

SINDACATO E UTILIZZO DEL WEB/SOCIAL: livelli di abilità e competenze digitali e fabbisogni di apprendimento

CGIL



LOMBARDIA

*I principali risultati di una survey
che ha coinvolto **857** sindacalisti della CGIL Lombardia
per conoscere l'utilizzo del web/social nell'azione sindacale*

10 settembre 2015



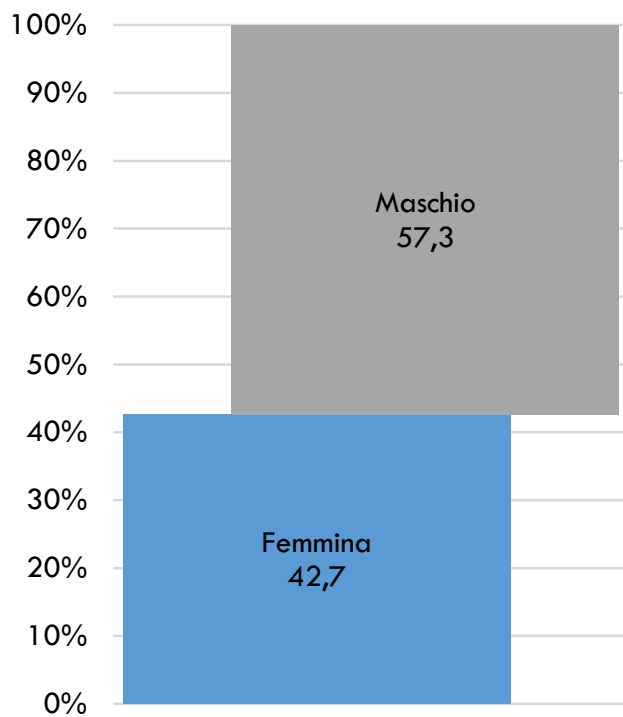
LA SURVEY

CARATTERISTICHE DEL CAMPIONE
857 sindacalisti della CGIL Lombardia

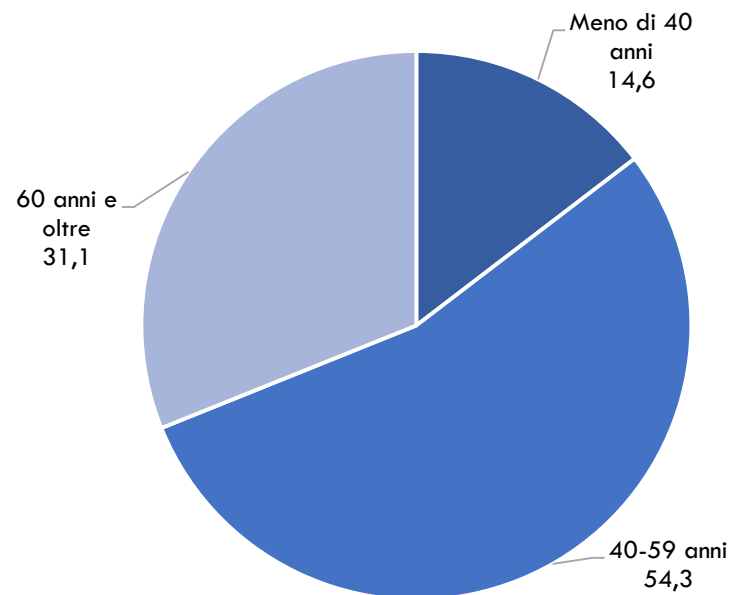
Le caratteristiche del campione rispetto alle variabili sesso ed età

