

L'uso di Community, Instant Messaging e Social Network

Indagine presso gli adolescenti di 13-17 anni

Indagine condotta per conto di



Save the Children

SINTESI DEI RISULTATI

S. 8704/c - Febbraio 2008



INTRODUZIONE

Obiettivi della ricerca

Doxa ha svolto un'indagine volta a raccogliere alcune informazioni sull'uso di community, instant messaging e social network, presso un campione nazionale rappresentativo di adolescenti fra i 13 e i 17 anni.

Più precisamente sono state rilevate informazioni su :

▪ l'incidenza dell'uso di

- programmi di instant messaging e siti di social network e communities più visitati
- l'apertura di un profilo

- ❑ gli elementi inseriti nella propria pagina personale
- ❑ le opinioni sulla facilità di risalire alla propria persona attraverso il profilo su Internet
- ❑ i motivi d'uso
- ❑ le modalità utilizzate per comunicare con i propri "contatti"
- ❑ gli argomenti discussi con i propri "contatti"
- ❑ gli incontri *offline* con persone conosciute *online*
- ❑ le relazioni con persone molto più grandi che si possono incontrare *online*
- ❑ le attese per il futuro / i suggerimenti ai gestori / le richieste di aiuto

Metodologia

Sono state condotte **300** interviste telefoniche ad un campione nazionale rappresentativo degli adolescenti fra i 13 e i 17 anni.

Le famiglie da contattare sono state estratte casualmente da un file di famiglie abbonate al telefono, organizzato per comune e già distribuite come l'universo di riferimento.

La rilevazione é stata effettuata col sistema C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interview) da un gruppo di intervistatori opportunamente istruiti e costantemente controllati da alcuni supervisori.

Le interviste sono state realizzate **dal 31 gennaio al 3 febbraio 2008**.

RISULTATI

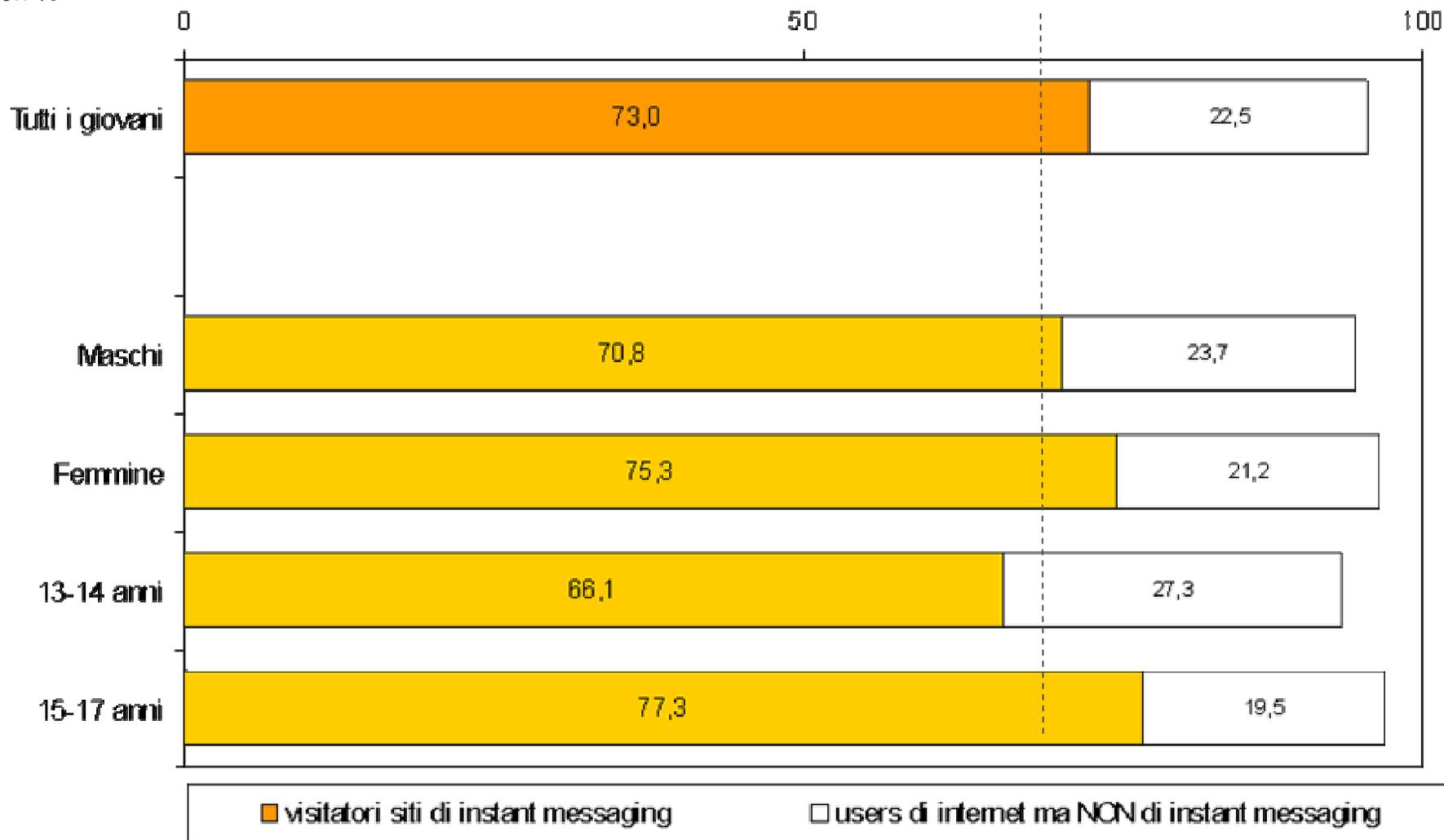
Quota di giovani di 13-17 anni che usano Internet

Valori %

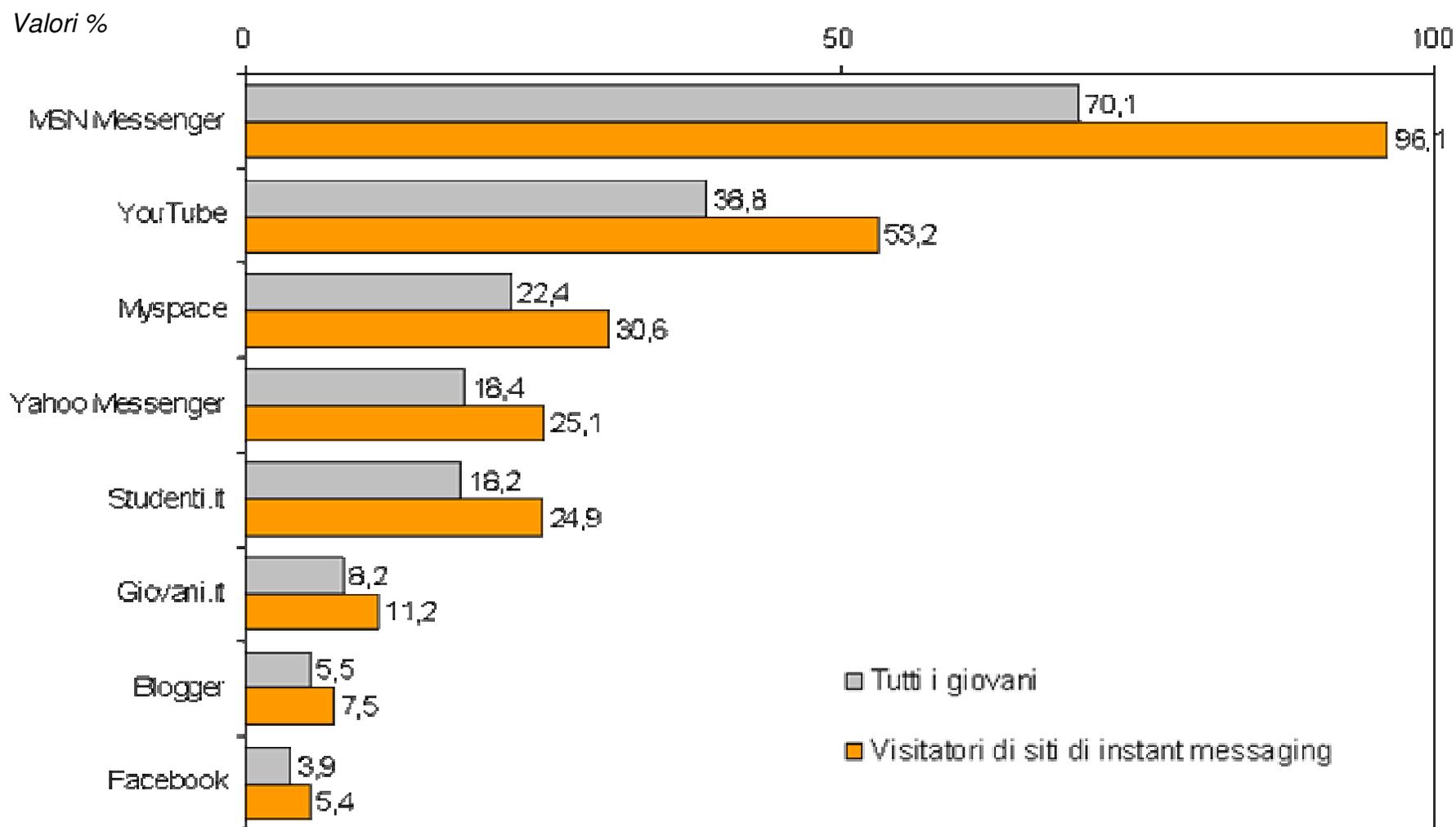


Quota di giovani di 13-17 anni che hanno visitato almeno una volta programmi di instant messaging, siti di social network e/o communities

Valori %

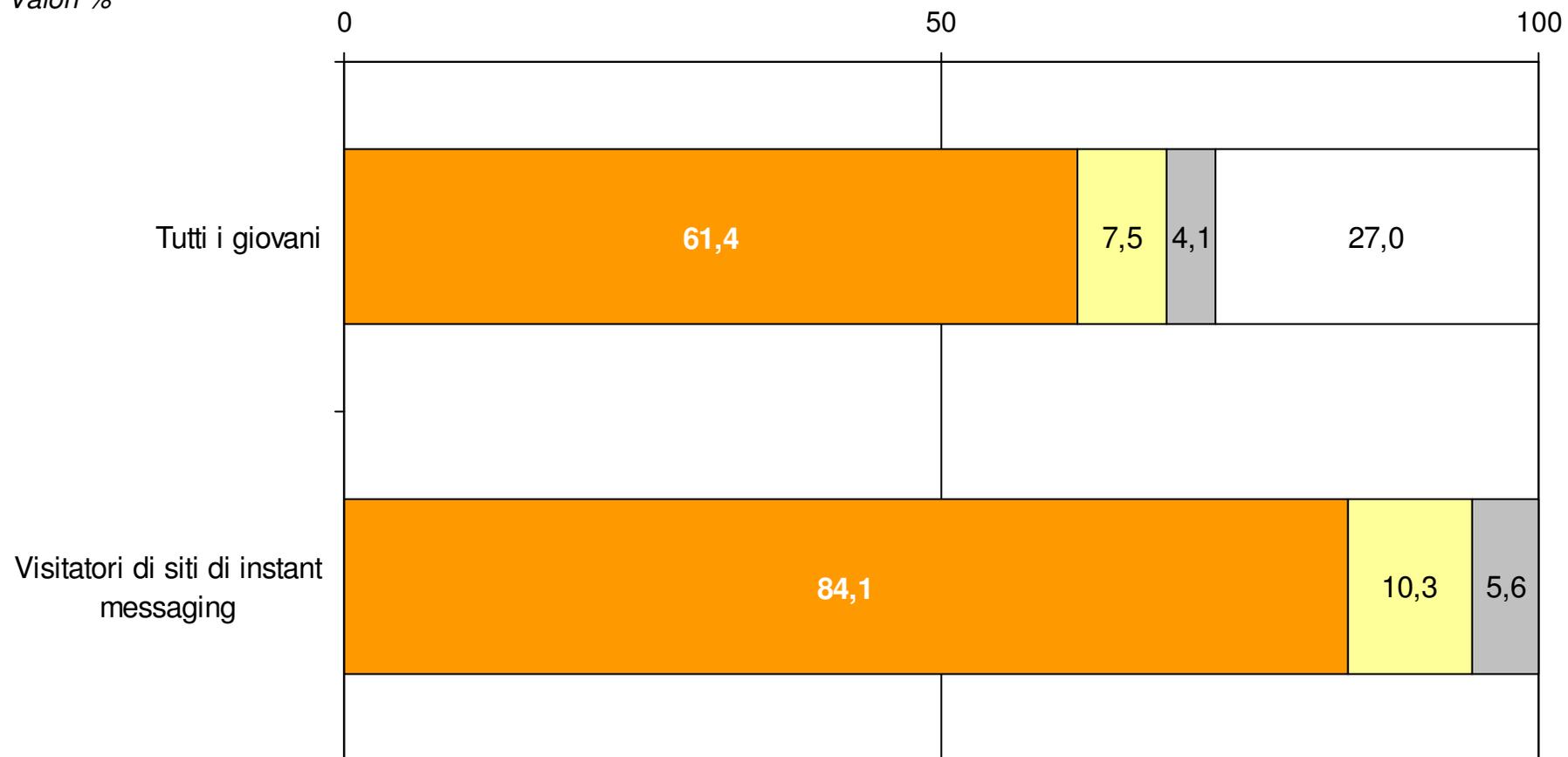


Programmi di instant messaging, siti di social network e communities visitati almeno una volta



