio della Difesa** e metteva in comunicazione diversi terminali attraverso lo Stato
- Nel **1970** viene ideato il TCP/IP, il protocollo unificato per la **trasmissione dei dati a pacchetto**. Nasce il termine Internet per indicare la “rete di reti”. La struttura di quello che poi sarebbe diventato Internet fu sviluppata progressivamente e allargato anche ad altri paesi.
- Dal Cern di Ginevra Tim Berners-Lee ideò il protocollo **http** (hyper text transfer protocol) e il linguaggio html, che sono alla base del World Wide Web (**1990**)



La funzione della rete

- Fin dall'inizio la Rete è stata pensata, progettata e realizzata **per la condivisione**. Per lo scambio di informazioni. In origine era una infrastruttura per scopi militari e poi scientifici.
- Successivamente, con la rapida diffusione delle macchine e la commercializzazione è diventata una **piattaforma di consultazione di massa** nella quale l'utente poteva avere accesso a un numero sempre crescente di informazioni. Ma la condivisione vera e propria era limitata ad alcuni strumenti come le e mail e le chat. (siti, portali, motori, blog, chat, social, mail ecc.)





- Internet non possiede un indice delle pagine presenti. Per questo nascono **i motori di ricerca**. Tra i primi ci furono Altavista (dec) e Virgilio (in Italia) con risultati ancora insoddisfacenti.
- **Google nasce nel 1997** da una geniale idea di Sergey Brin e Larry Page, due giovani studenti di Stanford che pensarono di **archiviare tutto il web allora esistente** su un computer e **ordinarlo**. Da questo riordino nasce l'algoritmo che ha determinato il successo di Google.



- L'algorithmo (la cui formula non è mai stata svelata per intero, come quella della Coca cola) ha in sé un principio fondamentale: quello della **reputazione**.
- I risultati della ricerca NON sono ordinati secondo la ricorrenza nel testo delle pagine ma **in base ai "link" che vi portano**. Più link ha una pagina più alta è la sua reputazione e quindi più alto sarà il suo "page rank".

Google Algorithm



Dal web 1.0 al metaverso e oltre...

- **1.0** anno 1990 – “**tu cerchi**”: siti di sola consultazione
- **2.0** anno 2004 – “**tu crei**”: interazione social, produzione contenuti, blog, chat, forum
- **3.0** anno 2006 – “**la rete cerca te**”: database, geo localizzazione, intelligenza artificiale ci studia
- **4.0** anno 2016 – “**andare insieme**”: interazione continua con la rete (auto, casa, occhiali google glass, elettrodomestici), domotica, Alexa, Ok Google.
- **5.0**... metaverso, “**un altro te**”
- L'intelligenza artificiale, “**pensa al posto tuo**”, fa quello che potresti fare TU



I social network

La possibilità di **produrre contenuti**, oltre che usufruirne, ha generato un nuovo sistema che a sua volta ha dato origine a un fenomeno sociale di massa.

I social network sono l'aspetto di quel fenomeno, numericamente e economicamente rilevante.

Pensate a quello che succede quando uno strumento facile, divertente da usare e sempre più “bello” da vedere arriva nelle mani di milioni di persone: è una **rivoluzione! Ma perché?**



I social quali e quanti

• La lista è lunga:

λ

- Facebook
- Twitter (Vine)
- Google+
- LinkedIn
- Foursquare
- Youtube
- Vimeo
- Flickr
- Pinterest
- Cowbird
- Second Life

e tanti altri ancora



Concetto di spazio e tempo dilatati

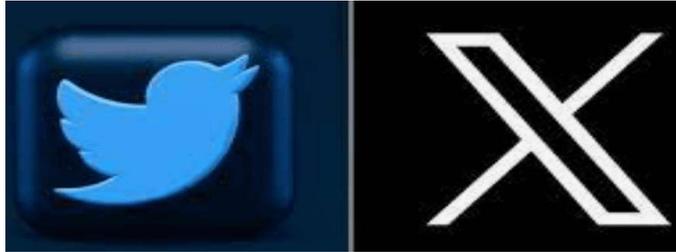
- Tutto liquido: **il contenuto prende la forma del contenitore.**
- **Il tempo reale:** impegnato (lavoro) e libero (svago) in un luogo fisico, si affianca al **tempo social:** un eterno presente dove l'ovunque è qui e ora (tutti i luoghi un solo non luogo – non si muore mai).



facebook

- Mark Zuckerberg inventa Facebook nel 2004 assieme ad alcuni compagni dell'università di Harvard: il progetto consisteva nel portare su Internet il Face-book (l'album fotografico) degli studenti e connetterli tra loro. Il progetto fu poi finanziato e portato, nel corso degli anni, su scala mondiale.
- Oggi Facebook ha oltre **2,9 miliardi** di utenti (dati 2022), **41 milioni in Italia** (dati 2022), è 'il secondo continente per popolazione, anche se virtuale.





