

PER LA PUBBLICAZIONE 17 MAGGIO 2018

# Scheda informativa: atteggiamento nei confronti dei mezzi di informazione e tendenze politiche in Italia

**PER I MEDIA O ALTRE RICHIESTE:**

Amy Mitchell, Director, Journalism Research  
Katie Simmons, Associate Director, Research  
Rachel Weisel, Communications Manager

202.419.4372

[www.pewresearch.org](http://www.pewresearch.org)

**CITAZIONE RACCOMANDATA**

Pew Research Center, maggio 2018, "In Europa occidentale, l'atteggiamento del pubblico nei confronti dei mezzi di informazione è più diviso da opinioni populiste che da ideologie di destra o di sinistra"

## Informazioni sul Pew Research Center

Il Pew Research Center è un fact tank statunitense non schierato che fornisce informazioni su istanze, opinioni e tendenze che contribuiscono a modellare l'America e il mondo. Non prende posizioni politiche. Conduce sondaggi tra l'opinione pubblica, ricerche demografiche, analisi di contenuti e altre ricerche nel campo delle scienze sociali basate su dati. I suoi studi si concentrano su politica e governo negli Stati Uniti, giornalismo e media, Internet, scienze e tecnologie, religione e vita pubblica, tendenze ispaniche, attitudini e tendenze globali e tendenze sociali e demografiche negli Stati Uniti. Tutti i rapporti del Pew Research Center sono disponibili all'indirizzo [www.pewresearch.org](http://www.pewresearch.org). Il Pew Research Center è una sussidiaria di Pew Charitable Trusts, il suo principale finanziatore.

© Pew Research Center 2018

# Atteggiamento nei confronti dei mezzi di informazione e tendenze politiche in Italia

Di seguito sono riportati i risultati specifici in merito alle abitudini e all'atteggiamento nei confronti dei mezzi di informazione in Italia. I risultati derivano da un sondaggio del Pew Research Center sui mezzi di informazione e sulla politica in otto paesi dell'Europa occidentale condotto dal 30 ottobre al 20 dicembre 2017. Il sondaggio ha interessato cinque paesi del Nord (Danimarca, Germania, Paesi Bassi, Svezia e Regno Unito) e tre del Sud (Francia, Italia e Spagna).

## Opinioni sui mezzi di informazione in Italia

Il senso di importanza e di fiducia nei mezzi di informazione varia in modo considerevole in base al paese. In generale, vi è una maggiore probabilità che gli adulti dei paesi dell'Europa del Nord (ad esempio, Svezia e Germania) affermino che i mezzi di informazione sono molto importanti e di avere fiducia in essi, mentre è meno probabile che una tale affermazione provenga dagli abitanti di Francia e Italia.

Solo un terzo circa degli adulti italiani (34%) considera i mezzi di informazione *molto* importanti per la società, mentre circa tre soggetti su dieci (29%) affermano di avere fiducia nei mezzi di informazione. Ciò include solo un 3% di persone che hanno *molta* fiducia nei mezzi di informazione.

### La minoranza degli adulti italiani ritiene che i mezzi di informazione siano molto importanti (circa tre persone su dieci hanno fiducia nei mezzi di informazione)

*% di adulti in Italia che afferma che i mezzi di informazione sono \_\_\_\_\_ importanti per il funzionamento della società del paese*



*% che ha fiducia nei mezzi di informazione...*



Fonte: sondaggio degli otto paesi dell'Europa occidentale condotto dal 30 ottobre al 20 dicembre 2017.

"In Europa occidentale, l'atteggiamento del pubblico nei confronti dei mezzi di informazione è più diviso da opinioni populiste che da ideologie di destra o di sinistra"

PEW RESEARCH CENTER

Nella maggior parte dei paesi interessati dal sondaggio, vi è una minore probabilità che le persone con idee populiste affermino che i mezzi di informazione sono importanti e di avere fiducia in essi rispetto alle persone che non hanno idee populiste. In generale, le differenze in questi atteggiamenti nei confronti dei mezzi di informazione sono piccole quando si effettua il confronto tra le persone che si posizionano a sinistra e a destra dello spettro ideologico.

