

# Uso consapevole dei Social Network

©2018 Davide De Pietro, Tommaso Tobini

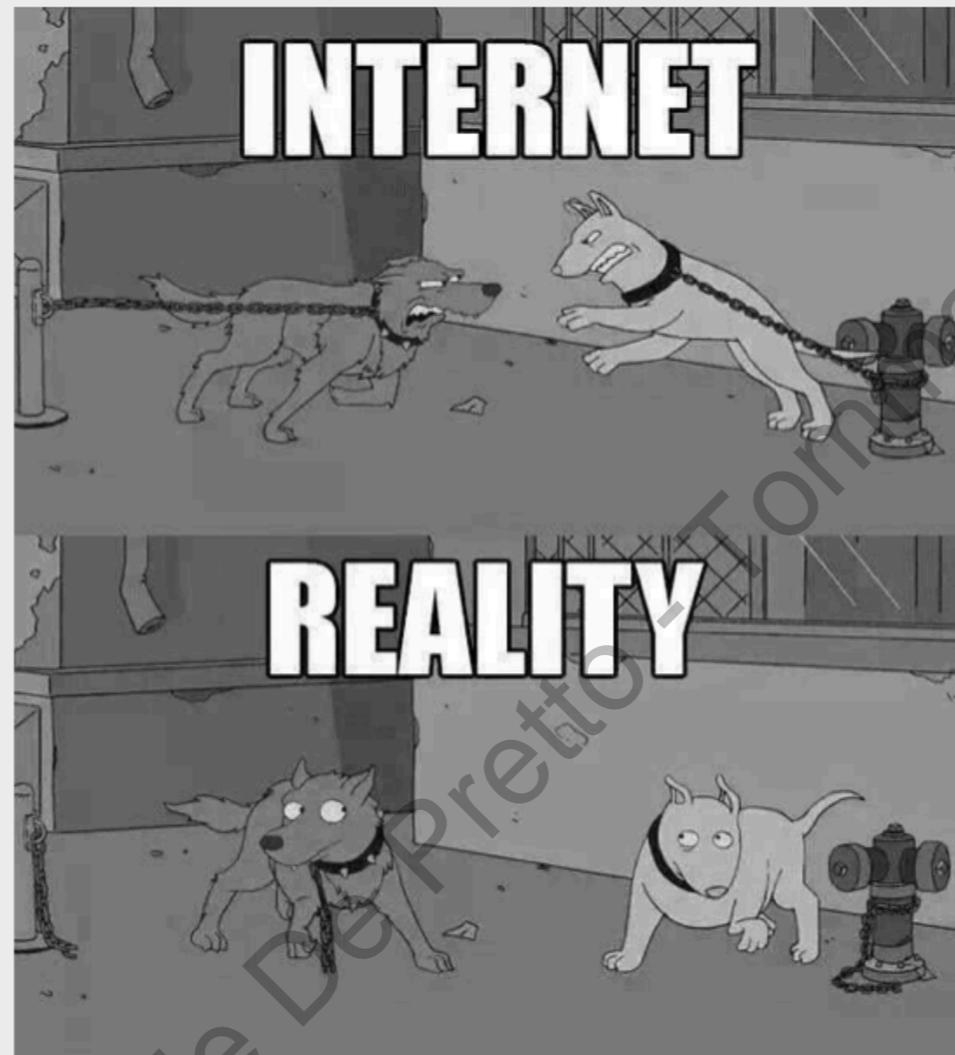
**Davide De Pretto**

@davidedepretto

**Tommaso Tobini**

@tommasotobini

©2018 Davide De Pretto - Tommaso Tobini



# Il linguaggio sul web

Differenze

©2018 Levide Depretorio Tommaso Tobini

# Spett-ATTORI del web

Un'overview dei risultati della ricerca realizzata da Doxa Kids per Telefono Azzurro sull'utilizzo della Rete da parte di bambini e adolescenti. Edizione 2018.