- Twitter è una piattaforma di “microblogging”, ogni post ha la lunghezza massima di 140 caratteri, meno di un sms oltre a foto e immagini. Può sembrare riduttivo invece è uno strumento **molto versatile** che, col tempo, si è perfezionato. Non solo è molto efficace per far circolare i messaggi attraverso gli **#ashtag** (chiavi di ricerca) ma è possibile condividere foto, video, link e tanti altri contenuti.



Tik Tok è un nuovo social media molto in voga tra i giovani (16-24 anni), nato in Cina con obiettivo:

- aumentare visualizzazioni
- fare like ... con brevi video musicali...

Rischi:

- crea dipendenza
- ti deconcentra
- studia il nostro cervello

Ci premia con ritorni immediati di popolarità.



e gli altri

- **Google+:** sulle orme di Facebook, con tanta strada ancora da fare.
- **Youtube:** la più grande piattaforma di condivisione video al mondo.
- **Flickr:** Un archivio di immagini una piattaforma versatile per renderle fruibili a tutti (vedi archivio Nasa).
- **Linkedin:** con oltre 100 milioni di iscritti in tutto il mondo la più grande rete di collegamento con lo scopo di mettere in contatto figure professionali.



Vendi te stesso su prenotazione

E' un sito web in abbonamento che permette agli utenti di caricare e "vendere" contenuti esclusivi, come foto, video e chat dal vivo, ai loro abbonati. Per ottenere l'accesso al contenuto, l'utente deve pagare una quota di abbonamento mensile compresa tra i \$ 4,99 e i \$ 49,99.



Tutto mobile e crossmediale

- Tutto quello che abbiamo visto e di cui abbiamo parlato dov'è? **Sta sui server sparsi in tutto il mondo** e arriva sugli schermi dei nostri pc.
- Anche i nostri documenti, le nostre foto e la musica che ascoltiamo ormai sono su una “nuvola”.
- Ma la produzione, la fruizione e la condivisione sono disponibili attraverso **strumenti portatili**. Ormai degli ibridi, il telefonino è uno smartphone, l'orologio... la tavoletta ormai ha le funzioni che possono sostituire quelle di un pc.



Risvolti relazionali

- Il web è un **eterno presente** dove vengono abbattute le resistenze spazio temporali; (non si muore mai)
- relazioni mediate, **senza inibizioni** senza linguaggi non verbali del corpo, con una identità creata;
- in rete giochiamo, cerchiamo amici, lavoriamo, studiamo, facciamo la spesa, viaggiamo;
- le **Echo Chamber** dove cerchiamo conferme e non ci mettiamo più in discussione.



Giovani e media

I social media sono dei **luoghi non luoghi** di incontro e di socializzazione che per i nostri giovani sono diventati una normalità, sono un vero e proprio **prolungamento della loro modalità di aggregazione** di socializzazione che si integra con la vita analogica.

I social media, come abbiamo visto, sono diversi e con caratteristiche diverse, mentre Facebook è ormai diventato un social per adulti, quasi per anziani, vista la sua lentezza e la sua staticità, i giovani prediligono Instagram e tik-tok, due piattaforme che associano la musica all'immagine e una velocità di riproduzione e di alternanza per noi difficoltosa da seguire.