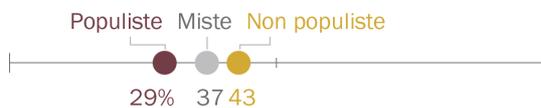
Queste differenze populiste emergono anche in Italia: il 26% delle persone con idee populiste afferma di avere fiducia nei mezzi di informazione rispetto al 34% delle persone che non hanno idee populiste. Riguardo alla domanda sull'importanza, il 29% delle persone con idee populiste afferma che i mezzi di informazione sono molto importanti per la società in Italia rispetto al 43% di coloro che non hanno idee populiste.

## Divisioni in Italia tra coloro che hanno e non hanno idee populiste nell'atteggiamento nei confronti dei mezzi di informazione

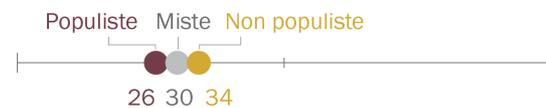
% di adulti in Italia che afferma...

### I mezzi di informazione sono molto importanti

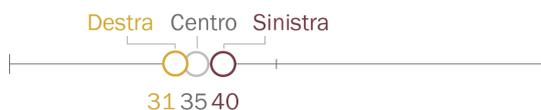
Tra coloro che hanno idee \_\_\_\_



### Loro credono nei mezzi di informazione



Tra coloro che si posizionano ideologicamente a \_\_\_\_



Nota: gli intervistati sono classificati come persone con idee populiste se hanno risposto: "Alla maggior parte dei rappresentanti eletti non interessa ciò che pensano le persone come me" e "La gente comune riuscirebbe a risolvere i problemi del Paese meglio dei rappresentanti eletti".

Fonte: sondaggio degli otto paesi dell'Europa occidentale condotto dal 30 ottobre al 20 dicembre 2017.

"In Europa occidentale, l'atteggiamento del pubblico nei confronti dei mezzi di informazione è più diviso da opinioni populiste che da ideologie di destra o di sinistra"

PEW RESEARCH CENTER

## Principali fonti di notizie in Italia

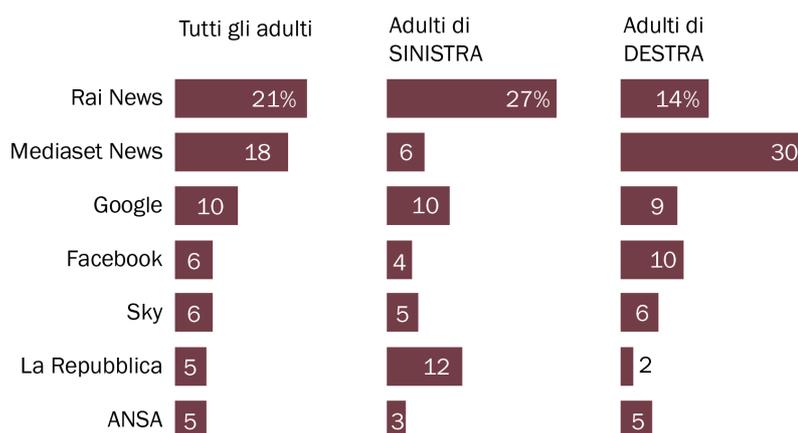
Per quanto riguarda le fonti di notizie alle quali le persone affermano di ricorrere con maggiore frequenza, le divisioni tra gli adulti con e senza tendenze populiste non sono così forti come quelle osservate per gli atteggiamenti nei confronti dei mezzi di informazione più in generale. Nei paesi meridionali, tendono ad esservi divisioni maggiori nella preferenza sulle fonti di notizie principali tra le persone che si pongono a destra o a sinistra dello spettro ideologico rispetto a coloro con e senza idee populiste.

In Italia, coloro che hanno ideologie di destra e di sinistra si differenziano in maniera sostanziale per

quanto riguarda la fonte di notizie a cui ricorrono maggiormente. Tra coloro che hanno ideologie di destra, Mediaset News è la fonte di notizie principale maggiormente citata, mentre le persone di sinistra citano più spesso Rai News.

### Divisione ideologica tra gli italiani sulla principale fonte utilizzata per acquisire notizie

*% di adulti in Italia che indica ciascun canale come propria fonte principale di notizie*



Nota: sono mostrate solo le fonti indicate dal 5% degli adulti o più. Agli intervistati è stato chiesto di indicare il canale a cui ricorrono maggiormente per le notizie. Ai fini di questa analisi, i principali canali o marchi sono stati raggruppati nella rispettiva organizzazione più grande.

