



EUROBAROMETRO STANDARD 100

# Uso dei media nell'Unione europea

Eurobarometro Report  
OTTOBRE — NOVEMBRE 2023

## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

L'indagine è stata richiesta e coordinata dalla Commissione europea, direzione generale della Comunicazione.

Il presente documento non rappresenta il punto di vista della Commissione europea. Le interpretazioni e le opinioni in esso contenute sono esclusivamente quelle degli autori.

Titolo del progetto	Eurobarometro standard 100 — Autunno 2023 Uso dei media nell'Unione europea
Versione linguistica	IT
Media/volume	PDF/Volume_01
Numero di catalogo	NA-AO-23-043-IT-N
ISBN	978-92-68-09983-4
ISSN	1977-3927
DOI	10.2775/25739

© Unione europea, 2023

<https://www.europa.eu/eurobarometer>

Credito fotografico: Immagini di Getty

## Indice

Introduzione.....	4
I. Uso dei media e fiducia nei media.....	9
1. Uso dei media.....	10
2. Fiducia nei media.....	37
II. Il livello di informazione sulle questioni europee.....	42
III. Fonti di informazione per le questioni politiche e l'Unione europea.....	53
1. Questioni politiche europee.....	54
2. La ricerca attiva di informazioni sull'Unione europea.....	61
IV. Opinioni sul pluralismo e l'indipendenza dei media nazionali.....	66
1. Pluralismo nei media nazionali.....	67
2. Indipendenza dei media nazionali.....	71
V. Europei e fake news.....	80
VI. Social network.....	95
1. Social network online e informazione politica.....	96
Commenti.....	111



Documento preparato da Pierre Dieumegard per [Europa-Democrazia-Esperanto](#)

Lo scopo di questo documento "provvisorio" è quello di consentire a un maggior numero di persone nell'Unione europea di venire a conoscenza dei documenti prodotti dall'Unione europea (e finanziati dalle loro imposte). **Senza traduzioni, le persone sono escluse dal dibattito.**

Questo documento "Eurobarometer" [era solo in francese, tedesco e inglese](#), in un file pdf. Da questo file iniziale, abbiamo realizzato un odt-file, preparato dal software Libre Office, per la traduzione automatica in altre lingue. I risultati sono ora [disponibili in tutte le lingue ufficiali](#).

**È auspicabile che l'amministrazione dell'UE assuma la traduzione di documenti importanti. I "documenti importanti" non sono solo leggi e regolamenti, ma anche le informazioni importanti necessarie per prendere decisioni informate insieme.**

Per discutere insieme il nostro futuro comune e per consentire traduzioni affidabili, la lingua internazionale esperanto sarebbe molto utile per la sua semplicità, regolarità e precisione.

Contattaci:

[Kontakto \(europokune.eu\)](mailto:Kontakto@europokune.eu)

<https://e-d-e.org/-Kontakti-EDE>



## **Introduzione**

L'Eurobarometro standard 100. L'indagine 2 (EB100) dell'autunno 2023 è stata condotta dal 23 ottobre al 17 novembre 2023 in 37 paesi o territori: i 27 Stati membri dell'Unione europea (UE), sette paesi candidati (Albania, Bosnia-Erzegovina, Moldova, Montenegro, Macedonia del Nord, Serbia e Türkiye), la Comunità turco-cipriota nella parte del paese non controllata dal governo della Repubblica di Cipro, nonché dal<sup>1</sup>Kosovo e dal Regno Unito.

La relazione completa dell'indagine Standard Eurobarometro 100 è composta da volumi multipli. Il primo volume presenta i risultati delle domande generali sullo stato dell'opinione pubblica nell'Unione europea. Altri quattro volumi presentano le opinioni degli europei sui seguenti temi: L'uso dei media nell'Unione europea, le priorità dell'Unione europea, la cittadinanza europea e le opinioni sull'invasione russa dell'Ucraina.

L'attuale volume dell'indagine Eurobarometro standard dell'autunno 2023 si concentra sull'uso dei media nell'Unione europea. Qui analizziamo le seguenti questioni:

L'uso e la fiducia dei media nei media — la misura in cui i diversi media sono maggiormente utilizzati dai cittadini europei. Quanta fiducia hanno gli europei nei media e nelle informazioni che forniscono?

Il livello di informazione sulle questioni europee: gli europei si sentono ben informati sulle questioni europee? Ritengono che i cittadini del loro paese siano ben informati su questi temi?

Fonti di informazione per le questioni politiche e l'Unione europea — quali sono le principali fonti di informazione utilizzate dagli europei per le notizie sulle questioni politiche europee e per la ricerca di informazioni sull'Unione europea?

Opinioni sul pluralismo e l'indipendenza dei media nazionali — I cittadini europei pensano che i media europei forniscano una pluralità di opinioni e opinioni? Questi media sono soggetti a pressioni politiche e commerciali?

Europei e fake news — i cittadini dell'Unione europea si trovano spesso di fronte a notizie false o a notizie che travisano la realtà? Sono in grado di identificarlo? Lo considerano un problema nel loro paese e per la democrazia in generale?

Social network: i social network online sono un modo per tenersi aggiornati sulle notizie politiche e avere voce in capitolo sulle questioni politiche? È possibile che i cittadini siano interessati alle questioni politiche? Ci si può fidare delle informazioni politiche sui social network?

---

1 Tale designazione lascia impregiudicate le posizioni sullo status ed è in linea con la risoluzione 1244/99 del Consiglio di sicurezza delle Nazioni Unite e con il parere della CIG sulla dichiarazione di indipendenza del Kosovo.

## Metodologia

La metodologia utilizzata è quella delle indagini standard Eurobarometro svolte dalla Direzione generale della Comunicazione (Unità "Monitoraggio dei media e Eurobarometro")<sup>23</sup>. Una nota tecnica riguardante i colloqui condotti dagli istituti membri della rete Kantar è allegata alla presente relazione. Specifica anche gli intervalli di confidenza.

A seguito del regolamento generale sulla protezione dei dati dell'UE<sup>4</sup> (GDPR), agli intervistati è stato chiesto se accettassero di ricevere domande su questioni che potrebbero essere considerate "sensibili".

Nota: Nella presente relazione si fa riferimento ai paesi dell'UE con l'abbreviazione ufficiale. Le abbreviazioni utilizzate nella presente relazione corrispondono a:

Belgio	SII	Lituania	LT
Bulgaria	BG	Lussemburgo	LU
Cechia	CZ	Ungheria	HU
Danimarca	DK	Malta	MT
Germania	DE	Paesi Bassi	NL
Estonia	EE	Austria	IN
Irlanda	VALE A DIRE	Polonia	PL
Grecia	EL	Portogallo	PT
Spagna	ES	Romania	RO
Francia	FR	Slovenia	SI
Croazia	HR	Slovacchia	SK
Italia	ESSO	Finlandia	FI
Repubblica di Cipro	CY*	Svezia	SE
Lettonia	LV	Macedonia del Nord	MK
Comunità turco-cipriota	CY (tcc)	Serbia	RS
Albania	AL	Turchia	TR
Bosnia-Erzegovina	BA	Il Regno Unito	REGNO UNITO
Moldova	MD		
Montenegro	ME		
Kosovo <sup>5</sup>	XK		

Unione europea — media ponderata per i 27 membri UE27

Stati dell'Unione europea

BE, FR, IT, LU, DE, AT, ES, PT, CIOÈ, NL, FI, EL, EE, SI, CY, MT, SK, LV, LT, HR Zona euro

BG, CZ, DK, HU, PL, RO, SE Al di fuori dell'area dell'euro

Cipro nel suo complesso è uno dei 27 Stati membri dell'Unione europea. Tuttavia, l'"acquis communautaire" è stato sospeso nella parte del paese che non è controllata dal governo della Repubblica di Cipro. Per motivi

2 <https://www.europa.eu/eurobarometer>

3 Le tabelle dei risultati sono allegate. Va notato che il totale delle percentuali indicate nelle tabelle della presente relazione può superare il 100 % quando il convenuto ha potuto scegliere più risposte alla stessa domanda.

4 2016/679

5 Tale designazione lascia impregiudicate le posizioni sullo status ed è in linea con la risoluzione 1244/99 del Consiglio di sicurezza delle Nazioni Unite e con il parere della CIG sulla dichiarazione di indipendenza del Kosovo.

pratici, solo i colloqui effettuati nella parte del paese controllata dal governo della Repubblica di Cipro sono inclusi nella categoria "CY" e nella media UE-27.

**Desideriamo ringraziare le persone di tutta Europa che hanno dato il loro tempo per partecipare a questo sondaggio.**

**Senza la loro partecipazione attiva, questo studio non sarebbe stato possibile.**







## **I. Uso dei media e fiducia nei media**

## 1. Uso dei media

La televisione continua ad essere la forma di media più comunemente utilizzata.

La televisione è di gran lunga la forma di media più utilizzata, con il 93 % degli intervistati (nessun cambiamento dall'inverno 2022-2023) che guarda la televisione tramite un televisore o Internet almeno una volta alla settimana e quasi otto su dieci (79 %, -1 punto percentuale) lo fanno quotidianamente o quasi quotidianamente.

Quasi nove su dieci (89 %) guardano la televisione su un televisore almeno una volta alla settimana. Sebbene questa percentuale sia rimasta invariata dall'ultima volta che questa domanda è stata posta nell'inverno 2022-2023, è ancora significativamente inferiore rispetto all'autunno 2010 (EB74) e all'autunno 2012 (EB78), quando il 97 % ha riferito di guardare la televisione su un televisore almeno una volta alla settimana.

La percentuale di intervistati che guardano la TV via Internet continua ad aumentare costantemente, con il 38 % che afferma di guardare la TV in questo modo almeno una volta alla settimana — un aumento di due punti percentuali dall'inverno 2022-2023 e di 22 punti percentuali da quando questa domanda è stata posta per la prima volta nell'autunno 2011 (EB76).

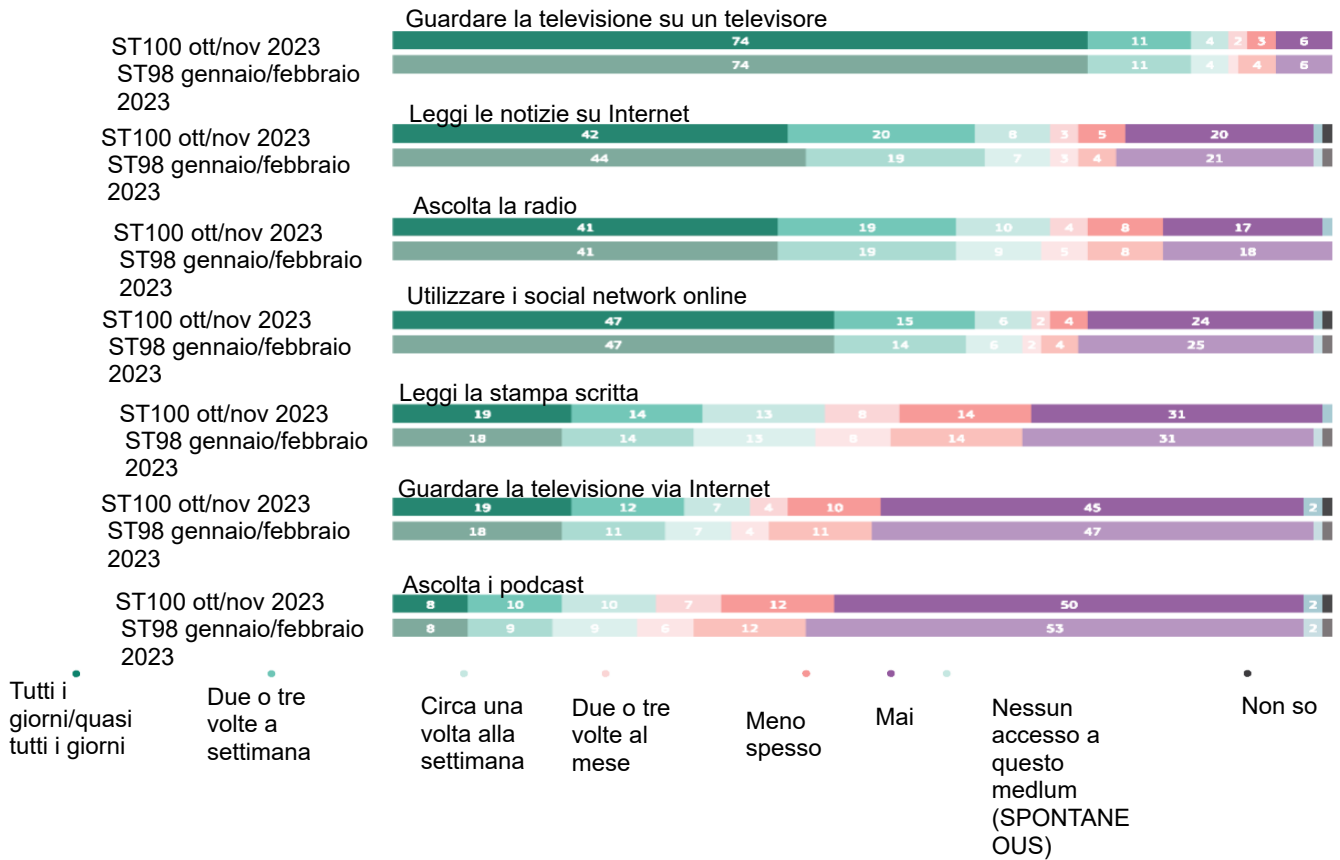
Sette su dieci riferiscono di ascoltare la radio almeno una volta alla settimana. Tale percentuale è aumentata di un punto percentuale dall'inverno 2022-2023, arrestando una lenta ma continua diminuzione osservata dall'autunno 2019 (EB92) (74 %). Tuttavia, l'andamento a più lungo termine è ancora caratterizzato da un calo dell'uso della radio (dal 79 per cento nell'autunno 2010 al 70 per cento nell'attuale indagine).

Dopo un aumento di tre punti percentuali tra l'inverno 2021-2022 e l'inverno 2022-2023, la percentuale di coloro che leggono le notizie su Internet almeno una volta alla settimana è rimasta stabile nell'attuale indagine, con sette su dieci che riferiscono di farlo.

La percentuale di intervistati che utilizzano i social network online almeno una volta alla settimana è leggermente aumentata dall'inverno 2022-2023 (+ 1 punto percentuale) al 68 %. Questa percentuale è tornata al livello raggiunto nell'inverno 2020-21 (EB94) dopo un costante aumento dell'uso regolare dei social network online (dal 33 % registrato nell'autunno 2010).

Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

QE3. Puoi dire fino a che punto...? (UE27) (%)

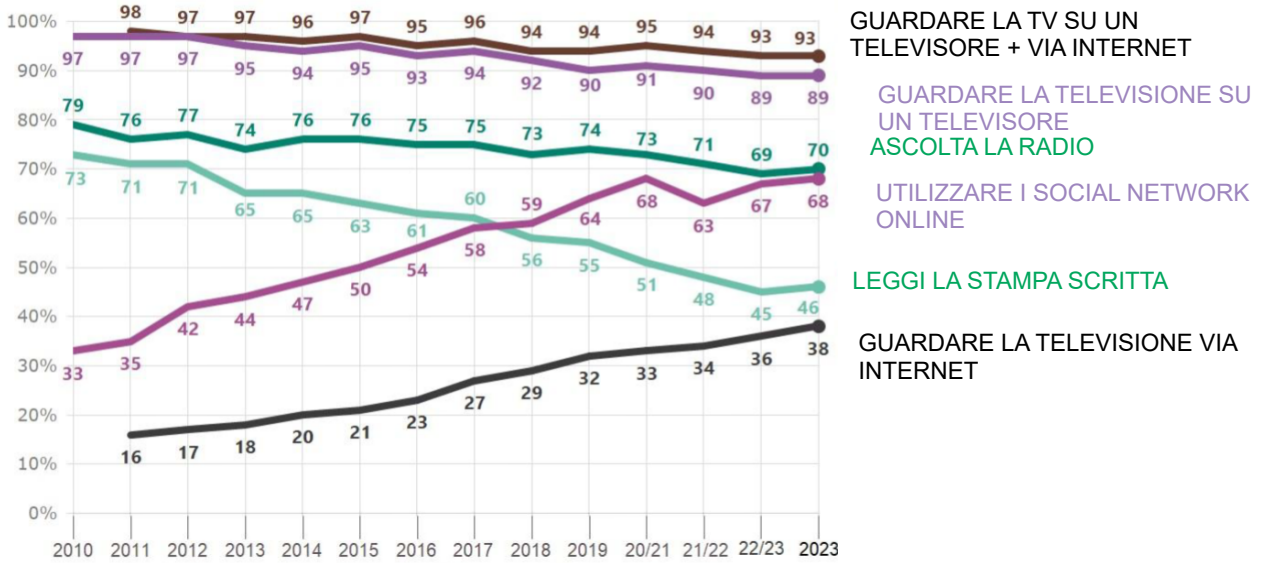


Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

Meno della metà (46 %) legge la stampa scritta almeno una volta alla settimana. Ciò rappresenta un aumento di un punto percentuale in questa percentuale di intervistati dall'inverno 2022-2023, arrestando un calo a lungo termine e pressoché continuo che si verifica dall'autunno 2010 (73 %).

Infine, quasi tre su dieci (28 %) ascoltano i podcast almeno una volta alla settimana — un aumento del 2 % dall'inverno 2022-2023 e un aumento di sei punti dall'inverno 2021-2022<sup>6</sup>.

QE3 Puoi dire fino a che punto...?  
(% — UE — ALMENO UNA VOLTA ALLA SETTIMANA)

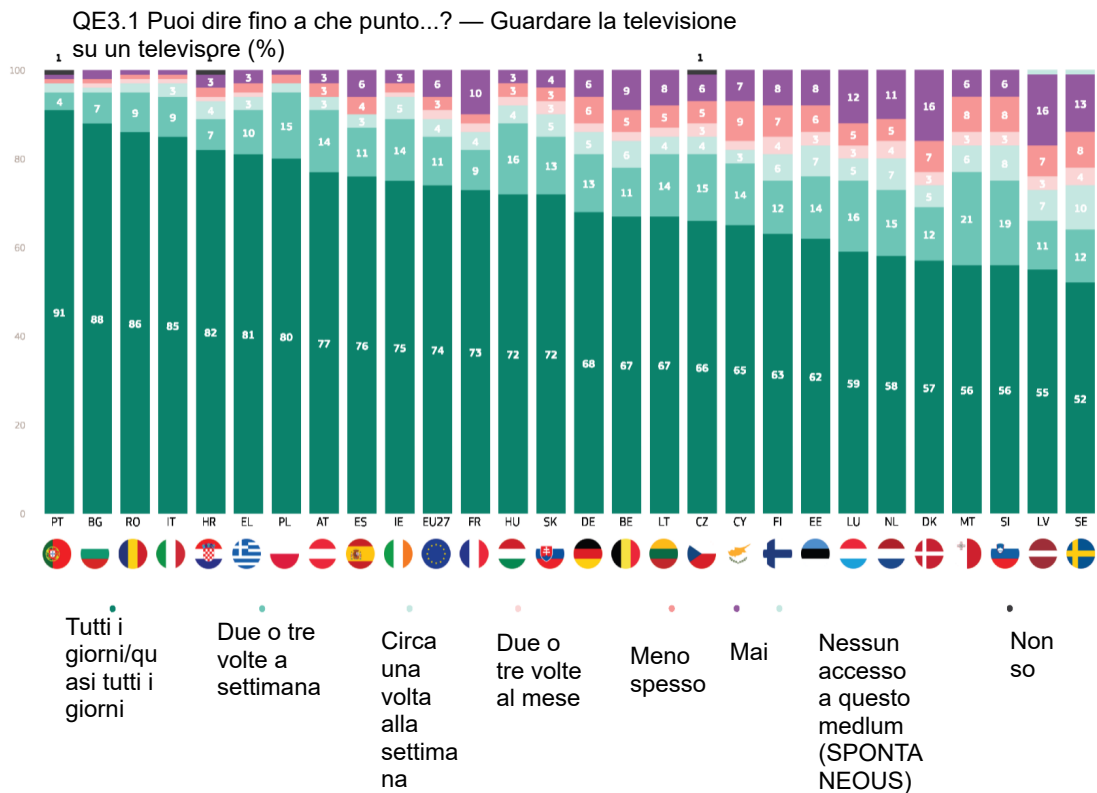


6 QE3. Puoi dire fino a che punto...? 1) Guardare la televisione su un televisore; 2) Guardare la televisione via Internet; 3) Ascoltare la radio; 4) Ascoltare podcast; 5) Leggere la stampa scritta; 6) Leggere le notizie su Internet; 7) Utilizzare i social network online.

Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

In tutta l'UE, quasi tre quarti (74 %) guardano la televisione su un televisore ogni giorno o quasi ogni giorno. Gli intervistati in Portogallo (91 %), Bulgaria (88 %) e Romania (86 %) sono i più propensi a farlo. All'estremità opposta della scala, il 52 % in Svezia, il 55 % in Lettonia e il 56 % a Malta e Slovenia riferiscono di guardare la televisione su un televisore ogni giorno o quasi quotidianamente.

La percentuale di coloro che dicono di guardare la TV su un televisore ogni giorno o quasi quotidianamente è diminuita in 18 paesi dall'inverno 2022-2023, in particolare a Cipro (65 %, -14 punti percentuali), Malta (56 %, -13 punti percentuali) e Lettonia (55 %, -9 punti percentuali). Al contrario, questa percentuale di intervistati è aumentata in sette paesi, in particolare in Francia (73 %, + 4 punti percentuali) e Spagna (76 %, + 3 punti percentuali). Tale dato è rimasto stabile in Germania (68 %) ed Estonia (62 %).



## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

L'analisi socio-demografica rivela che guardare la televisione su un televisore varia in base alla fascia d'età e al livello di istruzione. Più anziani sono gli intervistati, più è probabile che guardino la televisione su un televisore ogni giorno o quasi quotidianamente. Ad esempio, l'88 % di coloro che hanno 55 anni o più lo fa, rispetto al 45 % di quelli di età compresa tra 15 e 24 anni. Inoltre, gli intervistati che hanno terminato l'istruzione a tempo pieno di età pari o superiore a 15 anni hanno più probabilità rispetto a quelli che hanno terminato 20 anni o più di guardare la televisione su un televisore su base giornaliera o quasi giornaliera (91 % vs 69 %).

Le differenze possono essere osservate anche tra le categorie socio-professionali, con le persone di casa (84 %) che sono le persone che guardano quotidianamente/quasi quotidianamente la televisione su un televisore, in particolare se confrontate con i manager (65 %). Gli intervistati che si considerano appartenenti alla classe operaia (81 %) della società hanno anche maggiori probabilità di guardare la televisione su un televisore ogni giorno o quasi quotidianamente.

### QE3.1 Puoi dire fino a che punto...? Guardare la televisione su un televisore (% — UE)

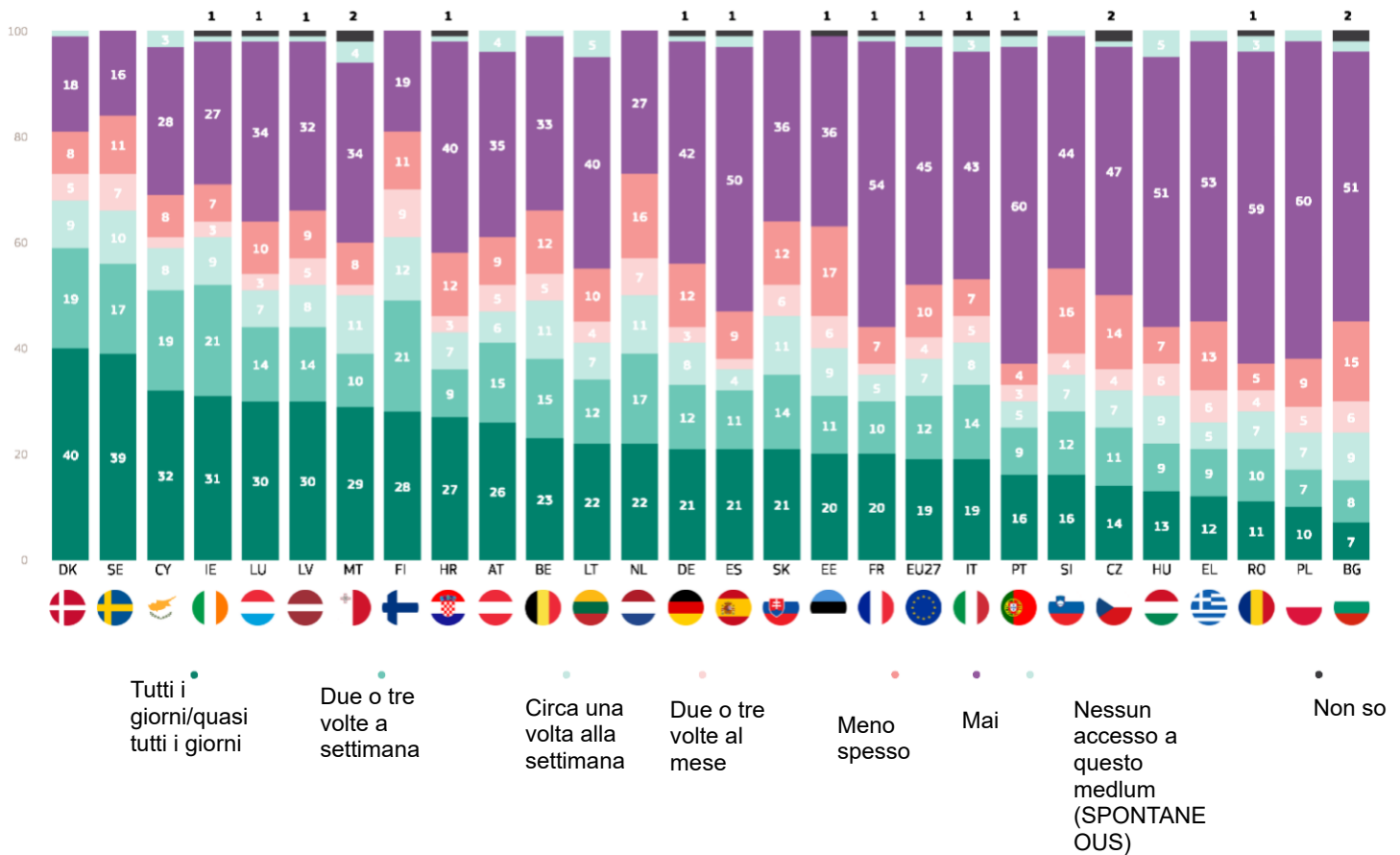
	Tutti i giorni/quasi tutti i giorni	Due o tre volte a settimana	Circa una volta alla settimana	Due o tre volte al mese	Meno spesso	Mai	Nessun accesso a questo mezzo (SPONTANEOUS)	Non so	Totale Almeno una volta alla settimana
UE27	74	11	4	2	3	6	0	0	89
<b>Sesso</b>									
Uomo	73	12	4	2	3	6	0	0	89
Donna	76	11	4	1	3	5	0	0	91
<b>Età</b>									
15-24	45	20	9	4	9	12	0	1	74
25-39	64	14	5	2	5	10	0	0	83
40-54	75	13	3	2	3	4	0	0	91
55 +	88	6	2	1	1	2	0	0	96
<b>Istruzione (fine)</b>									
15—	91	6	1	0	1	1	0	0	98
16-19	81	9	3	1	2	4	0	0	93
20+	69	13	5	2	4	7	0	0	87
Ancora studiando	43	19	9	4	11	14	0	0	71
<b>Categoria socio-professionale</b>									
Lavoratore autonomo	72	14	5	1	3	5	0	0	91
Dirigenti	65	16	4	3	5	7	0	0	85
Altri collari bianchi	72	12	5	2	3	5	0	1	89
Lavoratori manuali	77	12	4	1	2	4	0	0	93
Persone della casa	84	8	1	1	2	4	0	0	93
Disoccupato	69	9	4	1	6	11	0	0	82
Pensionato	90	5	1	1	1	2	0	0	96
Studenti	43	19	9	4	11	14	0	0	71
<b>Difficoltà a pagare le bollette</b>									
La maggior parte del tempo	73	11	4	1	4	7	0	0	88
Di tanto in tanto	76	11	4	1	3	5	0	0	91
Quasi mai/mai	74	11	4	2	3	6	0	0	89
<b>Considerare l'appartenenza a</b>									
La classe operaia	81	8	3	1	2	5	0	0	92
La classe media inferiore	76	9	4	2	4	5	0	0	89
La classe media	73	13	4	2	3	5	0	0	90
La classe media superiore	62	15	7	3	6	7	0	0	84
La classe superiore	71	15	1	4	1	7	0	1	87
<b>Immagine dell'UE</b>									
Positivo	73	12	4	1	4	6	0	0	89
Neutrale	75	12	4	2	3	4	0	0	91
Negativo	74	9	4	2	3	8	0	0	87

Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

Quasi uno su cinque (19 %, + 1 punto percentuale dall'inverno 2022-2023) guarda la televisione su Internet ogni giorno o quasi quotidianamente. Questa percentuale di rispondenti varia notevolmente tra i 27 Stati membri dell'UE, con le percentuali più elevate registrate in Danimarca (40 %), Svezia (39 %) e Cipro (32 %) e le percentuali più basse osservate in Bulgaria (7 %), Polonia (10 %) e Romania (11 %).

In 12 Stati membri dell'UE, i rispondenti sono più propensi a dire di guardare la televisione su Internet ogni giorno o quasi ogni giorno rispetto all'inverno 2022-2023. I maggiori aumenti di questa proporzione si riscontrano in Portogallo (16 %, + 5 punti percentuali), Estonia (20 %, + 4 punti percentuali) e Spagna (21 %, + 4 punti percentuali). Questa cifra è diminuita in altri 12 paesi, in particolare a Malta (29 %, -13 punti percentuali), Lussemburgo (30 %, -7 punti percentuali), Lettonia (30 %, -5 punti percentuali) e Romania (11 %, -5 punti percentuali). Non vi sono stati cambiamenti in Danimarca (40 %), Finlandia (28 %) e Cechia (14 %).

QE3.2. Puoi dire fino a che punto...? —Guardare la televisione via D'le Internet (96)



## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

L'analisi socio-demografica mostra che gli intervistati più giovani e coloro che hanno soggiornato più a lungo nell'istruzione a tempo pieno hanno maggiori probabilità di essere spettatori quotidiani o quasi quotidiani della televisione su Internet. In particolare, il 29 % delle persone di età compresa tra i 15 e i 24 anni guarda la TV su Internet quotidianamente o quasi quotidianamente, rispetto all'11 % di quelli di età pari o superiore a 55 anni. Allo stesso modo, quasi un quarto (24 %) di coloro che hanno terminato l'istruzione a tempo pieno di età pari o superiore a 20 anni guarda la TV su Internet su base giornaliera o quasi giornaliera, rispetto a meno di uno su dieci (7 %) che lo fa tra coloro che hanno lasciato l'istruzione di 15 anni o più giovani.

QE3.2 Puoi dire fino a che punto...? Guardare la televisione via Internet (% — UE)

	Tutti i giorni/quasi tutti i giorni	Due o tre volte a settimana	Circa una volta alla settimana	Due o tre volte al mese	Meno spesso	Mai	Nessun accesso a questo mezzo (SPONTANEOUS)	Non so	Totale Almeno una volta alla settimana
UE27	19	12	7	4	10	45	2	1	38
<b>Sesso</b>									
Uomo	21	13	8	4	10	42	1	1	42
Donna	18	11	6	4	9	49	2	1	35
<b>Età</b>									
15-24	29	18	11	5	10	26	0	1	58
25-39	26	16	9	5	13	30	1	0	51
40-54	22	14	8	5	10	40	1	0	44
55 +	11	6	5	3	7	64	3	1	22
<b>Istruzione (fine)</b>									
15—	7	3	4	1	5	74	5	1	14
16-19	16	10	6	4	10	51	2	1	32
20+	24	16	9	5	11	34	1	0	49
Ancora studiando	32	18	12	5	11	21	0	1	62
<b>Categoria socio-professionale</b>									
Lavoratore autonomo	24	15	8	5	11	36	1	0	47
Dirigenti	25	19	8	6	12	29	1	0	52
Altri collari bianchi	22	15	9	6	12	35	1	0	46
Lavoratori manuali	20	12	8	4	9	45	2	0	40
Persone della casa	14	8	5	3	7	60	2	1	27
Disoccupato	21	9	6	3	10	49	1	1	36
Pensionato	9	5	4	2	7	69	3	1	18
Studenti	32	18	12	5	11	21	0	1	62
<b>Difficoltà a pagare le bollette</b>									
La maggior parte del tempo	16	8	6	3	10	53	2	2	30
Di tanto in tanto	19	12	8	4	9	46	1	1	39
Quasi mai/mai	20	12	7	4	10	44	2	1	39
<b>Considerare l'appartenenza a</b>									
La classe operaia	14	7	5	3	7	61	2	1	26
La classe media inferiore	18	10	7	4	11	48	1	1	35
La classe media	21	14	8	4	10	40	2	1	43
La classe media superiore	25	17	10	6	11	30	0	1	52
La classe superiore	18	12	9	4	9	45	2	1	39
<b>Immagine dell'UE</b>									
Positivo	22	14	8	5	9	40	1	1	44



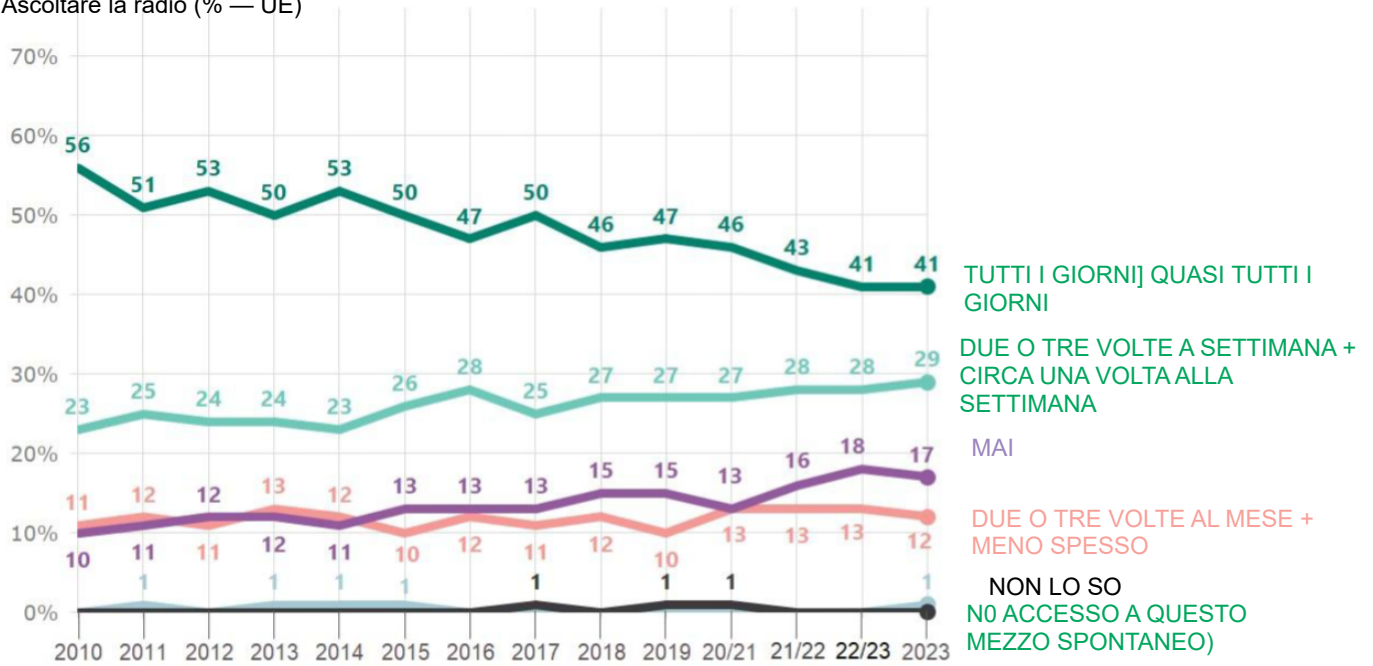
Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

Neutrale	17	11	7	4	10	48	2	1	35
Negativo	18	9	7	2	10	51	2	1	34

Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

L'ascolto radio regolare è rimasto sostanzialmente stabile dall'Eurobarometro standard dell'inverno 2022-2023. Sette intervistati su dieci ascoltano la radio almeno una volta alla settimana (+ 1 punto percentuale), tra cui il 41 % (nessun cambiamento) che lo fanno quotidianamente o quasi quotidianamente. Circa uno su sei dice di non ascoltare mai la radio (17 %, -1 pp).