La community, il programma di instant messaging o il sito di social network utilizzato più spesso

Valori %



■ MSN Messenger

■ YouTube

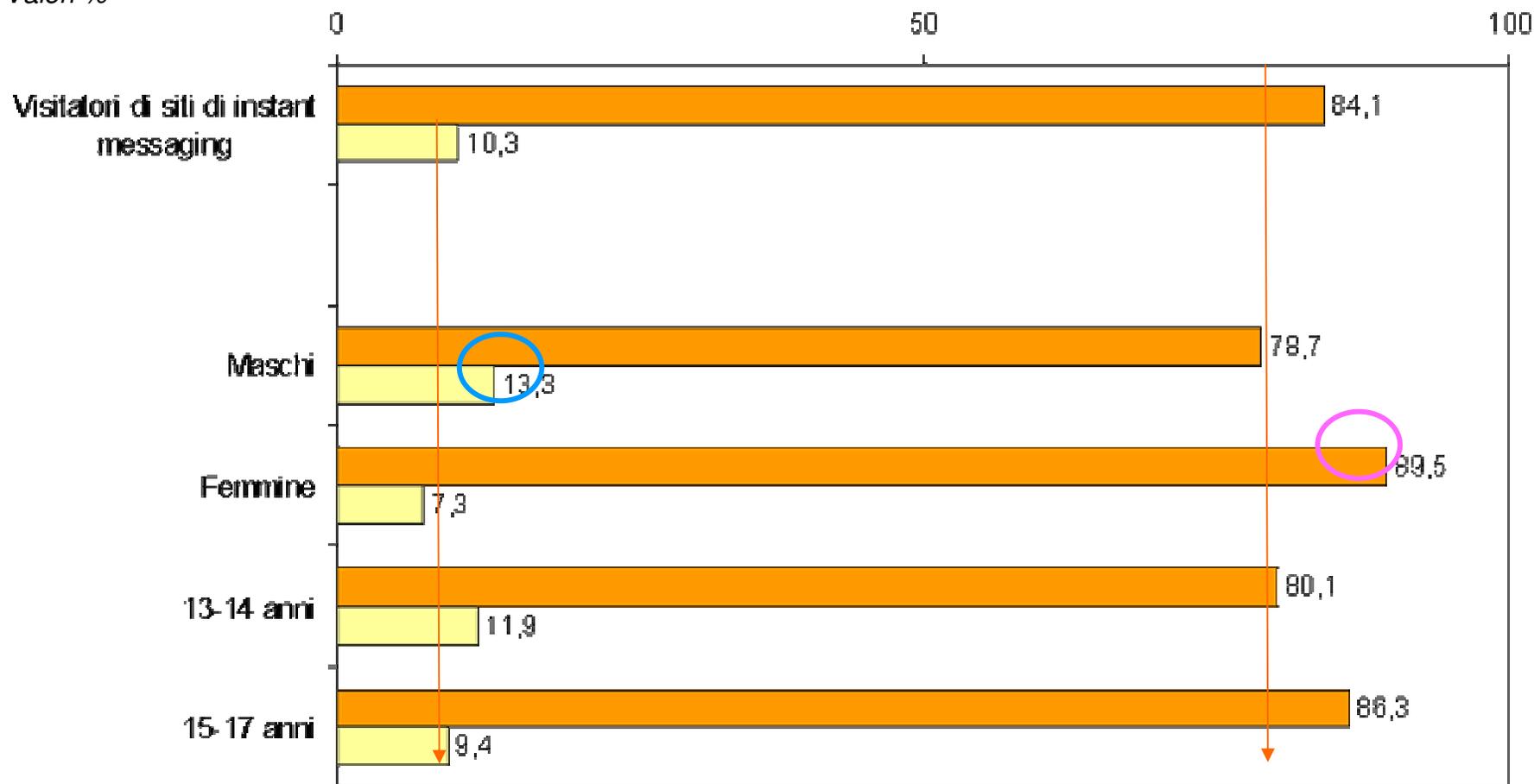
■ Altri siti

□ Non user di instant messaging

I più utilizzati: MSN Messenger e YouTube

analisi per sesso ed età

Valori %

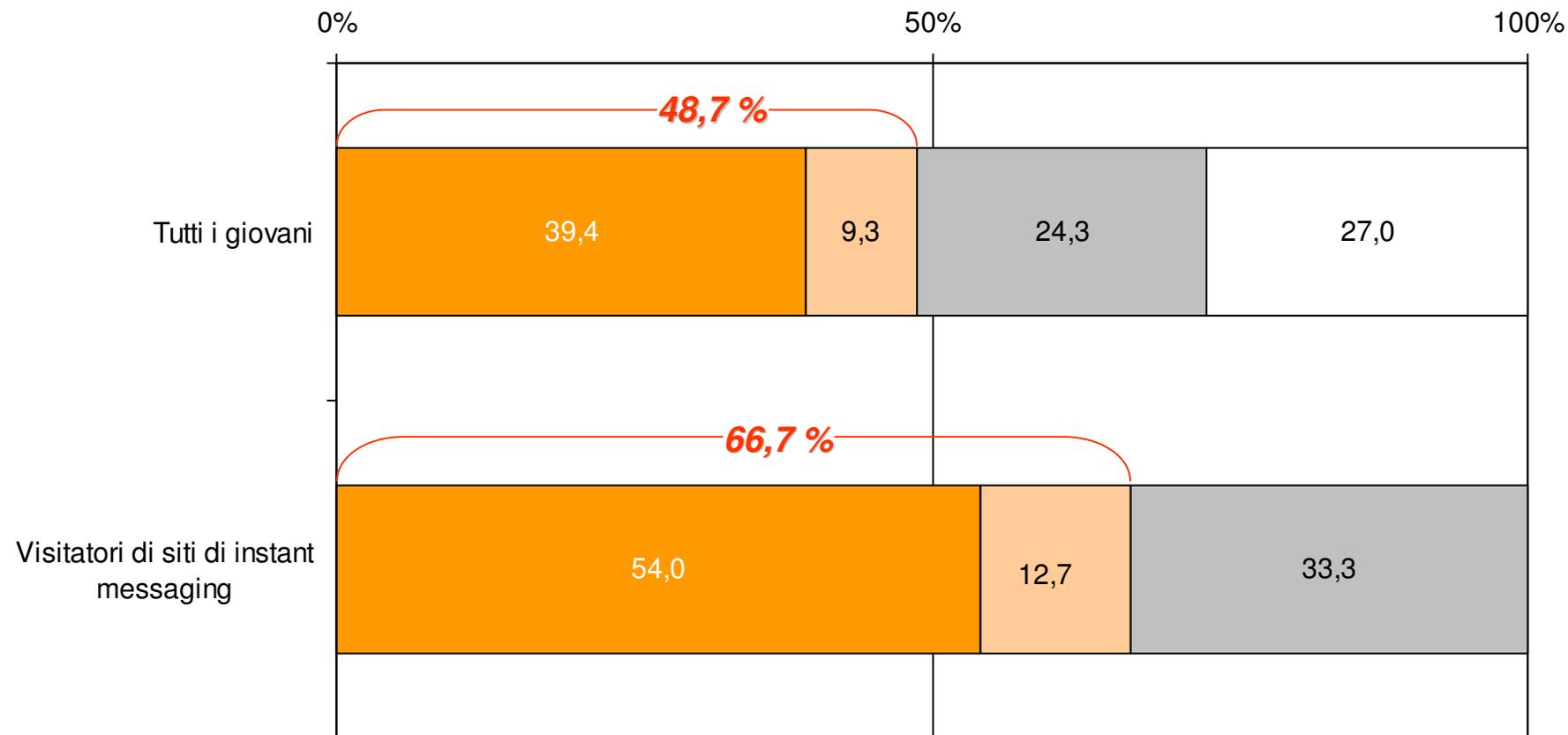


MSN Messenger

YouTube

L'apertura di un profilo personale SU un programma di instant messaging, su un sito di social network o su una community

Valori %

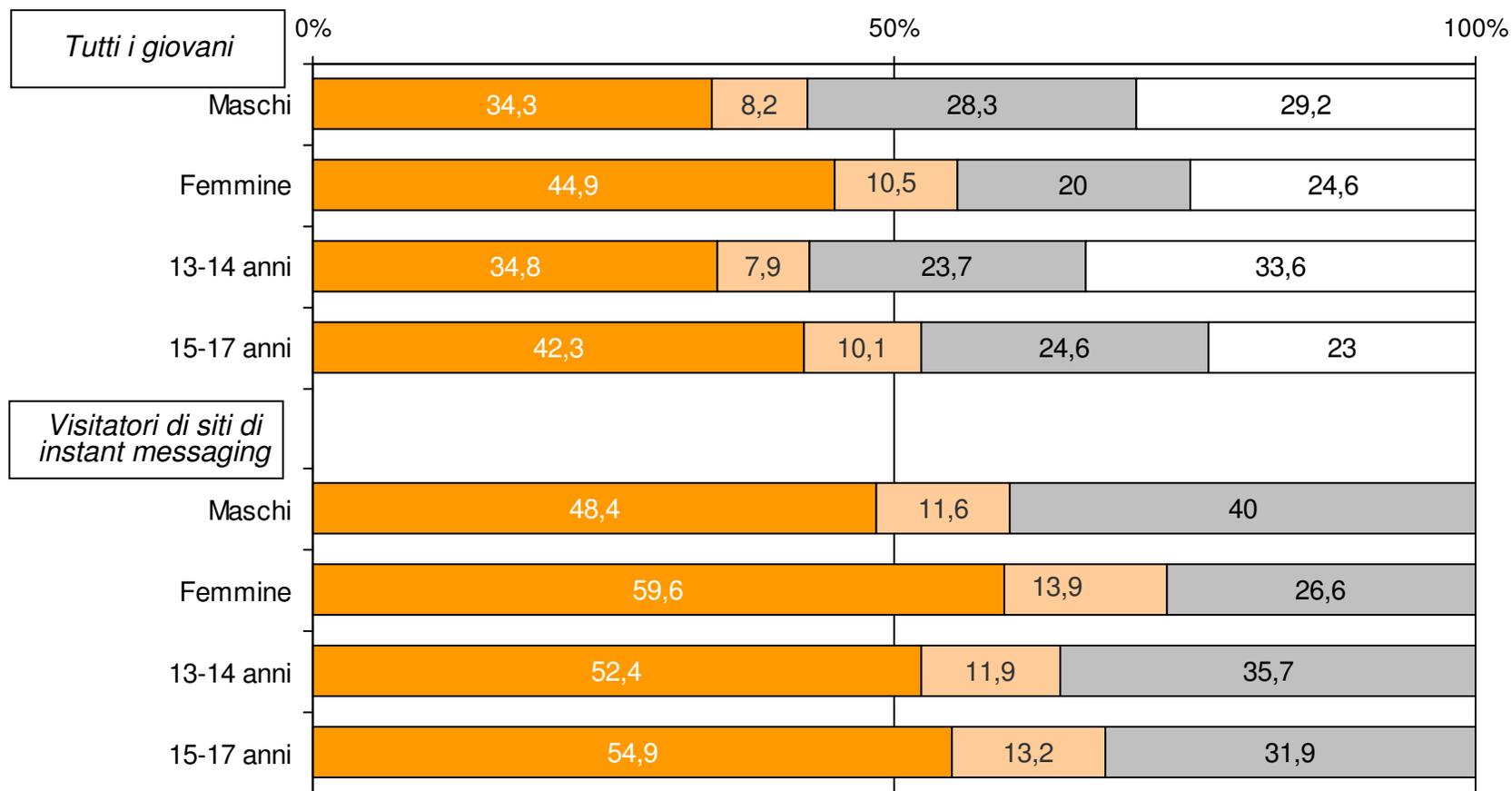


- Hanno aperto un profilo su un solo sito
- Hanno aperto un profilo su più siti
- Non hanno aperto un profilo (pur avendo visitato questi siti)
- Non user di instant messaging