## QUALI SONO I RISCHI DEL WEB SECONDO I RAGAZZI?

### Sessualità

72%

Paura e curiosità rispetto a relazioni intime online e allo scambio/visione di foto e video

	12-14 anni	15-18 anni
Incontrare malintenzionati	44	41
Fidarsi troppo di qualcuno online	29	39
Ricevere richieste per invio foto e/o video	19	25
Ricevere complimenti non graditi da estranei	20	19
Ricevere richieste di incontri offline	09	12

Conosce almeno un coetaneo iscritto a un'app o sito di incontri



15%

12-14 anni	18-15 anni
10	20

Conosce almeno un coetaneo che guarda video con contenuti pornografici

40%

12-14 anni	18-15 anni
33	45

55%

### Violenza e prevaricazione



Cyberbullismo, linguaggio volgare e comportamenti offensivi e violenti

12-14 anni	15-18 anni	
32	16	Leggere frasi volgari o violente
31	38	Subire cyberbullismo
15	18	Leggere contenuti offensivi

Cosa pensi delle challenges "rischiose" delle sfide che vengono diffuse in rete (es. Blue Whale, Neknomination, Salt and ice, 31 rainbow milk, Daredevil Selfie)?

	12-14 anni	18-15 anni
Mi spaventano	41	27
Parlarne troppo aumenta il rischio di emulazione	21	27

### Contenuti personali

34%

Condivisione diretta e indiretta di informazioni private

	12-14 anni	15-18 anni
Rovinare la propria reputazione	05	11
L'utilizzo dei propri dati senza consenso	13	23
Postare qualcosa senza pensarci abbastanza	19	14

In una diretta streaming / live / storie ti è mai capitato di avere un'esperienza spiacevole?



59%

12-14 anni

22%

### Uso del denaro



Abitudini e influenze nei comportamenti di acquisto online

12-14 anni	15-18 anni	
24	21	Spendere soldi senza rendersene conto

Cosa influenza gli acquisti dei più piccoli?

54%	50%	24%
Televisione	Passaparola imitazione fra pari	Youtuber Personaggio online



### Ricerca di informazioni

21%

Internet come fonte di notizie sulla propria salute... e non solo

	12-14 anni	15-18 anni
Incontrare notizie false (fake news)	12	26

Cercando in internet informazioni sulla salute ti è capitato di ...

	12-14 anni	15-18 anni
Trovare informazioni discordanti	15	26
Trovare informazioni che si sono rivelate false	16	22
Leggere informazioni che mi hanno terrorizzato	14	20



**kahoot.it**

Fuori gli smartphone!

