

XXIII Osservatorio sul Capitale
Sociale degli Italiani

Gli italiani e l'informazione

Rapporto Ottobre 2009



NOTA METODOLOGICA

L'Osservatorio sul capitale sociale è realizzato da Demos & Pi in collaborazione con Coop (Ass. Naz.le cooperative di consumatori) e la partecipazione del LaPolis - Univ. di Urbino per la parte metodologica e di Medialab - Vicenza per quella organizzativa.

L'indagine è curata da Ilvo Diamanti, Luigi Ceccarini e Fabio Bordignon con la collaborazione di Ludovico Gardani per la parte metodologica (LaPolis, Univ. di Urbino) e Filippo Nani (Medialab, Vicenza) per quella organizzativa. Martina Di Pierdomenico ha partecipato all'impostazione dell'indagine e all'analisi dei risultati.

Il sondaggio è stato condotto da Demetra (sistema CATI, supervisione di Claudio Zilio) nel periodo 12-16 ottobre 2009. Il campione intervistato (N=1337) è rappresentativo della popolazione italiana con oltre 15 anni per genere, età, titolo di studio e zona geopolitica di residenza.

Documento completo su www.agcom.it

GLI ITALIANI E MEDIARAI: MENO FIDUCIA NEL TG1

di Ilvo Diamanti

Fra media e politica è ormai difficile distinguere. I ruoli si confondono e si rovesciano. I comici, i presentatori, gli attori, i direttori di giornali e i giornalisti, gli editori sono spesso più importanti dei leader politici. E viceversa. I leader politici fanno spettacolo. Recitano. Non sempre con successo. L'identificazione è quasi totale. Il PdL è un esempio di Partito Mediale di Massa, guidato – e fondato – dal più importante imprenditore mediatico italiano. D'altra parte, come mostra l'indagine dell'Osservatorio di Demos-coop, oltre 6 italiani su 10 ritengono che questa situazione "condiziona l'andamento della politica" (6 punti percentuali più del 2007). E più di 1 su 2 - la maggioranza assoluta - pensa che danneggi la libertà di informazione. Tuttavia, anche queste opinioni risentono del cortocircuito mediatico-politico. Che, dal punto di vista dei mezzi di comunicazione, appare attraversato da tre fratture.

1. La più nota - e al tempo stesso più discussa - è tutta interna alla televisione. Indiscutibilmente, il mezzo più utilizzato per informarsi. Come fa, con cadenza quotidiana, oltre l'86% degli italiani. Cioè: quasi tutti. D'altronde, circa il 18% della popolazione (con più di 15 anni) passa più di 4 ore davanti alla tivù. Il 46% fra 2 e 4. Il tempo trascorso davanti alla televisione rende fragili i confini tra realtà e politica. Per cui, oltre le 4 ore di esposizione televisiva, la percezione del conflitto di interessi come vincolo per la libertà politica e dell'informazione diminuisce e, quasi, svanisce. Comunque, nell'immagine politica dei notiziari e dei programmi di infotainment (informazione e intrattenimento, miscelati) continua a pesare la distinzione fra Mediaset e le altre reti. Tutti i programmi e i notiziari di Mediaset sono apprezzati dagli elettori di centrodestra – e soprattutto del PdL. Al contrario quelli della Rai e ancor più delle altre reti: Sky e La 7, in particolare. Tuttavia, questa "frattura" appare meno profonda rispetto a due anni fa. In particolare perché l'identità delle due testate leader della rete leader di ascolti - la prima - si è spostata in modo significativo a destra. Ci riferiamo a Porta a Porta, condotta da Bruno Vespa, e al Tg1 diretto da Minzolini. Il quale, anche per questo motivo, ha perso terreno nella classifica della fiducia degli italiani. Superato dai Tg regionali, ma anche, dal Tg3, fra quelli nazionali. Il che spiega la definizione di RaiSet. O di MediaRai. Usata polemicamente per sottolineare la fine della concorrenza e della differenza tra network. Sostituita da una sola entità televisiva, condizionata dal premier e orientata da Mediaset. Il conflitto, semmai, attraversa la Rai, dove il gradimento per il Tg 3, Ballarò (ancora il programma più affidabile nel giudizio degli italiani) e Anno Zero si allarga fra gli elettori di centrosinistra. La caratterizzazione politica dei programmi più popolari, in tempi di crescente contrapposizione politica, ne ha peraltro ridimensionato il grado di fiducia, negli ultimi anni. (Inversamente agli ascolti). Mentre è significativa la crescita (+10%) di Report, di Milena Gabanelli. Che è un programma di inchieste scomode per tutti.
2. La seconda frattura attraversa i media stessi. Oppone, in particolare, il pubblico televisivo a quello dei quotidiani. Circa un terzo della popolazione, se si considerano i lettori assidui. I quali pesano - molto più della media - fra le persone adulte e anziane (oltre 45 anni) e tra quelle più istruite (al contrario dei teledipendenti). Mentre si eclissano – e quasi scompaiono – fra i giovani e

