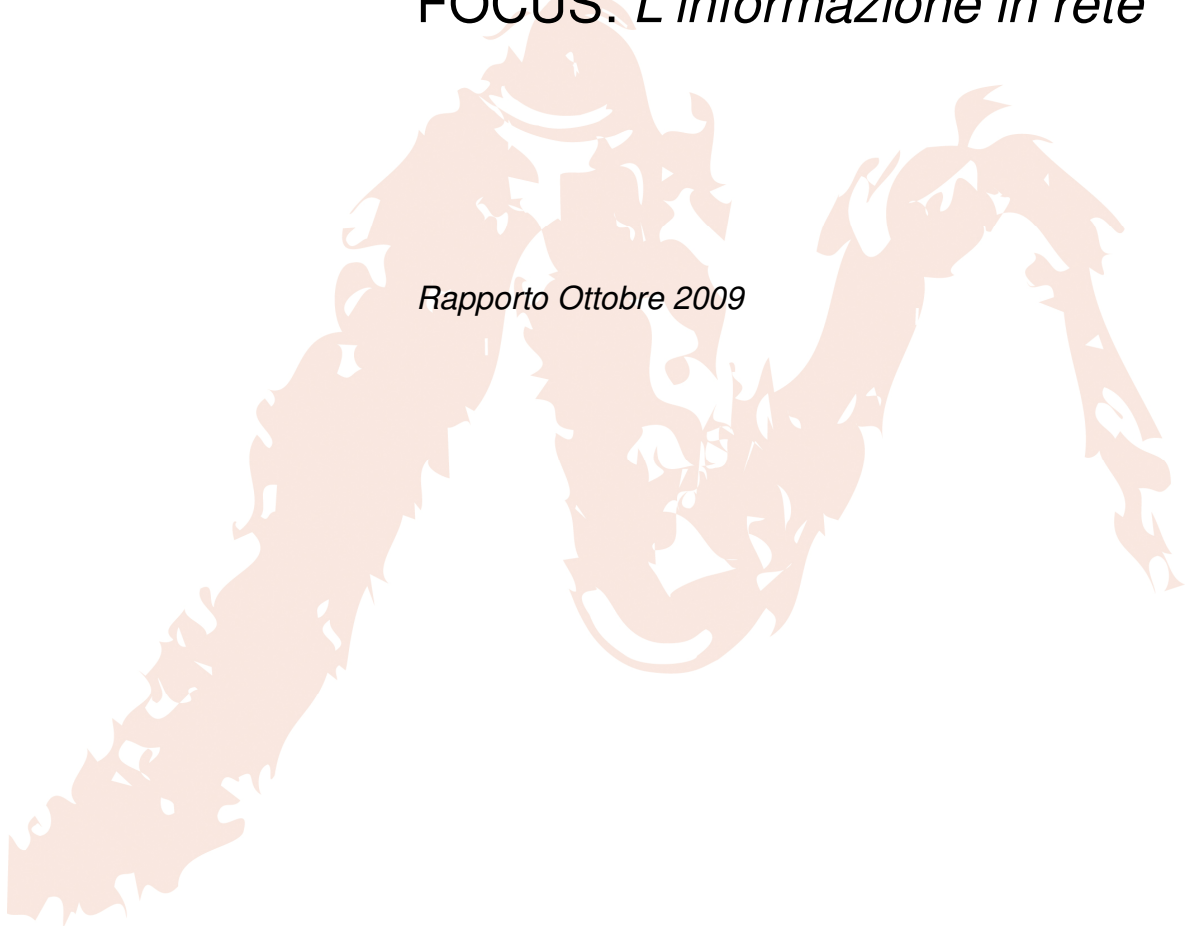


XXIII Osservatorio sul Capitale
Sociale degli Italiani

FOCUS: *L'informazione in rete*

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

DA INTERNAUTI A “INFONAUTI” I GIOVANI E LA DEMOCRAZIA WEB

di Luigi Ceccarini e Martina Di Pierdomenico

La tecnologia digitale ha rivoluzionato il modo di informarsi degli italiani. L'utilizzo di internet e della Tv satellitare è in continuo aumento. Ma tenersi al corrente su questioni di pubblico interesse vuol dire prendere parte alla vita di una comunità. Significa essere cittadini, partecipare. Oggi, dunque, il nesso tra Internet e informazione (e politica) desta, più che in passato, attenzione e interesse.

