

Evoluzione della lettura dell'informazione di attualità online

Dal 2009 al 2022

Milano, settembre 2022



Lo svolgimento dell'indagine del 2022

Campione ed esecuzione del field

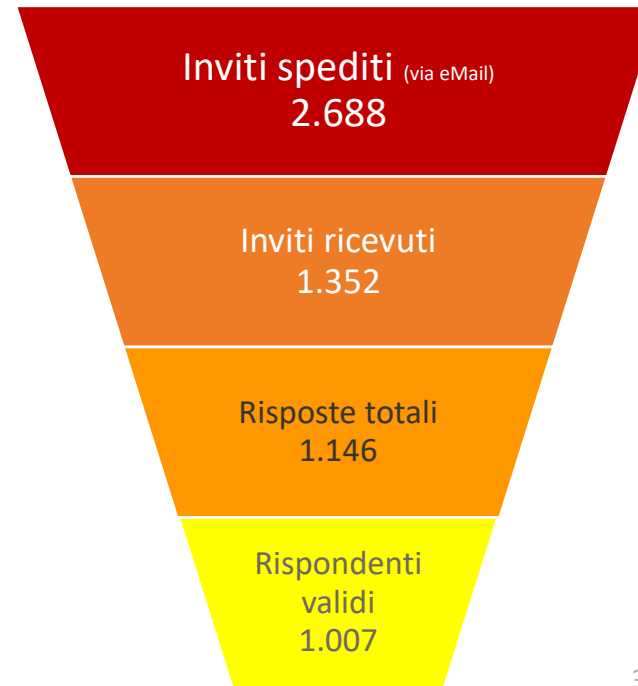
I dati della ricerca sono ricavati da interviste eseguite online sul panel di ricerca di Human Highway (OpLine, www.opline.it).

Il campione è formato da uomini e donne di almeno 18 anni di età, residenti su tutto il territorio nazionale ed è rappresentativo della popolazione italiana che si connette alla Rete con regolarità almeno una volta alla settimana. L'universo d'indagine così definito si compone di 41 milioni di individui.

I rispondenti sono stati contattati via eMail l'1 agosto e il fieldwork è durato 5 giorni, dall'1 al 5 agosto 2021.

Il campione dei rispondenti è stato trattato per assicurare la qualità dei casi, escludendo le compilazioni distratte, le risposte incoerenti, le dubbie identità del compilatore, le compilazioni troppo frettolose.

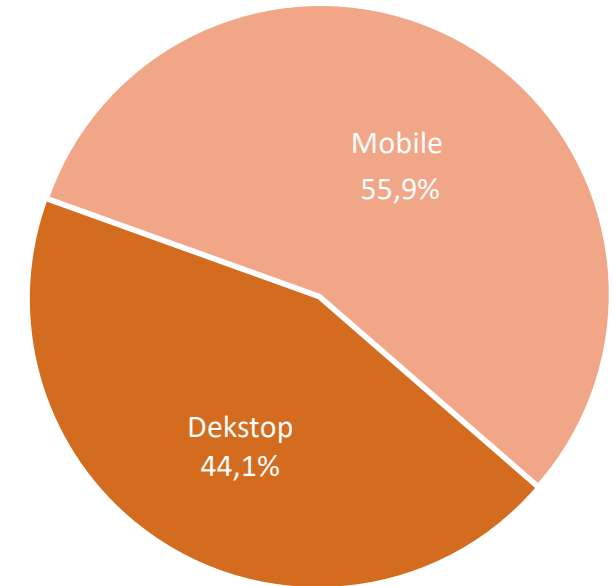
Il flusso del fieldwork



Redemption: 84,8%
(Risposte su inviti ricevuti)

Motivi degli scarti
80 compilazioni non complete
59 compilazioni di scarsa qualità

% Compilazioni per device



N Compilazioni per giorno



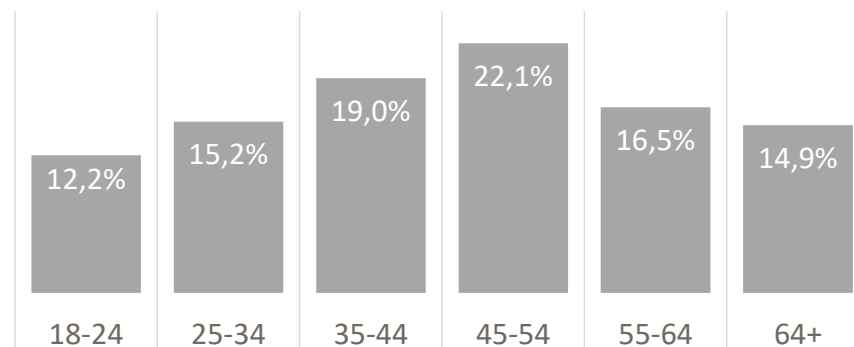
Il campione

Composizione sociodemografica

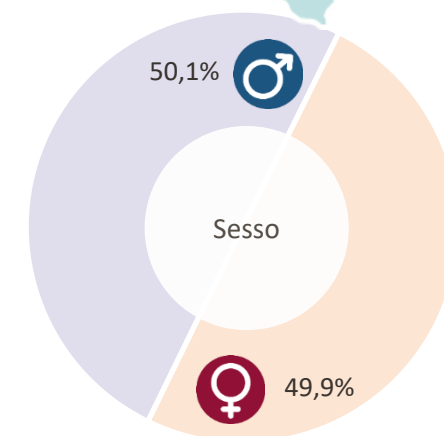
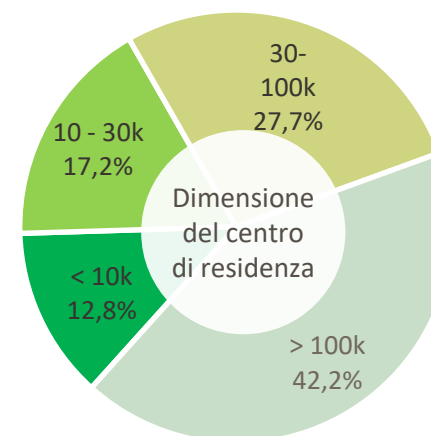
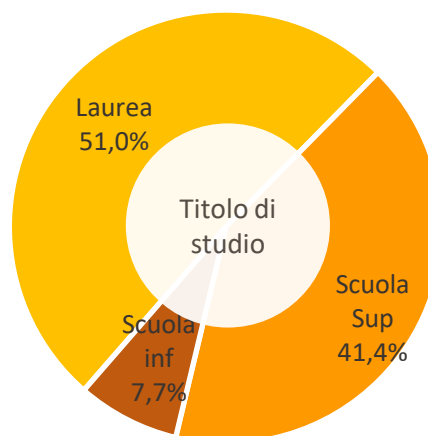
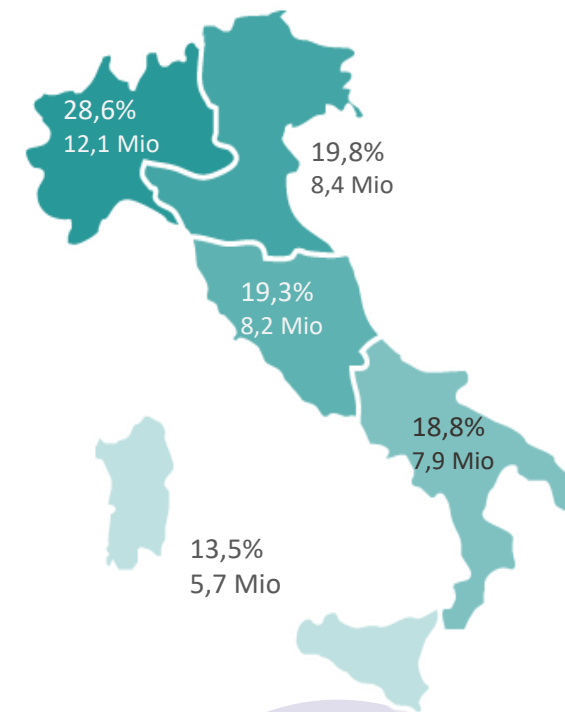
Il campione della ricerca online rappresenta un segmento di popolazione composto da 41 milioni di individui.

Il campione è stato ponderato per quote di sesso per età, zona geografica di residenza, titolo di studio e intensità di fruizione dei quotidiani cartacei.

I pesi assegnati ai rispondenti variano tra 0,38 e 3,82 nel 90% dei casi mentre i valori estremi sono 0,20 e 5,00.



La popolazione online italiana rappresentata nella ricerca ha una distribuzione sempre più simile all'intera popolazione (anche non online) a causa dell'elevata penetrazione della connessione alla Rete. I lettori nella settimana media di quotidiani (cartacei o digital edition) sono poco più della metà del totale mentre le persone che guardano abitualmente i programmi di Pay TV e servizi di VoD sono il 61,9%.



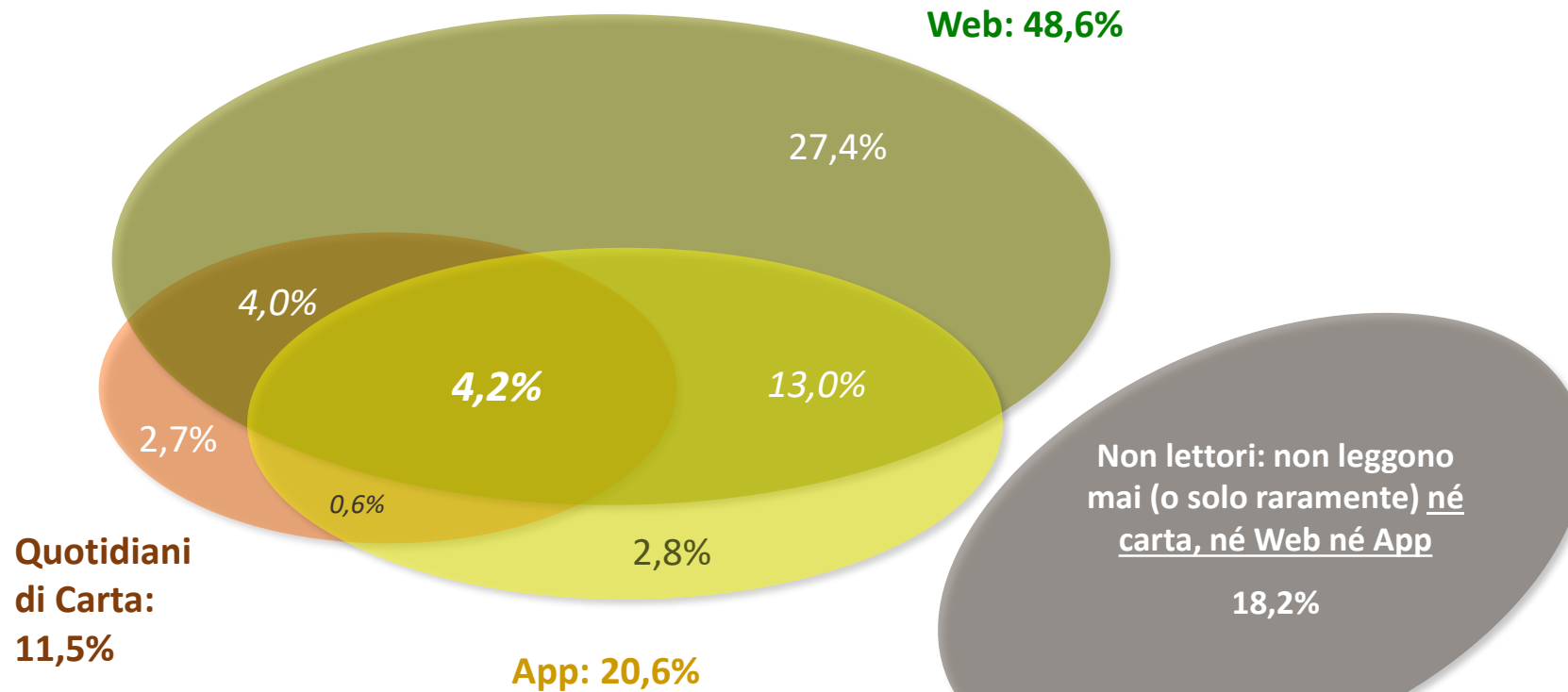
Lo scenario dell'informazione testuale

Dal 2009 a oggi



La domanda d'informazione testuale - 2022

Sovrapposizione tra lettori di quotidiani cartacei, online e apps per l'informazione



Dopo anni di trend calante, la domanda di informazione di attualità è cresciuta nel 2022: ne hanno beneficiato tutti i canali e in particolare le testate di informazione online che superano i 20 milioni di individui, tra i quali si trovano 11,6 milioni che usano quasi unicamente questa modalità mentre 9 milioni la integrano anche con altri canali (App, carta). L'insieme dei lettori di notizie via App è in buona parte sovrapposto ai lettori dei quotidiani online. Lo zoccolo duro di lettori di solo giornali cartacei è in costante diminuzione negli anni ed è quantificabile in 1 milione di lettori.

