

Cultura e società

Nel terzo millennio uomini e donne vivono cambiamenti che fino a pochi decenni fa erano inimmaginabili. Lo sviluppo delle comunicazioni ha introdotto strumenti come i social network, capaci di favorire interazioni e scambi di informazioni rapidissimi. Nei Paesi industrializzati queste innovazioni rappresentano opportunità di crescita sociale ed economica, che richiedono però una gestione consapevole. Una parte consistente dell'umanità rimane tuttavia ai margini della modernità e del benessere.

La povertà colpisce metà della popolazione mondiale e genera esclusione sociale, emarginazione e difficoltà nell'accesso ai diritti fondamentali. Milioni di persone non possono frequentare la scuola, non ricevono cure mediche adeguate, non hanno accesso ai farmaci e sono costrette a subire maltrattamenti o a svolgere lavori pericolosi e mal retribuiti.

Donne e minori rappresentano i gruppi più vulnerabili nelle società a rischio. Milioni di bambini subiscono violenze e sfruttamento, e molti muoiono per malattie spesso curabili. In tutto il mondo persistono discriminazioni e violenze contro donne e bambine, che limitano la loro partecipazione attiva alla vita sociale.

Nelle regioni colpite da conflitti si registrano le violazioni più gravi dei diritti umani, soprattutto nei Paesi autoritari, dove sono ancora diffuse la tortura e la pena di morte. Nonostante il numero dei conflitti armati sia diminuito negli ultimi anni, milioni di persone continuano a vivere in aree instabili e pericolose.

Promuovere la pace e risolvere i conflitti senza ricorrere alla violenza, attraverso tribunali, parlamenti, leggi e governi, deve essere l'obiettivo di ogni società, affinché tutti possano vivere liberi da minacce fisiche e psicologiche.

Informazione e media

I media, termine derivato dall'inglese mass media ("mezzi di comunicazione di massa"), permettono di trasmettere informazioni in tempi rapidissimi a un pubblico sempre più vasto. Le innovazioni tecnologiche hanno reso la diffusione delle notizie ancora più capillare e immediata, grazie alla comunicazione in tempo reale.

Accanto ai mezzi tradizionali (stampa, radio e televisione) si sono sviluppati i nuovi media, basati su strumenti digitali e reti informatiche, con Internet come infrastruttura principale. Tra questi rientrano il Web, i mondi virtuali, i social network, l'e-learning, il Web 2.0 con contenuti generati dagli utenti (come YouTube, Wikipedia, blog, chat e piattaforme di condivisione).

I nuovi media si caratterizzano soprattutto per:

- Multimedialità: l'integrazione simultanea di testi, immagini, video e audio, come avviene in Wikipedia o nelle Lavagne Interattive Multimediali (LIM).

- Interattività: la possibilità per gli utenti di intervenire attivamente, commentare, modificare contenuti o partecipare a discussioni online, come nei forum e nei blog.

L'industria dei media è dominata da grandi gruppi globali che controllano la produzione e la diffusione delle informazioni. Il flusso delle notizie rimane prevalentemente unidirezionale: dai Paesi più sviluppati verso quelli meno sviluppati, tramite agenzie di stampa e reti televisive internazionali come CNN e BBC. Negli ultimi anni ha acquisito grande rilevanza anche l'emittente araba Al Jazeera, con sede in Qatar, che dal 2006 trasmette anche in inglese ed è diventata un punto di riferimento per l'informazione mediorientale.

Anche il settore cinematografico è fortemente concentrato nelle mani delle grandi major statunitensi (Warner Bros., Disney, Universal, Sony). Tuttavia, il mercato globale sta cambiando rapidamente. Nel 2025 il box office mondiale (somma degli incassi ottenuti da tutti i film nei cinema di tutto il mondo) è stimato intorno ai 34 miliardi di dollari, ancora sotto i livelli pre-pandemia del 2019 (42 miliardi). Gli Stati Uniti restano il mercato più redditizio, con ricavi previsti di 23,5 miliardi di dollari nel 2025.

L'area dell'Estremo Oriente e del Pacifico continua a crescere, trainata soprattutto dalla Cina, che negli ultimi anni ha consolidato la sua posizione come uno dei principali mercati cinematografici mondiali. Il pubblico cinese, composto in larga parte da giovani e da abitanti di centri urbani minori, sostiene un'industria basata su produzioni a medio e basso costo.

Il passaggio dal cinema analogico al digitale è ormai quasi completo: nel 2025 la quasi totalità degli schermi è digitale, con vantaggi significativi in termini di costi, tempi di produzione, qualità visiva e possibilità di utilizzare effetti speciali avanzati.

La BBC, storica emittente britannica, continua a essere uno dei principali poli informativi globali, anche grazie alla piattaforma BBC Online, attiva dal 1997 e tra i siti di notizie più visitati al mondo.

I social network

Con il termine social network si indicano piattaforme digitali che permettono agli utenti di creare profili personali, condividere contenuti (testi, immagini, video, audio) e interagire tra loro. Nel 2025 gli utenti dei social media nel mondo superano i 5,2 miliardi, pari a oltre il 64% della popolazione globale.