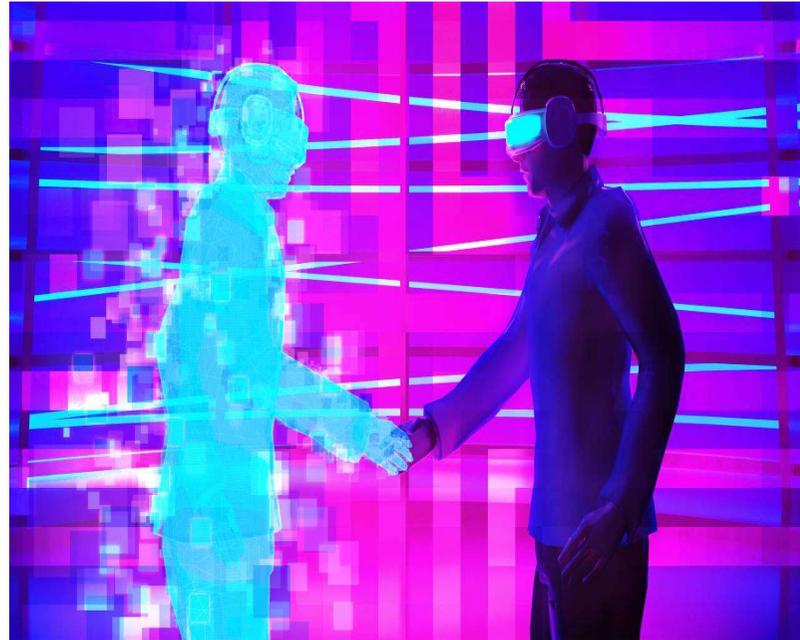
Opportunità e rischi

Sui social ci sono tante **opportunità** di incontro, di conoscenza ma anche altrettanti **rischi** quando questi vengono assolutizzati e si sostituiscono alle relazioni in presenza.



identità

1. Creazione di **identità mediata**: I giovani cercano di sviluppare una loro identità proiettandosi on line creando però uno **scollamento tra l'identità “mostrata”,** che si ispira a modelli e ideali mediatici, **e l'identità “vissuta”,** quella quotidiana.



consapevolezza

2. Consapevolezza di chi siamo: si acquisisce consapevolezza della propria identità nel riconoscimento avuto da altri, ma se questo avviene sull'identità “mostrata” incorriamo su molteplici **rischi**.

- Progressivo **isolamento sociale** per paura di non essere accettati per come si è realmente.
- **Ricerca di sole conferme** (camere dell'eco).
- **Alterazione del comportamento (ansie, agitazione, isterismo)**.
- Moltiplicazione dei profili social e dunque delle identità mostrate.
- Disformia, ovvero **falsata percezione della identità reale**.
- **Disorientamento spazio temporale**.
- Disumanizzazione delle relazioni.
- Rischi esterni di Cyber Bullismo, giochi pericolosi...ecc.



relazione

3. I giovani, formata la loro identità (dgt+rel) e presa consapevolezza di essa con tutti i rischi annessi e connessi, si proiettano ora, tramite i social, ad **allacciare relazioni**.

Tali relazioni mediate si innestano in un contesto senza tempo o meglio in **un eterno presente** richiamato ad ogni istante, senza spazio e con un bagaglio di sentimenti indiretto privo di contatti fisici e emozionali, privo di un linguaggio non verbale e senza Disinibizione.



I RISCHI



I rischi della rete e dei social

1. Furto della identità digitale;
2. Furto di password e id;
3. Siti e mail “truffa”;
4. Addescamento di minori;
5. Fenomeno Camere dell’eco;
6. Fenomeni devianti: “Blue Whale”, “This Crush”, CyberBullismo che istigano alla violenza e al suicidio.



I rischi della rete

Blue Whale, Blackout challenge, Fainting game, o ancora, Choking game. Nomi diversi per descrivere pericolosi “giochi” diffusi sulla rete, tutti accomunati da un solo obiettivo: indurre gli adolescenti a spingersi fino a **sfidare la morte**.

E spesso, purtroppo, a raggiungerla!



I rischi della rete: i Malware

I Malware, sono programmi software malintenzionati, creati per **fare danni** (*rubare informazioni, distruggere dati, disturbare il pc, criptare dati a fini di estorsione*).

Si nascondono dietro o dentro altri programmi e si compongono di 2 file (*uno lato server e uno lato client*), arrivano via mail o con “Click” su siti .

Si distinguono molte categorie di malware, anche se spesso questi programmi sono composti di più parti interdipendenti e rientrano pertanto in più di una classe.

I Malware schematicamente possono essere catalogati come segue: Virus, Worms, Trojan, Cryptoloker, Spyware, Dialer, Hijaker, Adware ecc.



I rischi della rete: la Profilazione

I SOCIAL e i MOTORI DI RICERCA

- sanno cosa facciamo
- sanno dove andiamo
- sanno cosa vogliamo

Ci profilano con strumenti e tecniche:

- Fb pixel (sistema per captare i nostri interessi)
- Retargeting (riproporre ciò che ci interessa)