L'apertura di un profilo personale su un programma di instant messaging, su un sito di social network o su una community

analisi per sesso ed età

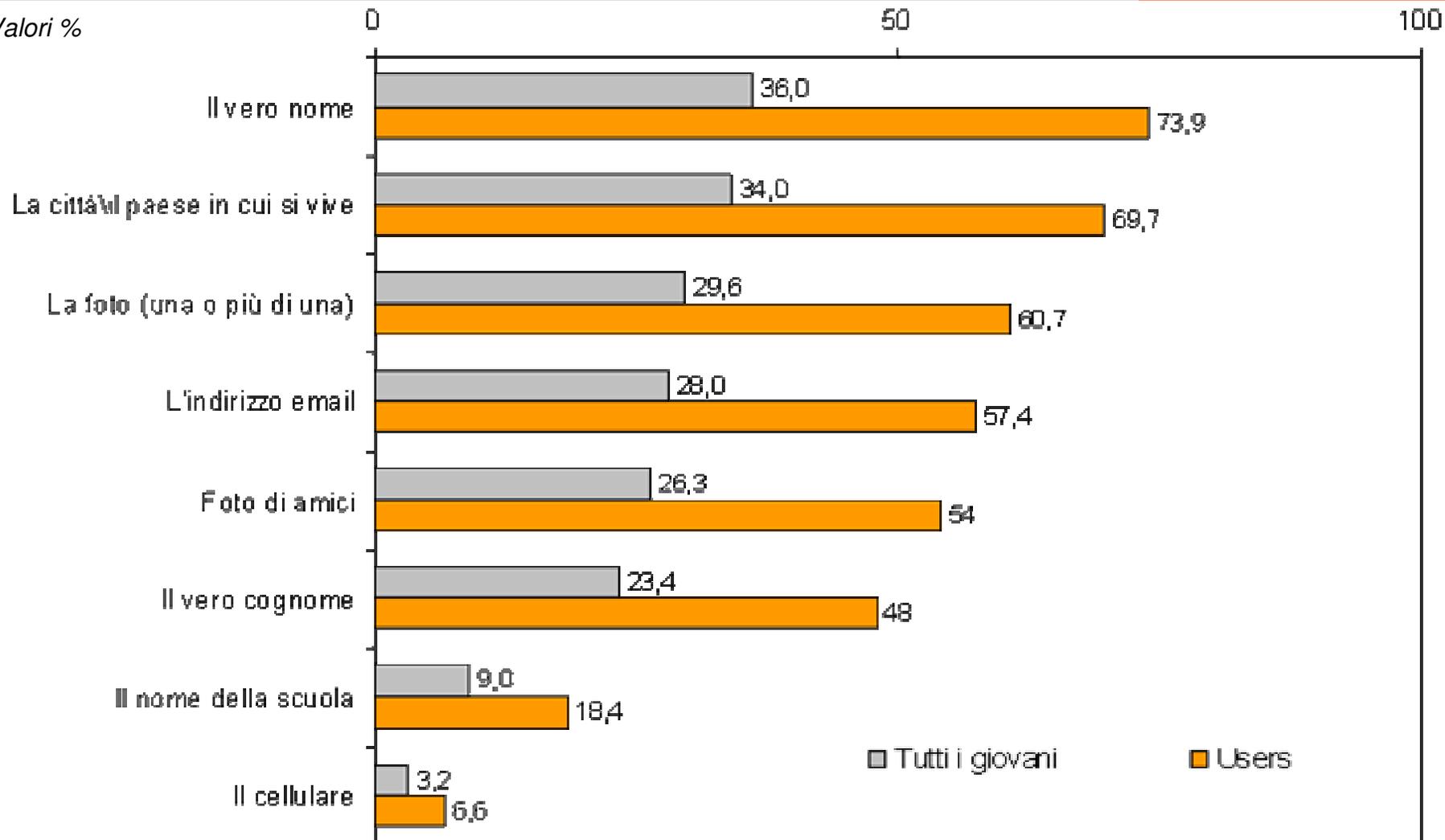
Valori %



- Hanno aperto un profilo su un solo sito
- Hanno aperto un profilo su più siti
- Non hanno aperto un profilo (pur avendo visitato questi siti)
- Non user di instant messaging

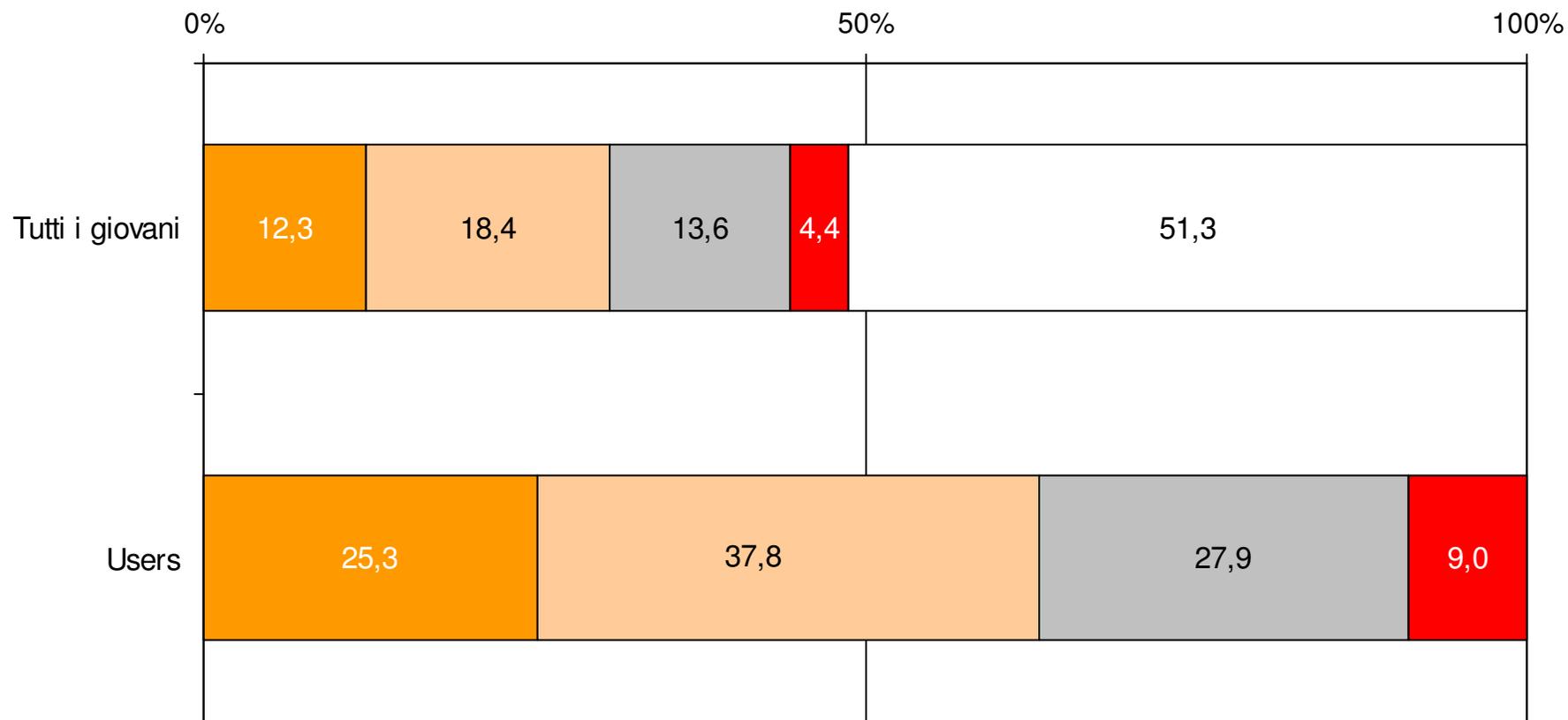
Le cose inserite nel profilo personale

Valori %



Le opinioni sulla facilità di risalire alla propria persona attraverso il profilo personale

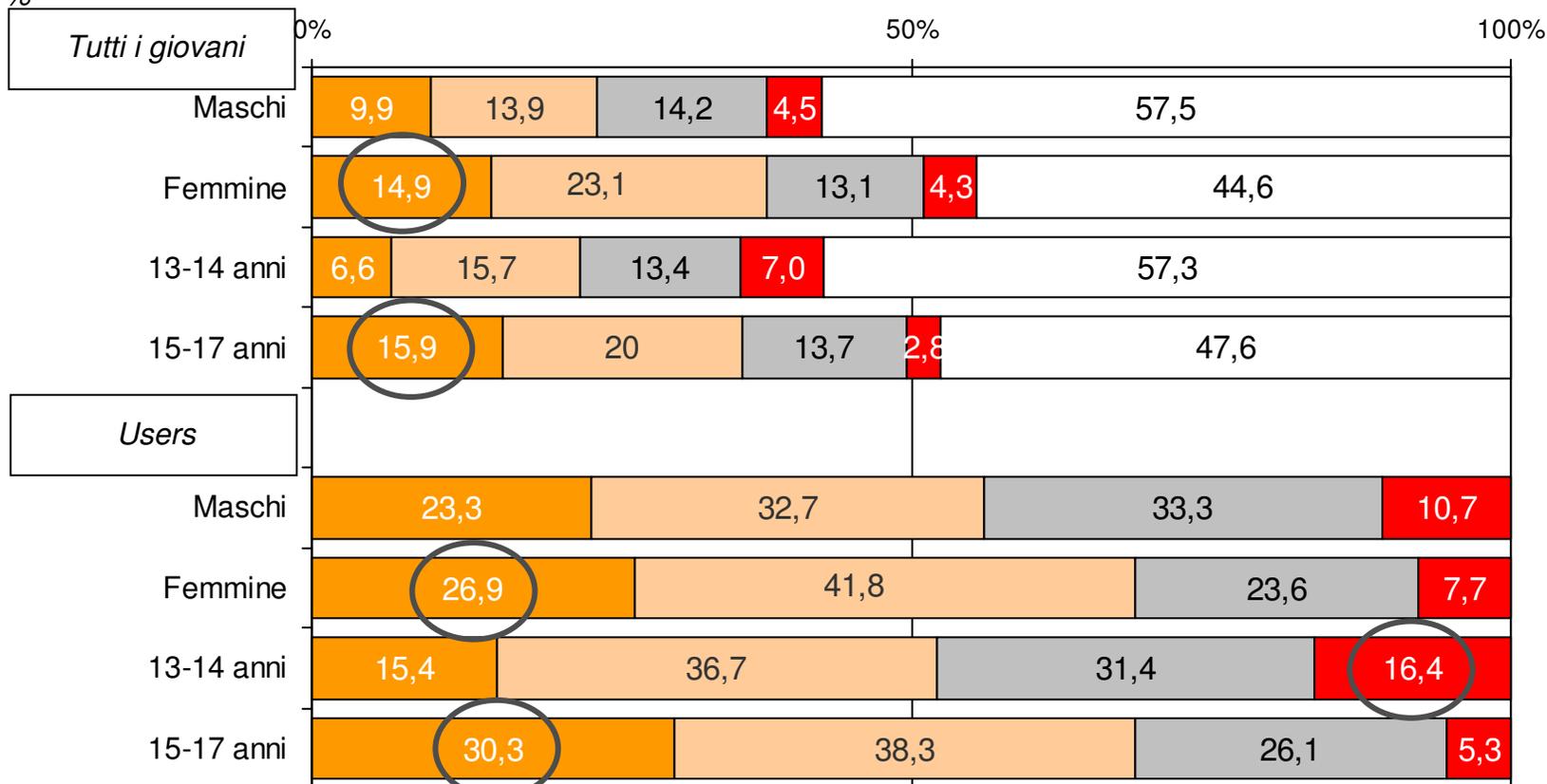
Valori %



Le opinioni sulla facilità di risalire alla propria persona attraverso il profilo personale