I giovani sono protagonisti importanti di questa dinamica. In sette casi su dieci utilizzano quotidianamente internet per informarsi, al pari della Tv. E molto più del giornale cartaceo (19%) o del satellite (37%). E' un dato interessante se consideriamo che vengono spesso rimproverati di informarsi poco. Evidentemente bypassano i canali tradizionali ricorrendo alla rete.

Tutto questo avviene, secondo l'indagine Demos-Coop, nel quadro di un utilizzo più diffuso delle tecnologie digitali per informarsi. Rispetto al 2007 è aumentato l'uso della Tv satellitare e, del digitale terrestre (dal 19% al 41%: +22 punti percentuali, dovuto anche al passaggio di alcune regioni a questa tecnologia) e di Internet (+13 punti percentuali, dal 25% al 38%). Gli altri media - tv, radio, stampa quotidiana e settimanale - sembrano ormai aver raggiunto un livello di saturazione.

I più giovani sono nativi digitali, come li ha definiti Marc Prensky. Sono fruitori "impegnati" di questa tecnologia. Il 74% di chi ha un'età compresa tra 15 e 24 anni (+19 punti percentuali rispetto al 2007) e il 63% di quelli tra 25 e 34 anni (+15 punti percentuali rispetto al 2007) dichiarano che per informarsi utilizzano internet "tutti i giorni". Questo stile, come prevedibile, si riduce progressivamente nelle successive coorti di età. Fino ad arrivare al 7% tra quanti hanno superato i 64 anni. Ciò è dovuto al fatto che le risorse individuali necessarie a fare di internet uno strumento di uso quotidiano - non solo di informazione ma anche di lavoro e svago - sono meno disponibili presso i settori più adulti della popolazione. I quali privilegiano la Tv o i giornali. La radio, invece, sembra essere utilizzata in particolare da chi ha un'età compresa tra 35 e 44 anni.

I giovani internauti, dunque, non utilizzano solo chat, social network, blog, e-mail. Ascoltano la radio e guardano la tivù in streaming, leggono i giornali on-line. La rete è diventata la chiave di accesso a diverse fonti informative.

Internet caratterizza il loro stile di informazione, per questo oltre a internauti potremmo definirli info-nauti. Ma qual è il loro profilo? Si osserva una maggior presenza di persone di genere maschile, con un grado elevato di scolarizzazione, di studenti, dirigenti e impiegati. Relativamente all'identità politica appare più pronunciata quella di centrosinistra.

Dall'indagine si rileva una significativa differenza generazionale nell'approccio agli strumenti di informazione. Gli utenti più anziani tendono ad essere fruitori "passivi", si affidano alla rigidità dei palinsesti della tv tradizionale e delle pagine stampate dei quotidiani cartacei. Gli info-nauti invece valorizzano l'interattività e la flessibilità dei sistemi digitali di informazione. Sono fruitori "attivi", che costruiscono in modo individualizzato l'approccio ai new media.

Un altro punto importante che emerge dall'indagine riguarda il nesso democrazia e comunicazione; i cittadini intervistati ritengono che indipendenza e libertà di informazione oggi appartengano in primo luogo alla rete internet (35%). Poi alla Tv (25%), quindi ai quotidiani (20%). Generalmente nella credibilità di un media si riflette la conoscenza e l'utilizzo dello stesso. Per questo il dato su internet appare particolarmente significativo, perché è meno utilizzato della Tv (87% vs. 38%), ma nonostante ciò viene ritenuto più democratico. Detto in altri termini: si guarda la Tv ma non ci si fida troppo.