tramite la lettura dei Kookies

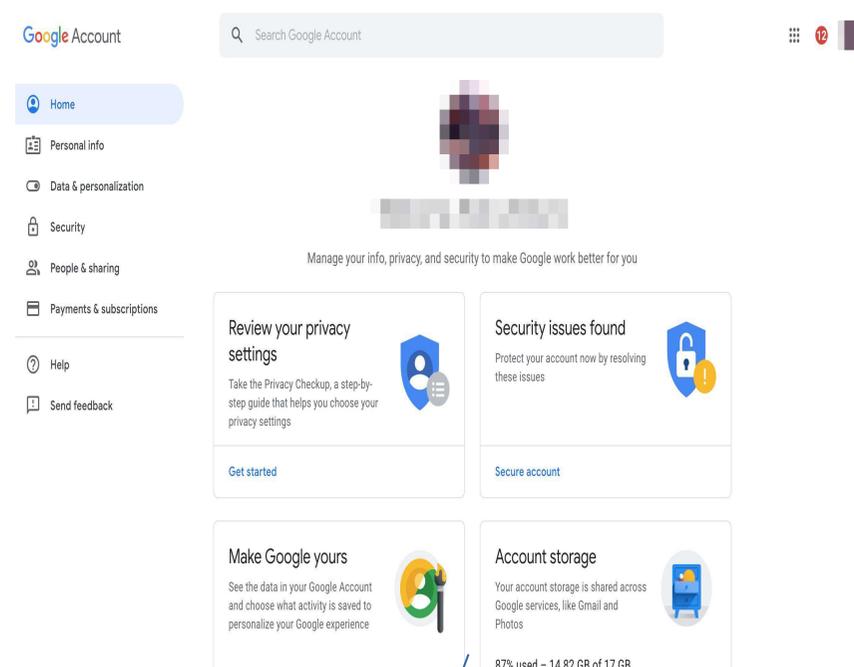
- Notifiche (per mantenere alta la nostra attenzione)
- Flusso infinito per mantenerci fedeli.

Obiettivo:

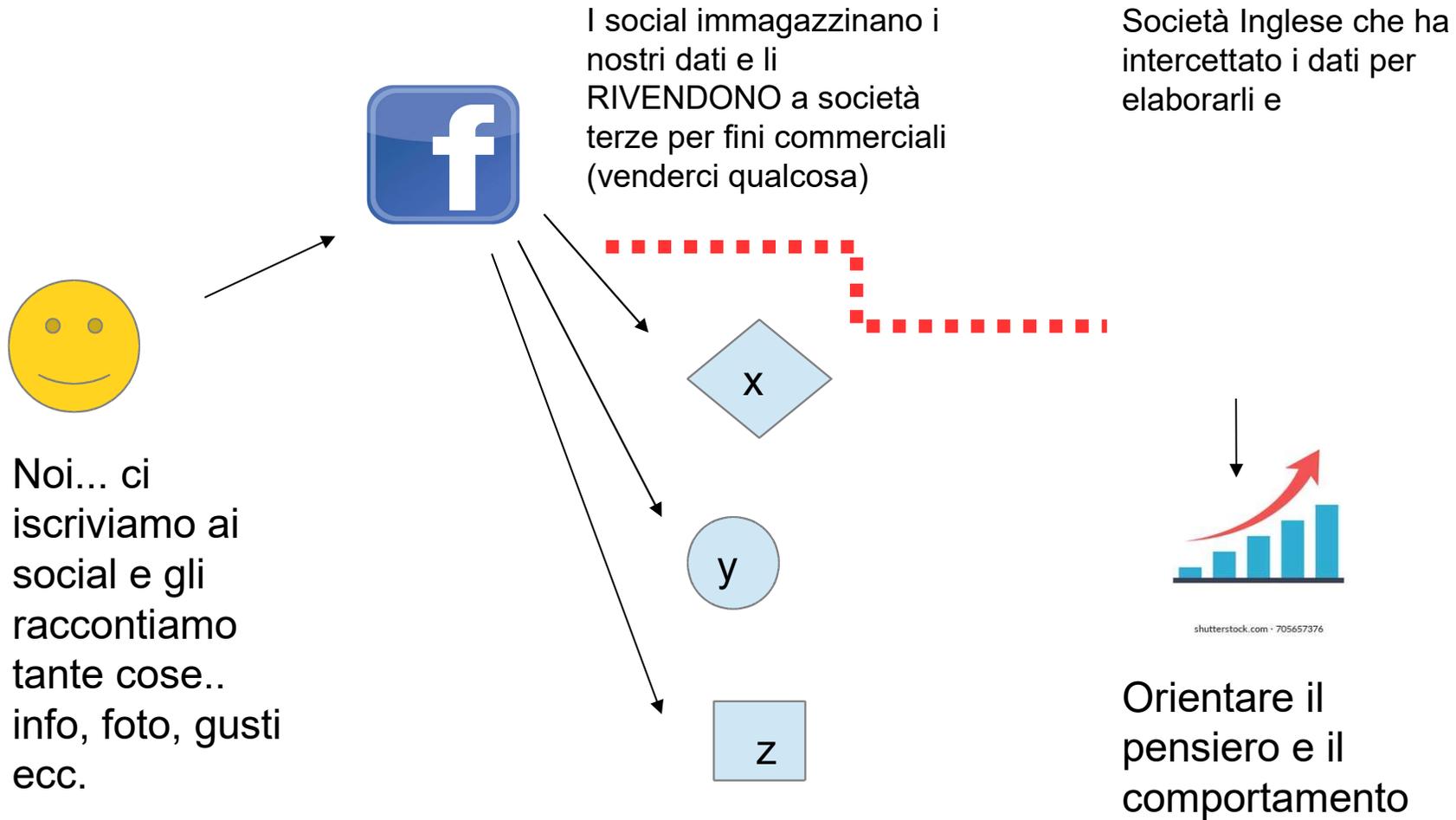
Creare Dipendenza e indurre necessità; Siamo noi la merce di scambio, vendono i nostri interessi all'asta per un klik (0,30 €).