QE3.3 Puoi dire fino a che punto...?  
Ascoltare la radio (% — UE)

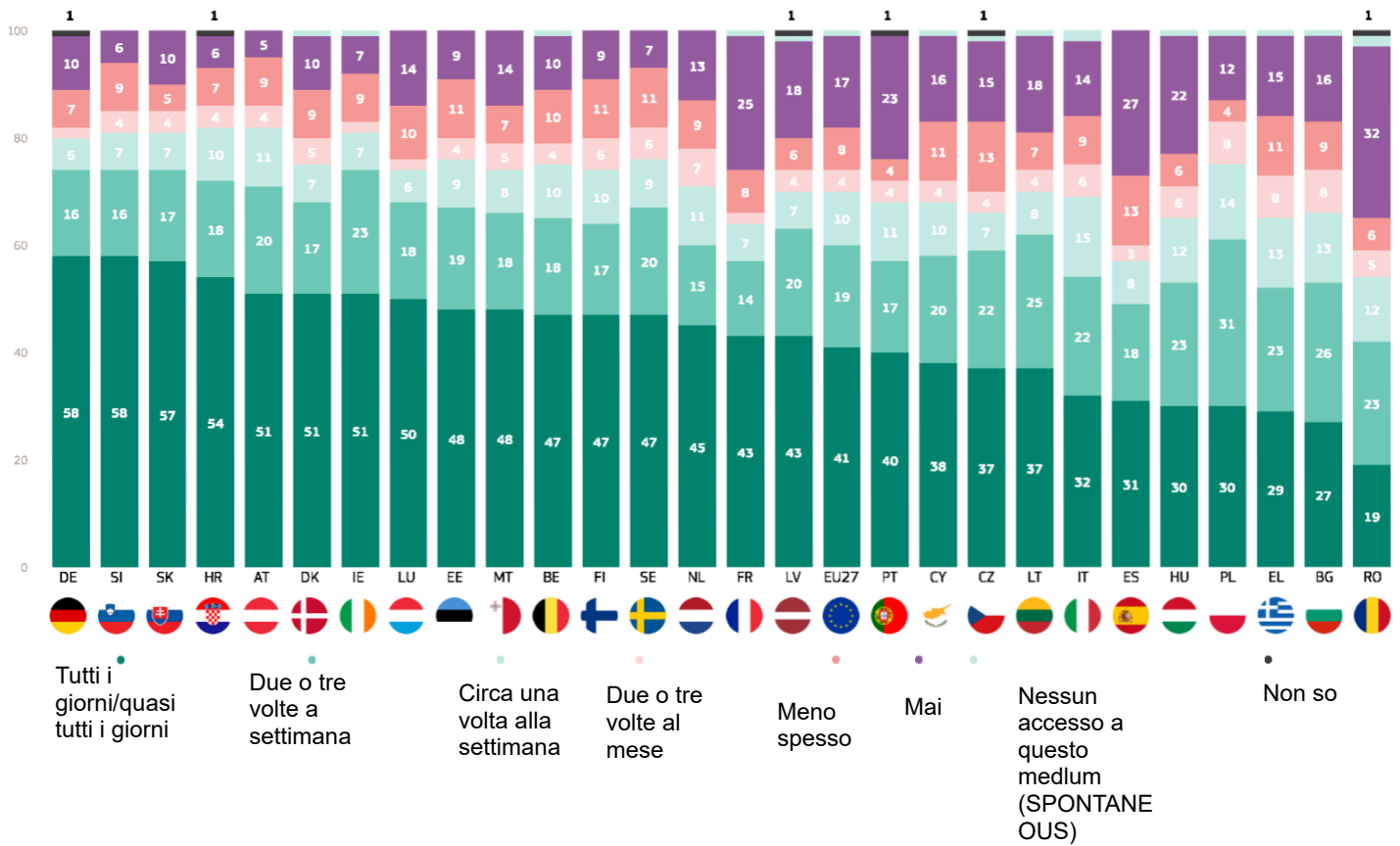


Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

La percentuale di intervistati che ascoltano la radio ogni giorno o quasi ogni giorno varia dal 58 % in Germania e Slovenia e il 57 % in Slovacchia a meno di tre su dieci in Romania (19 %), Bulgaria (27 %) e Grecia (29 %).

In 14 Stati membri dell'UE la percentuale di intervistati che riferiscono di ascoltare la radio quotidianamente o quasi quotidianamente è diminuita rispetto all'inverno 2022-2023. Le maggiori diminuzioni si registrano a Cipro (38 %, -7 punti percentuali), Lettonia (43 %, -6 punti percentuali) e Ungheria (30 %, -6 punti percentuali). L'ascolto radiofonico è aumentato in otto paesi, in particolare in Croazia (54 %, + 6 punti percentuali) e Germania (58 %, + 4 punti percentuali), ed è rimasto stabile in cinque paesi: Slovenia (58 %), Slovacchia (57 %), Austria (51 %), Lussemburgo (50 %) e Francia (43 %).

QE3.3. Potresti dire fino a che punto...? —Ascolta la radio (%)



## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

L'ascolto quotidiano o quasi quotidiano della radio è più alto tra gli uomini (44 %) che tra le donne (38 %). Questa percentuale aumenta anche con l'aumento dell'età degli intervistati, con quasi la metà (48 %) tra coloro di età pari o superiore a 55 anni che ascoltano la radio al giorno o quasi quotidianamente, rispetto a due su dieci tra quelli di età compresa tra i 15 e i 24 anni. Ci sono anche differenze in termini di livello di istruzione, con coloro che hanno terminato l'istruzione a tempo pieno di età pari o superiore a 16 anni (44-45 %) sono più propensi a farlo rispetto a coloro che hanno lasciato 15 anni o più giovani (37 %). Infine, la percentuale di intervistati che ascoltano la radio quotidianamente o quasi quotidianamente è del 45 % tra gli intervistati che non hanno mai o quasi mai difficoltà a pagare le bollette, rispetto al 33-36 % tra coloro che hanno difficoltà almeno di tanto in tanto.

QE3.3 Puoi dire fino a che punto...? Ascoltare la radio (% — UE)

	Tutti i giorni/quasi tutti i giorni	Due o tre volte a settimana	Circa una volta alla settimana	Due o tre volte al mese	Meno spesso	Mai	Nessun accesso a questo mezzo (SPONTANEOUS)	Non so	Totale Almeno una volta alla settimana
UE27	41	19	10	4	8	17	1	0	70
<b>Sesso</b>									
Uomo	44	19	11	4	8	14	0	0	74
Donna	38	19	9	5	9	19	1	0	66
<b>Età</b>									
15-24	20	16	13	8	15	27	1	0	49
25-39	37	21	11	5	10	16	0	0	69
40-54	44	21	11	4	7	12	1	0	76
55 +	48	18	7	3	7	16	1	0	73
<b>Istruzione (fine)</b>									
15—	37	16	8	4	8	24	2	1	61
16-19	44	20	9	4	7	16	0	0	73
20+	45	21	10	4	8	12	0	0	76
Ancora studiando	20	15	15	8	17	24	0	1	50
<b>Categoria socio-professionale</b>									
Lavoratore autonomo	50	21	9	4	6	10	0	0	80
Dirigenti	47	23	10	4	7	9	0	0	80
Altri collari bianchi	41	22	11	5	9	12	0	0	74
Lavoratori manuali	41	20	10	4	7	17	1	0	71
Persone della casa	31	16	10	6	10	25	2	0	57
Disoccupato	29	15	10	5	14	26	1	0	54
Pensionato	47	18	7	3	6	18	1	0	72
Studenti	20	15	15	8	17	24	0	1	50
<b>Difficoltà a pagare le bollette</b>									
La maggior parte del tempo	36	16	9	4	10	23	1	1	61
Di tanto in tanto	33	21	13	5	9	18	1	0	67
Quasi mai/mai	45	19	8	4	8	15	1	0	72
<b>Considerare l'appartenenza a</b>									
La classe operaia	36	18	9	4	8	24	1	0	63
La classe media inferiore	39	20	9	4	10	17	1	0	68
La classe media	43	20	10	4	8	14	1	0	73
La classe media superiore	46	18	11	5	9	11	0	0	75
La classe superiore	38	31	10	5	3	10	2	1	79
<b>Immagine dell'UE</b>									
Positivo	42	20	10	5	8	15	0	0	72

### Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

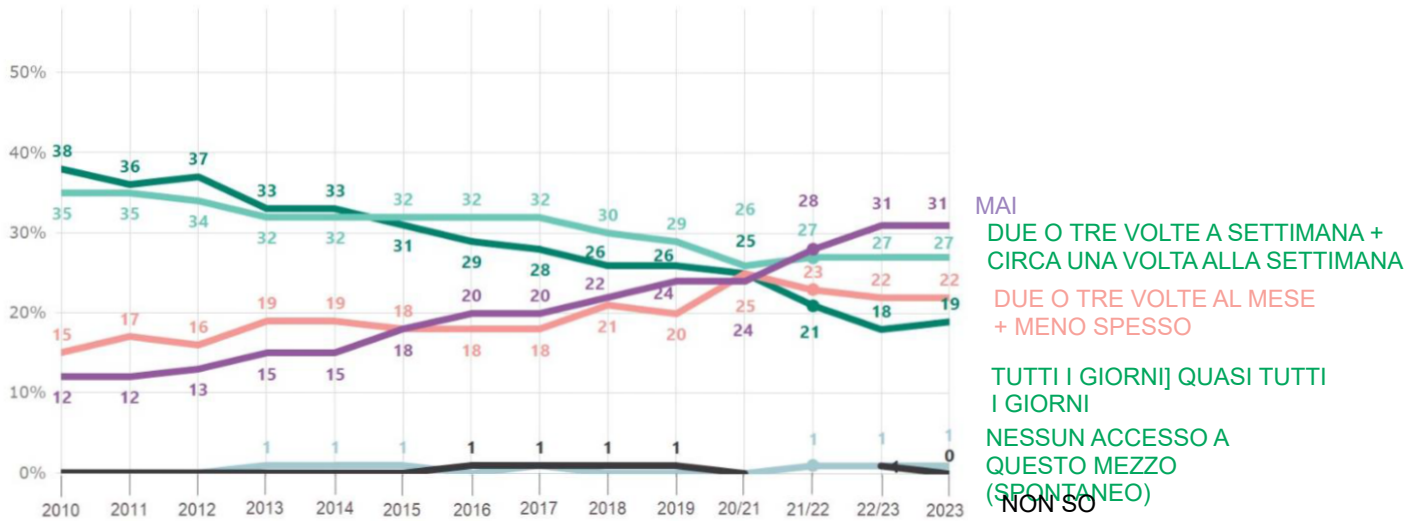
Neutrale	39	19	10	4	9	18	1	0	68
Negativo	41	18	9	3	9	19	1	0	68

## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

La percentuale che legge la stampa scritta giornaliera o quasi giornaliera è rimasta sostanzialmente stabile dall'inverno 2022-2023 (+ 1 punto percentuale). La tendenza a lungo termine del consumo quotidiano di stampa scritta è comunque in costante calo, dal 38 % nell'autunno 2010 al 19 % nell'attuale indagine.

La percentuale di coloro che non hanno mai letto la stampa scritta è di nuovo al livello più alto mai registrato in un'indagine Eurobarometro standard (31 %, nessuna variazione dall'inverno 2022-2023).

(13.5 Puoi dire fino a che punto...? Leggi la stampa scritta: (% — UE)



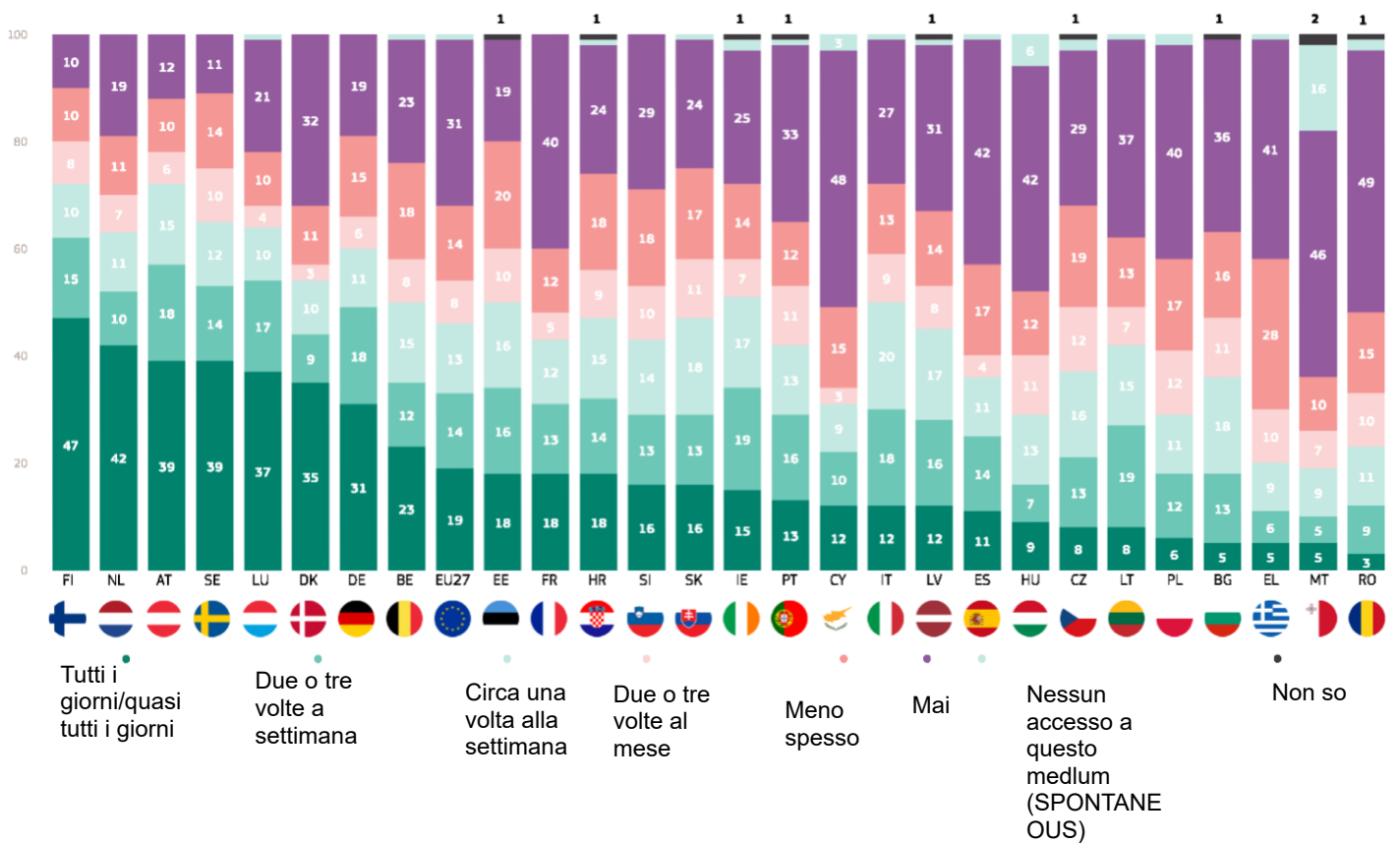
Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

Vi sono ampie differenze nei livelli di consumo quotidiano di stampa scritta negli Stati membri dell'UE. Circa quattro intervistati su dieci dicono di leggere quotidianamente o quasi quotidianamente la stampa scritta in Finlandia (47 %), nei Paesi Bassi (42 %) e in Austria e Svezia (entrambi 39 %), mentre questa percentuale scende a uno su venti o meno in Romania (3 %) e in Bulgaria, Grecia e Malta (tutti 5 %).

La lettura quotidiana o quasi giornaliera della stampa scritta è diminuita in 14 Stati membri dell'UE dall'inverno 2022-2023.

Un calo particolarmente elevato si può osservare a Malta (5 %, -21 punti percentuali), mentre in Svezia (39 %) e Belgio (23 %). Per contro, questa percentuale di intervistati è aumentata di tre punti percentuali o meno in otto paesi, in particolare in Danimarca (35 %, + 3 punti percentuali), Germania (31 %, + 3 punti percentuali) e Portogallo (13 %, + 3 punti percentuali). Tale dato è rimasto invariato in Estonia (18 %), Slovacchia (16 %) Cechia (8 %), Lituania (8 %) e Grecia (5 %).

QE3.5. Puoi dire fino a che punto...? —Leggi la stampa scritta (%)



Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

L'analisi socio-demografica evidenzia che gli intervistati più anziani e quelli che sono rimasti più a lungo nell'istruzione a tempo pieno hanno maggiori probabilità di leggere la stampa scritta quotidianamente o quasi quotidianamente. In particolare, il 28 % di quelli di età pari o superiore a 55 anni (rispetto al 6 % di quelli di età compresa tra i 15 e i 24 anni) e il 25 % di coloro che hanno completato l'istruzione a tempo pieno di età pari o superiore a 20 anni (rispetto al 17-18 % di coloro che se ne sono andati prima) dicono di farlo.

I lavoratori autonomi e i dirigenti (entrambi 23 %) sono i lettori quotidiani o quasi quotidiani della stampa scritta (rispetto all'11 % dei disoccupati), così come quelli che non hanno mai o quasi mai difficoltà a pagare le bollette (23 %, contro l'11 % di coloro che hanno difficoltà più spesso). Allo stesso modo, c'è anche una differenza per classe sociale, in quanto coloro che si considerano appartenenti alla classe superiore (33 %) o alla classe media superiore (32 %) della società sono più propensi a leggere la stampa scritta quotidianamente o quasi quotidianamente rispetto a coloro che si considerano appartenenti alla classe operaia (12 %).

QE3.5 Puoi dire fino a che punto...? Leggi la stampa scritta (% — UE)

	Tutti i giorni/quasi tutti i giorni	Due o tre volte a settimana	Circa una volta alla settimana	Due o tre volte al mese	Meno spesso	Mai	Nessun accesso a questo mezzo (SPONTANEOUS)	Non so	Totale Almeno una volta alla settimana
UE27	19	14	13	8	14	31	1	0	46
<b>Sesso</b>									
Uomo	20	15	14	8	14	28	1	0	49
Donna	17	14	13	7	15	33	1	0	44
<b>Età</b>									
15-24	6	9	11	9	20	43	1	1	26
25-39	12	14	14	9	19	31	1	0	40
40-54	15	16	15	9	16	28	1	0	46
55 +	28	15	12	5	9	29	1	1	55
<b>Istruzione (fine)</b>									
15—	18	12	12	6	10	39	2	1	42
16-19	17	16	14	7	13	32	1	0	47
20+	25	15	13	8	15	24	0	0	53
Ancora studiando	6	10	11	9	24	38	1	1	27
<b>Categoria socio-professionale</b>									
Lavoratore autonomo	23	15	16	7	14	25	0	0	54
Dirigenti	23	17	15	8	15	22	0	0	55
Altri collari bianchi	15	16	15	10	16	27	0	1	46
Lavoratori manuali	12	15	13	8	16	35	1	0	40
Persone della casa	13	10	12	7	12	44	2	0	35
Disoccupato	11	9	11	9	16	43	0	1	31
Pensionato	31	14	11	5	9	28	1	1	56
Studenti	6	10	11	9	24	38	1	1	27
<b>Difficoltà a pagare le bollette</b>									
La maggior parte del tempo	11	15	12	7	15	38	1	1	38
Di tanto in tanto	11	14	15	8	17	33	1	1	40
Quasi mai/mai	23	14	12	7	14	29	1	0	49
<b>Considerare l'appartenenza a</b>									
La classe operaia	12	12	13	7	13	41	1	1	37
La classe media inferiore	15	14	13	9	15	33	1	0	42
La classe media	21	15	14	7	15	27	1	0	50
La classe media	32	16	11	7	14	20	0	0	59

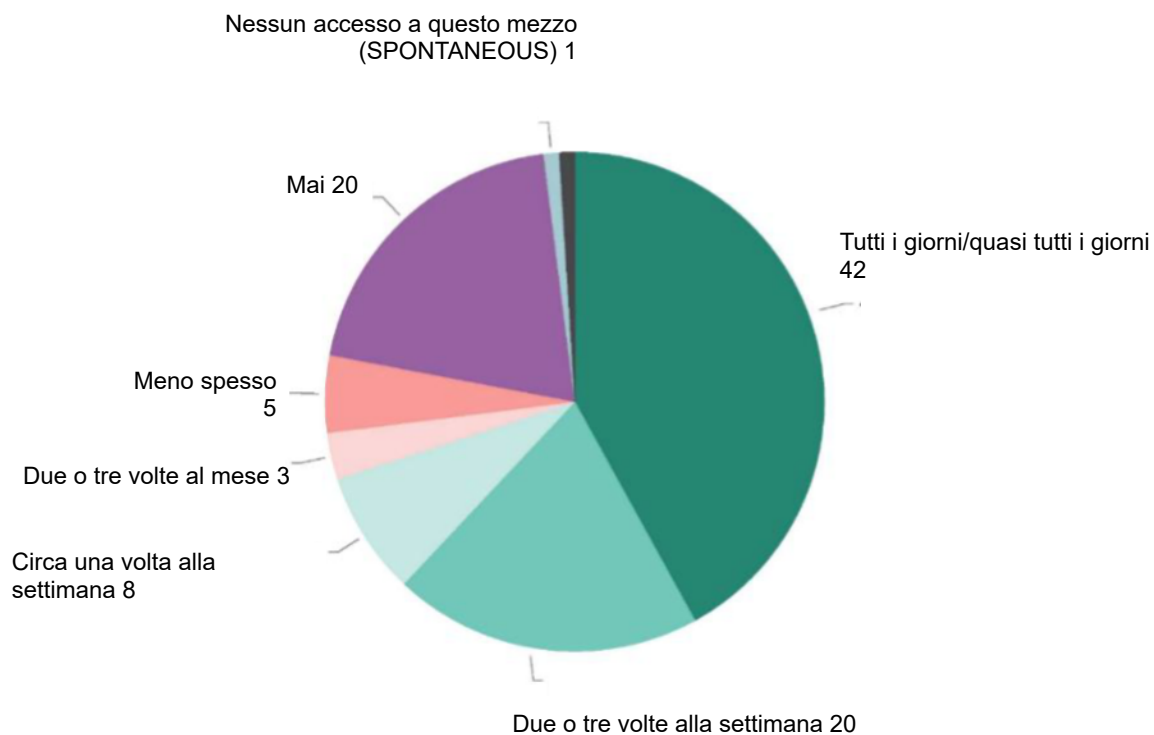


## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

superiore									
La classe superiore	33	18	8	12	13	14	1	1	59
Immagine dell'UE									
Positivo	21	15	14	8	15	27	0	0	50
Neutrale	15	15	13	8	14	33	2	0	43
Negativo	18	13	11	7	14	35	1	1	42

Sette cittadini europei su dieci (nessun cambiamento dall'inverno 2022-2023) leggono notizie su Internet almeno una volta alla settimana, con il 42 % (-2 punti percentuali) che lo fanno quotidianamente o quasi quotidianamente. Uno su cinque (-1 pp) non ha mai letto le notizie su Internet.

QE3.6. Puoi dire fino a che punto...? Leggi le notizie sul Internet (UE27)(%)

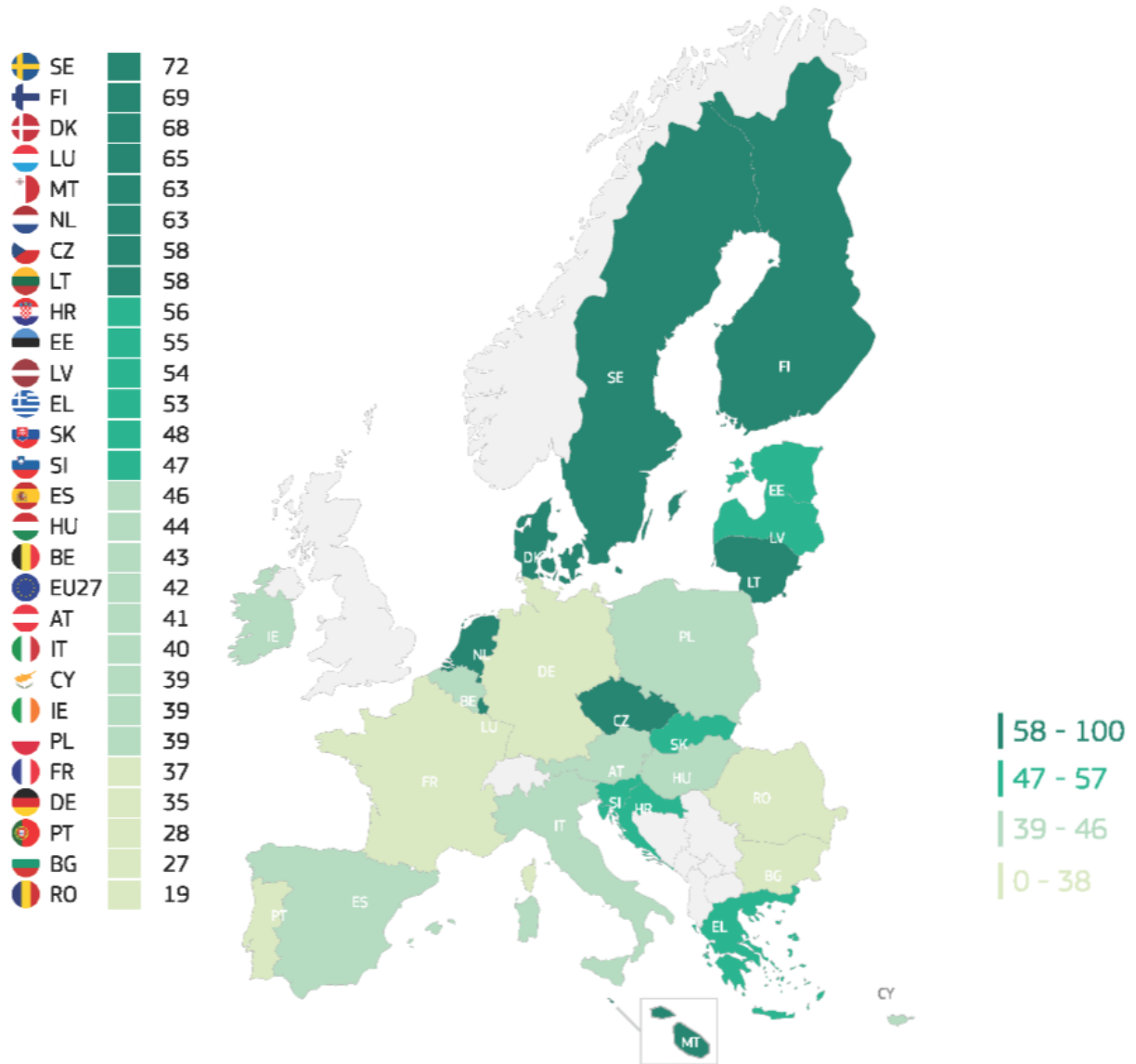


Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

La percentuale di intervistati che leggono notizie su Internet ogni giorno o quasi ogni giorno varia considerevolmente tra gli Stati membri dell'UE, passando da più di due terzi in Svezia (72 %), Finlandia (69 %) e Danimarca (68 %) a meno di tre su dieci in Romania (19 %), Bulgaria (27 %) e Portogallo (28 %).

In nove paesi, almeno uno su cinque afferma di non aver mai letto notizie su Internet, in particolare in Portogallo (35 %), Romania (34 %) e Francia (26 %). In 16 paesi, gli intervistati hanno meno probabilità rispetto all'inverno 2022-2023 di leggere notizie su Internet quotidianamente o quasi quotidianamente, con i maggiori cali registrati in Romania (19 %, -12 punti percentuali), Bulgaria (27 %, -8 punti percentuali), Paesi Bassi (63 %, -7 punti percentuali), Lettonia (54 %, -7 punti percentuali) e Cipro (39 %, -7 punti percentuali). Al contrario, questa cifra è aumentata in nove paesi, ma solo in Slovacchia (48 %, + 4 punti percentuali), Austria (41 %, + 4 punti percentuali) e Lussemburgo (65 %, + 3 punti percentuali) tale quota è aumentata di almeno tre punti percentuali. Non vi sono stati cambiamenti in Finlandia (69 %) e Spagna (46 %).

QE3.6. Puoi dire fino a che punto...? —Leggi le notizie su Internet - Tutti i giorni/quasi tutti i giorni (%)



## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

Gli uomini (47 %) hanno più probabilità rispetto alle donne (37 %) di dire di leggere quotidianamente o quasi quotidianamente le notizie su Internet. Tra i gruppi di età, questa percentuale è la più bassa tra gli intervistati più anziani di età pari o superiore a 55 anni (30 %), rispetto al 47-52 % tra gli intervistati più giovani. Più a lungo gli intervistati sono rimasti nell'istruzione a tempo pieno, più è probabile che leggano notizie su Internet su base giornaliera o quasi giornaliera, con il 58 % di coloro che hanno terminato i 20 anni o più, rispetto al 16 % di coloro che hanno lasciato 15 anni o più giovani.

I manager (59 %) e i lavoratori autonomi (54 %) sono i più propensi a leggere notizie su Internet ogni giorno o quasi tutti i giorni, in particolare rispetto alle persone di casa (30 %). Gli intervistati che non hanno mai o quasi mai difficoltà a pagare le bollette sono i più propensi a leggere quotidianamente o quasi quotidianamente le notizie su Internet (45 %, contro il 35 % di coloro che hanno difficoltà più spesso), così come quelli che si considerano appartenenti alla classe media superiore o alta della società (60-62 %, rispetto al 31 % di coloro che si considerano appartenenti alla classe operaia).

QE3.6 Potresti dire fino a che punto...? Leggi le notizie su Internet (% — UE)

	Tutti i giorni/quasi tutti i giorni	Due o tre volte a settimana	Circa una volta alla settimana	Due o tre volte al mese	Meno spes so	Mai	Nessun accesso a questo mezzo (SPONTANEOUS)	Non so	Totale Almeno una volta alla settimana
UE27	42	20	8	3	5	20	1	1	70
<b>Sesso</b>									
Uomo	47	19	8	3	5	17	1	0	74
Donna	37	20	9	3	5	24	1	1	66
<b>Età</b>									
15-24	47	23	13	4	5	7	0	1	83
25-39	52	23	9	3	5	8	0	0	84
40-54	49	22	9	3	5	12	0	0	80
55 +	30	15	6	3	6	37	2	1	51
<b>Istruzione (fine)</b>									
15—	16	13	5	2	5	53	5	1	34
16-19	35	23	9	4	6	22	1	0	67
20+	58	18	8	2	4	10	0	0	84
Ancora studiando	51	24	11	4	5	5	0	0	86
<b>Categoria socio-professionale</b>									
Lavoratore autonomo	54	21	7	3	5	10	0	0	82
Dirigenti	59	20	8	3	4	6	0	0	87
Altri collari bianchi	48	24	10	4	5	9	0	0	82
Lavoratori manuali	40	24	10	4	6	15	1	0	74
Persone della casa	30	18	9	3	6	31	2	1	57
Disoccupato	44	17	9	2	6	21	1	0	70
Pensionato	25	13	6	2	5	45	3	1	44
Studenti	51	24	11	4	5	5	0	0	86
<b>Difficoltà a pagare le bollette</b>									
La maggior parte del tempo	35	17	7	3	6	29	2	1	59
Di tanto in tanto	35	23	10	4	5	21	1	1	68
Quasi mai/mai	45	19	8	3	5	19	1	0	72
<b>Considerare l'appartenenza a</b>									
La classe operaia	31	17	8	3	5	33	2	1	56
La classe media inferiore	37	21	9	3	5	24	1	0	67
La classe media	44	21	9	3	6	16	1	0	74
La classe media	60	16	9	3	4	8	0	0	85

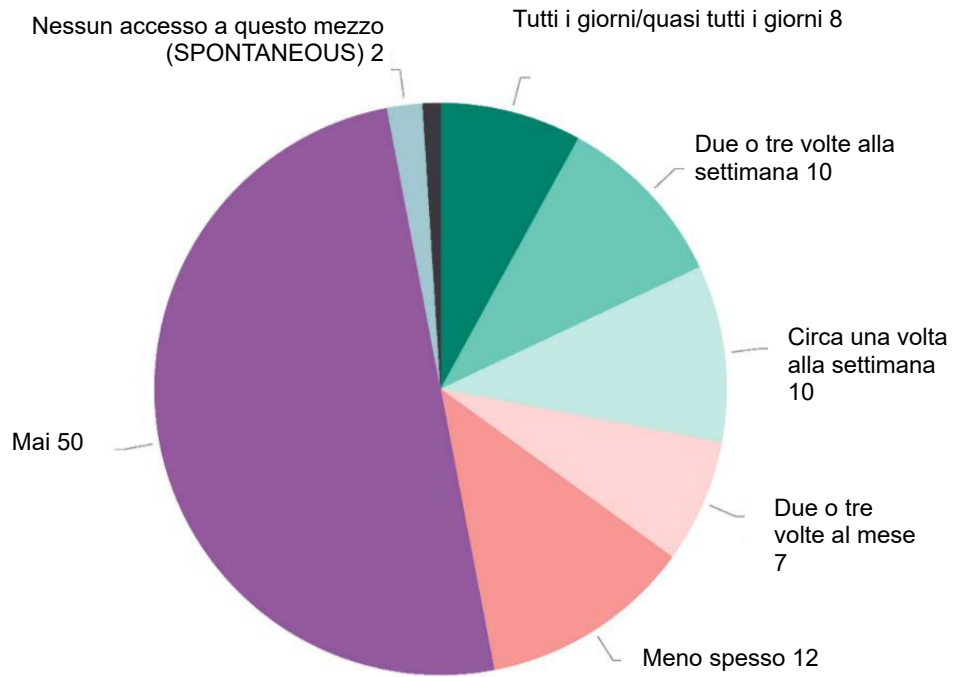
## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

superiore									
La classe superiore	62	19	7	2	2	6	0	2	88
Immagine dell'UE									
Positivo	48	20	8	3	4	16	1	0	76
Neutrale	35	20	9	4	6	24	1	1	64
Negativo	40	19	8	2	5	24	1	1	67

Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

L'ascolto regolare dei podcast è in aumento, con questa percentuale che ora raggiunge il 28 % (+ 2 punti percentuali dall'inverno 2022-2023 e + 6 pp dall'inverno 2021-2022), di cui quasi uno su dieci (8 %, nessun cambiamento dall'inverno 2022-2023) che li ascolta quotidianamente o quasi quotidianamente. Tuttavia, la metà degli intervistati (50 %, -3 pp) non ascolta mai podcast.

QE3.4. Puoi dire fino a che punto...? —Ascolta i podcasls (UE27) (%)

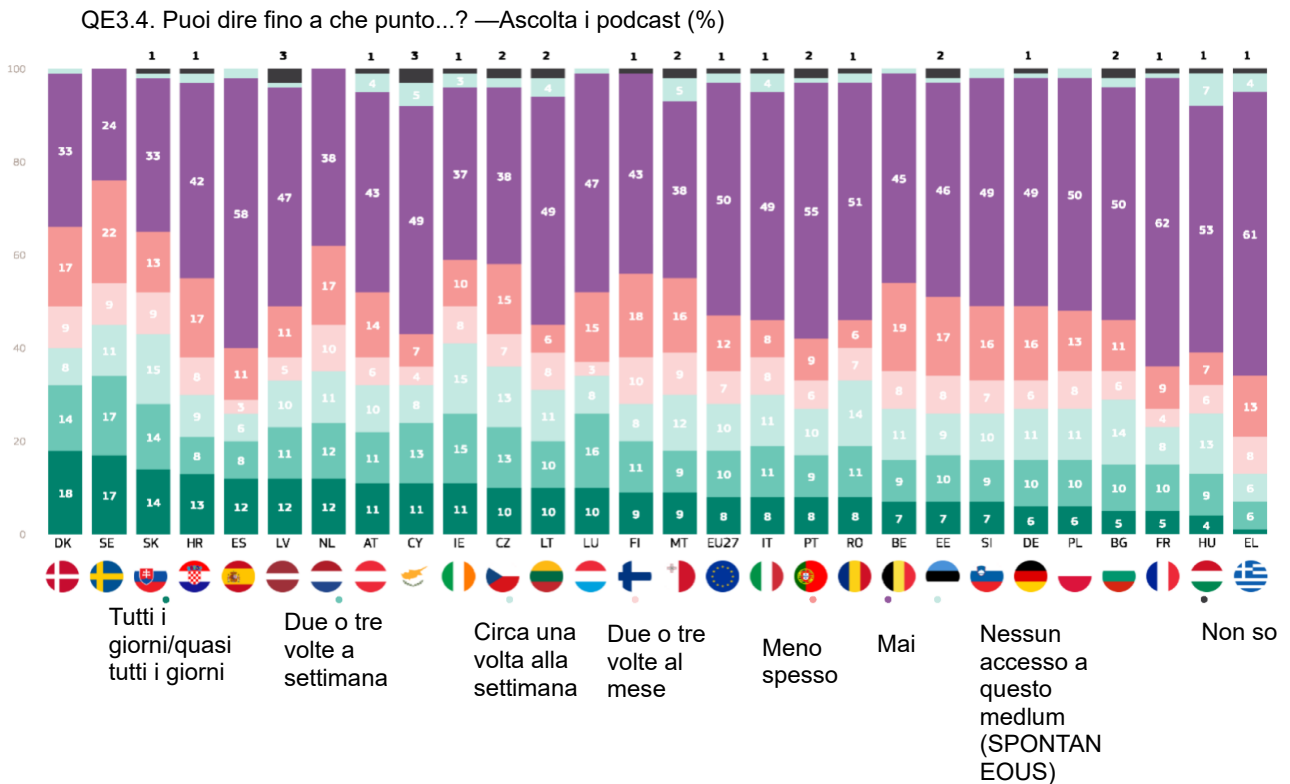


Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

In tutti gli Stati membri dell'UE, meno di uno su cinque ascolta i podcast ogni giorno o quasi ogni giorno. Gli intervistati hanno maggiori probabilità di farlo in Danimarca (18 %), Svezia (17 %) e Slovacchia (14 %). All'altro capo dello spettro, uno su venti o meno ascolta podcast giornalieri o quasi giornalieri in Grecia (1 %), Ungheria (4 %) e Bulgaria e Francia (entrambi 5 %).

