

Crossmedia audiences: prospettive per la ricerca sui media

OssCom
**Centro di ricerca sui media e la
comunicazione**

- Le sfide

Evoluzione dei consumi mediali

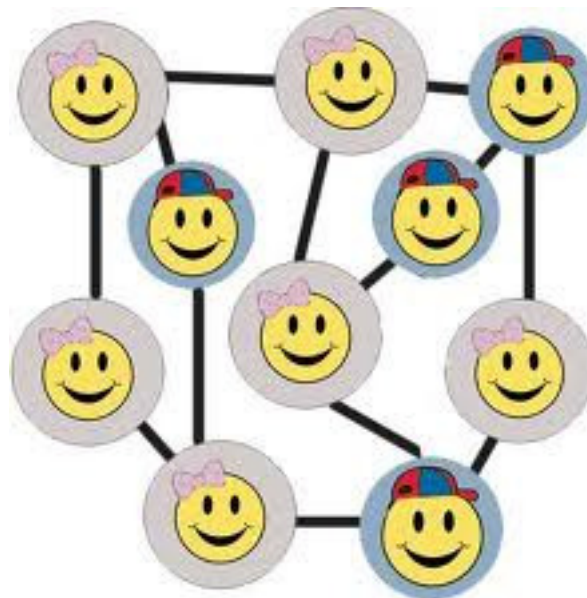
Pubblici attivi

nomadi

diffusi

connessi

consapevoli



- **Le sfide**

**L'immagine dei prodotti si costruisce
all'intersezione tra più media**

**Gli utenti definiscono “famiglie di
piattaforme” e destinazioni d'uso dei
prodotti**

**Prodotti immateriali si
combinano con devices ad
elevato valore simbolico**



- Le sfide

Diversi network sociali hanno diversi prodotti di culto

Mix

Cross

Match

Mash

- Ripensare i fuochi della ricerca

Osservare l'appropriazione dello scenario digitale da parte degli utenti

Gli utenti “digitali” osservano i media con uno sguardo olistico”.

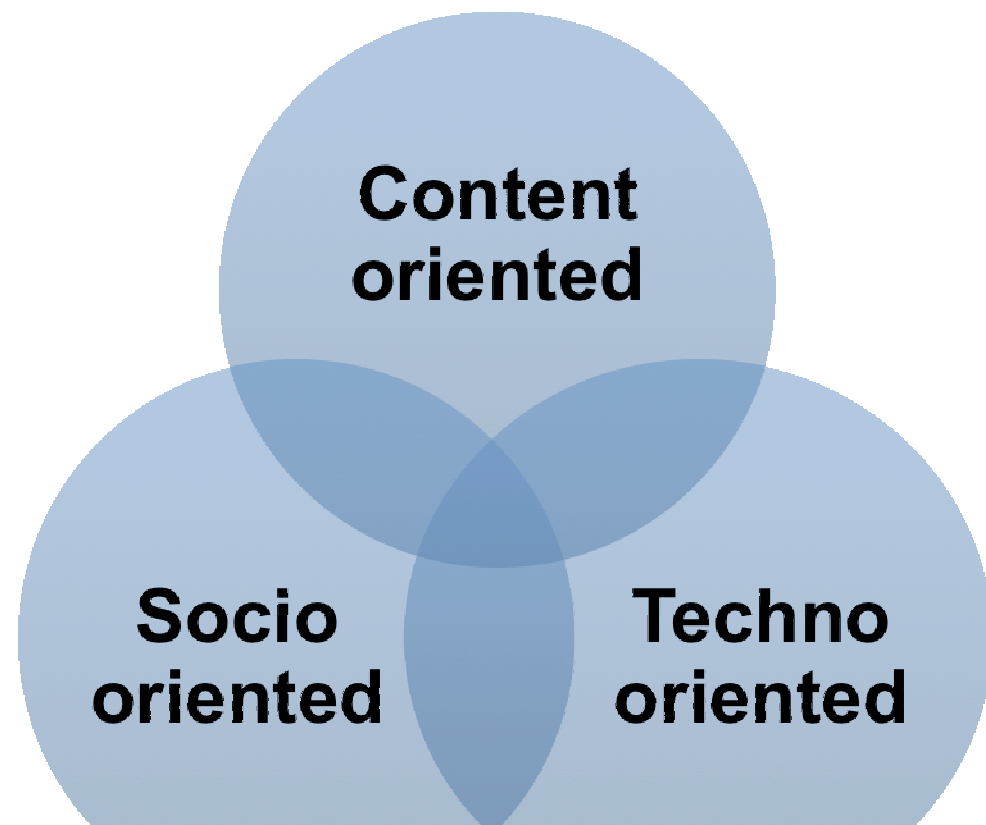
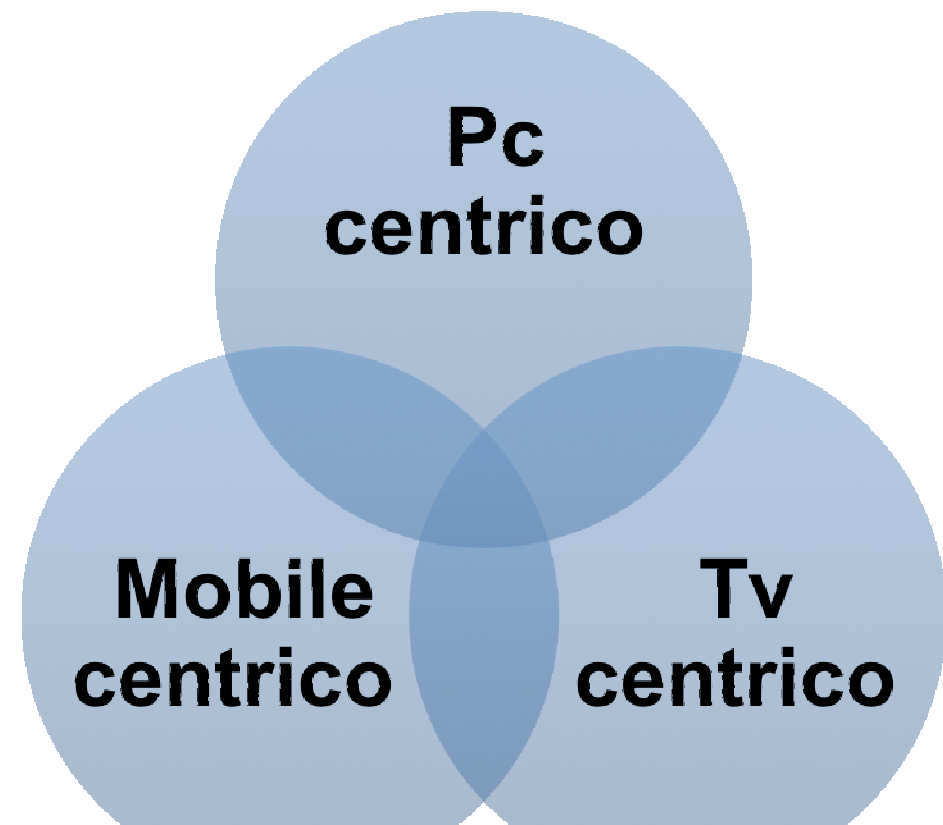
Percepiscono lo scenario mediale come un “unicum” di cui appropriarsi e in cui muoversi quasi senza soluzione di continuità.