Fonte: sondaggio degli otto paesi dell'Europa occidentale condotto dal 30 ottobre al 20 dicembre 2017.

“In Europa occidentale, l'atteggiamento del pubblico nei confronti dei mezzi di informazione è più diviso da opinioni populiste che da ideologie di destra o di sinistra”

PEW RESEARCH CENTER

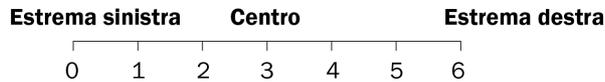
## Posizionamento ideologico dei canali di informazione (destra e sinistra) secondo gli utenti

Per molti dei canali di informazione negli otto paesi, le persone che ne usano uno per acquisire le notizie tendono a pensare che sia più vicino alla propria posizione ideologica di sinistra o di destra. In Italia, ciò è vero per i cinque canali di informazione presi in considerazione: Rai News, La7, La Repubblica, Corriere della Sera e Il Fatto Quotidiano. Per questi canali di informazione, gli utenti di destra o di sinistra tendono a posizionarli più vicino alla propria ideologia. Per un canale di informazione, Mediaset News, gli utenti di destra e di sinistra generalmente concordano sul suo posizionamento. Il Giornale e

Libero non sono inclusi in questa analisi poiché non avevano un campione abbastanza grande di utenti di destra o di sinistra da analizzare.

## Posizionamento ideologico dei canali di informazione in Italia

Agli utenti di ogni canale è stato chiesto di posizionare il canale su una scala sinistra-destra



% di utenti di sinistra e di destra che colloca il canale nella posizione...

### Rai News

Il 69% degli adulti utilizza questo canale almeno una volta alla settimana

POSIZIONAMENTO IN BASE:

	0-2	3	4-6
Utenti di <b>sinistra</b>	25%	45	19
Utenti di <b>destra</b>	28%	25	36

Gli utenti di sinistra e gli utenti di destra si differenziano nel posizionamento di questo canale

### La Repubblica

Il 43% degli adulti utilizza questo canale almeno una volta alla settimana

	0-2	3	4-6
Utenti di <b>sinistra</b>	55%	29	14
Utenti di <b>destra</b>	30%	28	30

Gli utenti di sinistra e gli utenti di destra si differenziano nel posizionamento di questo canale

### Mediaset News

Il 56% degli adulti utilizza questo canale almeno una volta alla settimana

	0-2	3	4-6
Utenti di <b>sinistra</b>	8%	7	73
Utenti di <b>destra</b>	4%	11	74

Gli utenti di sinistra e gli utenti di destra NON si differenziano nel posizionamento di questo canale

### Corriere della Sera

Il 43% degli adulti utilizza questo canale almeno una volta alla settimana

	0-2	3	4-6
Utenti di <b>sinistra</b>	18%	47	26
Utenti di <b>destra</b>	17%	30	44

Gli utenti di sinistra e gli utenti di destra si differenziano nel posizionamento di questo canale

### La7

Il 56% degli adulti utilizza questo canale almeno una volta alla settimana

	0-2	3	4-6
Utenti di <b>sinistra</b>	40%	35	19
Utenti di <b>destra</b>	16%	27	46

Gli utenti di sinistra e gli utenti di destra si differenziano nel posizionamento di questo canale

### Il Fatto Quotidiano

Il 34% degli adulti utilizza questo canale almeno una volta alla settimana

	0-2	3	4-6
Utenti di <b>sinistra</b>	47%	27	18
Utenti di <b>destra</b>	22%	21	41

Gli utenti di sinistra e gli utenti di destra si differenziano nel posizionamento di questo canale

Nota: alcuni canali non sono inclusi poiché le dimensioni del campione del relativo pubblico sono troppo piccole da analizzare. I posizionamenti degli utenti di sinistra e di destra sono considerati diversi se le percentuali di utenti di sinistra e di destra che posizionano il canale a sinistra (da 0 a 2), a destra (da 4 a 6) o entrambe sono significativamente differenti.

Fonte: sondaggio degli otto paesi dell'Europa occidentale condotto dal 30 ottobre al 20 dicembre 2017.

