

# Rimbalzando tra tecnologie e contenuti.

## Chi governa che cosa nei consumi culturali e informativi giovanili?

Giovanni Peresson ([giovanni.peresson@aie.it](mailto:giovanni.peresson@aie.it))

Rimbalzando tra le fonti: gli universitari milanesi e l'informazione

Milano – ASK Bocconi

7 novembre 2008

**AIE**

**Uno sguardo sullo sfondo.**

I giovani leggono **libri** più dei loro genitori: 53,8% tra i 6-19enni, 51,3% tra 20-24enni vs al 43,1% della media nella popolazione italiana (Fonte: Istat, ASI, 2007).

Il 65,0% dei 20-24enni, e il 60,4% del 18-19enni leggono un **quotidiano** (edicola e/o free press) vs 58,1% della media nella popolazione italiana (Fonte: Istat, ASI, 2007).

Il 32,3% dei 20-24enni usa **Internet** tutti i giorni vs il 16,1% della media nella popolazione italiana (Fonte: Istat, ASI, 2007).

Anche gli altri generi di **consumi culturali** sono più elevati nelle fasce giovani della popolazione rispetto a quelle adulte:

Cinema di sala: 83,3% vs 48,8%

Mostre e musei: 32,8% vs 27,9%

Visita di città d'arte e siti archeologici: 24,4% vs 21,6%

Concerti (musica classica): 12,2% vs 9,3%

Altri concerti: 47,4% vs 19,2%

Teatro: 21,1% vs 21,0% (Fonte: Istat, ASI, 2007).

Libri, quotidiani, consumi culturali fanno parte e sono all'interno dell'orizzonte di consumo giovanile e degli strumenti attraverso cui le generazioni giovani occupano il proprio tempo libero, si informano. Sono accanto e all'interno delle altre piattaforme tecnologiche utilizzate dal ragazzo e dalla sua famiglia. Il libro, le pagine dei quotidiani si posizionano in un'area di vitalità piuttosto che di obsolescenza.

Poi tutti questi consumi culturali, relativi all'informazione si collocano nell'area dell'occasionalità, e della sporadicità:

la metà dei 6-19enni che dichiarano di leggere un **libro**, non legge più di un libro ogni tre mesi.

La lettura di libri continua a scontare pesanti ritardi anche nelle fasce giovanili della popolazione, cioè nella qualità della lettura in rapporto:

all'**area geografica di residenza**: ci sono tra 15-20 punti percentuali nella lettura di libri tra Nord e Sud del Paese nelle stesse classi di età (pur all'interno dei processi di scolarizzazione dell'obbligo, superiori o universitari);

ai **Paesi** come risultato di diverse politiche infrastrutturali di sostegno e di promozione della lettura al 53,8% di 6-19enni lettori di libri in Italia, corrisponde un 60,0% di lettori in Francia (Fonte: Insee, popolazione 15-24 anni), un 73,3% in Spagna (Fonte: Precisa), ecc.

Le competenze nella comprensione dei testi letterari e matematiche, anche se riferite a ragazzi di 15 anni, presentano differenze marcate in rapporto all'area geografica di residenza e tra Italia e media dei Paesi Ocse:

**competenze nella comprensione letteraria dei testi** (punteggio medio): Sud 443, Italia 469, media Ocse 492;

**competenze matematiche**: Italia 475, media Ocse 500 (Fonte: Ocse-Pisa 2006).

**AIE**

**Osservatorio permanente  
contenuti digitali.**

L'Osservatorio sui contenuti digitali è stato costituito da Aie nel 2001 per esaminare i modi in cui gli individui attraverso le diverse piattaforme tecnologiche accedono e utilizzano i diversi tipi di contenuti: per la formazione e l'aggiornamento professionale, l'intrattenimento, l'informazione (libri, musica, cinema).

Nel 2006 l'Osservatorio è stato esteso allargando la partecipazione alle principali associazioni che raccolgono le imprese che producono e distribuiscono contenuti ([www.osservatoriocontenutidigitali.it](http://www.osservatoriocontenutidigitali.it)).

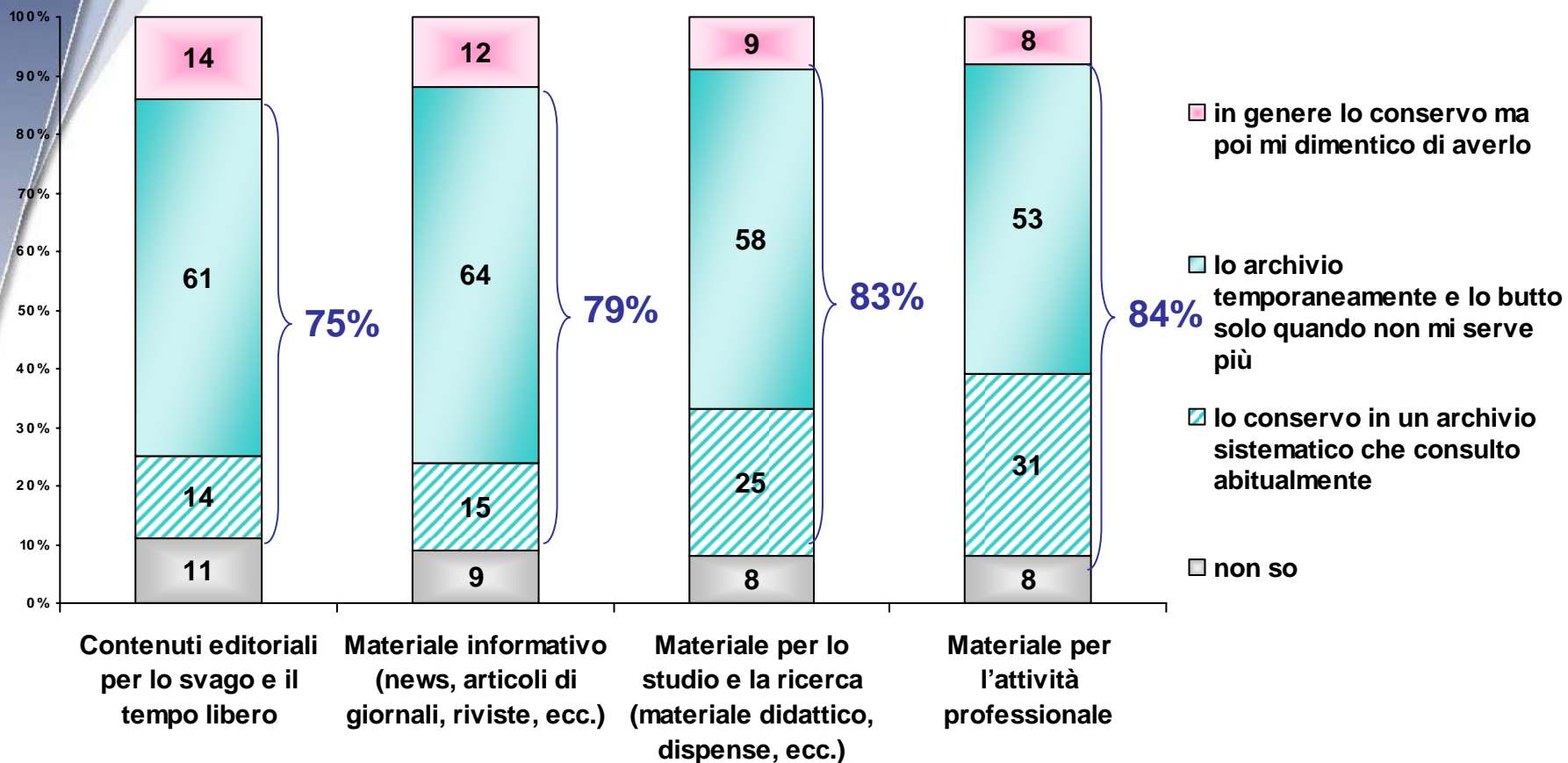
L'aspetto che viene monitorato riguarda due snodi fondamentali nello sviluppo delle industrie dei contenuti:

Come la presenza di più piattaforme tecnologiche nell'ambiente domestico, di studio o professionale modifica i percorsi di accesso a tutti i tipi di contenuto oltre che di frequentazione dei canali (fisici e/o digitali): integrazione vs sostituzione.

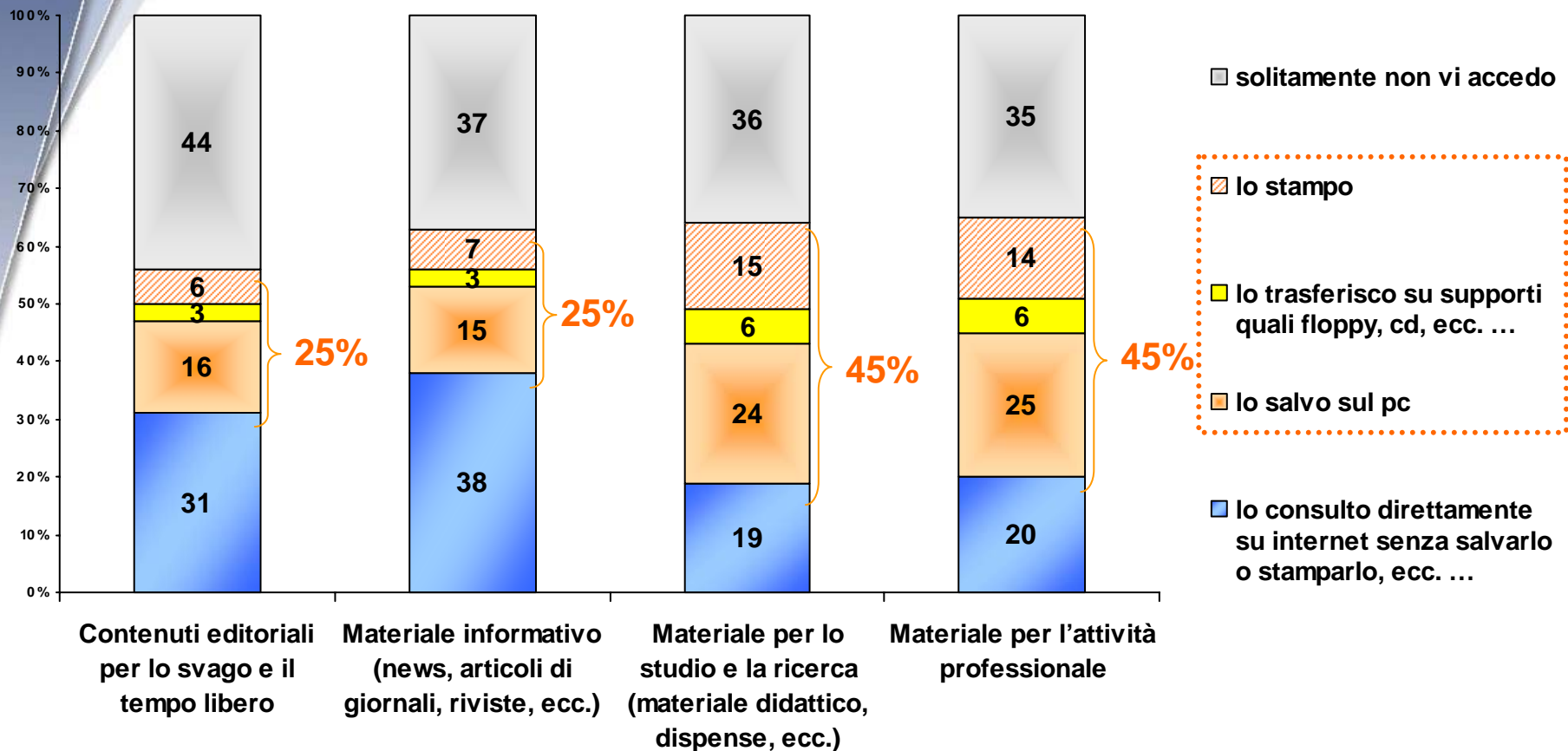
Come l'abitudine all'uso di una tecnologia legata all'accesso a un particolare contenuto (es. la musica) influenza i comportamenti relativi al modo di accedere, consumare, archiviare altri tipi di contenuto.

