



*in collaborazione
con:*

facebook

INTESA  SANPAOLO

 **MEDIASET**

Rai

TV2000 

 | 

Quindicesimo Rapporto sulla comunicazione

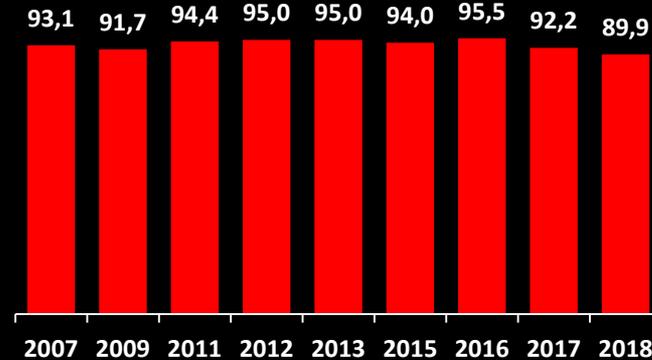
I media digitali e la fine dello star system

Massimiliano Valerii | Direttore Generale | Censis
Roma | 11 ottobre 2018

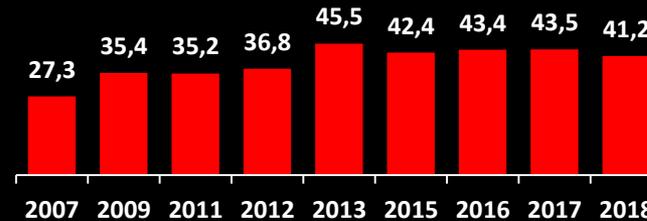
L'evoluzione delle diete mediatiche | 1

La televisione: accelera la desincronizzazione dei palinsesti collettivi, l'utenza della mobile tv dall'1% al 26% in dieci anni

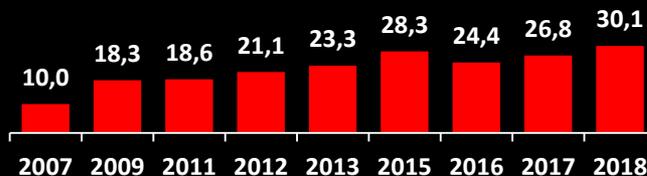
Tv tradizionale (digitale terrestre)



Tv satellitare



Tv via internet (web tv e smart tv)



Mobile tv



Valori %.

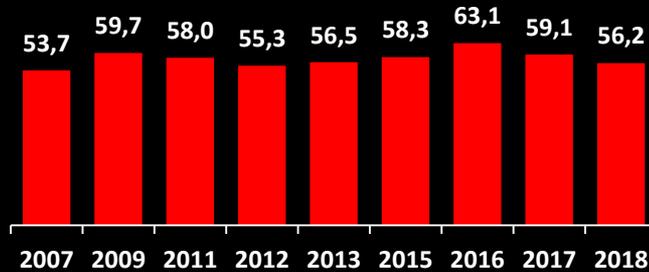
Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso del mezzo di almeno una volta alla settimana.

Fonte: indagini Censis, 2007-2018.

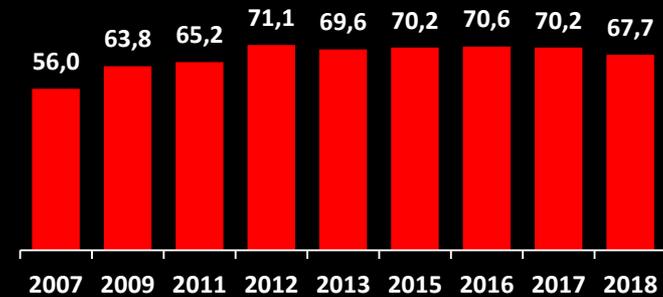
L'evoluzione delle diete mediatiche | 2

La radio: sempre più broadcasting online,
da pc (17%) e smartphone (21%)

Radio tradizionale



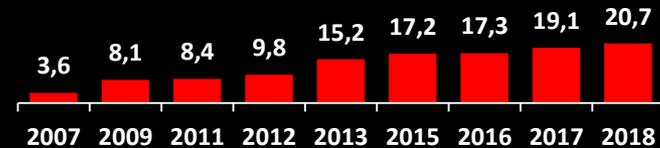
Autoradio



Radio da internet (pc)