Tutto comodo ma manca la libertà'.

<https://adsettings.google.com> - www.google.com/locationhistory



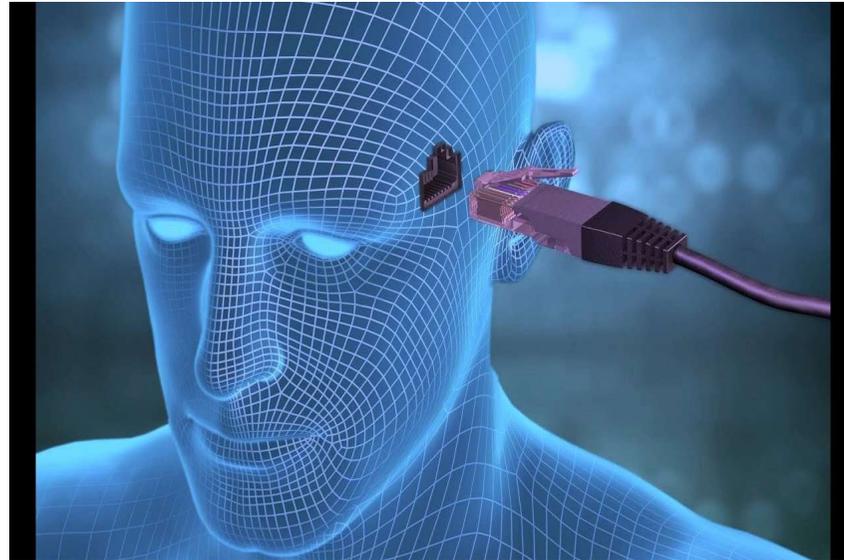
L'utilizzo dei big data



Il transumanesimo

Esiste anche una IDEOLOGIA (a mio avviso pericolosa) che pensa e studia il superamento dei limiti biologici e il potenziamento del corpo umano grazie all'interazione con il mondo digitale e la robotica...dall'Uomo al Super uomo (la razza...).

Quando l'uomo vuole sostituirsi al suo creatore...



Integrazione mente umana e software, attivazione funzioni cerebrali dall'esterno, nano particelle ...



On line nulla si cancella



Diritto all'oblio...



Il Metaverso

"Tutti i nostri prodotti, comprese le nostre app, ora condividono una nuova visione: contribuire a dare vita al metaverso".

Secondo quanto riportato nel comunicato ufficiale, con il metaverso sarà possibile vivere un'esperienza anziché guardarla.

La mission della nuova società è quella di dirigersi verso una piattaforma sempre più immersiva. Ci si potrà teletrasportare come un ologrammi per essere con chiunque in qualunque luogo: **"Nel metaverso sarai in grado di fare quasi tutto ciò che puoi immaginare"**



L'intelligenza artificiale



Chat GTP

Essa studia in che modo si possano realizzare sistemi informatici intelligenti in grado di simulare la capacità e il comportamento del pensiero umano.

E' capace di generare dal nulla profili di persone, immagini, video, illustrazioni, rispondere a domande, risolvere problemi e “pensare” in modo analogo a quanto fatto dagli esseri umani. Permette di ottenere il miglior risultato possibile **date le informazioni a disposizione** fornitegli.



ChatGPT per l'Italia - FAQ

[Clicca sulla pizza](#) per tenere attivo il servizio



E' una nuova opportunità ma anche un grande RISCHIO.

I nostri ragazzi già la padroneggiano.... e noi?

