

XXVII Osservatorio sul Capitale
Sociale degli Italiani

Gli italiani e l'informazione

Rapporto Ottobre 2010



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 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 18 - 22 ottobre 2010. Il campione intervistato (N=1310) è rappresentativo della popolazione italiana con 15 anni e oltre per genere, età, titolo di studio e zona geopolitica di residenza.

Documento completo su www.sondaggipoliticoelettorali.it

TV, LA "VITA INDIRETTA" DEGLI ITALIANI, A PICCO LA FIDUCIA IN TG1 E TG5

di Ilvo Diamanti

Ormai è difficile distinguere fra media, politica e vita reale. È quasi un luogo comune. Tuttavia, è inevitabile, soprattutto in questi giorni. Mentre infuria il dibattito sulla censura ai programmi e ai giornalisti in televisione. Sui giornali-partito oppure al servizio dei partiti (personali). Mentre imperversa lo spettacolo quotidiano del dolore. Il sondaggio annuale sugli "italiani e l'informazione", condotto dall'Osservatorio Demos-Coop, d'altronde, offre una raffigurazione perfino "spettacolare" di questo Paese sospeso tra realtà e rappresentazione.

Ne isoliamo gli aspetti, a nostro avviso, più significativi.

1. Il primo riguarda, non a caso, il ruolo (ancora) dominante della televisione. Oltre 8 italiani su 10 continuano, infatti, a informarsi quotidianamente in tivù, attraverso i canali nazionali. È stabile, rispetto all'anno scorso, la quota di persone - una su tre - che ricorre regolarmente ai quotidiani. Lo stesso discorso vale per internet. Mentre gli ascoltatori assidui della radio non solo tengono, ma crescono perfino un poco (43%: tre punti in più). Dunque, si profila uno scenario stabile. Nell'insieme, però. Perché all'interno si colgono cambiamenti molto significativi.

2. La variazione più evidente rispetto allo scorso anno coincide con il sensibile calo di fiducia subito dai maggiori telegiornali di Rai e Mediaset. Ormai condividono lo stesso destino, come una sola, unica impresa: MediaRai. La fiducia verso il Tg 1 si attesta al 53%. Cioè, 10 punti meno di un anno fa, ma addirittura 16 rispetto al 2007. Il Tg 5 considerato "affidabile" dal 49% degli italiani: 8 in meno dell'anno scorso. Anche gli altri telegiornali di MediaRai calano. Ad eccezione del Tg 3, che mantiene un consenso molto elevato (63%) e, ancor più, dei Tg regionali Rai. I più apprezzati.

Cresce, invece, il gradimento verso i Tg de La 7 (ora diretto da Mentana), Sky e Rai news 24 (quest'ultima, presumibilmente, trainata dal Tg 3, che spesso ne diffonde le edizioni). Il che spiega, in parte, l'andamento deludente dei principali notiziari di MediaRai, confermato anche sul piano degli ascolti Auditel. La concorrenza è favorita anche da altri fattori. Sky e La 7, in particolare, sono ritenuti, non a torto, meno condizionati politicamente. Il posizionamento politico penalizza, inoltre e non a caso, soprattutto il Tg 1, la cui identità, presso il pubblico, appare sensibilmente cambiata.

Era al centro, anzi: il Centro. Un Tg ecumenico. Oggi, invece, appare sempre più spostato verso destra. Visto che ottiene il massimo della fiducia tra gli elettori del Pdl e della Lega. Il "nuovo centro", invece, appare Sky Tg 24. Anche se occupa uno spazio più ridotto. Come quello politico, d'altronde.