Radio da telefono cellulare

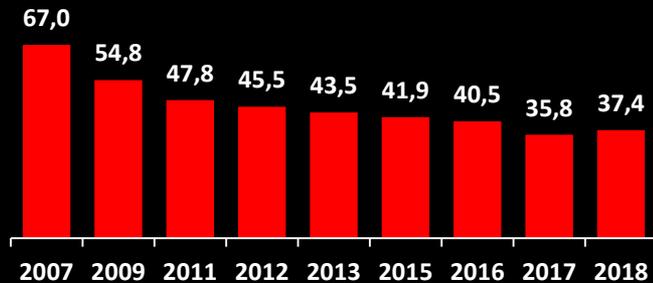


Valori %.
Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso del mezzo di almeno una volta alla settimana.
Fonte: indagini Censis, 2007-2018.

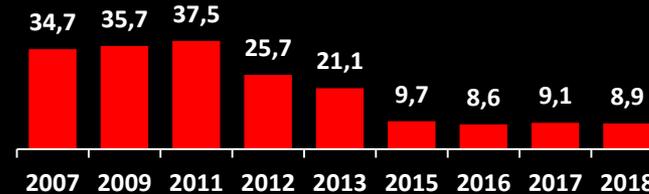
L'evoluzione delle diete mediatiche | 3

I quotidiani: gli squilibri di una dieta mediatica povera di stampa (sempre più ampio il «press divide»)

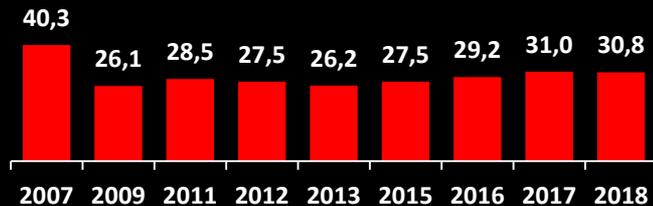
Quotidiani



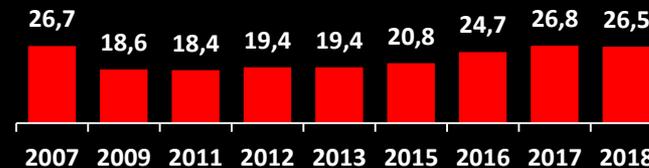
Free press



Settimanali



Mensili



Il **press divide**: le diete mediatiche del 55,9% degli italiani sono prive di mezzi a stampa: giornali, riviste, libri (il 39,3% nel 2009). Il dato sale al 62,9% tra i giovani.

Valori %.

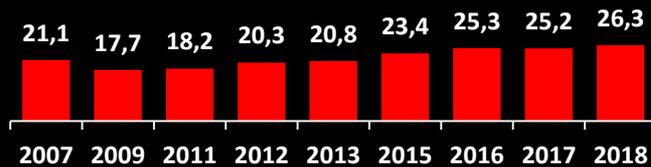
Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso del mezzo di almeno una volta alla settimana.

Fonte: indagini Censis, 2007-2018.

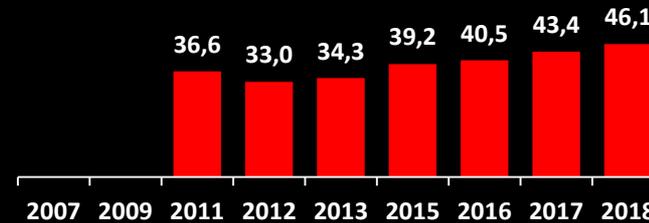
L'evoluzione delle diete mediatiche | 4

I quotidiani online: non compensano il ciclo negativo della carta stampata, crescono soprattutto i portali generici di informazione