Base: totale campione, 1.007 casi.

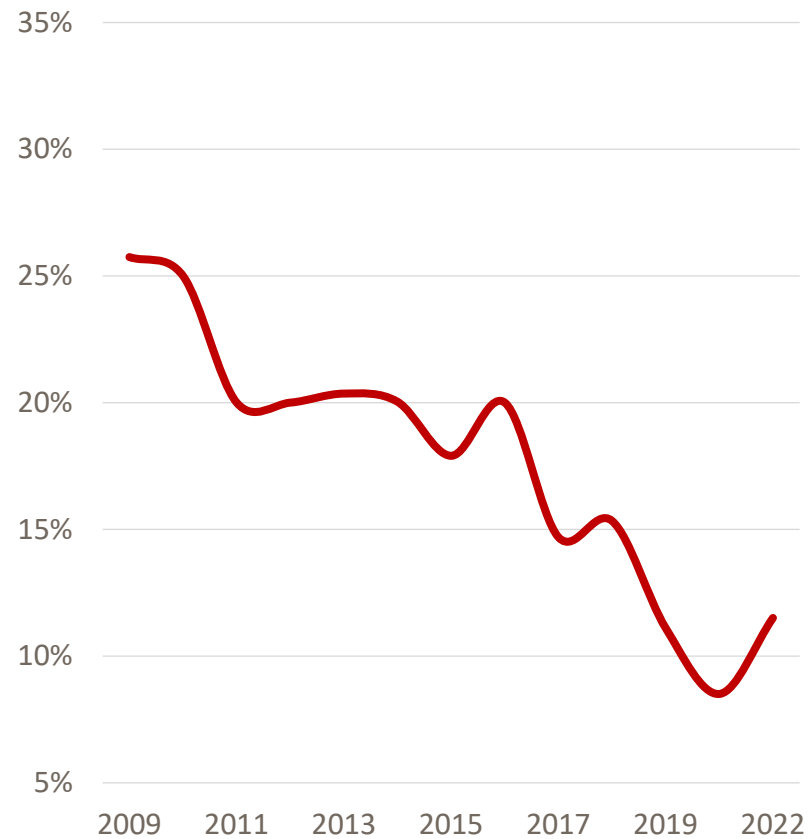
I lettori abituali

I lettori abituali di un canale (Web, carta o App) dichiarano di leggere almeno quattro giorni alla settimana l'informazione sullo stesso canale.

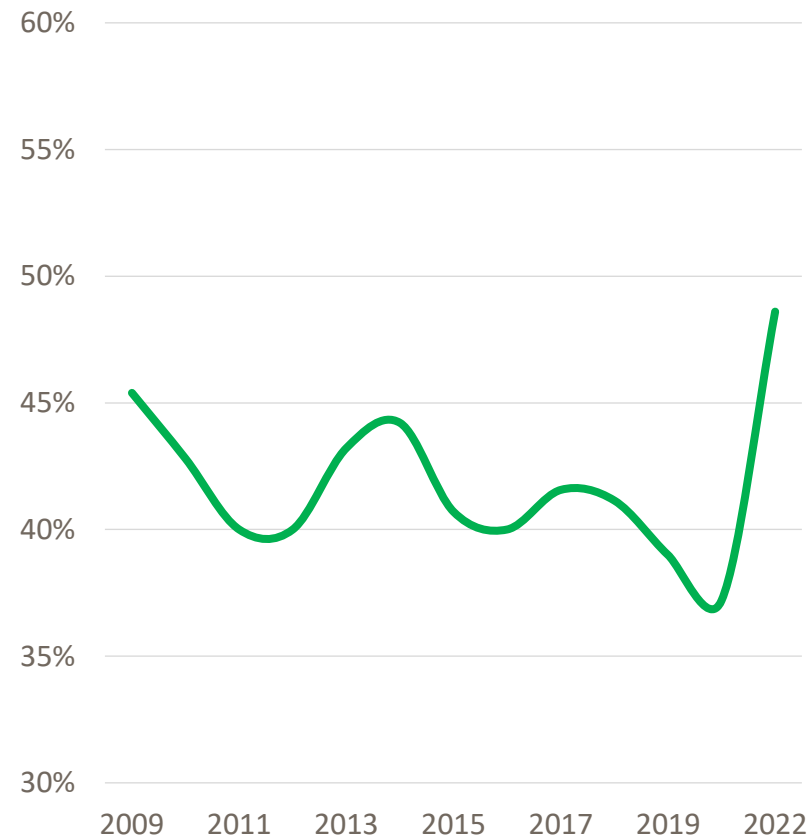


La domanda d'informazione testuale

Lettori di quotidiani nella popolazione online dal 2009 al 2022



Lettori abituali di quotidiani **cartacei**
(quota tra gli utenti Internet nella settimana media)



Lettori abituali di quotidiani **sul Web**
(quota tra gli utenti Internet nella settimana media)

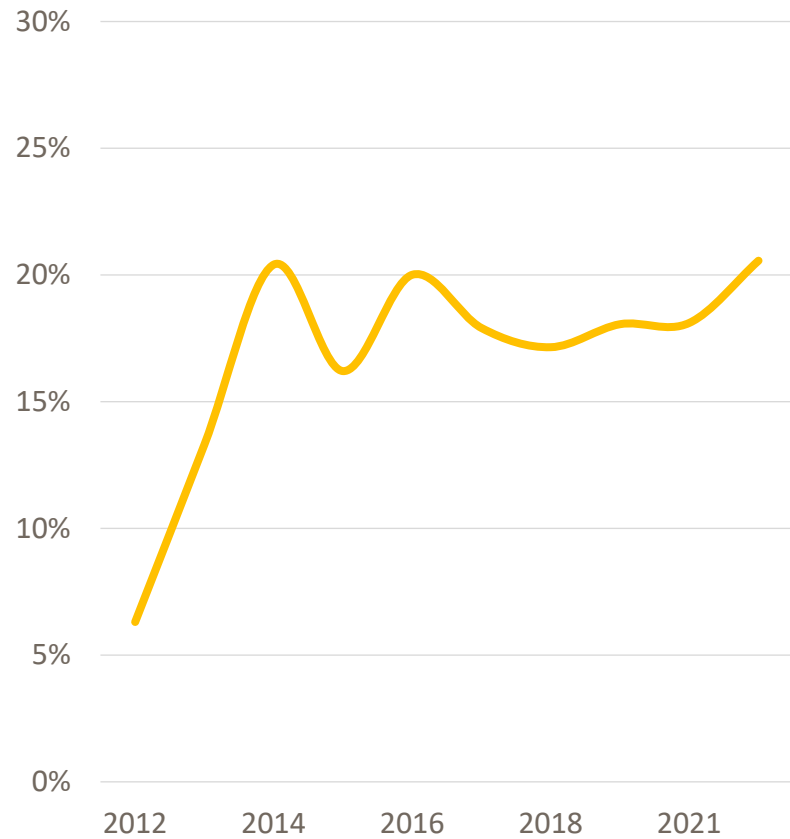
I lettori abituali di quotidiani online sono cresciuti nel corso degli anni e nel 2022 si osserva una crescita particolarmente elevata. La crescita del Web riesce a contrastare la diminuzione della carta che, neppure in un anno di crescita della domanda di informazione come il 2022, non inverte la tendenza calante rilevata negli ultimi anni.

Base: totale campione utenti internet settimanali.

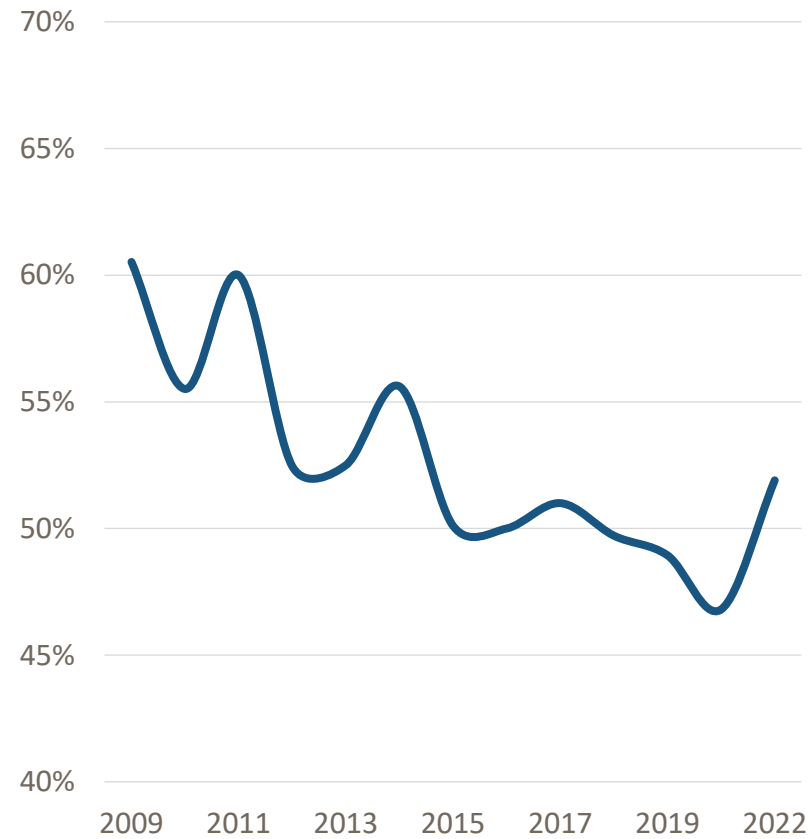


La domanda d'informazione testuale

Lettori di quotidiani nella popolazione online dal 2009 al 2022



Lettori abituali di quotidiani **via App**
(quota tra gli utenti Internet nella settimana media)



Utenti abituali di **informazione «any channel»**
(quota tra gli utenti Internet nella settimana media)

Dopo il boom del 2012/ 2013, i lettori abituali di quotidiani su App si sono stabilizzati attorno al 18/20% della popolazione online e sono nel 2022 poco meno di 9 milioni di individui.

La somma netta di domanda di informazione di quotidiani online, cartacei e via App porta alla cifra complessiva di oltre 22 milioni di individui, in crescita nel 2022 dopo qualche anno di sostanziale stabilità.

Base: totale campione utenti internet settimanali.