**Come funzionano  
i social network?**

©2018 Davide De Pretto Tommaso Tobini

# Come funziona Internet?

©2018 Davide De Pretto - Tommaso Tobini

**Cos'è Internet?**

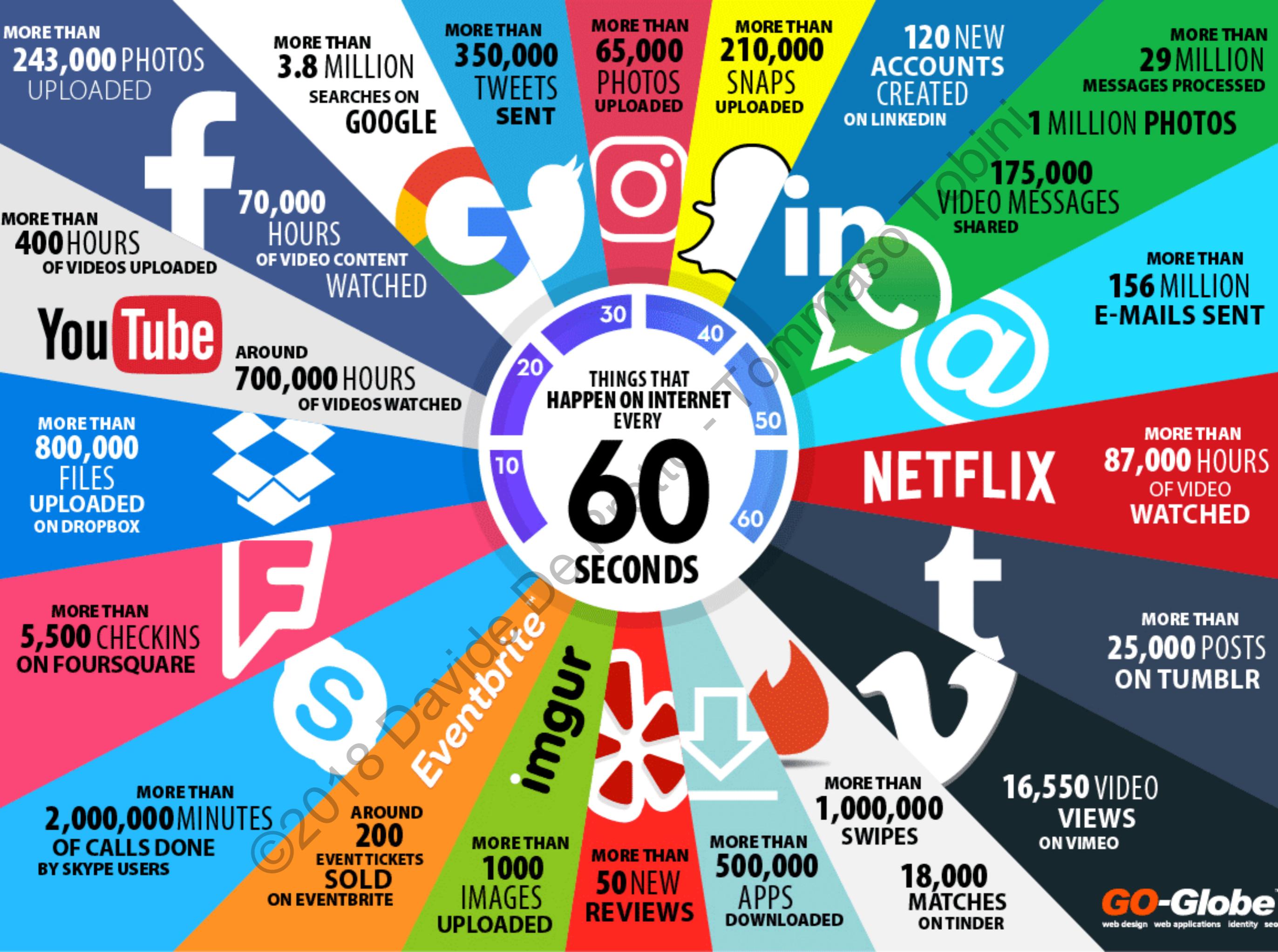
©2018 Davide De Pretto - Tommaso Tobini

# Cos'è Internet?

- È una **rete pubblica ed internazionale**
- Nasce alla fine degli **anni '50** dalla necessità da parte degli Stati Uniti di creare una rete **a prova di guerra**.
- L'idea che sta alla base è di una **rete decentralizzata**.
- Per questo, **Internet non può avere "padroni"**

# Cos'è Internet?

- La **libertà** intrinseca del web ha portato molte aziende a **investire** in questa novità.
- Negli anni, questi investimenti hanno generato **enormi profitti**, creando le più grosse multinazionali odierne.
- Queste aziende sono **la parte più nota** di Internet e i loro servizi sono usati ogni giorno da **miliardi** di persone nel mondo.



