

Indice

Prefazione, di Giuseppe De Rita	pag. 7
1. Vent'anni di comunicazione sotto il segno dei social media	» 9
1. Lo spazio pubblico e l'invasione degli algoritmi	» 9
2. Convergenze e polarizzazioni nell'uso dei media	» 10
3. Economia dell'attenzione e bulimia informativa	» 20
4. Libertà di espressione sui social media nel segno della responsabilità	» 24
2. Mappa e fenomenologia dei consumi mediatici degli italiani al 2024	» 27
1. La televisione	» 27
2. La radio	» 34
3. I quotidiani	» 40
4. I settimanali e i mensili	» 44
5. I libri e gli e-book	» 48
6. Smartphone	» 57
7. Internet	» 62
8. Social network e piattaforme di servizi online	» 65
3. Tirare le somme sulle diete mediatiche	» 77
1. Se il <i>digital divide</i> rischia di diventare il nuovo <i>cultural divide</i>	» 77
2. Sotto la soglia del <i>press divide</i> anche chi ha studiato	» 84

4. L'importanza dell'informazione	pag. 90
1. Un ecosistema in evoluzione dove l'informazione tradizionale tiene	» 90
2. Notizie a portata di mano	» 94
3. Il ritmo quotidiano dell'informazione: tra vecchi e nuovi media	» 98
4. Un palinsesto quasi tutto online	» 100
5. Informarsi scrollando	» 109
5. L'IA renderà liberi o bisognerà liberarsi da essa?	» 114
1. In principio era l'alfabeto	» 114
2. Continuare a distinguere il vero dal falso	» 121
6. Influencer: come si sta rimodellando la sfera digitale	» 125
1. La stella cadente dei macro-influencer	» 125
2. La scelta dell'autenticità online	» 129
7. Le parole chiave della grande trasformazione dei media secondo gli ultimi Rapporti sulla comunicazione del Censis	» 132
Le interviste	» 135