Agiscono come “manager” di risorse medialì

- Ripensare i fuochi della ricerca

unti di attenzione

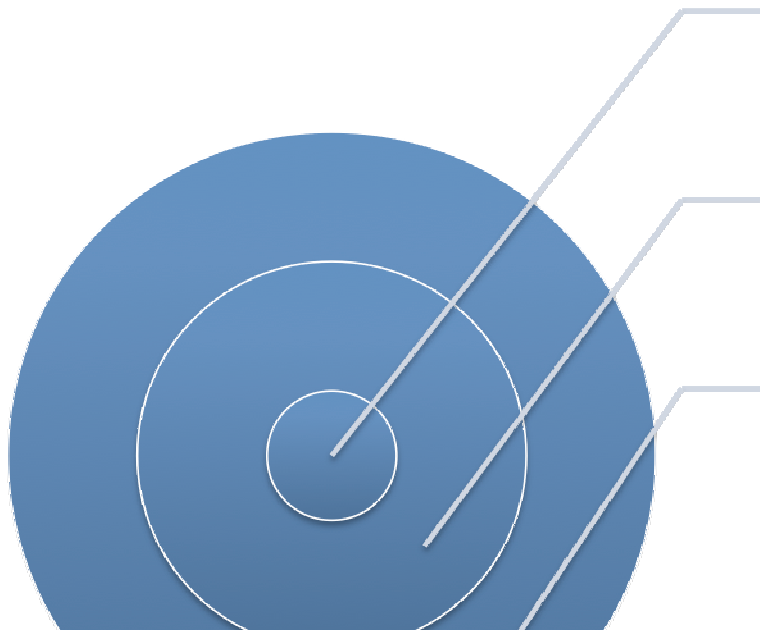
escrivere gli scenari di appropriazione



- Ripensare i fuochi della ricerca

punti di attenzione

individuare le variabili che orientano verso
diverse forme di ri-appropriazione del
sistema dei media



**Variabili socio
demografiche**

**Economie morali
delle households**

Economie morali

dei network

- Ripensare i fuochi della ricerca

unti di attenzione

**nalizzare i nuovi processi di
valorizzazione dei prodotti mediali**

Mashable

**Valore di
scambio**

**Le tecnologie che entrano
nell'esperienza dei soggetti**

**Seguendo gli utenti nel loro muoversi tra le
piattaforme e fuori di esse**

**Considerando la rilevanza degli “spazi
virtuali” nell'esperienza quotidiana**

**Tenendo conto delle “forme espressive”
della contemporaneità**

Un'occhiata per assegnare lo scenario

Le diverse piattaforme entrano in competizione nelle pratiche degli utenti

- Possesso/disponibilità/efficienza/efficacia/dimensione tecnico formale ed economica

I media tradizionali subiscono un processo di ri-appropriazione

- La televisione si avvia a diventare una networked television

Linee guida per disegnare lo scenario

Le dinamiche di gruppo hanno un ruolo centrale nell'orientare la scelta delle piattaforme

- Le pratiche di comunicazione mediata sono “l'unità sociale e culturale di riappropriazione delle tecnologie”

I prodotti mediali acquisiscono valore circolando attraverso le reti sociali

- A ogni nuovo passaggio rimangono attaccate al prodotto un po' delle caratteristiche di chi ne ha fatto uso

Lo scenario si presta ora ad essere oggetto di indagini più specifiche e finalizzate ad osservarne ancora meglio i singoli aspetti.

Grazie per l'attenzione!

osscom@unicatt.it