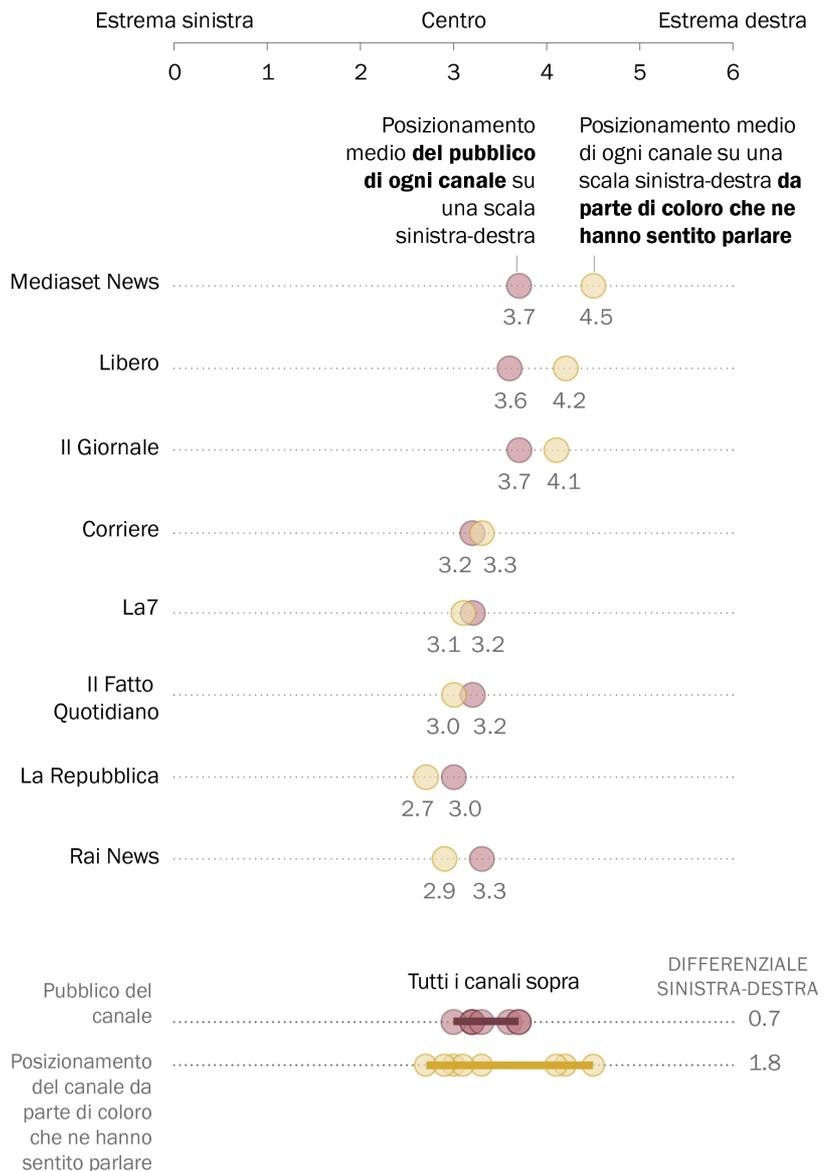
"In Europa occidentale, l'atteggiamento del pubblico nei confronti dei mezzi di informazione è più diviso da opinioni populiste che da ideologie di destra o di sinistra"

In generale, il posizionamento di un canale da parte delle persone che non ne sono utenti tende a differire dall'effettivo posizionamento ideologico da parte del pubblico medio. Per ciascuno di questi canali di informazione presi in considerazione nel sondaggio, il pubblico medio (in base all'utilizzo autoriferito) tende a posizionarsi vicino al centro ideologico. Tuttavia, le persone che hanno sentito parlare di ciascun canale di informazione tendono a posizionarlo più a destra o più a sinistra del posizionamento ideologico effettivo del pubblico del canale.

Questo è il caso di alcuni canali in Italia (ma non tutti). Libero, ad esempio, ha un pubblico che si colloca al centro dello spettro sinistra-destra (3,6 su una scala da 0 a 6), ma quando viene chiesto di posizionare il canale di informazione sulla stessa scala sinistra-destra, le persone che hanno sentito parlare di Libero lo posizionano più a destra (4,2). Gli altri canali invece mostrano una differenza minima: La7 ha un pubblico vicino al centro ideologico (3,2 su una scala da 0 a 6) e anche le persone che hanno sentito parlare di La7 lo posizionano vicino al centro dello spettro sinistra-destra (3,1).

