

L'informazione. Il rapporto Demos-Coop conferma il dominio della tv. Ma scopre anche che due italiani su tre ormai utilizzano la Rete per leggere i giornali

Il disincanto digitale la metà degli italiani si informa su Internet ma la fiducia va in crisi

Forse è iniziata l'era del disincanto digitale. Lo suggerisce l'Osservatorio Demos-Coop su "Gli italiani e l'informazione" giunto alla nona edizione. Per la prima volta infatti Internet viene guardato con prudenza dagli stessi utenti abituali della rete. Anche nel 2015, comunque, la televisione si conferma il canale di informazione più consultato. È, infatti, frequentato, quotidianamente, dall'82% degli intervistati. Mentre il 49% afferma di informarsi ogni giorno attraverso Internet, il 38% mediante la radio. Il 26%, infine, sui quotidiani.

Gli scostamenti rispetto al 2014 appaiono minimi: 1-2 punti. Cioè, nulla, se consideriamo il margine di errore statistico. Per rilevare cambiamenti significativi, dobbiamo allungare lo sguardo più indietro. Almeno di 7-8 anni. Rispetto ad allora, infatti, la TV appare in calo di circa 5 punti, come, d'altronde, i giornali quotidiani (4, per la precisione), mentre il ricorso alla radio diminuisce un po' di meno. Unico medium ad aumentare la propria diffusione sociale, nel sistema informativo, è, appunto, Internet. Nel 2007, utilizzato, ogni giorno, dal 25% degli italiani (intervistati). Da quasi il doppio, oggi.

La distanza rispetto alla TV, rispetto al 2007, risulta, quin-

di, dimezzata: da (oltre) 60 a (oltre) 30 punti.

Tuttavia, negli ultimi due anni il sistema informativo sembra essersi consolidato, fra i cittadini. Anche - e soprattutto - perché, ormai, l'informazione è diventata un sistema largamente "ibrido" - per riprendere la nota definizione di Andrew Chadwick. L'accesso ai New Media, infatti, non esclude i media tradizionali. Al contrario, li include, li contamina. E viceversa. Solo una componente ridotta di persone si informa esclusivamente su Internet. Intorno al 4-5% dei cittadini. Mentre il 40% degli italiani sono "net-ibridi". Alternano internet con gli altri media. Due su tre, fra loro, utilizzano la rete per leggere i giornali. E, comunque, quasi tutti continuano a guardare la TV. Dove il riferimento ai social-media è costante.

La TV, appunto, continua ad essere frequentata, quotidianamente, da 8 italiani su 10. Perlopiù, come si è detto, in combinazione con altri media. Ma per oltre 2 su 10 (per la precisione: il 22%) si tratta dell'unico luogo attraverso cui si accede all'informazione. Si tratta di settori sociali definiti. Soprattutto donne, casalinghe, di età medio-alta e di istruzione medio-bassa, residenti nel Mezzogiorno e nelle Isole. Un tempo, elettori ed elettrici "fedeli" dei partiti "go-

vernativi". Da qualche anno, però, sono diventati più incerti e distaccati. Quelli che decidono all'ultimo se e per chi votare. Il loro voto (o non-voto) è, dunque, strategico ai fini del risultato.

Non per nulla, nelle campagne elettorali recenti, tutti i principali leader, anche i più critici verso l'informazione TV e chi la guida, si sono, puntualmente, recati nei salotti e nei talk televisivi. Per primi: quelli più "istituzionali". In particolare, a Porta a Porta, ospiti di Bruno Vespa.

Il pubblico dei new media è, invece, simmetrico rispetto a quello degli spettatori "telecentrici". Più giovane, istruito. Maggiornemente esteso nel ceto impiegatizio, nelle professioni intellettuali. E fra gli studenti. Politicamente, si presenta orientato in modo preciso, anche se non esclusivo. La maggiore familiarità con la Rete e con i new media emerge, secondo le attese, fra gli elettori del M5s. I più "ibridi". Mentre il Pd si conferma trasversale. La base elettorale del PdR, il PD di Renzi, non mostra, infatti, particolari distinzioni nel rapporto con i media. Vecchi e nuovi. Si tratti di Tv oppure della Rete.

Neppure se spostiamo l'attenzione dai canali ai programmi di informazione si osservano grandi novità.

In termini di fiducia, non di ascolti, l'atteggiamento verso i Tg conferma, infatti, le tendenze degli ultimi anni. I più apprezzati restano i Tg Rai e in particolare il Tg3. Mentre, fra i Tg di Mediaset, solo il Tg5 mantiene un grado di stima elevato. Nel complesso, il credito nei confronti di tutti i notiziari tiene, oppure cresce, anche se di poco. Ma le performance migliori, negli ultimi anni, premiano ancora le reti All-News: RaiNews 24, Sky Tg24, insieme al Tg7. Soprattutto i Tg di Sky e di Rai News 24, i quali, rispetto al 2009, vedono salire la fiducia nei loro confronti di oltre 10 punti.