3. Al contrario dei notiziari, i programmi di dibattito e approfondimento politico e sociale non sembrano soffrire. Ballarò si conferma la trasmissione più affidabile per gli italiani. Ma Anno Zero, di Michele Santoro, nell'ultimo anno, ha visto crescere molto il gradimento del pubblico. Come, d'altronde, Report di Milena Gabanelli. Trasmissioni apprezzate soprattutto dal pubblico di centrosinistra, rivelano il paradosso di questo Paese, schifato dalla politica, che, tuttavia, sente bisogno di politica. E si rivolge, per questo, alla televisione. Non a caso, cresce il gradimento dei due programmi de La 7: Otto e mezzo, condotto da Lilli Gruber (6 punti in più nell'ultimo anno, addirittura 11 negli ultimi tre) e L'Infedele di Gad Lerner (anch'esso 6 punti in più nell'ultimo anno). Contribuiscono al successo della rete, dettato, soprattutto, dal ruolo attribuito all'informazione. Porta a Porta e Matrix vedono scendere, di poco, la fiducia nei loro confronti. Forse perché si tratta di programmi spostati, sempre più, in direzione dell'infotainment.

Un terreno battuto, in modo esplicito, da altre trasmissioni, che, anzi, anteppongono l'intrattenimento e, talora, la satira. Con risultati molto significativi. Striscia e le lene, ma anche il salotto di Fazio risultano molto graditi e ottengono ascolti super. Il che precisa ulteriormente il paradosso precedente. La politica e i politici sollevano il disprezzo ma anche l'interesse popolare. Fanno spettacolo. Raccontano i fatti nostri (e vostri).

4. Oggi, d'altronde, è difficile anche distinguere tra spettacolo e vita. Nell'omicidio di Sarah Scazzi, in particolare, i confini sono invisibili. La scena, ormai, è unica. Confusa. Affollata da personaggi numerosi e indistinti. I familiari e i congiunti della vittima, insieme a quelli dei presunti assassini e complici. Insieme ai conduttori e ai sedicenti opinionisti dei programmi del pomeriggio e della seconda serata. Poi i giornalisti. Gli inviati ad Avetrana. Embedded. Parte della stessa rappresentazione. Certo: i programmi del pomeriggio hanno un pubblico ben definito. Donne, casalinghe, anziani e pensionati. Quelli che passano più di 4 ore davanti alla tivù ogni giorno. Ma abbiamo l'impressione che Avetrana sia divenuta teatro di uno spettacolo su cui tutti gettano lo sguardo, con attenzione diversa e intermittente.

5. L'importanza della tivù non deve fare dimenticare le trasformazioni prodotte dalle nuove tecnologie della comunicazione. Internet, i Social Network, Twitter e Facebook,

Skype. D'altra parte, il 40% degli italiani - soprattutto giovani e istruiti - è, ormai, connesso quotidianamente in rete. Dove si informa, chatta, compra, vende, partecipa, "si mostra". È la comunità in Rete, che forza i confini della società ridotta a una platea di spettatori.

6. Eppure, mentre si assiste all'avvento dei nuovi media, il sondaggio dell'Osservatorio Demos-Coop sottolinea l'importanza dei media "tradizionali". Magari "innovati" e ibridati dalle nuove tecnologie, come avviene per i quotidiani online. Il che riproduce - e ripropone - l'immagine dell'Italia come un Paese, anzi: un "paese" raccolto davanti alla tivù. Dove si mette in scena lo spettacolo della vita, del dolore e del divertimento, della politica e della compassione. A cui tutti, o quasi, vorrebbero - e cercano di - partecipare. Se non da protagonisti, almeno da comparse. Di cui tutti si sentono parte. Per questo anche noi, come il 55% degli italiani, riteniamo che la posizione dominante di Berlusconi sui media danneggi la libertà di informazione. E, come il 62% degli intervistati, pensiamo che condizioni la vita politica nazionale. Tuttavia, siamo convinti che non basteranno leggi e regole nuove a ridimensionare l'influenza del Cavaliere. Perché viviamo in un paese mediale plasmato da lui. Pensiamo di assistere alla vita in diretta. E invece viviamo una vita indiretta.