# Quello che ci interessava approfondire: le modalità di conservazione dei contenuti editoriali on line.

Domanda: «Ci dica per ogni tipo di contenuto editoriale/ informativo, accessibile on line, COME, di solito lo conserva»



## Quello che ci interessava approfondire: le modalità di consultazione dei contenuti editoriali on line.



Lo studio è stato condotto nel 2007 e nel 2008 attraverso un'indagine **quantitativa** affidata a Nielsen su un campione di **8.500 individui** > 14 anni appartenenti al Panel Consumer Nielsen.

Redemption: **78%** → 6.630 individui (2008).

Nel 2008 sono stati intervistati anche 1.210 genitori, e 1.735 figli delle relative famiglie (di cui 339 14-19enni; 268 20-24enni; 505 25-34enni).

Sempre nel 2008 è stata anche condotta una indagine **qualitativa** (etnografica) in 12 famiglie con figli tra 9 e 19 anni.

La parte che viene presentata in questa occasione prende in considerazione i comportamenti relativi all'uso delle tecnologie, accesso a contenuti (e comportamenti di accesso) nella popolazione 20-24 anni.



Associazione Italiana Editori

**AIDRO** Associazione Italiana per i Diritti di Riproduzione delle Opere dell'Ingegno



**F.I.M.I.**

FEDERAZIONE INDUSTRIA MUSICALE ITALIANA

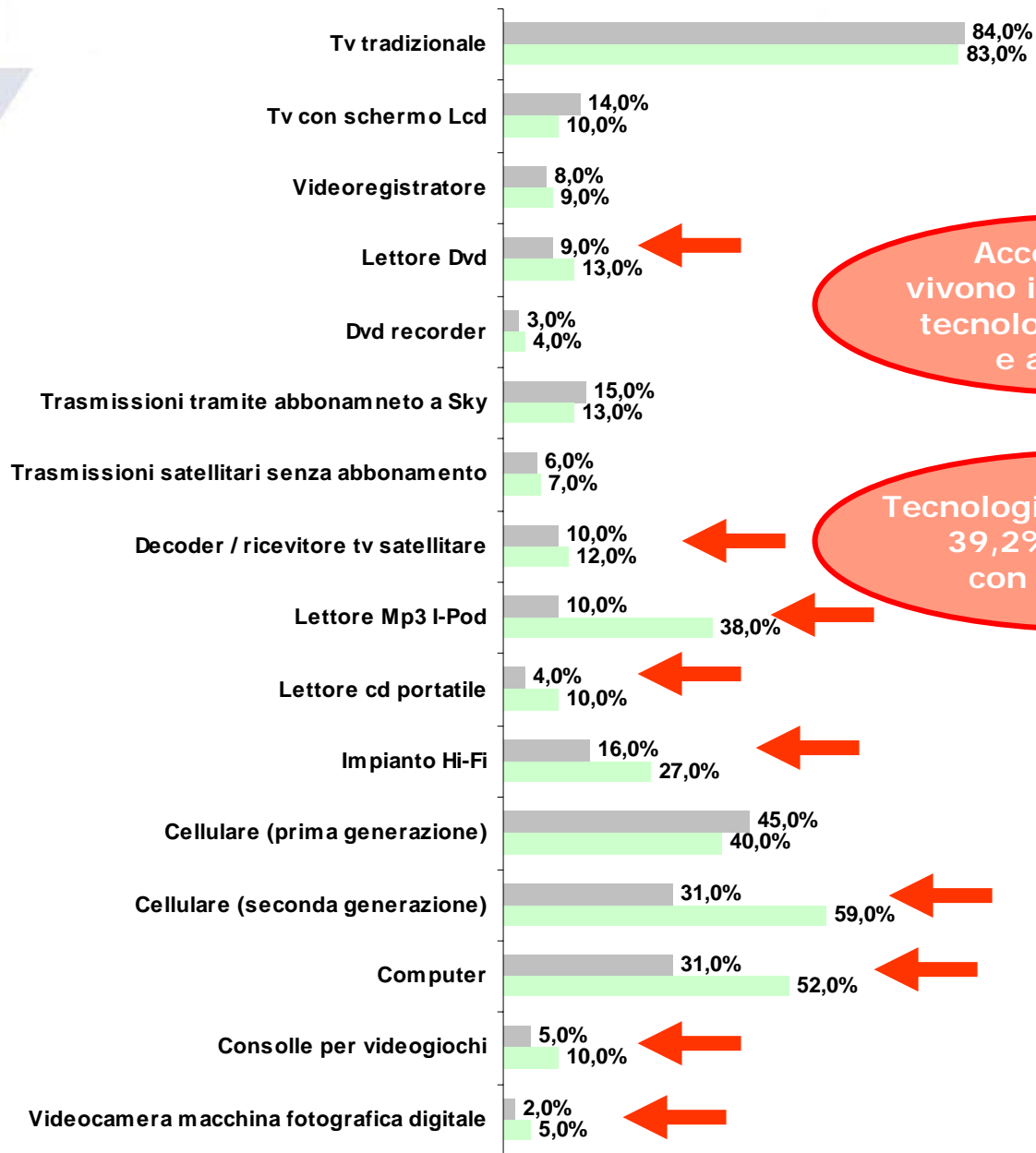


UNIVIDEO



**Osservatorio permanente  
contenuti digitali.  
Alcuni risultati su tecnologie  
e contenuti**

# L'ambiente tecnologico.

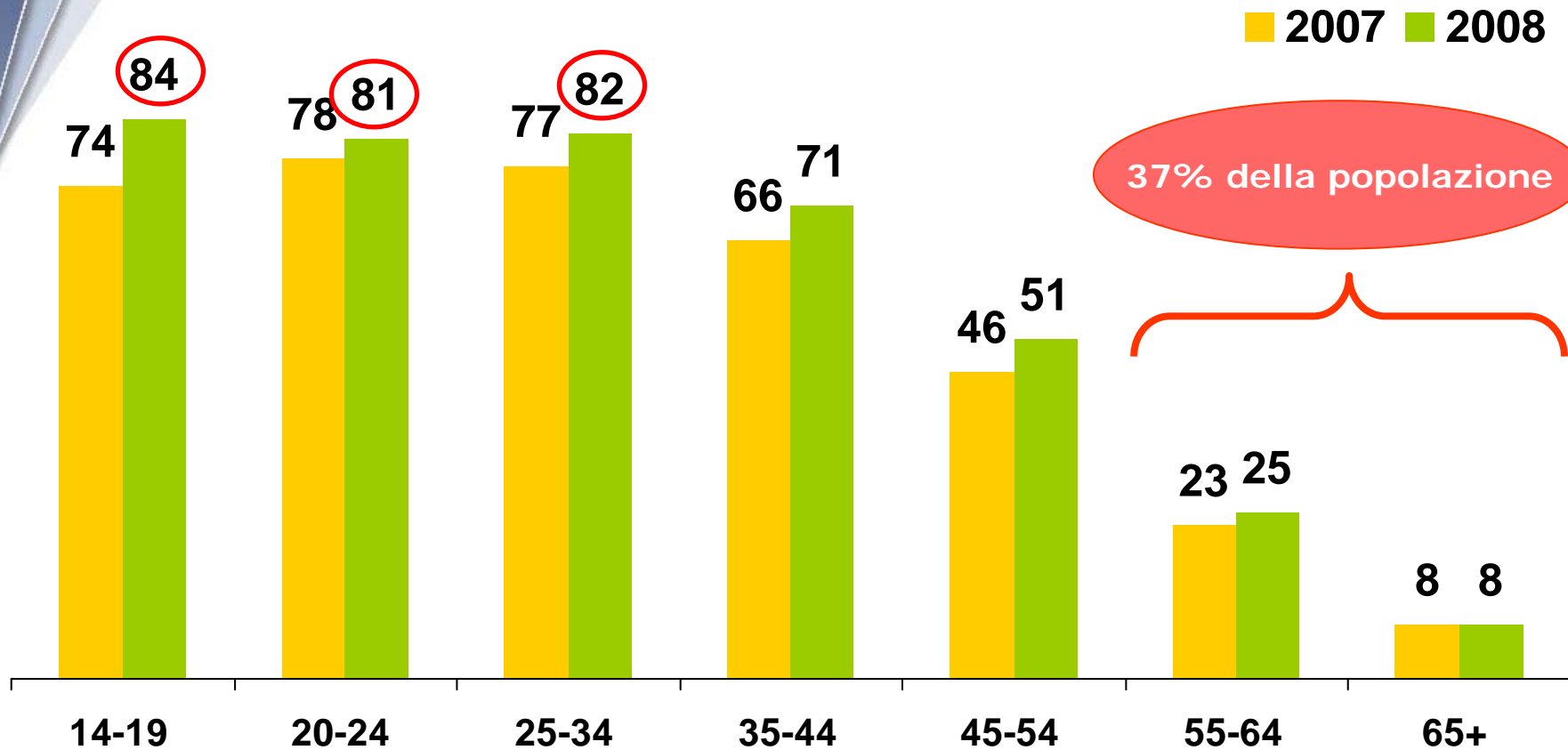


Accentuazioni:  
vivono in un ambiente  
tecnologico più ricco  
e articolato.

Tecnologie «tradizionali»  
39,2% in famiglie  
con > 100 libri.

# L'accesso ad Internet: trend 2007/'08 per fascia di età.

% di popolazione nella fascia di età che si connette a Internet



Base: Popolazione con 14 anni o più

Fonte: Osservatorio permanente contenuti digitali.

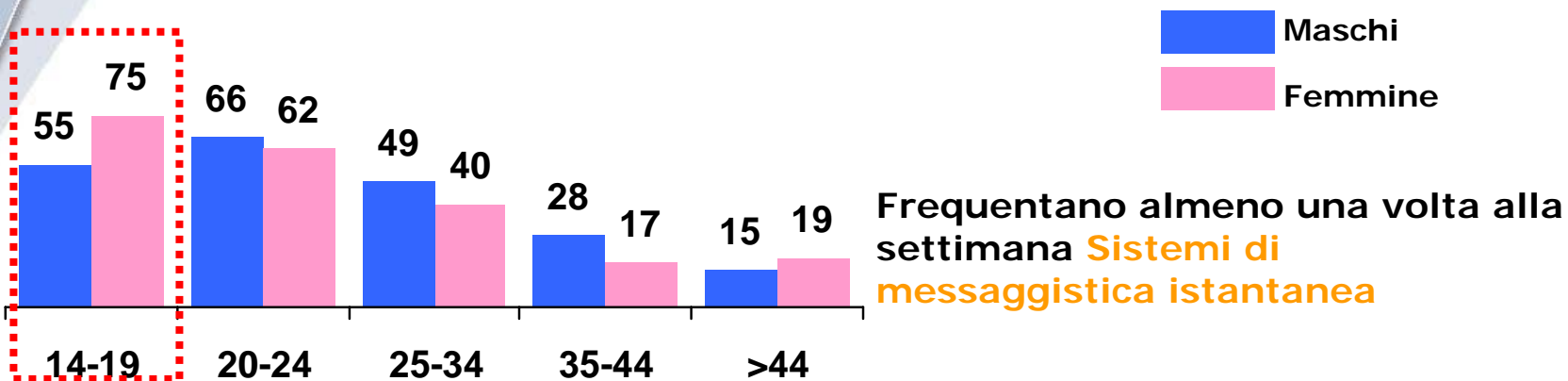
## L'uso delle tecnologie: approcci differenti.