soprattutto i giovanissimi (con meno di 25 anni). I quali non leggono più i giornali. Nel formato cartaceo, almeno. I lettori fedeli sono, politicamente, molto più orientati a centrosinistra. Sono sensibili al conflitto di interessi. Considerano, ovviamente, l'informazione dei giornali più libera di quella della televisione. E ciò riflette, in modo simmetrico, l'opinione del premier. Secondo il quale i giornali fanno informazione distorta – in particolare alcuni, che agiscono in modo eversivo. Mentre la televisione sarebbe più equilibrata. Con alcune eccezioni.

3. La terza frattura ha segno diverso dalle precedenti. Ed è nuova. La si coglie osservando com'è cambiata la frequenza nell'uso dei canali di informazione. Fra tutti gli strumenti utilizzati, due fanno rilevare una crescita esponenziale e significativa negli ultimi due anni. La componente di coloro che si affidano alle reti satellitari e al digitale terrestre è più che raddoppiata: dal 19% al 40%. Ma è cresciuta di un terzo anche la quota di persone che si informano, quotidianamente, attraverso internet: dal 25% al 39%. La rete, d'altronde, è considerata il luogo (!) più libero. In cui si sperimentano pratiche di democrazia e di partecipazione diretta. Il pubblico di questi due media in parte si sovrappongono, ma hanno caratteristiche distinte. In particolare, gli internauti pesano molto più della media fra i giovani e i giovanissimi, fra le persone più istruite – e quindi fra gli studenti, i dirigenti, i professionisti. Leggono i giornali ma guardano la televisione meno degli altri. Sono maggiormente diffusi a sinistra e a centrosinistra, ma soprattutto fra gli elettori della sinistra radicale e della Lista Di Pietro (sostenuti dal "popolo" di Grillo).

La guerra mediatica, dunque, coincide con la guerra politica. E la libertà politica coincide con quella mediatica. La crescente importanza che stanno assumendo internet, le tivù satellitari e il digitale permettono - e permetteranno - maggiore autonomia e nuovi spazi agli attori politici e sociali. Tuttavia, la televisione e i giornali sono ancora (e tali resteranno a lungo) luoghi di formazione e informazione politica importanti. Per quel che riguarda la tivù: il più frequentato dai partiti e dai loro leader. Per questo oggi questione mediatica e democratica sono indistinte. E indistinguibili.

“IMMAGINE ALL’ESTERO IN CRISI”

PER IL 70% DEGLI INTERVISTATI

di Fabio Bordignon e Luigi Ceccarini

Un punto mette tutti d'accordo: il mondo ci guarda con sospetto. Sette italiani su dieci, sia di destra che di sinistra, ritengono che, in questa fase, l'immagine internazionale del nostro paese sia piuttosto debole, anzi negativa. E concordano che il modo in cui i giornali stranieri dipingono l'Italia rischi di colpire gli interessi nel mondo e di intaccare il prestigio nazionale (48%). Tuttavia, si rilevano versioni discordanti nell'individuare le origini di questa “idea dell'Italia” proposta dagli osservatori stranieri.