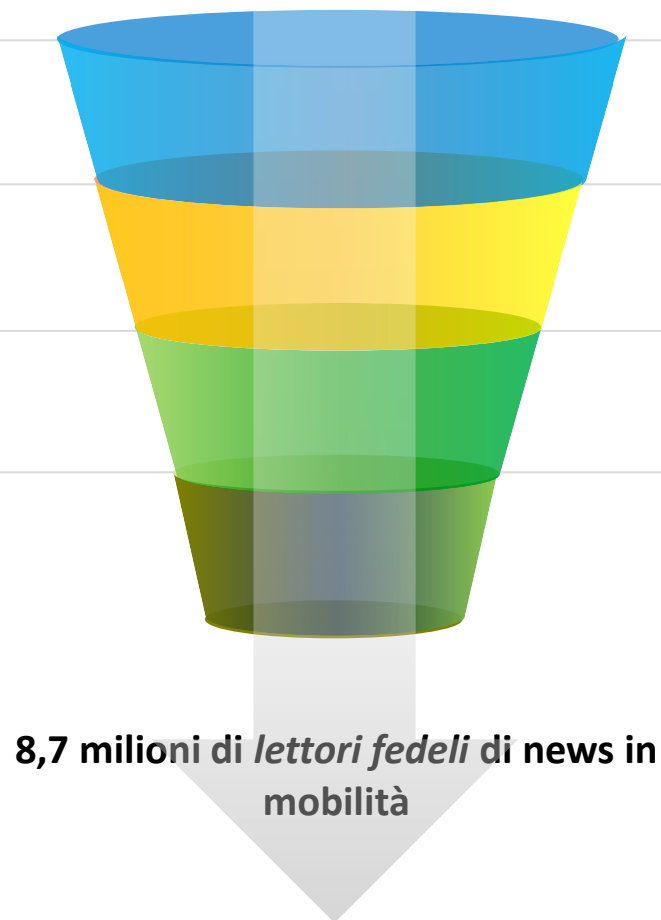
La fruizione da dispositivo mobile e il ruolo delle App d'informazione

Dal 2012 ad oggi



Gli strumenti più indicati per alcuni bisogni di comunicazione

Gestire un disservizio - Trend



Mobile users (Tablet o Smartphone):

39,4 milioni di individui (100%)

Utilizzano abitualmente App sui dispositivi mobili:

38,6 milioni di individui (98,1%)

Hanno installato App di Notizie sui dispositivi mobili:

14,1 milioni di individui (35,8%)

Utilizzano con regolarità App di Notizie sui dispositivi mobili:

8,7 milioni di individui (22,2%)

8,7 milioni di lettori fedeli di news in mobilità

La grande maggioranza (98%) di chi utilizza dispositivi mobili per accedere al Web dichiara di aver installato delle App e, tra coloro che utilizzano regolarmente App sui dispositivi mobili, il 35,8% dispone di un'App dedicata all'informazione di attualità: si tratta in definitiva di 14,1 milioni di individui.

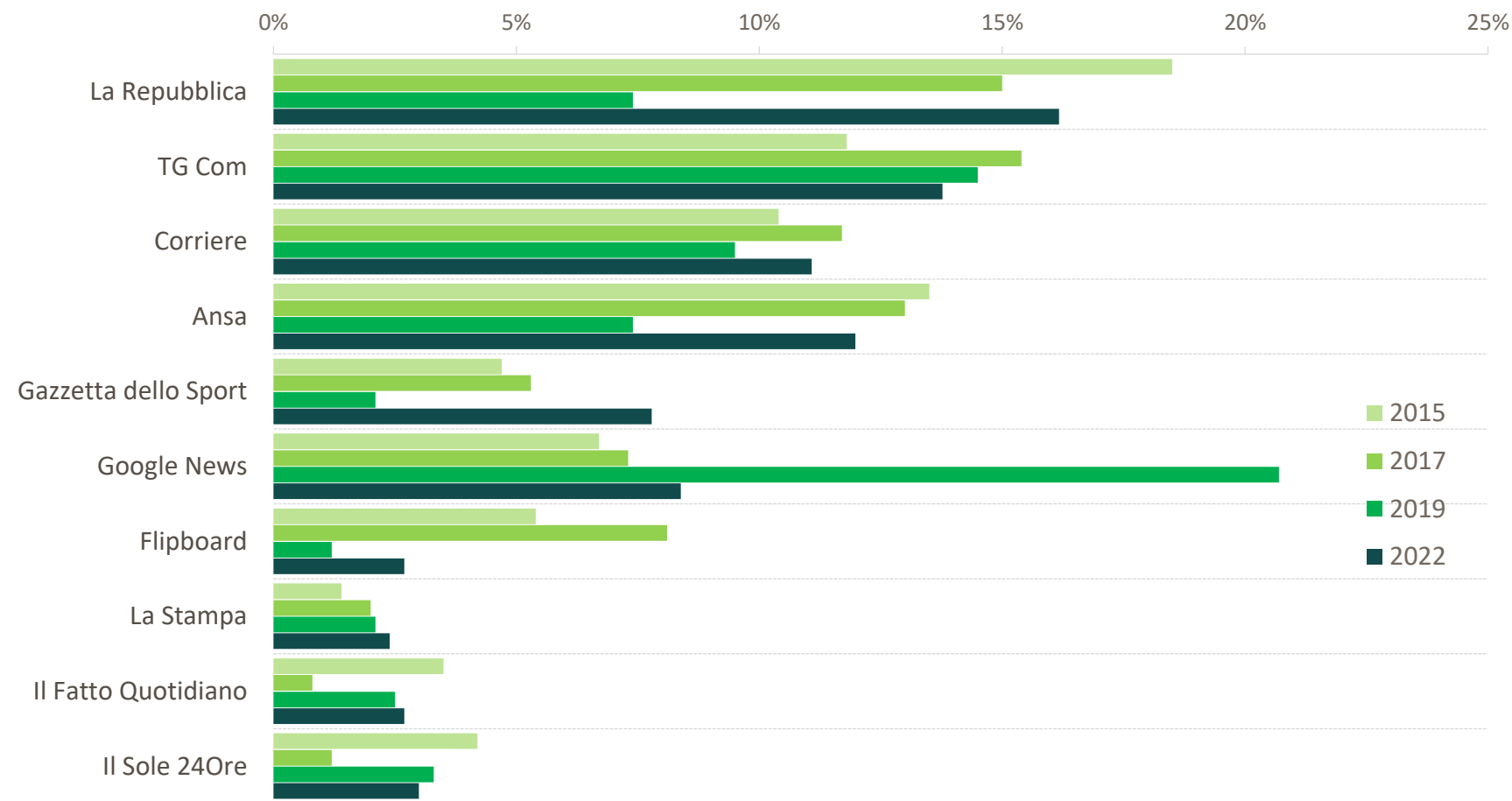
Infine, poco più di 8,7 milioni di individui sono classificabili come lettori abituali di news in mobilità, attraverso almeno un'App d'informazione che utilizzano regolarmente su un dispositivo mobile.

Base: totale campione, 1.007 casi.



Base installata di App d'informazione su device mobile

Incidenza sul totale degli utilizzatori di App d'informazione – Trend 2012-2021



La base delle percentuali del 2022 è composta da 14 milioni di individui cioè individui che hanno installato una App di informazione su un proprio device e che sanno citare spontaneamente almeno il nome di un'App di news.

Nell'ultimo anno si osserva una sostanziale stabilità dei brand dell'informazione tradizionale e di alcuni aggregatori come Flipboard e una diminuzione dell'informazione mediata dalle App di Google.

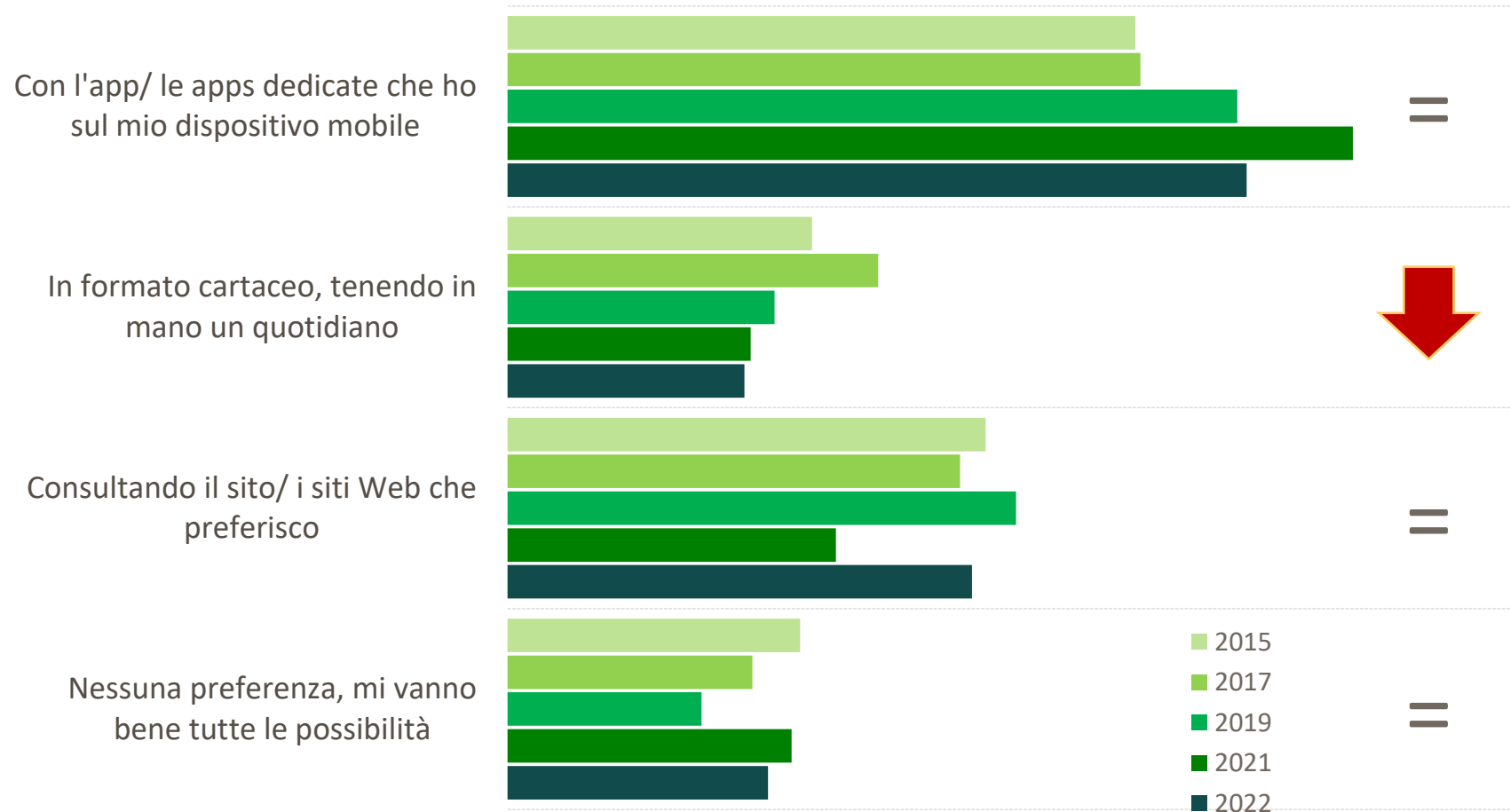
Quali App per leggere le notizie hai installato sui tuoi dispositivi mobili?

Base: utenti che citano spontaneamente il nome di almeno una App di news, 266 casi.



Carta, Web o App?

La prova del divano



Le persone che fanno esperienza di lettura dei quotidiani nelle tre forme (via App, su carta e sul Web) possono indicare la soluzione preferita per leggere le notizie della giornata: la loro scelta ricade **sempre più sulle App** (43%) che sulla versione Web (27%) che ha guadagnato però qualche favore nel corso del 2022. Il favore verso la carta che sembrava crescere leggermente è di nuovo diminuito nell'ultimo anno.

Immagina di avere un po' di tempo libero la sera per leggere le notizie della giornata. Potendo scegliere, preferiresti sfogliare le notizie...