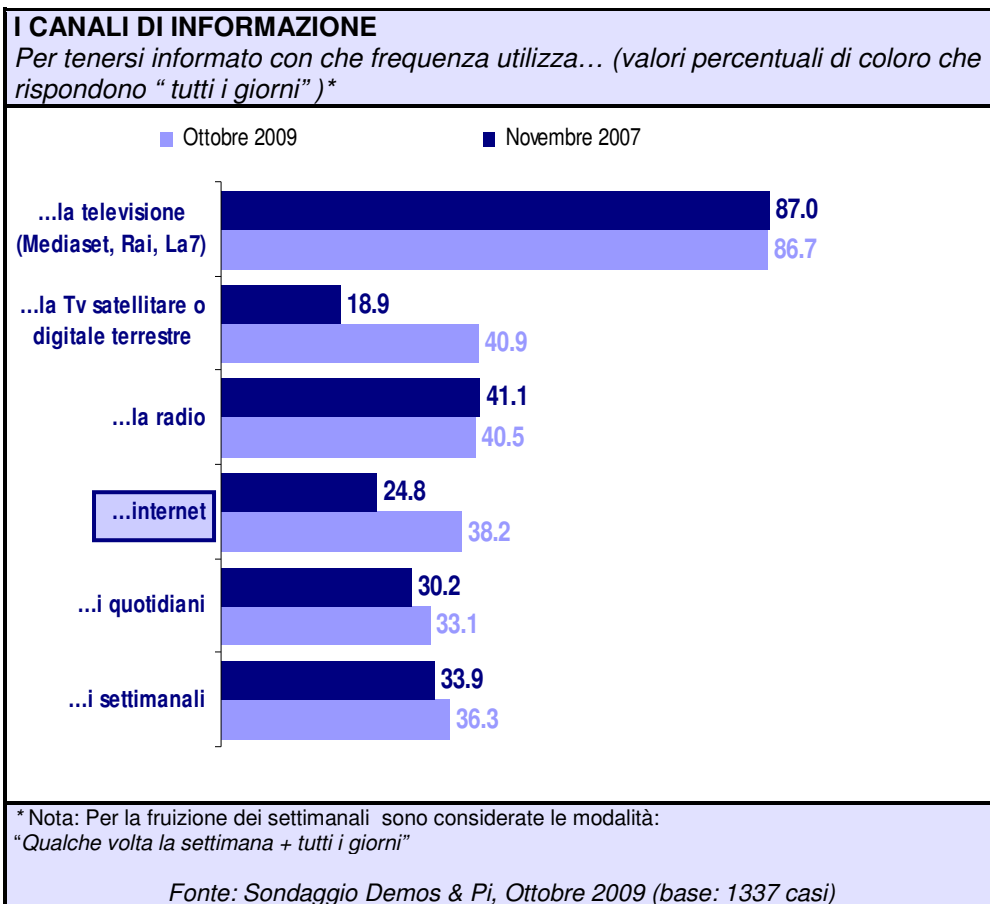
Come prevedibile dietro questa opinione è fondamentale il fattore età. Indicano la Tv come canale più libero e indipendente il 18% dei giovani (15-24 anni), dato che cresce progressivamente fino a raddoppiarsi negli over 64 (34%). Tendenza inversa, e più accentuata, per quanto riguarda internet: per il 59% dei giovani è lo strumento di informazione più democratico, idea condivisa solo dal 6% dei più anziani. Gli info-nauti, in modo compatto e ben più della media (57% vs. 35%), valorizzano il potenziale democratico di internet. Ma presentano anche orientamenti diversi su specifiche questioni politiche.

Gli info-nauti di sinistra esprimono un giudizio più severo sul tema della libertà di informazione in Italia: l'87% ritiene che il conflitto di interesse che riguarda il premier Berlusconi "danneggi la libertà di informazione". La stessa quota (87%) sostiene inoltre che questa situazione "condiziona la politica". Si fermano invece al 26% e al 42% gli info-nauti di destra che condividono queste due opinioni.

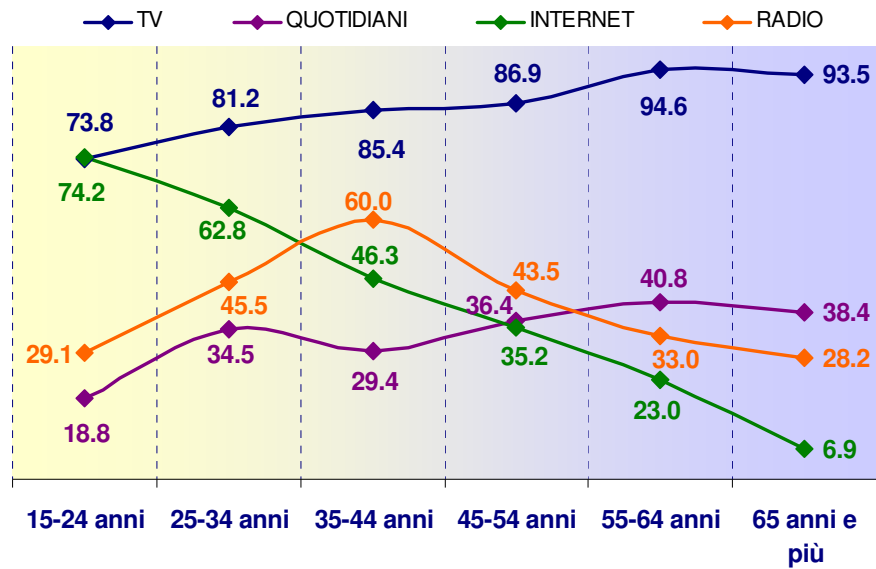
Inoltre, gli info-nauti di sinistra si dicono più interessati alla politica, guardano meno la televisione e, conseguentemente, si informano meno attraverso questo media (compreso il satellite e il digitale terrestre). Seguono di più i giornali e la radio.