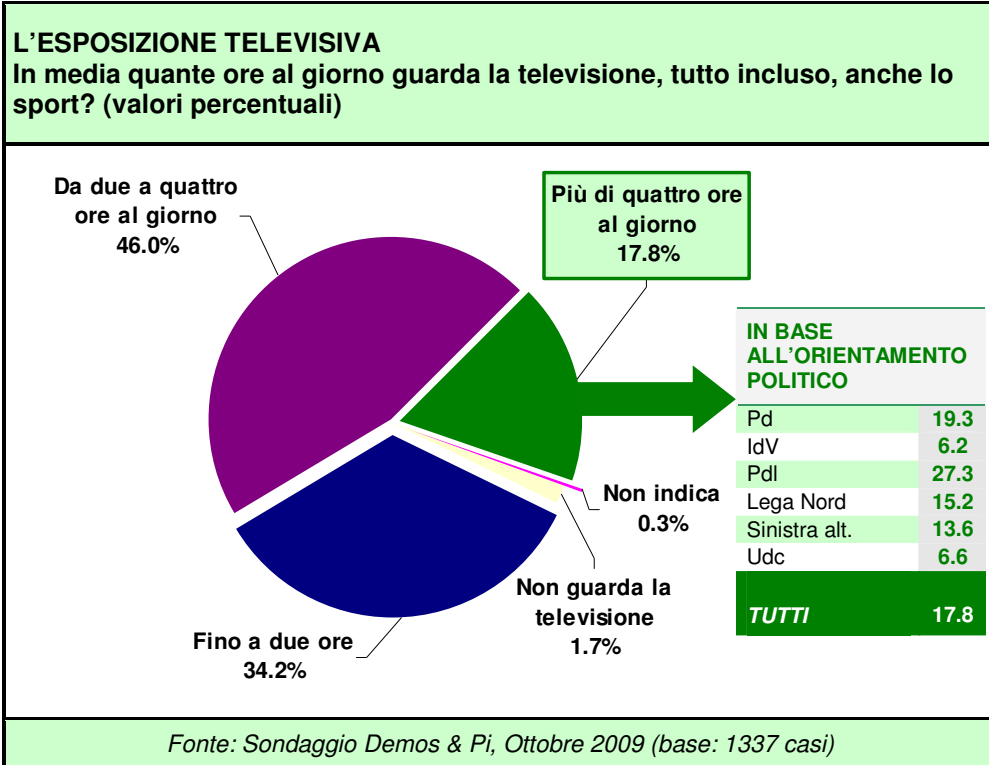
Più volte, negli ultimi mesi, prestigiose testate giornalistiche internazionali hanno puntato il dito sul nostro paese, con pezzi particolarmente severi nei confronti della sua leadership politica. Articoli incentrati sulle “complicate” relazioni tra potere, informazione e giustizia (ma anche sul nesso tra gossip e politica), che spesso descrivono un quadro al limite dei parametri democratici. Sul piano interno, l'eco di queste analisi alimenta l'indignazione del centro-sinistra, mentre, specularmente, solleva sospetti nell'altro campo. Nelle letture date dalla politica sembrano rispecchiarsi le spiegazioni fornite dall'opinione pubblica, che appaiono di conseguenza fortemente legate alle appartenenze partitiche.

Gli elettori di centro-sinistra concentrano l'attenzione soprattutto su Berlusconi: sul ruolo del premier e sulle contraddizioni che ne caratterizzano l'esperienza politica. Quasi due persone su tre, tra chi destina il proprio voto al Pd e all'IdV (il 41% sul totale del campione), ritengono sia soprattutto il Presidente del Consiglio a produrre il deterioramento dell'immagine italiana oltre confine. In questo caso, il sillogismo è immediato: Berlusconi determina l'immagine del paese; l'immagine dell'Italia è negativa; Berlusconi ne è il principale responsabile.