Base: individui che leggono informazione di attualità via App e su quotidiani cartacei



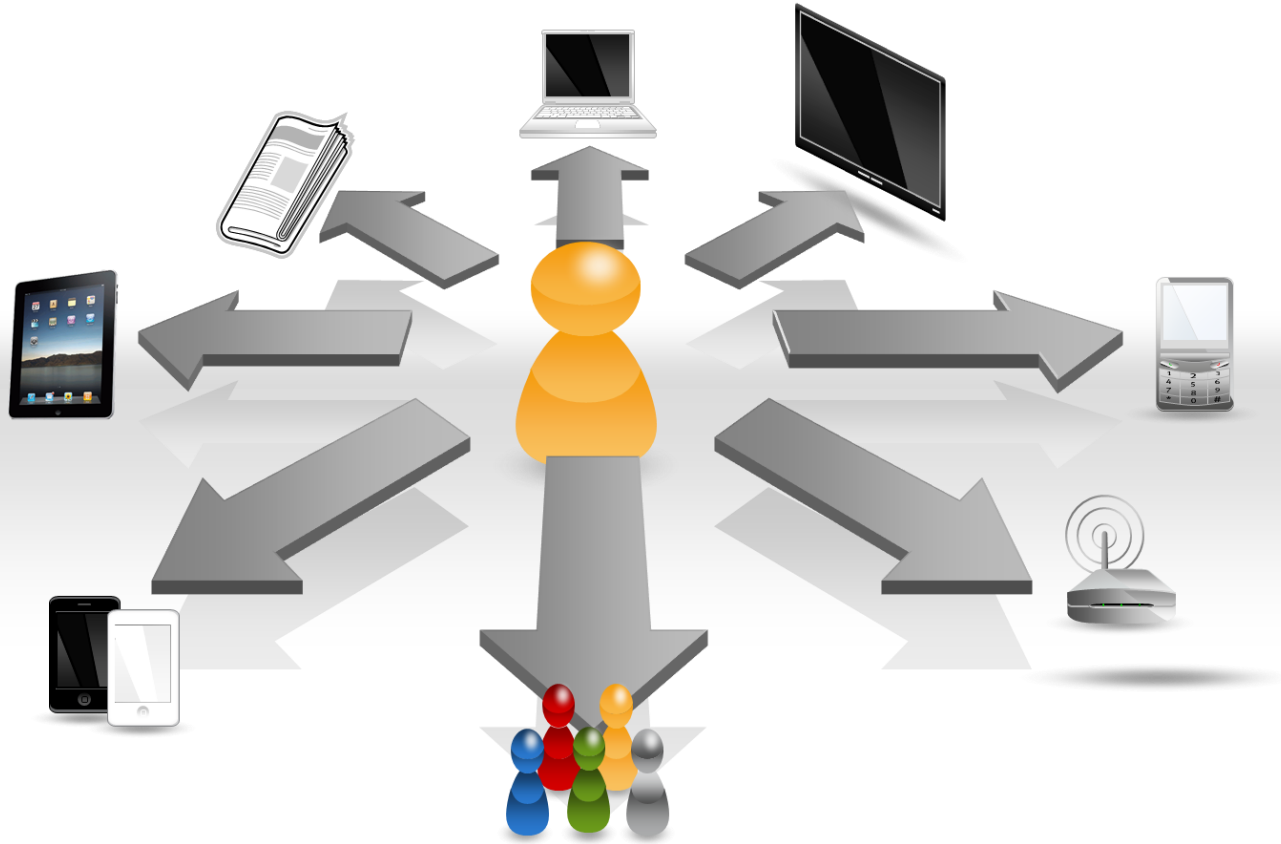
Le fonti informative nel caso di un evento straordinario

L'analisi del caso ipotetico
2011 - 2022



Mezzi di informazione utilizzati in casi eccezionali

La fonte informativa di riferimento in caso di eventi straordinari



A quale fonte ci si rivolge in prima battuta per avere informazioni nel caso di un evento eccezionale?

Un esercizio d'immaginazione proposto con la finalità di comprendere il mezzo di comunicazione Top of Mind in caso di necessità.

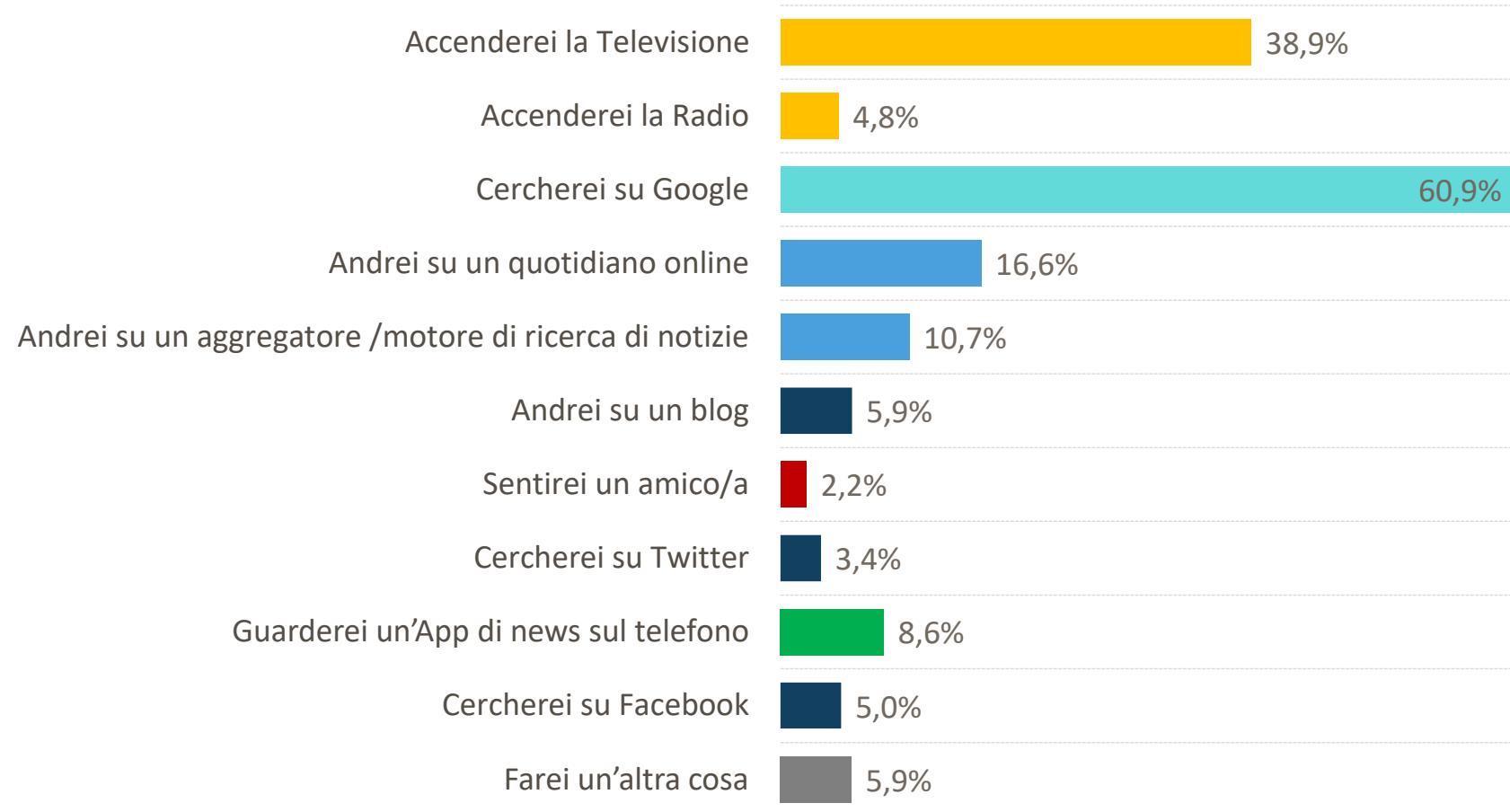
Supponiamo che sia da poco avvenuta una cosa importantissima nel mondo e vuoi sapere di cosa si tratta. Cosa faresti come prima cosa per capire cosa è successo?

Il caso eccezionale / ipotetico



Mezzi di informazione di riferimento

Nel caso di un evento eccezionale – 2022



Il test misura i mezzi di riferimento per rispondere a un'esigenza informativa straordinaria, una sorta di Top of Mind dei mezzi di comunicazione in caso di bisogno.

Più della metà degli individui partirebbe da Google per cercare informazioni su un evento di attualità di carattere eccezionale.

Seguono la TV e i quotidiani online, a livelli ormai comparabili a quelli raggiunti da Facebook e dalle App d'informazione sui dispositivi mobili.

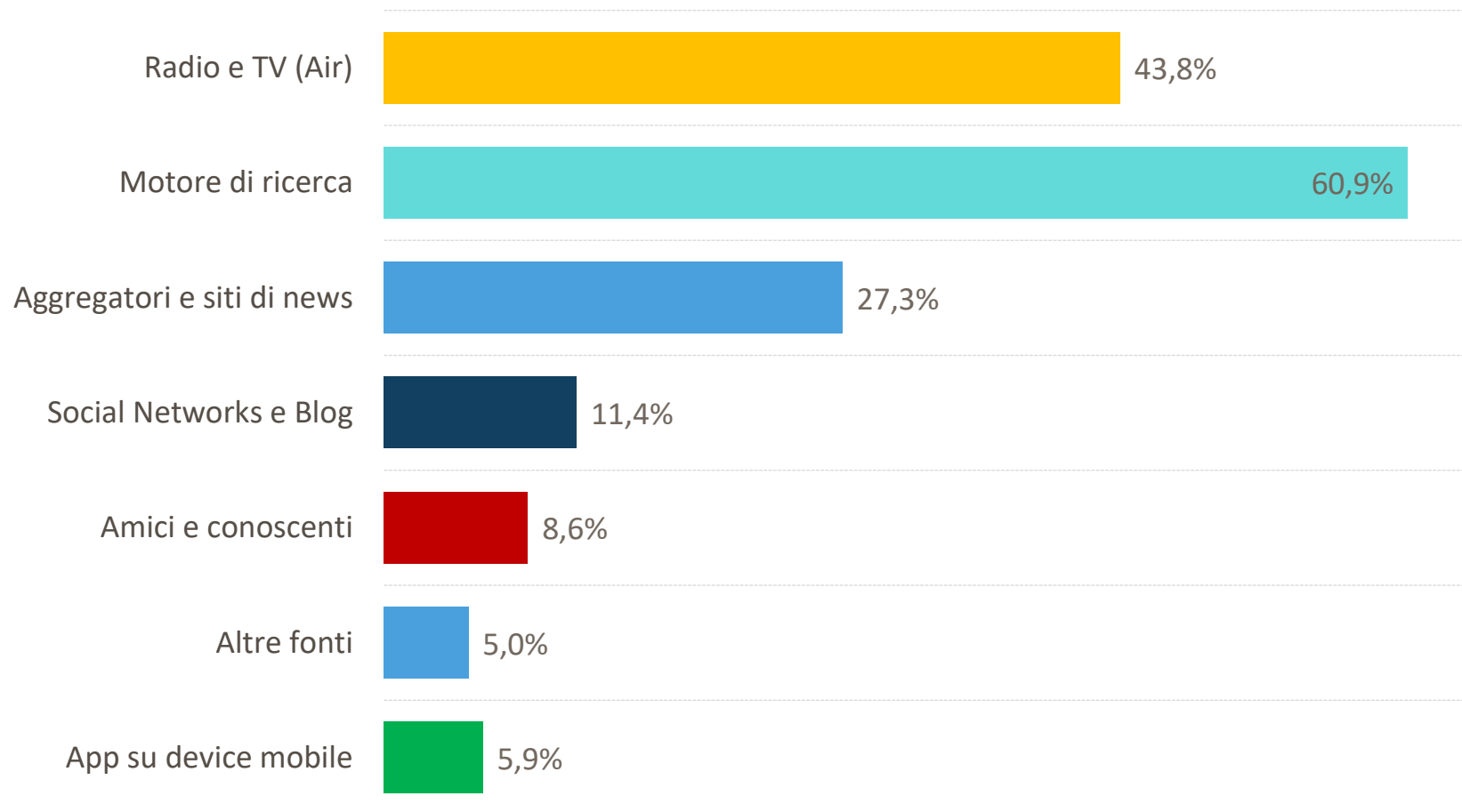
Supponiamo che sia da poco avvenuta una cosa importantissima nel mondo e vuoi sapere di cosa si tratta. Cosa faresti come prima cosa per capire cosa è successo?

Base: totale campione, 1.007 casi.



Tipologia di mezzi di informazione utilizzati

Nel caso di un evento eccezionale – 2022



L'aggregazione delle diverse soluzioni per tipologia di mezzi presenta la centralità dell'online, nelle sue diverse forme.

Google da solo si conferma il punto di riferimento: nel segmento di popolazione online l'associazione spontanea tra Google e la ricerca di informazioni sull'attualità è più forte di quella che si produce con i mezzi broadcasting (TV e Radio) e con i siti d'informazione online.