Facebook

Lanciato nel 2004 come rete per studenti universitari, Facebook è diventato uno dei social network più utilizzati al mondo.

Nel 2025 conta circa 3 miliardi di utenti attivi mensili, mantenendo un ruolo centrale nella comunicazione personale, nelle notizie e nella pubblicità digitale.

Instagram

Nato come app per condividere foto modificate tramite filtri, Instagram è oggi una piattaforma multimediale completa, basata su immagini, video brevi e contenuti effimeri (Stories). Nel 2025 contiamo oltre 2 miliardi di utenti attivi, con una forte crescita dei contenuti video (Reels) e un ampio utilizzo da parte di influencer, aziende e creator.

Instagram rimane uno dei social più popolari tra i giovani e un punto di riferimento per moda, lifestyle, arte e comunicazione visiva.

TikTok

TikTok, lanciato nel 2016, è la piattaforma che ha rivoluzionato il formato video breve. Basato su un algoritmo altamente personalizzato, permette agli utenti di creare e condividere clip musicali, sketch, tutorial e contenuti virali. Nel 2025 si contano circa 1,6 miliardi di utenti attivi. È il social con la crescita più rapida dell'ultimo decennio. Ha influenzato musica, moda, linguaggi giovanili e persino il marketing politico. TikTok è oggi uno dei principali motori culturali globali.

LinkedIn

LinkedIn è il principale social network professionale.

È dedicato al mondo del lavoro: gli utenti cercano impiego, condividono competenze, costruiscono reti professionali e seguono aziende e settori. Nel 2025 si contano oltre 1 miliardo di utenti. Si registra un ampio utilizzo per formazione, selezione del personale e personal branding.

Twitter / X

Twitter, oggi rinominato X, permette di condividere messaggi brevi (post) e di seguire discussioni in tempo reale. Nel 2025 si contano circa 550 milioni di utenti. È ampiamente usato da giornalisti, politici, aziende e movimenti sociali. Gli hashtag (#) continuano a essere strumenti fondamentali per organizzare conversazioni e proteste.

I social network sono strumenti semplici da usare e favoriscono la circolazione di idee e informazioni. Tuttavia, la loro diffusione non è uniforme:

- Nei Paesi democratici sono considerati spazi aperti e partecipativi.
- Nei Paesi autoritari l'accesso è spesso limitato o controllato.

In Cina, piattaforme come Facebook, Instagram, TikTok internazionale e X (ex Twitter) sono vietate. Gli utenti utilizzano servizi locali come Qzone, Sina Weibo e Tencent Weibo, ciascuno con centinaia di milioni di iscritti.

In Russia, dove l'accesso ai social occidentali è sempre più ostacolato, dominano piattaforme nazionali come VK e Odnoklassniki.

In Iran, molti social network sono vietati dalla legge e l'uso di VPN per aggirare i blocchi è diffuso ma illegale.

La penetrazione dei social network nel mondo

Nel 2025 oltre 5,24 miliardi di persone nel mondo utilizzano attivamente i social network, pari a più del 65% della popolazione globale. La penetrazione varia enormemente da Paese a Paese: Arabia Saudita, Emirati Arabi Uniti e Corea del Sud guidano la classifica mondiale, mentre Cina, India e Stati Uniti sono i Paesi con il maggior numero assoluto di utenti.

Nel 2025 i social network rappresentano una delle infrastrutture comunicative più diffuse e influenti del pianeta. Secondo le analisi globali, gli utenti attivi hanno raggiunto 5,24 miliardi, con una crescita del 4,1% rispetto all'anno precedente. Questo significa che quasi due terzi della popolazione mondiale utilizza quotidianamente piattaforme come Facebook, Instagram, TikTok, X, LinkedIn e molte altre.

La diffusione dei social non è uniforme: alcuni Paesi hanno tassi di penetrazione altissimi, mentre altri rimangono indietro per ragioni economiche, infrastrutturali o politiche.

Nel 2025 il Paese con la più alta penetrazione dei social è l'Arabia Saudita, dove l'uso supera addirittura il 102% della popolazione, un dato possibile perché molti utenti possiedono più account o più dispositivi. Subito dopo troviamo gli Emirati Arabi Uniti, con un tasso del 96%, e la Corea del Sud, che raggiunge il 94%.

In Europa, la diffusione è molto elevata: la Spagna supera l'82%, mentre Regno Unito, Germania, Francia e Italia si collocano tra il 75% e l'80%. Anche il Giappone, nonostante una popolazione più anziana, registra un tasso vicino al 79%.

Al contrario, in molti Paesi dell'Africa subsahariana, come Kenya, Ghana e Nigeria, la penetrazione dei social rimane inferiore al 26%, a causa di infrastrutture digitali limitate e costi elevati della connessione.

Se si considerano i numeri assoluti, la Cina è il Paese con più utenti social al mondo, con circa 1,1 miliardi di persone attive. Tuttavia, la maggior parte utilizza piattaforme locali, poiché i social occidentali sono bloccati.