Sull'altro versante dello spazio politico, per converso, trovano spazio soprattutto letture di sapore “complottoista”. Sia tra gli elettori della Lega che (soprattutto) del PdL emerge la convinzione – coerente con le esternazioni del premier e della maggioranza – che l'immagine dell'Italia fornita dalla stampa internazionale non sia altro che una proiezione (magari “interessata” o “guidata”) di quanto avviene a livello nazionale (20%, contro una media generale del 13%). In altre parole, in questi settori di elettorato è diffusa l'idea che le redazioni internazionali siano condizionate da quelle italiane, vittime, entrambe, di una interpretazione distorta, di parte, del quadro politico. Oppure che siano i partiti di opposizione a “remare contro” gli interessi nazionali: attraverso la loro critica al governo, ma anche grazie alla propria influenza fuori dall'Italia.

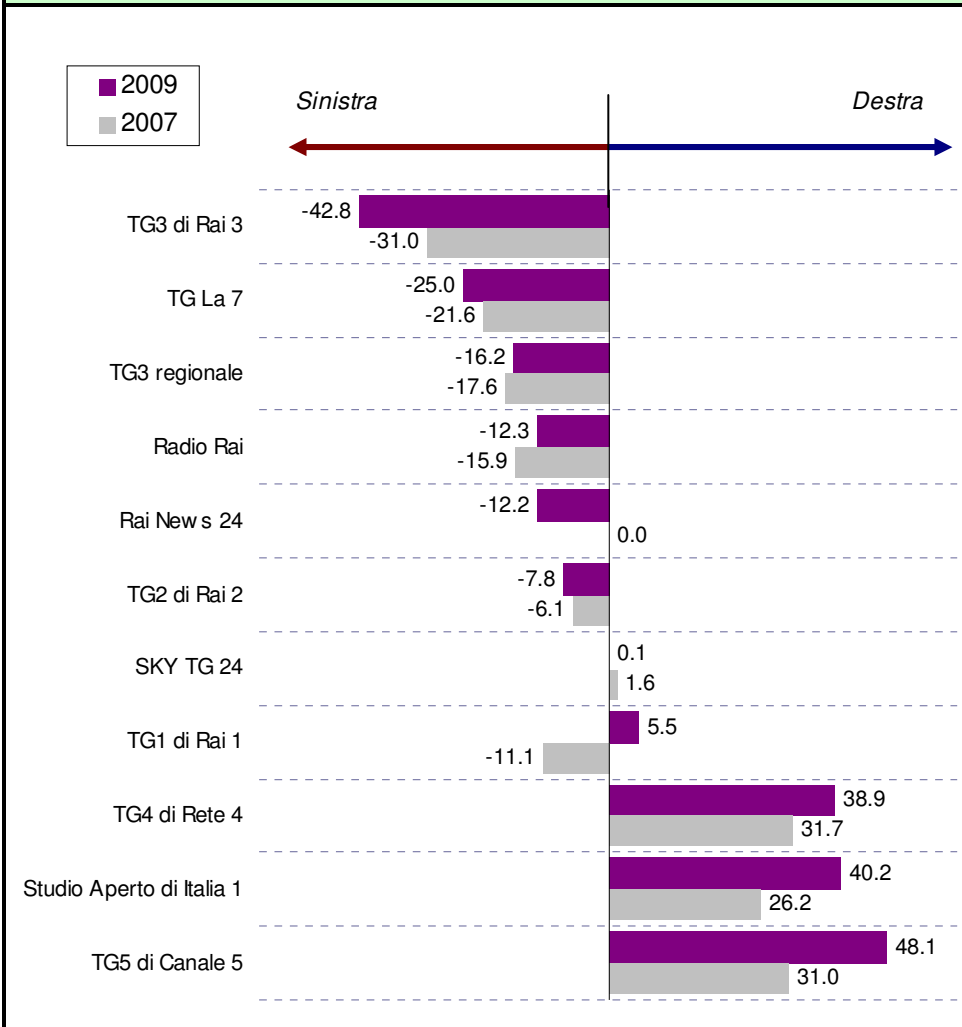
LE FONTI DI INFORMAZIONE					
Per tenersi informato con che frequenza utilizza... (valori percentuali)					
	OTTOBRE 2009				NOVEMBRE 2007
	Mai o Meno di una volta al mese	Qualche volta al mese	Qualche volta alla settimana	TUTTI I GIORNI	TUTTI I GIORNI
...la televisione (Mediaset, Rai, La7)	3.3	1.4	8.5	86.7	87.0
...la Tv satellitare o digitale terrestre	45.9	2.1	10.4	40.9	18.9
...la radio	30.9	9.2	19.5	40.5	41.1
...internet	46.7	4.6	10.5	38.2	24.8
...i quotidiani	22.3	13.1	31.3	33.1	30.2
...i settimanali	42.2	21.6	28.9	7.4	6.4

Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Ottobre 2009 (base: 1337 casi)



LA FIDUCIA NEI TG			
In particolare, quanta fiducia ha nei seguenti notiziari? (valori percentuali di chi esprime molta o abbastanza fiducia; tra parentesi la percentuale di persone che non si esprimono)			
	OTTOBRE 2009	NOVEMBRE 2007	DIFFERENZA 2009 - 2007
Tg3 regionale	72.8 (5.9)	71.5 (6.8)	+1.3
Tg3 di Rai3	63.8 (5.8)	63.4 (6.8)	+0.4
Tg1 di Rai1	63.6 (2.9)	69.0 (3.1)	-5.4
Tg2 di Rai2	62.4 (5.2)	62.6 (5.3)	-0.2
Tg5 di Canale 5	56.7 (3.7)	59.3 (4.4)	-2.6
Radio Rai	45.9 (23.8)	43.8 (23.4)	+2.1
Studio Aperto di Italia1	45.0 (8.1)	39.8 (9.0)	+5.2
Tg di La7	42.9 (23.4)	34.3 (28.8)	+8.6
Rai News24	32.6 (36.6)	19.2 (47.5)	+13.4
Tg4 di Rete4	28.5 (7.7)	26.9 (9.5)	+1.6
Sky Tg24	27.1 (45.4)	21.3 (45.9)	+5.8
<i>Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Ottobre 2009 (base: 1337 casi)</i>			

IL COLORE POLITICO DEI TG: EVOLUZIONE '07-'09
Indice di colore politico del Tg*



* L'indice è calcolato come scarto tra la fiducia espressa nei confronti di ciascun Tg dagli elettori di PdL-Lega Nord e Pd-IdV. Ad esempio, il primo valore (42.8 verso sinistra) è dato dallo scarto tra la fiducia nel Tg3 espressa dagli elettori di PdL+Ln (45.7%) e di Pd-IdV (88.5%).