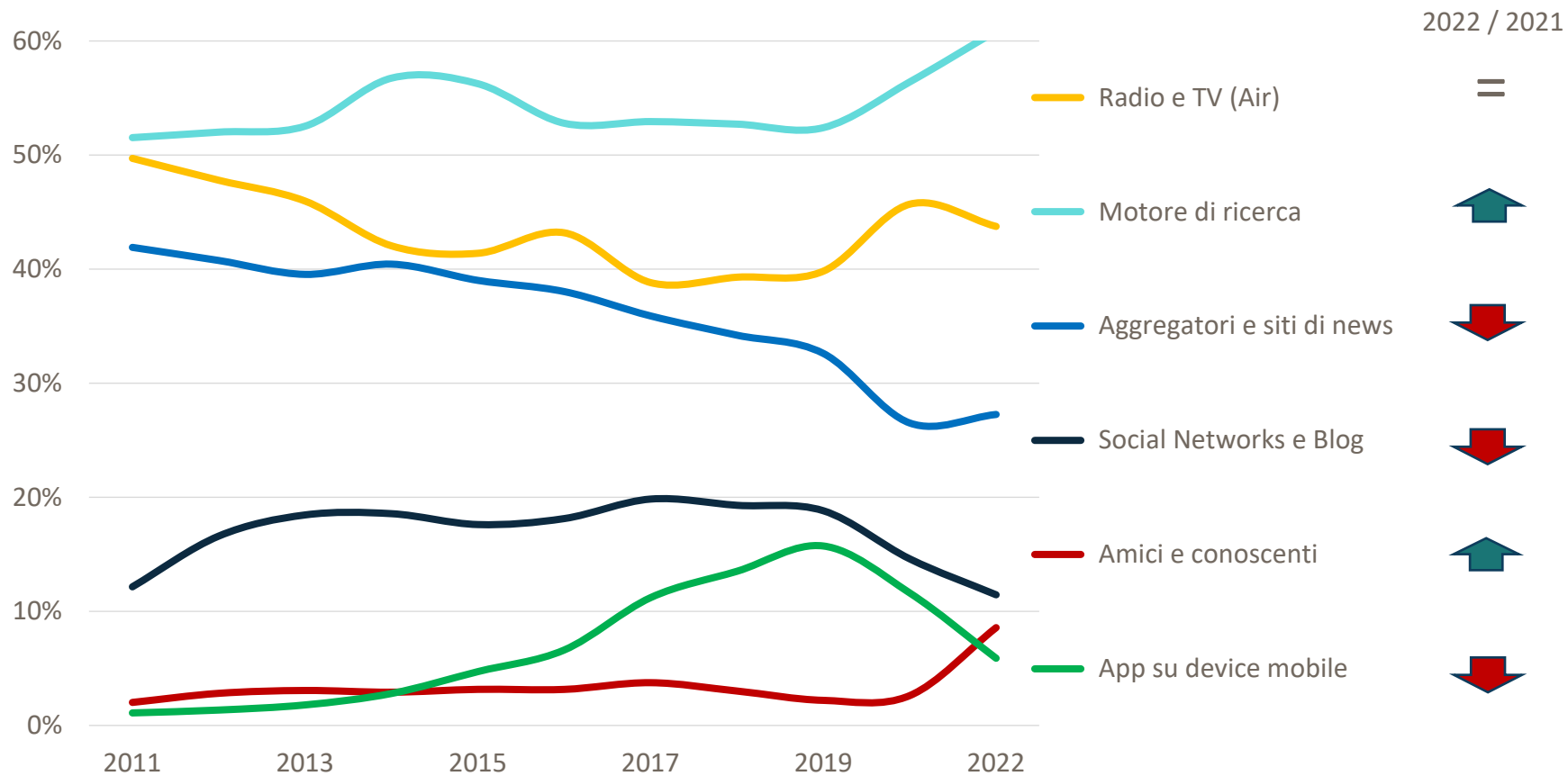
Supponiamo che sia da poco avvenuta una cosa importantissima nel mondo e vuoi sapere di cosa si tratta. Cosa faresti come prima cosa per capire cosa è successo?

Base: totale campione, 1.007 casi.



Tipologia di mezzi di informazione utilizzati

Nel caso di un evento eccezionale – Trend



Gli ultimi 3 anni mostrano «movimenti» negli equilibri di potere dei mezzi che sembravano affermarsi prima del 2019: la perdita di peso dei mezzi broadcasting (TV e Radio) rilevata fino al 2019 si è fermata su valori stabili, l'ascesa prima dei Social e poi delle App su dispositivo mobile si è stoppata, è aumentata la rilevanza del passaparola, i siti dei quotidiani online (la voce principale della linea blu) perdono punti percentuali in favore di Google.

Supponiamo che sia da poco avvenuta una cosa importantissima nel mondo e vuoi sapere di cosa si tratta. Cosa faresti come prima cosa per capire cosa è successo?

Base: totale campione, 1.007 casi.



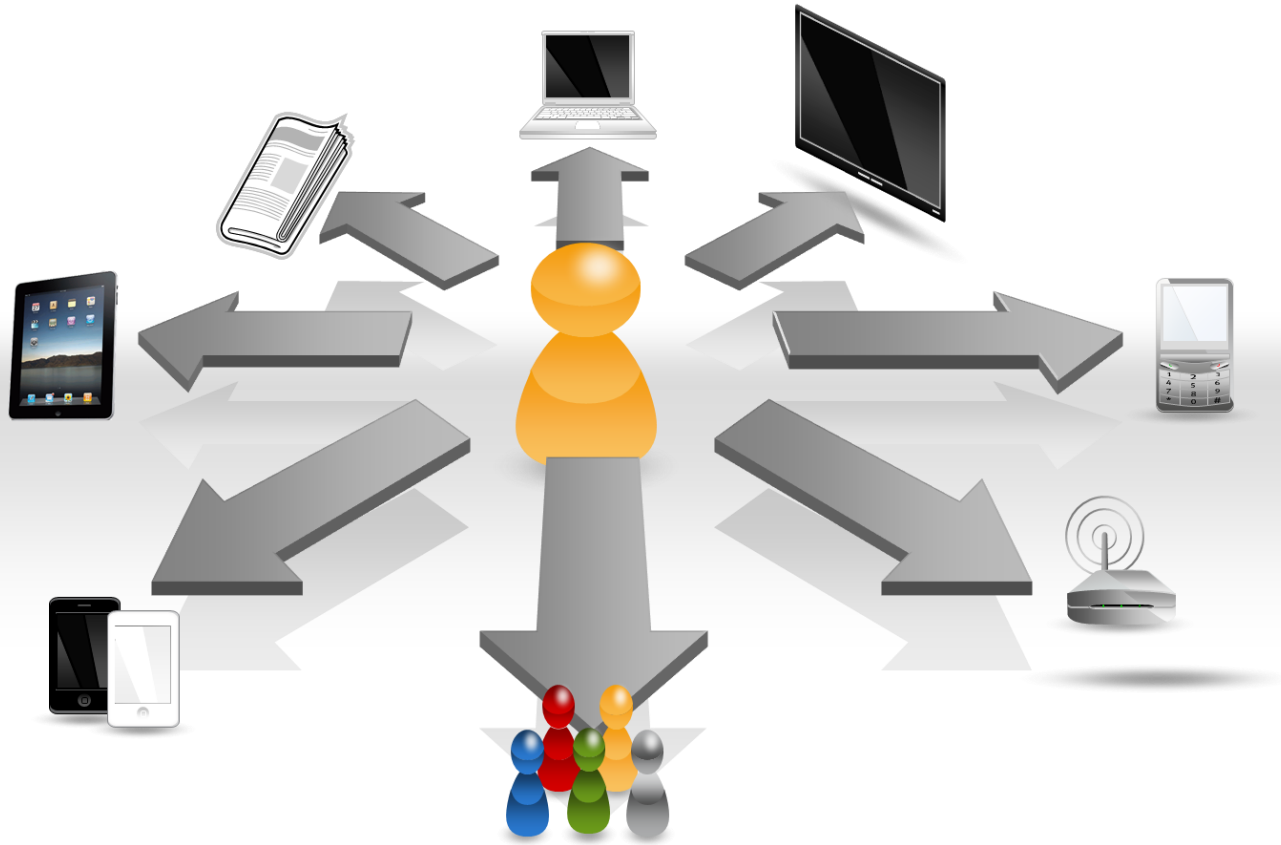
Le fonti informative nell'esperienza recente

L'analisi del caso reale
2011 - 2022



Mezzi di informazione utilizzati in un caso reale

La fonte informativa di riferimento



A quale fonte ci si rivolge per l'informazione quotidiana, di tutti i giorni?

Ripensando a una notizia di attualità recente e rimasta particolarmente impressa, l'intervista ha chiesto ai rispondenti di ricordare la prima fonte di informazione, quella da cui essi hanno appreso la notizia.

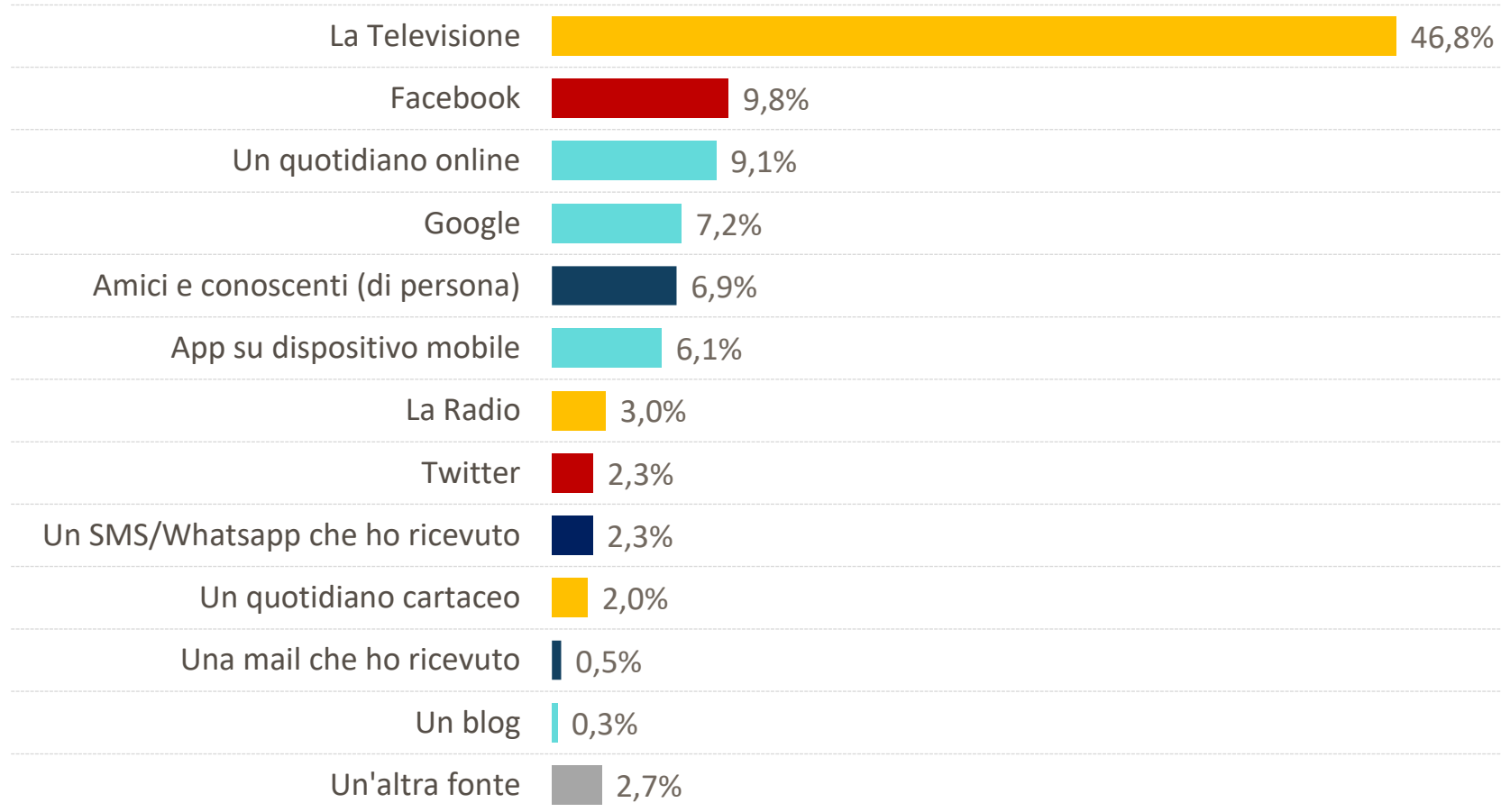
Pensa a una notizia che hai sentito o visto, oppure hai letto o hai appreso da un'altra persona. Ricordi attraverso quale mezzo hai sentito per la prima volta parlare di questa notizia?