3

Distribuzione del campione per genere

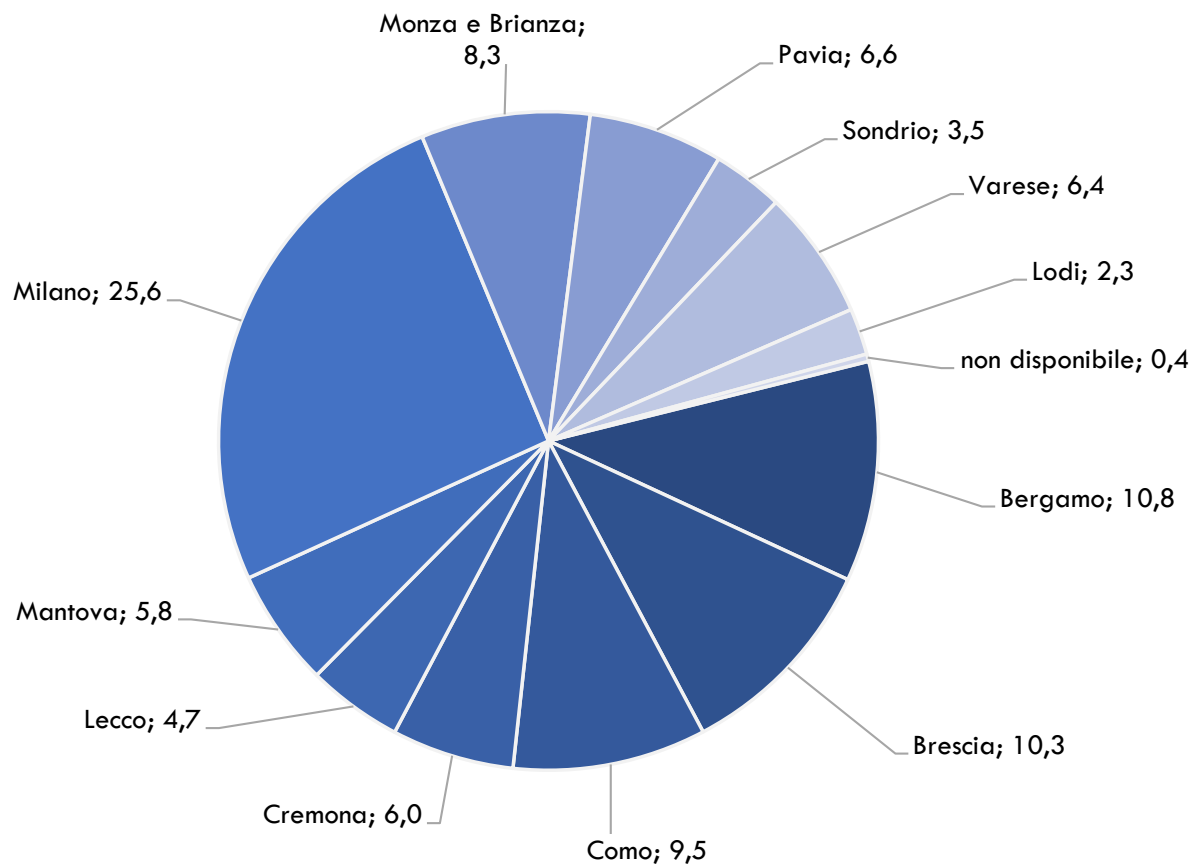


Distribuzione del campione per età



L'età media del campione è di 52,8 anni

Distribuzione degli intervistati per provincia di residenza



Distribuzione degli intervistati per categoria sindacale di appartenenza

	Quota (in %)
Slc	2,4
Nidil	2,6
Filt	2,9
Flc	3,0
INCA	3,1
Fisac	3,7
Flai	4,0
Fillea	4,2
Filctem	4,9
Fiom	6,1
Confederale	7,4
Funzione Pubblica	8,0
Filcams	14,4
Spi	29,1
<i>Altro</i>	4,5
TOTALE	100