MORE THAN **243,000** PHOTOS UPLOADED



MORE THAN **3.8** MILLION SEARCHES ON **GOOGLE**

MORE THAN **350,000** TWEETS SENT

MORE THAN **65,000** PHOTOS UPLOADED

MORE THAN **210,000** SNAPS UPLOADED

**120** NEW ACCOUNTS CREATED ON LINKEDIN

MORE THAN **29** MILLION MESSAGES PROCESSED

**1** MILLION PHOTOS

**70,000** HOURS OF VIDEO CONTENT WATCHED

MORE THAN **400** HOURS OF VIDEOS UPLOADED



AROUND **700,000** HOURS OF VIDEOS WATCHED

MORE THAN **800,000** FILES UPLOADED ON DROPBOX



MORE THAN **87,000** HOURS OF VIDEO WATCHED

THINGS THAT HAPPEN ON INTERNET EVERY

**60** SECONDS



MORE THAN **25,000** POSTS ON TUMBLR



MORE THAN **5,500** CHECKINS ON FOURSQUARE



MORE THAN **2,000,000** MINUTES OF CALLS DONE BY SKYPE USERS



AROUND **200** EVENT TICKETS SOLD ON EVENTBRITE



MORE THAN **1000** IMAGES UPLOADED



MORE THAN **50** NEW REVIEWS



MORE THAN **500,000** APPS DOWNLOADED



MORE THAN **1,000,000** SWIPES

**18,000** MATCHES ON TINDER

**16,550** VIDEO VIEWS ON VIMEO

# Perché investire su servizi Internet?

©2018 Davide De Pretto, Tommaso Tobini

**PUBBLICITÀ**

# Il regno della pubblicità

- Fino all'introduzione di Internet, la pubblicità era appannaggio dei media **broadcast**.
- In altre parole, il messaggio pubblicitario doveva essere **pensato per tutte le persone**, contemporaneamente.
- Esistevano le **ricerche di mercato**, ma erano costose, laboriose e richiedevano grandi competenze di marketing
- Ogni comunicazione ha un target di riferimento, in particolare la pubblicità, che fa leva sui **bisogni**

- **piu' soffice**
- **piu' sugoso**
- **piu' abbondante**
- **piu' gustolungo**
- **piu' grossi**  
**i palloni**



©2018 Davide De Pretto, Tommaso Tobini

# Il regno della pubblicità

- Internet, invece, è stato uno dei primi media **narrowcast**
- Su Internet, è possibile **indirizzare un messaggio** ad uno specifico utente, magari senza che lui se ne renda conto
- È anche possibile, tramite varie tecnologie, **profilare** un utente, **raccogliendo** i suoi stili di vita, le sue abitudini...
- La pubblicità è **il motivo** per cui **esistono social e chat**