## Gli italiani pensano che alcuni canali di informazione siano più faziosi rispetto a quanto sia effettivamente il loro pubblico medio

*Posizionamento medio del pubblico di ogni canale su una scala sinistra-destra da 0 a 6 rispetto al posizionamento sulla stessa scala di coloro che hanno sentito parlare del canale*



Nota: il pubblico di un canale è definito come gli intervistati che affermano di acquisire regolarmente notizie da quel canale. Il differenziale sinistra-destra è la differenza tra il canale di estrema sinistra e il canale di estrema destra.

Fonte: sondaggio degli otto paesi dell'Europa occidentale condotto dal 30 ottobre al 20 dicembre 2017.

"In Europa occidentale, l'atteggiamento del pubblico nei confronti dei mezzi di informazione è più diviso da opinioni populiste che da ideologie di destra o di sinistra"

PEW RESEARCH CENTER

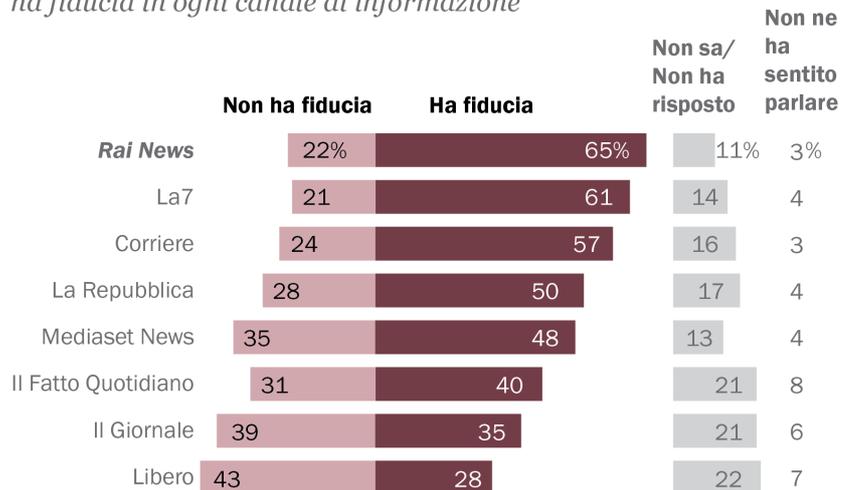
## Fiducia nei canali di informazione

In sette degli otto paesi interessati dal sondaggio, il canale di informazione in cui si ha maggiore fiducia è il servizio pubblico di ogni paese. In Italia, circa due terzi degli adulti (65%) affermano di avere fiducia nell'emittente pubblica Rai News.

Come per la fiducia nei mezzi di informazione in generale, la fiducia negli specifici canali varia in base alle tendenze populiste, e coloro che hanno idee populiste esprimono livelli più bassi di fiducia rispetto a coloro che non le hanno.

### In Italia, il pubblico mostra elevati livelli di fiducia nel servizio informativo pubblico

*% di adulti in Italia che generalmente ha fiducia o non ha fiducia in ogni canale di informazione*



Nota: le persone che hanno affermato di non aver sentito parlare di un canale o che si sono rifiutate di rispondere alla domanda in merito alla loro acquisizione di notizie da un canale sono raggruppate sotto la dicitura "Non ne ha sentito parlare". L'emittente pubblica è in **grassetto**.

Fonte: sondaggio degli otto paesi dell'Europa occidentale condotto dal 30 ottobre al 20 dicembre 2017.