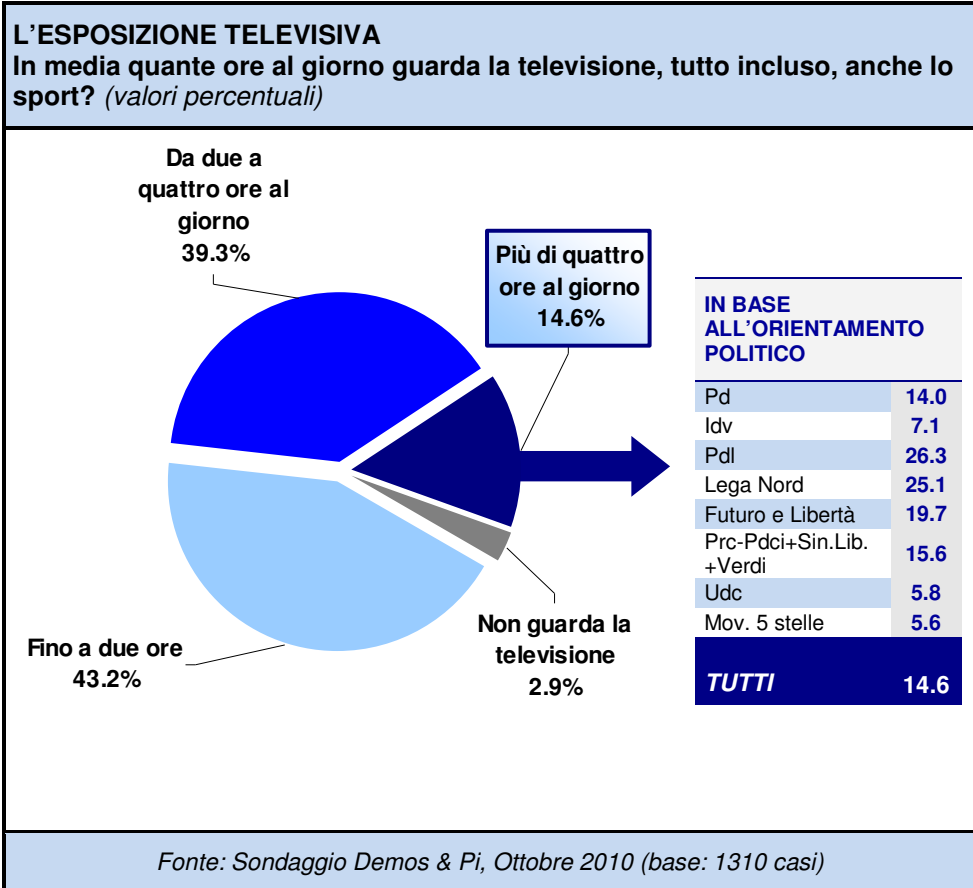
NEL PIANETA DEI LETTORI IL 12% E' SOLO ONLINEE UNO SU TRE E' "MISTO"