% di popolazione nella fascia di età >14 anni, e di 20-24 anni.

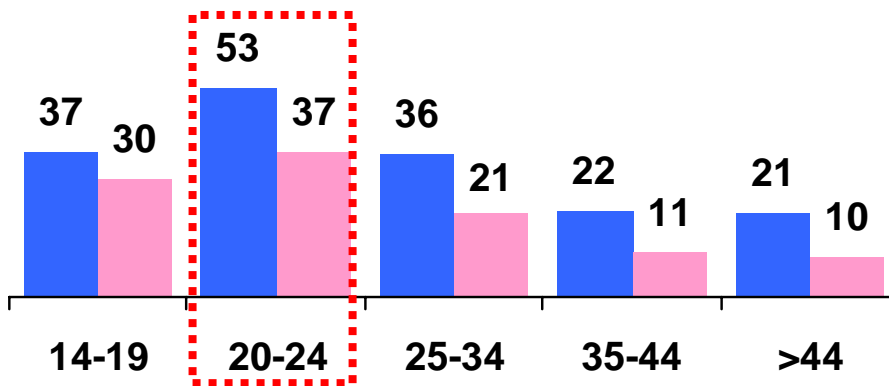
	Donne		Uomini	
		20-24		20-24
Non ho nessuna o poca dimestichezza con il pc	56,0%	11,0%	38,0%	13,0%
Navigare su Internet	38,0%	78,0%	53,0%	73,0%
Uso e-mail	35,0%	75,0%	49,0%	68,0%
Utilizzo dei programmi del pacchetto Office	35,0%	65,0%	48,0%	68,0%
Installazione / disinstallazione programmi	17,0%	42,0%	37,0%	62,0%
Uso di programmi specialistici in modalità avanzata (Photoshop, creazione blog, ecc.)	11,0%	34,0%	22,0%	36,0%
Gestione sistema operativo	8,0%	19,0%	23,0%	35,0%
Programmazione in linguaggi complessi (Html, Visual basic, ecc.)	2,0%	8,0%	8,0%	17,0%

# L'uso delle tecnologie: approcci differenti anche nella dimensione soft.

% di popolazione nella fascia di età >14 anni, e di 20-24 anni.

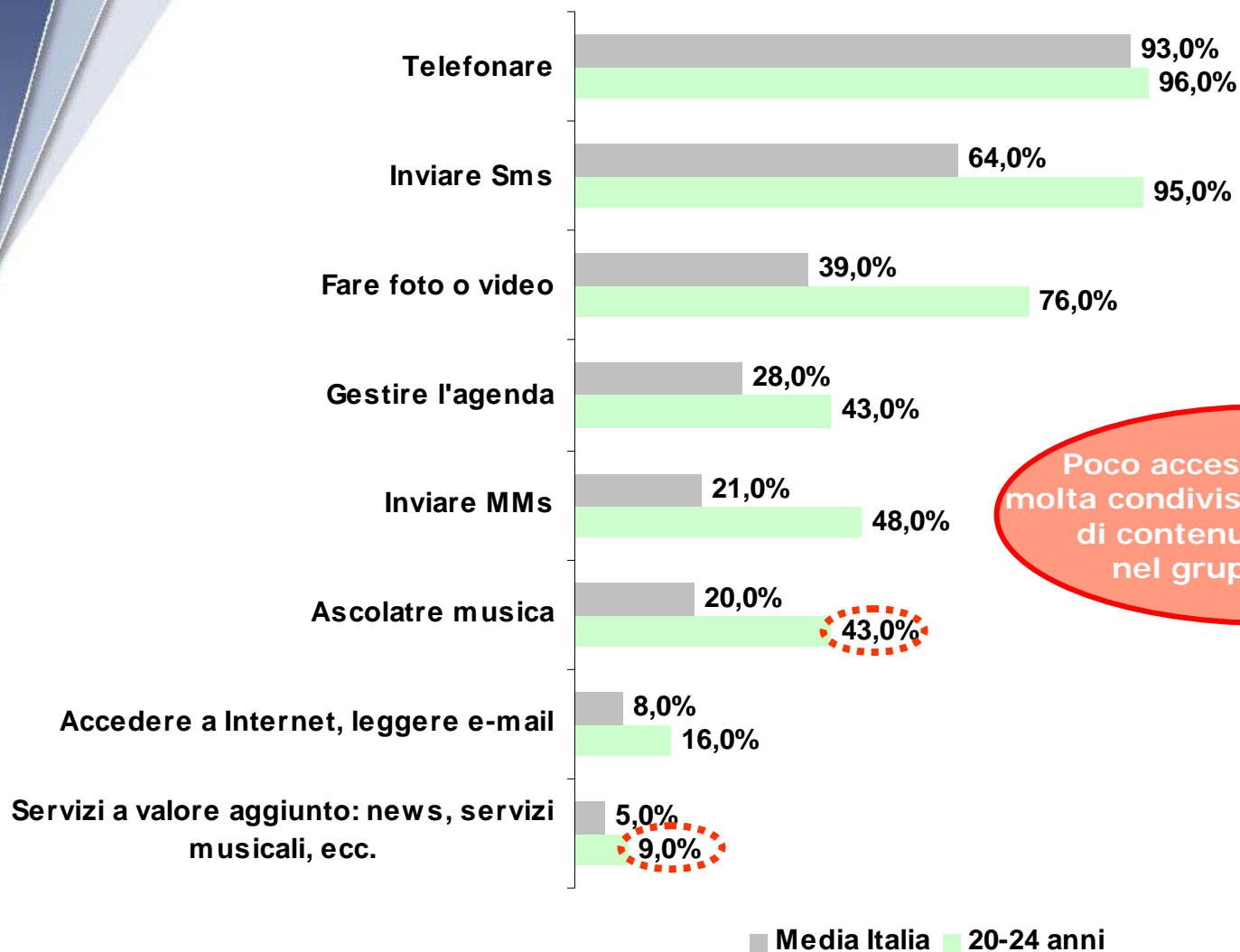


Utilizzano almeno una volta alla settimana **sistemi di File Sharing**



# Rimbalzando tra le tecnologie: telefonino per comunicare e accedere a contenuti.

% di popolazione nella fascia di età >14 anni, e di 20-24 anni.



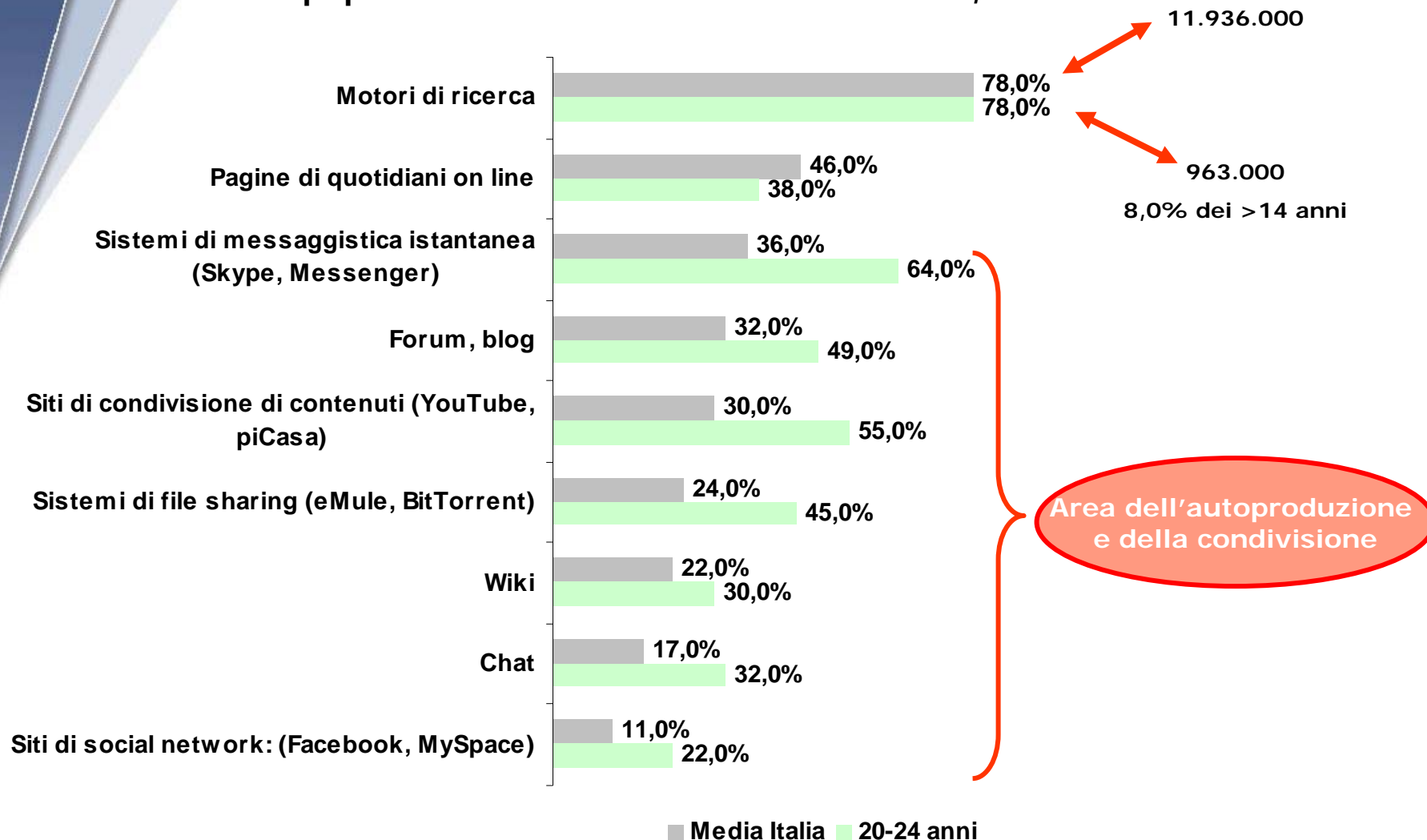
Poco accesso a contenuti, molta condivisione, «produzione di contenuti», relazioni nel gruppo dei pari.

Domanda: «Quanto sono importanti per le seguenti funzioni del cellulare?» (Molto + Abbastanza)

Fonte: Osservatorio permanente contenuti digitali.

