

19 novembre 2009 12:41

ITALIA: Censis. Gli italiani e social network: Facebook il più conosciuto, Youtube il più utilizzato[Dall'8° Rapporto Censis/Ucsi sulla comunicazione.](#)

Fenomeni di massa. Sono cinque i social network più popolari: Facebook, conosciuto dal 61,6% degli italiani, YouTube (60,9%), Messenger (50,5%), Skype (37,6%) e MySpace (31,8%). Le percentuali raggiungono valori ancora più elevati tra i giovani di 14-29 anni. Per nove ragazzi su dieci Facebook (90,3%), YouTube (89,2%) e Messenger (89,1%) rappresentano mondi ben noti, con le loro regole e i loro «contatti». Nell'universo giovanile hanno una popolarità considerevole, sebbene inferiore, anche MySpace (68,8%) e Skype (62,9%). I giovani hanno preso l'abitudine a «vivere connessi», dato che l'uso congiunto dei cellulari e di Internet li ha messi nella condizione di essere continuamente in rapporto con tutti quelli che condividono la loro esperienza di vita quotidiana. Complessivamente, si può stimare che poco meno di 33 milioni di italiani conoscano almeno un social network e che gli effettivi utilizzatori siano 19,8 milioni.

Facebook il più popolare, YouTube il più utilizzato. Gli utenti di YouTube sono pari al 28,3% della popolazione (il 67,8% nella fascia 14-29 anni, il 39,5% tra le persone più istruite), quelli di Facebook il 22,9% (il 56,8% dei giovani, il 34,4% dei soggetti con titolo di studio più elevato). Il web 2.0 ha avuto uno sviluppo esponenziale grazie all'impiego di Internet per costruire insieme agli altri una conoscenza diffusa (come Wikipedia), trovare opportunità di lavoro e di carriera (LinkedIn), scambiarsi merci (eBay), ma anche notizie, confidenze e pettegolezzi (Messenger, Facebook, Twitter), oppure video (YouTube) e ogni altro prodotto audiovisivo, quand'anche protetto dal diritto d'autore (eMule). Grazie a smartphone, lettori mp3, e-reader, il centro di gravità dei consumi digitali si sposta sempre più dal computer ai piccoli apparecchi portatili, che consentono di accedere a informazioni, musica, libri, giochi, utilities in un rapporto di piena complementarietà con la rete, con forme e tempi di fruizione sempre più personalizzati.

Cosa si fa su Facebook. La principale motivazione che ha spinto gli utenti a iscriversi a Facebook è il desiderio di mantenere i contatti con gli amici (70,5%) e di ritrovare vecchi compagni di scuola ed ex colleghi (57,8%), mentre la speranza di intrecciare una relazione intima ha spinto all'iscrizione appena l'1,8% degli utenti, in particolare i maschi (2,6%). La maggioranza (il 68,4%) preferisce accedere a Facebook nelle ore serali, il 36,5% si connette solitamente nelle ore diurne, il 15,3% durante l'orario di lavoro o di studio, e solo uno su dieci accede al sito esclusivamente nel weekend. Le attività preferite dagli utenti di Facebook sono: guardare cosa c'è nelle bacheche degli amici (41,2%), inviare messaggi personali (40,5%), inserire commenti nelle bacheche degli amici (37,2%), chattare con chi è in linea (35,7%), utilizzare le applicazioni disponibili come test e giochi (24,6%), inserire foto, video o file musicali (21,3%). Il 54,6% degli utenti fa parte di gruppi di interesse o ha sottoscritto citazioni apparse su Facebook, e il 10% ha effettivamente partecipato a eventi sociali, manifestazioni politiche, spettacoli di cui è venuto a conoscenza tramite il social network.

Luci e ombre su Fb. Poco più di un utente su quattro (il 26,8%) constata che da quando si è iscritto a Facebook tende a dedicare meno tempo ad altro. L'attività più penalizzata è la lettura di libri, per il 42,4% degli iscritti a Facebook che avvertono di dedicare meno tempo ad altre attività. Segue la consultazione di altri siti Internet (40%), guardare la televisione (26,5%), studiare o lavorare (21,7%), sentire gli amici al telefono (14,4%), uscire con gli amici (11,5%), andare al cinema (11%). C'è anche, seppure in misura minoritaria (per l'8,5% degli iscritti), il timore che dalla presenza su Facebook possano derivare dei rischi. Quello che preoccupa di più è la violazione della privacy: il 72,1% degli utenti che nutrono preoccupazioni è di questo avviso, il 35,1% teme l'eventualità di conoscere persone pericolose, il 23,4% indica l'indebolimento delle relazioni dirette con i familiari e gli amici, il 13,4% l'abbassamento del rendimento nel lavoro o nello studio, e il 9,3% teme che dall'uso di Facebook possano derivare problemi per la propria reputazione (ad esempio, che il profilo personale venga controllato dal datore di lavoro).