Quotidiani online



Siti web di informazione



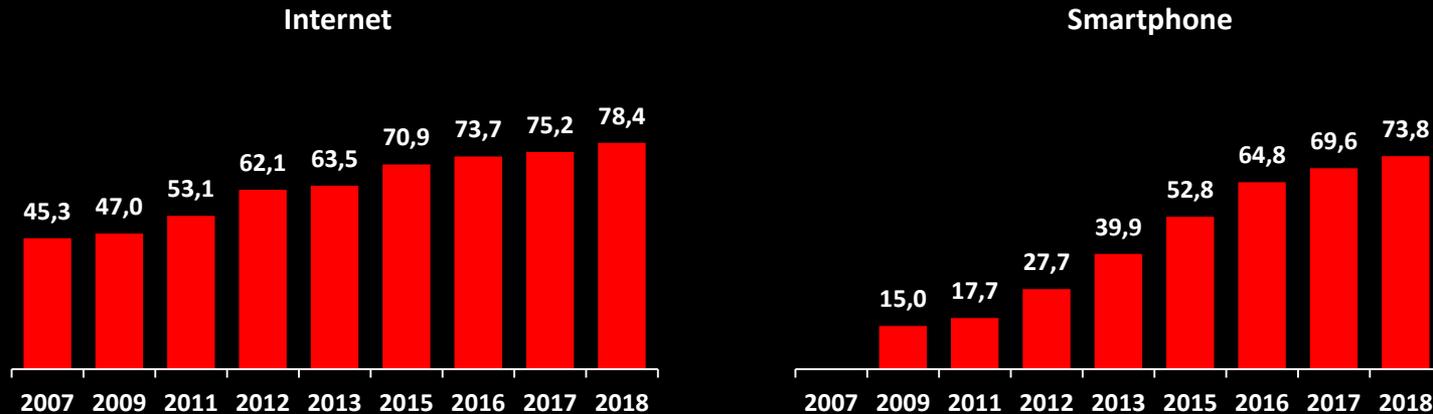
Valori %.

Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso del mezzo di almeno una volta alla settimana.

Fonte: indagini Censis, 2007-2018.

L'evoluzione delle diete mediatiche | 6

Internet e smartphone: battono nuovi record
i dispositivi della disintermediazione digitale



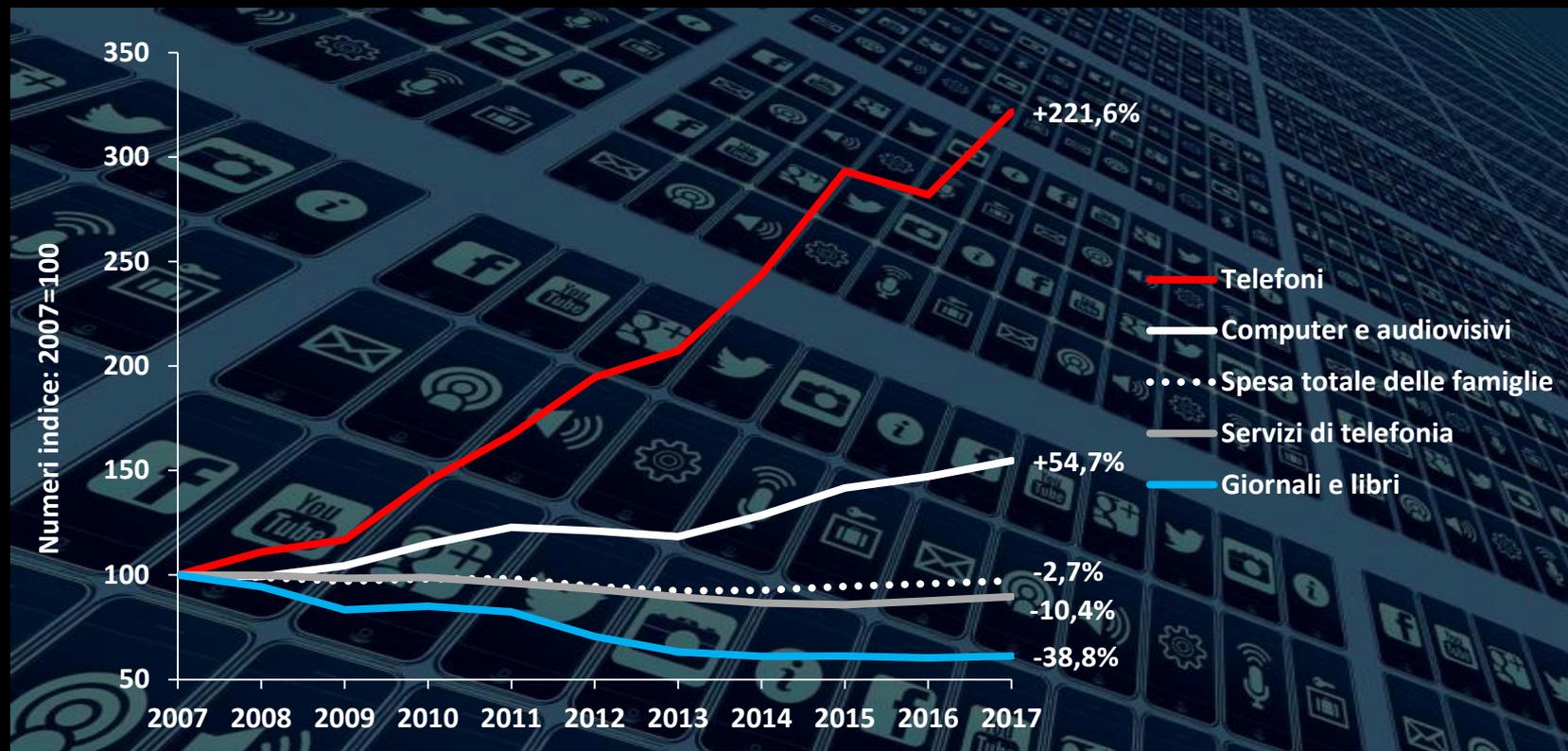
Valori %.

Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso del mezzo di almeno una volta alla settimana.

Fonte: indagini Censis, 2007-2018.

La dinamica anticiclica dei consumi digitali

La spesa delle famiglie: triplicata in dieci anni quella per smartphone



Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

L'evoluzione delle diete mediatiche | 7

I social network e le piattaforme online: WhatsApp, Facebook, YouTube i più amati, il 55% dei giovani su Instagram



Valori %.

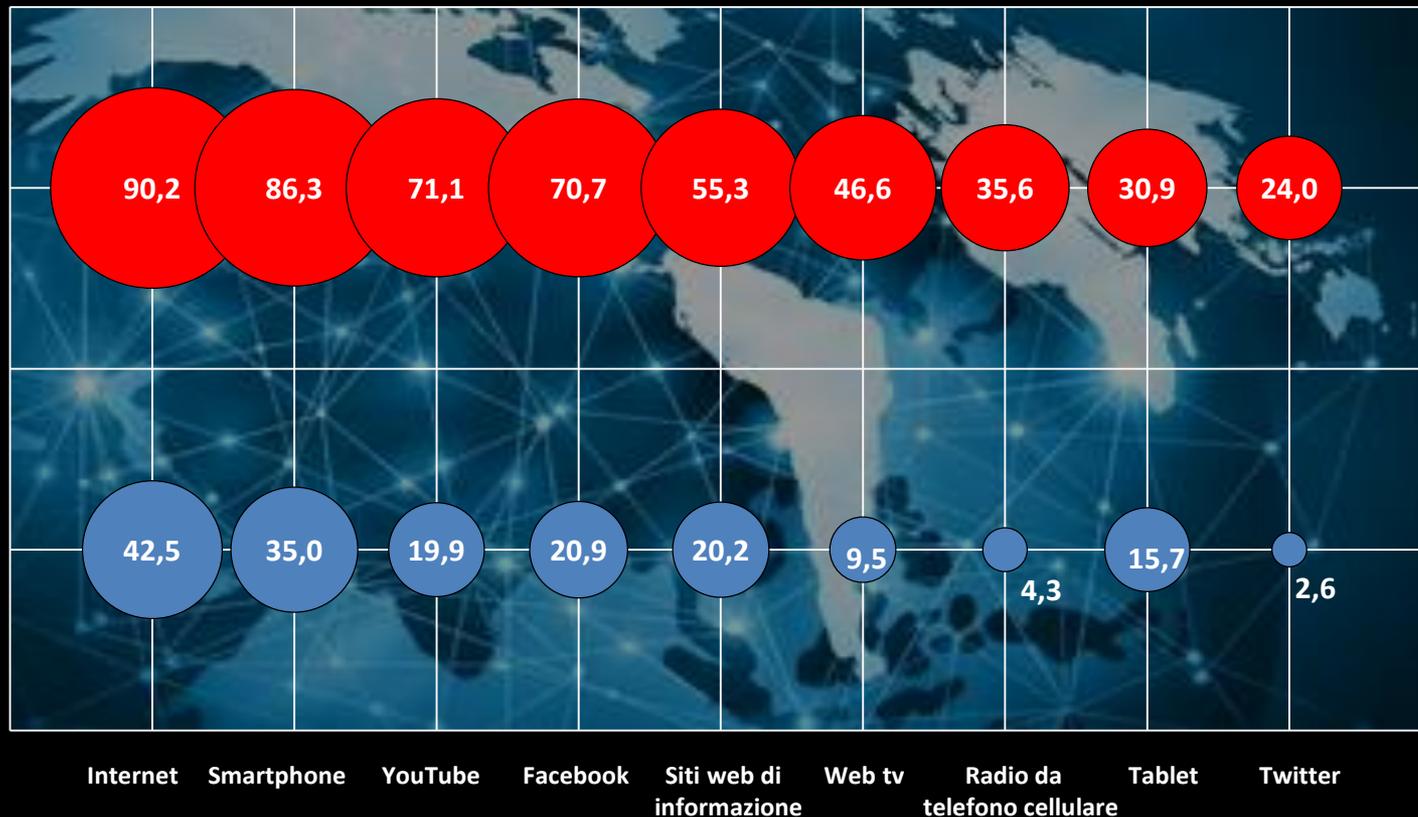
Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso del mezzo di almeno una volta alla settimana.