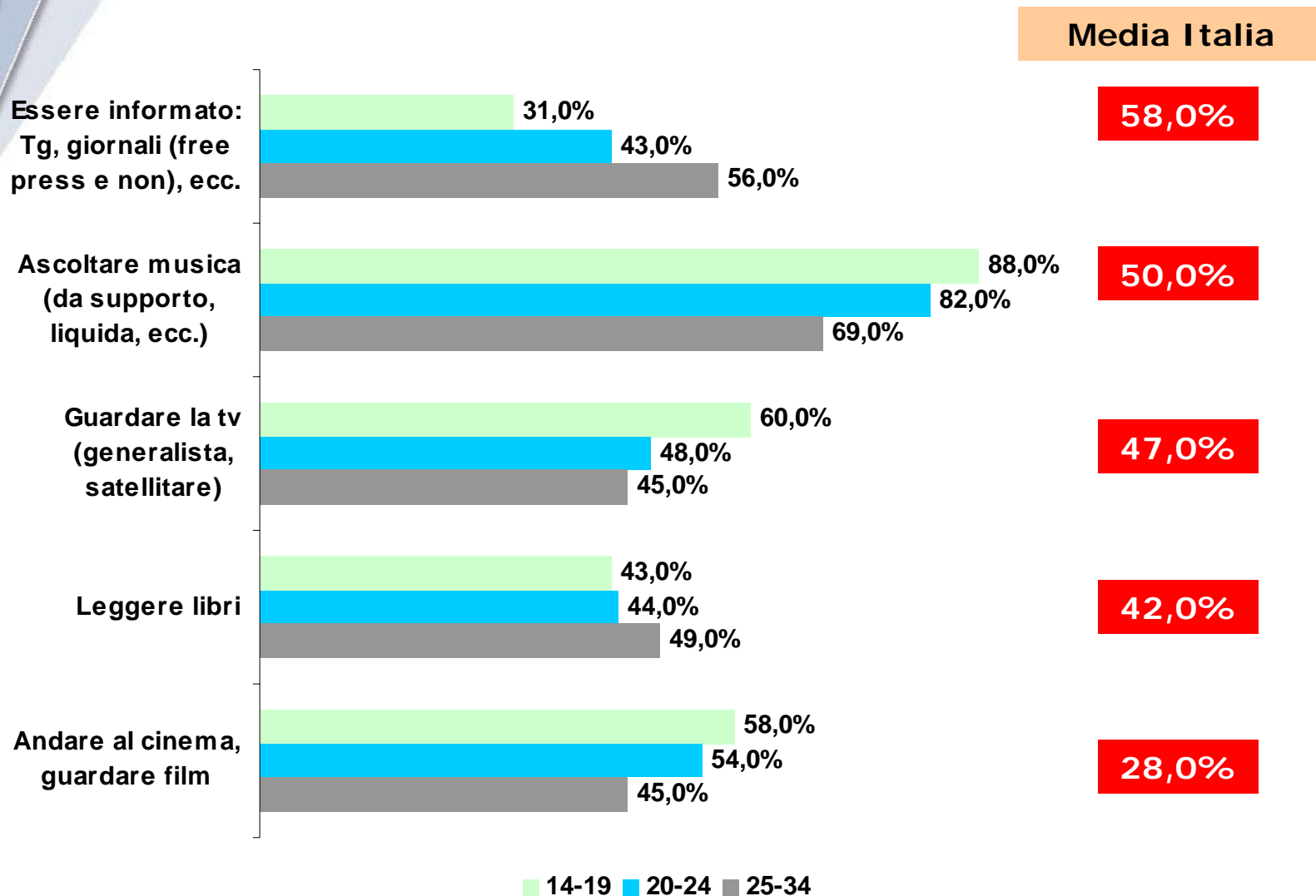
# Rimbalzando tra le tecnologie: Internet per raggiungere i contenuti.

% di popolazione nella fascia di età >14 anni, e di 20-24 anni.



# Cosa è importante rispetto ai contenuti: 14-34 anni.

% di popolazione nella fascia di età corrispondente

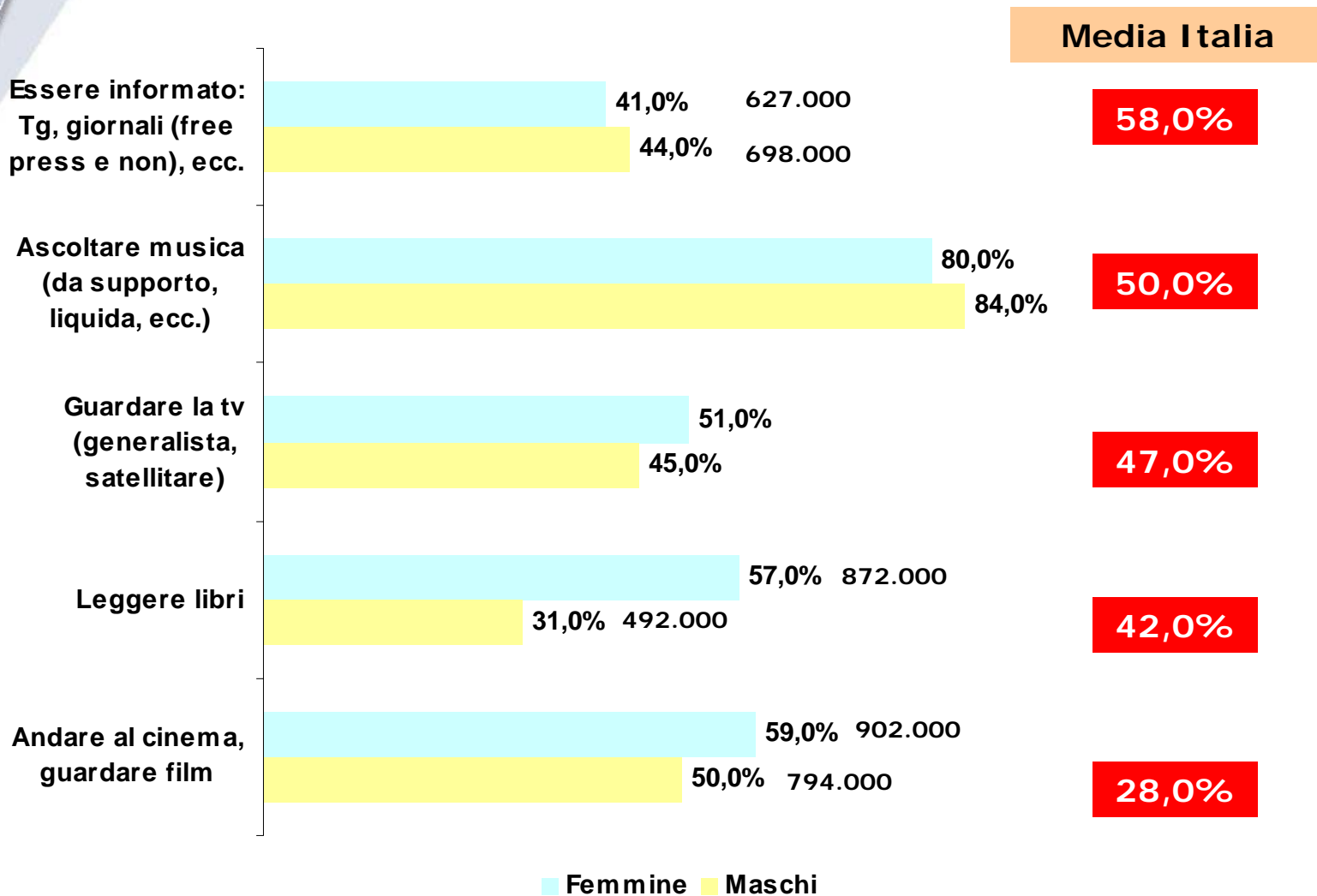


Domanda: «Quanto nella sua giornata sono importanti le seguenti attività?»

Fonte: Osservatorio permanente contenuti digitali.

# Cosa è importante rispetto ai contenuti: 14-34 anni

% di popolazione nella fascia di età corrispondente

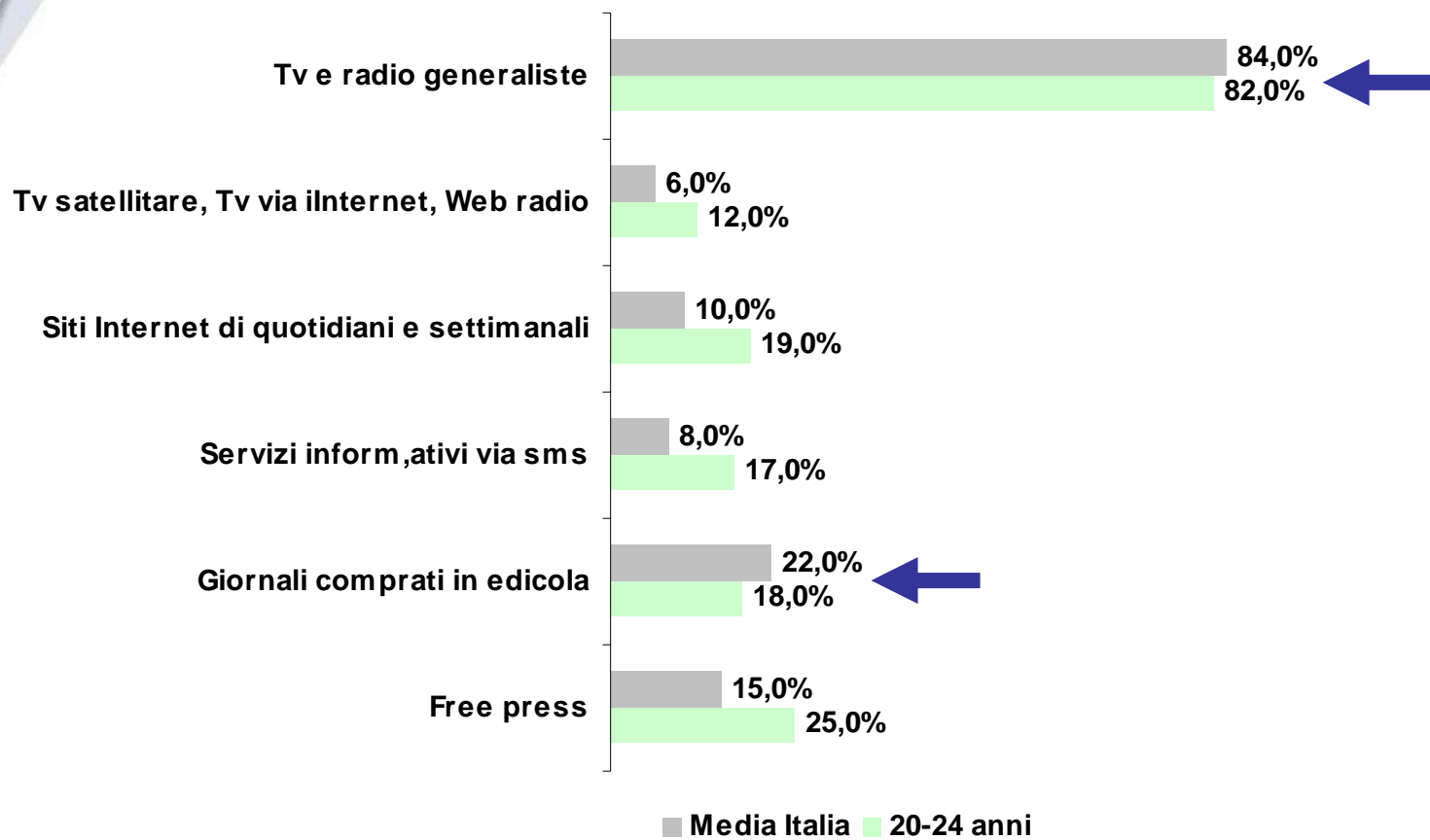


Domanda: «Quanto nella sua giornata sono importanti le seguenti attività?»