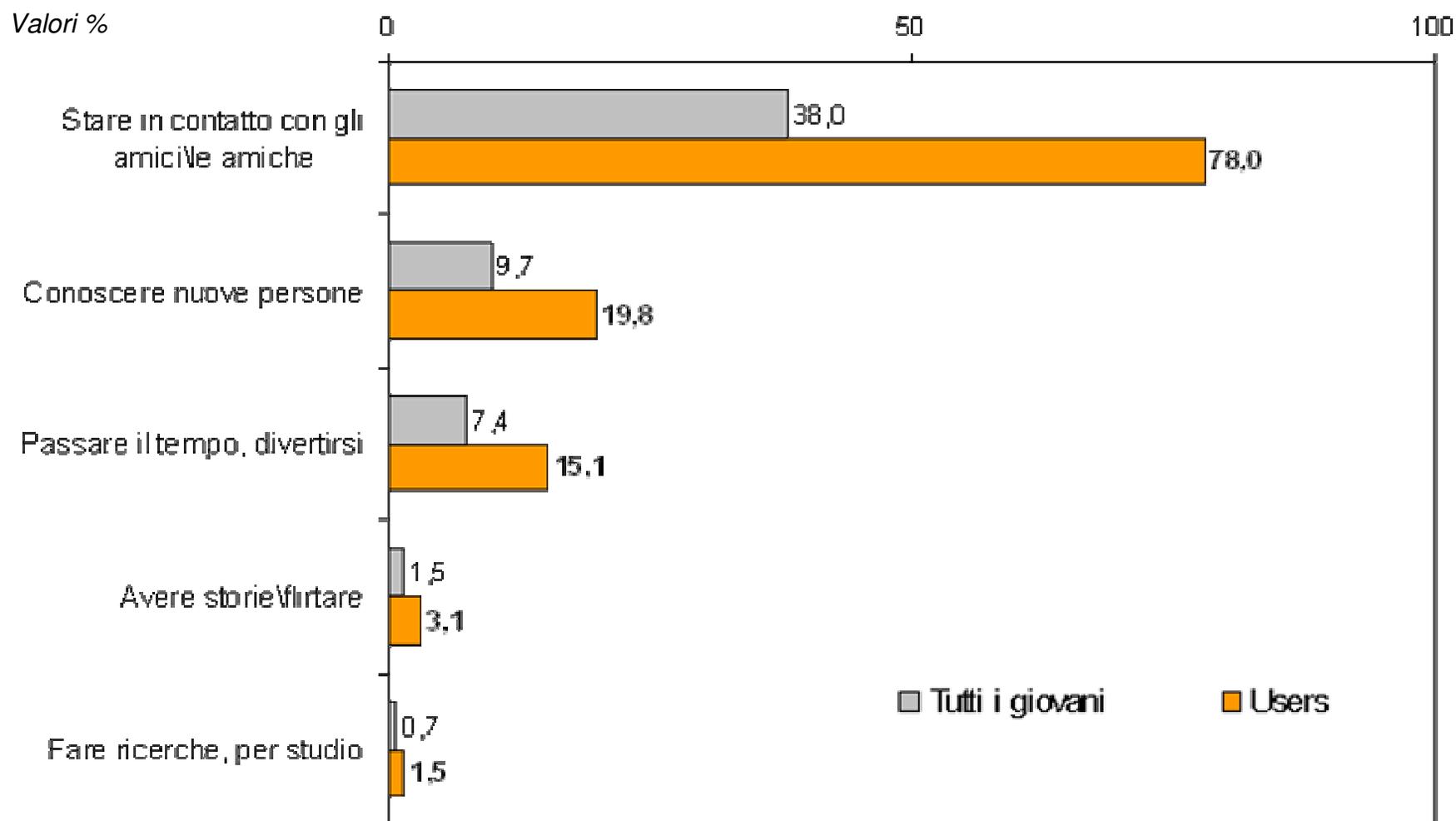
analisi per sesso ed età

Valori %

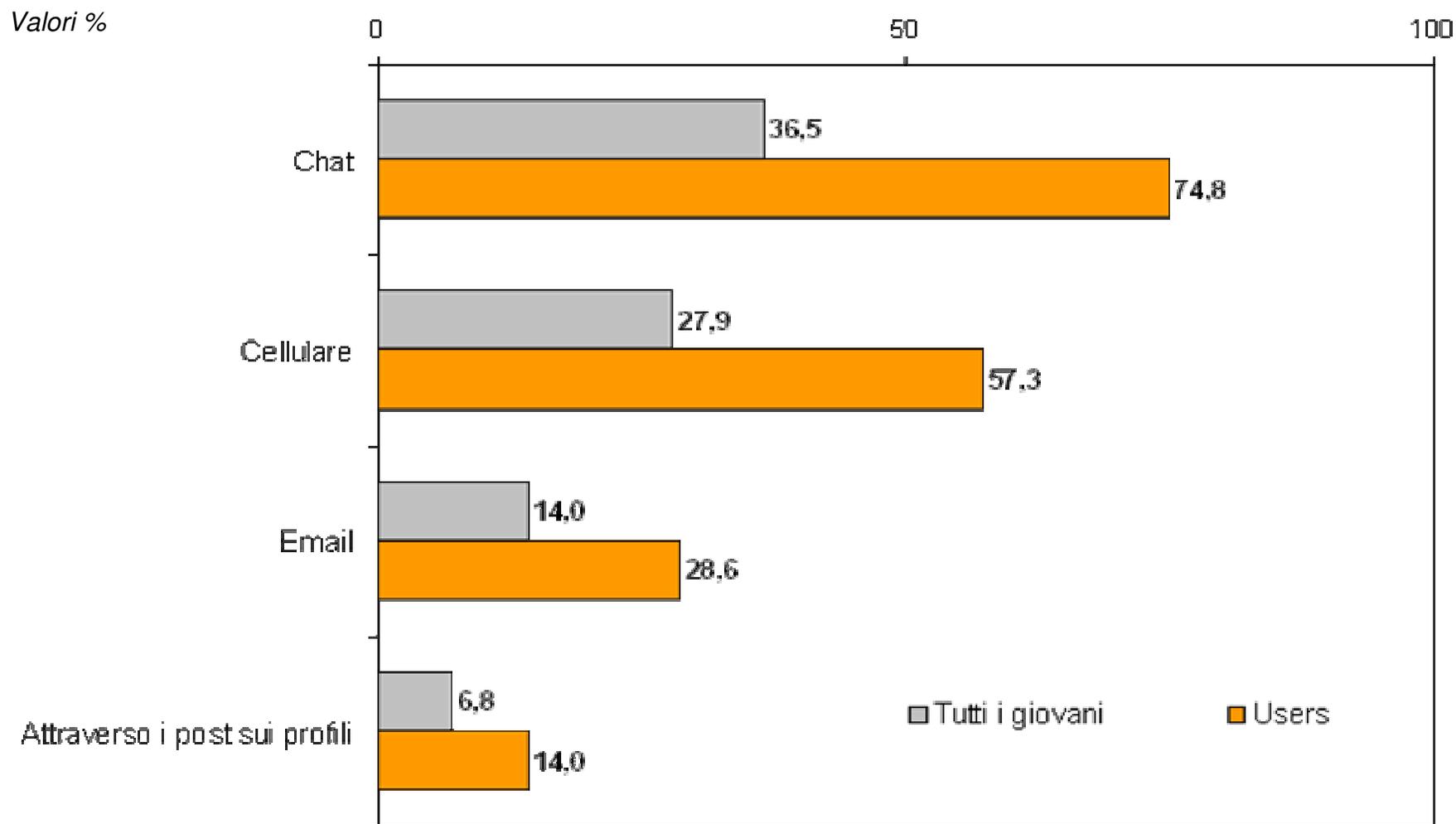


■ Molto facile ■ Non è facile, ma possono riuscirci
■ Difficile ■ Impossibile
■ Non users

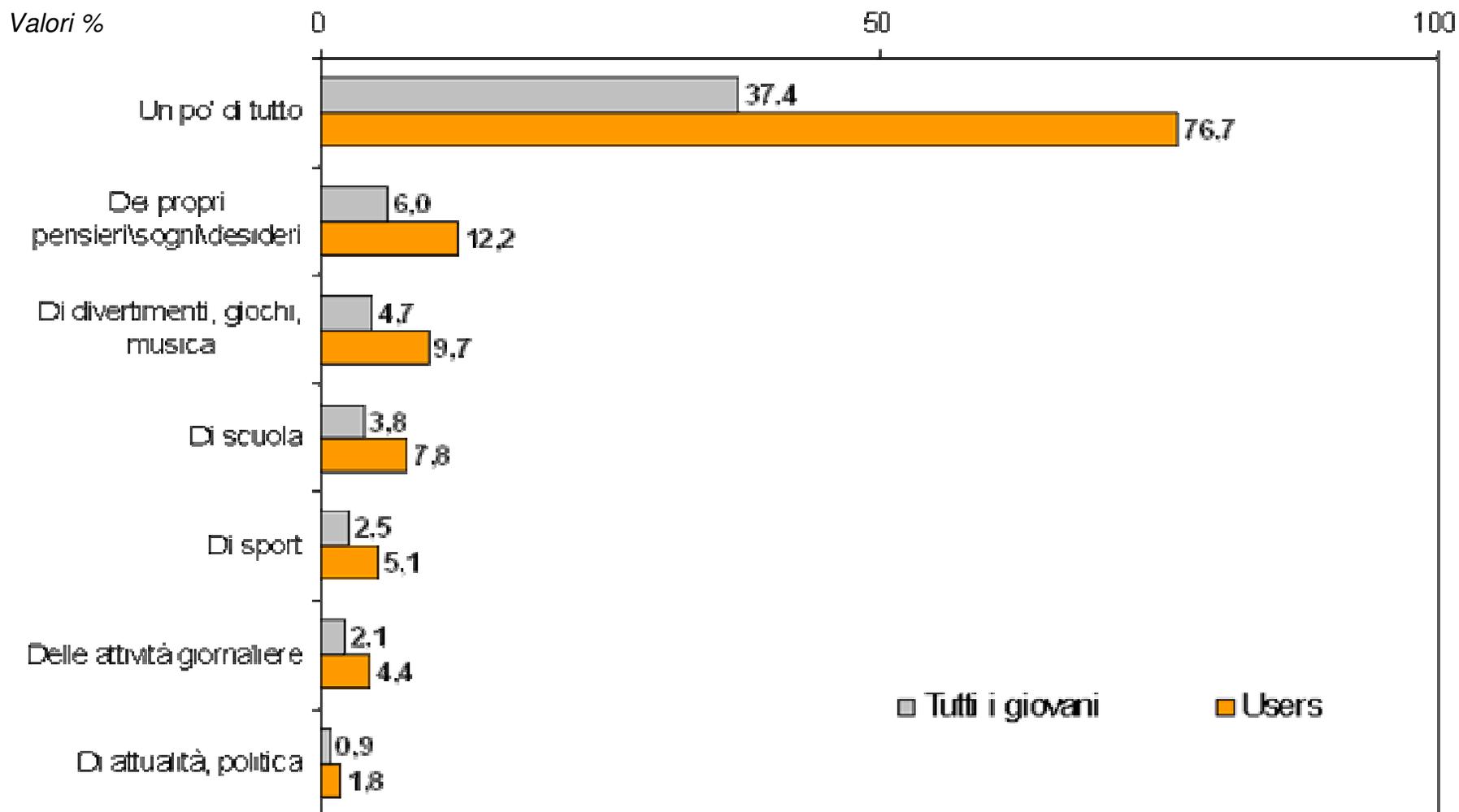
I motivi per visitare programmi di instant messaging, siti di social network e communities