Il caso reale e recente



Mezzi di informazione utilizzati

La prima fonte di apprendimento di una notizia – per singolo mezzo, 2022



Nel caso reale - di un'esperienza recente - il ruolo predominante di canale d'informazione spetta alla televisione.

Facebook conquista il ruolo di secondo mezzo più importante con un'incidenza poco superiore a quella di tutto il sistema dei quotidiani online. Da notare, inoltre, la veloce affermazione delle App su dispositivo mobile e la bassa penetrazione di Google (che è invece la prima fonte di informazione nel caso ipotetico ed eccezionale).

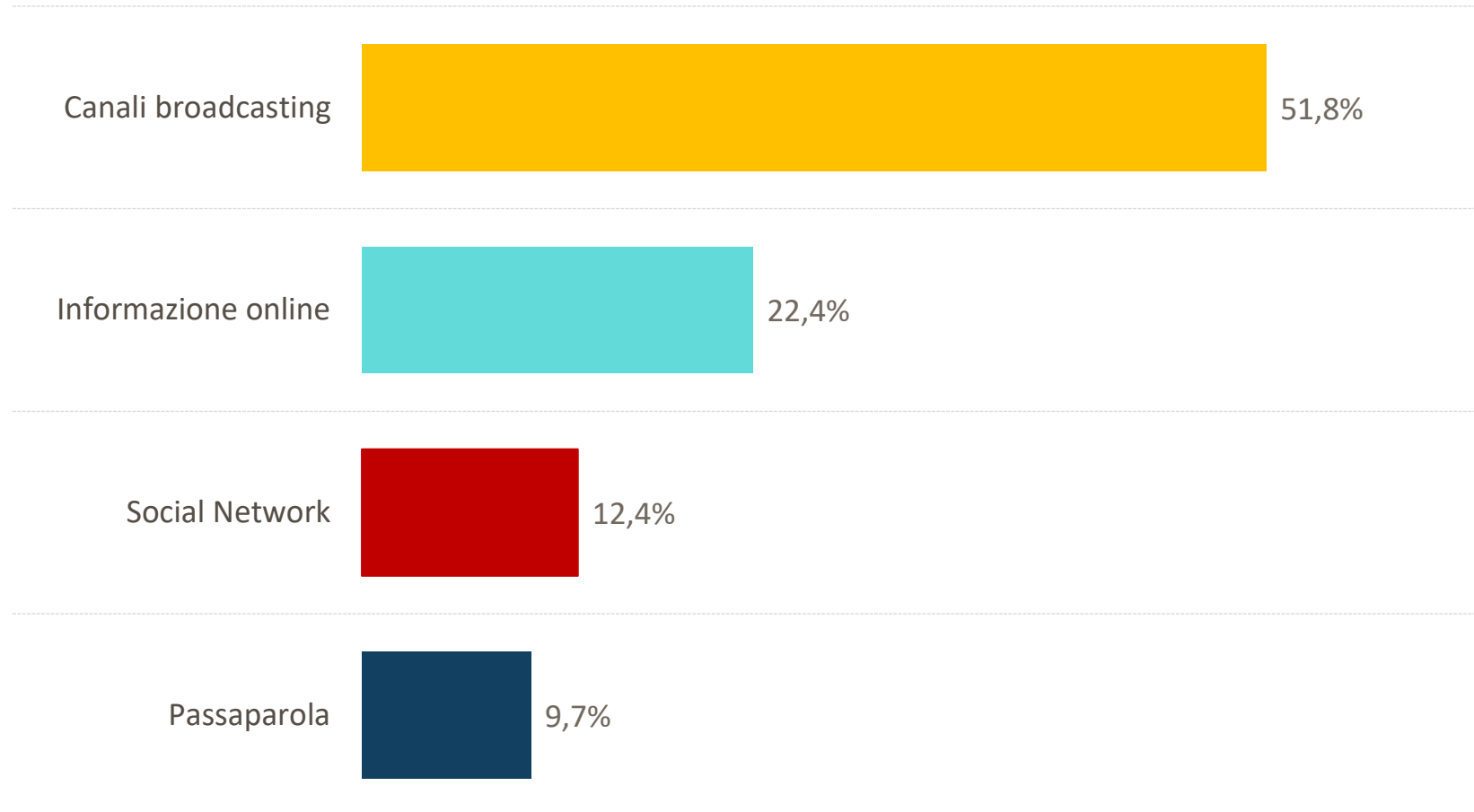
Pensa a una notizia che hai sentito o visto, oppure hai letto o hai appreso da un'altra persona. Ricordi attraverso quale mezzo hai sentito per la prima volta parlare di questa notizia?

Base: totale campione, 1.007 casi.



Mezzi di informazione utilizzati

La prima fonte di apprendimento di una notizia per tipologia di mezzo – Quota 2022



Nell'analisi aggregata si nota anche il peso significativo del passaparola, sia di persona che mediato dalla comunicazione a distanza, e la conferma del ruolo ancora dominante dei mezzi tradizionali (in primis la TV). Quando si considera il caso reale, la dieta mediatica degli utenti Internet non è così influenzata dall'online di quanto si direbbe analizzando il solo caso ipotetico: in altre parole, chi utilizza l'online dispone di un più ampio ventaglio di strumenti d'informazione ma continua a essere prevalentemente raggiunto dalla comunicazione dei mezzi tradizionali.

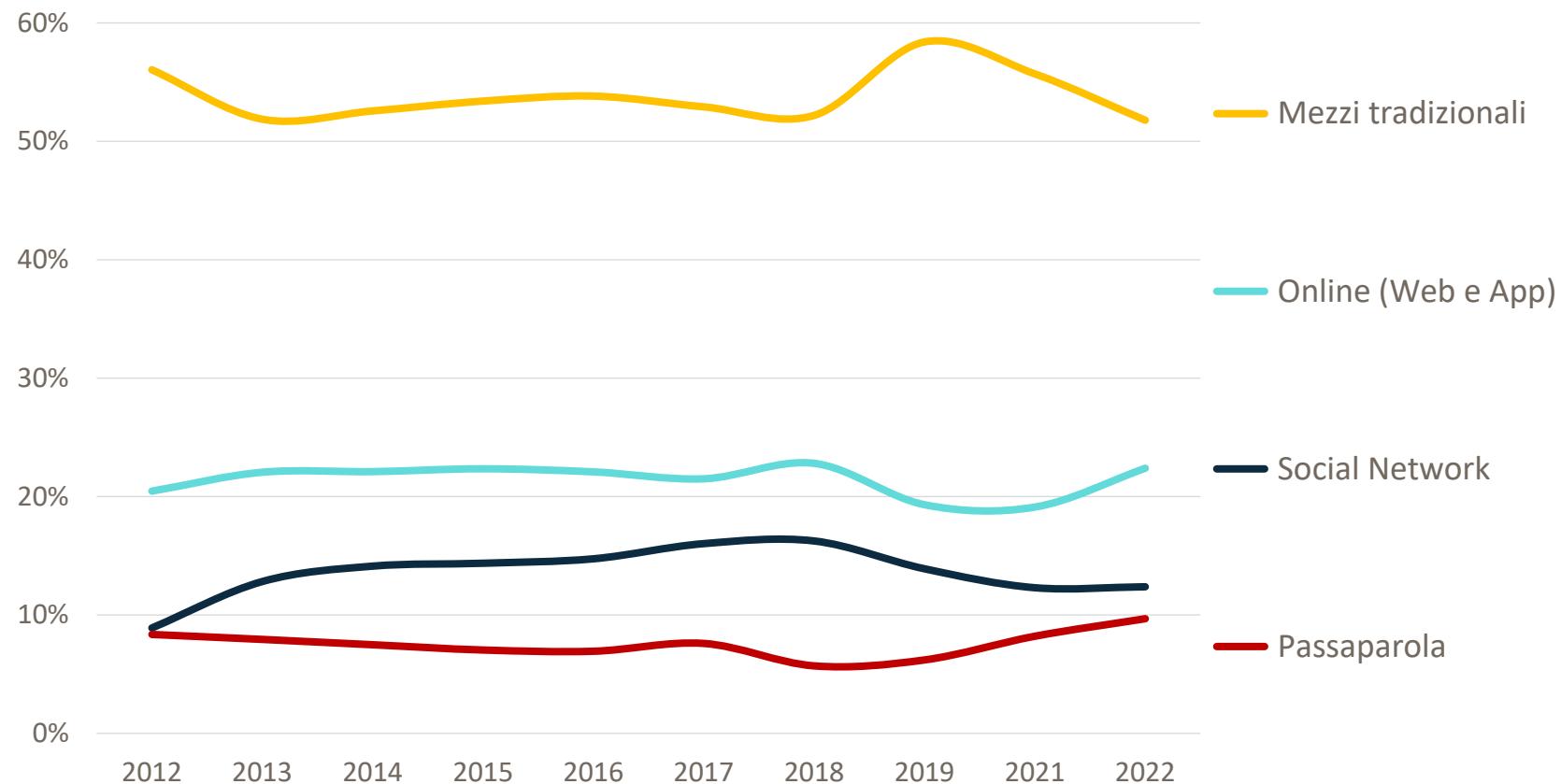
Pensa a una notizia che hai sentito o visto, oppure hai letto o hai appreso da un'altra persona. Ricordi attraverso quale mezzo hai sentito per la prima volta parlare di questa notizia?

Base: totale campione, 1.007 casi.



Tipologia di mezzi di informazione utilizzati

La prima fonte di apprendimento di una notizia per tipologia di mezzo – Trend 2012 - 2022



L'analisi di trend del «macro-mezzo» non mostra variazioni significative negli ultimi anni.

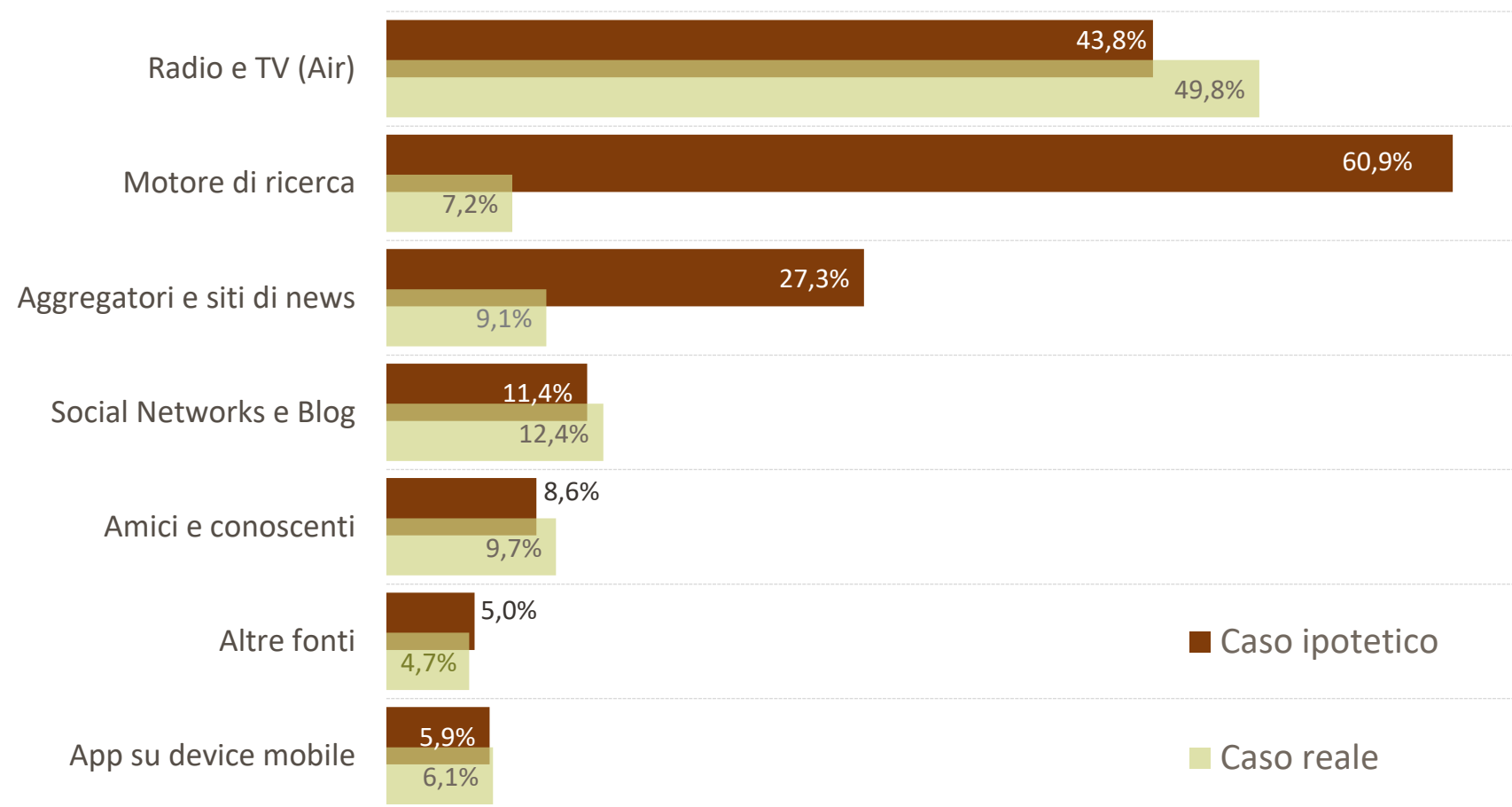
Pensa a una notizia che hai sentito o visto, oppure hai letto o hai appreso da un'altra persona. Ricordi attraverso quale mezzo hai sentito per la prima volta parlare di questa notizia?