Fonte: Osservatorio permanente contenuti digitali.

# Attraverso quali piattaforme tecnologiche ci si informa.

% di popolazione nella fascia di età > 14 anni, e di 20-24 anni.



## Cosa altro si fa per informarsi, procurarsi contenuti.

% di popolazione nella fascia di età 20-24 anni

Il 32,0% di 20-24enni dichiara di essere iscritto a qualche newsletter on line per ricevere informazioni aggiornate di suo interesse (807.000 persone in proiezione).

La prima «azione che fa» quando deve trovare delle informazioni su un libro, un film, un cd:

69,0% usa un motore di ricerca

8,0% va sul sito dell'editore, casa discografica, ecc.

2,0% va su un sito / motore di ricerca specializzato

2,0% va su un sito di vendita (libreria on line, ecc.)

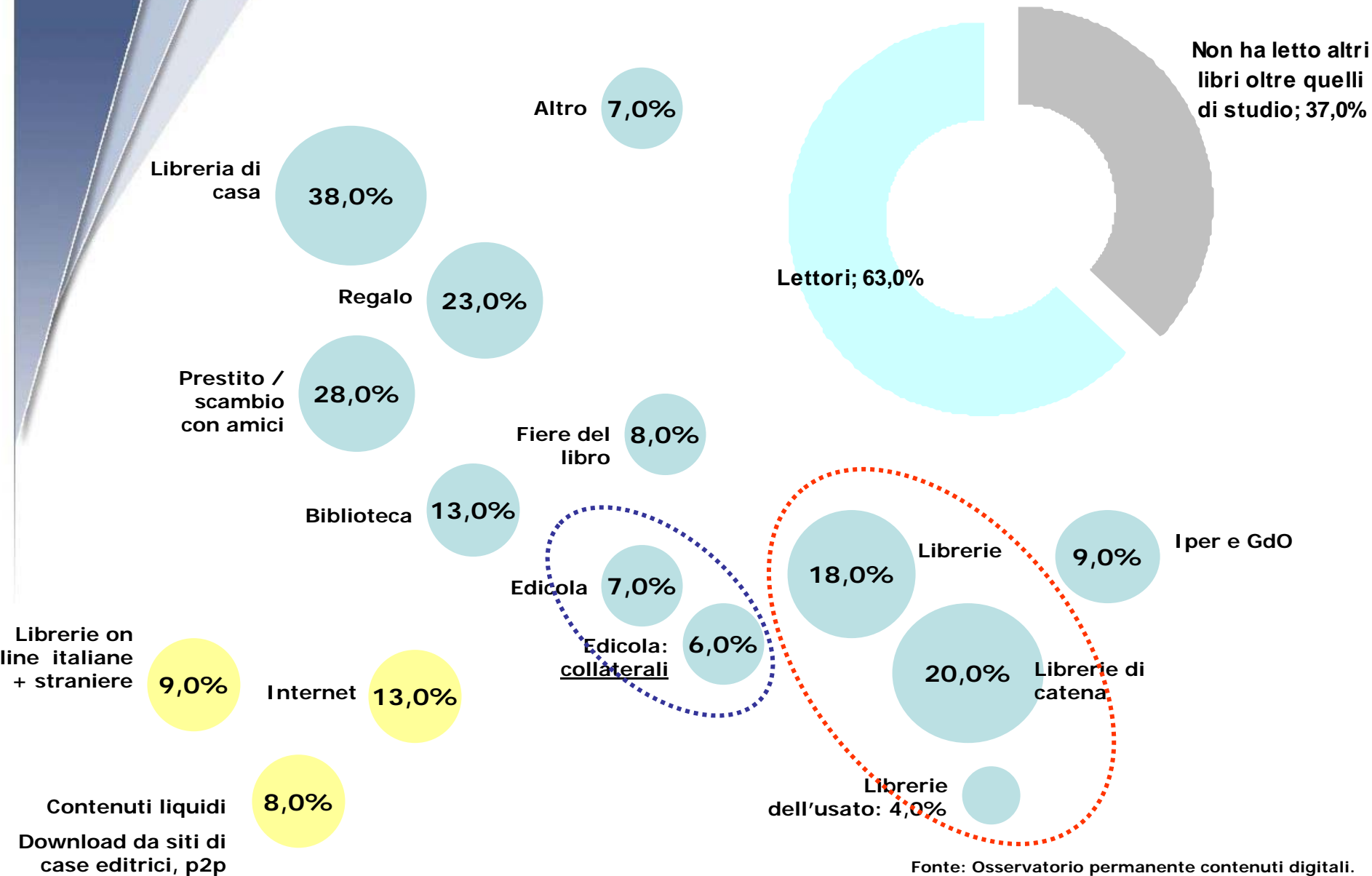
Utilizzi di materiali informativi e contenuti:

	Users	Lo consulta a schermo	Salva su pc	Stampa
Musica	63,0%	33,0%	48,0%	
Film, foto, ecc.	57,0%	37,0%	45,0%	
News, informazioni, ecc.	64,0%	69,0%	20,0%	8,0%
Materiali e documenti per studio	72,0%	29,0%	45,0%	22,0%
Materiali e documenti per la formazione	64,0%	31,0%	46,0%	18,0%

**Osservatorio permanente  
contenuti digitali.  
Alcuni risultati su canali  
e contenuti**

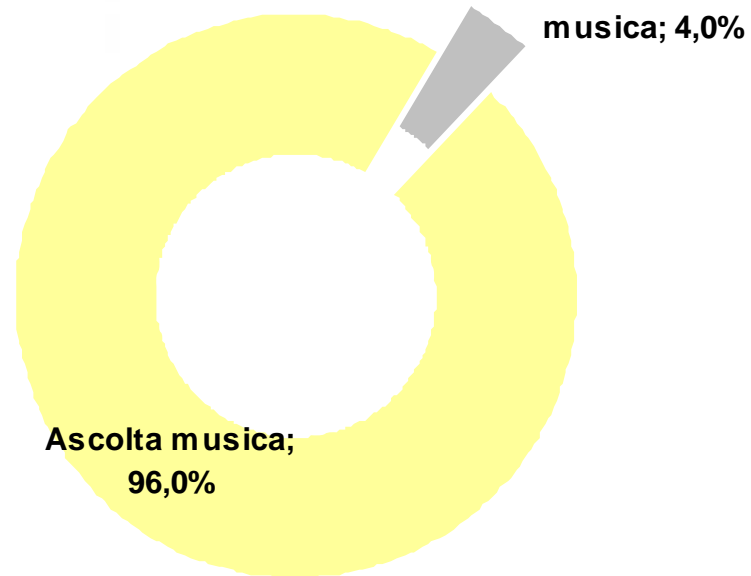
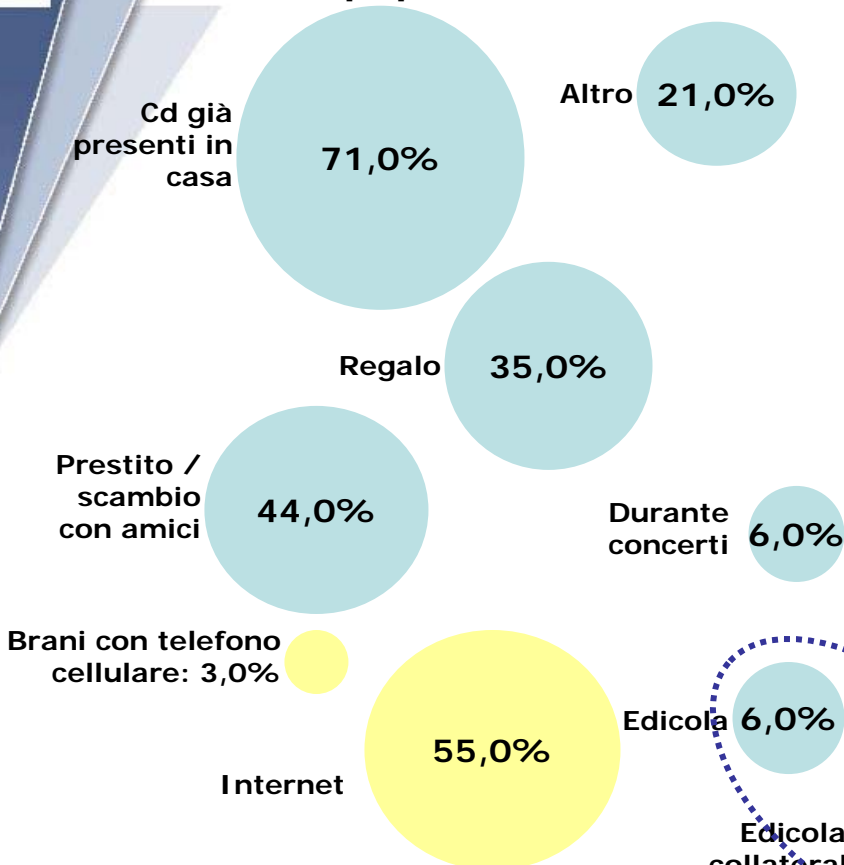
# Rimbalzando tra i canali: i libri.

% di popolazione di 20-24 anni.

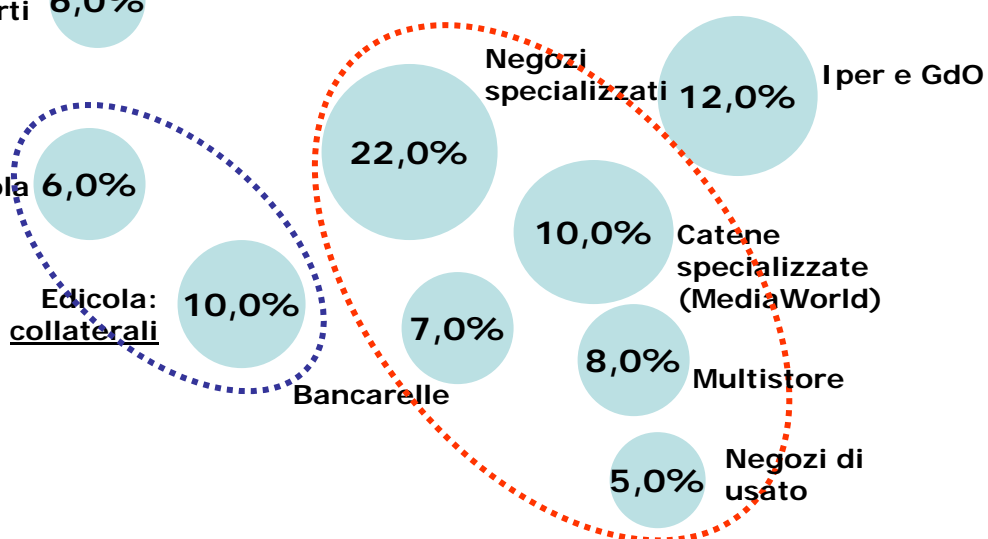


## Rimbalzando tra i canali: la musica.

% di popolazione di 20-24 anni.