Almeno la metà degli intervistati in otto paesi riferisce di non aver mai ascoltato podcast, con le quote più alte osservate in Francia (62 %), Grecia (61 %) e Spagna (58 %).

Dall'inverno 2022-2023 si sono registrati cali nelle proporzioni che ascoltano i podcast quotidianamente o quasi quotidianamente in 16 Stati membri dell'UE. Ancora una volta, il calo maggiore si registra a Malta (9 %, -16 punti percentuali), mentre in Irlanda (11 %, -6 punti percentuali) e Ungheria (4 %, -5 punti percentuali) si osservano diminuzioni di almeno cinque punti percentuali. L'ascolto giornaliero o quasi giornaliero dei podcast è aumentato in sei paesi, in particolare in Spagna (12 %, + 5 punti percentuali). Questa cifra è rimasta invariata in cinque paesi: Svezia (17 %), Lussemburgo (10 %), Finlandia (9 %), Estonia (7 %) e Grecia (1 %).



## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

C'è una chiara differenza di età tra gli intervistati che ascoltano podcast ogni giorno o quasi quotidianamente, con più di uno su dieci (13-14 %) che dà questa risposta tra coloro tra i 15 e i 39 anni, rispetto a meno di uno su venti (3 %) tra quelli di età pari o superiore ai 55 anni. Questa percentuale è anche più alta tra coloro che sono rimasti nell'istruzione a tempo pieno fino all'età di 20 anni o più (10 %), rispetto a coloro che hanno terminato l'istruzione di 15 anni o meno (2 %).

I manager (12 %) sono i più propensi ad ascoltare podcast ogni giorno o quasi ogni giorno, in particolare rispetto alle persone di casa (3 %). Infine, l'ascolto quotidiano o quasi quotidiano dei podcast è più alto tra coloro che si considerano appartenenti alla classe media superiore o superiore della società (11-12 %) rispetto a coloro che si considerano appartenenti alla classe operaia o alla classe media inferiore (entrambi il 6 %).

QE3.4 Puoi dire fino a che punto...? Ascoltare podcast (% — UE)

	Tutti i giorni/quasi tutti i giorni	Due o tre volte a settimana	Circa una volta alla settimana	Due o tre volte al mese	Meno spesso	Mai	Nessun accesso a questo mezzo (SPONTANEOUS)	Non so	Totale Almeno una volta alla settimana
UE27	8	10	10	7	12	50	2	1	28
<b>Sesso</b>									
Uomo	9	11	10	7	13	47	2	1	30
Donna	7	10	10	6	11	53	2	1	27
<b>Età</b>									
15-24	14	18	15	9	13	29	1	1	47
25-39	13	16	14	9	14	33	1	0	43
40-54	7	10	12	8	14	46	2	1	29
55 +	3	5	5	4	9	69	3	2	13
<b>Istruzione (fine)</b>									
15—	2	3	3	1	5	79	5	2	8
16-19	6	8	9	6	11	57	2	1	23
20+	10	14	12	9	16	38	1	0	36
Ancora studiando	17	18	16	9	14	25	0	1	51
<b>Categoria socio-professionale</b>									
Lavoratore autonomo	9	14	13	8	14	41	1	0	36
Dirigenti	12	16	14	11	16	30	1	0	42
Altri collari bianchi	9	13	14	9	14	39	1	1	36
Lavoratori manuali	7	10	10	6	13	51	2	1	27
Persone della casa	3	5	9	2	8	68	4	1	17
Disoccupato	8	7	8	6	12	57	1	1	23
Pensionato	2	4	4	2	7	75	4	2	10
Studenti	17	18	16	9	14	25	0	1	51
<b>Difficoltà a pagare le bollette</b>									
La maggior parte del tempo	7	9	8	6	8	57	3	2	24
Di tanto in tanto	7	12	10	6	10	52	2	1	29
Quasi mai/mai	8	10	10	7	13	49	2	1	28
<b>Considerare l'appartenenza a</b>									
La classe operaia	6	6	6	4	8	66	2	2	18
La classe media inferiore	6	10	10	6	12	54	2	0	26
La classe media	8	12	11	7	14	45	2	1	31
La classe media superiore	12	15	14	11	14	33	1	0	41
La classe superiore	11	16	15	10	17	29	1	1	42
<b>Immagine dell'UE</b>									

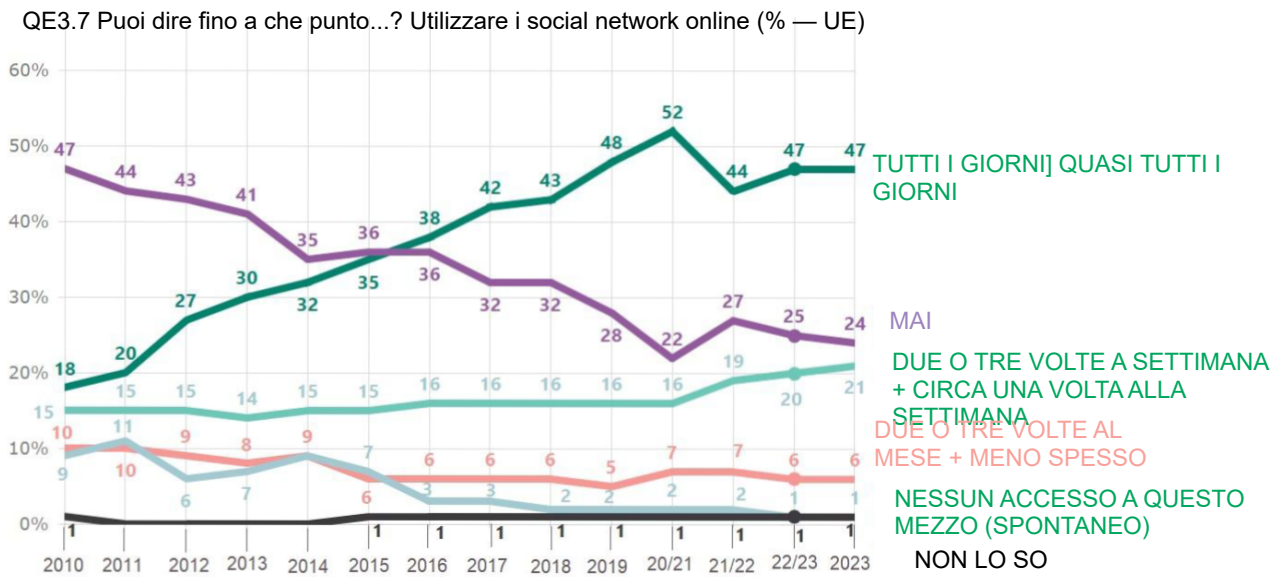


### Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

Positivo	9	12	12	8	13	44	1	1	33
Neutrale	6	8	9	6	12	55	3	1	23
Negativo	7	9	7	5	10	57	3	2	23

L'uso quotidiano dei social network online è rimasto stabile dall'inverno 2022-2023 (47 %, nessun cambiamento). Tale percentuale ha subito un improvviso calo tra l'inverno 2020-2021 e l'inverno 2021-2022 (dal 52 % al 44 %) prima di aumentare nuovamente nell'inverno 2022-2023 (47 %). Tuttavia, il modello a lungo termine indica un costante aumento dell'uso quotidiano dei social network online dall'autunno 2010 (18 %).

Anche la percentuale di intervistati che utilizzano i social network online almeno settimanalmente è rimasta sostanzialmente stabile dall'inverno 2022-2023 (+ 1 punto percentuale) ed è attualmente al 68 %, mentre circa un quarto (24 %, -1 punti percentuali) afferma di non usarli mai.

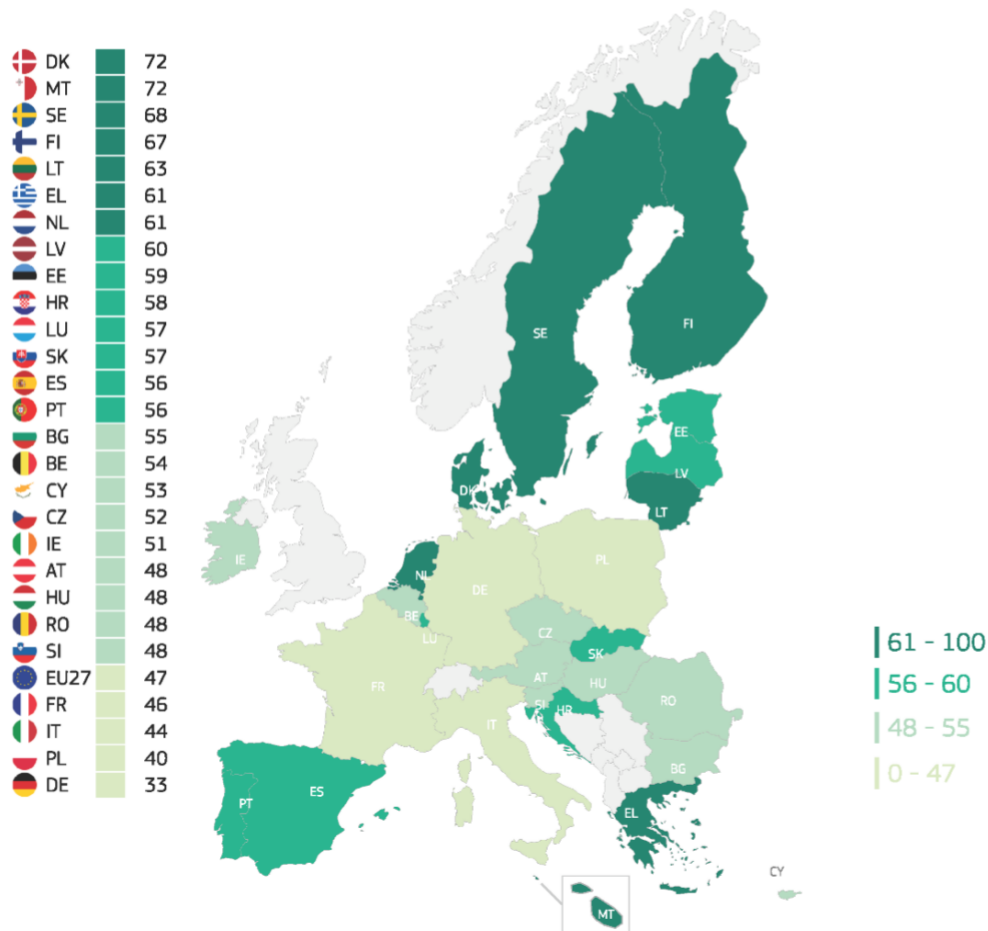


## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

In 19 paesi, la maggior parte utilizza i social network online ogni giorno o quasi ogni giorno. Ciò vale in particolare per i rispondenti in Danimarca e Malta (entrambi il 72 %) e in Svezia (68 %). Al contrario, il 33 % in Germania, il 40 % in Polonia e il 44 % in Italia dicono di usarli quotidianamente o quasi quotidianamente. L'uso quotidiano o quasi quotidiano delle reti sociali online è aumentato in 15 Stati membri dell'UE dall'inverno 2022-2023.

Aumenti di almeno cinque punti percentuali si osservano in Austria (48 %, + 6 punti percentuali), Finlandia (67 %, + 5 punti percentuali) e Lussemburgo (57 %, + 5 punti percentuali). All'altro capo della scala, questa percentuale è diminuita in 11 paesi, in particolare a Cipro (53 %, -11 punti percentuali), Ungheria (48 %, -7 punti percentuali) e Polonia (40 %, -7 punti percentuali). Non c'è stato alcun cambiamento in Italia (44 %).

QE3.7. Puoi dire fino a che punto...? Uso dei social network online — Tutti i giorni/quasi tutti i giorni (%)



## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

I dati socio-demografici rivelano che più giovani sono gli intervistati, più è probabile che utilizzino i social network online quotidianamente o quasi quotidianamente. Ad esempio, otto su dieci di quelli di età compresa tra 15 e 24 anni lo fanno, rispetto a un quarto di quelli di età pari o superiore a 55 anni.

Più a lungo gli intervistati sono rimasti nell'istruzione a tempo pieno, più è probabile che siano utenti giornalieri o quasi giornalieri dei social network online, con il 53 % che dà questa risposta tra coloro che hanno terminato l'istruzione a tempo pieno di età pari o superiore a 20 anni, rispetto al 23 % di coloro che hanno lasciato 15 anni o più giovani.

Le persone di casa (42 %) hanno meno probabilità di essere utenti giornalieri o quasi giornalieri dei social network online, in particolare rispetto ai disoccupati (59 %). In termini di classe sociale, gli intervistati che si considerano appartenenti alla classe operaia (41 %) della società hanno meno probabilità di dire di utilizzare i social network online su base giornaliera o quasi quotidiana, con coloro che si considerano appartenenti alla classe media superiore o superiore (rispettivamente il 52 % e il 57 %) che hanno maggiori probabilità di farlo.

QE3.7 Puoi dire fino a che punto...? Utilizzare i social network online (% — UE)

	Tutti i giorni/quasi tutti i giorni	Due o tre volte a settimana	Circa una volta alla settimana	Due o tre volte al mese	Meno spesso	Mai	Nessun accesso a questo mezzo (SPONTANEOUS)	Non so	Totale Almeno una volta alla settimana
UE27	47	15	6	2	4	24	1	1	68
<b>Sesso</b>									
Uomo	46	15	8	2	5	23	1	0	69
Donna	48	14	5	2	4	24	2	1	67
<b>Età</b>									
15-24	80	11	3	1	1	3	0	1	94
25-39	65	16	7	2	4	6	0	0	88
40-54	52	19	8	3	3	14	1	0	79
55 +	25	12	6	2	6	45	3	1	43
<b>Istruzione (fine)</b>									
15—	23	8	4	2	4	52	6	1	35
16-19	43	17	8	2	4	24	1	1	68
20+	53	15	7	2	5	17	1	0	75
Ancora studiando	80	11	3	1	2	3	0	0	94
<b>Categoria socio-professionale</b>									
Lavoratore autonomo	54	18	7	2	4	15	0	0	79
Dirigenti	54	18	7	2	5	13	1	0	79
Altri collari bianchi	56	19	8	3	4	10	0	0	83
Lavoratori manuali	53	17	8	3	4	14	1	0	78
Persone della casa	42	12	5	3	4	30	3	1	59
Disoccupato	59	12	4	1	4	19	1	0	75
Pensionato	19	10	5	2	5	54	4	1	34
Studenti	80	11	3	1	2	3	0	0	94
<b>Difficoltà a pagare le bollette</b>									
La maggior parte del tempo	51	11	4	2	2	27	2	1	66
Di tanto in tanto	47	16	8	2	4	21	1	1	71
Quasi mai/mai	47	14	6	2	5	24	2	0	67
<b>Considerare l'appartenenza a</b>									
La classe operaia	41	12	4	2	3	35	2	1	57
La classe media inferiore	44	15	6	3	4	26	1	1	65
La classe media	49	16	7	2	5	19	1	1	72
La classe media superiore	57	14	7	3	5	14	0	0	78
La classe superiore	52	20	7	3	2	14	1	1	79
<b>Immagine dell'UE</b>									
Positivo	52	15	6	2	4	20	1	0	73
Neutrale	44	14	7	3	4	26	2	0	65
Negativo	43	15	6	2	4	27	2	1	64

## 2. Fiducia nei media

La maggioranza tende a non fidarsi dei media.

Quasi quattro su dieci (39 %) dicono che tendono a fidarsi dei media, con un aumento di tre punti percentuali dall'ultima volta che questa domanda è stata posta nella primavera del 2023 (EB99). Tuttavia, la maggioranza (57 %, -3 pp) dice che tende a non fidarsi di loro<sup>7</sup>.

Nei 27 Stati membri dell'UE vi è una significativa variazione del livello di fiducia nei media. In sei paesi, la maggioranza degli intervistati afferma di avere fiducia nei media: Finlandia (72 %), Portogallo (61 %), Svezia (57 %), Austria (56 %) e Danimarca e Paesi Bassi (entrambi 55 %). All'estremità opposta della scala, uno su cinque dà questa risposta in Grecia, così come circa un quarto in Francia, Malta e Slovenia (tutti il 26 %). La percentuale di intervistati che tendono a non fidarsi dei media è più alta in Grecia (79 %), Slovenia (73 %) e Francia (71 %).

La percentuale di intervistati che tendono a fidarsi dei media è aumentata in 14 Stati membri dell'UE rispetto all'inverno 2022-2023. Gli aumenti del livello di fiducia sono più notevoli in Austria (56 %, + 9 punti percentuali), Germania (44 %, + 8 punti percentuali) e Italia (38 %, + 7 punti percentuali). Per contro, questa cifra è diminuita in 11 paesi, in particolare in Danimarca (55 %, -7 punti percentuali), Cechia (38 %, -6 punti percentuali) e Belgio (43 %, -5 punti percentuali). Non vi sono stati cambiamenti in Polonia (40 %) e Lituania (39 %).

La fiducia nei media è ora il punto di vista della maggioranza in Austria.

QA6.1 Quanta fiducia hai in certe istituzioni? Per ciascuna delle seguenti istituzioni, tende a fidarsi di esso o tende a non fidarsi di esso? I media (%)

	UE27	IN	DE	ES SO	EE	RO	SK	BG	ES	FR	HR	HU	MT	VAL EA DIR E	SI	LT	PL	CY	LV	NL	PT	SE	EL	LU	FI	SII	CZ	DK
Tendo a fidarsi	39	56	44	38	44	44	37	44	30	26	37	31	26	42	26	39	40	27	42	55	61	57	20	37	72	43	38	55
Δ maggio/giugno 2023	3	9	8	7	6	6	6	5	3	2	2	2	2	1	1	=	=	▼2	▼2	▼2	▼2	▼2	▼3	▼3	▼3	▼5	▼6	▼7
Tendo a non fidarsi	57	38	52	58	51	52	59	48	68	71	60	67	68	52	73	58	52	69	53	43	37	41	79	59	23	55	58	41
Δ maggio/giugno 2023	▼3	▼10	▼8	▼7	▼7	▼7	▼7	▼6	▼2	▼1	▼4	▼3	▼4	▼3	3	1	▼2	=	3	2	2	2	3	6	2	5	4	5
Non so	4	5	4	4	4	3	3	7	3	4	1	1	4	4	5	4	6	2	6	2	2	2	1	7	4	2	2	2
Δ maggio/giugno	=	1	=	=	1	1	1	1	▼1	▼1	2	1	2	2	▼4	▼1	2	2	▼1	=	=	=	=	▼3	1	=	2	2

<sup>7</sup> QA6. Quanta fiducia ha in certe istituzioni? Per ciascuna delle seguenti istituzioni, tende a fidarsi di esso o tende a non fidarsi di esso? 1) I media

2023

## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

L'analisi socio-demografica mostra che i livelli di fiducia nei media sono leggermente più alti tra i più giovani intervistati di età compresa tra i 15 e i 24 anni (43 %) rispetto a quelli più anziani (38-39 %). Gli intervistati che hanno terminato l'istruzione a tempo pieno di età pari o superiore a 20 anni sono anche i più propensi a fidarsi dei media (43 %, rispetto al 35 % tra coloro che hanno abbandonato l'istruzione prima).

La percentuale di coloro che si fidano dei media è più alta tra i dirigenti (44 %), in particolare rispetto ai disoccupati (24 %). I livelli di fiducia sono anche più diffusi tra gli intervistati che hanno meno difficoltà finanziarie. Più specificamente, il 43 % di coloro che non hanno mai o quasi mai difficoltà a pagare le bollette, rispetto al 26 % di coloro che hanno difficoltà la maggior parte delle volte.

QA6.1 Quanta fiducia hai in certe istituzioni? Per ciascuna delle seguenti istituzioni, tende a fidarsi di esso o tende a non fidarsi di esso? I media (% — UE)

	Tendono a fidarsi	Tendono a non fidarsi	Non so
UE27	39	57	4
<b>Sesso</b>			
Uomo	39	58	3
Donna	40	56	4
<b>Età</b>			
15-24	43	54	3
25-39	38	58	4
40-54	38	58	4
55 +	39	57	4
<b>Istruzione (fine)</b>			
15—	35	60	5
16-19	35	61	4
20+	43	54	3
Ancora studiando	49	48	3
<b>Categoria socio-professionale</b>			
Lavoratore autonomo	41	55	4
Dirigenti	44	53	3
Altri collari bianchi	38	59	3
Lavoratori manuali	35	61	4
Persone della casa	36	59	5
Disoccupato	24	73	3
Pensionato	40	56	4
Studenti	49	48	3
<b>Difficoltà a pagare le bollette</b>			
La maggior parte del tempo	26	70	4
Di tanto in tanto	35	62	3
Quasi mai/mai	43	53	4
<b>Considerare l'appartenenza a</b>			
La classe operaia	31	65	4
La classe media inferiore	36	61	3
La classe media	42	55	3
La classe media superiore	51	46	3
La classe superiore	43	52	5
<b>Immagine dell'UE</b>			
Positivo	55	42	3
Neutrale	32	63	5
Negativo	17	81	2

## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

La maggioranza pensa che i loro media nazionali forniscano informazioni affidabili, anche se questa proporzione varia ampiamente da un paese all'altro.

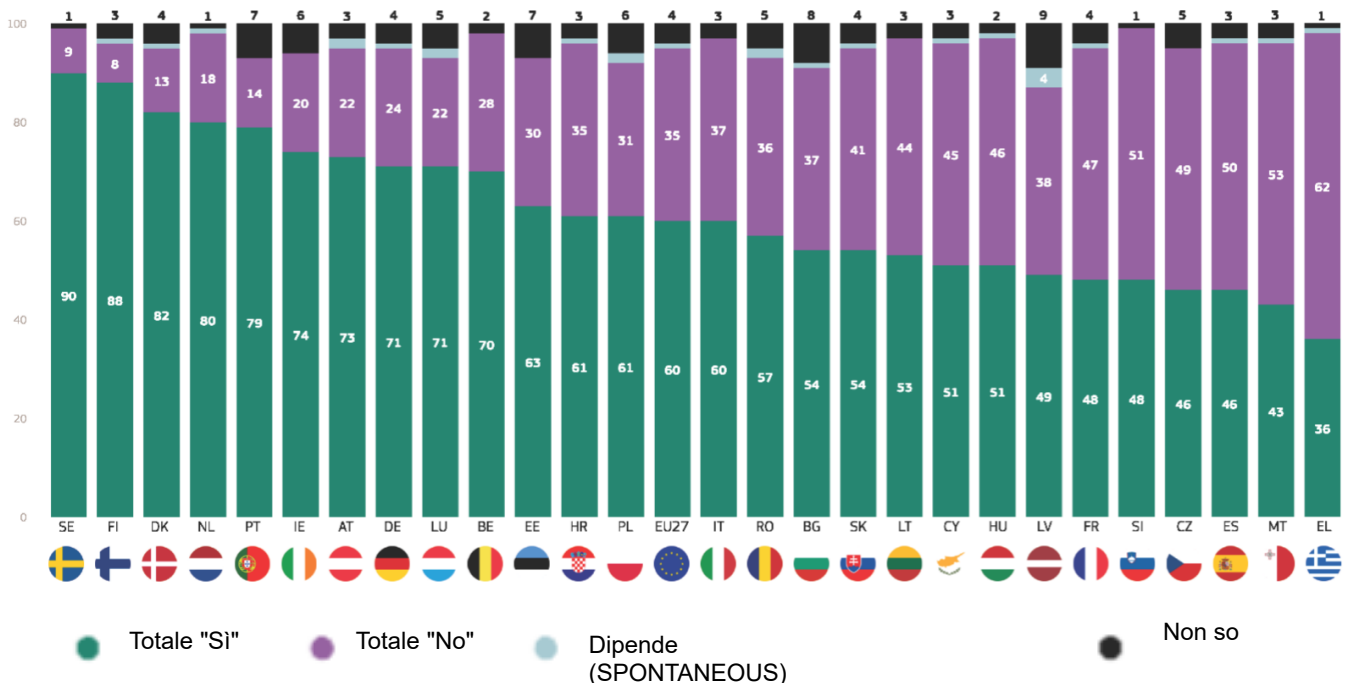
Sei intervistati su dieci (+ 1 punto percentuale dall'inverno 2022-2023) ritengono che i loro media nazionali forniscano informazioni affidabili, "definitamente" (12 %, + 1 punto percentuale) o "in una certa misura" (48 %, nessun cambiamento). Al contrario, più di un terzo (35 %, -1 pp) dice il contrario ("no, non proprio" o "no, non affatto") e il 4 % (nessun cambiamento) dice di non sapere<sup>8</sup>.

In 22 Stati membri dell'UE (rispetto ai 21 dell'inverno 2022-2023), la maggioranza afferma che i media del loro paese forniscono informazioni affidabili. Tale opinione è particolarmente diffusa in Svezia (90 %), Finlandia (88 %) e Danimarca (82 %). Nei restanti cinque Stati membri, è più probabile che i rispondenti pensino che i loro media nazionali non forniscano informazioni affidabili: Grecia (62 %), Malta (53 %), Slovenia (51 % "no" vs 48 % "si"), Spagna (50 % vs 46 %) e Cechia (49 % vs 46 %).

In 12 Stati membri dell'UE, i rispondenti hanno maggiori probabilità di quanto non fossero nell'inverno 2022-2023 a ritenere che i loro media nazionali forniscano informazioni affidabili. Ciò vale soprattutto in Slovacchia (54 %, + 12 punti percentuali), Polonia (61 %, + 9 punti percentuali) e Francia (48 %, + 6 punti percentuali). Tale percentuale è diminuita in altri 12 paesi, con le maggiori diminuzioni registrate a Malta (43 %, -11 punti percentuali), Cipro (51 %, -9 punti percentuali) e Lettonia (49 %, -8 punti percentuali). Tale dato è rimasto invariato in Irlanda (74 %), Lussemburgo (71 %) e Lituania (53 %).

Rispetto all'inverno 2022-2023, l'opinione secondo cui i media nazionali forniscono informazioni affidabili è ora la posizione di maggioranza in Francia, Ungheria e Slovacchia. Tuttavia, questo è diventato anche il punto di vista minoritario a Malta e in Spagna.

QE7.1. Per ciascuna delle seguenti dichiarazioni, si prega di indicare in che misura corrisponde o meno alla situazione dei media (NATIONALITY) media (NATIONALITY) che forniscono informazioni affidabili (%)



<sup>8</sup> QE7. Per ciascuna delle seguenti affermazioni, si prega di indicare in che misura corrisponde o meno alla situazione dei media (NATIONALITY). 1) (NAZIONALITÀ) i media forniscono informazioni affidabili.



## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

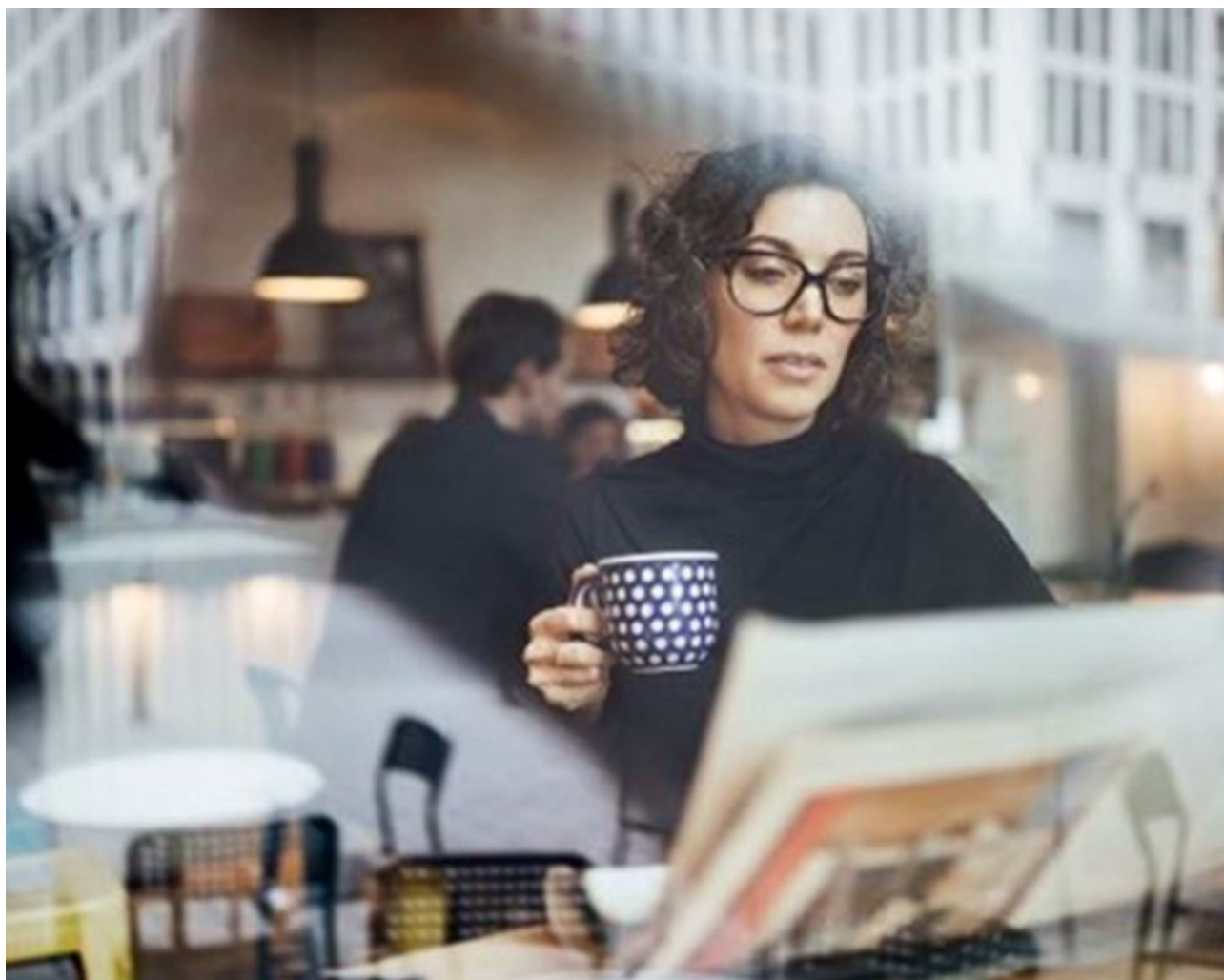
I dati socio-demografici mostrano che i risultati sono coerenti in termini di genere e tra le varie fasce di età. Più variazioni possono essere osservate dal livello di istruzione, con gli intervistati che hanno terminato l'istruzione a tempo pieno di età pari o superiore a 20 anni (65 %) sono più propensi rispetto a coloro che hanno lasciato 15 o più giovani (55 %) a dire che i media nel loro paese forniscono informazioni affidabili.

In tutte le categorie socioprofessionali, i manager (71 %) sono i più propensi a dire che i loro media nazionali forniscono informazioni affidabili, soprattutto rispetto ai disoccupati (45 %). La proporzione che dà questa risposta è anche la più alta tra coloro che mai o quasi mai hanno difficoltà a pagare le bollette (64 %, rispetto al 47 % di coloro che hanno difficoltà la maggior parte delle volte).

QE7.1 Per ciascuna delle seguenti affermazioni, si prega di indicare in che misura corrisponde o meno alla situazione dei media (NATIONALITY): I media (nazionalità) forniscono informazioni affidabili (% — UE)

	Totale "Sì"	Totale "No"	Non so
UE27	60	35	4
<b>Sesso</b>			
Uomo	61	35	3
Donna	60	35	4
<b>Età</b>			
15-24	60	34	5
25-39	60	36	3
40-54	62	35	3
55 +	61	34	4
<b>Istruzione (fine)</b>			
15—	55	37	7
16-19	58	38	3
20+	65	32	2
Ancora studiando	66	29	4
<b>Categoria socio-professionale</b>			
Lavoratore autonomo	62	34	3
Dirigenti	71	27	1
Altri collari bianchi	59	36	4
Lavoratori manuali	56	39	4
Persone della casa	55	36	8
Disoccupato	45	51	3
Pensionato	61	34	4
Studenti	66	29	4
<b>Difficoltà a pagare le bollette</b>			
La maggior parte del tempo	47	48	4
Di tanto in tanto	57	38	4
Quasi mai/mai	64	32	3
<b>Considerare l'appartenenza a</b>			
La classe operaia	51	41	6
La classe media inferiore	57	39	3
La classe media	65	32	2
La classe media superiore	73	26	1
La classe superiore	62	34	3
<b>Immagine dell'UE</b>			
Positivo	73	23	3
Neutrale	57	37	5
Negativo	39	58	2

## II. Il livello di informazione sulle questioni europee



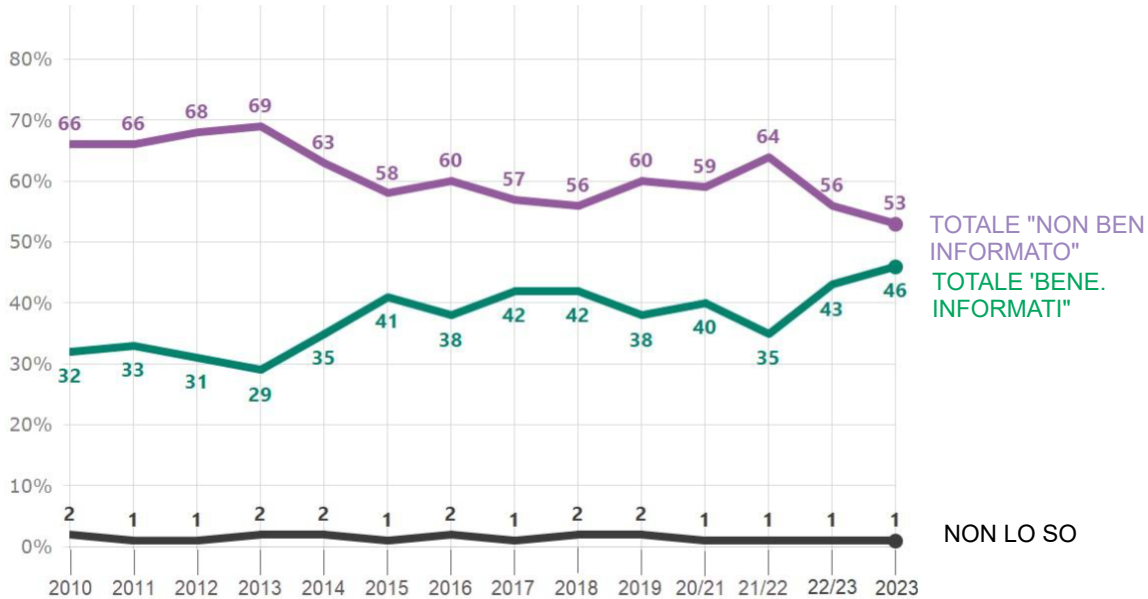
## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

La percentuale di europei che si sentono ben informati sulle questioni europee è al massimo.

Dopo un aumento di otto punti percentuali tra l'inverno 2021-2022 e l'inverno 2022-2023, la percentuale di intervistati che si sentono ben informati sulle questioni europee è aumentata di tre punti percentuali nell'attuale indagine Eurobarometro standard (46 %) ed è ora al livello più alto dall'inizio della serie nell'autunno 2010<sup>9</sup>.

Sebbene la maggioranza assoluta continui a non sentirsi ben informata (53 %, -3 pp), questa percentuale è ora al livello più basso mai registrato.