Attenzione, l'intelligenza artificiale non ci sostituisce, è solo più veloce!



i rischi nell'uso dei media dgt

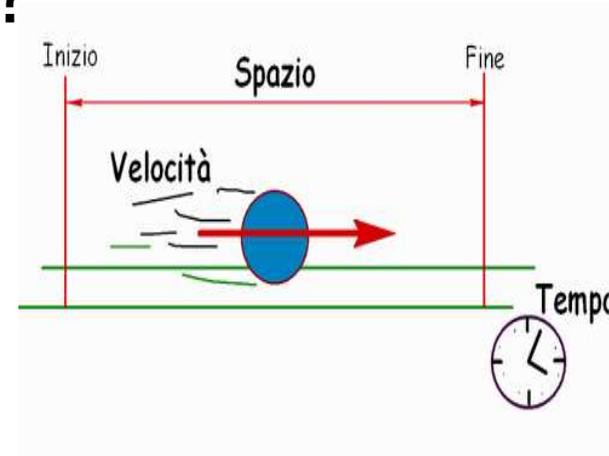
- Dissimulazione della realtà
- Comunicazione di modelli sbagliati
- Cattiva cultura delle immagini
- Sessismo
- Oggettivazione



Tempo e fine

Accediamo ai media digitali per?

1. poniamoci un obiettivo ...
2. diamoci un tempo...



Attenzione: l'attivazione compulsiva, continua e scomposta di alcune parti del cervello, stimolata dai media digitali (notifiche), può portare a disfunzioni e patologie psicologiche.



Le notizie ...false



I tempi (medi) on line

Da una statistica emerge che in media ogni giorno stiamo:

- 7 ore connessi ad internet
- 1 ora e 51 minuti sui social
- 2 ore e 57 minuti davanti alla TV

In questo tempo incameriamo dati, informazioni



Il fenomeno Fake News

Nel contesto dei social si sviluppa il fenomeno delle notizie false.

Lo scenario:

- tutti testimoni
- tutti produttori di contenuti
- sovraccarico informativo

(ogni minuto nel mondo, vengono caricati 3.000.000 di contenuti solo su fb)



Il fenomeno Fake News

I motivi della nascita delle Fake:

- gratificazioni (like)
- guadagni /modello di business (traffico-banner-clik)
- propaganda politica – economica (Trump)



Complici la velocità e la quantità delle info



Il fenomeno Fake News

Come difendersi:

- rallentare
- filtrare
- verificare – scegliere



- **Valutare la fonte originaria** della notizia, le testate giornalistiche hanno l'obbligo della verifica! (e tante volte non basta ...)
- Gli altri ...?



Il fenomeno Fake News

Strumenti di verifica:

- occhio ai troppi like e alle troppe condivisioni.
- strumenti digitali quali:
 1. verificare i profili fb se reali e certificati
 2. ricerca inversa di "google"
 3. ricerca fotoritocchi "Fotoforensics"
 4. ricerca nei metadati "graftips"



Il fenomeno Fake News

**Una regola:
dubitare sempre.
Non condividere
tutto!**



Il fenomeno Fake News

Le scorrettezze
Informative: i titoli
mangia click ...
che dicono il
contrario del
focus

I WIND 4G 10:37

facebook

home friends 5 video 18 shop notifications menu

Fano - Il Resto del Carlino 49 minuti

La notizia falsa è circolata su Whatsapp

ILRESTODELCARLINO.IT
Coronavirus Fano. "E' tornato dalla Cina, ha il virus". Mamma scatena il panico - il Resto d...

18 Commenti: 4 • Condivisioni: 5

Mi piace Commenta Condividi

Primo



I titoli "scorretti" mangia klik

V: NOTIZIE

Cerca nelle notizie

CERCA

HOME | CRONACA

Contagi alla Comunione, obbligo mascherina all'aperto in un comune nel Foggiano



2 di 11

"Ho appena firmato l'ordinanza che prevede l'uso di mascherine anche all'aperto". È quanto comunica in un videomessaggio il sindaco di Monte Sant'Angelo (Foggia), Pierpaolo D'Arienzo, dopo il focolaio che si è registrato nei giorni scorsi durante i festeggiamenti per una prima Comunione. Sono 18 in tutto, 15 di Monte Sant'Angelo e tre di San Giovanni Rotondo. Le persone rimaste contagiate durante il banchetto che si è svolto in un ristorante della città casa a San Pio. Tra i contagiati anche alcuni studenti di Monte Sant'Angelo (Foggia). Motivo per cui il sindaco di Monte ha chiuso tre classi, imponendo la didattica a distanza. "E' inaccettabile - dice il sindaco - la caccia agli untori"



Una considerazione

- l'informazione è ormai frantumata e disgregata dai social.
- Ci informano o si informano su di noi?
- Siamo profilati, tracciati, ascoltati, registrati!