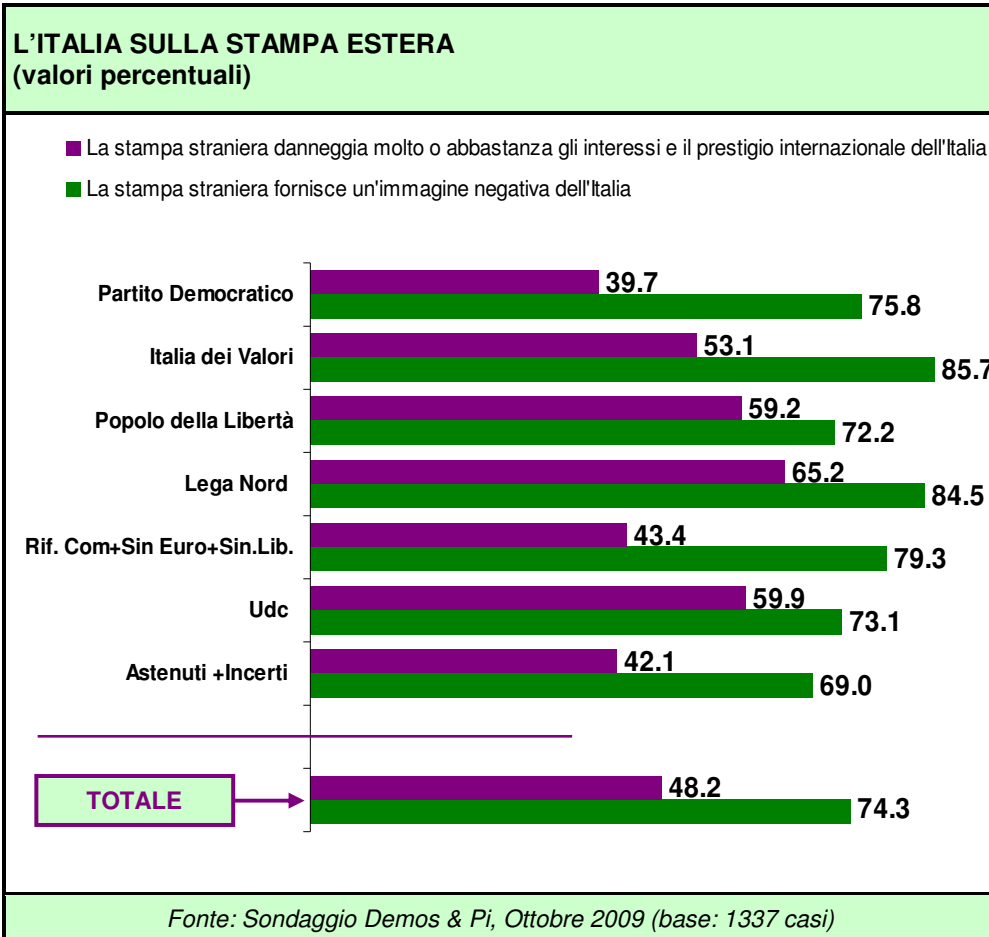
Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Ottobre 2009 (base: 1337 casi)

LA FIDUCIA NEI PROGRAMMI DI INFORMAZIONE			
Quanta fiducia nutre nei confronti dei seguenti programmi di informazione televisiva? (valori percentuali di chi esprime molta o abbastanza fiducia; tra parentesi la percentuale di persone che non si esprimono o non conoscono il programma)			
	OTTOBRE 2009	NOVEMBRE 2007	DIFFERENZA 2009 - 2007
BALLARO' Giovanni Floris	54.2 (15.4)	57.2 (18.3)	-3.0
ANNO ZERO Michele Santoro	42.5 (15.5)	46.2 (23.0)	-3.7
PORTA A PORTA Bruno Vespa	42.9 (12.6)	45.8 (13.5)	-2.9
REPORT Milena Gabanelli	46.5 (31.1)	36.3 (42.1)	+10.2
MATRIX Alessio Vinci *	44.2 (24.9)	52.4 (22.6)	-8.2
OTTO E MEZZO Lilli Gruber *	29.6 (37.9)	24.6 (41.3)	+5.0
L'INFEDELE Gad Lerner	26.1 (35.8)	25.3 (43.2)	+0.8
<i>* i conduttori sono cambiati rispetto al 2007</i>			
<i>Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Ottobre 2009 (base: 1337 casi)</i>			