Base: totale campione, 1.007 casi.



Mezzi di informazione di riferimento

Confronto fra le citazioni riferite a un caso ipotetico e quelle del caso reale e recente



Intenzione e azione a confronto: nonostante il primo pensiero nel caso ipotetico vada alla ricerca online, all'atto pratico questa si rivela essere una delle ultime fonti di informazione.

La dieta mediatica quotidiana è composta in larga parte dai media tradizionali e dai Social.

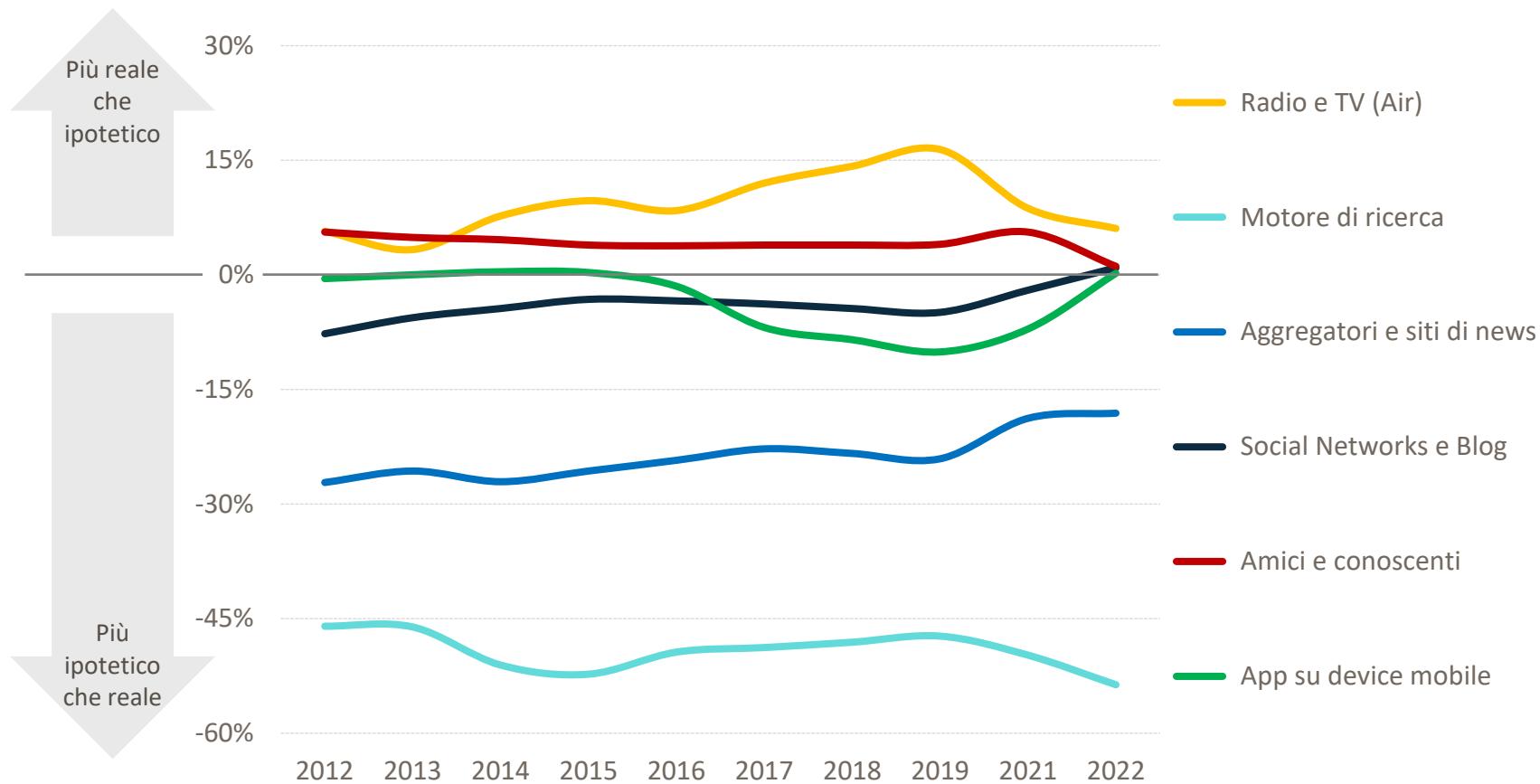
Base: totale campione, 1.007 casi.

Supponiamo che sia da poco avvenuta una cosa importantissima nel mondo e vuoi sapere di cosa si tratta. Cosa faresti come prima cosa per capire cosa è successo? Pensa a una notizia che hai sentito o visto, oppure hai letto o hai appreso da un'altra persona. Ricordi attraverso quale mezzo hai sentito per la prima volta parlare di questa notizia?



Tipologia di mezzi di informazione utilizzati

Nel caso di un evento eccezionale – Trend



Gli ultimi 10 anni mostrano che i mezzi broadcasting (Tv e Radio) hanno un potere informativo più forte di quanto le persone gli attribuiscono ma il divario tra potere presunto (il caso ipotetico) e potere effettivo (il caso concreto) che è cresciuto fino al 2019 ha visto uno stop negli ultimi 3 anni.

L'unico altro mezzo con potere informativo reale superiore a quello supposto è il passaparola, il cui valore tende a rimanere stabile nel tempo.

La delle App sembra essere speculare a quello dei mezzi broadcasting con le App che fino al 2019 hanno perso potere reale e acquisito potere nel caso supposto ma che negli ultimi 3 anni hanno visto un'inversione di tendenza.

Confronto tra l'incidenza delle citazioni dei mezzi nel caso reale di una notizia recente rispetto al caso ipotetico

Base: totale campione, 1.007 casi.



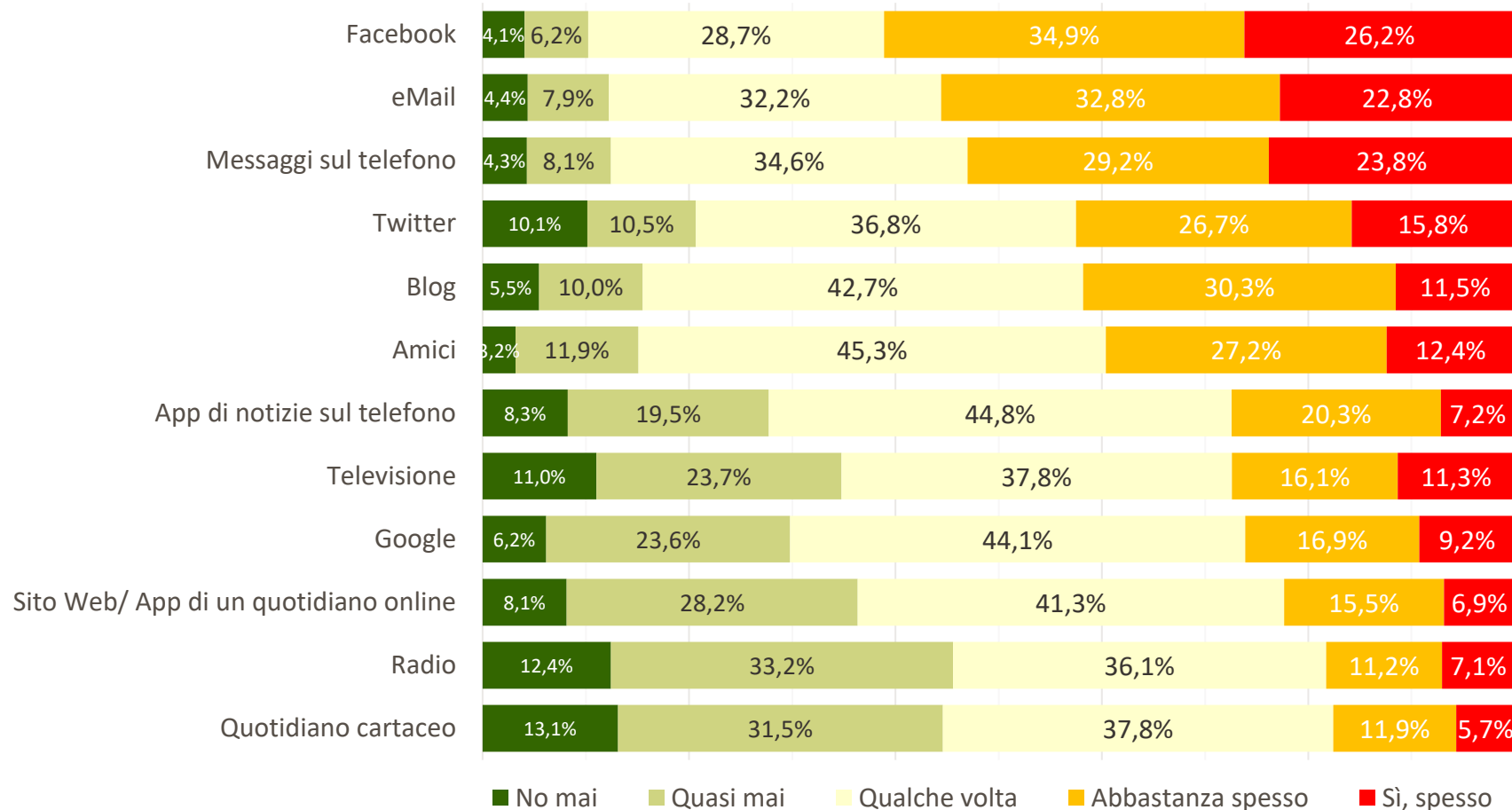
La fiducia nei mezzi d'informazione

La credibilità dell'informazione veicolata dai diversi mezzi



La rilettura critica

Livello di credibilità associato all'informazione di attualità sui diversi mezzi



I diversi canali sono ordinati in senso ascendente di credibilità: Facebook è la fonte che soffre maggiormente il problema dell'inaffidabilità mentre, al contrario, radio e quotidiani, godono del maggior credito.

Ti capita di mettere in dubbio l'autenticità di una notizia che apprendi da...

Base: totale campione, 1.007 casi.



La rilettura critica

Il sospetto sull'informazione di attualità sui diversi mezzi



Facebook ha un problema di autorevolezza e attendibilità: per ogni persona che consulta il Social senza porsi domande sulla qualità dell'informazione che trova sul proprio feed, quasi 7 persone se lo pongono. Il dato è il più elevato dei mezzi analizzati e non è una peculiarità dei social (Twitter, per esempio, ha un valore 3,5 volte più basso). I massimi livelli di affidabilità sono assegnati ai mezzi classici e ai quotidiani online, la versione Web o App dei quotidiani cartacei.