Le modalità per comunicare con i propri "contatti" dei programmi di instant messaging, siti di social network e delle communities

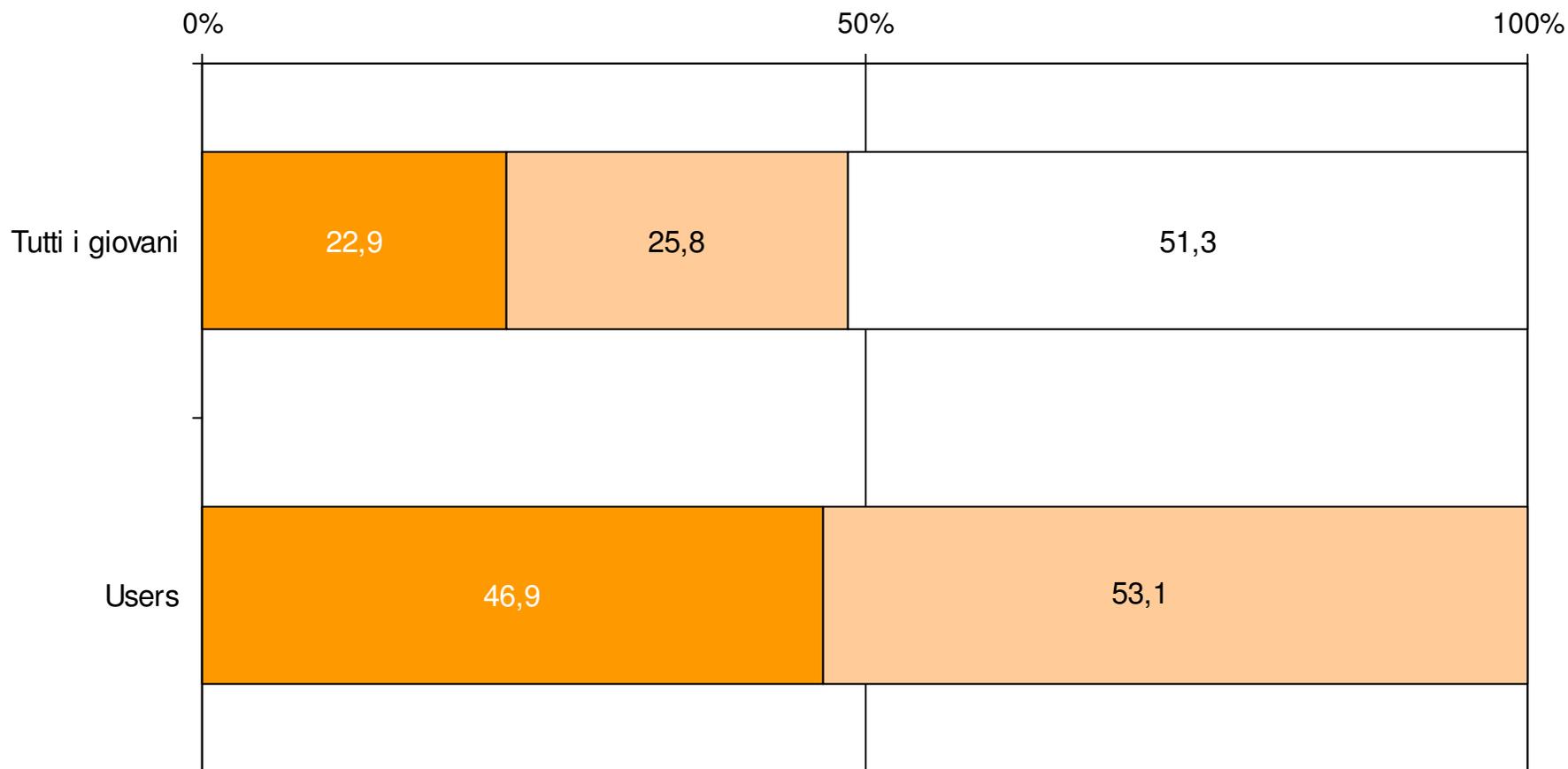


Gli argomenti discussi con i propri "contatti" sui programmi di instant messaging, siti di social network e nelle communities



Relazioni (personali o *on-line*) con persone conosciute *on-line*

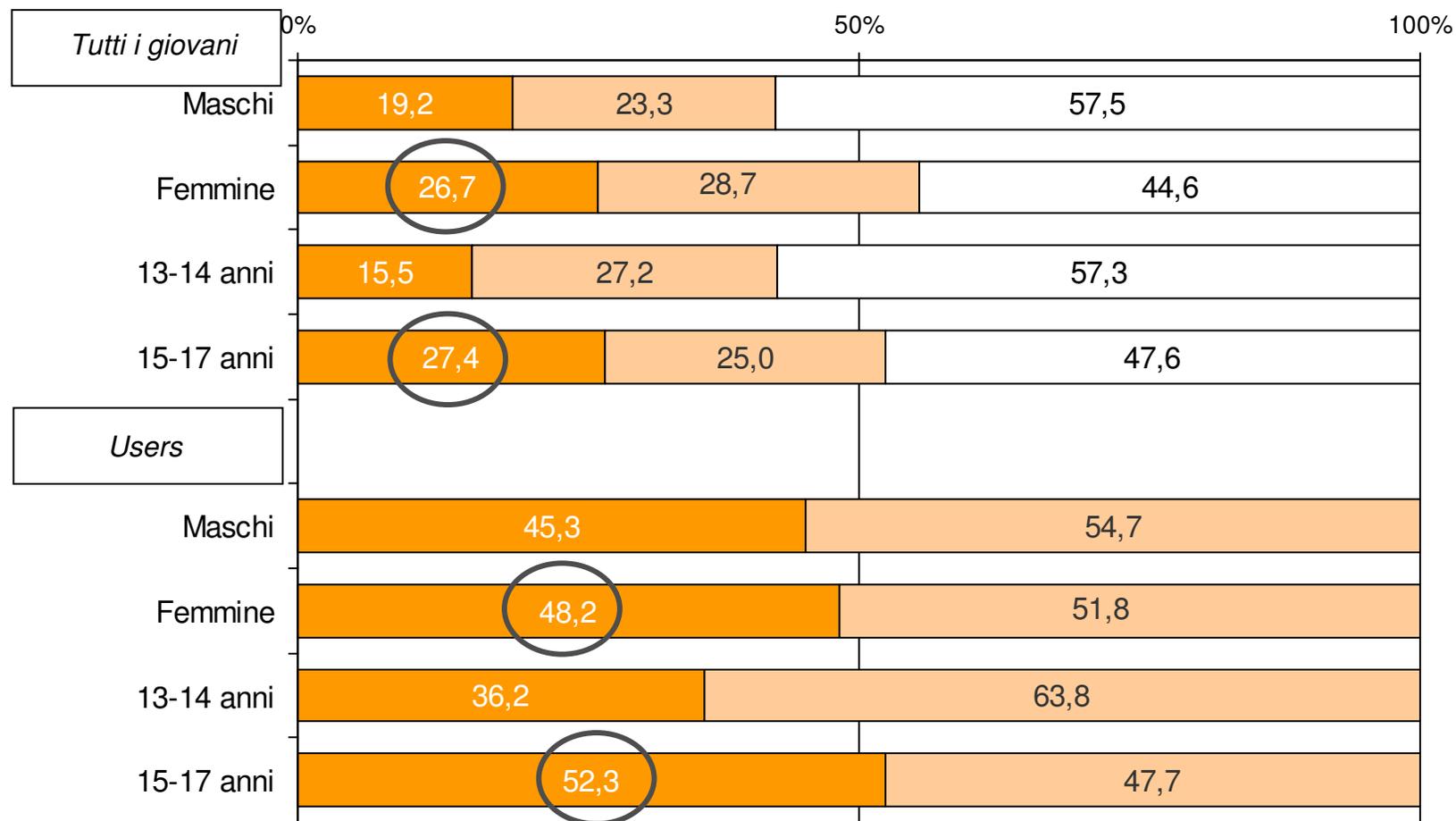
Valori %



■ Hanno allacciato relazioni
 ■ Non hanno allacciato relazioni
 ■ Non users

Relazioni (personali o *on-line*) con persone conosciute *on-line* *analisi per sesso ed età*