Distribuzione degli intervistati per ruolo sindacale

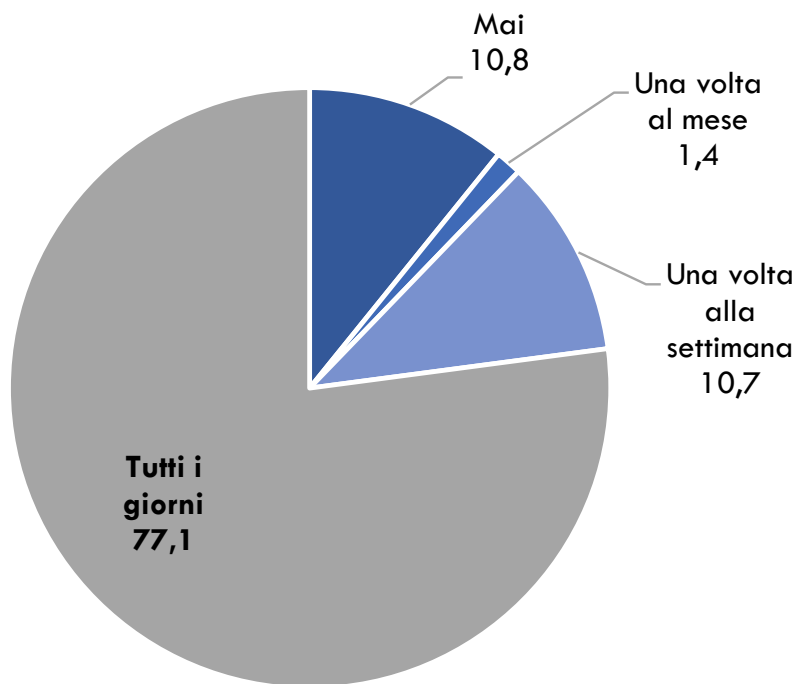
	Quota (in %)
Ufficio stampa e comunicazione	1,5
Ufficio informatico	2,0
Caaf	3,0
Collaboratore	3,0
Delegata/o	4,0
Attivista/Volontario	7,0
Segretario / Segreteria di lega Spi	7,0
Segretaria/o generale (confederale regionale, CdLT, categoria)	9,3
Segretaria/o (confederale regionale, CdLT, categoria)	16,2
Funzionaria/o	16,5
Apparato tecnico	19,6
Altro	10,9
TOTALE	100