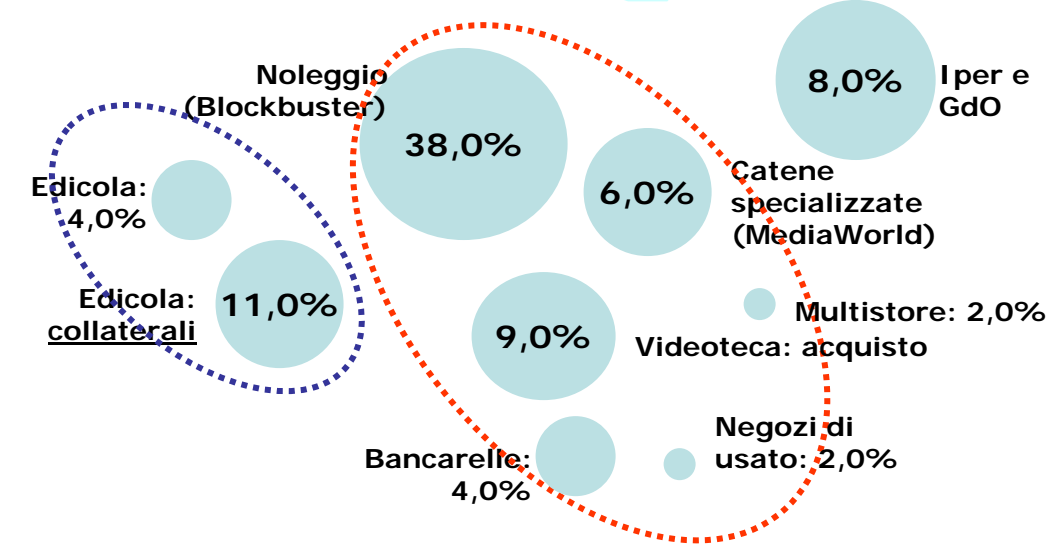
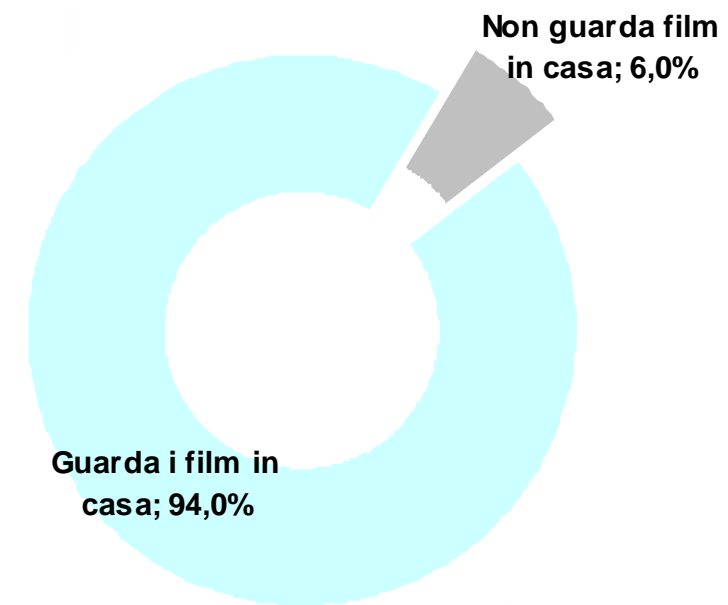
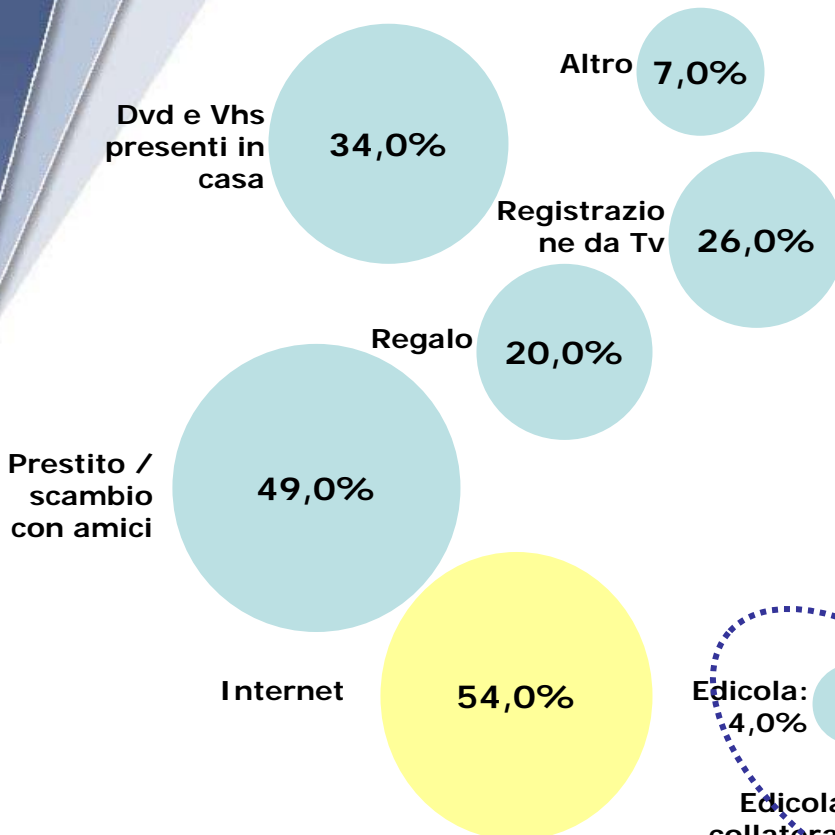


p2p (Emule, Winmx, bitTorrent, ecc.)	49,0%
Filmati musicali free su Internet	33,0%
Free download (generico)	19,0%
Webradio	15,0%
Ascolto in streaming	11,0%
Acquisto cd on line	4,0%
Acquisto di singoli brani da portali a pagamento (iTunes, ecc.)	3,0%



## Rimbalzando tra i canali: il cinema in casa.

% di popolazione di 20-24 anni.

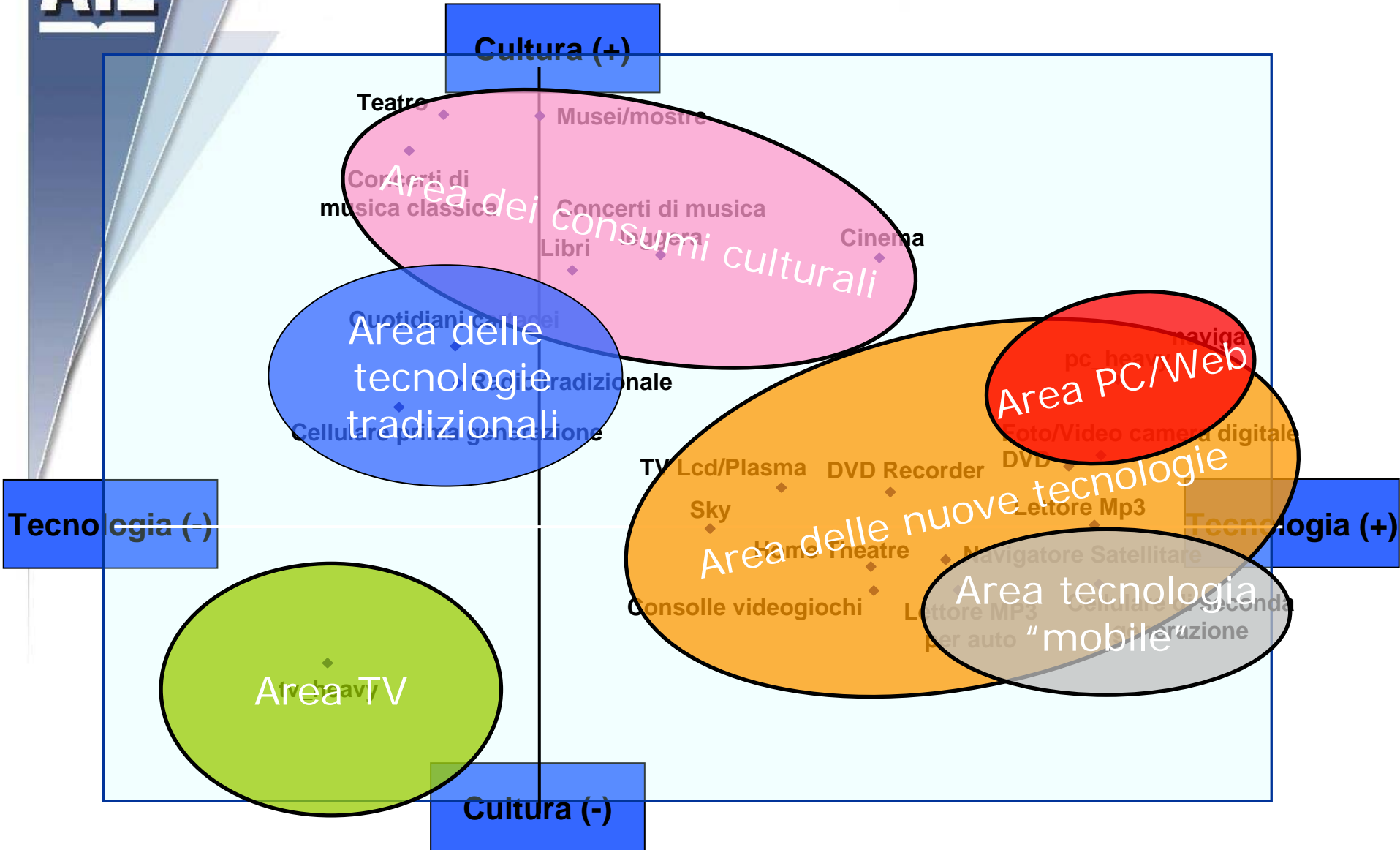


p2p (Emule, Winmx, bitTorrent, ecc.)	33,0%
Visione gratuita su Internet (YouTube, ecc.)	33,0%
Visione a pagamento di film su Internet	1,0%
Acquisto Dvd on line	3,0%
Altro	10,0%

The logo consists of the letters 'AIE' in a bold, white, sans-serif font, positioned on a dark blue background. Below the letters is a thin white horizontal line. The logo is located in the top-left corner of the slide, partially overlapping a decorative graphic of overlapping blue and grey shapes that resemble a folded corner or a stylized 'A'.