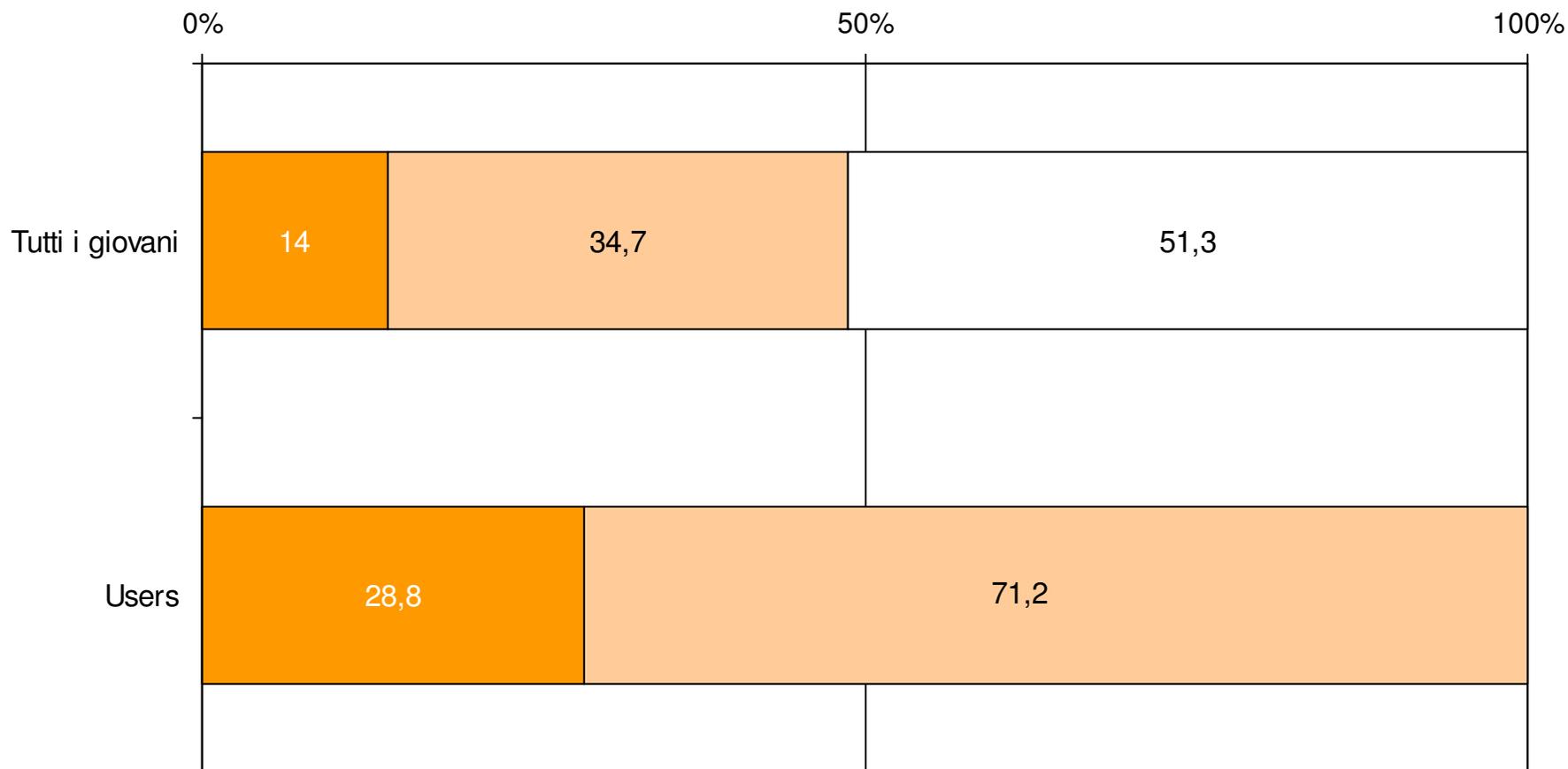
Valori %



■ Hanno allacciato relazioni
 ■ Non hanno allacciato relazioni
 ■ Non users

Incontri personali con persone conosciute *on-line*

Valori %



■ Sì

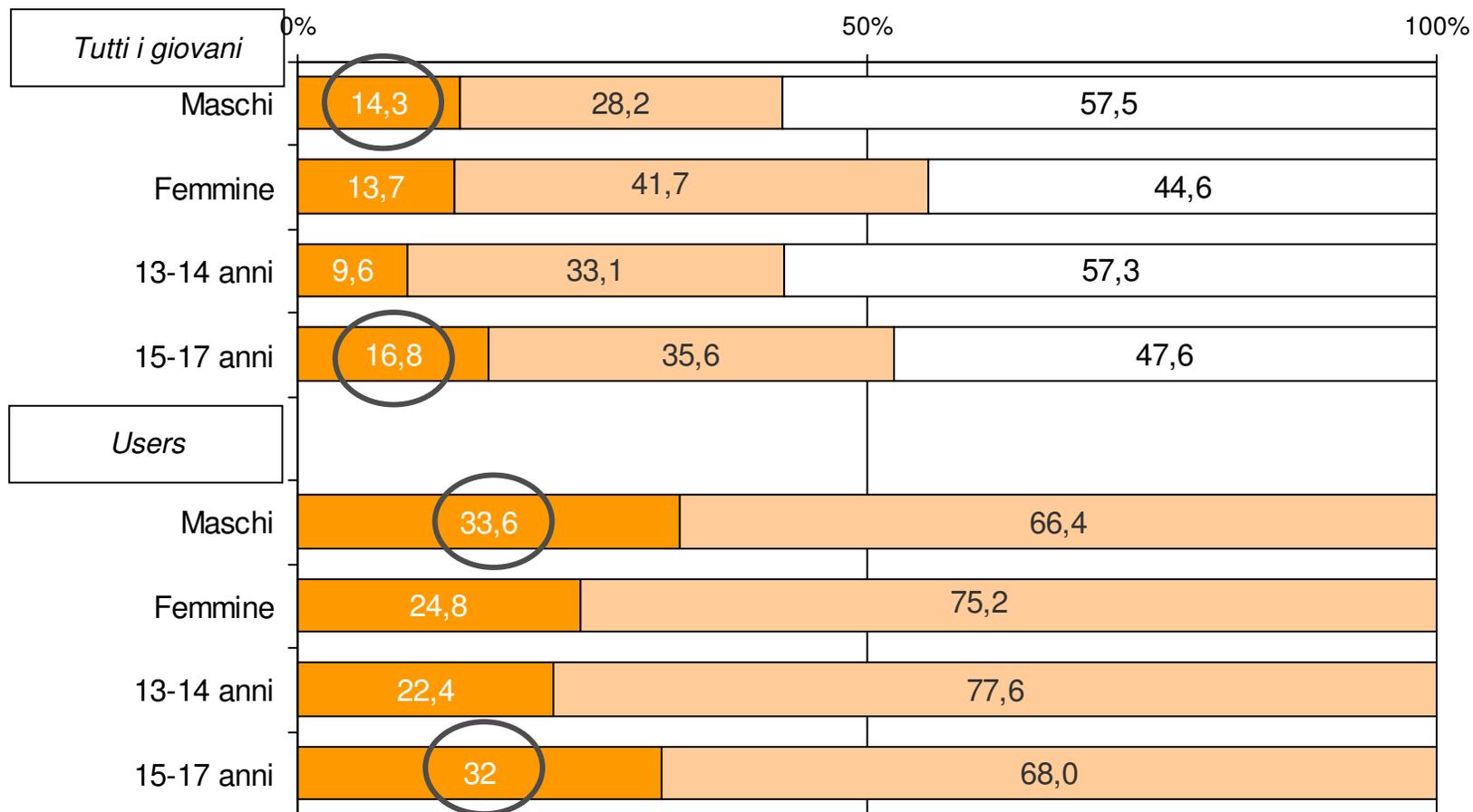
■ No

□ Non users

Incontri personali con persone conosciute *online*

analisi per sesso ed età

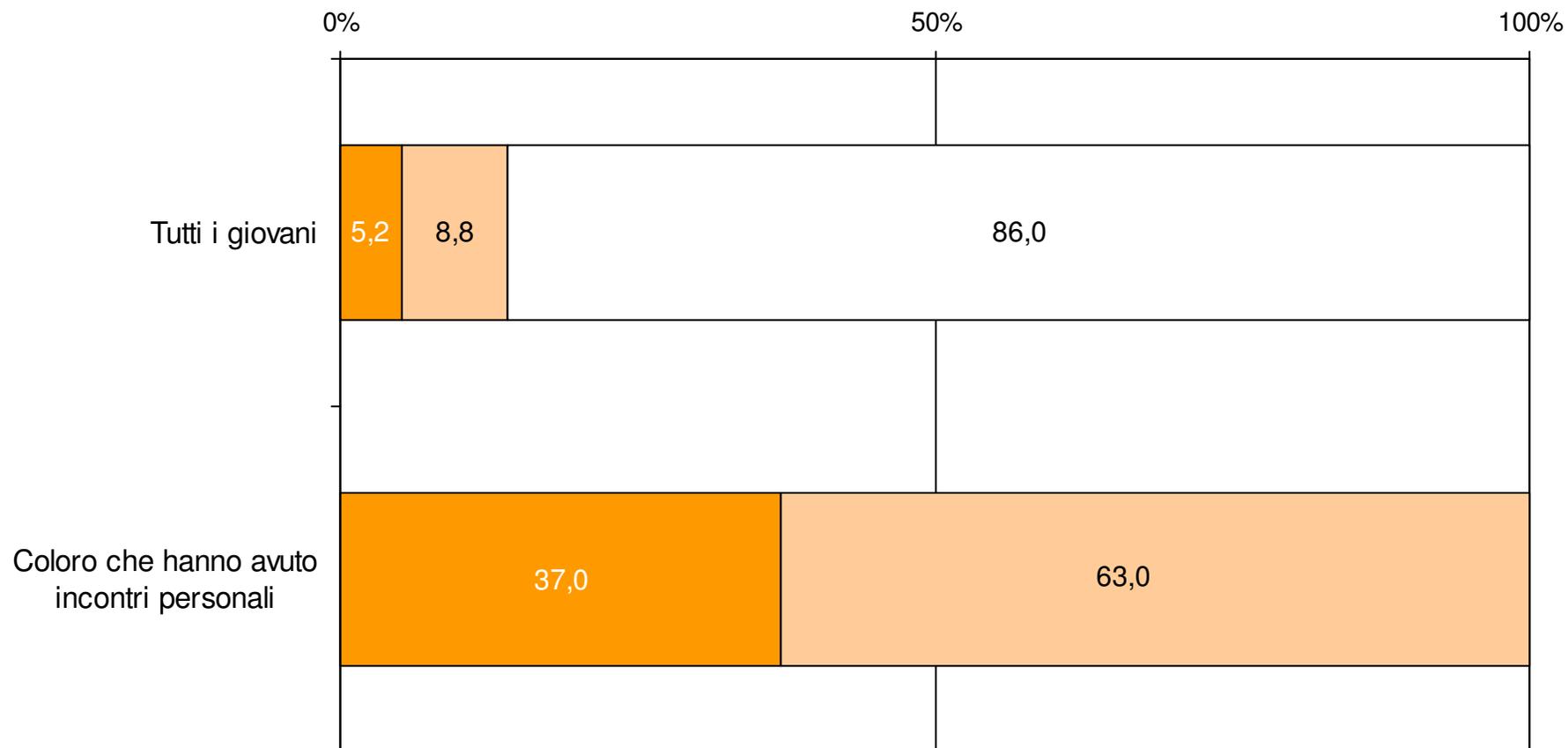
Valori %



■ Sì
 ■ No
 ■ Non user di internet o user ma non hanno un profilo personale

Sono andati all'incontro da soli o accompagnati?

Valori %



■ Da solo/a

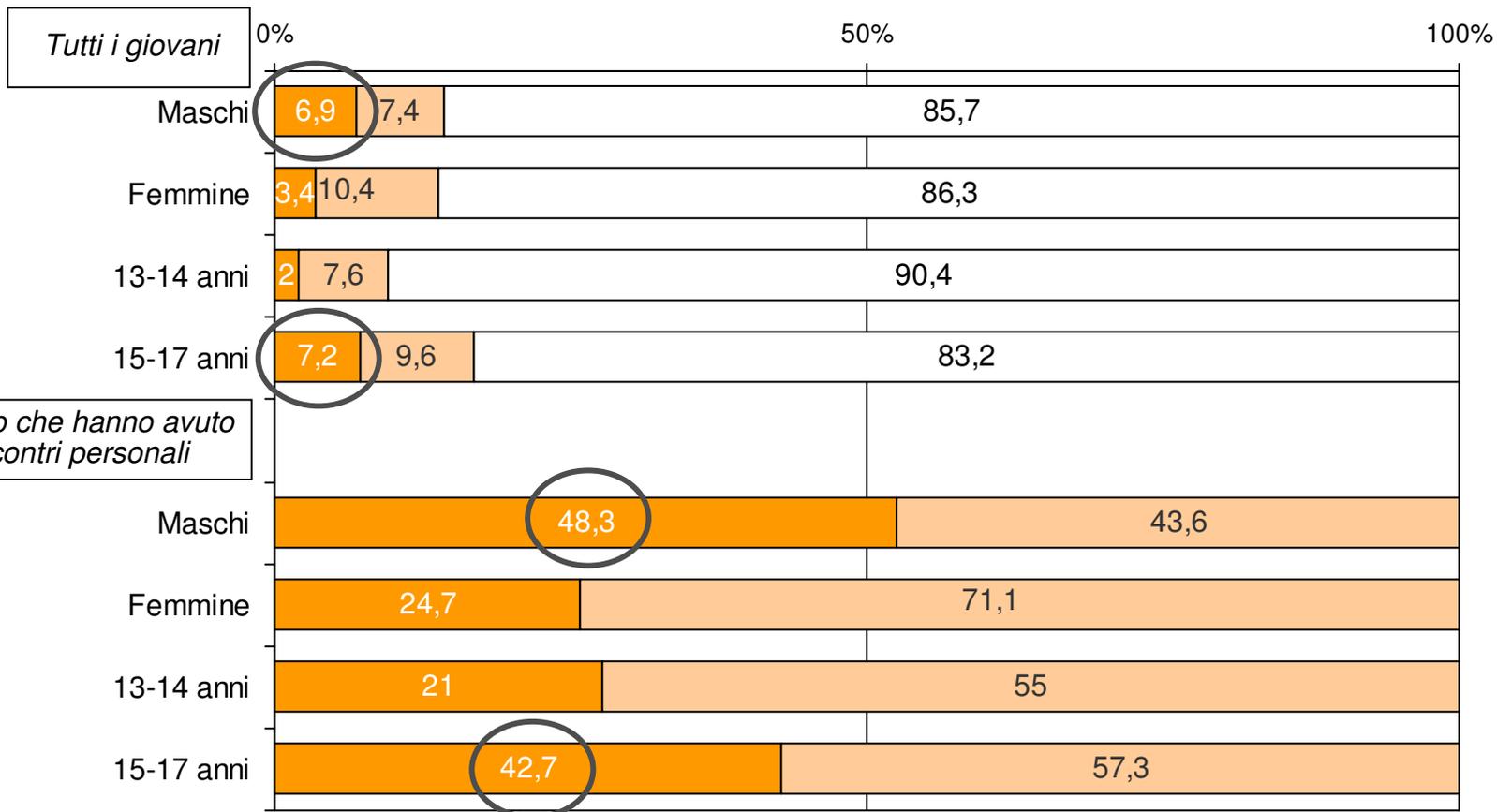
■ Con amici o accompagnati da altri

□ Non hanno avuto incontri personali

Sono andati all'incontro da soli o accompagnati?