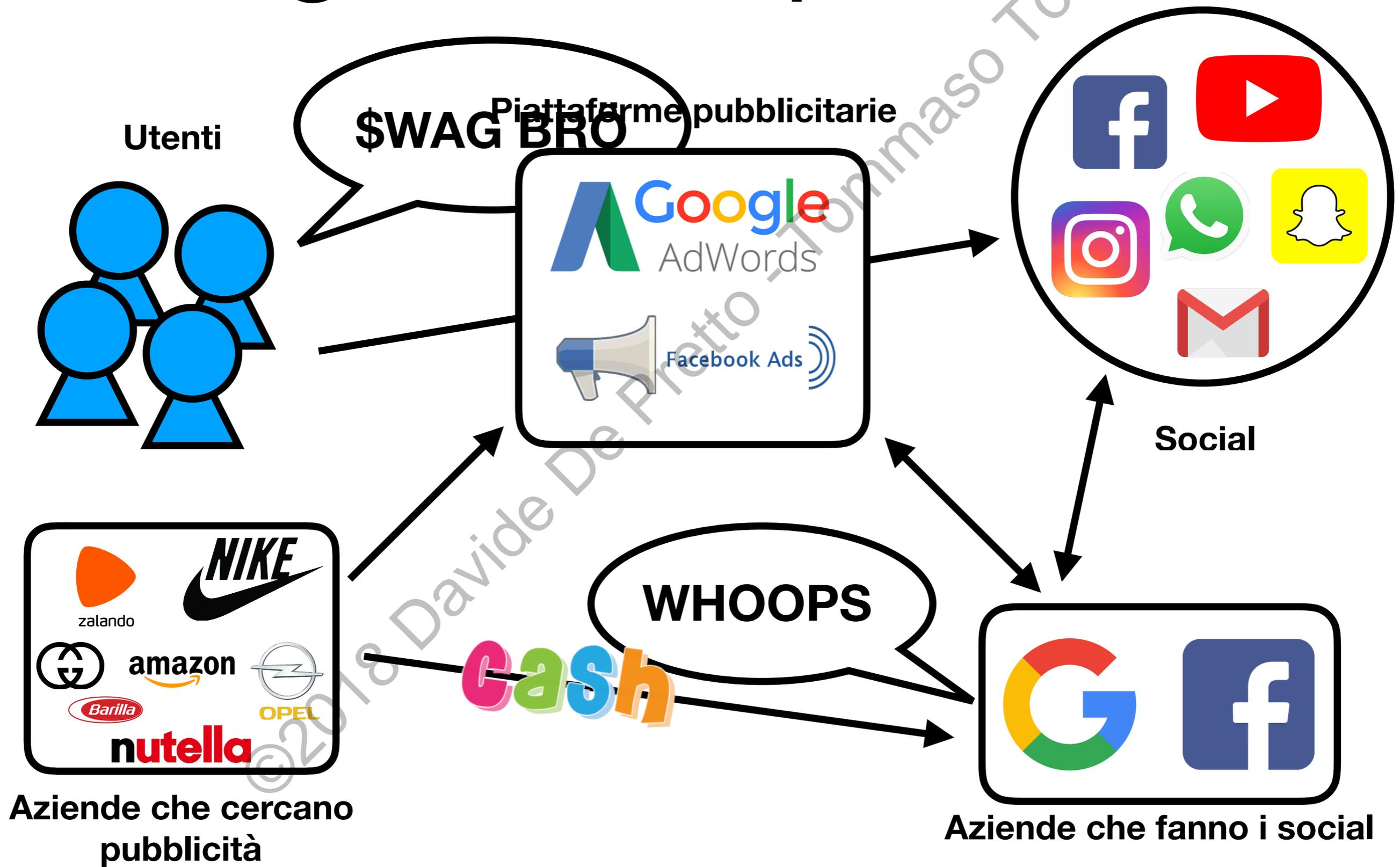


©2018 Davide De Pretto - Tommaso Tobini

Come funzionano le  
pubblicità su Internet?

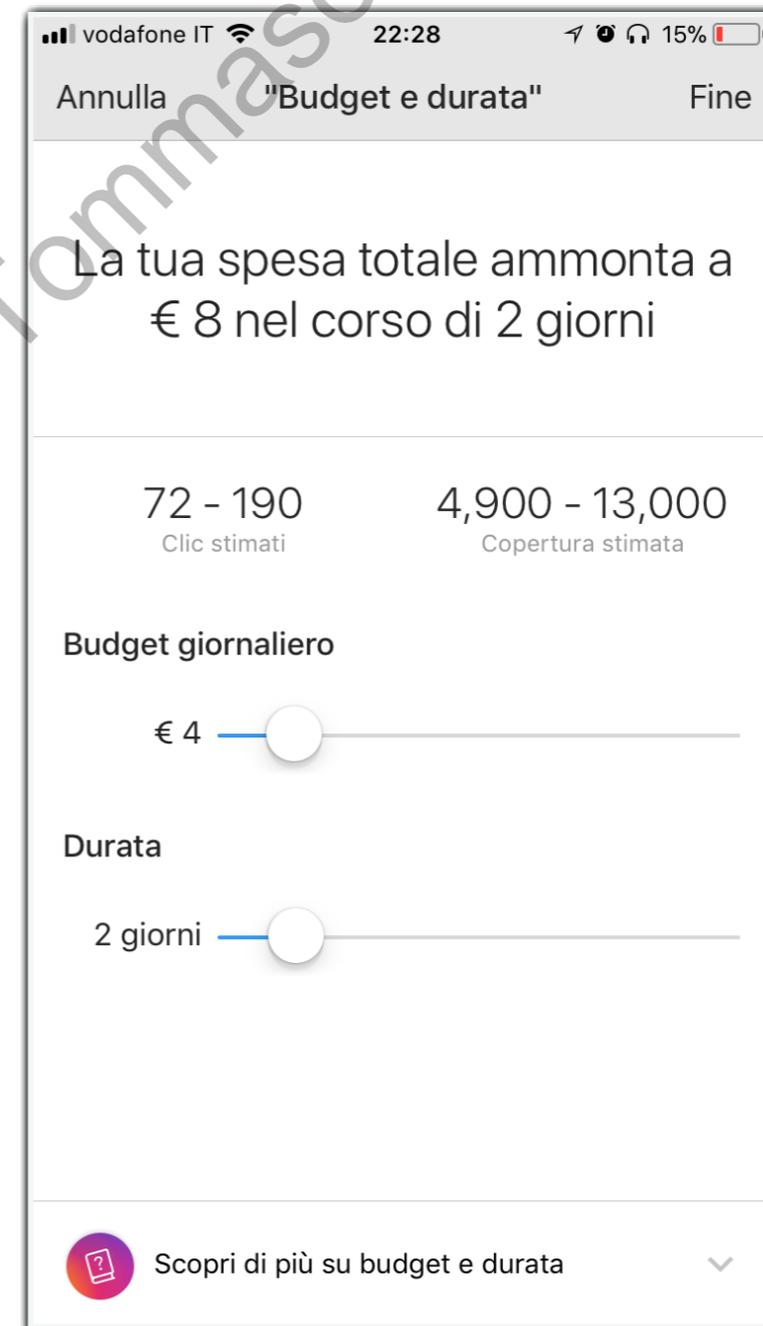
©2018 Davide De Pretto Tommaso Tobini

# Il regno della pubblicità



# Il regno della pubblicità

- Le piattaforme pubblicitarie permettono di determinare facilmente il **target**
- Sono strumenti **semplici**, spesso con una componente **automatica**
- Generalmente non richiedono particolari competenze per essere utilizzati