di Luigi Ceccarini

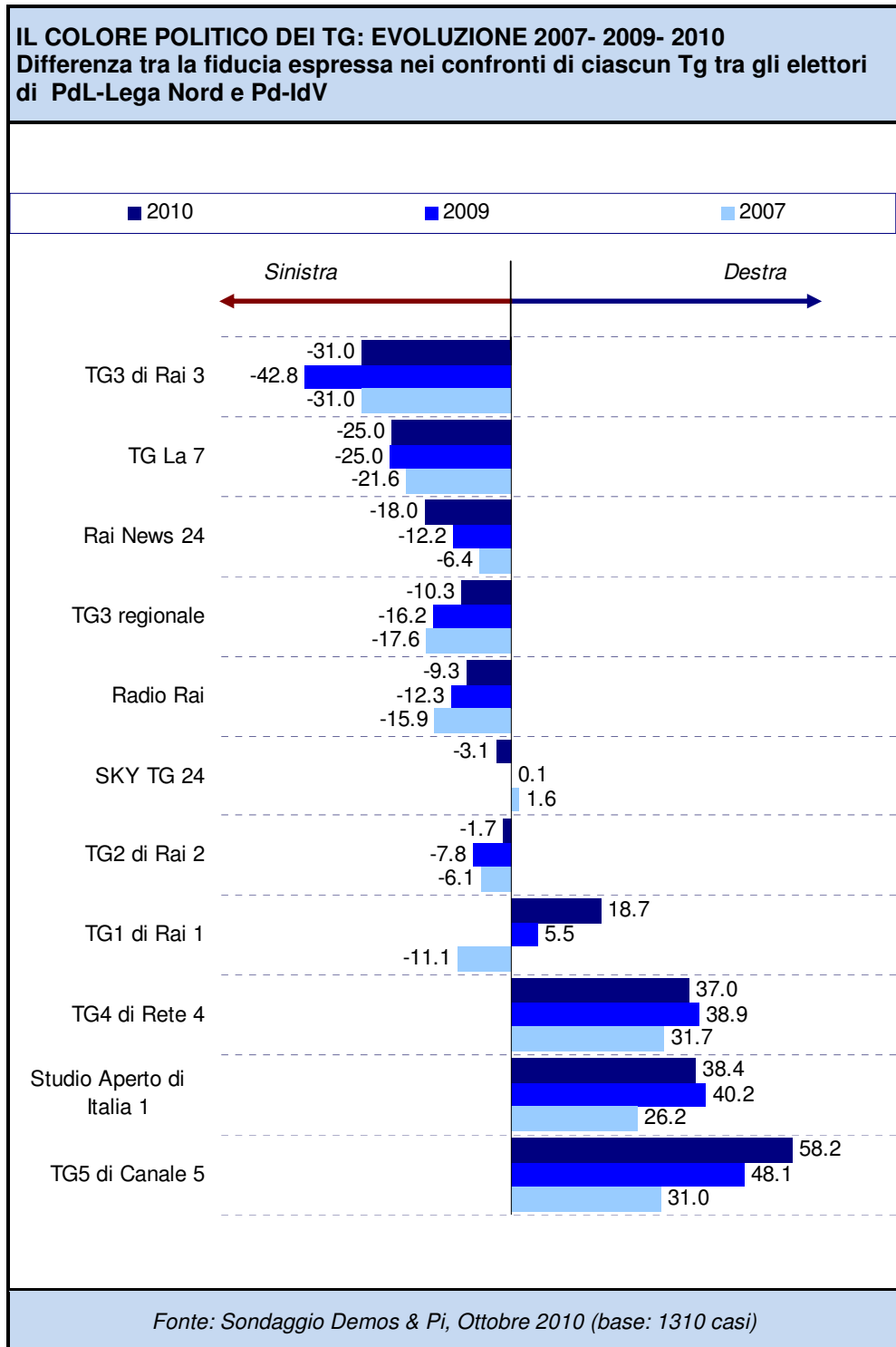
Internet si presta a molti usi, tra cui la lettura dei quotidiani, online. Coinvolge circa due utenti su tre. Il 40% dei cittadini considerati complessivamente. Lo stile di lettura non è però uguale per tutti. Si legge con maggiore o minore frequenza. Si combina con i giornali cartacei oppure ci si affida solo alla rete. L'osservatorio sul Capitale sociale degli italiani Demos-Coop ci permette di approfondire questo tema e di tracciare il profilo dei lettori dei quotidiani, online e offline. Si possono individuare quattro tipi: il 12% legge solo i quotidiani online. Il 35% solo quelli cartacei. Il 29%, invece, si informa sia sui siti dei quotidiani che attraverso la copia tradizionale. Infine, un cittadino su quattro non legge né online né offline. Il profilo è per certi aspetti scontato, ma interessante. In generale leggono di più gli uomini, in particolare con un elevato grado di istruzione. I giovani, compresi i giovanissimi, si distinguono per leggere online. Studenti ma anche operai. I soggetti più anziani preferiscono il quotidiano acquistato all'edicola. Chi invece combina vecchie e nuove modalità dell'informazione ha un'età e anche un grado di istruzione più elevati di quanti preferiscono solo navigare nelle pagine, anziché sfogliarle. Rispetto alla media, questo gruppo comprende più impiegati e funzionari. I cittadini che ricorrono ad entrambi i canali dei quotidiani si distinguono anche per l'orientamento politico. Più della metà si dice interessato alla politica (vs. 36% della media). Il 41% si definisce di sinistra o centrosinistra, circa 10 punti percentuali in più degli altri lettori. Al pari di quanti leggono solo online seguono meno la televisione, e ritengono - in sei casi su dieci - che la rete sia il luogo dove l'informazione è più libera e indipendente. Informarsi via internet si lega alla mobilitazione online (e anche offline). Chi si informa in rete ha partecipato di più a campagne via internet, firmando petizioni, ma anche a concrete manifestazioni di protesta sul territorio. Invece la partecipazione ad iniziative politiche e di partito coinvolge di più quanti, oltre al web, si informano con il quotidiano tradizionale. Infatti se il 29% degli italiani afferma di discutere di politica su internet, il dato raddoppia tra chi legge anche, e non solo, usando il mouse. L'intreccio tra informazione "reale" e informazione "virtuale" sembra dunque innescare un circolo virtuoso per la partecipazione.