INTERNET

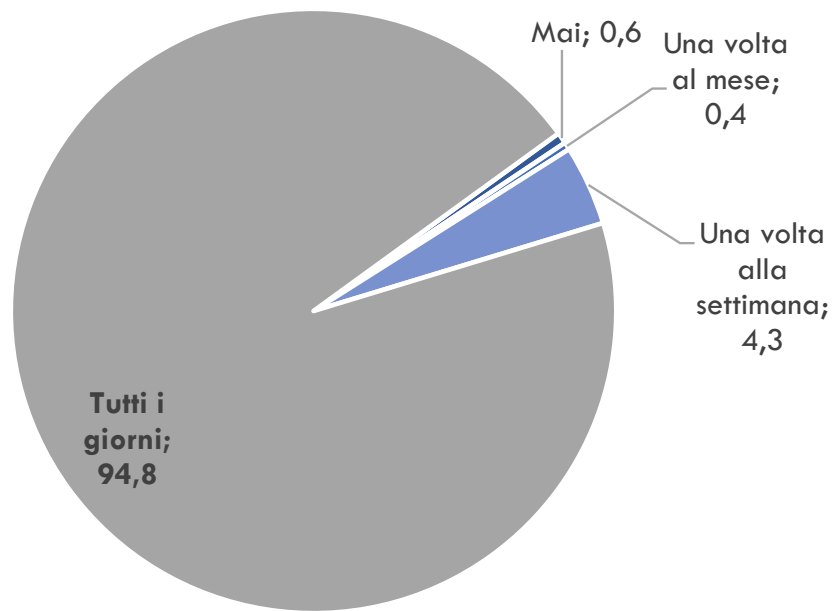
FREQUENZA E FORME
DI UTILIZZO

Frequenza con cui è stato utilizzato internet negli ultimi 3 mesi

Da casa

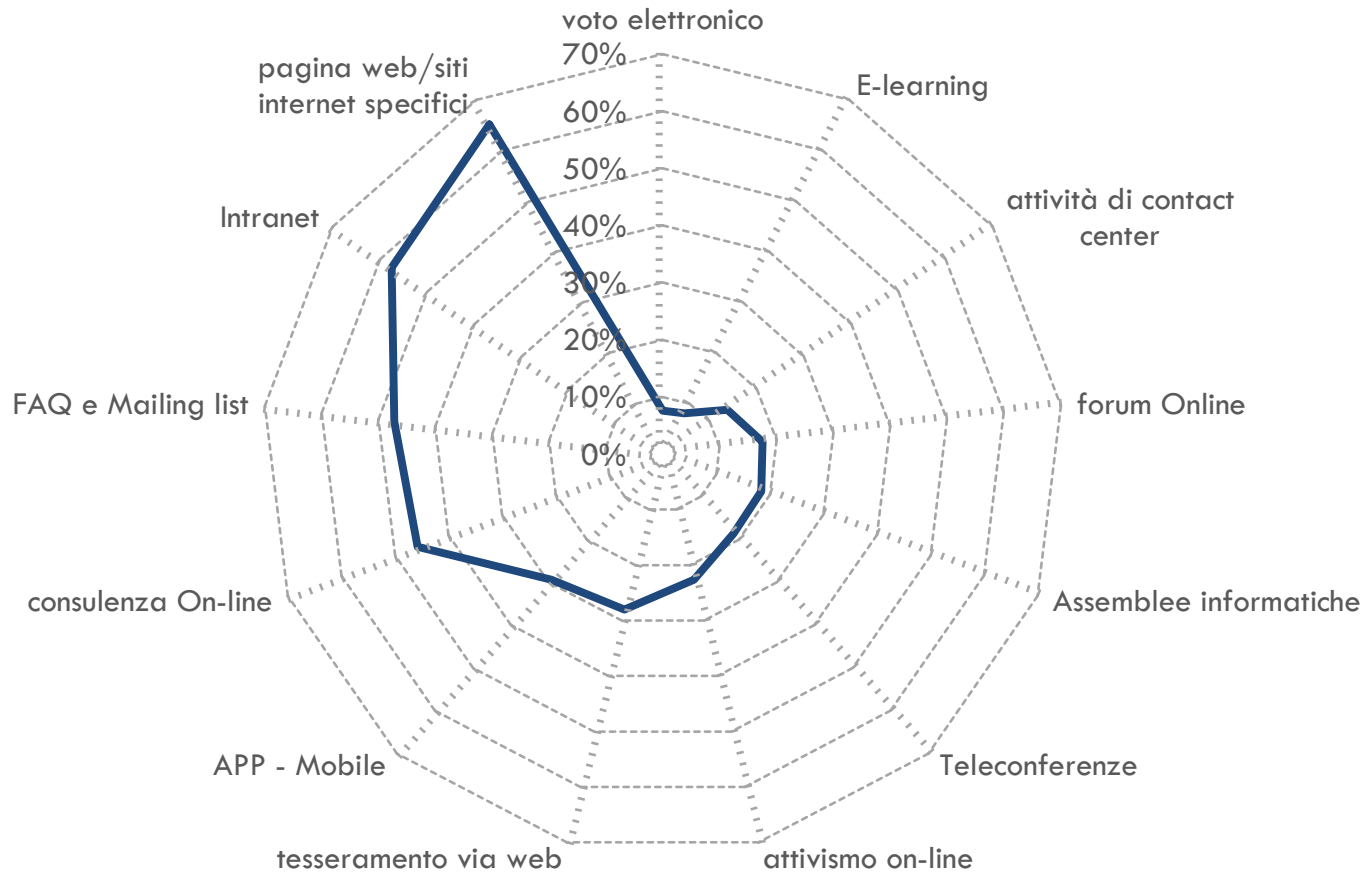


Dal posto di lavoro



Principali attività e funzioni

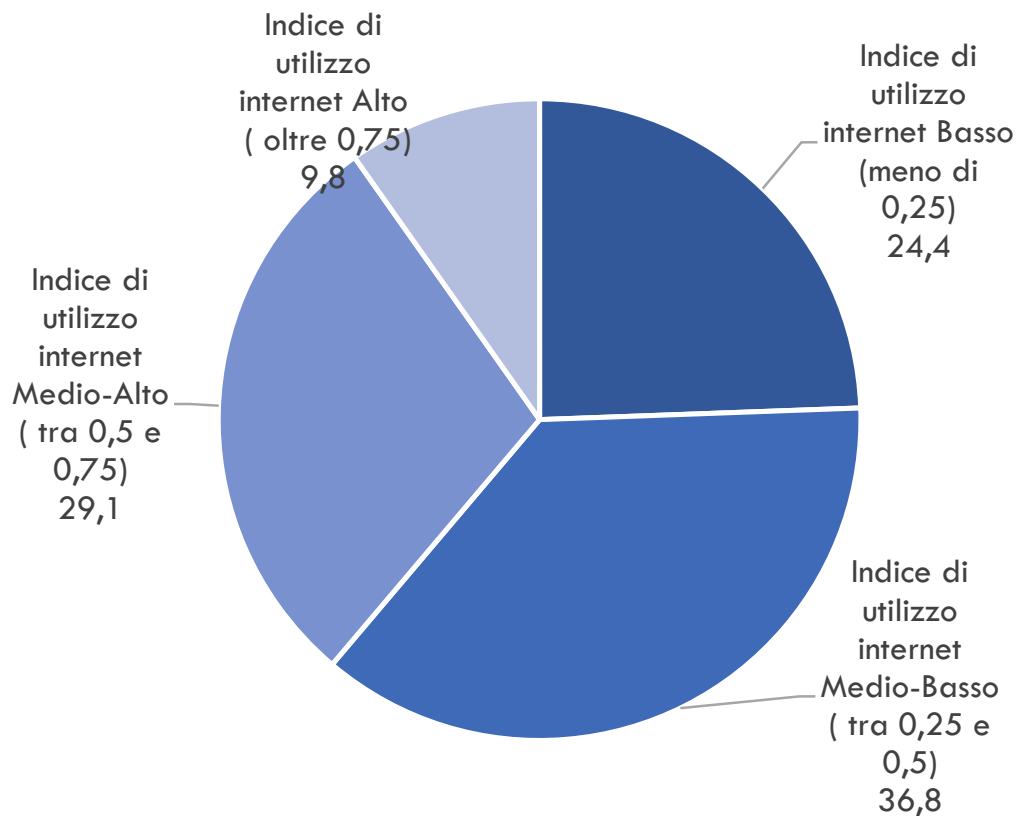
(% di chi ha dichiarato di aver svolto l'attività almeno una volta nell'ultimo mese)



Le forme di utilizzo di internet in ambito lavorativo

	Quota (in%)
Per spedire o ricevere e-mail	97,8%
Per cercare informazioni	96,5%
Per cercare località/Trovare strade, luoghi di interesse	81,0%
Per consultare un wiki per ottenere informazioni su qualsiasi argomento	72,2%
Per leggere giornali, riviste, libri	69,8%
Per relazionarsi con la Pubblica Amministrazione	63,7%
Per inviare messaggi su WhatsApp	59,2%
Per caricare contenuti (testi, fotografie, video, ecc.) su siti web e social network	42,2%
Per esprimere opinioni su temi sociali o politici on line	39,3%
Per telefonare via Internet, effettuare videochiamate via webcam	35,8%
Per archiviare su Internet documenti, immagini, video o altri file	33,1%
Per partecipare a social network	32,7%
Per utilizzare materiale didattico online	32,5%
Per acquistare beni e servizi	31,1%
Per inviare messaggi chat, blog, newsgroup o forum di discussione online	27,6%
Per guardare programmi televisivi, film, video	24,8%
Per partecipare a network professionali	9,6%
Per fare un corso online	9,3%
Per creare siti web o blog	7,1%
Per comunicare con docenti o studenti utilizzando siti didattici/portali	6,3%

La distribuzione della popolazione d'indagine rispetto alla densità di utilizzo di internet



L'indice di utilizzo internet è costruito sommando per ciascun intervistato tutte le risposte affermative alla batteria di domande elencate nella tabella precedente. Per semplificarne l'interpretazione, l'indice è stato successivamente standardizzato in maniera tale da fargli assumere valori compresi tra 0 e 1, dove 0 indica che l'individuo non ha utilizzato internet in nessuno degli ambiti menzionati in precedenza, mentre 1 significa un utilizzo in ogni ambito.