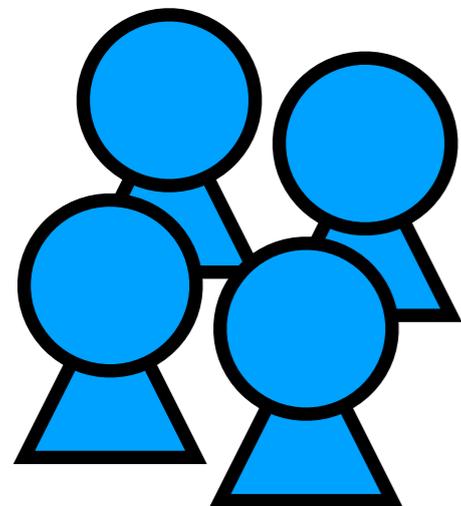
**Ma non esistono solo i  
social network...**

©2018 Davide De Pretto, Tommaso Tobini

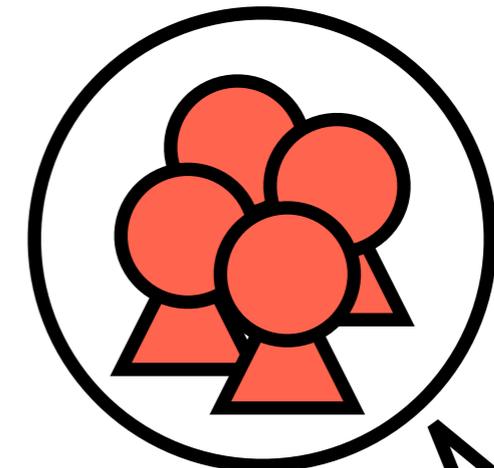
# Il regno della pubblicità

Utenti

Piattaforme pubblicitarie



Social



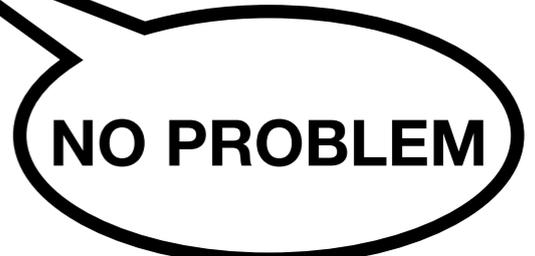
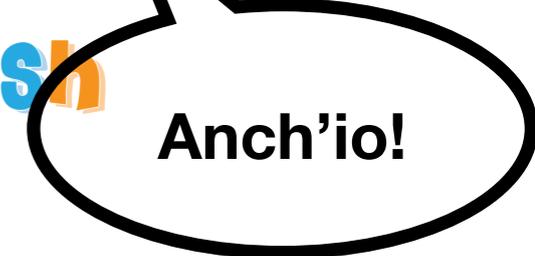
Altri siti web



Aziende che cercano pubblicità



Aziende che fanno i social e i servizi pubblicitari



© 2018 Davide De Pretto - Tommaso Tordini

# Fake News

©2018 Davide De Pretis - Tommaso Tobini



**kahoot.it**

Fuori gli smartphone!