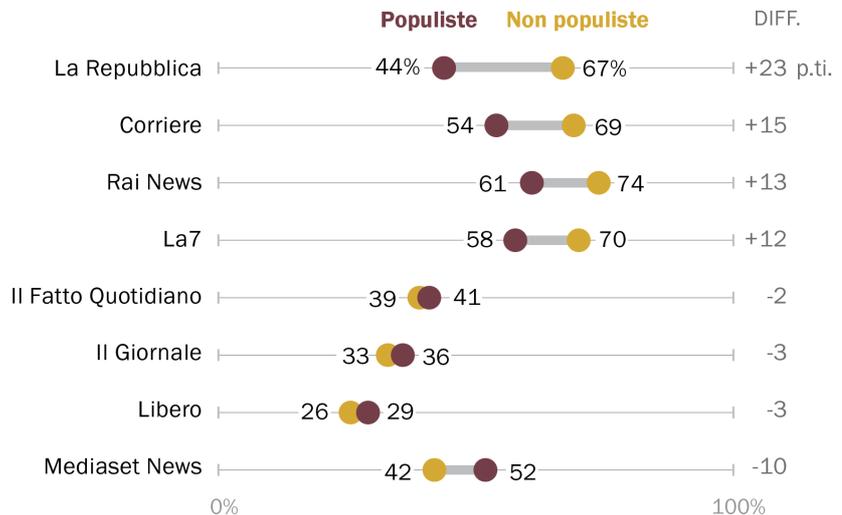
"In Europa occidentale, l'atteggiamento del pubblico nei confronti dei mezzi di informazione è più diviso da opinioni populiste che da ideologie di destra o di sinistra"

PEW RESEARCH CENTER

In Italia, queste differenze emergono per alcuni canali. Ad esempio, vi è una probabilità inferiore di 23 punti percentuali che le persone con tendenze populiste affermino di avere fiducia in La Repubblica rispetto a coloro che non hanno idee populiste. In Italia la fiducia si divide inoltre lungo lo spettro ideologico sinistra-destra. Vi è una probabilità inferiore di 35 punti percentuali che le persone che si posizionano a sinistra della scala ideologica a 0-6 punti abbiano fiducia in Mediaset News rispetto alle persone di destra.

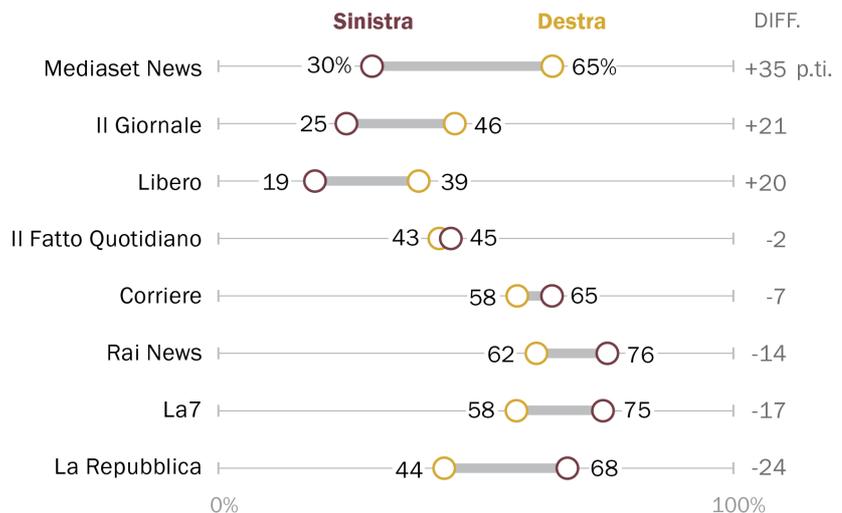
## In Italia, le persone con idee populiste hanno meno fiducia nei canali di informazione rispetto a coloro che non hanno tali idee

*% di adulti in Italia che ha idee \_\_\_\_ e che generalmente ha fiducia in ciascun canale di informazione*



## La fiducia si divide inoltre lungo lo spettro sinistra-destra

*% di adulti in ogni gruppo ideologico che generalmente ha fiducia in ciascun canale di informazione*



Nota: gli intervistati sono classificati come persone con idee populiste se hanno risposto: "Alla maggior parte dei rappresentanti eletti non interessa ciò che pensano le persone come me" e "La gente comune riuscirebbe a risolvere i problemi del Paese meglio dei rappresentanti eletti".

Fonte: sondaggio degli otto paesi dell'Europa occidentale condotto dal 30 ottobre al 20 dicembre 2017.