QE2 E nel complesso, in che misura ritieni di essere ben informato o meno sulle questioni europee? (% — UE)



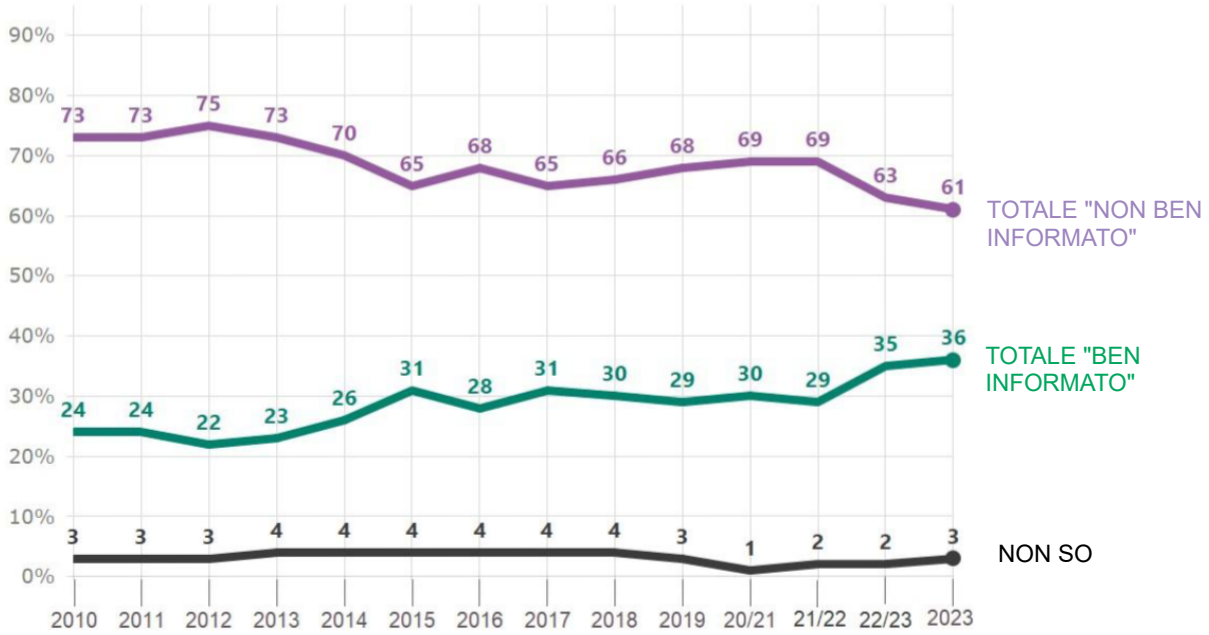
9 QE2. E nel complesso, quanto pensi di essere informato sulle questioni europee?

Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

Più di un terzo pensa che le persone nel loro paese siano ben informate sulle questioni europee (36 %), mentre circa sei su dieci pensano il contrario (61 %) e il 3 % afferma di non sapere<sup>10</sup>.

La percentuale di rispondenti che indicano che le persone nel loro paese sono ben informate sulle questioni europee è al suo livello record dal momento che questa domanda è stata posta per la prima volta nell'autunno 2010 (+ 1 punto percentuale dall'inverno 2022-2023; + 7 pp dall'inverno 2021-2022). Al contrario, la percentuale che ritiene che le persone non siano ben informate è al livello più basso (-2 punti percentuali dall'inverno 2022-2023, -8 punti percentuali dall'inverno 2021-2022).

QE1 Nel complesso, in che misura ritiene che nei nostri paesi le persone siano ben informate o meno sulle questioni europee? (% — E U)

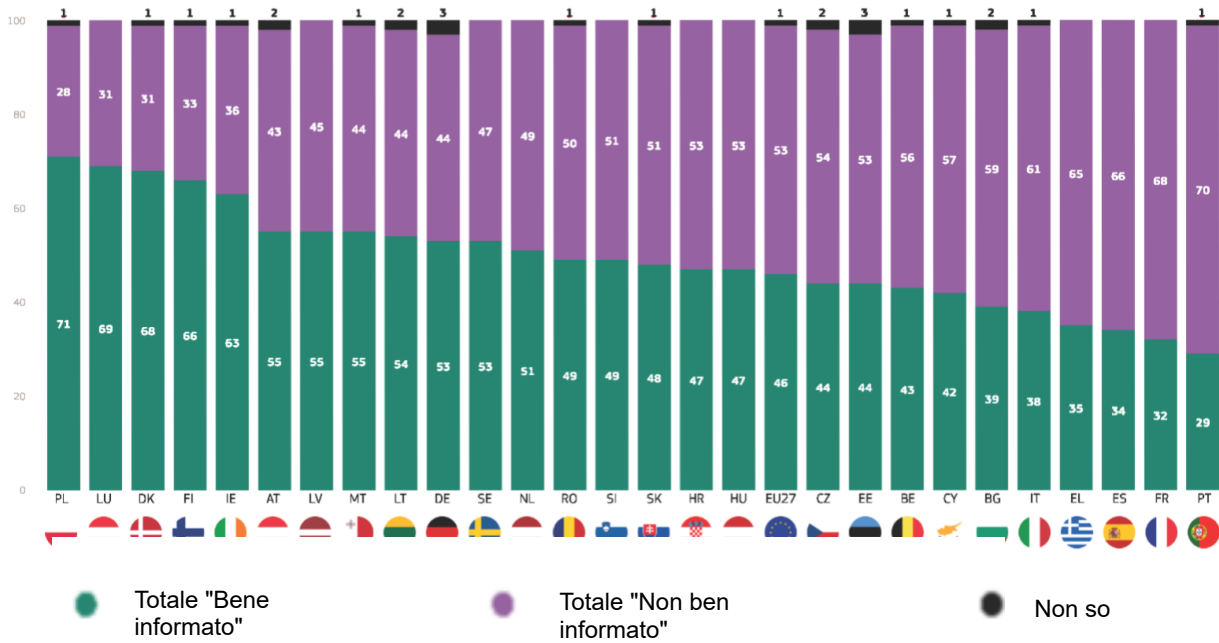


10 QF1(\* o QE1? \*). Quanto è ben informato il fatto che le persone in (NOSTRA PAESE) si occupino di questioni europee?

## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

In 12 Stati membri dell'UE (rispetto ai nove dell'inverno 2022-2023), la maggioranza degli intervistati ritiene di essere ben informata sulle questioni europee. Le percentuali più elevate si osservano in Polonia (71 %), Lussemburgo (69 %) e Danimarca (68 %). All'altra estremità dello spettro, è più probabile che gli intervistati pensino di non essere ben informati in 15 paesi. Ciò vale in particolare per i rispondenti in Portogallo (70 %), Francia (68 %) e Spagna (66 %).

QE2. E, nel complesso, in che misura ritiene di essere ben informato o meno sulle questioni europee? (%)



Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

In 17 paesi, la percentuale di intervistati che si sentono ben informati sulle questioni europee è aumentata dall'inverno 2022-2023. Aumenti superiori a cinque punti percentuali sono registrati in Germania (53 %, + 7 punti percentuali), Svezia (53 %, + 6 punti percentuali) e Slovenia (49 %, + 6 punti percentuali). Al contrario, questa percentuale è diminuita in sei paesi, in particolare a Malta (55 %, -12 punti percentuali), Portogallo (29 %, -7 punti percentuali) e Cipro (42 %, -4 punti percentuali), ed è rimasta stabile in quattro paesi: Irlanda (63 %), Lituania (54 %), Romania (49 %) e Bulgaria (39 %). Rispetto all'inverno 2022-2023, sentirsi bene informati è ora la posizione di maggioranza in Germania, Paesi Bassi e Svezia.

QE2 E nel complesso, in che misura ritiene di essere ben informato o meno sulle questioni europee? (%)

		UE27	DE	SI	SE	EE	IN	PL	DK	FI	FR	HR	SK	SII	CZ	EL	ES	NL	LV	BG	VA LE A D I R E	LT	RO	ESS O	LU	HU	CY	PT	MT
Totale "ben informato "	Ottobre/ novembre 2023	46	53	49	53	44	55	71	68	66	32	47	48	43	44	35	34	51	55	39	63	54	49	38	69	47	42	29	55
	Δ maggio/ giugno 2023	3	7	6	6	5	5	5	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	1	=	=	=	=	▼2	▼2	▼2	▼4	▼7	▼12
Totale "non ben informato "	Ottobre/ novembre 2023	53	44	51	47	53	43	28	31	33	68	53	51	56	54	65	66	49	45	59	36	44	50	61	31	53	57	70	44
	Δ maggio/ giugno 2023	▼3	▼9	▼5	▼6	▼7	▼6	▼5	▼5	▼5	▼2	▼3	▼1	▼3	▼1	▼2	▼2	▼2	▼1	=	=	▼1	=	1	2	2	3	6	12
Non so	Ottobre/ novembre 2023	1	3	0	0	3	2	1	1	1	0	0	1	1	2	0	0	0	0	2	1	2	1	1	0	0	1	1	1
	Δ maggio/ giugno 2023	=	2	▼1	=	2	1	=	1	1	▼1	=	▼2	1	▼1	=	=	=	=	=	=	1	=	1	=	=	1	1	=

Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

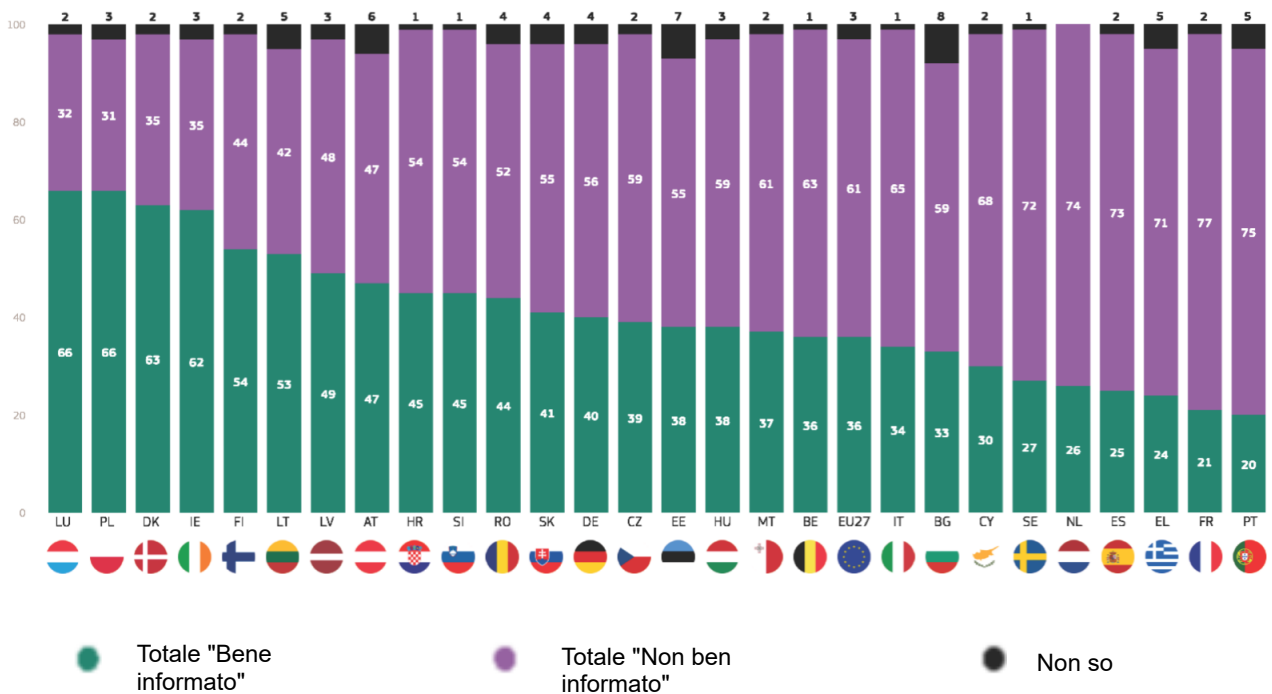
In sette Stati membri dell'UE (come nell'inverno 2022-2023), la maggioranza ritiene che le persone nel loro paese siano ben informate sulle questioni europee, con più di sei su dieci che lo indicano in Lussemburgo e Polonia (entrambi 66 %), Danimarca (63 %) e Irlanda (62 %).

In 19 Stati membri dell'UE, la maggior parte degli intervistati ritiene che le persone nel loro paese non siano ben informate sulle questioni europee.

Le quote maggiori che danno questa risposta si riscontrano in Francia (77 %), Portogallo (75 %) e Paesi Bassi (74 %).

Le opinioni sono divise in Austria, dove le stesse proporzioni dicono che le persone sono ben informate e non ben informate (entrambe il 47 %).

QE1. Nel complesso, in che misura ritiene che nel nostro paese le persone siano ben informate o meno sulle questioni europee? (%)



Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

In 15 Stati membri dell'UE, la percentuale di intervistati che ritengono che le persone nel loro paese siano ben informate sulle questioni europee è aumentata dall'inverno 2022-2023. Ciò vale in particolare in Danimarca (63 %, + 6 punti percentuali), Slovenia (45 %, + 6 punti percentuali) e Germania (40 %, + 6 punti percentuali). In otto paesi, gli intervistati hanno meno probabilità di dare questa risposta rispetto all'inverno 2022-2023, con una diminuzione di oltre dieci punti percentuali registrata a Malta (37 %, — 21 punti percentuali) e Cipro (30 %, -12 punti percentuali). Questa cifra è rimasta stabile in quattro paesi: Lettonia (49 %), Ungheria (38 %), Belgio (36 %) e Portogallo (20 %).

Rispetto all'inverno 2022-2023, l'opinione secondo cui le persone nel loro paese sono ben informate sulle questioni europee è ora l'opinione della maggioranza in Lettonia. Per contro, questo è diventato il punto di vista minoritario a Malta e in Romania, mentre l'opinione si è divisa in Austria.

QE1 Nel complesso, in che misura ritiene che nei nostri paesi le persone siano ben informate o meno sulle questioni europee? (%)

	UE27	DK	DE	SI	L	CZ	EE	HR	IN	FR	NL	SE	ES	LT	SK	FI	SII	LV	HU	PT	BG	VAL EA DIR E	EL	ESS O	LU	RO	CY	MT
Totale "ben informato"	36	63	40	45	66	39	38	45	47	21	26	27	25	53	41	54	36	49	38	20	33	62	24	34	66	44	30	37
Δ maggio/ottobre 2023	1	6	6	6	5	4	4	4	4	3	3	2	1	1	1	1	=	=	=	=	▼1	▼1	▼1	▼2	▼3	▼4	▼12	▼21
Totale "non ben informato"	61	35	56	54	31	59	55	54	47	77	74	72	73	42	55	44	63	48	59	75	59	35	71	65	32	52	68	61
Δ maggio/ottobre 2023	▼2	▼6	▼6	▼5	▼6	▼2	▼6	▼4	▼5	▼2	▼2	▼2	▼2	▼3	=	▼2	1	▼1	▼2	▼1	▼1	1	▼2	2	2	4	11	22
Non so	3	2	4	1	3	2	7	1	6	2	0	1	2	5	4	2	1	3	3	5	8	3	5	1	2	4	2	2
Δ maggio/ottobre 2023	1	=	=	▼1	1	▼2	2	=	1	▼1	▼1	=	1	2	▼1	1	▼1	1	2	1	2	=	3	=	1	=	1	▼1



## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

L'analisi socio-demografica rivela che gli uomini (50 %) hanno maggiori probabilità rispetto alle donne (41 %) di sentirsi ben informati sulle questioni europee. Questa percentuale è anche più elevata tra gli intervistati nelle coorti dell'età centrale (48 % di quelli di età compresa tra i 25 e i 54 anni, rispetto al 43-44 % di quelli più giovani e più anziani) e tra coloro che hanno soggiornato più a lungo nell'istruzione a tempo pieno (il 56 % di coloro che terminano l'istruzione di età pari o superiore a 20 anni, rispetto al 27 % di coloro che hanno lasciato l'età di 15 anni o più).

La sensazione di essere ben informati sulle questioni europee è più diffusa tra i dirigenti (59 %) che tra le persone domestiche (31 %) e i disoccupati (33 %). Inoltre, ci sono anche differenze in termini di difficoltà finanziarie degli intervistati e classe sociale auto-percepita. Nello specifico, circa la metà (51 %) di coloro che non hanno mai o quasi mai difficoltà a pagare le bollette ritiene di essere ben informati, rispetto a circa un quarto (27 %) di coloro che hanno difficoltà per la maggior parte del tempo. Analogamente, gli intervistati che si considerano appartenenti alla classe media superiore (75 %) o superiore (65 %) della società hanno maggiori probabilità di dare questa risposta rispetto a coloro che si considerano appartenenti alla classe operaia (31 %).

Infine, gli intervistati che hanno un'immagine positiva dell'UE (60 %) sono più propensi a pensare di essere ben informati sulle questioni europee rispetto a coloro che hanno un'immagine neutra (37 %) o negativa.

QE2 E nel complesso, in che misura ritiene di essere ben informato o meno sulle questioni europee? (% — UE)

	Totale "Bene informato"	Totale "Non ben informato"	Non so
UE27	46	53	1
<b>Sesso</b>			
Uomo	50	49	1
Donna	41	58	1
<b>Età</b>			
15-24	43	56	1
25-39	48	51	1
40-54	48	51	1
55 +	44	55	1
<b>Istruzione (fine)</b>			
15—	27	72	1
16-19	44	55	1
20+	56	43	1
Ancora studiando	46	53	1
<b>Categoria socio-professionale</b>			
Lavoratore autonomo	54	45	1
Dirigenti	59	40	1
Altri collari bianchi	51	48	1
Lavoratori manuali	41	58	1
Persone della casa	31	67	2
Disoccupato	33	66	1
Pensionato	42	56	2
Studenti	46	53	1
<b>Difficoltà a pagare le bollette</b>			
La maggior parte del tempo	27	72	1
Di tanto in tanto	39	60	1
Quasi mai/mai	51	48	1
<b>Considerare l'appartenenza a</b>			
La classe operaia	31	68	1
La classe media inferiore	39	59	2
La classe media	51	48	1
La classe media superiore	65	35	0
La classe superiore	75	25	0
<b>Immagine dell'UE</b>			
Positivo	60	40	0
Neutrale	37	62	1
Negativo	31	67	2



## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

I risultati socio-demografici sono simili quando si esaminano le proporzioni che pensano che le persone nel loro paese siano ben informate sulle questioni europee, anche se le differenze sono meno pronunciate e non ci sono chiare differenze per genere.

Gli intervistati più anziani di età pari o superiore a 55 anni (34 %) hanno una probabilità leggermente inferiore rispetto a quelli di età compresa tra i 15 e i 54 anni (37-38 %) a dire che le persone nel loro paese sono ben informate. Una differenza più chiara può essere osservata in termini di livello di istruzione, con quasi quattro su dieci (39 %) tra coloro che hanno completato l'istruzione a tempo pieno di età pari o superiore a 20 anni che danno questa risposta, rispetto a circa un quarto (27 %) di coloro che hanno lasciato l'età di 15 o più anni.

I dirigenti (42 %) sono i più propensi a pensare che le persone nel loro paese siano ben informate, in particolare rispetto ai disoccupati (25 %). La sensazione che le persone del proprio paese siano ben informate sulle questioni europee è più diffusa tra coloro che hanno difficoltà a pagare le bollette mai/quasi mai o di volta in volta (34-39 %, rispetto al 25 % di coloro che hanno difficoltà per la maggior parte del tempo) e tra coloro che si considerano appartenenti alla classe superiore della società (52 %, contro il 28 % di coloro che si considerano appartenenti alla classe operaia).

Infine, coloro che hanno un'immagine positiva dell'UE (47 %) hanno maggiori probabilità di ritenere che le persone del loro paese siano ben informate sulle questioni europee rispetto a quelle che hanno un'immagine neutra (33 %) o negativa (19 %).

QE1 Nel complesso, in che misura ritiene che nei nostri paesi le persone siano ben informate o meno sulle questioni europee? (% — UE)

	Totale "Bene informato"	Totale "Non ben informato"	Non so
UE27	36	61	3
<b>Sesso</b>			
Uomo	37	61	2
Donna	36	61	3
<b>Età</b>			
15-24	38	59	3
25-39	38	60	2
40-54	37	61	2
55 +	34	63	3
<b>Istruzione (fine)</b>			
15—	27	68	5
16-19	36	61	3
20+	39	59	2
Ancora studiando	39	58	3
<b>Categoria socio-professionale</b>			
Lavoratore autonomo	38	61	1
Dirigenti	42	57	1
Altri collari bianchi	41	57	2
Lavoratori manuali	36	62	2
Persone della casa	32	63	5
Disoccupato	25	72	3
Pensionato	33	63	4
Studenti	39	58	3
<b>Difficoltà a pagare le bollette</b>			
La maggior parte del tempo	25	71	4
Di tanto in tanto	34	64	2
Quasi mai/mai	39	58	3
<b>Considerare l'appartenenza a</b>			
La classe operaia	28	67	5
La classe media inferiore	35	62	3
La classe media	40	58	2
La classe media superiore	42	58	0
La classe superiore	52	46	2
<b>Immagine dell'UE</b>			

## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

Positivo	47	51	2
Neutrale	33	64	3
Negativo	19	79	2

### III. Fonti di informazione per le questioni politiche e l'Unione europea



## 1. Questioni politiche europee

Gli europei continuano a ricevere la maggior parte delle loro notizie sulle questioni politiche europee dai canali generalisti e televisivi di notizie.

I canali televisivi generalisti continuano ad essere la fonte di notizie preferita sulle questioni politiche europee (57 %, -1 punto percentuale dall'inverno 2022-2023), seguito da vicino dai canali televisivi (53 %, + 2 punti percentuali)<sup>11</sup>.

Più della metà si affida a un mezzo basato su Internet come principale fonte di notizie sulle questioni politiche europee (55 %, + 1 punto percentuale).

Quattro su dieci (nessun cambiamento) vanno ai siti di informazione, mentre tre su dieci (+ 1 pp) ricevono le loro notizie sulle questioni politiche europee dai social network online. Meno di uno su dieci si affida a siti web di hosting video (7 %, nessun cambiamento), podcast (7 %, + 1 pp) o blog (3 %, nessun cambiamento).

Tra i media tradizionali, la radio è menzionata da circa un terzo degli intervistati (34 %, + 1 pp), mentre la stampa scritta è indicata da circa un quarto (26 %, + 1 pp).

Meno di uno su dieci (8 %, + 1 punto percentuale) afferma di non cercare informazioni sulle questioni politiche europee<sup>12</sup>.

Nel complesso, ad eccezione di un lieve aumento della percentuale che menziona i canali televisivi (+ 2 punti percentuali), questi dati sono rimasti sostanzialmente stabili dall'inverno 2022-2023.

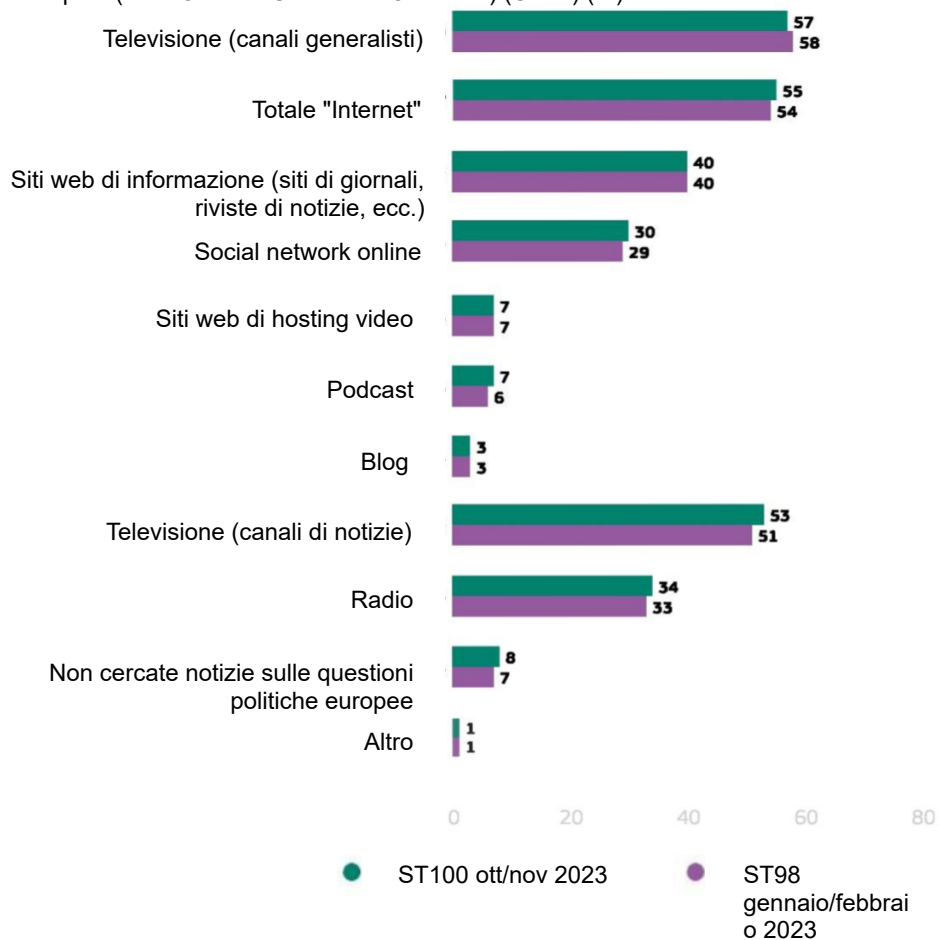
---

11 Il totale "The Internet" combina i punteggi per gli elementi: Siti web di informazione (siti di giornali, riviste di notizie, ecc.), social network online, siti web di hosting video, podcast e blog.

12 QE4a. Dove ricevi la maggior parte delle tue notizie sulle questioni politiche europee? In primo luogo? QE4b. E poi? (RISPOSTE MULTIPLE POSSIBILI)

Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

QE4T. Dove ricevi la maggior parte delle tue notizie sulle questioni politiche europee? In primo luogo? E poi? (RISPOSTE MULTIPLE POSSIBILI) (UE27) (%)



La classifica delle fonti di notizie sulle questioni politiche europee è simile se si guarda solo alla prima risposta data dagli intervistati. I canali televisivi generalisti (32 %, -1 punto percentuale dall'inverno 2022-2023) sono ancora una volta la fonte preferita, seguita dai canali televisivi di notizie (23 %, + 1 punto percentuale).

Circa tre su dieci (29 %, -1 punti percentuali) preferiscono una fonte basata su Internet per le notizie sulle questioni politiche europee<sup>13</sup>. All'interno di questa categoria, il 17 % (-1 pp) cita i siti di informazione come fonte di questo tipo di contenuti, mentre uno su dieci (senza modifiche) menziona i social network online.

Per quanto riguarda i media tradizionali, il 6 % (+ 1 pp) indica che la stampa scritta è la prima scelta per ottenere notizie su questioni politiche europee e il 5 % (-1 pp) cita la radio.

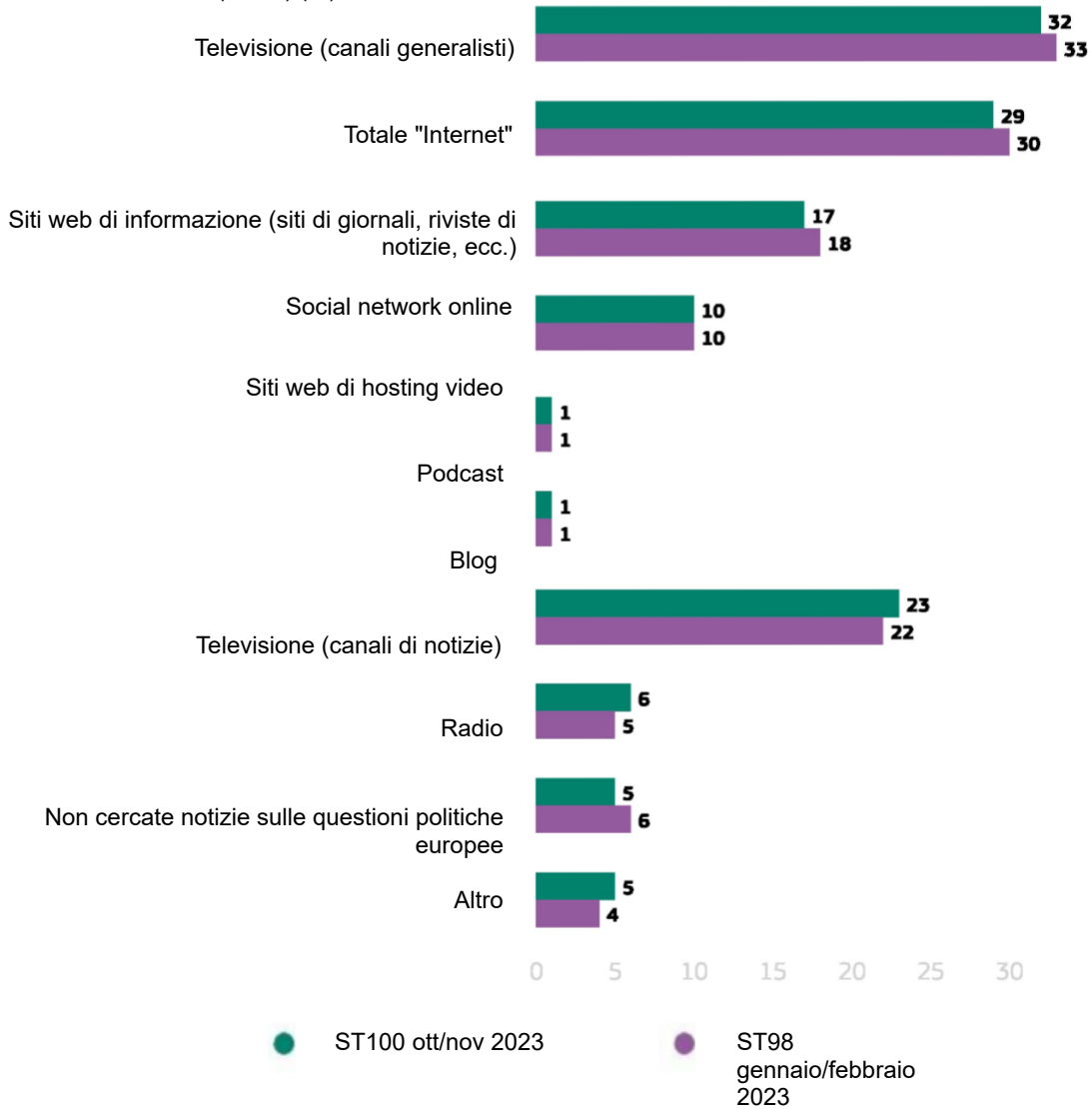
---

13 Il totale "The Internet" combina i punteggi per gli elementi: Siti web di informazione (siti di giornali, riviste di notizie, ecc.), social network online, siti web di hosting di video, podcast e blog (non ci sono stati intervistati che hanno menzionato i Blog come la prima fonte di notizie sulle questioni politiche europee).



Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

QE4a. Dove ricevi la maggior parte delle tue notizie sulle questioni politiche europee? In primo luogo? (UE27) (%)



I canali televisivi generalisti sono la prima fonte di notizie più frequentemente menzionata sulle questioni politiche europee in sette Stati membri dell'UE. Le percentuali più elevate di intervistati che citano questo mezzo si possono osservare in Portogallo (83 %), Croazia (72 %) e Romania (70 %). All'estremità opposta della scala, il 21 % in Svezia, il 35 % in Danimarca e il 37 % nei Paesi Bassi menzionano questa fonte. I canali generalisti sono una delle tre fonti più citate in 18 paesi.

Internet<sup>14</sup> è una delle tre fonti più citate dagli intervistati in tutti gli Stati membri (con l'unica eccezione degli intervistati in Germania) ed è la fonte più menzionata in 19 paesi, tra cui Malta (76 %), Paesi Bassi (74 %) e Lettonia (73 %). Internet è meno menzionato in Romania (38 %), Portogallo (39 %) e Germania (48 %).

I canali televisivi si classificano come la principale fonte di notizie sulle questioni politiche europee in Romania e come uno dei primi tre in 22 paesi. Gli intervistati in Portogallo (79 %), Romania (75 %) e Danimarca (68 %) hanno maggiori probabilità di citare questa fonte, mentre quelli in Spagna (39 %), Finlandia (42 %) e Cipro (43 %) sono i meno propensi a farlo. In 11 Stati membri dell'UE, i siti di informazione sono tra le prime tre fonti di informazione più utilizzate sulle questioni politiche europee. Le percentuali più elevate che danno questa risposta sono registrate a Malta e in Finlandia (entrambi il 61 %) e in Cechia e nei Paesi Bassi (entrambi 59 %). Al contrario, i siti di informazione sono meno menzionati in Romania (17 %), Bulgaria (26 %) e Portogallo (27 %).

La radio è la seconda o terza fonte di notizie più citata in tre paesi. Almeno la metà lo cita in Germania (57 %), Svezia (52 %) e Slovacchia (50 %), mentre il 21 % in Italia e Romania e il 22 % a Malta lo fanno.

I social network online sono la seconda fonte più citata sulle questioni politiche europee a Cipro (53 %) e la terza più menzionata a Malta (48 %). Questa fonte è citata anche da quasi la metà degli intervistati in Lettonia (48 %). Per contro, il 20 % in Portogallo, il 26 % in Germania e il 27 % in Francia e nei Paesi Bassi si basano sui social network online come fonte di notizie.

La stampa scritta è il terzo mezzo di informazione più frequentemente citato per le notizie sulle questioni politiche europee in Lussemburgo (45 %) (congiuntamente ai canali televisivi di notizie). Insieme a quelli in Lussemburgo, è più probabile che i rispondenti menzionino questa fonte in Finlandia (47 %) e in Austria (46 %). All'estremità opposta dello spettro, le quote più basse che danno questa risposta si trovano a Malta (6 %), Polonia (9 %) e Cipro, Ungheria e Romania (12 %).

In sette Stati membri dell'UE più di uno su dieci menziona i podcast, in particolare in Danimarca e Slovacchia (17 %) e in Svezia (14 %). I siti web di hosting video sono citati da circa uno su cinque in Slovacchia (21 %) e da almeno uno su dieci in altri sette paesi, in particolare in Croazia (16 %) e Cechia (14 %). I blog sono menzionati da quasi un quarto in Grecia (23 %) e da più di uno su dieci a Cipro (13 %).

Infine, ci sono tre paesi in cui almeno uno su dieci afferma di non cercare informazioni sulle questioni politiche europee: Spagna (17 %) e Cipro e Italia (10 %).

---

14 Il totale "The Internet" combina i punteggi per gli elementi: Siti web di informazione (siti di giornali, riviste di notizie, ecc.), social network online, siti web di hosting video, podcast e blog.

L'analisi socio-demografica evidenzia quanto segue:

Gli uomini hanno maggiori probabilità rispetto alle donne di ottenere la maggior parte delle loro notizie sulle questioni politiche europee dai siti web di informazione (44 % vs 36 %), dalla radio (36 % vs 33 %) e dalla stampa scritta (28 % vs 24 %). Le donne hanno più probabilità rispetto agli uomini di utilizzare canali televisivi generalisti (60 % vs 55 %).

Più è vecchio il rispondente, più è probabile che ricevano notizie politiche europee dai canali generalisti o televisivi di notizie, dalla stampa scritta o dalla radio, e meno è probabile che lo ricevano da Internet, compresi siti web di informazione, podcast, social network online, blog o siti web di hosting di video. Ad esempio, il 61 % delle persone di età compresa tra i 15 e i 24 anni riceve questo tipo di notizie dai social network online, rispetto al 13 % di quelli di età pari o superiore a 55 anni.

Più a lungo gli intervistati sono rimasti nell'istruzione a tempo pieno, più è probabile che parlino di fonti Internet, compresi siti web di informazione, podcast, social network online e siti web di hosting di video, e meno è probabile che menzionino i canali televisivi generalisti. Ad esempio, il 52 % di coloro che hanno completato gli studi di età pari o superiore a 20 anni fa affidamento su siti web di informazione, rispetto al 15 % di coloro che hanno terminato l'istruzione di età pari o superiore a 15 anni.

I gestori sono i più propensi a menzionare i siti di informazione (58 %), la radio (40 %), la stampa scritta (30 %) e i podcast (12 %). Le persone di casa hanno maggiori probabilità di affidarsi ai canali generalisti (64 %) e televisivi di notizie (60 %), mentre hanno meno probabilità di citare fonti Internet (38 %), siti web di informazione (24 %), social network online (23 %), servizi di hosting video (4 %), podcast (3 %) e blog (1 %).

Gli intervistati che non hanno mai o quasi mai difficoltà a pagare le bollette hanno maggiori probabilità di ottenere la maggior parte delle loro notizie politiche europee dai siti di informazione (43 %, rispetto al 33 % di quelli che hanno difficoltà la maggior parte delle volte), la radio (37 %, rispetto al 28 %) o la stampa scritta (28 %, rispetto al 19 %).

È più probabile che Internet venga utilizzato da coloro che si considerano appartenenti alla classe superiore (76 %) o alla classe media superiore (71 %) della società, rispetto a coloro che si considerano appartenenti alla classe operaia (43 %) o alla classe media inferiore (50 %). Lo stesso schema si applica alla stampa scritta (37 %, rispetto al 19-24 %). Al contrario, i canali televisivi generalisti sono utilizzati più dagli intervistati che si considerano appartenenti alla classe operaia (61 %) o dalla classe media inferiore (60 %) che da coloro che si considerano appartenenti alla classe alta o alla classe media superiore (entrambi il 45 %).

## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

QE4T Dove ricevi la maggior parte delle tue notizie sulle questioni politiche europee? In primo luogo? E poi? (RISPOSTE MULTIPLE POSSIBILI)  
(% — UE)

	Televisione (canali generalisti)	Totale "Internet "	Televisione (canali di notizie)	Siti web di informazione (siti di giornali, riviste di notizie, ecc.)	Radio	Social network online	La stampa scritta	Non cercate notizie sulle questioni politiche europee	Podcast	Siti web di hosting video	Blog	Altro	Non so
UE27	57	55	53	40	34	30	26	8	7	7	3	1	0
<b>Sesso</b>													
Uomo	55	58	53	44	36	30	28	6	8	8	4	1	0
Donna	60	52	53	36	33	30	24	9	6	6	3	1	0
<b>Età</b>													
15-24	35	80	34	52	15	61	11	11	15	14	6	1	0
25-39	48	73	48	51	29	42	18	6	11	9	5	1	0
40-54	57	62	55	46	35	30	24	7	7	7	4	1	0
55 +	69	34	60	26	42	13	36	7	3	3	2	1	0
<b>Istruzione (fine)</b>													
15—	75	22	57	15	34	13	27	15	1	2	1	1	1
16-19	62	50	55	35	37	28	26	7	4	6	3	1	0
20+	51	67	53	52	37	30	30	4	10	8	4	1	0
Ancora studiando	33	82	35	57	17	59	11	10	18	16	7	1	0
<b>Categoria socio-professionale</b>													
Lavoratore autonomo	56	66	54	53	39	33	29	4	9	10	7	1	0
Dirigenti	48	72	54	58	40	31	30	3	12	8	4	0	0
Altri collari bianchi	55	65	54	46	33	35	23	6	8	9	5	1	0
Lavoratori manuali	57	60	52	40	32	35	19	8	6	7	3	1	0
Persone della casa	64	38	60	24	25	23	20	16	3	4	1	0	0
Disoccupato	56	60	42	41	22	36	16	12	7	7	3	1	0
Pensionato	72	26	60	21	43	9	39	8	2	2	1	1	1
Studenti	33	82	35	57	17	59	11	10	18	16	7	1	0
<b>Difficoltà a pagare le bollette</b>													
La maggior parte del tempo	60	49	50	33	28	29	19	12	6	8	3	1	0
Di tanto in tanto	59	52	54	34	29	32	22	9	6	7	5	1	0
Quasi mai/mai	56	57	53	43	37	29	28	6	8	7	3	1	0
<b>Considerare l'appartenenza a</b>													
La classe operaia	61	43	53	30	32	25	19	14	5	5	2	1	1
La classe media inferiore	60	50	53	33	33	30	24	8	5	7	3	1	0
La classe media	57	60	53	44	35	31	28	5	8	8	4	1	0
La classe media superiore	45	71	51	55	39	33	37	2	12	9	5	1	0
La classe superiore	45	76	60	64	36	37	37	2	9	7	9	0	1
<b>Immagine dell'UE</b>													
Positivo	57	61	56	47	36	32	29	4	9	7	3	1	0
Neutrale	59	50	52	34	34	28	24	9	6	6	3	0	0
Negativo	53	53	47	36	31	30	22	10	7	8	4	1	1

## 2. La ricerca attiva di informazioni sull'Unione europea

La maggior parte degli intervistati si affida ai media tradizionali (televisione, radio, stampa scritta) quando cercano informazioni sull'UE, sulle sue politiche e sulle sue istituzioni (52 %, nessun cambiamento dall'inverno 2022-2023), mentre quasi la metà (48 %, + 1 punto percentuale) guarda su Internet<sup>15</sup>.

Disaggregando gli elementi inclusi nella categoria combinata di "Internet", circa tre su dieci (31 %, + 1 pp) menzionano i siti web di informazioni, mentre quasi due su dieci (19 %, + 1 pp) vanno sui social network online. Meno di uno su cinque (17 %, nessun cambiamento) visita siti web istituzionali e ufficiali per cercare informazioni sull'UE, sulle sue politiche e sulle sue istituzioni, mentre solo il 3 % (nessun cambiamento) si basa sui blog.

Quasi tre su dieci (29 %, nessun cambiamento) dicono di cercare questo tipo di informazioni avendo discussioni con amici, parenti o colleghi. Altre fonti sono menzionate da una persona su venti o meno: libri, opuscoli e opuscoli informativi (5 %, nessun cambiamento), conferenze (online), conferenze e incontri (4 %, nessun cambiamento) e telefono (1 %, nessun cambiamento).

Più di uno su dieci (13 %, + 1 punto percentuale) dichiara spontaneamente di non cercare mai questo tipo di informazioni o di non essere interessato alle informazioni sull'UE<sup>16</sup>.

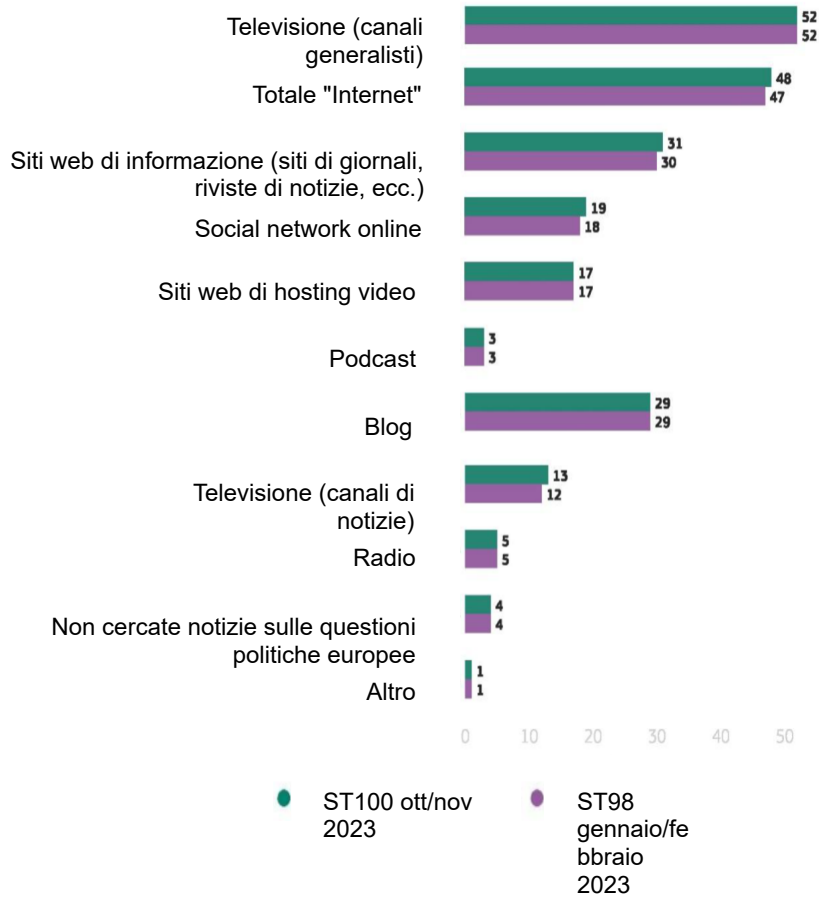
---

15 Il totale "The Internet" combina i punteggi per gli elementi: Siti web di informazione (siti di giornali, riviste di notizie, siti web di video hosting ecc.), social network online, siti istituzionali e ufficiali (siti governativi ecc.) e blog.

16 QE5. Quando cerchi informazioni sull'UE, sulle sue politiche e sulle sue istituzioni, quale delle seguenti fonti utilizza? (RISPOSTE MULTIPLE POSSIBILI)

Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

QE5. Quando cerchi informazioni sull'UE, sulle sue politiche, sulle sue istituzioni, quali delle seguenti fonti utilizzi? (RISPOSTE MULTIPLE POSSIBILI) (UE27)(%)



In tutti gli Stati membri dell'UE, la fonte più menzionata quando si cercano informazioni sull'UE è Internet o i media tradizionali. Internet è il più alto in 16 paesi, mentre i media tradizionali sono la fonte più frequentemente menzionata in dieci paesi. In Lussemburgo, queste due fonti si collocano al livello più alto.

I media tradizionali (televisione, radio, stampa scritta) sono menzionati da quasi sei su dieci o più in Lussemburgo (63 %), in Germania (60 %) e in Danimarca e in Italia (entrambi 59 %). Ciò è paragonato al 36 % a Malta ed Estonia e al 38 % in Cechia e Lettonia che danno questa risposta. I media tradizionali sono una delle tre fonti più citate in tutti gli Stati membri dell'UE.

Internet<sup>17</sup> è menzionato più frequentemente nei Paesi Bassi (76 %), in Svezia (74 %) e in Finlandia (73 %). All'altro capo della scala, il 27 % in Romania e il 31 % in Portogallo cercano informazioni sull'UE su Internet. Internet è una delle tre fonti più citate in ogni paese.

I siti web di informazione sono la seconda o la terza fonte più classificata in 19 paesi. Sono i più citati in Svezia (53 %), Finlandia (48 %) e Paesi Bassi (45 %). Al contrario, sono meno citati in Romania (12 %) e in Bulgaria e Portogallo (entrambi 18 %).

Più di quattro su dieci in Romania (43 %), Grecia e Slovacchia (entrambi 42 %) e Germania (41 %) affermano di avere discussioni con parenti, amici o colleghi quando cercano informazioni sull'UE. All'estremità opposta della scala, meno di uno su cinque lo menziona in Estonia, Francia e Irlanda (tutti il 18 %) e in Spagna (19 %). Si tratta della seconda o terza fonte più menzionata in sette paesi.

I social network online sono selezionati tra le fonti di informazione preferite sull'UE da oltre un terzo a Cipro (37 %) e in Lettonia e Malta (entrambe il 34 %). Per contro, il 14 % in Slovenia e Portogallo e il 16 % in Francia, Ungheria, Polonia e Romania li citano. I social network online sono la terza fonte più menzionata a Cipro e, insieme ai siti di informazione, l'Estonia.

I siti web istituzionali e ufficiali sono la terza fonte più frequentemente menzionata dai rispondenti nei Paesi Bassi (50 %). Anche quelli in Finlandia e Svezia (entrambi il 43 %) sono tra i più propensi a fare affidamento su di essi per informazioni sull'UE. All'altra estremità dello spettro, meno di uno su dieci menziona questi siti web in Portogallo (7 %) e in Bulgaria, Ungheria e Romania (tutti l'8 %).

Almeno uno su dieci in Lussemburgo e Svezia (entrambi l'11 %) e in Danimarca e Germania (entrambi il 10 %) dichiara di voler cercare informazioni sull'UE in libri, opuscoli e opuscoli informativi.

Solo a Cipro (10 %) almeno uno su dieci partecipa a conferenze, colloqui o riunioni online, mentre il 17 % in Grecia si affida ai blog e meno di uno su venti in tutti i paesi menziona il telefono.

Infine, almeno uno su dieci su 22 Stati membri dell'UE dichiara di non cercare mai tali informazioni o di non essere interessato, in particolare in Estonia e Portogallo (entrambi 27 %) e in Lituania e Spagna (entrambi 22 %).

L'analisi socio-demografica mostra che gli uomini hanno maggiori probabilità rispetto alle donne di utilizzare Internet quando cercano informazioni sull'UE (52 % vs 45 %), e in particolare di utilizzare siti web di informazione (34 % vs 27 %) e siti web istituzionali e ufficiali (18 % vs 15 %).

Più anziani sono gli intervistati, più è probabile che menzionino i media tradizionali (televisione, radio o stampa scritta) (65 % di quelli di età pari o superiore a 55 anni, rispetto al 32 % di quelli di età compresa tra i 15 e i 24 anni), mentre il contrario vale per Internet (68 % di quelli di età compresa tra 15-24 anni, rispetto al 31 % di quelli di età pari o superiore a 55 anni), e in particolare per i social network online (39 % vs 9 %) e per i siti istituzionali e ufficiali (23 % vs 11 %).

---

17 Il totale "The Internet" combina i punteggi per gli elementi: Siti web di informazione (siti di giornali, riviste di notizie, siti web di video hosting ecc.), social network online, siti istituzionali e ufficiali (siti governativi ecc.) e blog.

Più a lungo un rispondente rimane nell'istruzione a tempo pieno, più è probabile che cerchi informazioni sull'UE su Internet (il 63 % di coloro che hanno terminato i 20 anni o più, rispetto al 18 % di coloro che hanno terminato i 15 anni o più). Ciò è più evidente quando si tratta di siti di informazione, con più di quattro su dieci (43 %) di coloro che hanno completato gli studi di età pari o superiore a 20 anni, rispetto a circa uno su dieci (11 %) di coloro che hanno lasciato l'età di 15 o più anni. Il modello inverso si applica ai media tradizionali (televisione, radio o stampa scritta) (62 % di coloro che hanno terminato l'istruzione di 15 anni o più giovani, rispetto al 52 % di coloro che hanno terminato i 20 anni o più).

I lavoratori autonomi (55 %) e le persone domestiche (54 %) hanno maggiori probabilità di affidarsi alla televisione, alla radio o alla stampa scritta, in particolare in relazione ai disoccupati (40 %). I gestori sono i più propensi a utilizzare Internet (69 %), in particolare i siti di informazione (47 %) e i siti web istituzionali e ufficiali (29 %), mentre i social network online sono più diffusi tra i disoccupati (25 %). I rispondenti che non hanno mai o quasi mai difficoltà a pagare le bollette sono più probabili di coloro che hanno difficoltà la maggior parte del tempo a cercare informazioni sull'UE sia sui media tradizionali (televisione, radio, stampa scritta) (53 % vs 46 %) che sulle fonti Internet (51 % vs 41 %). Tra questi ultimi, il divario è il più ampio quando si tratta di siti web di informazione (34 % vs 23 %).

Gli intervistati che si considerano appartenenti alla classe media superiore o superiore della società hanno maggiori probabilità rispetto a quelli che si considerano appartenenti alla classe operaia di utilizzare Internet quando cercano informazioni sull'UE (69-71 % vs 35 %). Le differenze sono più notevoli in relazione ai siti di informazione (46-48 % vs 22 %) e ai siti istituzionali e ufficiali (29-34 % vs 9 %).



## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

QE5 Quando cerchi informazioni sull'UE, sulle sue politiche e sulle sue istituzioni, quale delle seguenti fonti utilizza? (RISPOSTE MULTIPLE POSSIBILI) (% — UE)

	Televisione (canali generalisti)	Totale "Internet "	Televisione (canali di notizie)	Siti web di informazione (siti di giornali, riviste di notizie, ecc.)	Radio	Social network online	La stampa scritta	Non cercate notizie sulle questioni politiche europee	Podcast	Siti web di hosting video	Blog	Altro	Non so
UE27	52	48	31	29	19	17	13	5	4	3	1	0	1
<b>Sesso</b>													
Uomo	52	52	34	28	19	18	12	5	5	3	1	0	1
Donna	53	45	27	29	19	15	14	5	4	3	1	0	1
<b>Età</b>													
15-24	32	68	39	30	39	23	14	5	6	5	2	0	0
25-39	42	62	40	29	26	22	11	5	5	4	2	0	1
40-54	51	54	34	29	20	19	12	4	5	4	1	0	1
55 +	65	31	21	28	9	11	14	5	3	1	1	0	1
<b>Istruzione (fine)</b>													
15—	62	18	11	26	8	3	22	2	2	1	0	0	1
16-19	55	42	25	29	18	12	14	4	4	3	1	0	1
20+	52	63	43	29	19	25	8	7	5	4	1	0	1
Ancora studiando	32	71	43	30	38	28	12	7	7	5	3	0	0
<b>Categoria socio-professionale</b>													
Lavoratore autonomo	55	59	39	32	22	20	9	7	7	5	1	0	1
Dirigenti	51	69	47	31	20	29	6	8	6	4	1	0	1
Altri collari bianchi	51	56	34	30	22	19	9	4	6	4	1	0	1
Lavoratori manuali	49	48	29	27	21	13	14	3	3	3	1	0	1
Persone della casa	54	31	20	28	14	9	24	2	3	1	1	0	0
Disoccupato	40	48	26	22	25	14	22	3	2	3	1	0	1
Pensionato	67	26	17	27	6	9	15	6	2	1	1	0	1
Studenti	32	71	43	30	38	28	12	7	7	5	3	0	0
<b>Difficoltà a pagare le bollette</b>													
La maggior parte del tempo	46	41	23	28	20	10	21	4	4	3	1	0	1
Di tanto in tanto	52	44	25	30	21	14	14	4	5	4	1	0	1
Quasi mai/mai	53	51	34	28	18	19	11	6	4	2	1	0	1
<b>Considerare l'appartenenza a</b>													
La classe operaia	49	35	22	24	15	9	23	2	2	2	1	0	2
La classe media inferiore	52	43	24	29	20	12	14	5	4	3	1	0	1
La classe media	54	53	34	30	20	19	9	6	5	3	1	0	1
La classe media superiore	52	69	46	31	22	34	5	9	8	5	1	0	0
La classe superiore	53	71	48	35	25	29	2	8	9	8	1	0	2
<b>Immagine dell'UE</b>													
Positivo	57	56	36	32	21	20	8	6	5	3	1	0	0
Neutrale	50	43	26	27	17	14	16	4	4	3	1	0	1
Negativo	47	44	26	26	20	14	17	4	4	3	1	0	1

## IV. Opinioni sul pluralismo e l'indipendenza dei media nazionali



## 1. Pluralismo nei media nazionali

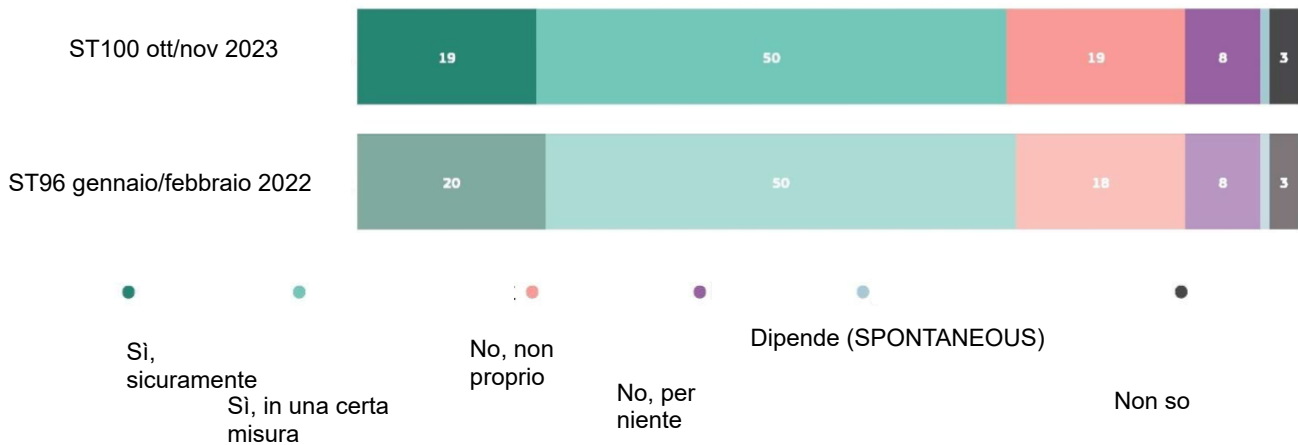
La stragrande maggioranza pensa che i loro media nazionali forniscano una diversità di opinioni e opinioni.

Quasi sette intervistati su dieci (69 %, -1 punto percentuale dall'inverno 2021-2022) affermano che i loro media nazionali offrono una diversità di opinioni e opinioni, con quasi uno su cinque (19 %, -1 punti percentuali) che pensano che questo sia "definitamente" il caso. Al contrario, più di un quarto (27 %, + 1 pp) dà una risposta negativa, tra cui meno di uno su dieci (8 %, nessun cambiamento) che dice "no, non affatto", e il 3 % (nessun cambiamento) dice di non sapere<sup>18</sup>.

Questi dati sono rimasti stabili dall'ultima volta che questa domanda è stata posta nell'inverno 2021-2022 (EB96).

QE7. Per ciascuna delle seguenti dichiarazioni, si prega di indicare in che misura corrisponde o meno alla situazione dei media (NATIONALITY) (UE27) (%)

I media (nazionalità) offrono una diversità di opinioni e opinioni

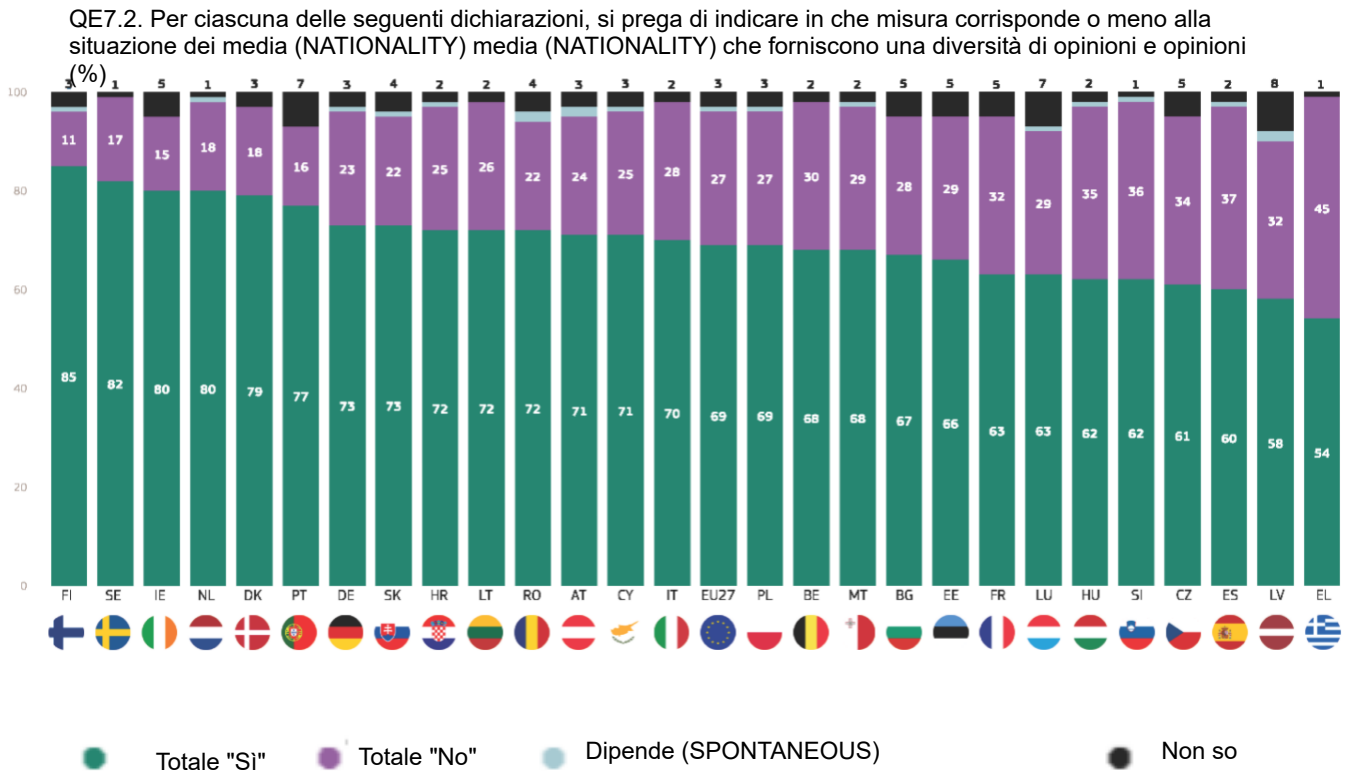


<sup>18</sup> QE7. Per ciascuna delle seguenti affermazioni, si prega di indicare in che misura corrisponde o meno alla situazione dei media (NATIONALITY). 2) (NAZIONALITÀ) i media forniscono una diversità di opinioni e opinioni.

Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

La maggioranza assoluta in tutti gli Stati membri dell'UE ritiene che i loro media nazionali forniscano una diversità di opinioni e opinioni. Questa percentuale varia da almeno otto su dieci in Finlandia (85 %), Svezia (82 %) e Irlanda e Paesi Bassi (entrambi 80 %), a sei su dieci o meno in Grecia (54 %), Lettonia (58 %) e Spagna (60 %).

In 14 paesi, gli intervistati sono più propensi rispetto all'inverno 2021-2022 a pensare che i loro media nazionali forniscano una diversità di opinioni e opinioni, in particolare in Polonia (69 %, + 8 punti percentuali), Slovacchia (73 %, + 7 punti percentuali) e Slovenia (62 %, + 7 punti percentuali). Questa percentuale di intervistati è diminuita in 12 paesi, con le maggiori diminuzioni osservate in Estonia (66 %, -13 punti percentuali), Cechia (61 %, -13 punti percentuali) e Germania (73 %, -7 punti percentuali). Non ci sono stati cambiamenti in Austria (71 %).



## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

QE7.2 Per ciascuna delle seguenti affermazioni, si prega di indicare in che misura corrisponde o meno alla situazione dei media (NATIONALITY) media (NATIONALITY) che forniscono una diversità di opinioni e opinioni (%)

		UE27	PL	SI	SK	SE	VAL EA DIR E	EL	LV	MT	ES	HR	LT	SII	BG	FI	IN	FR	ES SO	LU	HU	PT	CY	NL	DK	RO	DE	CZ	EE	
Sì, sicuramente	Ottobre/novembre 2023		19	17	16	17	28	19	12	12	16	13	17	16	12	20	33	29	16	15	13	17	15	21	29	28	27	21	17	14
	Δ maggio/giugno 2023	▼1	4	3	2	4	▼4	▼2	1	3	▼1	=	=	▼1	▼1	3	2	1	▼2	3	=	▼5	2	=	=	=	▼9	▼4	▼13	
Sì, in una certa misura	Ottobre/novembre 2023		50	52	46	56	54	61	42	46	52	47	55	56	56	47	52	42	47	55	50	45	62	50	51	51	45	52	44	52
	Δ maggio/giugno 2023	=	4	4	5	2	9	5	2	=	3	2	2	2	2	▼2	▼2	▼2	1	▼4	▼1	4	▼4	▼2	▼4	▼5	2	▼9	=	
No, non proprio	Ottobre/novembre 2023		19	18	22	14	14	12	30	23	23	22	20	21	24	16	9	15	23	20	25	22	15	18	14	13	17	18	23	20
	Δ maggio/giugno 2023	1	▼2	▼2	▼2	▼1	▼3	=	▼5	1	▼1	▼2	=	▼1	=	▼3	▼1	=	2	▼1	=	2	=	3	=	6	6	2	3	
No, per niente	Ottobre/novembre 2023		8	9	14	8	3	3	15	9	6	15	5	5	6	12	2	9	9	8	4	13	1	7	4	5	5	5	11	9
	Δ maggio/giugno 2023	=	▼5	▼3	▼3	▼4	▼3	▼3	▼3	▼2	1	▼2	=	=	2	▼1	=	1	1	▼3	1	▼1	4	▼2	2	=	▼1	6	5	
Dipende (SPONTANEOUS)	Ottobre/novembre 2023		1	1	1	1	0	0	0	2	1	1	1	0	0	0	1	2	0	0	1	1	0	1	1	0	2	1	0	0
	Δ maggio/giugno 2023	=	=	=	▼1	▼1	=	=	2	▼1	=	1	▼1	▼1	▼1	1	=	=	▼1	1	=	▼1	=	1	=	1	1	=	=	
Non so	Ottobre/novembre 2023		3	3	1	4	1	5	1	8	2	2	2	2	2	5	3	3	5	2	7	2	7	3	1	3	4	3	5	5
	Δ maggio/giugno 2023	=	▼1	▼2	▼1	=	1	=	3	▼1	▼2	1	▼1	1	▼2	2	1	=	▼1	4	=	1	▼2	=	2	▼2	1	5	5	
Totale "Sì"	Ottobre/novembre 2023		69	69	62	73	82	80	54	58	68	60	72	72	68	67	85	71	63	70	63	62	77	71	80	79	72	73	61	66
	Δ maggio/giugno 2023	▼1	8	7	7	6	5	3	3	3	2	2	2	1	1	1	=	▼1	▼1	▼1	▼1	▼1	▼1	▼2	▼2	▼4	▼5	▼7	▼13	▼13
Totale "No"	Ottobre/novembre 2023		27	27	36	22	17	15	45	32	29	37	25	26	30	28	11	24	32	28	29	35	16	25	18	18	22	23	34	29
	Δ maggio/giugno 2023	1	▼7	▼5	▼5	▼5	▼6	▼3	▼8	▼1	=	▼4	=	▼1	2	▼4	▼1	1	3	▼4	1	1	4	1	2	6	5	8	8	

## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

L'analisi socio-demografica non rivela differenze significative in termini di genere nelle proporzioni che pensano che i loro media nazionali forniscano una diversità di opinioni e opinioni. Tuttavia, si possono ancora osservare quanto segue:

Gli intervistati più anziani di età pari o superiore a 55 anni (71 %) sono i più propensi a sostenere questo punto di vista, soprattutto rispetto a quelli di età compresa tra i 15 e i 39 anni (65 %).

Coloro che hanno terminato l'istruzione a tempo pieno di età pari o superiore a 20 anni (71 %) sono leggermente più propensi rispetto a coloro che hanno lasciato 15 anni o più (67 %) a pensare che i loro media nazionali forniscano una diversità di opinioni e opinioni.

I dirigenti (73 %) sono i più propensi a dare questa risposta, in particolare rispetto ai disoccupati (55 %).

Meno difficoltà finanziarie hanno gli intervistati, più è probabile che dicano che i loro media nazionali offrono una diversità di opinioni e opinioni. Ad esempio, il 71 % di coloro che non hanno mai o quasi mai difficoltà a pagare le bollette lo dicono, rispetto al 60 % di coloro che hanno difficoltà a farlo la maggior parte delle volte.

QE7.2 Per ciascuna delle seguenti affermazioni, si prega di indicare in che misura corrisponde o meno alla situazione dei media (NATIONALITY): I media (nazionalità) forniscono una diversità di opinioni e opinioni (% — UE)

	Totale "Sì"	Totale "No"	Non so
UE27	69	27	3
<b>Sesso</b>			
Uomo	69	28	3
Donna	69	27	3
<b>Età</b>			
15-24	65	30	4
25-39	65	31	3
40-54	69	29	2
55 +	71	24	4
<b>Istruzione (fine)</b>			
15—	67	26	6
16-19	68	29	3
20+	71	28	1
Ancora studiando	68	27	4
<b>Categoria socio-professionale</b>			
Lavoratore autonomo	71	27	2
Dirigenti	73	26	1
Altri collari bianchi	67	29	3
Lavoratori manuali	68	29	3
Persone della casa	68	25	7
Disoccupato	55	40	3
Pensionato	71	24	4
Studenti	68	27	4
<b>Difficoltà a pagare le bollette</b>			
La maggior parte del tempo	60	35	4
Di tanto in tanto	67	30	3
Quasi mai/mai	71	26	3
<b>Considerare l'appartenenza a</b>			
La classe operaia	64	29	6
La classe media inferiore	67	30	3
La classe media	71	26	2
La classe media superiore	75	24	1
La classe superiore	69	28	2

Immagine dell'UE			
Positivo	78	20	2
Neutrale	67	28	4
Negativo	50	46	3

## 2. Indipendenza dei media nazionali

La maggioranza pensa che i media nazionali non forniscano informazioni libere da pressioni commerciali o politiche.

Più di quattro intervistati su dieci (45 %) affermano che i loro media nazionali forniscono informazioni libere da pressioni politiche o commerciali, tra cui uno su dieci che ritiene che questo sia "definitamente" il caso. Tuttavia, poco meno della metà (49 %) pensa che le informazioni fornite dai media nazionali non siano libere da questo tipo di pressione, con quasi uno su cinque (18 %) che afferma che questo "non è affatto" il caso. Uno su venti dice che non lo sanno<sup>19</sup>.

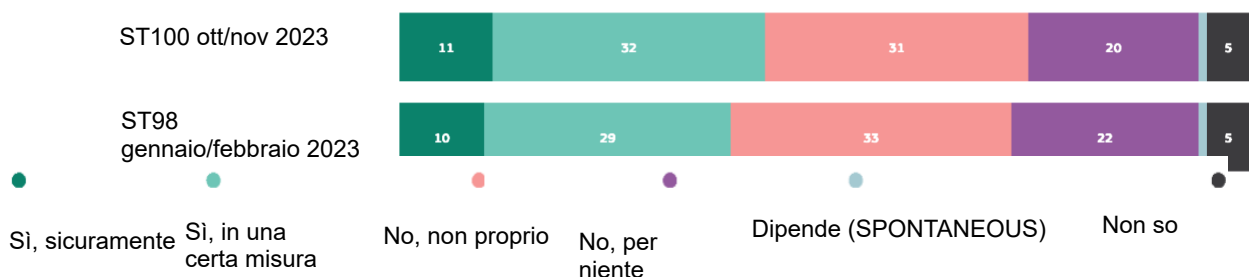
Dopo un aumento di cinque punti percentuali tra l'inverno 2021-2022 e l'inverno 2022-2023, la percentuale di intervistati che ritengono che i loro media nazionali forniscano informazioni esenti da pressioni politiche o commerciali è diminuita di tre punti percentuali nell'attuale indagine. Al contrario, la percentuale di coloro che pensano il contrario è aumentata di tre punti percentuali.

OE7. Per ciascuna delle seguenti dichiarazioni, si prega di indicare in che misura corrisponde o meno alla situazione dei media (NATIONALITY) (UE27) (%)

I media (nazionali) forniscono informazioni libere da pressioni politiche o commerciali



I media di servizio pubblico sono liberi da pressioni politiche



<sup>19</sup> QE7. Per ciascuna delle seguenti affermazioni, si prega di indicare in che misura corrisponde o meno alla situazione dei media (NATIONALITY). 3) (NAZIONALITÀ) i media forniscono informazioni libere da pressioni politiche o commerciali.

## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

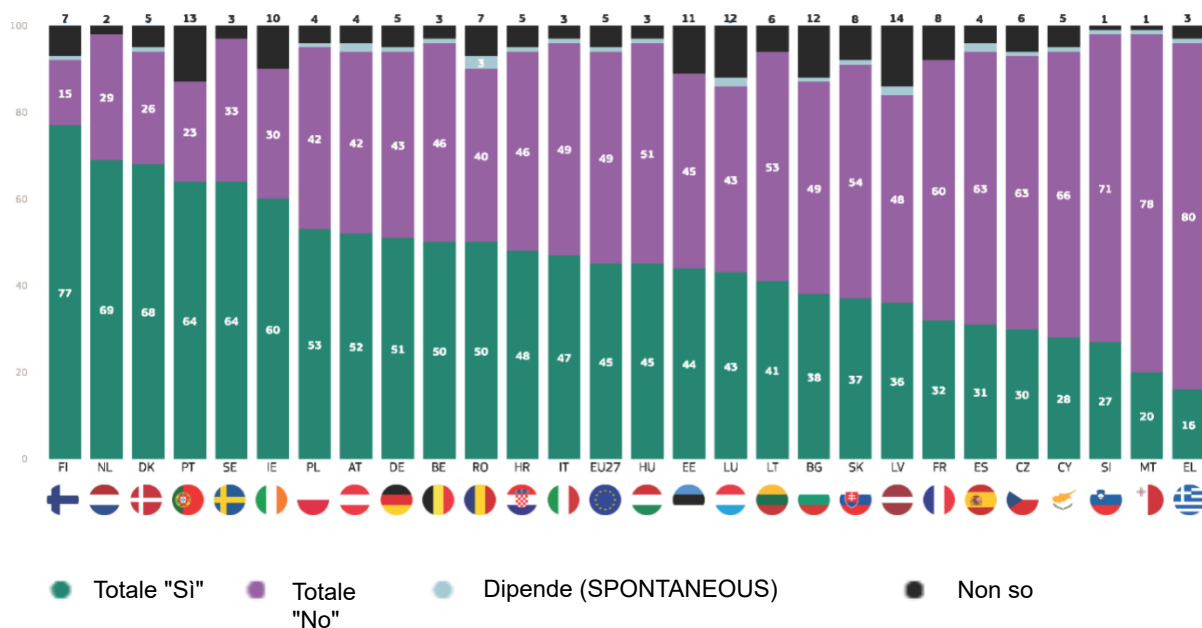
In 12 Stati membri dell'UE, la maggioranza degli intervistati ritiene che i media del loro paese forniscano informazioni esenti da pressioni politiche o commerciali (rispetto ai 14 dell'inverno 2022-2023), in particolare in Finlandia (77 %), nei Paesi Bassi (69 %) e in Danimarca (68 %).

Questo è il punto di vista minoritario in 14 paesi, con gli intervistati in Grecia (16 %), Malta (20 %) e Slovenia (27 %) che hanno meno probabilità di dare una risposta positiva. I pareri sono divisi in Lussemburgo (43 % "sì" contro 43 % "no").

Dall'inverno 2022-2023, gli intervistati in 21 dei 27 Stati membri dell'UE sono ora meno propensi a pensare che i loro media nazionali forniscano informazioni esenti da pressioni politiche o commerciali. Riduzioni di almeno dieci punti percentuali si riscontrano a Malta (20 %, -20 punti percentuali), Lussemburgo (43 %, -14 punti percentuali), Cipro (28 %, -12 punti percentuali), Belgio (50 %, -10 punti percentuali) e Lettonia (36 %, -10 punti percentuali). Tale percentuale è aumentata di 12 punti percentuali in Polonia (53 %) e di tre punti percentuali in Croazia (48 %) e Slovacchia (37 %), mentre in Portogallo si è registrato un lieve aumento (64 %, + 1 punto percentuale). Tale dato è rimasto invariato in Ungheria (45 %) e Lituania (41 %).

L'opinione che i media nazionali forniscano informazioni libere da pressioni politiche o commerciali è diventata la posizione di maggioranza in Croazia e Polonia. Per contro, questo è il punto di vista minoritario in Estonia, Italia e Lettonia, mentre l'opinione si è divisa in Lussemburgo.