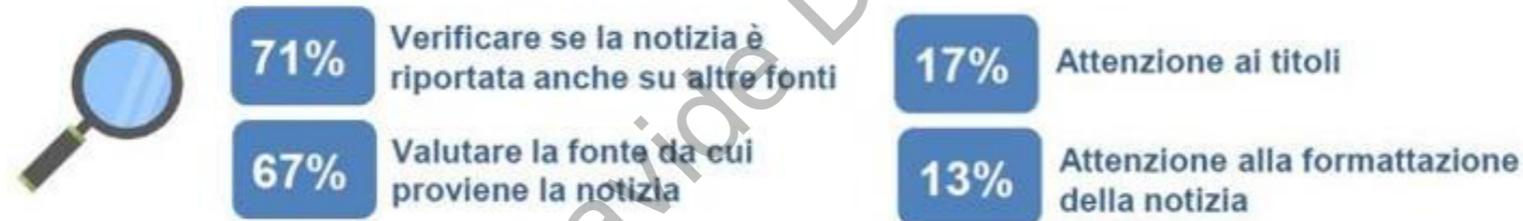
©2018 Davide De Pretto - Tommaso Tubini

# Perché se ne parla?

## LE FAKE NEWS: UN FENOMENO PREOCCUPANTE



### Come riconoscere una notizia vera da una «fake»?



Base: totale campione (750)

# Cosa sono le fake news?

- Traduzione letterale di *notizie false*
- Sono **sempre esistite**
- Oggi hanno maggiore diffusione attraverso i **social network**
- Ideate per **target specifici** di utenti
- **Motivi sociali**, politici ed economici
- Finalizzate alla manipolazione dell'**opinione pubblica**
- Soddisfano il nostro *desiderio di lasciarci ingannare*

“Con le false notizie il problema è che **non smettono di essere notizie per il fatto di essere false.**”