Da un lato, quindi, i giovani si fanno promotori di innovazione, privilegiando la rete come arena del confronto democratico. Dall'altro, sono anche portatori di elementi

tradizionali. Le classiche fratture ideologiche si riflettono infatti nel mondo dei nuovi media. Gli info-nauti si configurano come estensione, nel virtuale, della politica reale.

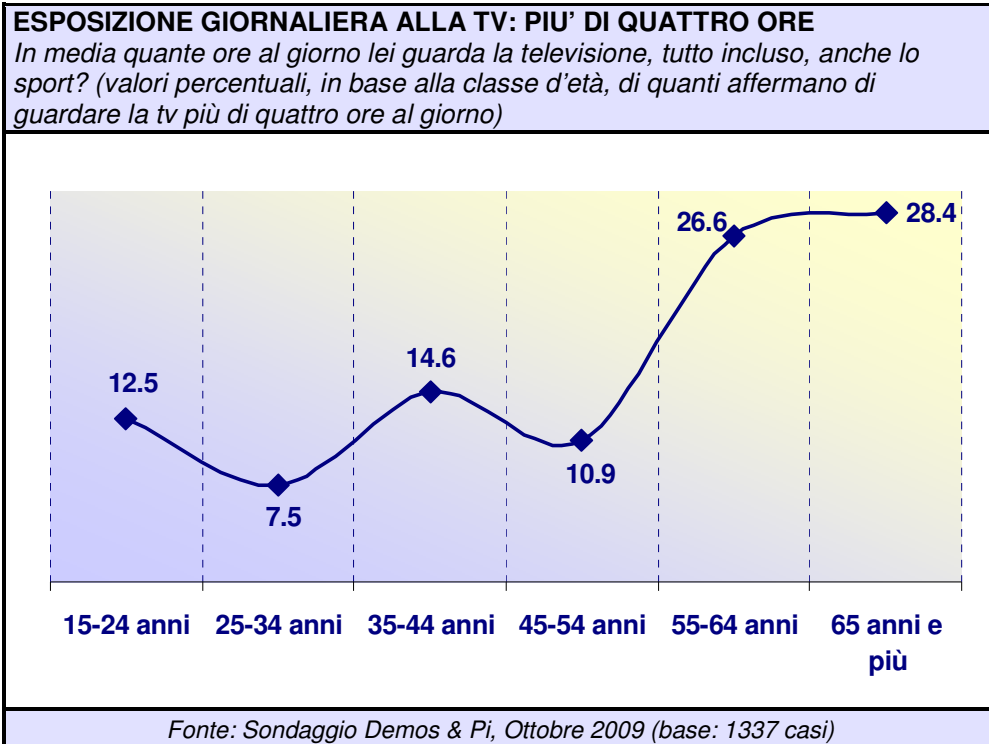


TV, QUOTIDIANI ED INTERNET: UN PROFILO
 (percentuali, in base alla classe d'età, di persone che utilizzano "tutti i giorni" ciascun canale per tenersi informate)



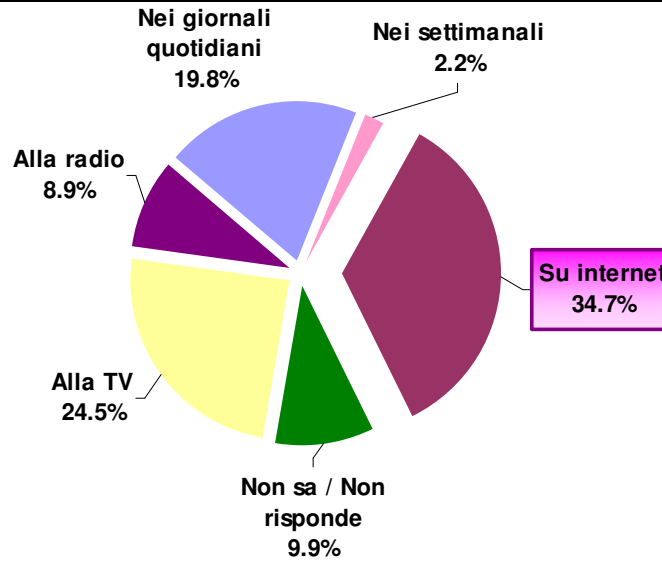
	TV	QUOTIDIANI	INTERNET	RADIO
TUTTI	86.7	33.1	38.2	40.5
<i>Valori percentuali In base al genere</i>				
Uomini	83.4	39.5	47.4	43.2
Donne	89.7	27.2	29.7	38.0
<i>Valori percentuali In base al titolo di studio</i>				
Laurea o Diploma	82.0	42.0	64.5	47.8
<i>Valori percentuali In base all'auto-collocazione politica</i>				
Sinistra	79.4	40.6	37.9	50.2
Centrosinistra	85.8	38.7	49.3	49.8
Centro	93.8	41.9	34.0	44.9
Centrodestra	92.0	34.7	39.6	34.6
Destra	90.3	27.0	38.3	36.1
Esterni	83.8	24.7	32.2	33.5