**Osservatorio permanente  
contenuti digitali.  
Un possibile scenario.**

# Propensione tecnologica e consumi culturali. Mapping della società italiana.



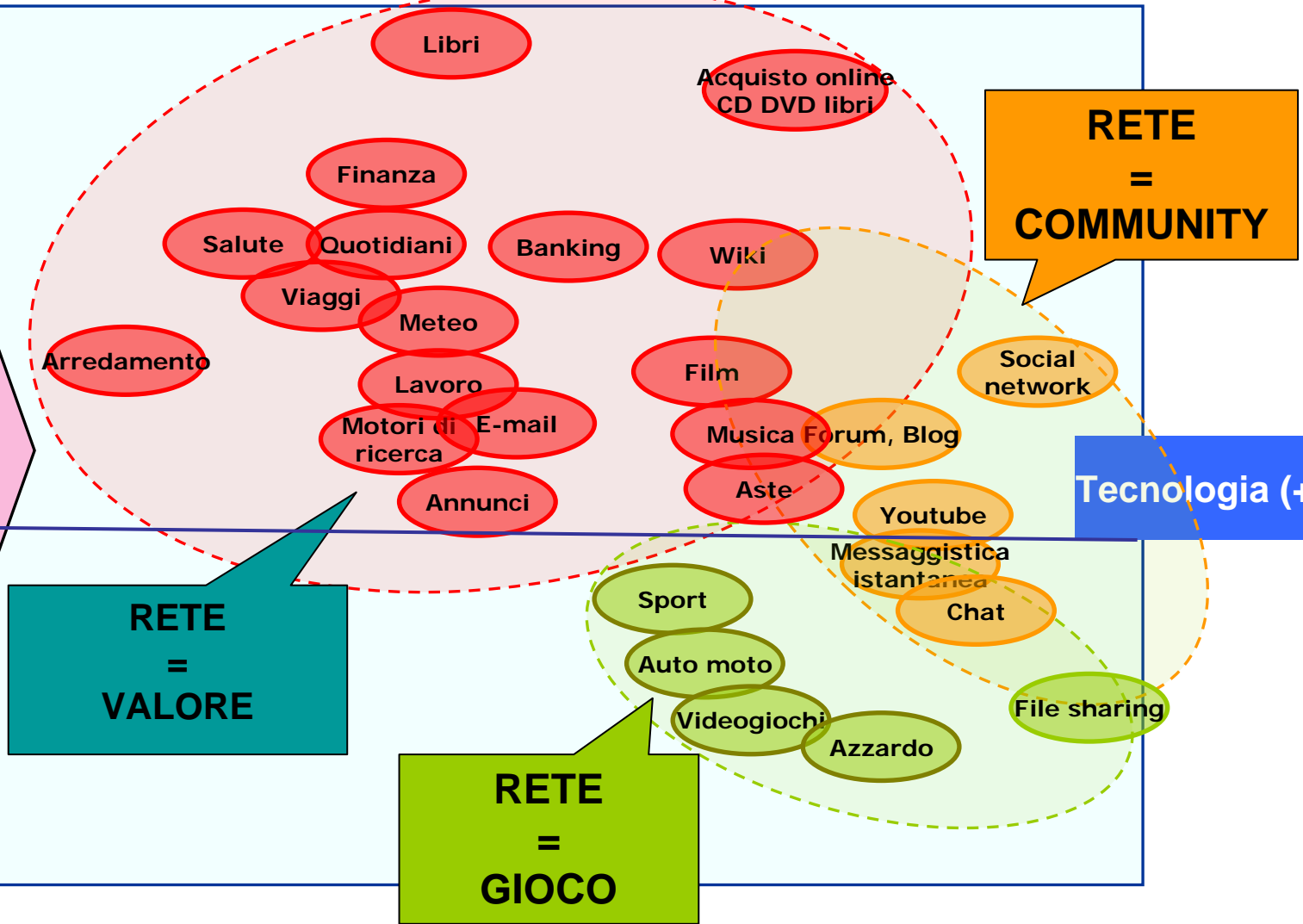
**AIE**

# Qual è il ruolo della rete? Attività e contenuti su Internet nell'area Technofan/ Eclettici.

Cultura (+)

LE AVANGUARDIE

Cultura (-)



## Tendenze comuni.

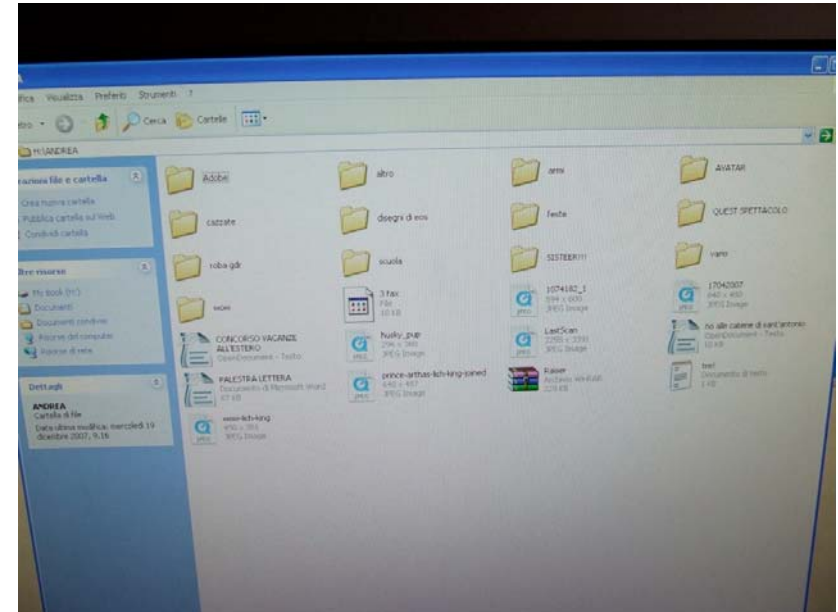
**Tutti per la grande visione. Uso promiscuo e in contemporanea degli strumenti tecnologici (e non) e dei contenuti.**



**Ci si considera abili e naturalmente portati a velocizzare sovrapponendo strumenti e contenuti in uno stesso tempo.**

**Sentirsi «figli dell'era tecnologica» spiega questa sovrapposizione nella fruizione di più strumenti e contenuti.**

**E ciò è proprio sia dei figli sia dei genitori che sempre più si trovano a fare più cose contemporaneamente.**



**«Altare», e la sua biblioteca, bambina 9 anni**

**«Oggetto di culto», madre, figlio 18 anni**

**«Archivio digitale», figlio 18 anni**

**Due cluster molto vicini, ma con due approcci alla tecnologia e anche due visioni del mondo diverse: Eclettici e Technofan.**

## **Eclettici**

**Dalla carta trovano spunto per leggere molto anche sullo schermo.**

**Sono incuriositi dai siti segnalati dai giornali o dalle riviste.**

**I primi criteri di selezione: la notizia curiosa, la novità.**

**Gli argomenti di interesse e di approfondimento on line: design, architettura, attualità, viaggi, moda ma anche «testi»: di canzoni, di poesie, di pagine di libri.**

**Sono frequentatori di siti di libri on line.**

**L'interesse per la parola scritta porta verso la curiosità del testo di una canzone, di cui poi si scarica la musica.**

**Scaricano file musicali di cui spesso hanno letto su video il testo.**

**Dal libro spesso arrivano anche al film, oppure scelgono in base alle critiche lette sui giornali (anche on line).**

**Uso «tradizionale» del mezzo tecnologico, che non è un valore in sé.**

**Due cluster molto vicini, ma con due approcci alla tecnologia e anche due visioni del mondo diverse: Eclettici e Technofan.**

## **Technofan**

**Più frenetici ed energici nell'uso dei mezzi.**

**Immersi nella tecnologia, la usano tanto e con alta familiarità (quantitativamente di più rispetto agli Eclettici)**

**tengono la tv sempre accesa o tendono a non spegnere mai il cellulare e appena tornano a casa riaccendono il computer (peraltro praticamente sempre acceso al lavoro);**

**hanno una relazione stressata con lo strumento che viene sfruttato per il massimo che può dare.**

**La sovrapposizione di strumenti in contemporanea è più spinta**

**L'archiviazione è più soggetta all'usa e getta, l'archivio digitale è più sottoposto al ri-aggiornamento**

**Anche l'archivio DVD è più sui film recenti e non solo di film acquistati (molti scaricati e masterizzati) e più frequente la visione per noleggio (Blockbuster o Hollywood).**

# Il vissuto della tecnologia: i tratti differenzianti

Spesso ancora di prima generazione

Sempre di seconda generazione

Ipod-Mp3

+ Cultura

**Eclettici**

**Technofan**

- Cultura

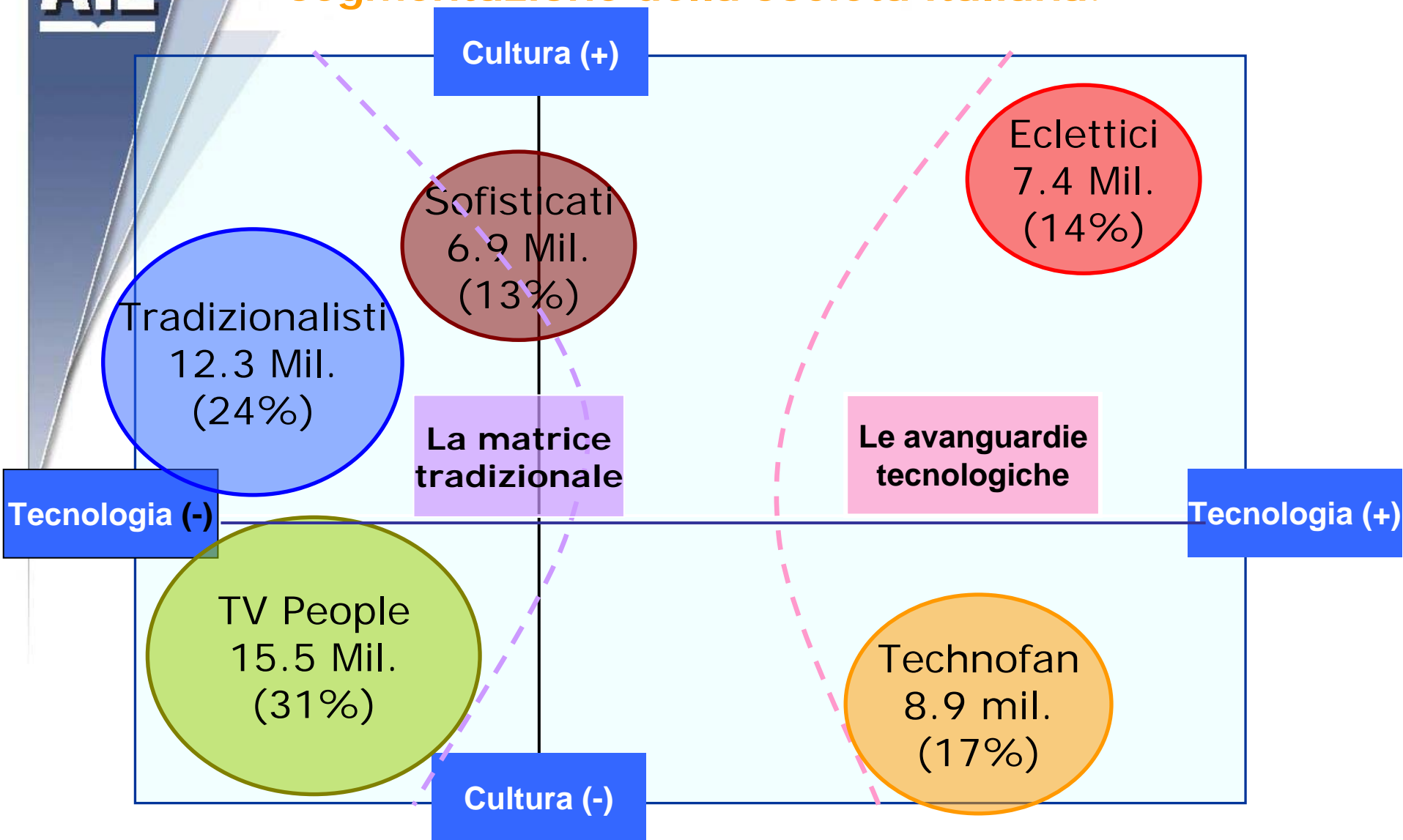
L'emisfero "sinistro": il pensiero e la parola