Fonte: indagine Censis, 2018.

La frattura generazionale

Giovani e anziani sempre più lontani

● Giovani (14-29 anni) ● Anziani (65-80 anni)



Valori %.

Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso del mezzo di almeno una volta alla settimana.

Fonte: indagine Censis, 2018.

App e startup

Come cambiano i comportamenti nell'epoca della disintermediazione digitale

Utenti di internet che usano il web per:	2018	Diff. % 2015-2018
Informazioni su aziende, prodotti, servizi	56,0	8,4
Trovare strade, località	54,5	5,0
Ascoltare musica	43,6	6,1
Svolgere operazioni bancarie	42,2	5,4
Fare acquisti	41,7	11,0
Telefonare	32,2	19,7
Guardare film	29,8	10,3
Prenotare viaggi	16,0	6,7
Sbrigare pratiche con uffici pubblici	16,0	3,6
Prenotare visite mediche	12,0	6,9
Cercare lavoro	11,3	-5,0
Corsi scolastici, universitari, di formazione	7,3	2,8

Valori %.

Fonte: indagini Censis, 2015-018.

I nuovi riti, tic e tabù della digital life

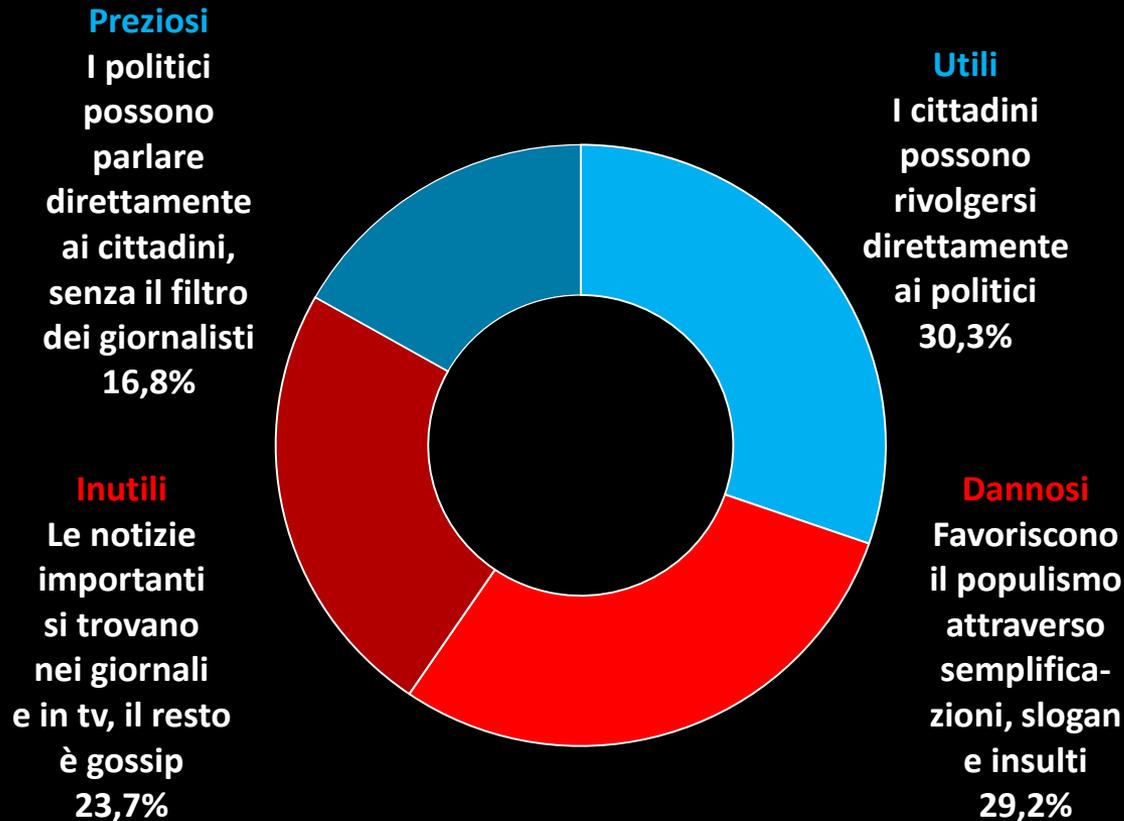
Utenti di smartphone che:	Val. %
Inviano messaggi invece di telefonare	59,4
Fanno parte di gruppi su servizi di messaggistica (es.: WhatsApp)	54,7
Controllano lo smartphone al mattino appena svegli o come ultima cosa prima di andare a dormire	50,9
Controllano il meteo online durante il giorno	48,4
Cercano subito la risposta in rete quando non si ricordano qualcosa (una data, un nome, un evento, ecc.)	37,9
Inviano messaggi vocali al posto di messaggi di testo	30,1
Rispondono a e-mail e messaggi di lavoro anche fuori dall'orario di ufficio	27,2
Escono di casa con il caricabatteria dello smartphone	25,8
Verificano sullo smartphone la distanza percorsa quando fanno una camminata	16,1
Danno comandi vocali all'assistente digitale dello smartphone	11,3