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



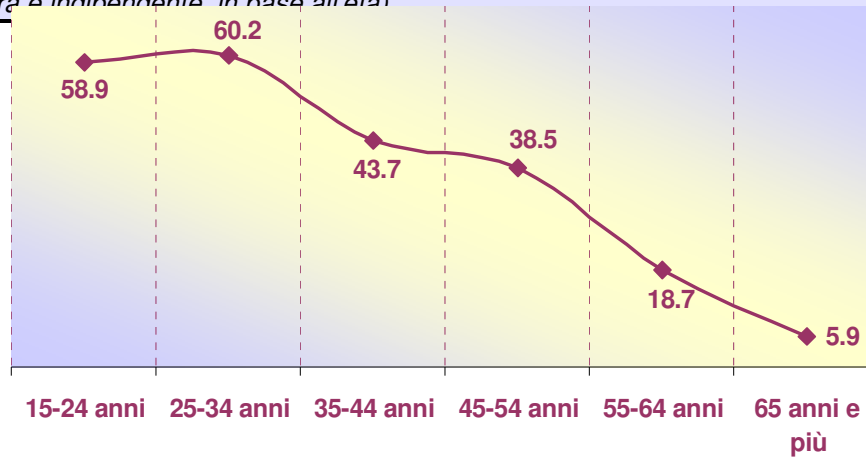
INTERNET UGUALE LIBERTA' D'INFORMAZIONE

Secondo Lei, dove l'informazione è più libera e indipendente?
(valori percentuali)



INTERNET E DEMOCRAZIA

(valori percentuali di quanti ritengono internet il luogo dove l'informazione è più libera e indipendente, in base all'età)



	15-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 anni e più	TUTTI
Alla TV	17.6	13.2	21.1	24.6	29.8	34.1	24.5
Alla radio	9.9	11.9	14.6	7.2	3.8	5.2	8.9
Nei giornali quotidiani	10.0	8.8	15.4	16.7	34.6	28.6	19.8
Nei settimanali	2.3	1.0	.3	4.9	2.5	2.4	2.2
Su internet	58.9	60.2	43.7	38.5	18.7	5.9	34.7
Non sa / Non risponde	1.3	4.8	4.8	8.2	10.7	23.8	9.9
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100

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

COMPORTAMENTI E OPINIONI DEGLI INFO-NAUTI*		
	INFO-NAUTI DI SINISTRA E CENTROSINISTRA	INFO-NAUTI DI DESTRA E CENTRODESTRA
<i>In generale, Lei si interessa di politica molto, abbastanza, poco o per niente?</i>		
Molto o Abbastanza	64.9	58.0
<i>Il Presidente del consiglio Berlusconi è anche proprietario di Mediaset. Questa situazione, secondo Lei... (valori percentuali di coloro che rispondono "SI")</i>		
...danneggia la libertà di informazione in Italia	87.2	25.6
...condiziona l'andamento della politica	86.7	41.9
<i>In media quante ore al giorno Lei guarda la televisione, tutto incluso, anche lo Sport?</i>		
Più di quattro ore	5.3	10.7
<i>Per tenersi informato con che frequenza utilizza... (valori percentuali di coloro che rispondono tutti i giorni)</i>		
... i quotidiani	38.6	32.7
... i settimanali**	32.5	37.5
...la televisione (Mediaset, Rai, La7)	76.1	83.4
...la Tv satellitare o digitale terrestre	47.6	60.9
...la radio	53.7	44.1
* Nota: sono considerati <i>info-nauti</i> quanti hanno affermato di usare quotidianamente internet per tenersi informati		
** Nota: Per la fruizione dei settimanali sono considerate le modalità: "Qualche volta la settimana + tutti i giorni"		
Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Ottobre 2009 (base: 1337 casi)		