- I contenuti: informativi, culturali e di servizio
- Uso integrato con la quotidianità
- Relazione affettiva con il contenuto
- Sovrapposizione asincrona di più mezzi → multimedialità
- Cultura dell'archiviazione

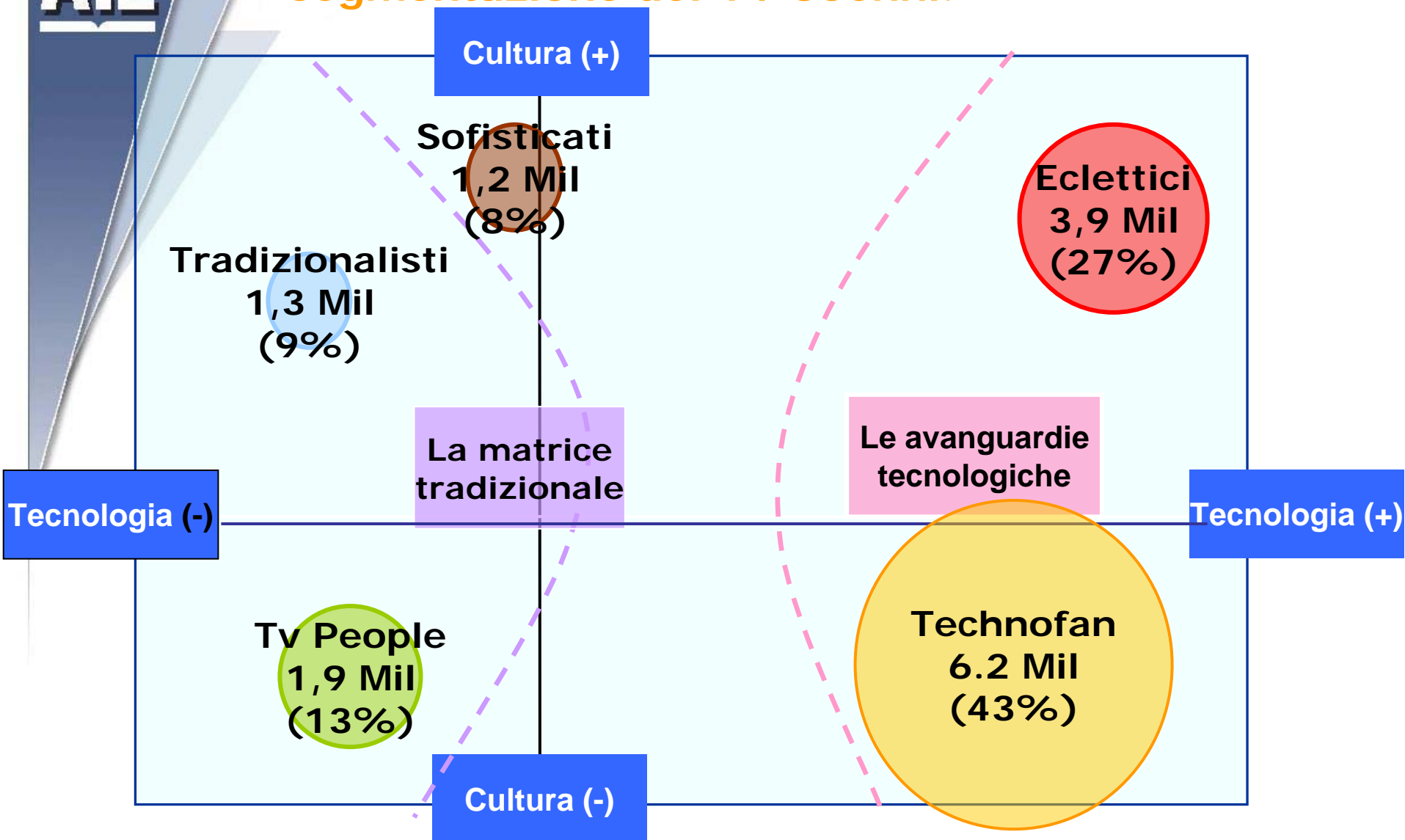
L'emisfero "destro": il sogno e l'immagine

- I contenuti: ludici e relazionali
- Uso della tecnologia fine a se stesso
- Relazione affettiva con il mezzo (alla rincorsa sempre dell'upgrading)
- Sovrapposizione sincrona di più attività → multitasking
- Cultura dell'usa e getta

# Attitudine alla tecnologia e consumi culturali: segmentazione della società italiana.



# Attitudine alla tecnologia e consumi culturali: segmentazione dei 14-35enni.



# L'Italia della prossima generazione.

■ Tv People   
 ■ Tradizionalisti   
 ■ Sofisticati   
 ■ Technofan   
 ■ Eclettici

Famiglie (oggi) con figli 14-34

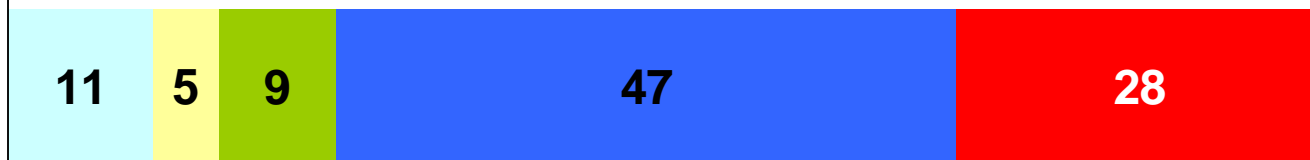


Famiglie (oggi) con figli 4-14



**Applicando le stesse dinamiche familiari rilevate**

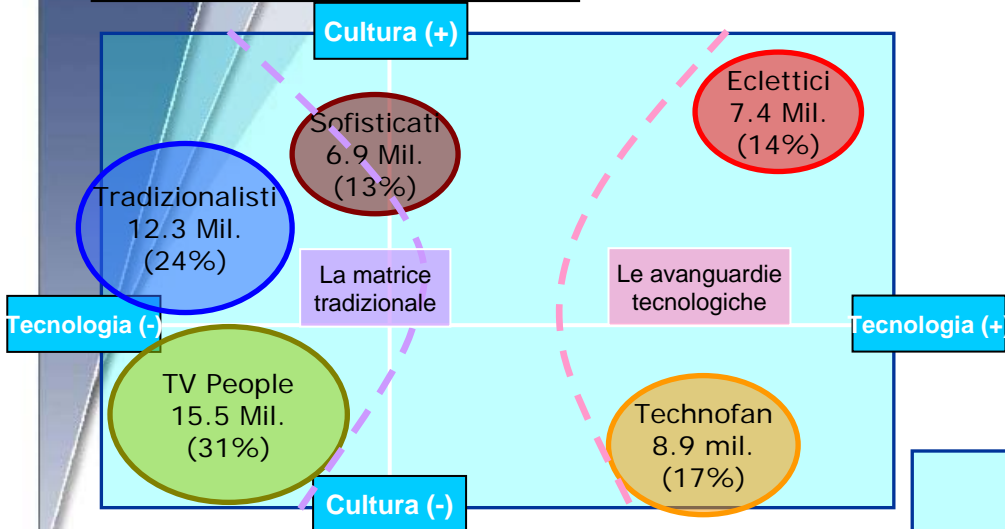
La prossima generazione



**1 su due un Technofan**

## Lo scenario evolutivo.

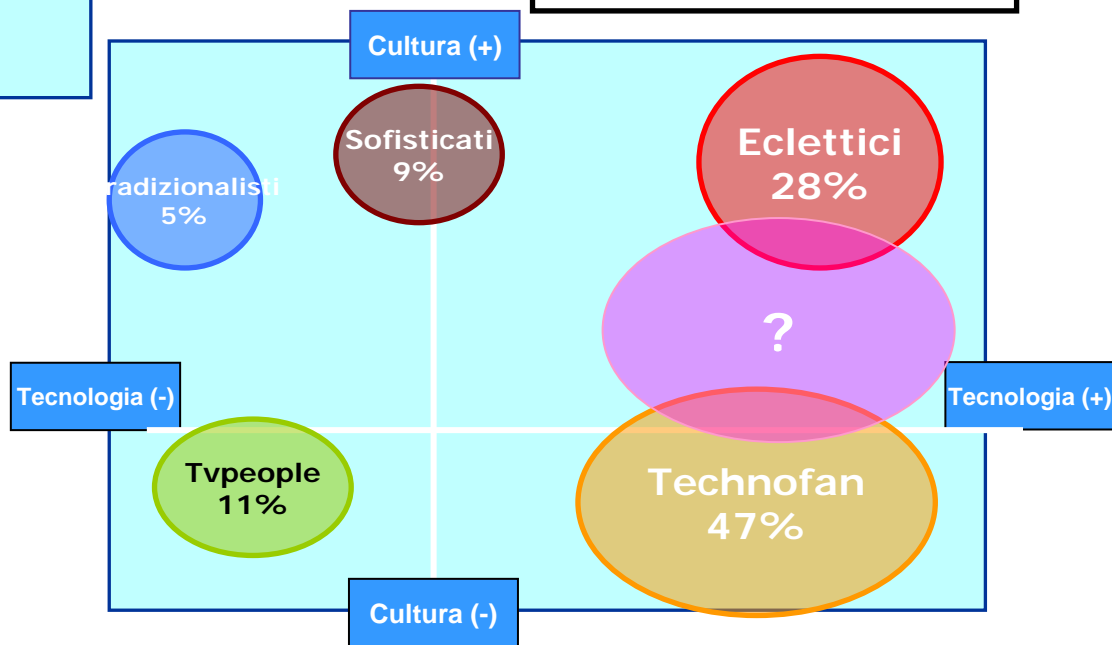
### ITALIA DI OGGI



L'Italia di domani vedrà un fisiologico assottigliamento dei gruppi della parte sinistra della nostra mappa.

Le differenze e le problematiche legate ad Eclettici e Technofan coinvolgeranno la larga maggioranza della popolazione

### ITALIA DI DOMANI



Cosa potrebbe significare per le industrie dei contenuti la crescita di un cluster di persone in cui prevale una **relazione stressata con lo strumento tecnologico**, con una maggiore **sovrapposizione di tecnologie** in contemporanea?

**L'editoria libraria, come quella della stampa quotidiana, vive oggi una crisi di legittimità per il fatto che quell'ambito pubblico (ma anche distributivo e tecnologico) che i giornali e i libri hanno contribuito a costruire tra XVIII e tutto il XIX e XX secolo si sta disintegrando.**

**Si sta disintegrando in seguito allo sviluppo di Internet, per la crescita di forme di self publishing (e di self printing) come delle piattaforme evolute di telefonia mobile, per il cambiamento di comportamenti e di stili di vita, per un processo di frammentazione e granularizzazione sociale. Per una più diffusa capacità di autoproduzione di contenuti informativi e non.**

**Riprendo, e adatto, da: Javier Moreno (direttore di «El País») in un'intervista ad A. Oppes, *I giornali stampati e la sfida di Internet, intervista a Javier Moreno*, «la Repubblica», 27 marzo 2008, p. 46.**