"In Europa occidentale, l'atteggiamento del pubblico nei confronti dei mezzi di informazione è più diviso da opinioni populiste che da ideologie di destra o di sinistra"

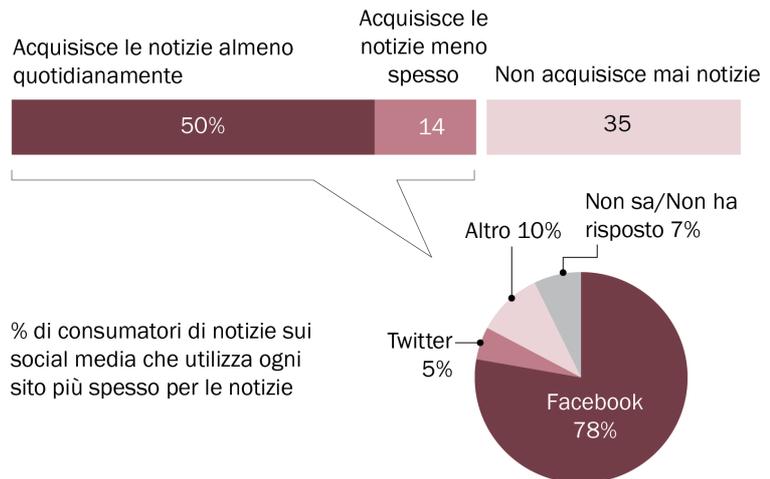
## Utilizzo dei social media e opinioni

Molte persone dell'Europa occidentale acquisiscono le notizie attraverso i social media, con Facebook citato come piattaforma di notizie più utilizzata.

La maggioranza degli adulti in Italia (64%) acquisisce notizie sui social media, e la metà di essi acquisisce informazioni sui social media *quotidianamente*. Facebook è il social network più utilizzato per le notizie. In Italia vi è una maggiore probabilità che i giovani (18-29 anni) acquisiscano quotidianamente le notizie sui social media rispetto alle persone di 50 anni o età superiore (74% contro 41%).

### La maggioranza degli italiani acquisisce le notizie sui social media, principalmente da Facebook

*% di adulti in Italia che \_\_\_ dai social media*



Nota: "Altro" include i siti di social media menzionati dal 5% o meno degli intervistati in tutti i paesi oggetto di studio. La somma dei numeri potrebbe non essere 100 a causa dell'arrotondamento.

Fonte: sondaggio degli otto paesi dell'Europa occidentale condotto dal 30 ottobre al 20 dicembre 2017.

"In Europa occidentale, l'atteggiamento del pubblico nei confronti dei mezzi di informazione è più diviso da opinioni populiste che da ideologie di destra o di sinistra"

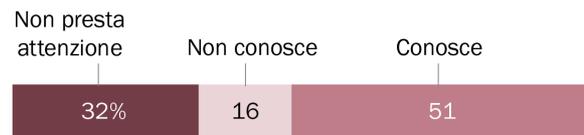
PEW RESEARCH CENTER

Circa la metà o più dei consumatori di notizie sui social media degli otto paesi interessati dal sondaggio afferma di conoscere le fonti che vede sui social media. Tuttavia, minoranze considerevoli affermano di non prestare generalmente attenzione alla fonte di notizie che incontrano sui social media.

I consumatori di notizie sui social media in Italia sono simili a quelli di altri paesi dell'Europa occidentale. Il 51% conosce le fonti di notizie che trova sui social media, ma circa un terzo (32%) non presta attenzione a queste fonti.

### Circa un terzo degli italiani che acquisisce le notizie sui social media non presta attenzione alle fonti di informazione

*% di consumatori di notizie sui social media in Italia che afferma che la maggior parte delle notizie che vede sui social media proviene da fonti di informazione a cui/che...*



Nota: le risposte "Non sa" non sono mostrate. Domanda posta: "In generale, la maggior parte delle notizie che vede sui social media provengono da fonti che conosce, fonti che non conosce o non presta attenzione alle fonti?"

Fonte: sondaggio degli otto paesi dell'Europa occidentale condotto dal 30 ottobre al 20 dicembre 2017.

"In Europa occidentale, l'atteggiamento del pubblico nei confronti dei mezzi di informazione è più diviso da opinioni populiste che da ideologie di destra o di sinistra"

PEW RESEARCH CENTER

## Maggiori informazioni

Questo testo è stato tradotto dall'inglese.

[Un riepilogo dei risultati della relazione completa](#) è disponibile online in italiano. [La relazione completa](#) e [la metodologia](#) sono inoltre disponibili online in lingua inglese.

Per visualizzare queste informazioni online in italiano e in inglese, nonché i dati degli altri sette paesi dell'Europa occidentale inclusi nel sondaggio in inglese e nella lingua primaria di ciascun paese, visitare: <https://pewrsr.ch/ItalyNewsAttitudes>.