Ci ascoltano

Cronache

Giustizia da fantascienza

Chi ha ucciso Silvia? Amazon darà la risposta

Florida, il risponditore Alexa potrebbe aver registrato l'omicidio e inchiodare il compagno della vittima. La polizia controlla

di Luca Bolognini
MIAMI

«**Alexa**, come è stata uccisa Silvia Galva?». Nemmeno Philip Dick probabilmente si sarebbe mai immaginato che un assistente vocale potesse venire interrogato per risolvere un caso di omicidio. Lo speaker intelligente progettato da Amazon, infatti, potrebbe rivelare alla polizia della Florida come è morta una 32enne di Hallandale Beach. Lo scorso luglio, al termine di un violento litigio col compagno, Silvia Galva aveva perso la vita dopo una fiocina, che si trovava ai piedi del letto, le aveva trapassato lo stomaco. Secondo il racconto del compagno - accusato di omicidio di secondo grado (cioè premeditazione) - si trattava solo di un incidente: «Mentavo tirando giù dal materasso una fiocina, che mi era venuta in mano - ha scritto gli avvocati Adam Reechard Crespo



Silvia Galva e il fidanzato Adam Reechard Crespo in una foto pubblicata sui social

Amazon aveva sempre cercato di non rendere pubblici i documenti dei propri clienti. Ma di fronte a un mandato di perquisizione, come era già successo nel 2015 e nel 2018, c'è ben poco da fare.

Le speranze di risolvere questo omicidio anche grazie ad Alexa, secondo gli esperti di tecnologia, sono tuttavia davvero ridotte al lumicino. Lo speaker, infatti, si attiva solo quando qualcuno pronuncia il suo nome. Un'eventualità, soprattutto in momenti concitati come quelli di un violento litigio, piuttosto remota. Inoltre lo speaker, se 'risvegliato', ascolto per pochi secondi non vengono pronunciati i comandi, torna in modalità in cui nulla viene registrato. Non è la prima volta che l'assistente virtuale di Amazon viene coinvolto in casi di omicidio. Fino a ora per il primo omicidio in New York e un delitto in Arkansas testimonianze si sono rivelate del tutto inutili.

La polizia americana ha anche tentato di intercettare i dati raccolti da altri gadget, come Fitbit (bracciali di monitoraggio per l'attività sportiva) e smartwatch. I telefoni super intelligenti possono risolvere diversi casi di omicidio. In questi dispositivi sono presenti questi dispositivi. Andrew Ferguson, professore di Legge all'università di Columbia - sarà più al centro delle indagini che la tecnologia presente nella vita di tutti i giorni».

L'ACCUSATO SI DIFENDE

«La mia ragazza è caduta sulla fiocina che tenevamo ai piedi del letto»



Qualche consiglio



Nell'uso dei Social media è bene:

1. **dialogare** con i FIGLI, essere compagni di navigazione;
2. darsi delle **regole** di TEMPO e CONTENUTO, obiettivi della ricerca online;
3. non Vietare ma **lodare il buono** che c'è in rete;
4. **non usare CHAT** e CHAT Room;
5. occhio alle autorizzazioni nelle APP (mic, camera, gps);
6. non dare **MAI dati sensibili** online.



Accompagnare ai media

Prima dei 3 anni

- Giocare con il proprio figlio è il modo migliore per favorire il suo sviluppo.
- Preferisco le storie lette insieme a TV e DVD.
- La TV accesa nuoce agli apprendimenti dei vostri bambini anche se non la guardano.
- Mai la televisione nella cameretta.
- Vieto l'uso dei media digitali durante i pasti e prima della nanna.
- Non li uso mai per calmare mio figlio.

Da 3 a 6 anni

- Fisso delle regole chiare sui tempi del consumo.
- Rispetto le età indicate per la fruizione dei programmi.
- Il tablet, la Tv e il computer stanno in sala e non in camera.
- Vieto l'uso dei media digitali durante i pasti e prima della nanna.
- Non li uso mai per calmare mio figlio.
- Giocare in tanti è meglio che da soli.

Da 6 a 9 anni

- Fisso delle regole chiare sui tempi del consumo e parlo con lui/lei di quel che vede e fa.
- Il tablet, la Tv e il computer stanno in sala e non in camera.
- Amministro io la console dei videogiochi.
- Parlo di diritto all'intimità e all'immagine e dei 3 principi di internet:
 1. ***Tutto quel che ci si mette può diventare di pubblico dominio.***
 2. ***Tutto quel che ci si mette ci resterà per sempre.***
 3. ***Non bisogna credere a tutto quel che ci si trova.***

www.educazionedigitale.net



Accompagnare ai media

Da 9 a 12 anni

- Decido insieme a mio figlio a quale età avrà il suo primo cellulare.
- Può entrare in internet, decido io se solo o accompagnato.
- Decido insieme a lui quanto tempo possa dedicare ai diversi tipi di schermo.
- Parlo con lui di quel che vede e fa. Gli ricordo i tre principi di internet.