Se osserviamo gli orientamenti politici del pubblico, il legame fra media (soprattutto: TV) e politica appare ancora saldo. Indirizzato maggiormente a destra, nel caso dei Tg di Mediaset. A sinistra, per quel che riguarda i programmi della Rai. Ma, soprattutto, il Tg3. Gli elettori leghisti, invece, si fidano soprattutto del Tg5 e, quindi, del Tg2. Mentre gli elettori del M5s apprezzano il Tg de La7. Inoltre, il Tg3 e RaiNews24. Il Tg di Sky, infine, appare il più "trasversale".

La sola, vera, novità di questo Atlante dell'Informazione, è, però, costituita dal disincanto verso Internet. Certo: resta ancora lo spazio dove l'informa-

zione appare più libera e indipendente (36%). Ma questa convinzione appare in calo significativo: 4 punti in meno solo nell'ultimo anno.

Anche la fiducia nella rete sta diminuendo. Oggi è espressa dal 37% degli italiani: 3 punti meno di un anno fa, oltre 10 rispetto al 2013. Così gli italiani navigano su Internet, sempre più numerosi, per sempre più tempo. Ma si sentono osservati e sempre meno sicuri. Così, anche se non si fidano, per distrarsi un po', continuano a guardare la TV.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il credito dei notiziari tv tiene. Elettori di sinistra affezionati al Tg3, destra a Mediaset e 5Stelle a La7

Nel 2007 si aggiornava sul web il 25%, oggi sono il doppio. Spunta la categoria dei net-ibridi

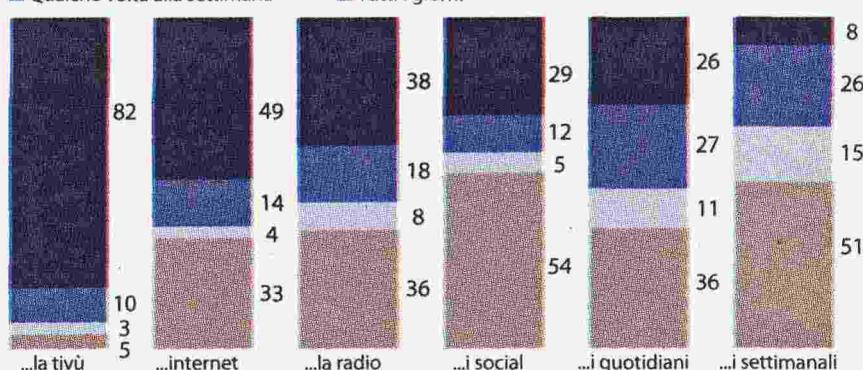
NOTA METODOLOGICA

RILEVAZIONI DALL'11 AL 20/11
 L'Osservatorio sul Capitale Sociale è realizzato da Demos&Pi in collaborazione con Coop. Sondaggio di Demetra tra l'11 e il 20 novembre. Campione (N=1323, rifiuti/sostituzioni 6419) rappresentativo della popolazione oltre i 15 anni. Documento completo su www.agcom.it

L'UTILIZZO DEI MEZZI DI INFORMAZIONE

Per tenersi informato con che frequenza utilizza... (valori %)

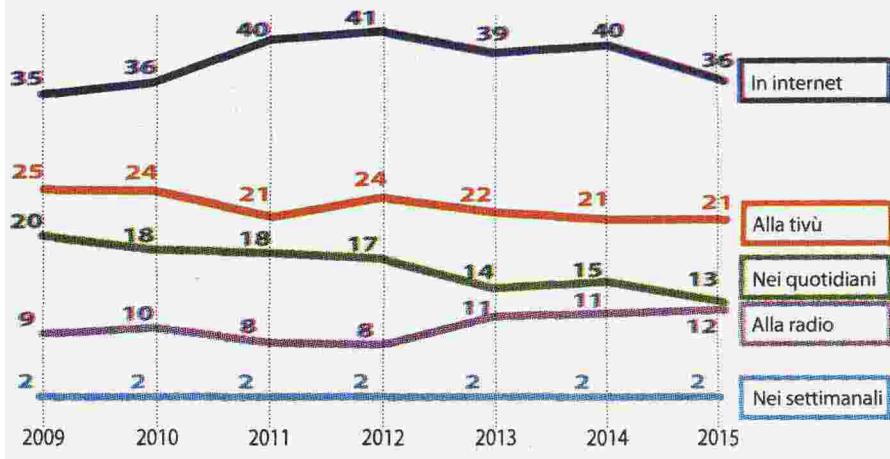
■ Mai o meno di una volta al mese ■ Qualche volta al mese
 ■ Qualche volta alla settimana ■ Tutti i giorni



Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Novembre 2015 (base: 1323 casi)

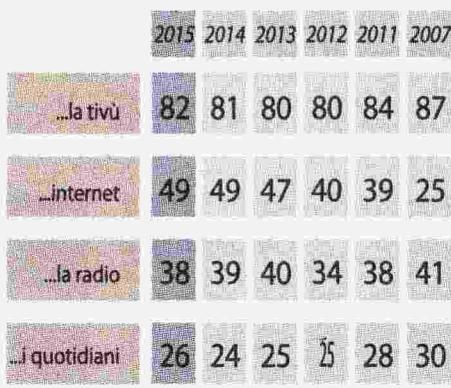
INFORMAZIONE E LIBERTÀ'

