
Comunicazione: Censis, aumenta l'uso di internet, smartphone e tv via web

Tra il 2021 e il 2022 si è registrato ancora un forte aumento dell'impiego di internet da parte degli italiani (l'88,0% di utenza, con una differenza positiva di 4,5 punti percentuali), mostrando una perfetta sovrapposizione con quanti utilizzano gli smartphone (l'88,0%: +4,7%). Lievitano complessivamente all'82,4% gli utenti dei social network (+5,8% in un anno). Sono alcuni dei dati contenuti nel 18° Rapporto Censis sulla comunicazione. Tra i giovani (14-29 anni) si è registrato un ulteriore passo in avanti nell'impiego delle piattaforme online. Il 93,4% utilizza WhatsApp, l'83,3% YouTube, l'80,9% Instagram. Si è anche osservato un forte incremento dei giovani utenti di TikTok (54,5%), Spotify (51,8%) e Telegram (37,2%). In flessione, invece, Facebook (51,4%) e Twitter (20,1%). Per quanto riguarda i media tradizionali, nel 2022 la fruizione della televisione rimane pressoché stabile: la guarda complessivamente il 95,1% degli italiani. Ma la percentuale dell'utenza è il saldo tra la contrazione del numero di telespettatori della tv tradizionale (il digitale terrestre: -3,9% rispetto al 2021), una lieve crescita della tv satellitare (+1,4%), il forte rialzo della tv via internet (web tv e smart tv aumentano al 52,8% di utenza, ovvero oltre la metà della popolazione: +10,9% in un anno) e il boom della mobile tv, che è passata dall'1,0% di spettatori nel 2007 al 34,0% di oggi (più di un terzo degli italiani). La radio, invece, continua a rivelarsi all'avanguardia all'interno dei processi di ibridazione del sistema dei media. Complessivamente, i radioascoltatori sono il 79,9% degli italiani, stabili da un anno all'altro. Ma se la radio ascoltata in casa attraverso l'apparecchio tradizionale si attesta al 48,0% di utenza (-0,8% rispetto al 2021), l'autoradio sale al 69,0%, l'ascolto delle trasmissioni radiofoniche via internet con il pc è stabile al 20,4% e la fruizione del mezzo attraverso lo smartphone diventa sempre più rilevante: lo fa il 29,2% degli italiani (+5,4% in un anno).

Alberto Baviera