LE FONTI DI INFORMAZIONE						
Per tenersi informato con che frequenza utilizza... (valori percentuali)						
	2010				2009	2007
	Mai o Meno di una volta al mese	Qualche volta al mese	Qualche volta alla settimana	TUTTI I GIORNI	TUTTI I GIORNI	TUTTI I GIORNI
...la televisione (Mediaset, Rai, La7)	4.4	1.8	10.8	82.9	86.7	87.0
...la radio	30.7	8.7	17.2	43.4	40.5	41.1
...internet	43.1	4.3	14.2	38.5	38.2	24.8
...i quotidiani	23.5	13.0	29.6	33.9	33.1	30.2
...i settimanali	46.5	22.5	24.7	5.9	7.4	6.4

Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Ottobre 2010 (base: 1310 casi)

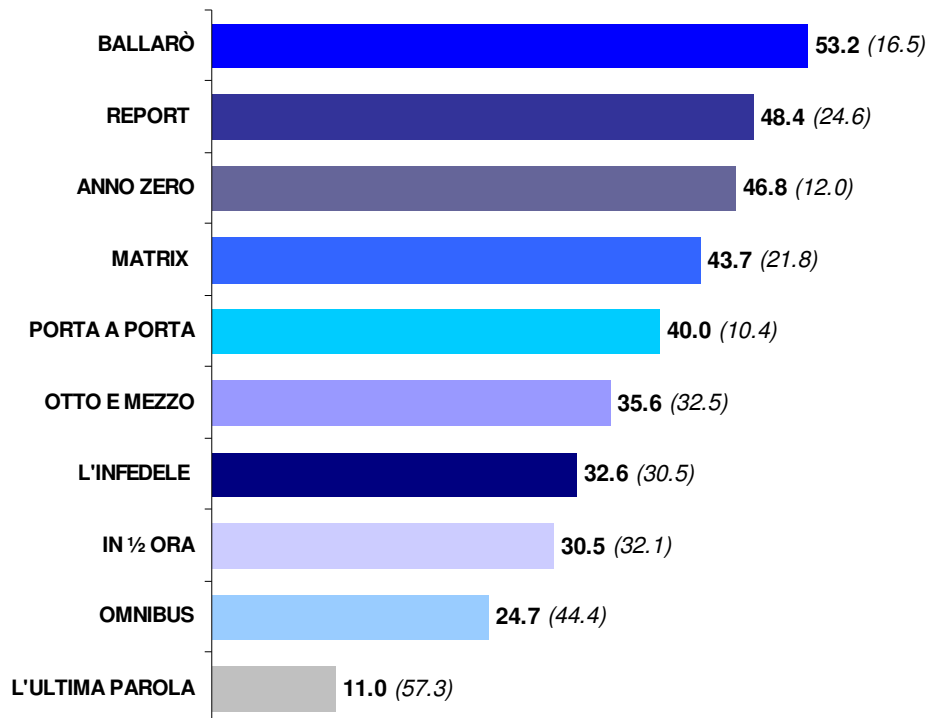


LA FIDUCIA NEI TG In particolare, quanta fiducia ha nei seguenti notiziari? <i>(valori percentuali di chi esprime molta o abbastanza fiducia; tra parentesi la percentuale di persone che non si esprimono)</i>				
	2010	2009	2007	DIFFERENZA 2010 - 2007
Tg3 regionale	72.1 (4.8)	72.8	71.5	+ 0.6
Tg3 di Rai3	63.4 (4.5)	63.8	63.4	0.0
Tg2 di Rai2	53.4 (4.3)	62.4	62.6	- 9.2
Tg1 di Rai1	53.2 (3.0)	63.6	69.0	- 15.8
Tg5 di Canale 5	48.6 (3.6)	56.7	59.3	- 10.7
Tg di La7	45.8 (16.9)	42.9	34.3	+ 11.5
Radio Rai	44.4 (17.7)	45.9	43.8	+ 0.6