Secondo Lei, dove l'informazione è più libera e indipendente? (valori % della prima scelta, serie storica)



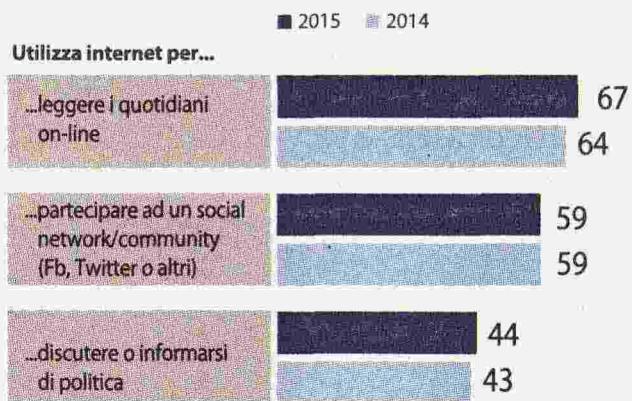
... L'EVOLUZIONE

Per tenersi informato con che frequenza utilizza... (valori % di "tutti i giorni" – Serie storica)



CITTADINI IN RETE

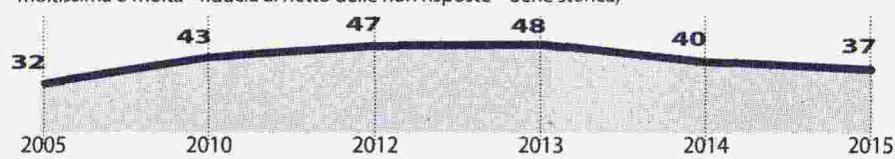
(valori % di "sì" sul totale delle persone che utilizzano internet - Confronto con il 2014)



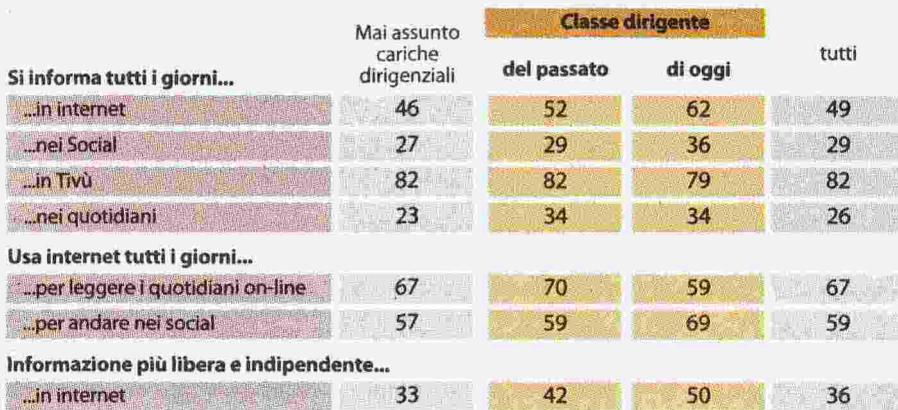
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

FIDUCIA NELLA RETE

Quanta fiducia prova nei confronti di internet? (valori percentuali di coloro che ripongono "moltissima o molta" fiducia al netto delle non risposte – Serie storica)



COME SI INFORMANO LE ÉLITE (valori %)



IL VO DIAMANTI

LA FIDUCIA NEI TG

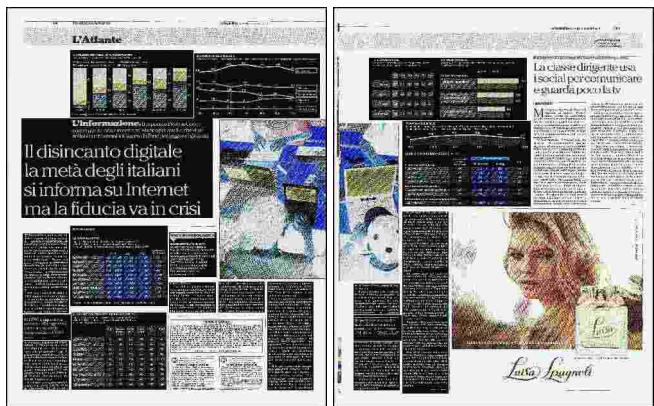
In particolare, quanta fiducia ha nei seguenti notiziari? (valori % di chi esprime "molta o abbastanza" fiducia, sul totale degli intervistati, Serie storica e differenza 2015 - 2009)



*Tra parentesi la % di persone che non si esprime o non conosce il programma

IL COLORE POLITICO DEL PUBBLICO DEI TG

In particolare, quanta fiducia ha nei seguenti notiziari? (valori % di chi esprime "molta o abbastanza" fiducia, sul totale degli intervistati)



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