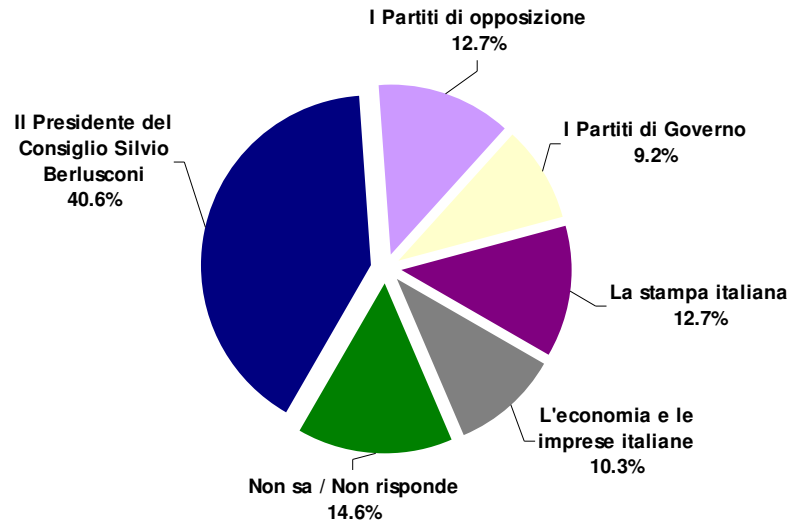
L'INDIPENDENZA DELLE FONTI									
Secondo Lei, dove l'informazione è più libera e indipendente?									
(valori percentuali)									
	ORIENTAMENTO POLITICO								TUTTI
	PD	IDV	PDL	Lega Nord	Prc-Pdci + Sinistra e Libertà	Udc	Altri partiti	Incerti, reticenti	
Su internet	32.4	56.3	29.5	26.7	69.8	47.8	50.4	30.4	34.7
Alla TV	14.0	---	34.3	37.5	8.4	17.4	28.1	26.6	24.5
Nei giornali quotidiani	31.0	24.1	20.0	14.0	7.9	15.7	8.9	17.7	19.8
Alla radio	9.3	13.2	6.2	13.8	8.3	11.2	5.0	9.1	8.9
Nei settimanali	2.1	3.3	3.2	0.0	1.0	.4	.9	2.3	2.2
Non sa / Non risponde	11.2	3.2	6.8	8.1	4.7	7.5	6.6	13.8	9.9
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Ottobre 2009 (base: 1337 casi)

IL CONFLITTO D'INTERESSI Il Presidente del Consiglio Berlusconi è anche proprietario di Mediaset. Secondo Lei, questa situazione... (valori percentuali di "sì")		
	QUESTA SITUAZIONE, SECONDO LEI, DANNEGGIA LA LIBERTÀ DI INFORMAZIONE IN ITALIA?	E QUESTA SITUAZIONE, SECONDO LEI, CONDIZIONA L'ANDAMENTO DELLA POLITICA?
TUTTI		
OTTOBRE 2009	53.1	61.9
NOVEMBRE 2007	52.0	55.2
<i>Valori percentuali in base all'orientamento politico</i>		
PD	84.6	88.3
IDV	84.4	88.2
PDL	25.2	42.9
Lega Nord	38.9	55.5
Prc-Pdci+Sinistra e Libertà	84.7	80.2
Udc	45.2	61.9
Altro	45.0	55.3
Astenuti, Reticenti	52.0	57.3
<i>Valori percentuali in base alle ore di esposizione alla Tv</i>		
Non guarda la televisione	59.1	72.1
Fino a 2 ore al giorno	58.7	64.9
Da 2 a 4 ore al giorno	54.6	63.0
Oltre 4 ore al giorno	37.6	52.3
<i>Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Ottobre 2009 (base: 1337 casi)</i>		



CHI DEFINISCE L'IMMAGINE INTERNAZIONALE DELL'ITALIA?
Secondo lei chi contribuisce maggiormente a dipingere l'immagine dell'Italia nella stampa straniera? (valori percentuali)



Valori in base all'orientamento politico

	PD	IDV	PDL	Lega Nord	Prc-Pdci + Sinistra e Libertà	Udc	Altri partiti	Incerti, reticenti
Il Presidente del Consiglio Silvio Berlusconi	63.3	64.4	28.7	22.7	76.8	32.9	40.7	33.5
I Partiti di opposizione	3.4	2.3	28.0	30.4	1.2	20.6	11.7	6.0
I Partiti di Governo	7.9	10.0	6.0	8.3	9.1	12.1	18.8	10.7
La stampa italiana	8.1	14.3	20.2	11.2	8.1	13.3	11.9	10.7
L'economia e le imprese italiane	6.4	4.2	6.8	11.9	4.8	15.9	11.2	14.8
Non sa / Non risponde	10.8	4.8	10.4	15.4	---	5.2	5.7	24.3
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100

Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Ottobre 2009 (base: 1337 casi)