QE7.3. Per ciascuna delle seguenti dichiarazioni, si prega di indicare in che misura corrisponde o meno alla situazione dei media (NATIONALITY) media (NATIONALITY) che forniscono informazioni esenti da pressioni politiche o commerciali (%)





## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

QE7.3 Per ciascuna delle seguenti affermazioni, si prega di indicare in che misura corrisponde o meno alla situazione dei media (NATIONALITY) media (NATIONALITY) che forniscono informazioni esenti da pressioni politiche o commerciali (%)

		UE27	PL	HR	SK	PT	LT	HU	BG	DE	FR	RO	CZ	DK	NL	IN	SE	EE	EL	ES	SI	FI	VA LE A DIR E	ES	SII	LV	CY	LU	MT	
Totale "Sì"	Ottobre/ novembre 2023	10	14	11	6	9	6	12	9	8	6	14	4	19	19	14	15	8	4	13	5	26	15	5	10	7	5	9	5	
	Δ maggio/gi ugno 2023	1	3	2	=	1	=	6	1	1	3	2	▼1	▼6	1	4	▼5	1	1	3	▼1	▼5	▼3	▼2	▼2	▼2	=	=	▼20	
Totale "No"	Ottobre/ novembre 2023	35	39	37	31	55	35	33	29	43	26	36	26	49	50	38	49	36	12	34	22	51	45	26	40	29	23	34	15	
	Δ maggio/gi ugno 2023	▼4	9	1	3	=	=	▼6	▼2	▼2	▼4	▼4	▼2	3	▼4	▼7	2	▼6	▼6	▼8	▼4	=	▼5	▼7	▼8	▼8	▼12	▼14	=	
Sì, sicuramente	Ottobre/ novembre 2023	31	28	31	34	18	37	27	28	31	38	27	36	19	22	26	24	29	36	32	37	12	22	31	35	32	34	36	32	
	Δ maggio/gi ugno 2023	1	▼8	▼1	6	5	1	▼1	1	2	2	=	▼1	2	4	3	3	4	▼4	1	4	2	5	=	6	=	4	11	6	
Sì, in una certa misura	Ottobre/ novembre 2023	18	14	15	20	5	16	24	21	12	22	13	27	7	7	16	9	16	44	17	34	3	8	32	11	16	32	7	46	
	Δ maggio/gi ugno 2023	2	▼2	▼4	▼9	▼1	▼2	=	▼1	▼1	1	=	1	=	=	▼1	▼2	1	6	5	5	=	=	7	3	6	8	2	13	
No, non proprio	Ottobre/ novembre 2023	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	3	1	1	0	2	0	0	1	1	1	1	1	0	2	1	2	1	2	1
	Δ maggio/gi ugno 2023	=	▼2	=	=	▼1	=	1	▼1	=	▼1	2	=	1	▼1	1	=	▼1	1	=	▼1	=	▼1	2	=	1	1	1	1	
No, per niente	Ottobre/ novembre 2023	5	4	5	8	13	6	3	12	5	8	7	6	5	2	4	3	11	3	3	1	7	10	4	3	14	5	12	1	
	Δ maggio/gi ugno 2023	=	=	2	=	▼4	1	=	2	=	▼1	=	3	=	=	2	1	2	▼1	▼3	3	4	=	1	3	▼1	=	=		
Dipende (SPONTANEO US)	Ottobre/ novembre 2023	45	53	48	37	64	41	45	38	51	32	50	30	68	69	52	64	44	16	47	27	77	60	31	50	36	28	43	20	
	Δ maggio/gi ugno 2023	▼3	12	3	3	1	=	=	▼1	▼1	▼1	▼2	▼3	▼3	▼3	▼3	▼3	▼5	▼5	▼5	▼5	▼5	▼5	▼8	▼9	▼10	▼10	▼12	▼14	▼20
Non so	Ottobre/ novembre 2023	49	42	46	54	23	53	51	49	43	60	40	63	26	29	42	33	45	80	49	71	15	30	63	46	48	66	43	78	
	Δ maggio/gi ugno 2023	3	▼10	▼5	▼3	4	▼1	▼1	=	1	3	=	=	2	4	2	1	5	2	6	9	2	5	7	9	6	12	13	19	

Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

I dati socio-demografici mostrano che, sebbene i risultati siano coerenti per genere ed età, ci sono chiare differenze in termini di istruzione. Gli intervistati che hanno completato la loro istruzione a tempo pieno di età pari o superiore a 20 anni (47 %) hanno più probabilità di coloro che hanno terminato i 15 anni o più giovani (40 %) di pensare che i loro media nazionali forniscano informazioni libere da pressioni politiche o commerciali.

La maggioranza dei dirigenti (52 %) afferma che i media nazionali forniscono informazioni libere da pressioni politiche o commerciali, mentre circa un terzo (34 %) lo fa tra i disoccupati. Gli intervistati che hanno difficoltà a pagare le bollette la maggior parte del tempo (37 %) hanno meno probabilità di dare questa risposta rispetto a coloro che hanno difficoltà di tanto in tanto o meno spesso (45-47 %). Allo stesso modo, coloro che si considerano appartenenti alla classe operaia (37 %) hanno meno probabilità di dirlo rispetto a coloro che si considerano appartenenti alla classe media (49 %), alla classe media superiore (55 %) o alla classe superiore (48 %).

QE7.3 Per ciascuna delle seguenti affermazioni, si prega di indicare in che misura corrisponde o meno alla situazione dei media (NATIONALITY): I media (nazionali) forniscono informazioni esenti da pressioni politiche o commerciali (% — UE)

	Totale "Sì"	Totale "No"	Non so
UE27	45	49	5
<b>Sesso</b>			
Uomo	46	49	4
Donna	45	48	6
<b>Età</b>			
15-24	46	44	8
25-39	46	48	5
40-54	46	49	4
55 +	44	49	6
<b>Istruzione (fine)</b>			
15—	40	49	9
16-19	44	50	5
20+	47	49	3
Ancora studiando	49	42	7
<b>Categoria socio-professionale</b>			
Lavoratore autonomo	43	54	3
Dirigenti	52	45	2
Altri collari bianchi	46	49	4
Lavoratori manuali	46	48	5
Persone della casa	44	46	9
Disoccupato	34	58	7
Pensionato	44	49	6
Studenti	49	42	7
<b>Difficoltà a pagare le bollette</b>			
La maggior parte del tempo	37	55	6
Di tanto in tanto	45	48	6
Quasi mai/mai	47	47	5
<b>Considerare l'appartenenza a</b>			
La classe operaia	37	52	9
La classe media inferiore	43	51	5
La classe media	49	47	3
La classe media superiore	55	43	2
La classe superiore	48	43	8
<b>Immagine dell'UE</b>			

Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

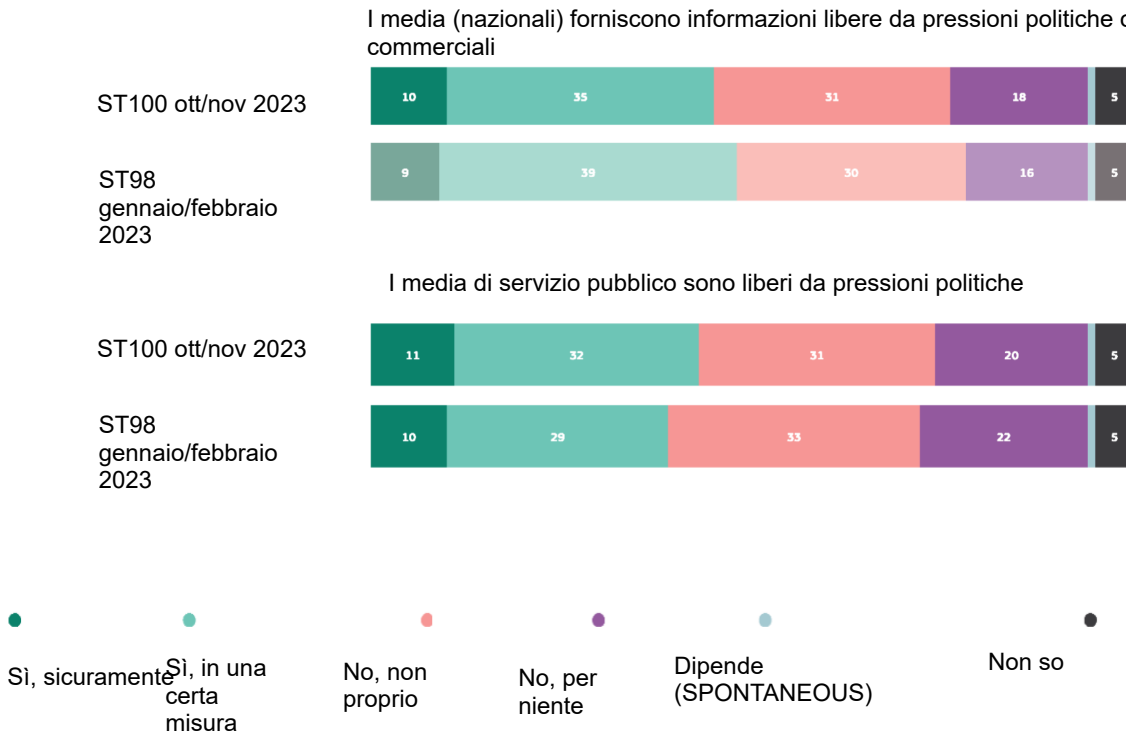
Positivo	55	40	4
Neutrale	43	49	6
Negativo	29	66	4

Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

La maggioranza afferma che i media nazionali di servizio pubblico non sono liberi da pressioni politiche.

Più di quattro intervistati su dieci (43 %, + 4 punti percentuali dall'inverno 2021-2022) affermano che i loro media nazionali di servizio pubblico sono liberi da pressioni politiche, con circa uno su dieci (11 %, + 1 punto percentuale) che pensano che questo sia "definitamente" il caso. Tuttavia, la maggioranza (51 %, -4 pp) pensa il contrario, compreso uno su cinque (-2 pp) che dicono che i media nazionali di servizio pubblico "non sono affatto" liberi da pressioni politiche. Uno su venti (nessun cambiamento) dice che non lo sanno<sup>20</sup>.

QE7. Per ciascuna delle seguenti dichiarazioni, si prega di indicare in che misura corrisponde o meno alla situazione dei media (NATIONALITY) (UE27) (%)

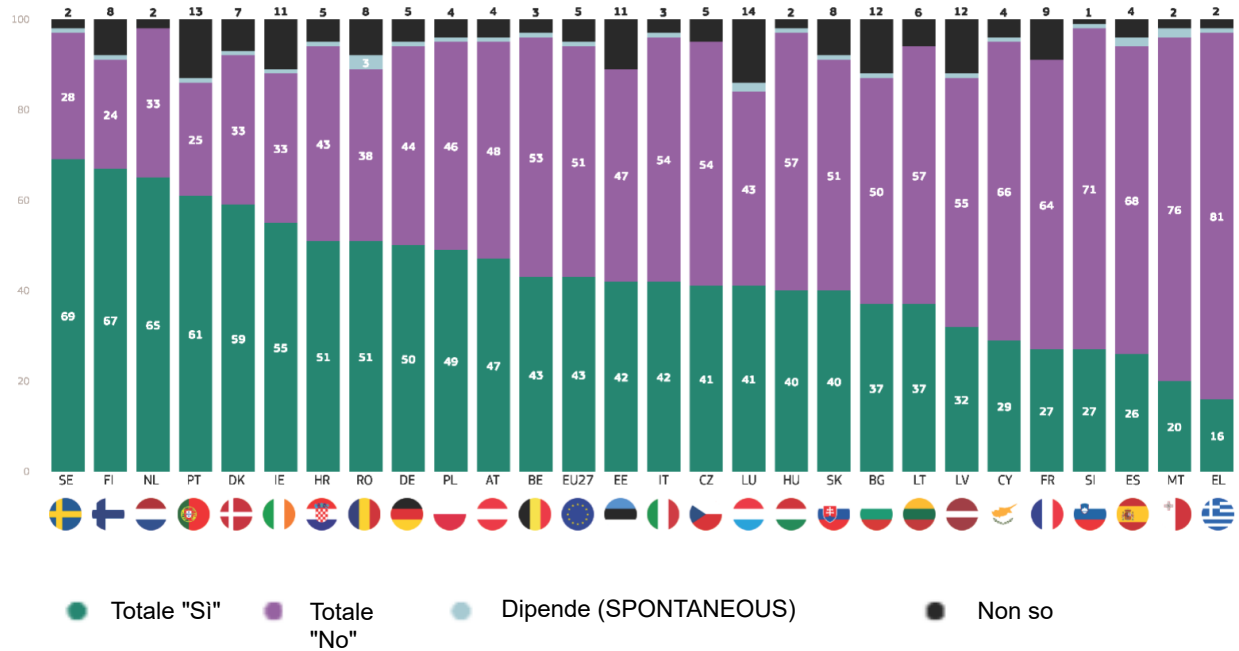


<sup>20</sup> QE7. Per ciascuna delle seguenti affermazioni, si prega di indicare in che misura corrisponde o meno alla situazione dei media (NATIONALITY). 4) (NAZIONALITÀ) i media di servizio pubblico sono liberi da pressioni politiche.

Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

In dieci paesi, la maggioranza indica che i media nazionali di servizio pubblico sono liberi da pressioni politiche, in particolare in Svezia (69 %), Finlandia (67 %) e Paesi Bassi (65 %). Al contrario, una minoranza pensa così nei restanti 17 Stati membri dell'UE, con le percentuali più basse osservate in Grecia (16 %), Malta (20 %) e Spagna (26 %).

QE7.4. Per ciascuna delle seguenti dichiarazioni, si prega di indicare in che misura corrisponde o meno alla situazione dei media (NATIONALITY):-(NATIONALITY) i media di servizio pubblico sono esenti da pressioni politiche (%)



Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

In 18 Stati membri dell'UE la percentuale di intervistati che ritengono che i media nazionali di servizio pubblico siano esenti da pressioni politiche è aumentata dall'inverno 2021-2022, con i maggiori aumenti registrati in Polonia (49 %, + 15 punti percentuali), Svezia (69 %, + 9 punti percentuali) e Bulgaria (37 %, + 9 punti percentuali). In otto paesi, gli intervistati hanno meno probabilità di dare questa risposta rispetto all'inverno 2021-2022. Ciò vale in particolare per gli intervistati in Estonia (42 %, -21 punti percentuali) e per quelli in Danimarca (59 %, -9 punti percentuali) e Lussemburgo (41 %, -9 punti percentuali). Non c'è stato alcun cambiamento a Malta (20 %)

L'opinione secondo cui i media nazionali del servizio pubblico sono liberi da pressioni politiche è ora la posizione di maggioranza in Croazia e Polonia. Al contrario, questo è il punto di vista minoritario in Estonia e Lussemburgo.

QE7.4 Per ciascuna delle seguenti dichiarazioni, si prega di indicare in che misura corrisponde o meno alla situazione dei media di servizio pubblico (NATIONALITY) i media di servizio pubblico sono esenti da pressioni politiche (%)

		UE27	L	BG	SE	HR	CY	LV	LT	FR	NL	IN	ES	EL	ES SO	FI	SII	DE	VA LE A DIR E	HU	MT	PT	SK	SI	RO	CZ	DK	LU	EE
Totale "Sì"	Ottobre/ novembre 2023	11	15	9	29	12	6	7	5	4	23	13	4	3	10	22	11	10	13	10	5	8	9	8	14	16	16	9	9
	Δ maggio/giugn o 2023	1	5	4	3	▼2	3	2	=	=	=	2	=	1	=	3	3	▼2	▼2	1	1	▼3	=	=	▼1	=	▼2	1	▼13
Totale "No"	Ottobre/ novembre 2023	32	34	28	40	39	23	25	32	23	42	34	22	13	32	45	32	40	42	30	15	53	31	19	37	25	43	32	33
	Δ maggio/giugn o 2023	3	10	5	6	8	3	4	6	5	4	2	3	1	2	▼1	▼2	3	3	=	▼1	2	▼1	▼4	▼4	▼8	▼7	▼10	▼8
Sì, sicuramente	Ottobre/ novembre 2023	31	28	28	18	29	31	34	37	38	25	31	31	35	33	20	42	31	24	29	29	20	31	30	26	35	24	34	31
	Δ maggio/giugn o 2023	▼2	▼1	▼4	▼3	▼2	▼4	▼7	▼5	▼2	3	▼2	▼3	▼8	▼3	▼4	4	▼1	▼3	=	▼13	2	9	9	5	=	2	3	6
Sì, in una certa misura	Ottobre/ novembre 2023	20	18	22	10	14	35	21	20	26	8	17	37	46	21	4	11	13	9	28	47	5	20	41	12	19	9	9	16
	Δ maggio/giugn o 2023	▼2	▼14	=	▼6	▼4	=	▼6	=	▼4	▼5	▼3	1	6	3	▼3	▼6	=	▼2	▼1	13	▼4	▼5	=	1	3	2	▼4	4
No, non proprio	Ottobre/ novembre 2023	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	0	1	2	0
	Δ maggio/giugn o 2023	=	=	▼1	=	▼1	1	1	▼1	=	▼1	▼1	1	=	=	1	=	=	1	1	=	▼1	▼2	▼2	1	=	1	2	=
No, per niente	Ottobre/ novembre 2023	5	4	12	2	5	4	12	6	9	2	4	4	2	3	8	3	5	11	2	2	13	8	1	8	5	7	14	11
	Δ maggio/giugn o 2023	=	=	▼4	=	1	▼3	6	=	1	▼1	2	▼2	=	▼2	4	1	=	3	▼1	=	4	▼1	▼3	▼2	5	4	8	11
Dipende (SPONTAN EOUS)	Ottobre/ novembre 2023	43	49	37	69	51	29	32	37	27	65	47	26	16	42	67	43	50	55	40	20	61	40	27	51	41	59	41	42
	Δ maggio/giugn o 2023	4	15	9	9	6	6	6	6	5	4	4	3	2	2	2	1	1	1	1	=	▼1	▼1	▼4	▼5	▼8	▼9	▼9	▼21
Non so	Ottobre/ novembre 2023	51	46	50	28	43	66	55	57	64	33	48	68	81	54	24	53	44	33	57	76	25	51	71	38	54	33	43	47
	Δ maggio/giugn o 2023	▼4	▼15	▼4	▼9	▼6	▼4	▼13	▼5	▼6	▼2	▼5	▼2	▼2	=	▼7	▼2	▼1	▼5	▼1	=	▼2	4	9	6	3	4	▼1	10

## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

L'analisi socio-demografica non mostra differenze significative in termini di genere. In tutte le fasce di età, gli intervistati più anziani di età pari o superiore a 55 anni (40 %) hanno una probabilità leggermente inferiore rispetto ai loro omologhi più giovani (43-44 %) di pensare che i loro media nazionali di servizio pubblico siano esenti da pressioni politiche.

Leggermente più pronunciate sono le differenze per livello di istruzione, con il 44 % di coloro che hanno terminato l'istruzione a tempo pieno di età pari o superiore a 20 anni che affermano che i loro media nazionali di servizio pubblico sono liberi da pressioni politiche, rispetto al 38 % di coloro che hanno terminato l'istruzione di 15 anni o più.

In termini di categorie socio-professionali, la metà dei dirigenti ritiene che i media nazionali di servizio pubblico siano esenti da pressioni politiche, mentre tre su dieci lo fanno tra i disoccupati. Gli intervistati che non hanno mai o quasi mai difficoltà a pagare le bollette (44 %) sono i più propensi a sostenere questo punto di vista, in particolare rispetto a coloro che hanno difficoltà la maggior parte del tempo (34 %).

Analogamente, gli intervistati che si considerano appartenenti alla classe media superiore (53 %) o alla classe superiore (48 %) della società hanno maggiori probabilità di dare questa risposta, soprattutto rispetto a coloro che si considerano appartenenti alla classe operaia (35 %).

QE7.4 Per ciascuna delle seguenti affermazioni, si prega di indicare in che misura corrisponde o meno alla situazione dei media (NATIONALITY): I media di servizio pubblico (nazionalità) sono esenti da pressioni politiche (% — UE

	Totale "Sì"	Totale "No"	Non so
UE27	43	51	5
<b>Sesso</b>			
Uomo	42	53	4
Donna	43	50	6
<b>Età</b>			
15-24	44	48	7
25-39	44	51	4
40-54	43	52	4
55 +	40	53	6
<b>Istruzione (fine)</b>			
15—	38	51	9
16-19	41	53	5
20+	44	52	3
Ancora studiando	46	46	7
<b>Categoria socio-professionale</b>			
Lavoratore autonomo	42	54	3
Dirigenti	50	47	3
Altri collari bianchi	42	53	4
Lavoratori manuali	42	52	5
Persone della casa	42	47	9
Disoccupato	30	63	6
Pensionato	40	52	7
Studenti	46	46	7
<b>Difficoltà a pagare le bollette</b>			
La maggior parte del tempo	34	59	6
Di tanto in tanto	41	52	6
Quasi mai/mai	44	50	5
<b>Considerare l'appartenenza a</b>			
La classe operaia	35	54	9
La classe media inferiore	39	55	5
La classe media	45	50	4
La classe media superiore	53	44	2
La classe superiore	48	44	7
<b>Immagine dell'UE</b>			

## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

Positivo	52	43	4
Neutrale	39	53	7
Negativo	27	69	3

### V. Europei e fake news





Le grandi maggioranze concordano sul fatto che notizie o informazioni che sono false o travisano la realtà è un problema nel loro paese e per la democrazia in generale.

Agli intervistati è stato chiesto in che misura erano d'accordo o in disaccordo con quattro dichiarazioni su notizie o informazioni che travisano la realtà o addirittura sono false<sup>21</sup>. Nel complesso, i risultati sono rimasti stabili dall'inverno 2022-2023.

Circa otto su dieci (81 %, nessun cambiamento dall'inverno 2022-2023) concordano sul fatto che l'esistenza di notizie o informazioni che travisano la realtà o addirittura siano false è un problema per la democrazia in generale, con circa quattro su dieci che "sono totalmente d'accordo" (38 %, nessun cambiamento). Più di uno su dieci (13 %, -1 punto percentuale) non è d'accordo.

Più di tre quarti (77 %, + 1 pp) concordano sul fatto che l'esistenza di notizie o informazioni che travisano la realtà o addirittura siano false è un problema nel loro paese, tra cui circa tre su dieci (31 %, -1 pp) dicendo di essere "totalmente d'accordo". Meno di uno su cinque (17 %, -1 pp) non è d'accordo con questa affermazione.

Più di due terzi (68 %, -1 pp) concordano sul fatto che spesso si imbatte in notizie o informazioni che credono travisano la realtà o sono addirittura false, incluso il 21 % (-1 pp) che "assolutamente sono d'accordo" con questa affermazione. Più di un quarto (27 %, + 1 pp) non è d'accordo.

Sei su dieci (-1 pp) concordano che è facile per loro identificare notizie o informazioni che credono travisare la realtà o addirittura sono false, con il 16 % (-2 pp) in totale d'accordo con questa affermazione. Più di un terzo (35 %, + 1 pp) non è d'accordo.

---

21 QE8. Sei totalmente d'accordo, tendi ad essere d'accordo, tende ad essere in disaccordo o totalmente in disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni. 1) Si imbatte spesso in notizie o informazioni che si ritiene travisano la realtà o addirittura falsi; 2) È facile per voi identificare notizie o informazioni che credete travisano la realtà o addirittura essere false; 3) L'esistenza di notizie o informazioni che travisano la realtà o addirittura sono false è un problema in (nostro paese); 4) L'esistenza di notizie o informazioni che travisano la realtà o addirittura sono false è un problema per la democrazia in generale.

Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

QE8. Sei totalmente d'accordo, tendi ad essere d'accordo, tende ad essere in disaccordo o totalmente in disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni. (UE27) (%)

L'esistenza di notizie o informazioni che travisano la realtà o addirittura sono false è un problema per la democrazia in generale.



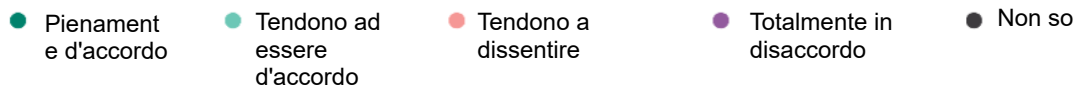
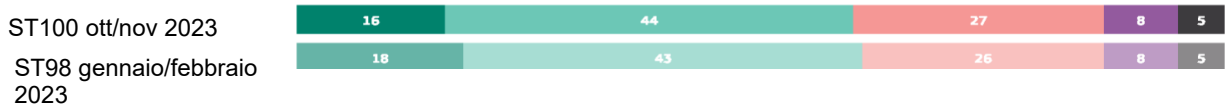
L'esistenza di notizie o informazioni che travisano la realtà o addirittura sono false è un problema nel nostro paese.



Spesso ti imbattono in notizie o informazioni che credi travisano la realtà o addirittura sono false.



È facile per te identificare notizie o informazioni che credi che rappresentino la realtà o che siano addirittura false.

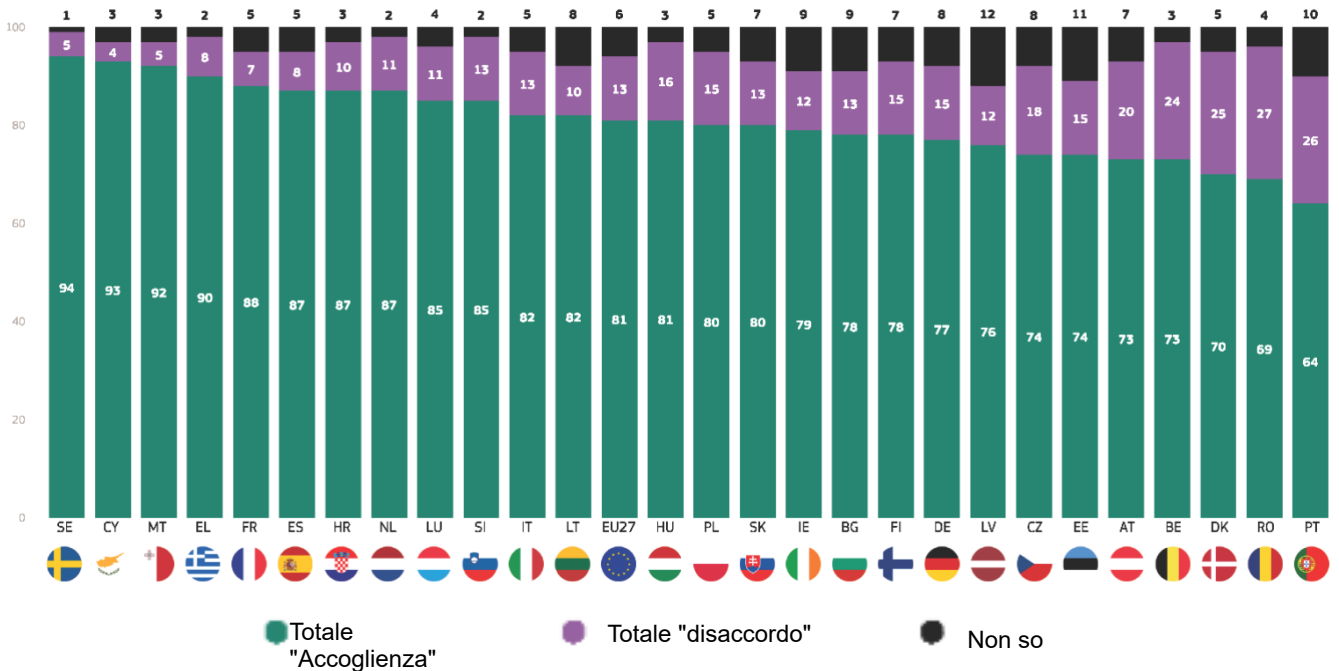


Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

Più di sei su dieci in ciascuno Stato membro dell'UE concordano sul fatto che l'esistenza di notizie o informazioni che travisano la realtà o addirittura siano false è un problema per la democrazia in generale. I livelli più elevati di accordo si possono osservare in Svezia (94 %), Cipro (93 %) e Malta (92 %), mentre i più bassi si riscontrano in Portogallo (64 %), Romania (69 %) e Danimarca (70 %).

In cinque paesi più della metà sono in totale d'accordo con questa dichiarazione: Svezia (67 %), Grecia (60 %), Malta (57 %), Cipro (56 %) e Paesi Bassi (51 %).

QEB.4. Sei totalmente d'accordo, tendi ad essere d'accordo, tende ad essere in disaccordo o totalmente in disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni. L'esistenza di notizie o informazioni che travisano la realtà o addirittura sono false è un problema per la democrazia in generale (%)



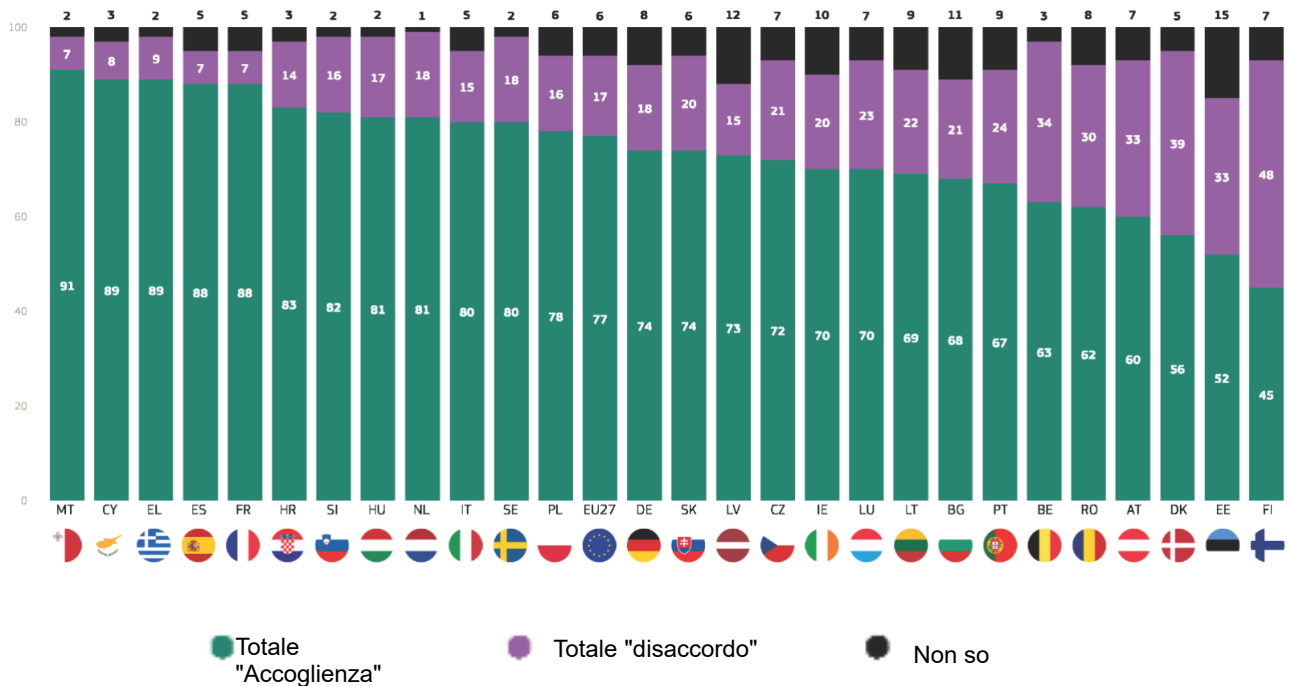
In 13 Stati membri dell'UE si registrano cali dall'inverno 2022-2023 nella percentuale di intervistati che concordano sul fatto che l'esistenza di notizie o informazioni che travisano la realtà o addirittura siano false è un problema per la democrazia in generale. Ciò vale in particolare in Bulgaria (78 %, -5 punti percentuali) e in Belgio (73 %, -5 punti percentuali), Slovacchia (80 %, -4 punti percentuali) e Irlanda (79 %, -4 punti percentuali). Il livello dell'accordo è aumentato in otto paesi, in particolare in Lussemburgo (85 %, + 5 punti percentuali), Romania (69 %, + 4 punti percentuali), Finlandia (78 %, + 3 punti percentuali) e Portogallo (64 %, + 3 punti percentuali). Questa cifra è rimasta invariata in sei paesi: Grecia (90 %), Croazia (87 %), Slovenia (85 %), Italia (82 %), Polonia (80 %) e Germania (77 %).

Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

In tutti gli Stati membri dell'UE, ad eccezione della Finlandia, la maggioranza degli intervistati concorda sul fatto che l'esistenza di notizie o informazioni che travisano la realtà o addirittura siano false è un problema nel loro paese. Le percentuali più elevate che concordano con questa affermazione sono registrate a Malta (91 %) e a Cipro e in Grecia (entrambe l'89 %). All'estremità opposta dello spettro, il 45 % in Finlandia, il 52 % in Estonia e il 56 % in Danimarca sono d'accordo con questa affermazione.

Almeno la metà in Grecia (53 %) e Cipro (50 %) "sono totalmente d'accordo" sul fatto che l'esistenza di notizie o informazioni che travisano la realtà o addirittura siano false è un problema nel loro paese, come fanno più di quattro su dieci in Svezia (43 %) e in Spagna e Francia (entrambi 41 %).

QEB.3. Sei totalmente d'accordo, tendi ad essere d'accordo, tende ad essere in disaccordo o totalmente in disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni. L'esistenza di notizie o informazioni che travisano la realtà o addirittura sono false è un problema in (NOSTRO PAESE) (%)



Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

In 14 paesi, dall'inverno 2022-2023 si sono registrati aumenti della percentuale di intervistati che concordano sul fatto che l'esistenza di notizie o informazioni che travisano la realtà o addirittura siano false è un problema per il loro paese. L'aumento più notevole si riscontra in Portogallo (67 %, + 15 punti percentuali), e andamenti positivi di almeno cinque punti percentuali si osservano anche in Lussemburgo (70 %, + 8 punti percentuali), Spagna (88 %, + 5 punti percentuali) e Slovenia (82 %, + 5 punti percentuali). Per contro, i livelli degli accordi sono diminuiti in 12 paesi, in particolare in Lituania (69 %, -8 punti percentuali), Bulgaria (68 %, -8 punti percentuali) e Slovacchia (74 %, -6 punti percentuali). Non c'è stato alcun cambiamento in Irlanda (70 %).