Dopo i 12 anni

- Mio figlio naviga da solo in rete ma fisso io insieme a lui gli orari da rispettare.
- Parliamo del download e dell'upload dei file, del plagio, della pornografia e degli insulti che si possono scambiare nel Web.
- La notte spegniamo il Wi-fi e i cellulari.
- Non accetto di diventare suo "amico" in Facebook.

Diventare grandi con gli schermi digitali

Ho immaginato le risorse 3-6-9-12 come un modo per rispondere alle domande più pressanti dei genitori e dei pedagogisti
Serge Tisseron

3 **Prima dei 3 anni**
Il bambino ha bisogno di costruire i suoi riferimenti spaziali e temporali

6 **Da 3 a 6 anni**
Il bambino ha bisogno di scoprire tutte le sue possibilità sensoriali e manuali

9 **Da 6 a 9 anni**
Il bambino ha bisogno di scoprire le regole del gioco sociale

12 **Da 9 a 12 anni**
Il bambino inizia a rendersi autonomo dai riferimenti familiari

- Prima dei 3 anni, evitare gli schermi
- No a console e tablet personali prima dei 6 anni
- Internet dopo i 9 anni
- I social network dopo i 12 anni



Accompagnare ai media

Utilizzare i Parental Control

Esistono numerosi strumenti di monitoraggio e controllo dell'attività mediatica dei figli, (filtri e limitazioni di accesso) vale la pena informarsi con persone esperte del settore.

Questi sistemi (app) ci permettono di:

- geo localizzare i dispositivi;
- verificare l'uso delle App;
- verificare i tempi di connessione;
- bloccare l'accesso alla rete in vari

orari della giornata;



Lo smartphone



Da usare con consapevolezza:

- No sotto i 2 anni
- Max 1 ora /g tra i 2 e i 5 anni
- NO all'uso come pacificatore emotivo
- Uso personale dopo i 13 anni
- NO uso notturno.



Rischi dell'abuso

L'uso massiccio dello smartphone può produrre:

- disturbi della socialità e dell'attenzione,
- dipendenza creata dal meccanismo di “ricompensa” che genera gratificazione emotiva e produzione di **Dopamina**
- Ansia – FOMO (paura di essere tagliati fuori),
- Rabbia incontrollata,
- Nomofobia: paura di restare senza cellulare,
- Difficoltà nella concentrazione,
- Isolamento sociale,
- Alterazione ritmo cardiaco e disturbi del sonno.



Una proposta per crescere



Ok digitale è un app gratuita sviluppata da una associazione di Senigallia (AN) per aiutare i genitori a formarsi “digitalmente” all'uso dei media.

Ogni giorno l'app propone pillole informative e questionari settimanali.

Il percorso dura 10 settimane.



PUBBLICITA'



esempi negativi dell'uso dell'immagine



sessismo



Donna oggetto



esempi negativi dell'uso dell'immagine



http://www.tttlines.it/popup.jpg - Windows Internet Explorer



TTTLines COMPAGNIA DI NAVIGAZIONE NAPOLI-CATANIA v.v.
Booking on line: www.tttlines.it



...anche a casa nostra

SCHIEPPE DI ORCIANO (PU) - tel. 0721.981966
SUPERSTRADA FANO/BOSSETO - USCITA SERRUNGARINA

discoteca tris | www.dancingtris.it

APERTURA

SABATO 3 SETTEMBRE

APERTO
VENERDI / SABATO / DOMENICA
pomeriggio e sera

SABATO 3
MARIO RICCARDI

DOMENICA 4
JO & HAREM



TRIS

LA MUSICA CHE VIBRA

LISCIO • DISCO • LATINO

discoteca tris | www.dancingtris.it

SCHIEPPE DI ORCIANO (PU) - tel. 0721.981966
SUPERSTRADA FANO/BOSSETO - USCITA SERRUNGARINA



IN CONCLUSIONE



In conclusione

L'uso di queste strategie mediatiche può **veicolare messaggi sessisti e stereotipati che incidono sulla cultura e sulla percezione del valore della persona da parte di chi non ha strumenti di difesa**, verifica e controllo, portando a volte a comportamenti devianti e devianti della sessualità e degli stili di vita.

ATTENZIONE !



FINE

**Grazie a tutti !
e buon uso
consapevole
dei social media**

Marco Gasparini





valuta l'incontro