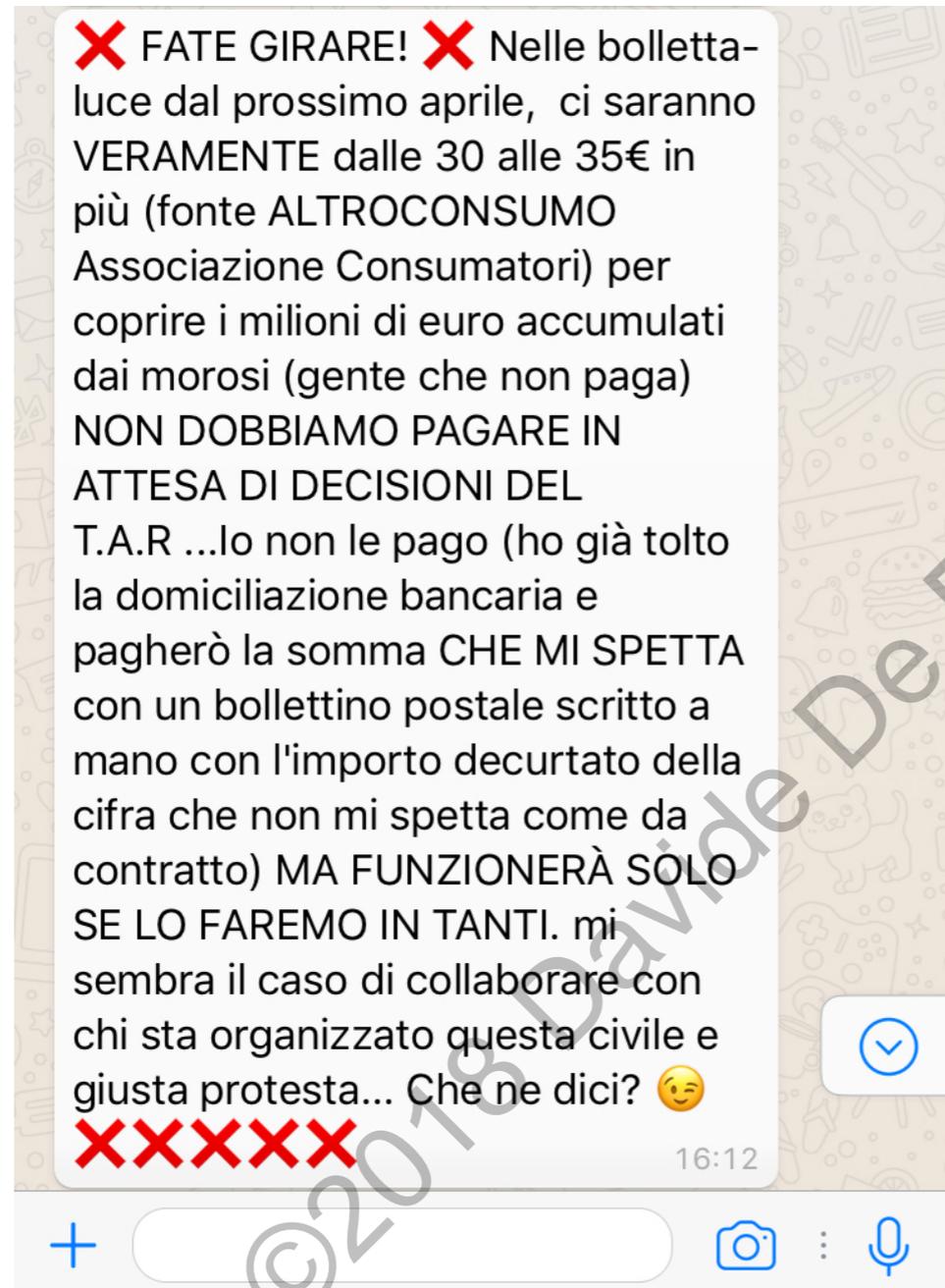
A. Zaccuri, L'Avvenire, 6/9/2017

©2018 Davide De Pretto, Tommaso Tobini

# Chi guadagna dalle fake news? Come?

- Guadagno economico
  - Il guadagno è dato dalla pubblicità pay-for-click
  - Contenuti più generici, di costume e meno subdoli
- Guadagno di consenso
  - Il guadagno è dato dalla diffusione di un'idea
  - Contenuti specifici di tipo politico, culturale e religioso

# Il messaggio Whatsapp a nome *Altroconsumo*: una bufala!



“Come ci viene segnalato da più fonti, nelle ultime ore sta girando su Whatsapp questo messaggio che invita i consumatori a non pagare le bollette per *coprire i milioni di euro accumulati dai morosi*. Trattandosi di una bufala, consigliamo a tutti di **evitare di condividerlo ulteriormente**.

22/02/2018

# La vittima: il dibattito pubblico

- Più o meno consapevolmente, cerchiamo informazioni e articoli che diano **sostegno ai nostri pre-giudizi**
- Cerchiamo di evitare lo sforzo psicologico di **confrontarci autenticamente** con idee diverse dalla nostra
- Con pubblico virtuale, rispondiamo solo davanti a noi stessi.
- Spesso volontariamente, o a causa degli algoritmi dei feed, ci circondiamo solo di opinioni e posizioni simili alla nostra. Questo fenomeno prende il nome di **echo chamber**

# La post-verità

Nella post-verità la notizia viene **percepita e accettata come vera** dal pubblico sulla base delle **emozioni** e delle **sensazioni**, senza **nessuna analisi** concreta dell'effettiva veridicità dei fatti espressi.

In una discussione caratterizzata da “post-verità”, i **fatti oggettivi** - chiaramente accertati - sono **meno influenti** nel formare l'opinione pubblica rispetto ad **appelli ad emozioni e convinzioni** personali.

# DECALOGO DELL'ESPLORATORE DI NOTIZIE DIGITALI

- 01 CONTROLLA SEMPRE  
L'INDIRIZZO WEB
- 02 DAI UN'OCCHIATA  
ALLA SEZIONE "CHI SIAMO"
- 03 OCCHIO ALLA SPUNTA BLU  
SUI PROFILI SOCIAL
- 04 DIFFIDA DEI TITOLI  
TROPPO URLATI!
- 05 RISALI ALLA  
FONTE PRIMARIA
- 06 CERCA SEMPRE  
ALTRE CONFERME
- 07 VERIFICA LA DATA  
E LE LOCALITÀ
- 08 ASSICURATI CHE NON SIA  
UNO SCHERZO
- 09 ATTENTO  
AI FOTOMONTAGGI
- 10 PENSA PRIMA  
DI CONDIVIDERE!



Quindi?

©2018 Davide De Pretto - Tommaso Tobini

# Quindi?

- I social network, nati con l'intento di rappresentare la realtà spesso diventano **sostitutivi**.
- È importante tenere sempre a mente che su internet la realtà può essere facilmente manipolata e modificata
- Questo avviene nelle fake news, ma anche nel proporre un prodotto o servizio (pubblicità)
- È fondamentale **non** cadere nella tentazione di sentirsi inadeguati rispetto ai modelli proposti da Internet.



**kahoot.it**

Fuori gli smartphone!

<https://goo.gl/forms/Vg44MdRPx48kD4qp1>



# Grazie dell'attenzione

Punta al QR code

o copia il link per darci il tuo feedback