QE8.3 Sei totalmente d'accordo, tendi ad essere d'accordo, tende ad essere in disaccordo o totalmente in disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni. L'esistenza di notizie o informazioni che travisano la realtà o addirittura sono false è un problema in (NOSTRO PAESE) (%)

	UE27	PT	LU	ES	SI	DK	FR	NL	FI	MT	PL	DE	ES	LV	RO	VA	LE	EL	HR	IN	SII	CZ	EE	CY	HU	SE	SK	BG	LT
													SO			LA	DI	RE											
Piena mente d'accordo	Ottobre / novembre 2023	31	11	20	41	39	19	41	38	14	38	25	32	25	26	25	22	53	27	25	16	27	18	50	33	43	26	31	23
	Δ maggio / giugno 2023	▼1	2	8	▼3	▼4	▼4	1	▼1	2	▼8	▼2	4	▼3	=	4	1	▼4	▼4	▼5	▼1	▼3	▼2	3	=	▼3	▼6	▼2	▼5
Tendo ad essere d'accordo	Ottobre / novembre 2023	46	56	50	47	43	37	47	43	31	53	53	42	55	47	37	48	36	56	35	47	45	34	39	48	37	48	37	46
	Δ maggio / giugno 2023	2	13	=	8	9	7	2	4	1	10	4	▼3	4	1	▼3	▼1	3	3	3	▼2	=	▼1	▼6	▼3	=	=	▼6	▼3
Tendo non a dissentire	Ottobre / novembre 2023	14	22	20	6	13	30	6	16	35	6	14	15	13	12	26	16	7	13	24	28	16	27	7	14	14	18	17	20
	Δ maggio / giugno 2023	▼1	▼9	▼6	▼4	▼2	▼2	▼2	=	=	▼1	=	▼1	▼2	▼2	▼2	▼1	=	4	4	4	3	▼1	3	3	2	7	4	4
Totamente in disaccordo	Ottobre / novembre 2023	3	2	3	1	3	9	1	2	13	1	2	3	2	3	4	4	2	1	9	6	5	6	1	3	4	2	4	2
	Δ maggio / giugno 2023	=	▼1	1	▼1	▼1	▼1	=	▼1	▼2	▼1	▼1	=	▼1	=	▼1	=	=	▼2	▼1	=	▼1	2	▼1	2	=	1	2	1
Non so	Ottobre / novembre 2023	6	9	7	5	2	5	5	1	7	2	6	8	5	12	8	10	2	3	7	3	7	15	3	2	2	6	11	9
	Δ maggio / giugno 2023	=	▼5	▼3	=	▼2	=	▼1	▼2	▼1	=	▼1	=	2	1	2	1	1	▼1	▼1	▼1	1	2	1	▼2	1	▼2	2	3
Totale "Accoglienza"	Ottobre / novembre 2023	77	67	70	88	82	56	88	81	45	91	78	74	80	73	62	70	89	83	60	63	72	52	89	81	80	74	68	69

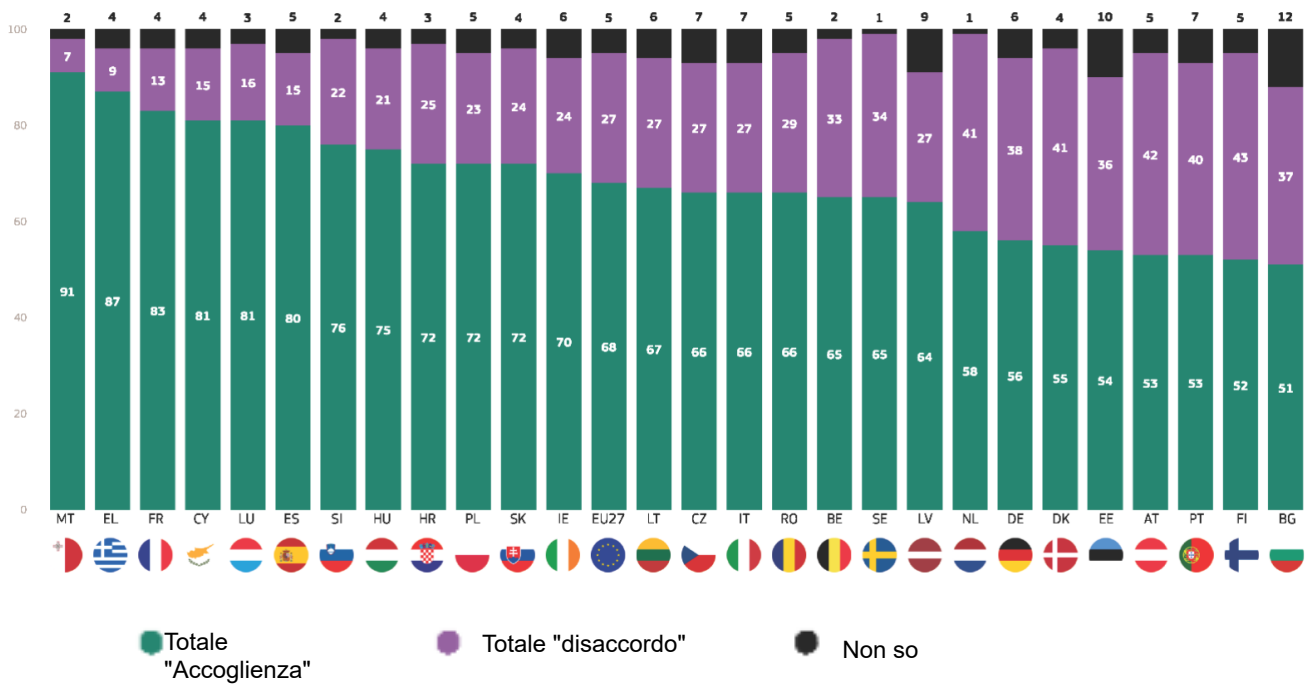


## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

In tutti gli Stati membri dell'UE, la maggioranza concorda sul fatto che spesso si imbatte in notizie o informazioni che ritengono travisare la realtà o addirittura essere false. Il parere è più diffuso a Malta (91 %), in Grecia (87 %) e in Francia (83 %). Al contrario, gli intervistati in Bulgaria (51 %), Finlandia (52 %) e Austria e Portogallo (entrambi 53 %) sono i meno propensi a concordare con questa affermazione.

In cinque paesi, almeno tre su dieci "sono totalmente d'accordo" sul fatto che spesso si imbatte in notizie o informazioni che credono travisano la realtà o addirittura sono false: Cipro (37 %), Spagna (36 %), Grecia e Francia (entrambi 34 %) e Slovenia (30 %).

QE8.1. Sei totalmente d'accordo, tendi ad essere d'accordo, tende ad essere in disaccordo o totalmente in disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni. Si incontrano spesso notizie o informazioni che si ritiene travisare la realtà o addirittura falsi (%)



## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

La percentuale di intervistati che affermano di incontrare spesso notizie o informazioni che ritengono travisare la realtà o addirittura essere false è diminuita in 13 Stati membri dell'UE dall'inverno 2022-2023. Le maggiori diminuzioni si registrano in Irlanda (70 %, -10 punti percentuali), Bulgaria (51 %, -8 punti percentuali), Slovacchia (72 %, -6 punti percentuali) e Belgio (65 %, -6 punti percentuali). Questa cifra è aumentata in 11 paesi e di almeno cinque punti percentuali in Slovenia (76 %, + 6 punti percentuali), nei Paesi Bassi (58 %, + 5 punti percentuali) e in Danimarca (55 %, + 5 punti percentuali). Non vi sono stati cambiamenti in Francia (83 %), Lituania (67 %) e Finlandia (52 %).

QE8.1 Sei totalmente d'accordo, tendi ad essere d'accordo, tendenzialmente a disaccordo o totalmente in disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni. Spesso ti imbattono in notizie o informazioni che ritieni travisano la realtà o addirittura sono false (%)

	UE27	SI	DK	NL	LU	PT	RO	ES	ES SO	LV	MT	SE	FR	LT	FI	EL	HU	CZ	EE	CY	IN	DE	HR	PL	SII	SK	BG	VALE A DIRE
Pienamente d'accordo	21	30	18	16	28	9	22	36	12	14	29	20	34	16	13	34	28	25	15	37	19	14	19	19	14	21	15	20
Δ maggio/ottobre 2023	1	1	5	1	10	=	2	2	1	4	12	6	1	=	1	1	=	2	=	1	=	1	=	4	2	3	5	4
Tendono ad essere d'accordo	47	46	37	42	53	44	44	44	54	50	62	45	49	51	39	53	47	41	39	44	34	42	53	53	51	51	36	50
Δ maggio/ottobre 2023	=	7	=	4	6	3	1	=	3	5	13	5	1	=	1	1	2	5	3	2	3	3	4	=	4	3	3	6
Tendono a dissentire	22	18	30	36	14	36	23	13	21	23	7	25	11	24	36	8	16	22	30	12	32	30	20	21	29	21	27	19
Δ maggio/ottobre 2023	1	3	4	2	1	1	2	=	4	1	1	2	2	=	=	1	1	3	1	5	3	2	2	4	5	7	6	7
Totalmente in disaccordo	5	4	11	5	2	4	6	2	6	4	0	9	2	3	7	1	5	5	6	3	10	8	5	2	4	3	10	5
Δ maggio/ottobre 2023	=	1	2	2	1	1	1	3	1	=	=	1	=	=	1	=	3	2	3	2	1	1	3	=	=	=	4	2
Non so	5	2	4	1	3	7	5	5	7	9	2	1	4	6	5	4	4	7	10	4	5	6	3	5	2	4	12	6
Δ maggio/ottobre 2023	=	2	1	1	2	3	2	1	3	=	=	=	2	=	1	3	=	2	1	=	1	1	1	=	1	1	2	1
Totale "Accoglienza"	68	76	55	58	81	53	66	80	66	64	91	65	83	67	52	87	75	66	54	81	53	56	72	72	65	72	51	70
Δ maggio/ottobre 2023	1	6	5	5	4	3	3	2	2	1	1	1	=	=	=	2	2	3	3	3	3	4	4	4	6	6	8	10
Totale "disaccordo"	27	22	41	41	16	40	29	15	27	27	7	34	13	27	43	9	21	27	36	15	42	38	25	23	33	24	37	24



# Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

novembre 2023  
Δ maggio/giugno 2023

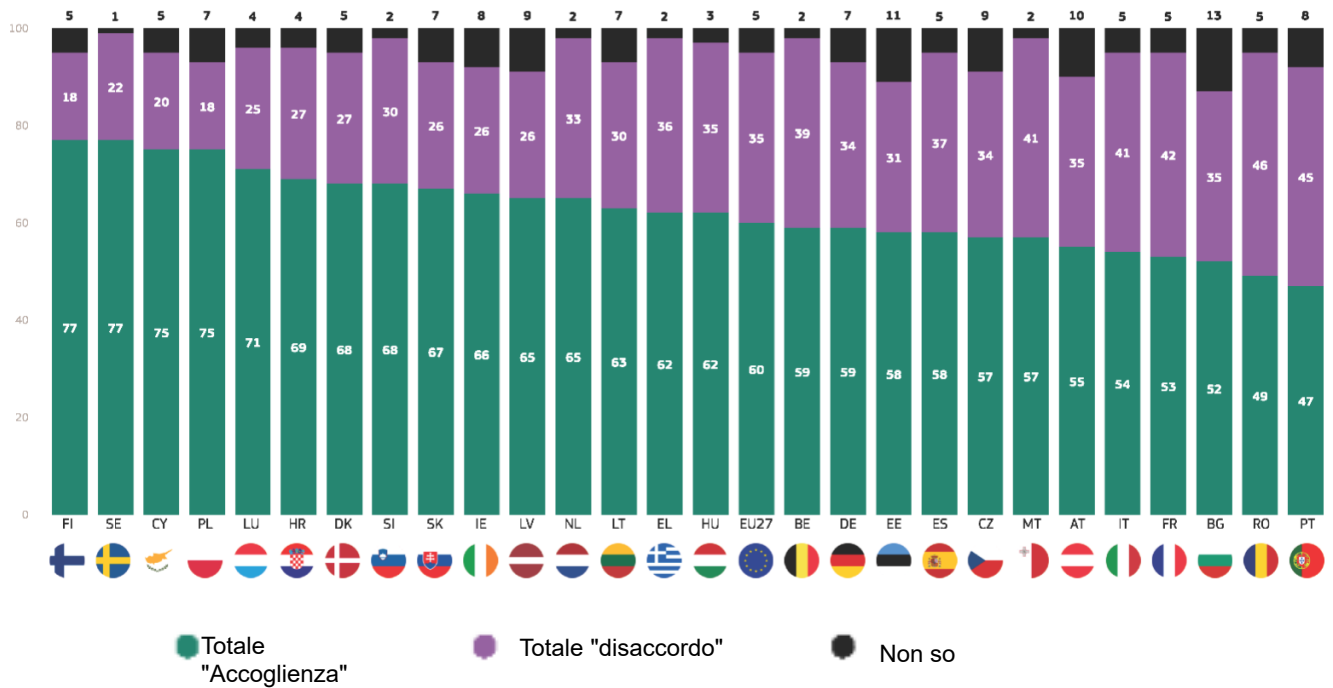
"	1	4	6	4	2	=	1	3	5	1	1	1	2	=	1	1	2	1	2	3	2	3	5	4	5	7	10	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	---

Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

La maggioranza di tutti gli Stati membri dell'UE concorda sul fatto che è facile identificare notizie o informazioni che travisano la realtà o addirittura sono false. Almeno tre quarti sono d'accordo con questa dichiarazione in Finlandia e Svezia (entrambi 77 %) e a Cipro e Polonia (entrambi 75 %). Per contro, meno della metà è d'accordo in Portogallo (47 %) e Romania (49 %), così come il 52 % in Bulgaria.

La percentuale di intervistati che sono in totale accordo con questa dichiarazione è più alta a Cipro (26 %), Ungheria (25 %) e Slovenia (24 %).

QE8.2. Sei totalmente d'accordo, tendi ad essere d'accordo, tendi ad essere in disaccordo o totalmente in disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni. È facile per te identificare notizie o informazioni che ritieni che rappresentino la realtà o che siano addirittura false (%)



## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

Dall'inverno 2022-2023, la percentuale di intervistati che concordano sul fatto che è facile identificare notizie o informazioni che travisano la realtà o addirittura è falsa è diminuita in 16 paesi. Una diminuzione particolarmente significativa di questa percentuale si registra a Malta (57 %, -24 punti percentuali), con diminuzioni di almeno cinque punti percentuali osservate anche in Bulgaria (52 %, -6 punti percentuali), Belgio (59 %, -5 punti percentuali), Francia (53 %, -5 punti percentuali) e Romania (49 %, -5 punti percentuali). In otto Stati membri dell'UE il livello di accordo con questa dichiarazione è aumentato, in particolare in Portogallo (47 %, + 9 punti percentuali), Polonia (75 %, + 7 punti percentuali) e Estonia e Spagna (entrambi 58 %, + 3 punti percentuali). Tale dato è rimasto stabile in Svezia (77 %), Slovenia (68 %) e Paesi Bassi (65 %).

L'accordo che è facile identificare notizie o informazioni che travisano la realtà o addirittura è falso è ora la visione maggioritaria in Portogallo.

QE8.2 Sei totalmente d'accordo, tendi ad essere d'accordo, tendi ad essere in disaccordo o totalmente in disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni. È facile per te identificare notizie o informazioni che ritieni che rappresentino la realtà o che siano addirittura false (%)

	UE27	PT	PL	EE	ES	EL	FI	LU	SK	NL	SI	SE	DK	DE	LT	HU	CZ	HR	VAL EA DIR E	ESS O	CY	LV	IN	SII	FR	RO	BG	MT	
Pienamente d'accordo	16	8	21	16	15	20	21	15	18	16	24	18	17	15	18	25	12	19	23	13	26	18	19	12	13	15	15	18	
Δ maggio/ottobre 2023	▼2	1	=	1	▼5	1	1	5	▼2	▼1	▼1	▼2	▼5	▼1	=	▼1	=	=	▼2	▼2	▼2	▼4	▼5	▼1	▼3	▼3	▼1	▼1	
Tendono ad essere d'accordo	44	39	54	42	43	42	56	56	49	49	44	59	51	44	45	37	45	50	43	41	49	47	36	47	40	34	37	39	
Δ maggio/ottobre 2023	1	8	7	2	8	1	1	▼4	3	1	1	2	4	=	▼1	=	▼2	▼2	▼1	▼1	▼1	1	1	▼4	▼2	▼2	▼5	▼23	
Tendono a dissentire	27	39	16	24	27	30	16	23	20	29	27	18	23	25	26	27	27	19	21	29	16	21	25	35	35	32	27	38	
Δ maggio/ottobre 2023	1	▼3	▼5	▼2	▼2	=	1	2	▼2	2	3	1	=	1	▼1	=	▼1	▼1	▼2	1	4	1	5	5	6	1	4	23	
Totalmente in disaccordo	8	6	2	7	10	6	2	2	6	4	3	4	4	9	4	8	7	8	5	12	4	5	10	4	7	14	8	3	
Δ maggio/ottobre 2023	=	▼5	▼3	=	▼2	▼2	▼1	▼2	1	▼2	▼1	=	=	▼2	=	2	1	2	2	1	▼3	=	▼3	=	1	5	1	2	
Non so	5	8	7	11	5	2	5	4	7	2	2	1	5	7	7	3	9	4	8	5	5	9	10	2	5	5	13	2	
Δ maggio/ottobre 2023	=	▼1	1	▼1	1	=	▼2	▼1	=	=	▼2	▼1	1	2	2	▼1	2	1	3	1	2	2	2	=	▼2	▼1	1	▼1	
Totale "Accoglienza"	60	47	75	58	58	62	77	71	67	65	68	77	68	59	63	62	57	69	66	54	75	65	55	59	53	49	52	57	
Δ maggio/ottobre 2023	▼1	9	7	3	3	2	2	1	1	=	=	=	▼1	▼1	▼1	▼1	▼2	▼2	▼3	▼3	▼3	▼3	▼3	▼4	▼5	▼5	▼5	▼6	▼24

### Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

no 2023	Ottobr e/ novem bre 2023	35	45	18	31	37	36	18	25	26	33	30	22	27	34	30	35	34	27	26	41	20	26	35	39	42	46	35	41
Totale "disaccordo "	Δ maggi o/giug no 2023	1	▼8	▼8	▼2	▼4	▼2	=	=	▼1	=	2	1	=	▼1	▼1	2	=	1	=	2	1	1	2	5	7	6	5	25

L'analisi socio-demografica evidenzia i seguenti modelli:

Gli uomini (64 %) sono più propensi rispetto alle donne (55 %) ad essere d'accordo sul fatto che è facile per loro identificare notizie o informazioni che credono travisano la realtà o addirittura sono false. Le differenze di genere sono meno pronunciate per le altre dichiarazioni.

Gli intervistati più anziani di età pari o superiore a 55 anni hanno meno probabilità di concordare sul fatto che è facile per loro identificare notizie o informazioni che ritengono travisare la realtà o addirittura essere false (53 %, rispetto al 63-67 % degli intervistati più giovani), che spesso si imbatte in tali notizie o informazioni (62 %, rispetto al 71-72 %) e che l'esistenza di tali notizie o informazioni è un problema nel loro paese (74 %, rispetto a 79-80 %). I modelli sono meno chiari per quanto riguarda l'affermazione "l'esistenza di notizie o informazioni che travisano la realtà o addirittura sono false è un problema per la democrazia in generale".

Più a lungo un rispondente è rimasto in un'istruzione a tempo pieno, più è probabile che sia d'accordo con ogni affermazione su notizie o informazioni che travisano la realtà o addirittura sono false. Ciò è più evidente quando si osservano i livelli di accordo per l'affermazione che "è facile per voi identificare notizie o informazioni che credi travisare la realtà o addirittura essere false" (67 % tra coloro che hanno lasciato l'istruzione di 20 anni o più, rispetto al 41 % di coloro che hanno terminato 15 anni o più).

Le persone di casa hanno meno probabilità di essere d'accordo con ogni dichiarazione riguardante notizie o informazioni che travisano la realtà o sono addirittura false. Ad esempio, il 47 % delle persone di casa concorda sul fatto che è facile per loro identificare tali notizie o informazioni, rispetto al 69 % dei manager.

Gli intervistati che non hanno mai o quasi mai difficoltà a pagare le bollette (61 %) sono più probabili di quelli che hanno difficoltà la maggior parte delle volte (52 %) a dire che è facile per loro identificare notizie o informazioni che credono travisano la realtà o addirittura sono false.

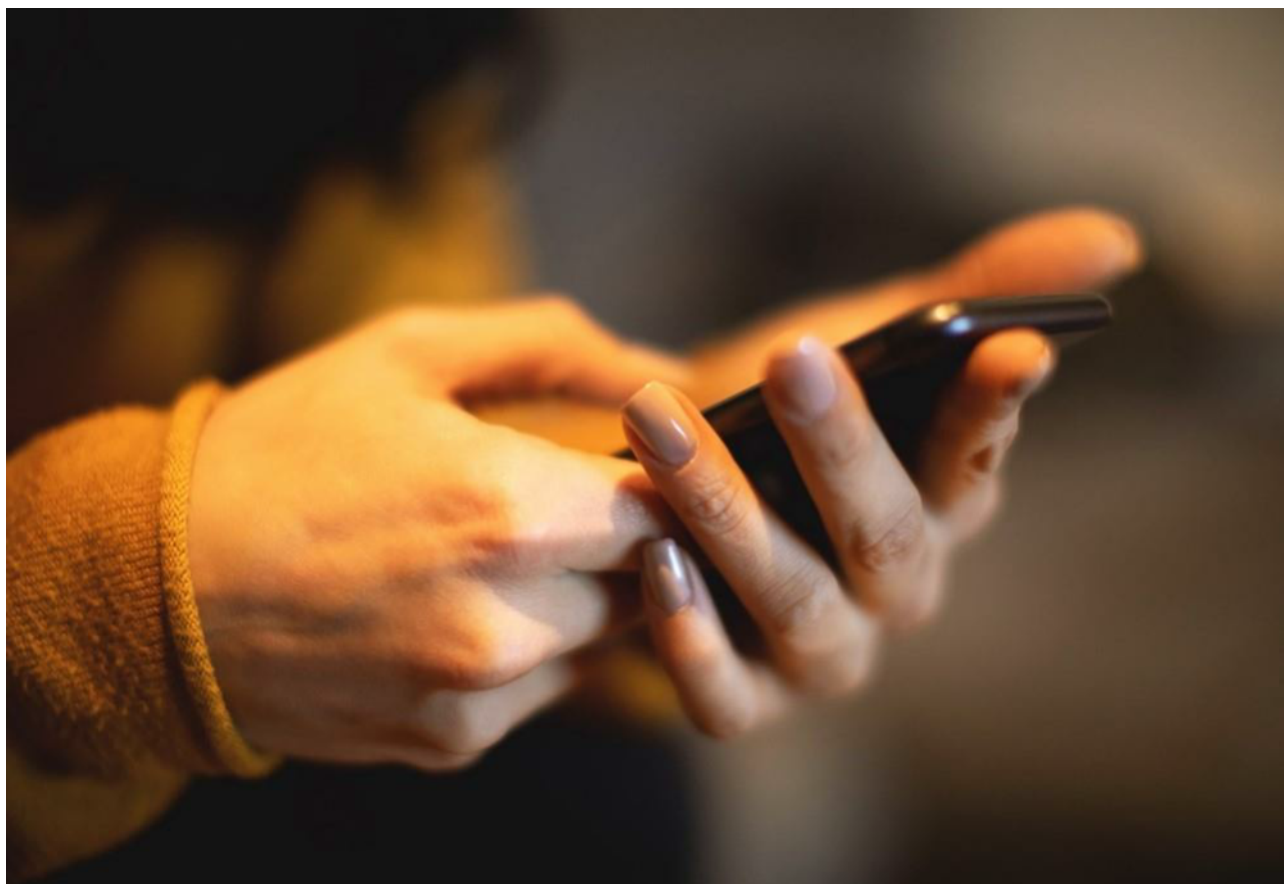
Più alta è la classe sociale a cui gli intervistati si considerano appartenenti, più è probabile che siano d'accordo sul fatto che è facile per loro identificare notizie o informazioni che credono travisano la realtà o addirittura sono false (70-77 % di coloro che si considerano appartenenti alla classe media superiore o superiore, rispetto al 51 % di coloro che si considerano appartenenti alla classe operaia). Coloro che si considerano appartenenti alla classe operaia hanno anche meno probabilità di concordare sul fatto che l'esistenza di tali notizie o informazioni sia un problema per la democrazia in generale (76 %, rispetto all'83-85 % di coloro che si considerano appartenenti alla classe media, alta o superiore). Le differenze sono meno significative per le restanti due dichiarazioni.

## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

QE8.1 Sei totalmente d'accordo, tendi ad essere d'accordo, tendenzialmente a disaccordo o totalmente in disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni: Spesso ti imbattono in notizie o informazioni che ritieni travisano la realtà o addirittura sono false (% — UE)

	Totale "Accoglienza"	Totale "disaccordo"	Non so
UE27	68	27	5
<b>Sesso</b>			
Uomo	70	26	4
Donna	66	28	6
<b>Età</b>			
15-24	71	24	5
25-39	72	24	4
40-54	72	24	4
55 +	62	31	7
<b>Istruzione (fine)</b>			
15—	56	31	13
16-19	69	26	5
20+	72	26	2
Ancora studiando	70	25	5
<b>Categoria socio-professionale</b>			
Lavoratore autonomo	73	25	2
Dirigenti	72	26	2
Altri collari bianchi	72	24	4
Lavoratori manuali	69	26	5
Persone della casa	63	28	9
Disoccupato	73	20	7
Pensionato	60	32	8
Studenti	70	25	5
<b>Difficoltà a pagare le bollette</b>			
La maggior parte del tempo	68	24	8
Di tanto in tanto	70	25	5
Quasi mai/mai	67	28	5
<b>Considerare l'appartenenza a</b>			
La classe operaia	66	24	10
La classe media inferiore	67	28	5
La classe media	69	27	4
La classe media superiore	69	29	2
La classe superiore	72	26	2
<b>Immagine dell'UE</b>			
Positivo	67	30	3
Neutrale	67	27	6
Negativo	74	20	6

## VI. Social network

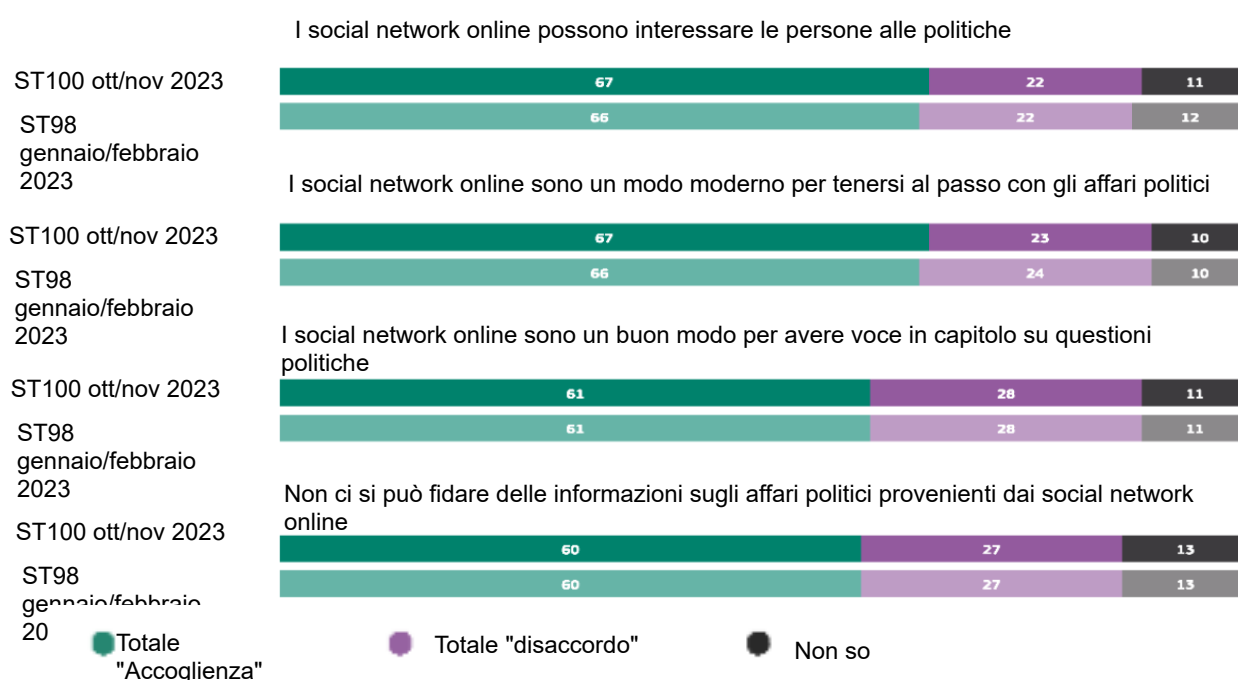


## 1. Social network online e informazione politica

La maggior parte dei cittadini europei ritiene che le reti sociali online consentano alle persone di essere coinvolte negli affari politici, anche se la maggior parte pensa che non ci si possa fidare delle informazioni su questioni politiche sui social media.

Agli intervistati è stato chiesto se erano d'accordo o in disaccordo con quattro dichiarazioni sui social media online<sup>22</sup>. In generale, i risultati sono rimasti sostanzialmente stabili dall'inverno 2022-2023, anche se va notato che le proporzioni concordate con ciascuna dichiarazione sono ai loro livelli record.

QE6. Indipendentemente dal fatto che tu partecipi o meno a social network online (siti web di social networking, blog, siti web di hosting di video), ti preghiamo di dire se sei totalmente d'accordo, tendenzialmente d'accordo, tendono a non essere d'accordo o sono totalmente in disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni (UE27) (%)

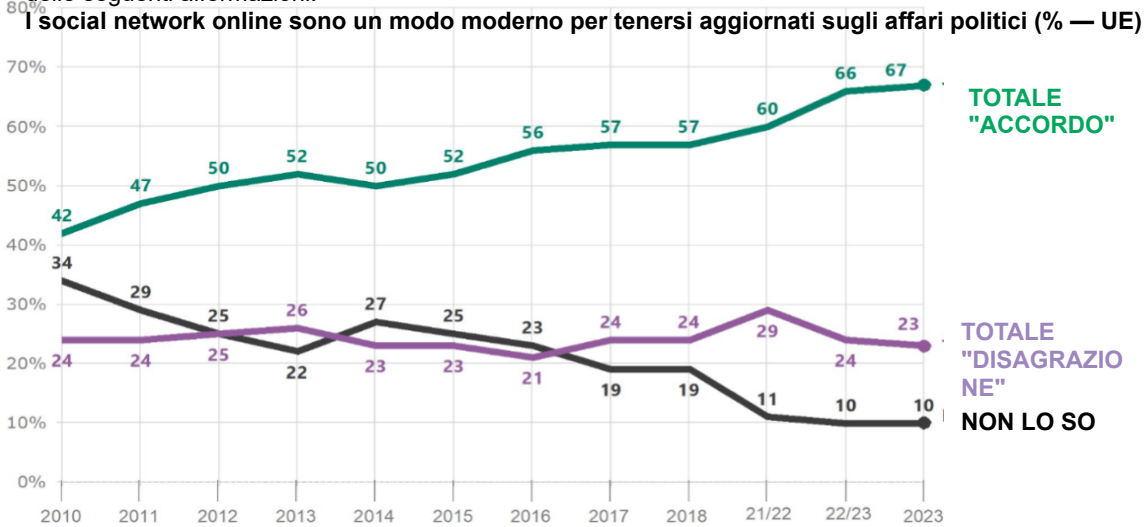


22 QE6. Indipendentemente dal fatto che tu partecipi o meno a social network online (siti web di social networking, blog, siti web di hosting di video), ti preghiamo di dire se sei totalmente d'accordo, tendono ad essere d'accordo, tendono a non essere d'accordo o sono totalmente in disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni. 1) I social network online sono un modo moderno per tenersi al passo con gli affari politici.; 2) Non ci si può fidare delle informazioni sugli affari politici provenienti dai social network online; 3) I social network online possono interessare le persone agli affari politici; 4) I social network online sono un buon modo per avere voce in capitolo su questioni politiche.



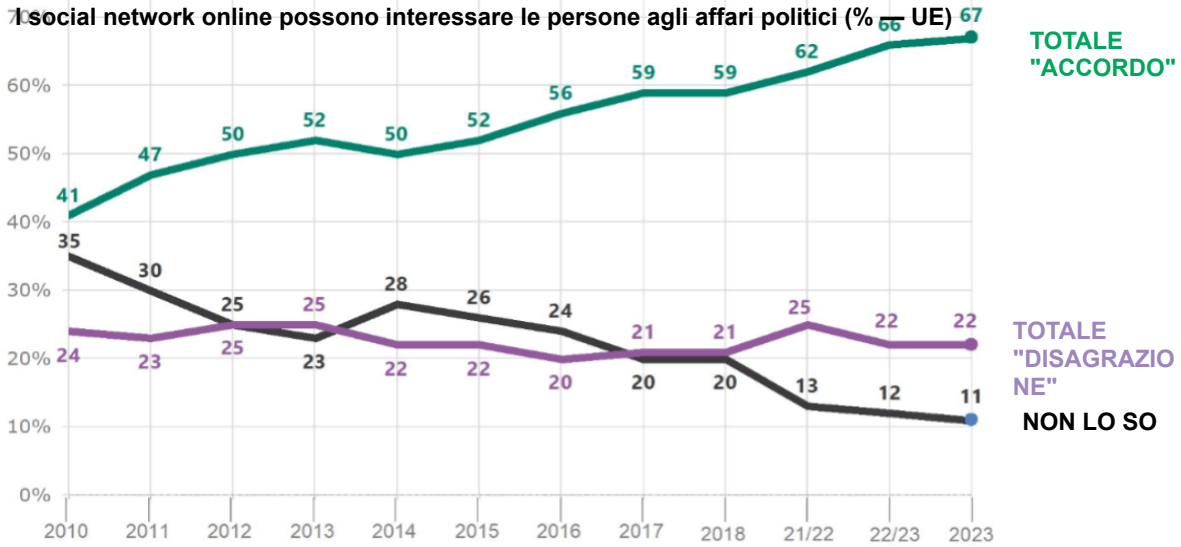
Circa due terzi concordano sul fatto che i social network online sono un modo moderno per tenersi al passo con gli affari politici (67 %, + 1 punto percentuale dall'inverno 2022-2023), tra cui un quarto (+ 1 pp) che sono in totale accordo con la dichiarazione. Meno di un quarto (23 %, -1 pp) non è d'accordo, mentre il 10 % (nessun cambiamento) dice di non sapere. Sebbene questi dati siano rimasti sostanzialmente stabili dall'inverno 2022-2023, la tendenza a lungo termine è uno di un crescente livello di accordo con questa dichiarazione dall'autunno 2010 (+ 25 punti percentuali), insieme a un calo della percentuale che risponde "non sapere" (-24 punti percentuali).

QE6.1 Indipendentemente dal fatto che tu partecipi o meno a social network online (siti web di social networking, blog, siti web di hosting di video), ti prego di dirmi se sei totalmente d'accordo, tendenzialmente d'accordo, tendono ad essere in disaccordo o totalmente in disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni.



Circa due terzi concordano sul fatto che i social network online possono interessare le persone agli affari politici (67 %, + 1 punto percentuale dall'inverno 2022-2023), con il 21 % (-1 punti percentuali) in totale accordo. Poco più di uno su cinque (22 %, nessun cambiamento) non è d'accordo, mentre l'11 % (-1 pp) afferma di non saperlo. Ancora una volta, l'analisi della tendenza a lungo termine rivela che il livello di accordo con questa affermazione è costantemente aumentato dall'autunno 2010 (+ 26 punti percentuali), mentre il contrario vale per la percentuale di intervistati che affermano di non sapere (-24 punti percentuali).

QE6.3 Indipendentemente dal fatto che tu partecipi o meno a social network online (siti web di social networking, blog, siti web di hosting di video), ti prego di dirmi se sei totalmente d'accordo, tendenzialmente d'accordo, tendono ad essere in disaccordo o totalmente in disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni.



Circa sei intervistati su dieci concordano sul fatto che i social network online sono un buon modo per avere voce in capitolo sulle questioni politiche (61 %, nessun cambiamento dall'inverno 2022-2023), tra cui quasi uno su cinque che "assolutamente d'accordo" (19 %, -1 punti percentuali). Meno di tre su dieci non sono d'accordo (28 %, nessun cambiamento), mentre l'11 % (nessun cambiamento) dice di non sapere. Il livello di accordo con questa dichiarazione è aumentato di 20 punti percentuali dall'autunno 2010.

QE6.4 Indipendentemente dal fatto che tu partecipi o meno a social network online (siti web di social networking, blog, siti web di hosting di video), ti prego di dirmi se sei totalmente d'accordo, tendenzialmente d'accordo, tendono ad essere in disaccordo o totalmente in disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni.

**I social network online sono un buon modo per avere voce in capitolo sulle questioni politiche (% — UE)**

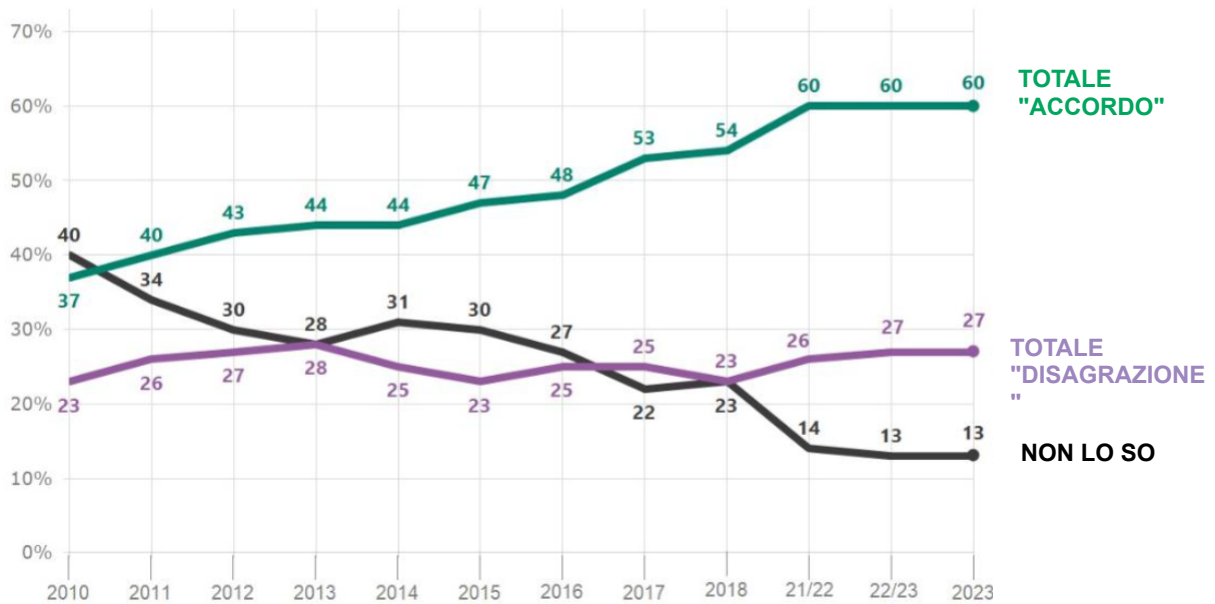


Nonostante questi pareri positivi sui benefici dei social network online, sei su dieci (nessun cambiamento dall'inverno 2022-2023) concordano anche sul fatto che le informazioni sugli affari politici provenienti dai social network online non possono essere attendibili, con il 21 % (-1 punti percentuali che sono "totalmente d'accordo"). Più di un quarto non è d'accordo con questa affermazione (27 %, nessun cambiamento), mentre il 13 % (nessun cambiamento) afferma di non sapere. Sebbene l'accordo con questa dichiarazione sia rimasto invariato dall'inverno 2021-2022, a lungo termine la quota di coloro che ritengono che non ci si possa fidare delle informazioni sugli affari politici provenienti dai social network online è ora superiore di 23 punti percentuali rispetto all'autunno 2010.

Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

QE6.2 Indipendentemente dal fatto che tu partecipi o meno a social network online (siti web di social networking, blog, siti web di hosting di video), ti prego di dirmi se sei totalmente d'accordo, tendenzialmente d'accordo, tendono ad essere in disaccordo o totalmente in disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni.

**Non ci si può fidare delle informazioni sugli affari politici provenienti dai social network online (% — UE)**

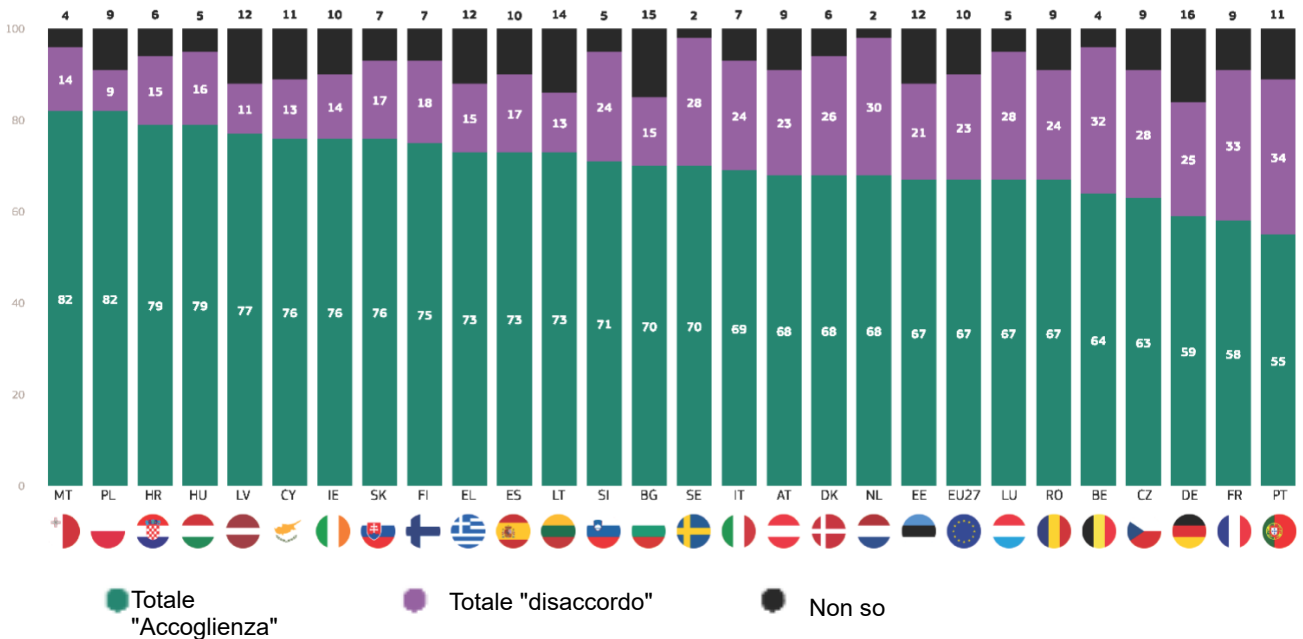


## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

Più della metà degli intervistati in ciascuno Stato membro dell'UE concorda sul fatto che i social network online sono un modo moderno per tenersi aggiornati sugli affari politici. I livelli di accordo sono più alti a Malta e Polonia (entrambi 82 %) e in Croazia e Ungheria (entrambi 79 %), mentre sono più bassi in Portogallo (55 %), Francia (58 %) e Germania (59 %).

In 13 Stati membri dell'UE, la percentuale di intervistati che concordano sul fatto che le reti sociali online sono un modo moderno per tenersi al passo con gli affari politici è aumentata dall'inverno 2022-2023. Gli aumenti maggiori si registrano in Lussemburgo (67 %, + 7 punti percentuali), Francia (58 %, + 7 punti percentuali), Slovenia (71 %, + 5 punti percentuali), Austria (68 %, + 5 punti percentuali) e Romania (67 %, + 5 punti percentuali). Per contro, il livello di accordo con questa dichiarazione è diminuito in 12 paesi, in particolare a Malta (82 %, -9 punti percentuali), Danimarca (68 %, -7 punti percentuali) e Cipro (76 %, -5 punti percentuali). Tale dato è rimasto stabile in Spagna (73 %) e Portogallo (55 %).

QE6.1. Indipendentemente dal fatto che tu partecipi o meno a social network online (siti web di social networking, blog, siti web di hosting di video). Ti preghiamo di dire se sei totalmente d'accordo, tendono ad essere d'accordo, tendono ad essere in disaccordo o totalmente in disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni:- i social network online sono un modo moderno per tenersi al passo con gli affari politici (%)

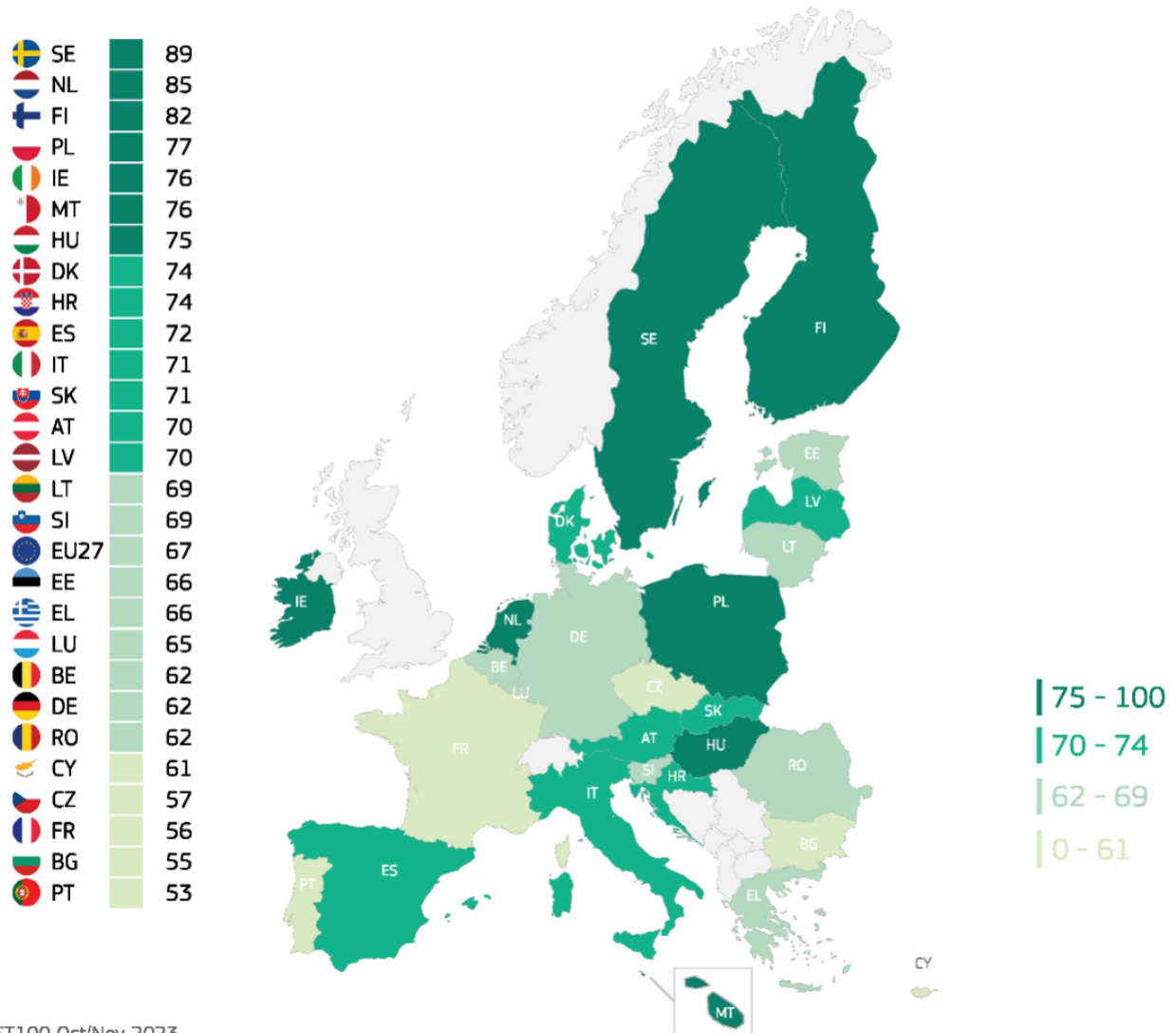


Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

La maggior parte degli intervistati in tutti gli Stati membri dell'UE concorda sul fatto che i social network online possono interessare le persone agli affari politici. Questo punto di vista è più diffuso in Svezia (89 %), nei Paesi Bassi (85 %) e in Finlandia (82 %). Al contrario, gli intervistati in Portogallo (53 %), Bulgaria (55 %) e Francia (56 %) sono i meno propensi a concordare con questa affermazione.

In 13 paesi, gli intervistati hanno più probabilità che nell'inverno 2022-2023 di concordare sul fatto che i social network online possono interessare le persone agli affari politici. Ciò vale in particolare per i rispondenti in Austria (70 %, + 8 punti percentuali), Francia (56 %, + 7 punti percentuali), Lussemburgo (65 %, + 5 punti percentuali) e Romania (62 %, + 5 punti percentuali). I livelli degli accordi sono diminuiti in dieci paesi, in particolare a Malta (76 %, -9 punti percentuali), Cipro (61 %, -9 punti percentuali) e Belgio (62 %, -6 punti percentuali). Non vi sono stati cambiamenti in Polonia (77 %), Ungheria (75 %), Spagna (72 %) e Lituania (69 %).

QE6.3. Indipendentemente dal fatto che tu partecipi o meno a social network online (siti web di social networking, blog, siti web di hosting di video), ti preghiamo di dire se sei totalmente d'accordo, tendono ad essere d'accordo, tendono a non essere d'accordo o sono totalmente in disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni: I social network online possono interessare le persone agli affari politici — Totale "Accetto" (%)

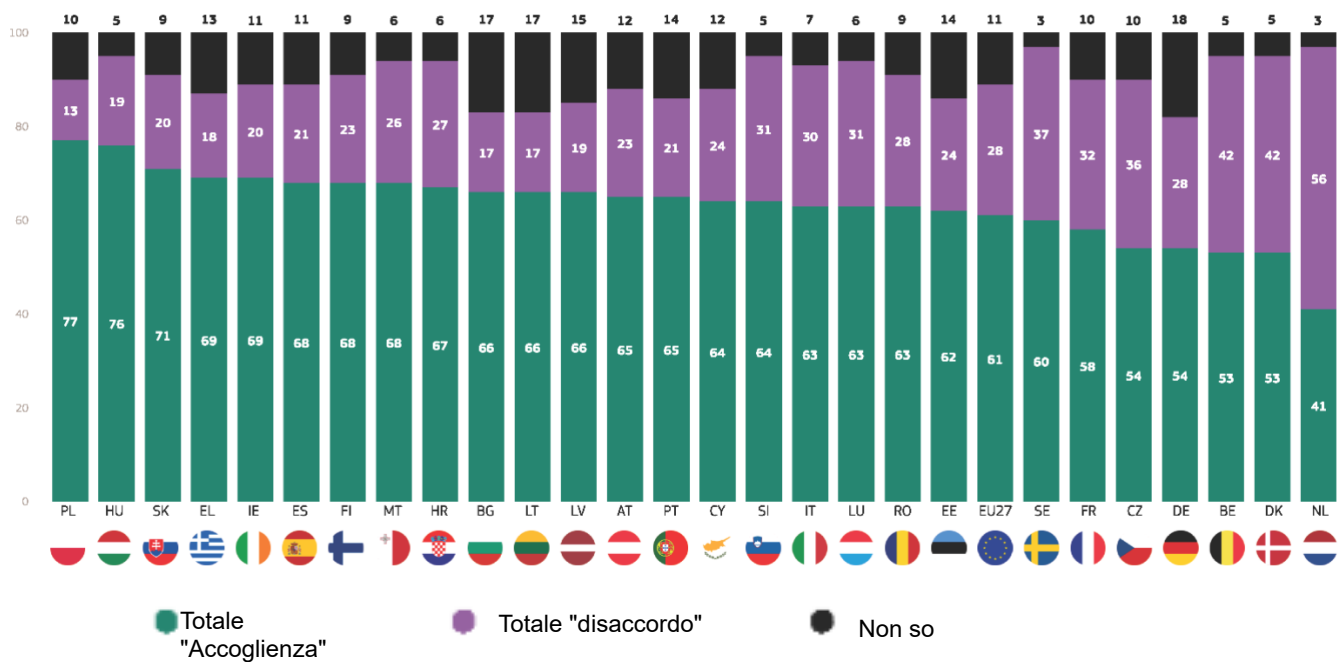




## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

In tutti gli Stati membri, ad eccezione dei Paesi Bassi, la maggioranza concorda sul fatto che le reti sociali online sono un buon modo per esprimersi sulle questioni politiche. Più di sette su dieci sono d'accordo con questa dichiarazione in Polonia (77 %), Ungheria (76 %) e Slovacchia (71 %). All'estremità opposta della scala, circa quattro su dieci condividono questo punto di vista nei Paesi Bassi (41 %), così come il 53 % in Belgio e Danimarca. L'accordo sul fatto che i social network online siano un buon modo per esprimersi sulle questioni politiche è aumentato in 13 Stati membri dell'UE dall'inverno 2022-2023, con i maggiori aumenti osservati in Portogallo (65 %, + 14 punti percentuali), Austria (65 %, + 8 punti percentuali) e Romania (63 %, + 8 punti percentuali). Si osservano cali in dieci paesi, con quelli più notevoli a Cipro (64 %, -8 punti percentuali), Malta (68 %, -7 punti percentuali) e Italia (63 %, -5 punti percentuali). Questa percentuale è rimasta invariata in quattro paesi: Ungheria (76 %), Finlandia (68 %), Lituania (66 %) e Paesi Bassi (41 %).

QE6.4. Indipendentemente dal fatto che tu partecipi o meno a social network online (siti web di social networking, blog, siti web di hosting di video). Si prega di dire se siete totalmente d'accordo, tendono ad essere d'accordo, tendono ad essere in disaccordo o totalmente in disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni:- i social network online sono un buon modo per avere la vostra voce su questioni politiche (%)





## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

QE6.3 Indipendentemente dal fatto che tu partecipi o meno a social network online (siti web di social networking, blog, siti web di hosting di video), ti preghiamo di dire se sei totalmente d'accordo, tendono ad essere d'accordo, tendono a non essere d'accordo o sono totalmente in disaccordo con ciascuna delle seguenti dichiarazioni I social network online possono interessare le persone agli affari politici (%)

		UE2 7	IN	FR	LU	RO	EL	HR	LV	NL	FI	PT	SK	EE	SE	ES	LT	HU	PL	BG	CZ	SI	VAL EA DIR E	ESS O	DE	DK	SII	CY	MT
Totale "Accogli enza"	Ottobre/ novembre 2023	67	70	56	65	62	66	74	70	85	82	53	71	66	89	72	69	75	77	55	57	69	76	71	62	74	62	61	76
	Δ maggio/gi ugno 2023	1	8	7	5	5	4	4	4	4	4	3	2	1	1	=	=	=	=	=	▼1	▼1	▼1	▼2	▼2	▼3	▼5	▼6	▼9
Totale "disacco rdo"	Ottobre/ novembre 2023	22	20	34	27	28	22	20	14	13	10	34	20	18	9	17	14	19	13	26	30	25	13	22	21	18	33	27	18
	Δ maggio/gi ugno 2023	=	▼5	1	▼2	▼2	▼6	▼2	▼3	▼3	▼1	3	2	3	1	▼1	▼2	1	2	1	▼1	4	1	1	1	3	5	7	7
Non so	Ottobre/ novembre 2023	11	10	10	8	10	12	6	16	2	8	13	9	16	2	11	17	6	10	19	13	6	11	7	17	8	5	12	6
	Δ maggio/gi ugno 2023	▼1	▼3	▼8	▼3	▼3	2	▼2	▼1	▼1	▼3	▼6	▼4	▼4	▼2	1	2	▼1	▼2	=	2	▼3	1	1	2	2	1	2	2

QE6.1 Indipendentemente dal fatto che tu partecipi o meno a social network online (siti web di social networking, blog, siti web di hosting di video), ti preghiamo di dire se sei totalmente d'accordo, tendono ad essere d'accordo, tendono ad essere in disaccordo o totalmente in disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni I social network online sono un modo moderno per tenere il passo con gli affari politici (%)

		UE2 7	FR	LU	IN	RO	SI	LV	PL	NL	CZ	HR	LT	FI	SE	ES	PT	SII	EE	EL	HU	SK	DE	ESS O	BG	VAL EA DIR E	CY	DK	MT
Totale "Accogli enza"	Ottobre/ novembre 2023	67	58	67	68	67	71	77	82	68	63	79	73	75	70	73	55	64	67	73	79	76	59	69	70	76	76	68	82
	Δ maggio/gi ugno 2023	1	7	7	5	5	5	3	3	2	1	1	1	1	1	=	=	▼1	▼1	▼1	▼1	▼1	▼2	▼2	▼3	▼3	▼5	▼7	▼9
Totale "disacco rdo"	Ottobre/ novembre 2023	23	33	28	23	24	24	11	9	30	28	15	13	18	28	17	34	32	21	15	16	17	25	24	15	14	13	26	14
	Δ maggio/gi ugno 2023	▼1	▼4	▼3	▼2	▼4	▼1	▼2	▼1	▼2	▼1	=	▼1	1	=	▼1	5	1	4	▼4	2	2	1	▼1	2	1	2	4	9
Non so	Ottobre/ novembre 2023	10	9	5	9	9	5	12	9	2	9	6	14	7	2	10	11	4	12	12	5	7	16	7	15	10	11	6	4
	Δ maggio/gi ugno 2023	=	▼3	▼4	▼3	▼1	▼4	▼1	▼2	=	=	▼1	=	▼2	▼1	1	▼5	=	▼3	5	▼1	▼1	1	3	1	2	3	3	=

QE6.4 Indipendentemente dal fatto che tu partecipi o meno ai social network online (siti web di social networking, blog, siti web di hosting di video), ti preghiamo di dire se sei totalmente d'accordo, tendono ad essere d'accordo, tendono ad essere in disaccordo o totalmente in disaccordo con ciascuna delle seguenti dichiarazioni I social network online sono un buon modo per dire la tua su questioni politiche (%)

		UE2 7	PT	IN	RO	EE	LU	FR	SI	SK	ES	HR	LV	PL	SE	LT	HU	NL	FI	EL	BG	CZ	VAL EA DIR E	DE	SII	DK	ES SO	MT	CY
Totale "Accogli enza"	Ottobre/ novembre 2023	61	65	65	63	62	63	58	64	71	68	67	66	77	60	66	76	41	68	69	66	54	69	54	53	53	63	68	64
	Δ maggio/gi ugno 2023	=	14	8	8	6	6	5	4	4	3	3	2	2	1	=	=	=	=	▼1	▼2	▼2	▼2	▼3	▼4	▼4	▼5	▼7	▼8
Totale "disacco rdo"	Ottobre/ novembre 2023	28	21	23	28	24	31	32	31	20	21	27	19	13	37	17	19	56	23	18	17	36	20	28	42	42	30	26	24
	Δ maggio/gi ugno 2023	=	▼8	▼7	▼6	1	▼1	2	1	▼1	▼4	▼1	▼2	▼1	=	▼1	2	=	1	▼3	2	1	1	=	3	4	2	5	5
Non so	Ottobre/ novembre 2023	11	14	12	9	14	6	10	5	9	11	6	15	10	3	17	5	3	9	13	17	10	11	18	5	5	7	6	12
	Δ	=	▼6	▼1	▼2	▼7	▼5	▼7	▼5	▼3	1	▼2	=	▼1	▼1	1	▼2	=	▼1	4	=	1	1	3	1	=	3	2	3

## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

maggio/  
luglio 2023

QE6.2 Indipendentemente dal fatto che tu partecipi o meno a social network online (siti web di social networking, blog, siti web di hosting di video), ti preghiamo di dire se sei totalmente d'accordo, tendenzialmente d'accordo, tendono a non essere d'accordo o totalmente in disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni. Le informazioni sugli affari politici dei social network online non possono essere attendibili (%)

	UE27	PT	LU	SK	FR	LV	LT	FI	PL	SI	SE	DK	HR	NL	ES	ESSO	IN	RO	CZ	DE	EE	CY	SII	MT	HU	BG	EL	VALE A DIRE	
Totale "Accoglienza"	Ottobre/novembre 2023	60	67	70	62	66	62	64	65	61	70	79	65	60	63	68	60	52	55	52	52	54	69	64	81	69	44	51	61
	Δ maggio/luglio 2023	=	8	4	4	3	3	3	2	2	2	1	1	1	=	=	=	=	▼1	▼1	▼1	▼1	▼2	▼2	▼3	▼5	▼5	▼10	
Totale "disaccordo"	Ottobre/novembre 2023	27	17	22	26	24	23	18	24	26	24	18	27	33	31	18	32	34	34	34	27	27	19	31	13	22	36	34	27
	Δ maggio/luglio 2023	=	1	=	2	4	▼1	▼4	▼3	▼2	1	▼2	▼3	1	▼1	▼3	▼1	1	2	=	▼2	2	=	2	1	3	5	3	10
Non so	Ottobre/novembre 2023	13	16	8	12	10	15	18	11	13	6	3	8	7	6	14	8	14	11	14	21	19	12	5	6	9	20	15	12
	Δ maggio/luglio 2023	=	▼9	▼4	▼6	▼7	▼2	1	=	=	▼3	=	2	▼2	=	3	1	▼1	▼2	1	3	▼1	1	=	1	=	=	2	=

Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

Gli intervistati che affermano di utilizzare i social network online almeno una volta alla settimana hanno maggiori probabilità di essere d'accordo con le quattro dichiarazioni rispetto agli europei nel loro complesso:

Otto intervistati su dieci che utilizzano i social network online almeno una volta alla settimana concordano sul fatto che i social network online sono un modo moderno per tenere il passo con gli affari politici, rispetto al 67 % di tutti gli intervistati — una differenza di 13 punti percentuali.

Circa otto su dieci di coloro che utilizzano i social network online almeno una volta alla settimana (78 %) affermano che i social network online possono interessare le persone agli affari politici, rispetto al 67 % degli europei in generale — una differenza di 11 punti percentuali.

Quasi tre quarti (74 %) di coloro che utilizzano i social network online almeno una volta alla settimana pensano che i social network online siano un buon modo per avere voce in capitolo su questioni politiche, rispetto al 61 % di tutti gli europei — una differenza di 13 punti percentuali.

Tra gli intervistati che utilizzano i social network online almeno una volta alla settimana, il 65 % concorda sul fatto che le informazioni sugli affari politici provenienti dai social network online non possono essere attendibili, rispetto al 60 % di tutti gli intervistati — una differenza di cinque punti percentuali.

		UE27	SII	BG	CZ	DK	DE	EE	VAL EA DIRE	EL	ES	FR	HR	ES SO	CY	LV	LT	LU	HU	MT	NL	IN	PL	PT	RO	SI	SK	FI	SE
I social network online sono un buon modo per avere voce in capitolo su questioni politiche	Total e	67	64	70	63	68	59	67	76	73	73	58	79	69	76	77	73	67	79	82	68	68	82	55	67	71	76	75	70
	"Accoglienza"	1	▼1	▼3	1	▼7	▼2	▼1	▼3	▼1	=	7	1	▼2	▼5	3	1	7	▼1	▼9	2	5	3	=	5	5	▼1	1	1
	Total e	23	32	15	28	26	25	21	14	15	17	33	15	24	13	11	13	28	16	14	30	23	9	34	24	24	17	18	28
	"disaccordo"	▼1	1	2	▼1	4	1	4	1	▼4	▼1	▼4	=	▼1	2	▼2	▼1	▼3	2	9	▼2	▼2	▼1	5	▼4	▼1	2	1	=
I social network online possono interessare le persone agli affari politici	Total e	10	4	15	9	6	16	12	10	12	10	9	6	7	11	12	14	5	5	4	2	9	9	11	9	5	7	7	2
	Non so	=	=	1	=	3	1	▼3	2	5	1	▼3	▼1	3	3	▼1	=	▼4	▼1	=	=	▼3	▼2	▼5	▼1	▼4	▼1	▼2	▼1
	Total e	60	64	44	52	65	52	54	61	51	68	66	60	60	69	62	64	70	69	81	63	52	61	67	55	70	62	65	79
	"Accoglienza"	=	▼2	▼5	▼1	1	▼1	▼1	▼10	▼5	=	3	1	=	▼1	3	3	4	▼3	▼2	1	=	2	8	=	2	4	3	2
Non ci si può fidare delle informazioni sugli affari politici provenienti dai social network online	Total e	27	31	36	34	27	27	27	27	34	18	24	33	32	19	23	18	22	22	13	31	34	26	17	34	24	26	24	18
	Non so	=	2	5	=	▼3	▼2	2	10	3	▼3	4	1	▼1	=	▼1	▼4	=	3	1	▼1	1	▼2	1	2	1	2	▼3	▼2
	Total e	13	5	20	14	8	21	19	12	15	14	10	7	8	12	15	18	8	9	6	6	14	13	16	11	6	12	11	3
	Non so	=	=	=	1	2	3	▼1	=	2	3	▼7	▼2	1	1	▼2	1	▼4	=	1	=	▼1	=	▼9	▼2	▼3	▼6	=	=

## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

	Non so	Ottobre/novembre 2023	11	5	19	13	8	17	16	11	12	11	10	6	7	12	16	17	8	6	6	2	10	10	13	10	6	9	8	2
		Δ maggio/ugno 2023	▼1	1	=	2	2	2	▼4	1	2	1	▼8	▼2	1	2	▼1	2	▼3	▼1	2	▼1	▼3	▼2	▼6	▼3	▼3	▼4	▼3	▼2
	Total e "Accoglienza"	Ottobre/novembre 2023	61	53	66	54	53	54	62	69	69	68	58	67	63	64	66	66	63	76	68	41	65	77	65	63	64	71	68	60
		Δ maggio/ugno 2023	=	▼4	▼2	▼2	▼4	▼3	6	▼2	▼1	3	5	3	▼5	▼8	2	=	6	=	▼7	=	8	2	14	8	4	4	=	1
I social network online sono un modo moderno per tenersi al passo con gli affari politici	Non so	Ottobre/novembre 2023	11	5	17	10	5	18	14	11	13	11	10	6	7	12	15	17	6	5	6	3	12	10	14	9	5	9	9	3
		Δ maggio/ugno 2023	=	1	=	1	=	3	▼7	1	4	1	▼7	▼2	3	3	=	1	▼5	▼2	2	=	▼1	▼1	▼6	▼2	▼5	▼3	▼1	▼1
	Total e "disaccordo"	Ottobre/novembre 2023	28	42	17	36	42	28	24	20	18	21	32	27	30	24	19	17	31	19	26	56	23	13	21	28	31	20	23	37
		Δ maggio/ugno 2023	=	3	2	1	4	=	1	1	▼3	▼4	2	▼1	2	5	▼2	▼1	▼1	2	5	=	▼7	▼1	▼8	▼6	1	▼1	1	=

L'analisi socio-demografica rivela che gli intervistati più anziani di età pari o superiore a 55 anni hanno meno probabilità rispetto alle loro controparti più giovani di concordare con le dichiarazioni sui social network online. Ad esempio, il 51 % di coloro che hanno 55 anni o più concorda sul fatto che i social network online sono un modo moderno per tenersi al passo con gli affari politici, rispetto all'85 % di quelli di età compresa tra i 15 e i 24 anni. L'unica eccezione è l'accordo con l'affermazione che "non ci si può fidare delle informazioni sugli affari politici provenienti dai social network online" — in questo caso, gli intervistati nelle coorti dell'età centrale (25-54) (65-66 %) hanno maggiori probabilità di essere d'accordo sia rispetto ai giovani (58 %) che agli intervistati più anziani (56 %).

Le variazioni di accordo possono anche essere viste in base ai livelli di istruzione, con coloro che hanno terminato l'istruzione a tempo pieno di età pari o superiore a 16 anni sono più propensi a concordare con ogni dichiarazione rispetto a coloro che hanno lasciato l'istruzione prima. Ad esempio, gli intervistati che hanno terminato l'istruzione di età pari o superiore a 16 anni (66-73 %) hanno maggiori probabilità di concordare sul fatto che i social network online possono interessare le persone agli affari politici rispetto a quelli che hanno terminato l'istruzione di 15 anni o più giovani (46 %).

Osservando i risultati delle categorie socio-professionali, gli intervistati in pensione hanno meno probabilità di essere d'accordo con ogni dichiarazione relativa ai social network online. Ciò vale in particolare per l'accordo con la dichiarazione secondo cui i social network online possono interessare le persone agli affari politici (il 48 % dei pensionati, rispetto al 76 % dei dirigenti e di altri lavoratori del colletto bianco).

Gli intervistati che hanno difficoltà a pagare le bollette di volta in volta o meno spesso hanno più probabilità di coloro che hanno difficoltà a concordare sul fatto che le informazioni sugli affari politici provenienti dai social network online non possono essere attendibili (61 %, rispetto al 55 %) e che i social network online possono interessare le persone agli affari politici (67-68 %, rispetto al 59 %). Allo stesso modo, maggiore è la classe sociale a cui gli intervistati ritengono di appartenere, più è probabile che siano d'accordo sul fatto che non ci si può fidare delle informazioni sugli affari politici provenienti dai social network online (il 65-72 % di coloro che si considerano appartenenti alla classe media o superiore superiore, rispetto al 53 % di coloro che si considerano appartenenti alla classe operaia) e che i social network online possono interessare le persone agli affari politici (76-80 %, rispetto al 57 %). I modelli in termini di difficoltà finanziarie degli intervistati e classe sociale autopercepita sono meno chiari per le restanti due dichiarazioni.

## Eurobarometro standard 100 autunno 2023 Media

QE6 Indipendentemente dal fatto che tu partecipi o meno a social network online (siti web di social networking, blog, siti web di hosting di video), ti preghiamo di dire se sei totalmente d'accordo, tendenzialmente d'accordo, tendenzialmente in disaccordo o totalmente in disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni. (% — "totale accordo")

	I social network online sono un modo moderno per tenersi al passo con gli affari politici	Non ci si può fidare delle informazioni sugli affari politici provenienti dai social network online	I social network online possono interessare le persone agli affari politici	I social network online sono un buon modo per avere voce in capitolo su questioni politiche
UE27	67	60	67	61
<b>Sesso</b>				
Uomo	68	62	69	63
Donna	67	59	66	61
<b>Età</b>				
15-24	85	58	83	78
25-39	79	65	78	73
40-54	73	66	73	66
55 +	51	56	53	48
<b>Istruzione (fine)</b>				
15—	45	47	46	43
16-19	68	61	66	63
20+	70	66	73	63
Ancora studiando	86	59	85	77
<b>Categoria socio-professionale</b>				
Lavoratore autonomo	76	66	75	67
Dirigenti	72	67	76	66
Altri collari bianchi	76	66	76	70
Lavoratori manuali	73	64	71	69
Persone della casa	59	52	56	55
Disoccupato	70	59	67	67
Pensionato	45	52	48	42
Studenti	86	59	85	77
<b>Difficoltà a pagare le bollette</b>				
La maggior parte del tempo	64	55	59	61
Di tanto in tanto	71	61	67	64
Quasi mai/mai	66	61	68	61
<b>Considerare l'appartenenza a</b>				
La classe operaia	60	53	57	55
La classe media inferiore	66	61	65	63
La classe media	71	63	72	65
La classe media superiore	68	65	76	61
La classe superiore	71	72	80	69
<b>Immagine dell'UE</b>				
Positivo	72	64	73	66
Neutrale	65	58	64	59
Negativo	60	57	60	57

## Commenti

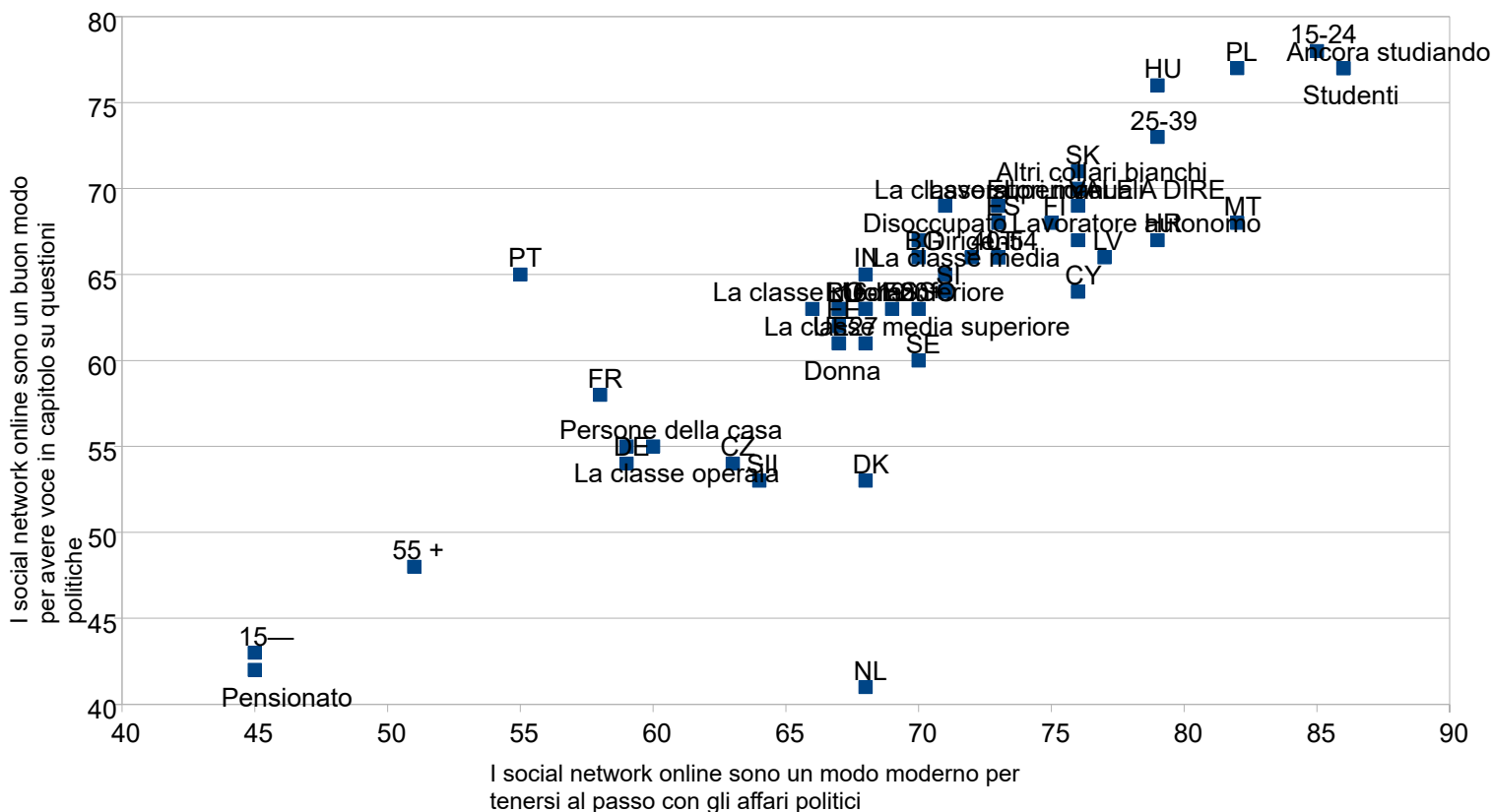
(Pierre Dieumegard)

Ancora una volta, questo documento dell'Eurobarometro non è stato corretto correttamente prima della pubblicazione

. La parte VI (Reti sociali) contiene una sola sottosezione, contrariamente alle buone prassi di scrittura in tutti i paesi e in tutte le lingue. Manca una sottosezione?

Dal 2010, la stampa scritta è stata letta sempre meno, mentre i social network vengono utilizzati sempre di più, più della stampa scritta. Anche se la radio e la televisione sono leggermente in calo, sono ancora utilizzate dalla maggior parte degli intervistati (domanda QE3).

la percentuale di coloro che pensano che i social network non siano un buon modo per scoprire gli affari politici rimane costante, a circa un quarto degli intervistati. D'altra parte, la percentuale di coloro che pensano che sia un buon modo sta aumentando, a scapito di coloro che non hanno alcuna opinione (QE6).



L'età è il fattore principale che spiega le opinioni sull'utilità dei social network in politica, ma le opinioni variano ampiamente da paese a paese (domanda QE6). I poli nel loro insieme si comportano più o meno allo stesso modo dei 15-24 anni nel loro insieme.