Valori %.

Fonte: indagine Censis, 2018.

L'uso politico dei social network

Favorevole il 47% degli italiani



Valori %.
Fonte: indagine Censis, 2018.

I principali problemi dell'era digitale secondo gli italiani



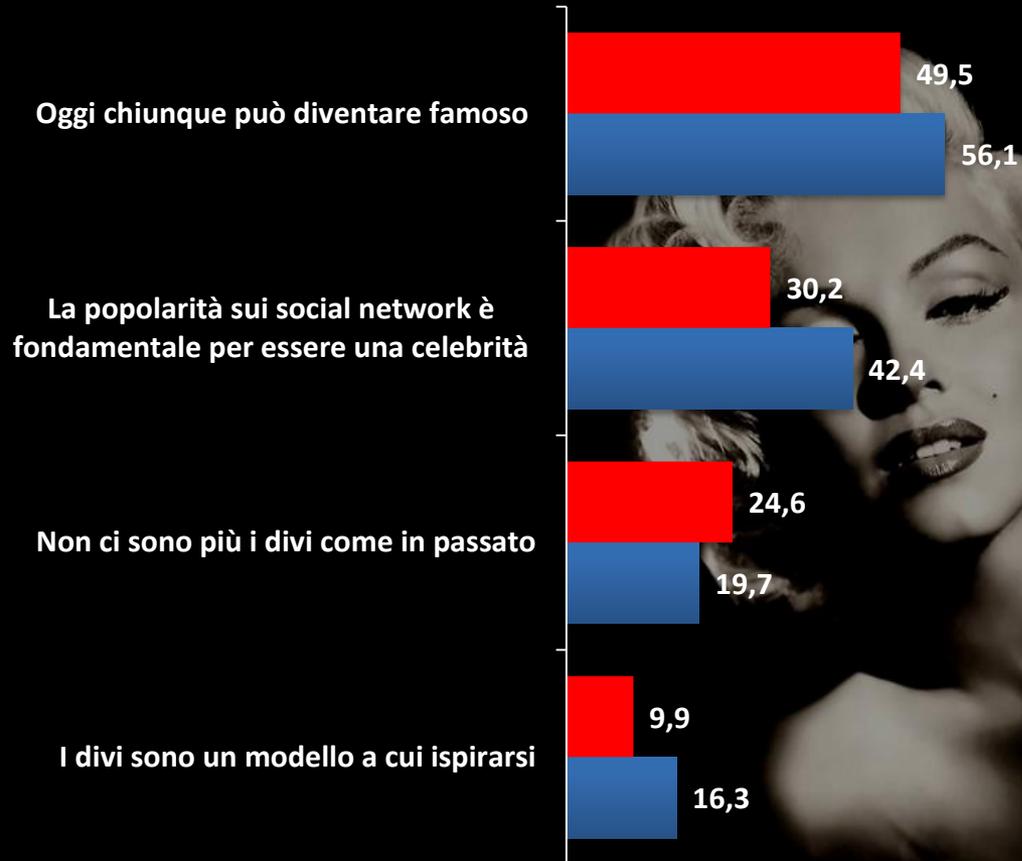
Valori %.

