# Canali d'informazione,  il 97,4 per cento degli italiani ancora predilige la tv

Data: Invalid Date | Autore: Rosy Merola




**Roma, 13 luglio 2011**- E’ stato presentato ogg, presso la Sala Capitolare del Senato della Repubblica, il 9° Rapporto Censis/Ucsi sulla comunicazione «I media personali nell’era digitale», promosso da 3 Italia, Mediaset, Mondadori, Rai e Telecom Italia. I principali risultati evidenziano come complessivamente l’utenza televisiva rimane invariata al 97,4% della popolazione italiana. [MORE]

Tuttavia, con l’avvento delle nuove tecnologie e tipologie di offerta, la suddetta percentuale si è rimescolata: gli spettatori della tv digitale terrestre sono aumentati di oltre 48 punti percentuali tra il 2009 e il 2011 arrivando al 76,4% della popolazione. Ciò, come si può immaginare, ha determinato un calo della tv analogica (-27,1%).
Stabile la quota di telespettatori della tv satellitare (il 35,2% degli italiani). La web tv aumenta di ulteriori 2,6 punti percentuali nell’ultimo biennio, con un’utenza complessiva al 17,8%. Mentre la mobile tv rimane a livelli bassi, relegata a un pubblico saltuario e di nicchia (0,9%).

Dallo studio risultà che sono i giovani (14-29 anni) a diversificare ampiamente le possibilità attraverso le quali seguire le trasmissioni televisive. Il 95% utilizza la tv tradizionale (analogica o digitale terrestre), il 40,7% la web tv, il 39,6% la tv satellitare, il 2,8% l’iptv, l’1,7% la mobile tv.
Per quanto riguarda i dati sulla radio, 8 italiani su 10 utlizzano questo strumento: via Internet (8,4%), tramite il cellulare (7,8%), in lieve flessione l’uso del lettore mp3 come radio (14,8%), in molti casi

soppiantato dagli smartphone.

In riferimento all'uso effettivo degli smartphone (non al suo possesso), si registra un +3,3%, l'utenza sale complessivamente al 17,6% ed in particolare al 39,5% tra i giovani. Inoltre, effetto della crisi, tra il 2009 e il 2011 c'è stata una flessione(-5,5%) nell'uso del telefono cellulare.
Passando ad internet, nel 2011 l'utenza supera la soglia del 50% della popolazione italiana, attestandosi per l'esattezza al 53,1% (+6,1% rispetto al 2009). Il dato complessivo si spacca tra l'87,4% dei giovani (14-29 anni) e il 15,1% degli anziani (65-80 anni), tra il 72,2% dei soggetti più istruiti e il 37,7% di quelli meno scolarizzati.

La molteplicità del sistema dei mezzi di comunicazione ha fatto crescere la tendenza negli utenti a costruirsi una nicchia di consumi mediatici e palinsesti ad hoc: il 12,3% della popolazione si rivolge ai siti Internet delle emittenti tv per seguire i programmi prescelti, il 22,7% utilizza YouTube, il 17,5% segue programmi tv scaricati tramite il web da altre persone
Per quanto riguarda i giovani, la percentuale di coloro che guardano i programmi su YouTube sale al 47,6% (il 20,1% lo fa abitualmente). Il 36,2% dei giovani segue programmi scaricati da altri (si tratta di ragazzi che si scambiano file tra di loro) e il 24,7% ricorre ai siti web delle emittenti tv.
Nello specifico, tra i programmi seguiti via Internet ai vertici dell'interesse troviamo, musica (18,3%), sport (11,7%) e film (9,9%).

Purtroppo, il rafforzarsi dell'uso dei suddetti canali multimediali non fa altro che acutizzare il periodo di crisi della carta stampata: i quotidiani a pagamento (47,8% di utenza) perdono il 7% di lettori tra il 2009 e il 2011 (-19,2% rispetto al 2007). La free press cresce di poco (+1,8%, salendo al 37,5%). Resistono i periodici, specie i settimanali (28,5% di utenza). Questo grazie principalmente alle donne: più di una su tre legge i settimanali (il 36,4% del totale), mentre solo un uomo su cinque fa altrettanto (il 20,4%).
Fortunatamente il 56,2% di utenza acquista libri, ma entrando nel merito della lettura, il dato si spacca tra il 69,5% dei soggetti più istruiti che hanno letto almeno un libro nell'ultimo anno, contro il 45,4% delle persone meno scolarizzate.

Gli e-book non decollano (1,7% di utenza). Stabile la lettura delle testate giornalistiche on line (+0,5%, con un'utenza del 18,2%), che però non si possono più considerare le versioni esclusive del giornalismo sul web, perché i diversi portali Internet di informazione contano oggi un'utenza pari al 36,6% degli italiani.
Per quanto riguarda il mondo dell'informazione, l'80,9% degli italiani ancora prediligono come fonte i telegiornali. Questo dato scende al 69,2% se rapportato ai giovani avvicinandosi molto al 65,7% raggiunto dai motori di ricerca su Internet e al 61,5% di Facebook. A livello generale, al secondo posto si collocano i giornali radio (56,4%), poi i quotidiani (47,7%) e i periodici (46,5%). Dopo il televideo (45%), ci sono i motori di ricerca come Google (41,4%), i siti web di informazione (29,5%), Facebook (26,8%), i quotidiani on line (21,8%).

***Rosy Merola***

Articolo scaricato da www.infooggi.it
https://www.infooggi.it/articolo/canali-informazione-il-974-per-cento-degli-italiani-ancora-predilige-la-tv/15504