analisi per sesso ed età

Valori %



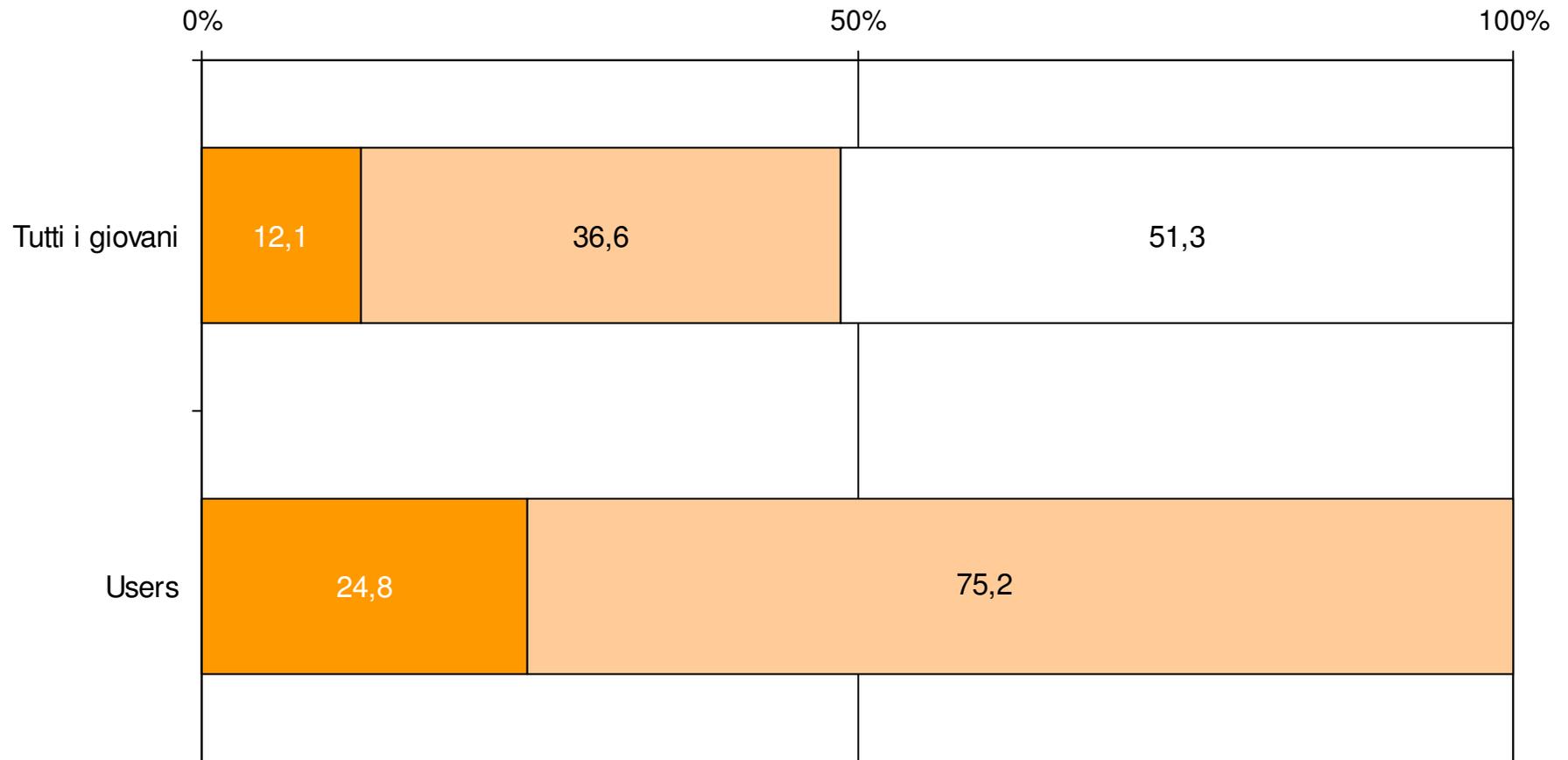
■ Da solo/a

■ Con amici o accompagnati da altri

□ Non hanno avuto incontri personali

Relazioni con persone molto più grandi conosciute *on-line*

Valori %



■ Sì

■ No

□ Non users

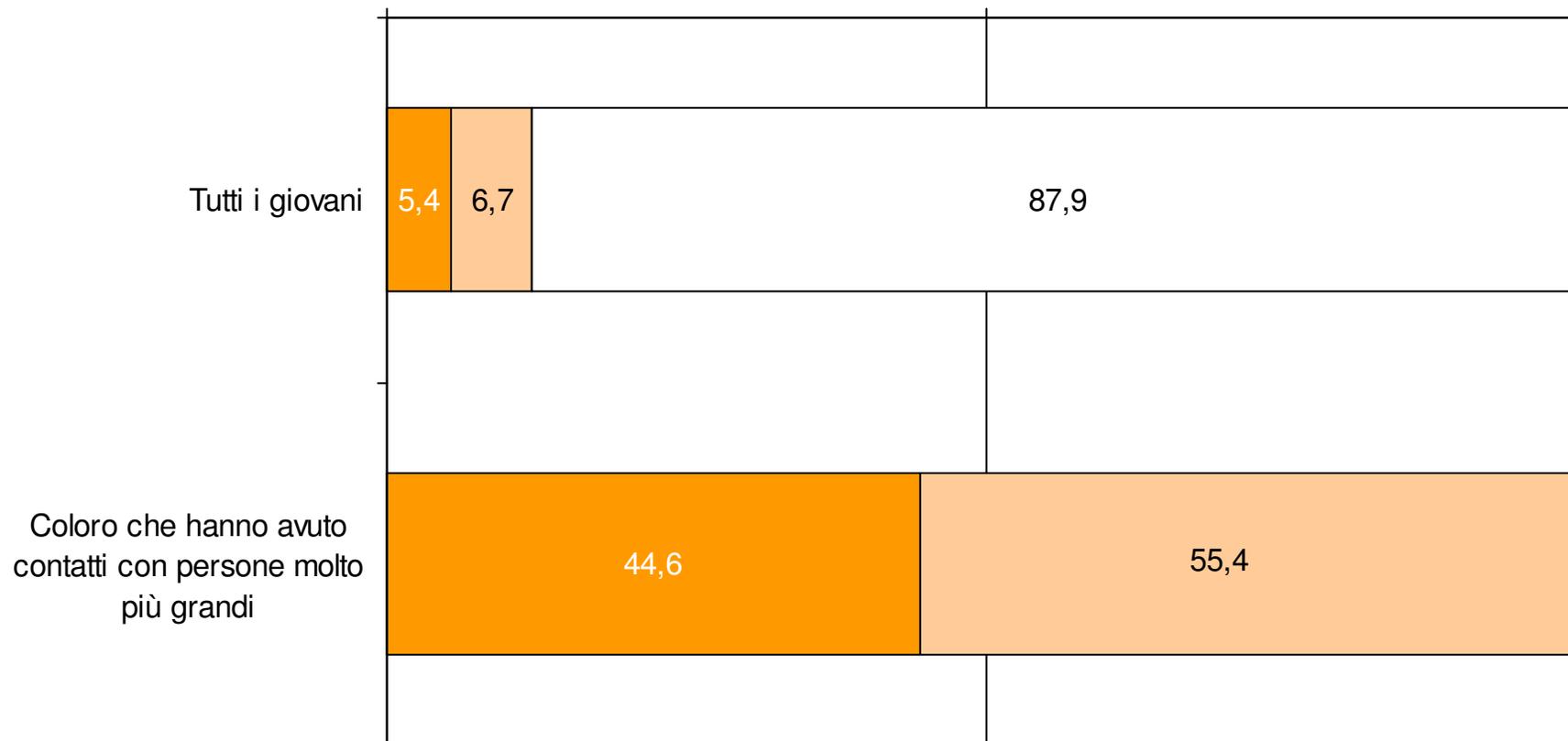
Tipo di relazione nata con persone molto più grandi conosciute *on-line*