Differenze di densità rispetto all'età, genere e ruolo nel sindacato

		Valore indice	Differenziali (indice medi = 100)
Indice medio di utilizzo internet (0 minimo - 1 massimo)		0,4358	100
Genere	Uomo	0,454	104,1
	Donna	0,417	95,8
Classe D'età	Meno di 40 anni	0,476	109,3
	40-60	0,444	102,0
	più di 60 anni	0,397	91,2
Ruolo sindacale	Ufficio stampa e comunicazione	0,658	150,9
	Ufficio informatico	0,574	131,6
	Segretaria/o (confederale regionale, CdLT, categoria)	0,526	120,6
	Segretaria/o generale (confederale regionale, CdLT, categoria)	0,490	112,4
	Funzionaria/o	0,481	110,3
	Delegata/o	0,473	108,6
	Collaboratore	0,411	94,4
	Segretario / Segreteria di lega Spi	0,389	89,4
	Attivista/Volontario	0,368	84,5
	Caaf	0,364	83,5
	Apparato tecnico	0,357	81,9
	Altro	0,364	83,6

UN APPROFONDIMENTO SULL'UTILIZZO DEL SOCIAL NETWORK

L'utilizzo dei social network

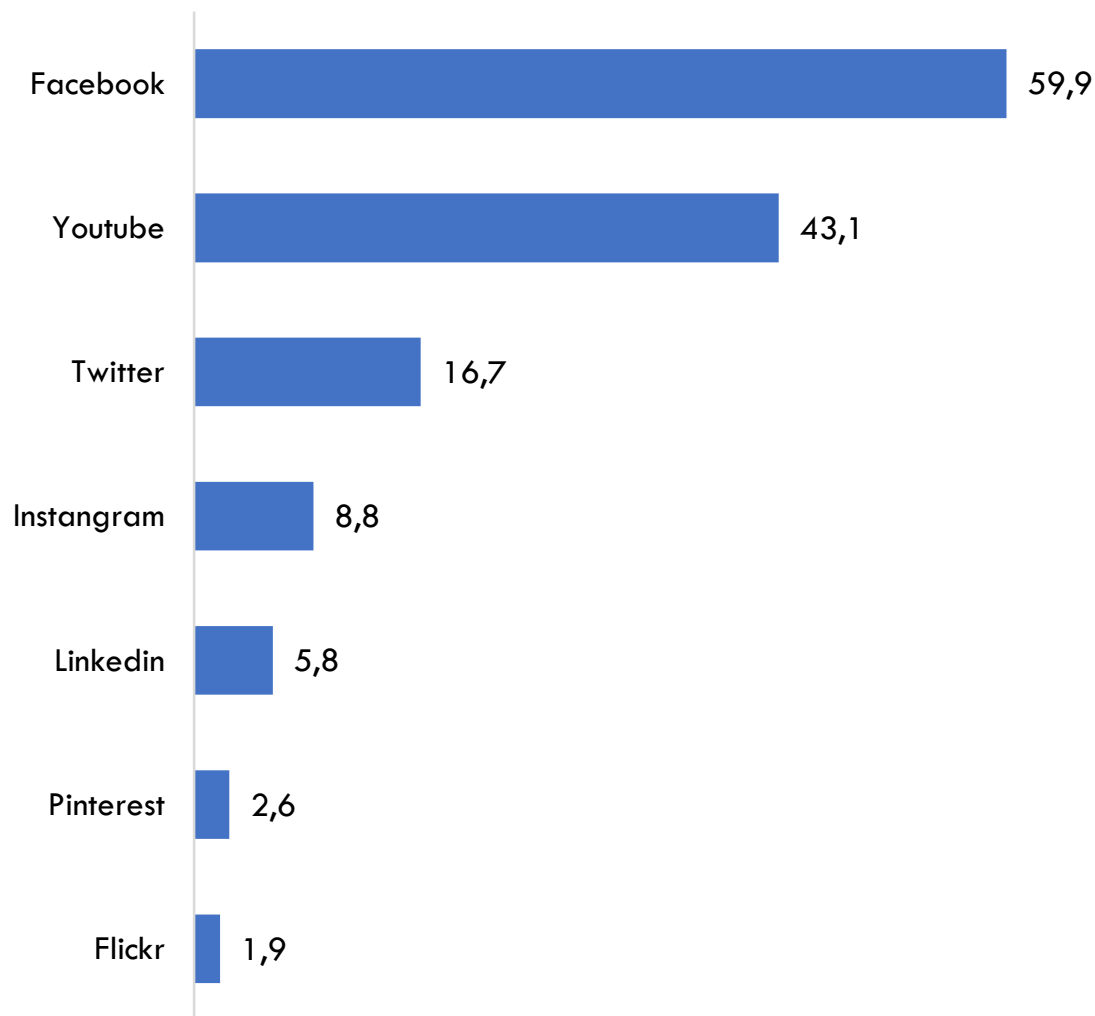
14

E' la quota della popolazione intervistata che dichiara di utilizzare i social network

87%

Gradi di utilizzo dei social rispetto alla tipologia di canale

(% di chi utilizza il social almeno una volta alla settimana)



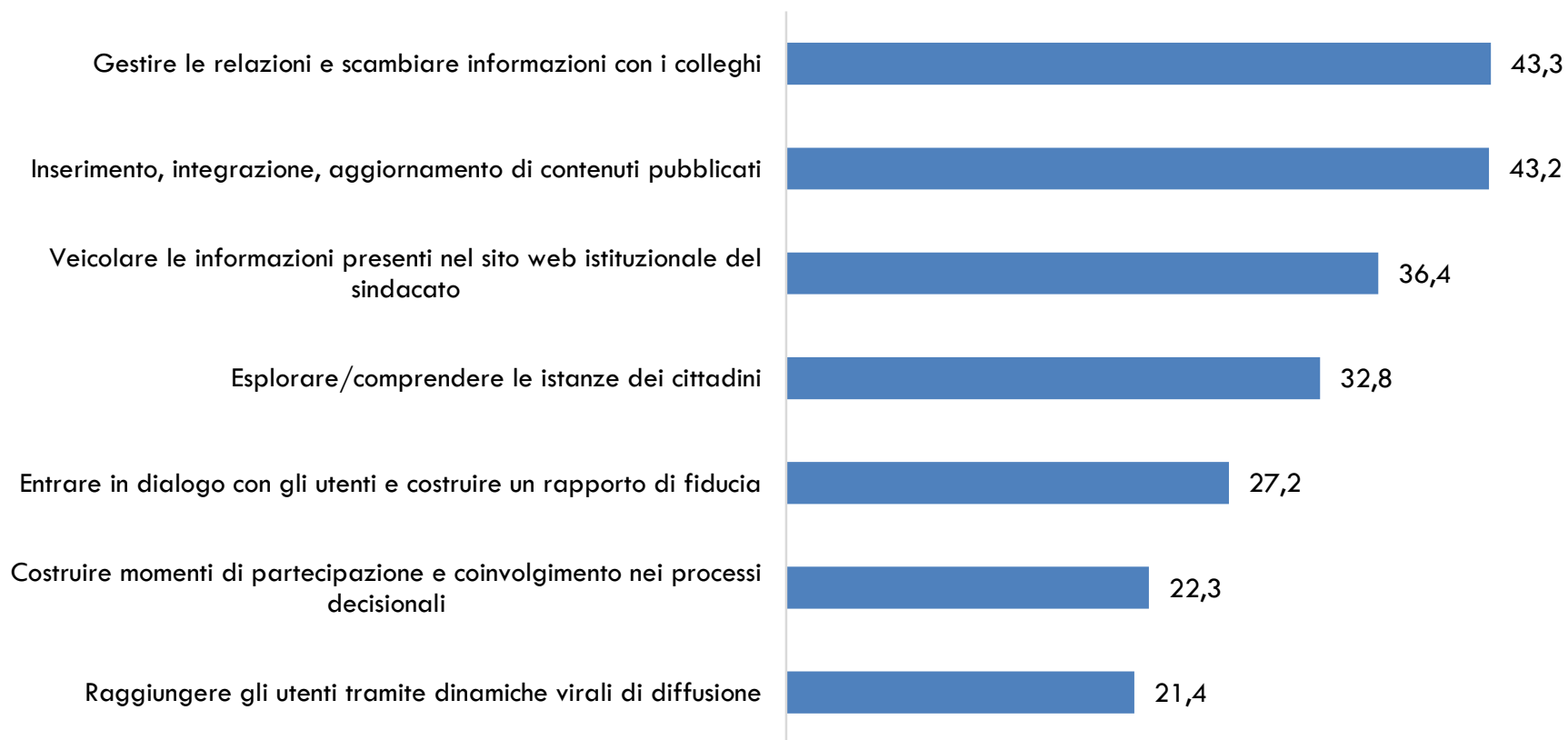
Rischi e opportunità dei social network per il sindacato: il punto di vista della popolazione intervistata