Rai News24	36.8 (27.8)	32.6	19.2	+ 17.6
Studio Aperto di Italia1	36.7 (9.1)	45.0	39.8	- 3.1
Sky Tg24	35.0 (33.1)	27.1	21.3	+ 13.7
Tg4 di Rete4	23.6 (6.3)	28.5	26.9	- 3.3
<i>Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Ottobre 2010 (base: 1310 casi)</i>				



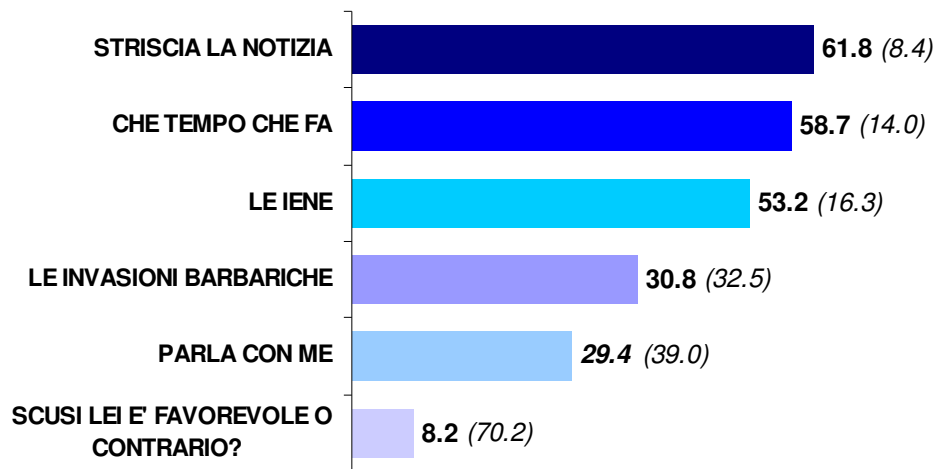
LA FIDUCIA NEI PROGRAMMI DI INFORMAZIONE				
Quanta fiducia nutre nei confronti dei seguenti programmi di informazione televisiva? (valori percentuali di chi esprime molta o abbastanza fiducia; tra parentesi la percentuale di persone che non si esprimono o non conoscono il programma)				
	2010	2009	2007	DIFFERENZA A 2010 - 2007
BALLARO' Giovanni Floris	53.2 (16.5)	54.2	57.4	- 4.2
REPORT Milena Gabanelli	48.4 (24.6)	46.5	36.3	+ 12.1
ANNO ZERO Michele Santoro	46.8 (12.8)	42.5	46.2	+ 0.6
MATRIX Alessio Vinci *	43.7 (21.8)	44.2	52.4	- 8.7
PORTA A PORTA Bruno Vespa	40.0 (10.4)	42.9	45.8	- 5.8
OTTO E MEZZO Lilli Gruber *	35.6 (32.5)	29.6	24.6	+ 11.0
L'INFEDELE Gad Lerner	32.6 (30.5)	26.1	25.3	+ 7.3
* i conduttori sono cambiati rispetto al 2007				
Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Ottobre 2009 (base: 1337 casi)				