Valori %

0%

50%

100%

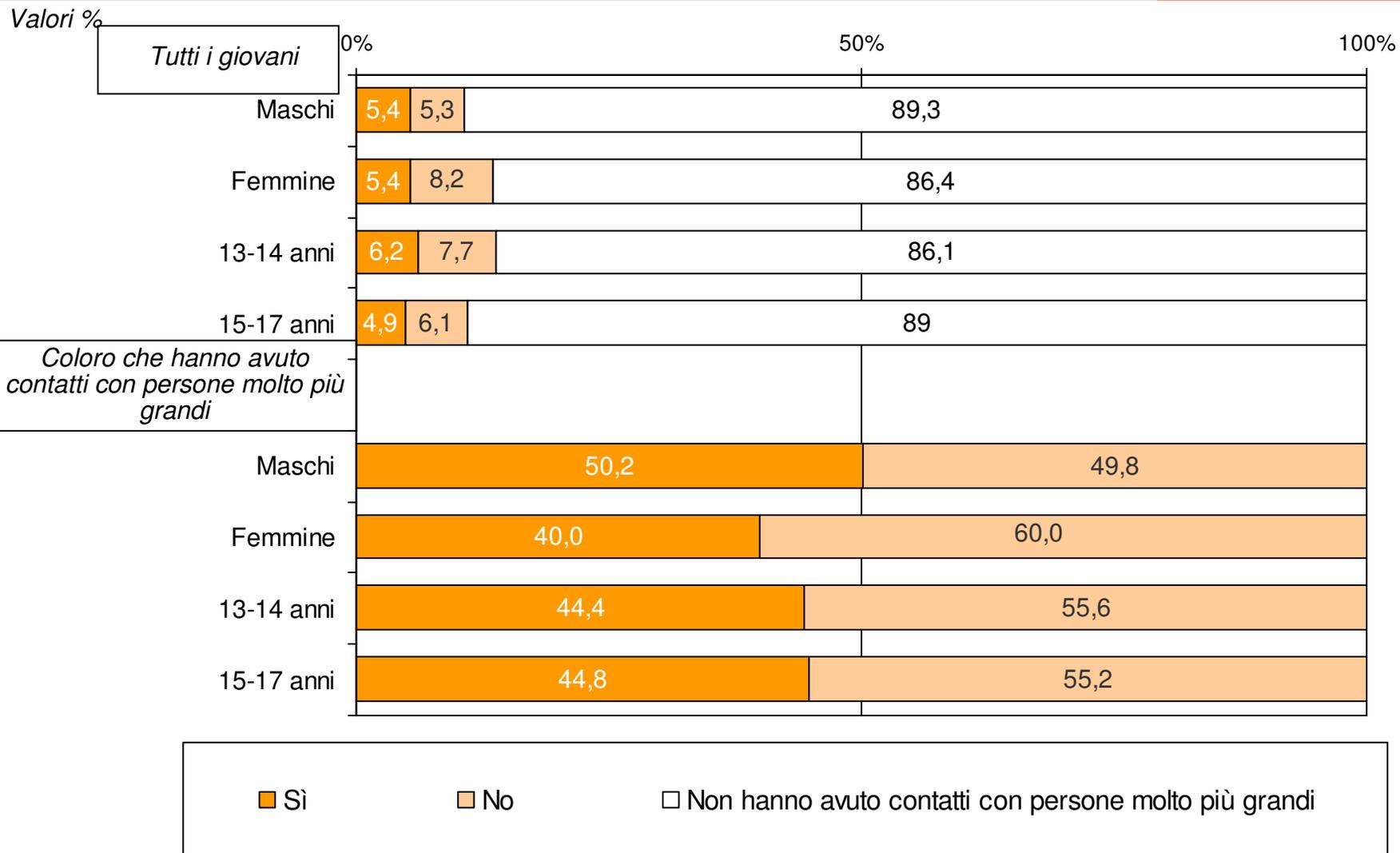


Amicizia

Nessun tipo di relazione

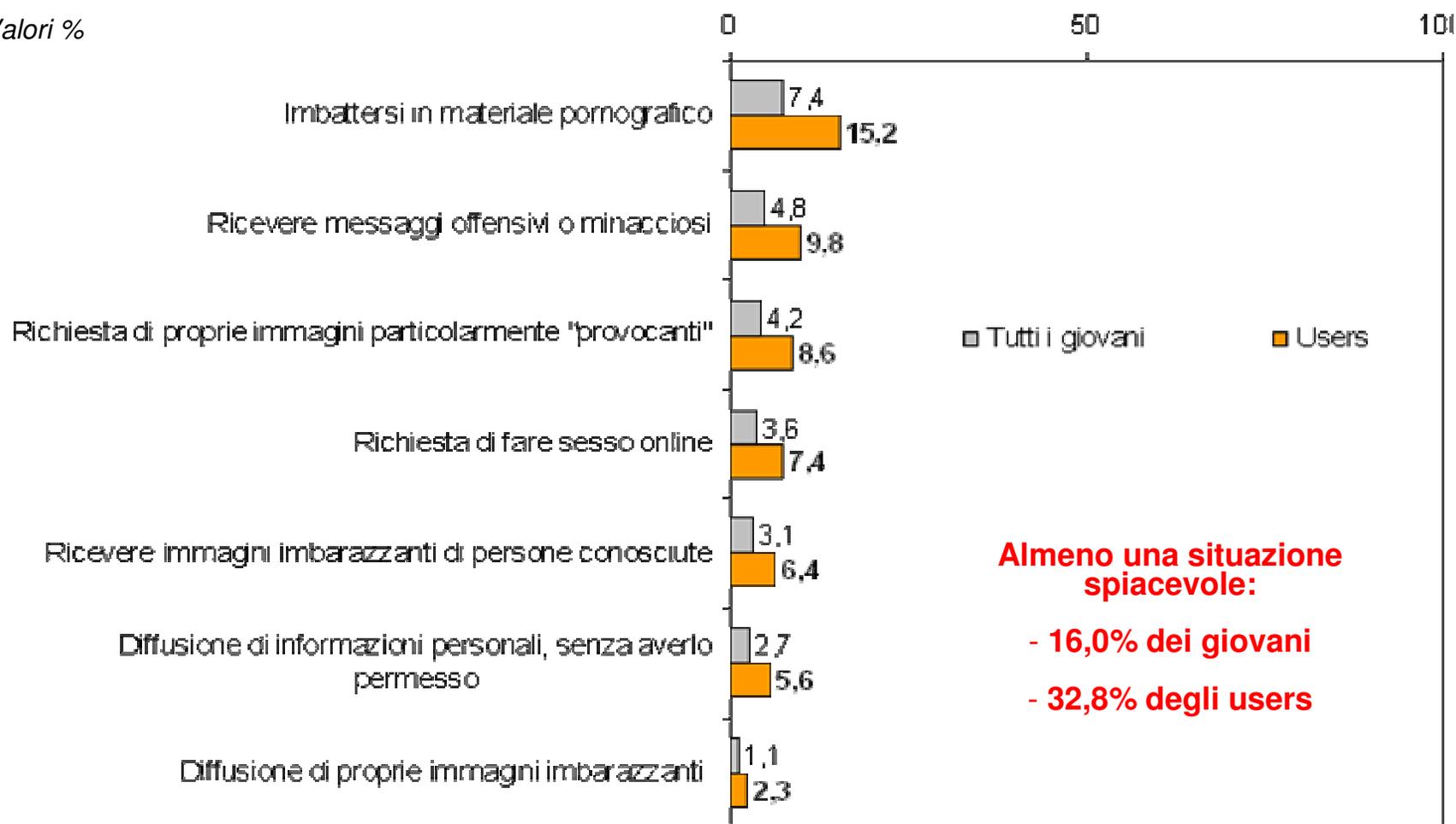
Non hanno avuto contatti con persone molto più grandi

Tipo di relazione nata con persone molto più grandi conosciute *on-line* *analisi per sesso ed età*



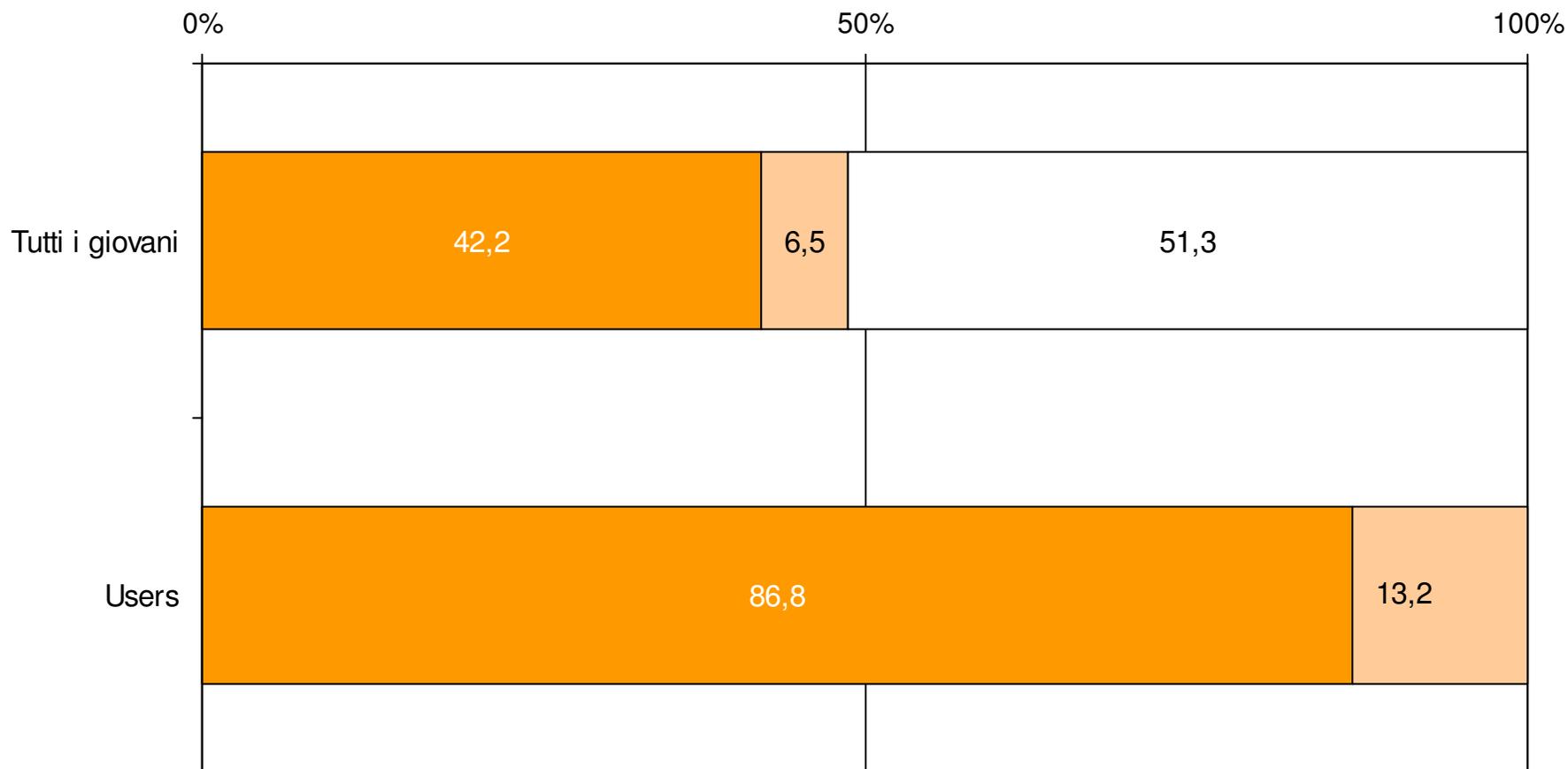
Situazioni spiacevoli capitate nell'utilizzo di programmi di instant messaging, siti di social network o communities

Valori %



Il gestore del servizio dovrebbe fare qualche cosa per tutelare i giovani?

Valori %



■ Sì

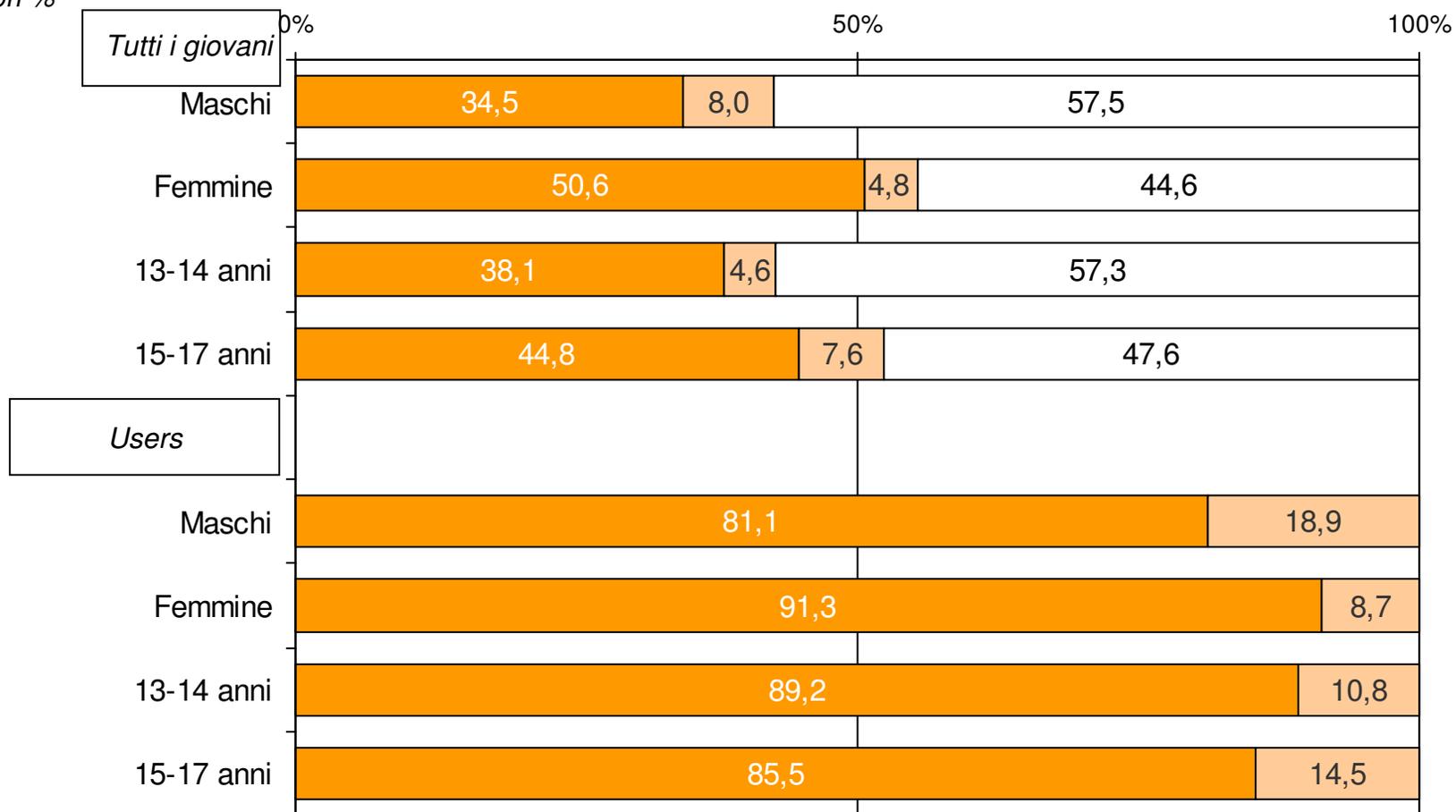
■ No

□ Non users

Il gestore del servizio dovrebbe fare qualche cosa per tutelare i giovani?

analisi per sesso ed età

Valori %



Sì
 No
 Non user di internet o user ma non hanno un profilo personale

Suggerimenti e richieste di aiuto ai gestori dei servizi

Valori %

