

CENSIS

U.C.S.I.

Quinto Rapporto
sulla comunicazione in Italia

2001-2005
CINQUE ANNI DI EVOLUZIONE
E RIVOLUZIONE
NELL'USO DEI MEDIA

FRANCOANGELI

INDICE

PREFAZIONE

La chiusura di un ciclo e le sfide dei prossimi anni

di *Raffaele Pastore*

pag. 11

Prospettive di senso e di responsabilità

di *Emilio Rossi*

» 15

Introduzione

» 19

1. Cinque anni di analisi dell'uso dei media

» 23

1.1. Cresce il consumo di media

» 23

1.2. Un consumo molto vario per genere e generazioni

» 26

1.3. Le molte Italie dei media

» 30

1.4. Le diete mediatiche degli italiani

» 35

1.5. Consumi e luoghi comuni

» 44

1.6. Le ragioni del non uso dei media

» 48

1.7. A cosa servono i media

» 53

1.8. Cosa disturba di più nei media

» 70

2. Dalla televisione alle televisioni

» 85

2.1. Le preferenze sulla televisione tradizionale

» 85

2.2. Il labirinto dei gusti del pubblico televisivo

» 87

2.3. Contaminazioni tra generi e linguaggi

» 91

2.4. Le preferenze sulla televisione satellitare

» 93

2.5. Diversi pubblici e altre televisioni possibili

» 95

2.4. Le opinioni sulle trasformazioni delle televisioni

» 97

3. I nuovi media	pag. 99
3.1. Cresce l'uso di internet	» 99
3.2. I motivi per cui si usa internet	» 101
3.3. Il più grande negozio virtuale	» 103
3.4. Il cellulare come oggetto ansiolitico	» 105
3.5. Videochiamarsi	» 107
3.6. Un nuovo media: la radio	» 109
3.7. Sovrapposizioni d'uso fra vecchi e nuovi media	» 112
4. I media a stampa	» 115
4.1. La lettura di quotidiani nonostante tutto tiene	» 115
4.2. Cosa si preferisce leggere	» 118
4.3. Giornali che vendono libri e viceversa	» 120
4.4. Anche i media a stampa fanno sistema	» 122
5. Il pubblico dei media: alla ricerca di emozioni e conoscenze, di <i>Settimio Marcelli</i>	» 127
5.1. L'orientamento degli italiani verso i media sta cambiando	» 127
5.2. C'è grande equilibrio tra le funzioni emotive e quelle cognitive	» 128
5.3. L'utilità e il piacere nell'uso dei media	» 131
6. Un'evoluzione complessa fra cambiamenti e continuità di <i>Giancarlo Livraghi</i>	» 139
7. Uno sguardo allo scenario europeo	» 183
8. I giornalisti	» 261
8.1. Le ricerche sull'universo giornalistico	» 261
8.2. Le opinioni degli italiani sulla formazione dei giornalisti	» 266
9. Le relazioni dei partecipanti alla presentazione della ricerca	» 277
9.1. Il mezzo non è il messaggio di <i>Giuseppe De Rita</i>	» 277
9.2. Volontà di cambiamento, purché ci sia qualità di <i>Emilio Rossi</i>	» 279
9.3. Mobilità e rivoluzione delle "piramidi" mediatiche di <i>Raffaele Pastore</i>	» 282
9.4. Bisogno informativo soddisfatto? di <i>Benito Benassi</i>	» 287

9.5. Intervenga chi può di <i>Paolo Scandaletti</i>	pag. 289
9.6. Dentro e fuori la rete di <i>Andrea Gavosto</i>	» 291
9.7. L'insostituibile tv generalista di <i>Stefano Gnasso</i>	» 293
9.8. Più media meno <i>mass</i> di <i>Luisa Pogliana</i>	» 296
9.9. L'esigenza di verità nell'informazione di <i>Vittorio Roidi</i>	» 297
9.10. Un'Italia che cambia di <i>Giuseppe Roma</i>	» 300