LA FIDUCIA NEI PROGRAMMI DI APPROFONDIMENTO E INCHIESTA
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)



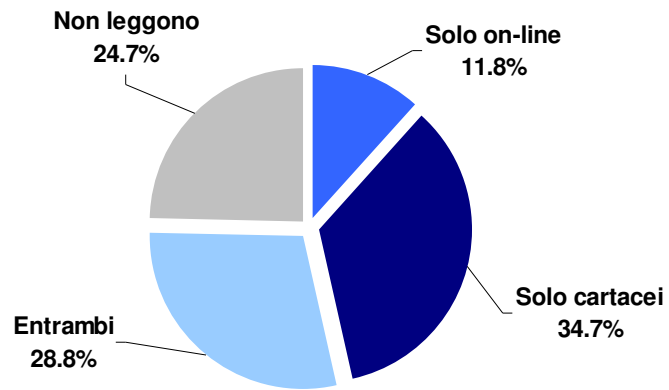
Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Ottobre 2010 (base: 1310 casi)

LA FIDUCIA NEI POP TALK E PROGRAMMI DI SATIRA POLITICA
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)



Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Ottobre 2010 (base: 1310 casi)

I LETTORI DEI QUOTIDIANI ON-LINE E SU CARTA*



**La tipologia è costruita incrociando le seguenti variabili:
 a) l'utilizzo di internet per leggere quotidiani online (si / no)
 b) la lettura dei quotidiani cartacei (Tutti i giorni, qualche volta la settimana / qualche volta al mese, meno di una volta al mese, mai)

Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Ottobre 2010 (base: 1310 casi)

IL CONFLITTO D'INTERESSI			
Il Presidente del Consiglio Berlusconi è anche proprietario di Mediaset. Secondo Lei, questa situazione... (valori percentuali di "sì")			
		DANNEGGIA LA LIBERTÀ DI INFORMAZIONE IN ITALIA?	CONDIZIONA L'ANDAMENTO DELLA POLITICA?
TUTTI	OTTOBRE 2010	55.4	62.0
	OTTOBRE 2009	53.1	61.9
	NOVEMBRE 2007	52.0	55.2
<i>Valori percentuali In base all'orientamento politico</i>			
	PD	86.5	91.8
	IDV	85.2	86.8
	PDL	24.7	28.3
	Lega Nord	33.0	40.1
	Futuro e Libertà	46.5	57.7
	Prc-Pdci+Sinistra e Libertà	85.3	97.4
	Udc	58.6	66.8
	Movimento 5 Stelle	96.0	94.0
	Altro	86.7	63.0
	Astenuti, Reticenti	47.8	56.8
<i>Valori percentuali in base alle ore di esposizione alla Tv</i>			
	Fino a 2 ore al giorno	59.7	66.8
	Da 2 a 4 ore al giorno	53.9	62.4
	Oltre 4 ore al giorno	45.3	48.6
<i>Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Ottobre 2010 (base: 1310 casi)</i>			