		Nessuna/poca opportunità	Moderata opportunità	Grande opportunità
opportunità	I social network possono contribuire alla gestione e alla promozione delle azioni convenzionali	3,1	29,6	67,3
	I social network possono migliorare l'efficienza complessiva dei processi organizzativi interni	7,1	33,0	56,5
	I social network possono favorire scambi, relazioni e cooperazione nazionale e internazionale tra le organizzazioni di tipo sindacale	3,2	25,7	71,1
	I social network possono promuovere un rinnovo dei linguaggi e modalità di interlocuzione del Sindacato con i cittadini/lavoratori soprattutto con le nuove generazioni	3,1	22,1	74,8
	I social network possono integrare e migliorare il dialogo con i lavoratori, e offrire servizi dedicati	2,1	25,6	72,2
		Nessun/poco rischio	Rischio moderato	Rischio alto
rischi	I social network producono la perdita di identità specifica del Sindacato e l'indebolimento del ruolo di referente e portavoce delle esigenze dei lavoratori	36,2	52,5	11,3
	I social network possono creare disgregazione rispetto ai modi tradizionali di organizzare i processi di integrazione/coesione	30,2	57,0	12,9
	I social network alimentano la proliferazione di flussi informativi di notizie e dati di basso profilo	12,0	46,3	41,8
	I social network accentuano i problemi organizzativi rispetto alla capacità presidiare e controllare spazi e strumenti web 2.0	16,7	59,5	23,8
	I social network accrescono le difficoltà a registrare, monitorare e soddisfare la crescente mole di istanze emergenti dalle reti	19,5	53,5	27,0
	I social network impoveriscono i rapporti e i valori e delle relazioni sociali in direzione di incertezza, fluidità e volatilità	20,9	49,8	29,3

Utilizzo dei social network in ambito sindacale

17

(% di chi ha dichiarato di svolgere l'attività almeno una volta alla settimana)



Livello di operatività sui social network rispetto alle azioni principali

18

(% di chi ha dichiarato di svolgere l'attività almeno una volta alla settimana)

Sono iscritto/registrato ma accedo di rado e non svolgo nessun tipo di azione	15,8
Partecipo a gruppi e discuto	16,4
Creo contenuti originali e posto contenuti e commenti	17,1
Partecipo ad eventi	20,4
Consulto i post degli altri, aggiungo "mi piace" ma non commento	28,3
Rilancio contenuti prodotti da altri soggetti della mia organizzazione o di soggetti terzi (stampa ecc.)	38,8
Seguo pagine	45,4

Fabbisogni formativi

Percezione dei fabbisogni di formazione rispetto alle macro aree di utilizzo

(% di chi ha dichiarato di essere molto o abbastanza interessato)