L'India segue con 491 milioni di utenti, un dato in forte crescita grazie alla giovane età media della popolazione e alla diffusione degli smartphone a basso costo.

Gli Stati Uniti occupano il terzo posto, con 253 milioni di utenti attivi. Subito dopo si collocano grandi Paesi emergenti come Brasile e Indonesia, entrambi oltre i 140 milioni di utenti. La Russia supera i 100 milioni, mentre Giappone, Messico, Filippine e Vietnam si collocano tra i 75 e i 100 milioni.

Le differenze tra le varie aree del mondo sono molto marcate.

Il Nord Europa è la regione con la penetrazione più alta, con valori superiori all'83%, seguito dall'Europa Occidentale e dall'Europa Meridionale, che si attestano intorno all'80%.

Al contrario, in molte regioni dell'Africa subsahariana la penetrazione dei social non supera il 20–25%, a causa di infrastrutture digitali insufficienti, costi elevati della connessione e bassi livelli di alfabetizzazione digitale.

Nel 2025 i social network sono ormai diventati una componente essenziale della vita quotidiana globale. La loro penetrazione varia enormemente tra Paesi ricchi e Paesi in via di sviluppo, ma la tendenza generale è di crescita costante. Cina, India e Stati Uniti dominano per numero di utenti, mentre Arabia Saudita, Emirati Arabi Uniti e Corea del Sud guidano per percentuale di popolazione attiva.

La geografia dei social continua a essere influenzata da sviluppo economico, infrastrutture digitali, politiche di censura e dinamiche culturali.

Un episodio emblematico di protesta nata sui social: la Primavera Araba e il caso di Mohamed Bouazizi

La storia recente offre molti esempi di proteste nate e cresciute sui social network, ma uno degli episodi più emblematici e studiati rimane quello della Primavera Araba, esplosa tra il 2010 e il 2011. È considerata il primo grande movimento globale in cui Facebook, Twitter e YouTube hanno avuto un ruolo decisivo nel trasformare un fatto locale in una mobilitazione internazionale.

Il 17 dicembre 2010, a Sidi Bouzid, una cittadina della Tunisia, il giovane venditore ambulante Mohamed Bouazizi si diede fuoco davanti alla sede del governatorato per protestare contro anni di soprusi, umiliazioni e mancanza di opportunità. L'episodio, di per sé tragico ma circoscritto, sarebbe potuto rimanere un fatto locale.

Non fu così.

I passanti ripresero la scena con i cellulari e pubblicarono i video su Facebook e YouTube. Nel giro di poche ore, le immagini iniziarono a circolare in tutto il Paese, poi nel mondo arabo, e infine a livello globale. La Tunisia, che fino a quel momento viveva sotto un regime autoritario con forti limitazioni alla stampa, vide nascere una forma di informazione alternativa: la protesta digitale.

I social network non si limitarono a diffondere l'episodio: divennero strumenti di coordinamento, di denuncia e di mobilitazione.

- Facebook fu usato per organizzare manifestazioni, condividere luoghi e orari, pubblicare testimonianze e documenti video.

- Twitter amplificò la protesta con hashtag come #SidiBouzid e #Tunisia, rendendo la situazione visibile ai media internazionali.

- YouTube ospitò centinaia di video che mostravano scontri, repressioni e cortei, aggirando la censura governativa.

Per la prima volta nella storia, un'intera popolazione riuscì a comunicare e coordinarsi senza passare dai media ufficiali, che erano controllati dal regime.

La protesta tunisina si trasformò in una rivoluzione che portò, nel gennaio 2011, alla caduta del presidente Ben Ali dopo 23 anni di potere. Ma l'effetto più sorprendente fu la sua propagazione virale.

Grazie ai social network, le immagini e i racconti della rivolta tunisina raggiunsero:

- Egitto, dove milioni di persone si radunarono in Piazza Tahrir;
- Libia, dove iniziò una guerra civile che portò alla caduta di Gheddafi;
- Siria, dove le prime manifestazioni pacifiche si trasformarono in un conflitto durato anni;
- Yemen, Bahrain, Marocco, Giordania, che vissero proteste di diversa intensità.

La Primavera Araba divenne così il primo esempio di mobilitazione transnazionale alimentata dai social, capace di superare confini, censure e sistemi mediatici tradizionali.

La protesta nata dal gesto di Bouazizi è considerata un punto di svolta per vari motivi: ha mostrato il potere dei social network come strumenti politici, non solo di intrattenimento; ha dimostrato che un singolo contenuto virale può innescare cambiamenti storici; ha inaugurato una nuova era di attivismo digitale, in cui cittadini comuni possono documentare ingiustizie e mobilitare masse; ha costretto governi e media a confrontarsi con una comunicazione decentralizzata, impossibile da controllare completamente.

L'episodio di Sidi Bouzid e la successiva Primavera Araba rappresentano uno dei momenti più significativi della storia contemporanea in cui i social network hanno trasformato un atto individuale in una rivoluzione collettiva. È un esempio potente di come la tecnologia possa amplificare la voce dei cittadini, rendendo visibile ciò che altrimenti resterebbe nascosto.