Fonte: indagine Censis, 2018.

La fine dello star system

Uno vale un divo: siamo tutti divi. O nessuno, in realtà, lo è più

■ Totale popolazione ■ Giovani (14-29 anni)



Rottura del meccanismo di proiezione sociale che in passato veniva attivato dalla fascinazione esercitata dal pantheon delle celebrità: prima venerate, oggi smitizzate nel disincanto del mondo.

Valori %.
Fonte: indagine Censis, 2018.

Dalla disintermediazione digitale alla fine dello star system: le parole chiave della grande trasformazione | 1

- **La personalizzazione dell'impiego dei media**
 - Desincronizzazione dei palinsesti collettivi.
 - Personalizzazione delle modalità di fruizione dei contenuti di intrattenimento e dei percorsi di accesso alle informazioni.
 - Scardinamento della gerarchia tradizionale dei mezzi, che attribuiva alle fonti professionali e autorevoli dell'informazione mainstream un ruolo esclusivo.

Dalla disintermediazione digitale alla fine dello star system: le parole chiave della grande trasformazione | 2

- **L'ingresso nell'«era biomediatca»**
 - Con la miniaturizzazione dei device tecnologici, la proliferazione delle connessione mobili, la diffusione dei social network diventano centrali la trascrizione virtuale e la condivisione telematica in tempo reale delle biografie personali.
 - «I media sono io»: autoassemblaggio delle fonti e autoproduzione dei contenuti.
 - Primato dello sharing sulla privacy: l'individuo si specchia nei media (ne è il contenuto) creati dall'individuo stesso (ne è anche il produttore).

Dalla disintermediazione digitale alla fine dello star system: le parole chiave della grande trasformazione | 3

- **L'economia della disintermediazione digitale**
 - Nella crisi, connotazione anticiclica dei consumi mediatici.
 - La creazione di valore si trasferisce da filiere produttive e occupazionali tradizionali in nuovi ambiti.
 - Divaricazione del solco tra élite e popolo (fede nel potenziale di emancipazione delle comunità attribuito ai processi di disintermediazione resi possibili dalla rete).

Dalla disintermediazione digitale alla fine dello star system: le parole chiave della grande trasformazione | 4

- **La frammentazione dell'immaginario collettivo**
 - L'immaginario collettivo è l'insieme di valori, simboli, miti d'oggi che plasmano le aspirazioni individuali e i percorsi esistenziali di ciascuno, definendo così un'agenda sociale condivisa.
 - Alle immagini ad alta valenza simbolica care alle generazioni dei padri si affiancano oggi le icone della contemporaneità fatte proprie dai figli (lo smartphone come oggetto di culto dall'alto impatto simbolico, oltre che funzionale; la potenza di internet e social network, con cui filtrare personalmente il mondo esterno e condividere l'espressione di sé; il selfie, come emblema dell'autoreferenzialità individualistica).
 - La frammentazione dell'immaginario collettivo determina la perdita della forza propulsiva del passato.

Dalla disintermediazione digitale alla fine dello star system: le parole chiave della grande trasformazione | 5

- **La fine dello star system**

- L'effetto della fine dello star system è la rottura di un fisiologico meccanismo sociale di tipo proiettivo, imitativo e aspirazionale, che in passato risultava utile e vitale nella società che cresceva.
- Se si accorcia l'arco proiettivo verso i divi, grazie ai media digitali prende forma un nuovo frame pre-politico che alla fine sviluppa il senso comune dentro il sistema pulviscolare degli account personali dei social network.