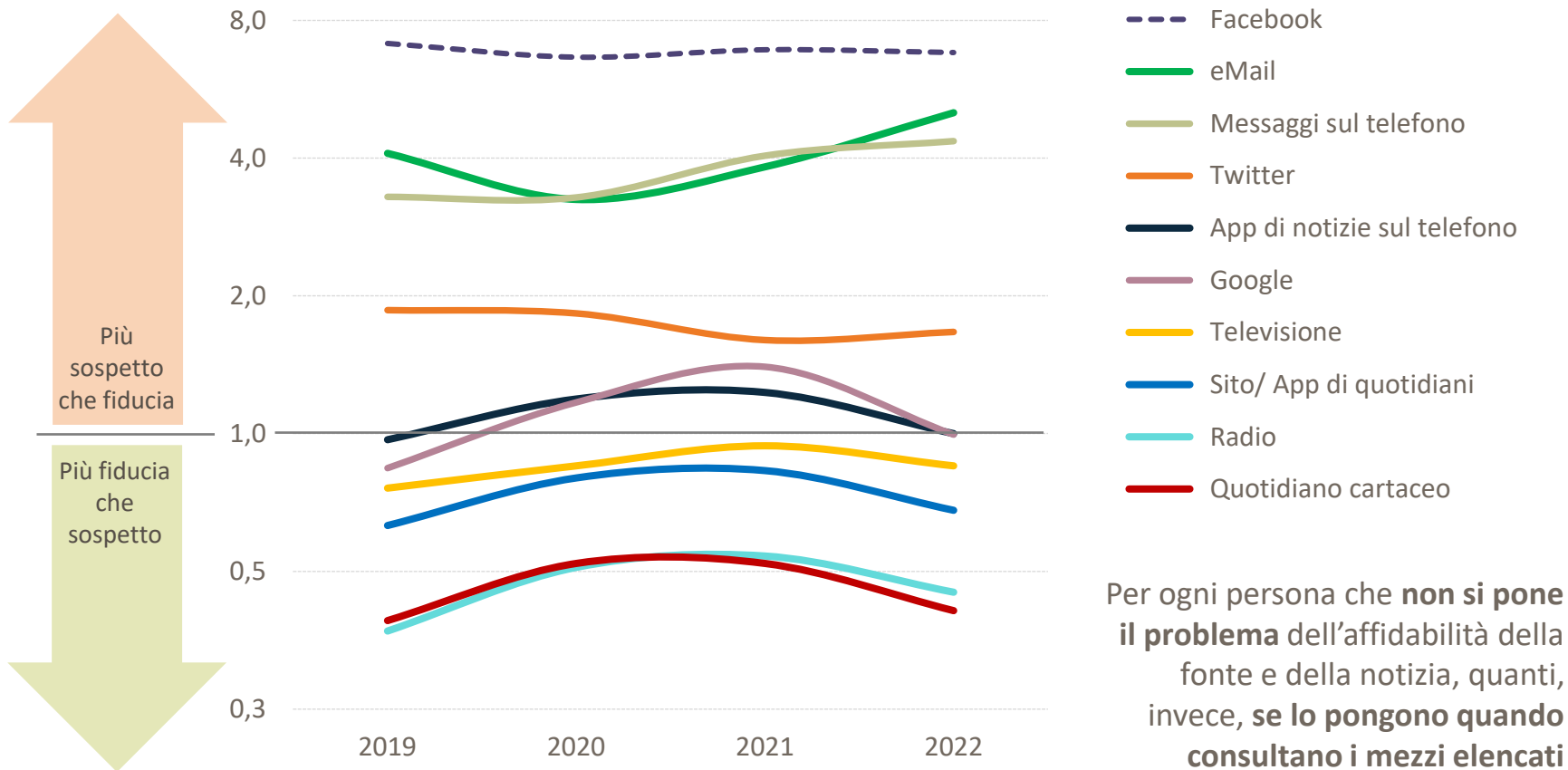
Ti capita di mettere in dubbio l'autenticità di una notizia che apprendi da...

Base: totale campione, 1.007 casi.



La rilettura critica

Il sospetto sull'informazione di attualità sui diversi mezzi - Trend



Nessun trend significativo se non per un crescente aumento della diffidenza verso i messaggi individuali/ personalizzati che si ricevono via eMail o su chat/ SMS nel telefono.

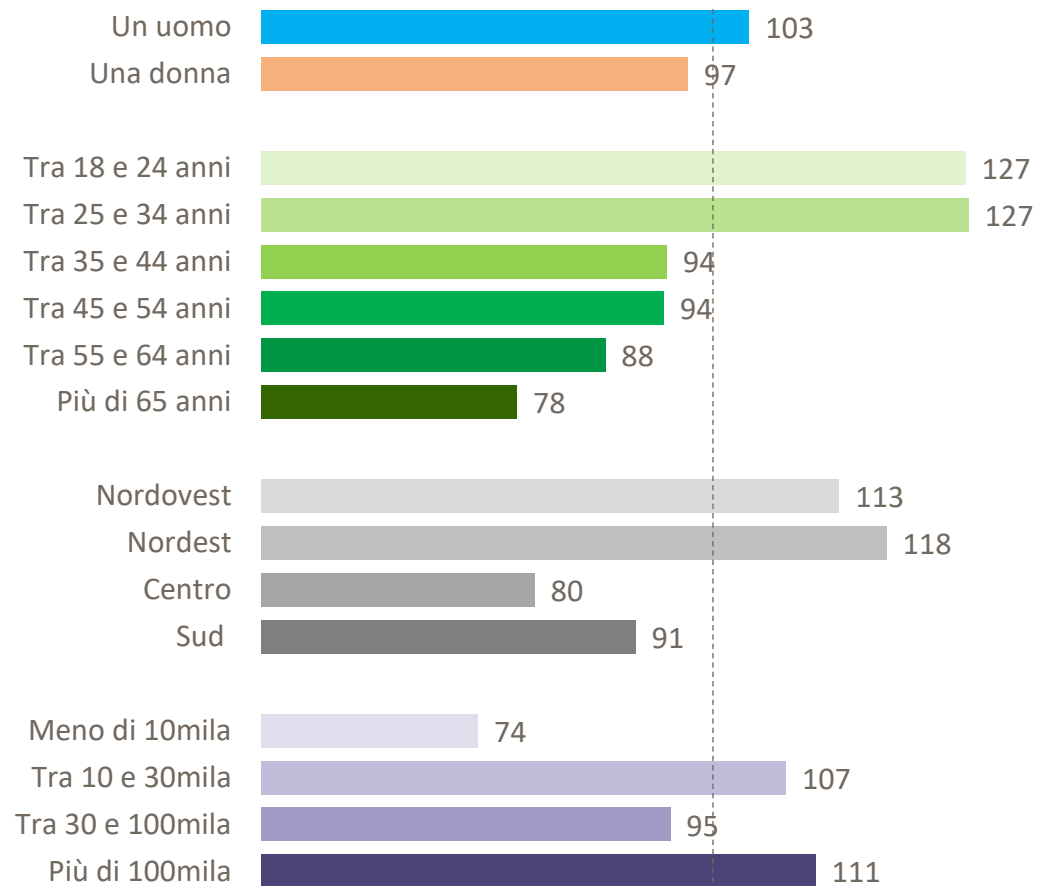
Ti capita di mettere in dubbio l'autenticità di una notizia che apprendi da...

Base: totale campione, 1.007 casi.



Il profilo delle persone che si pongono in modo critico

Analisi del segmento che più spesso si pone domande sulla provenienza e l'affidabilità dell'informazione



Le persone che rileggono con maggior spirito critico l'informazione di attualità sono in maggioranza uomini, giovani, residenti nelle regioni del Nord e nelle grandi città.

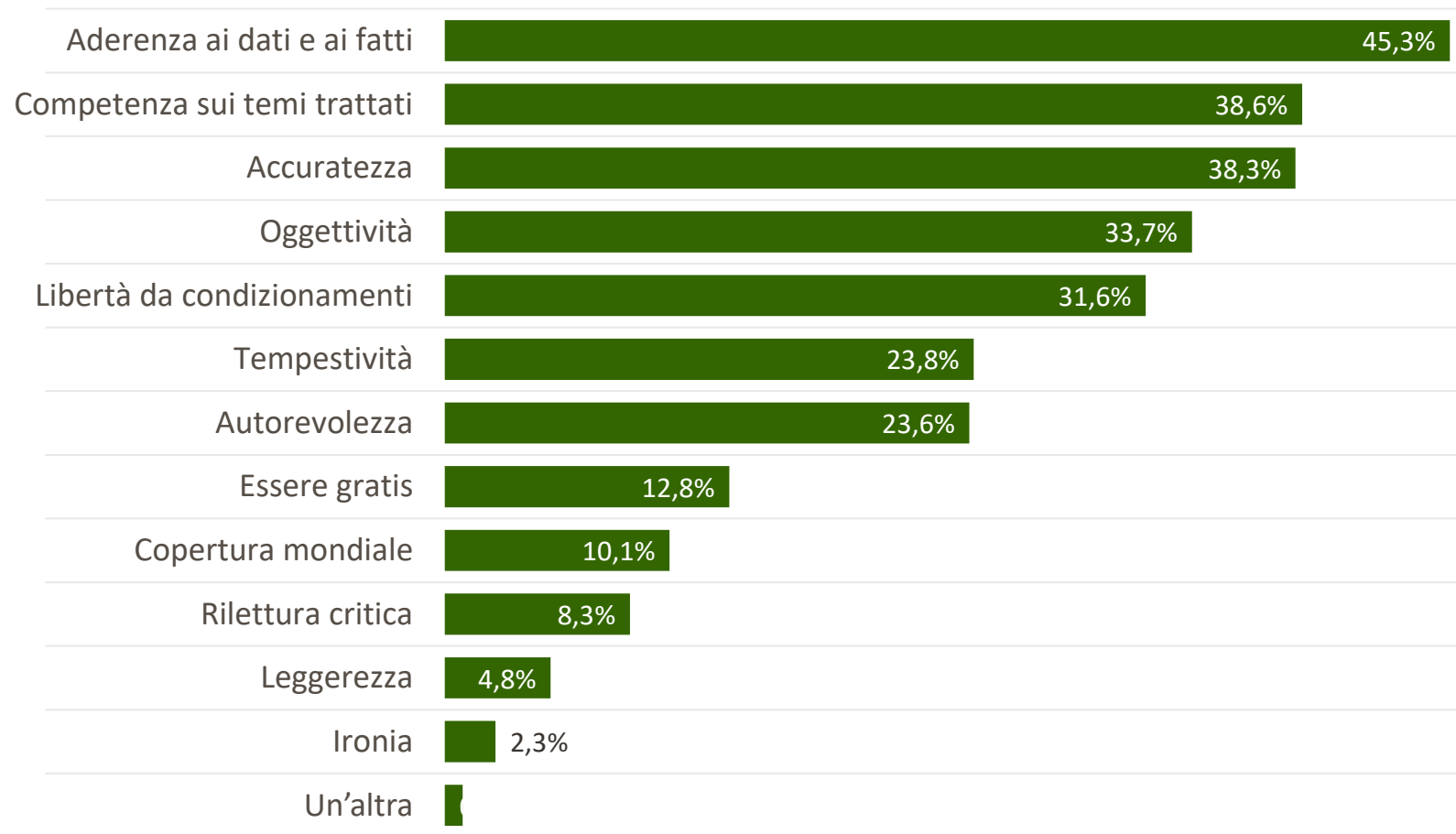
Ti capita di mettere in dubbio l'autenticità di una notizia che apprendi da...

Base: totale campione, 1.007 casi.



La richiesta d'informazione di qualità

Le caratteristiche distintive



L'aderenza ai dati e ai fatti, la competenza sui temi trattati e l'accuratezza prevalgono su un insieme di sette aspetti che assumono particolare evidenza (sono selezionati da almeno un quarto del campione).

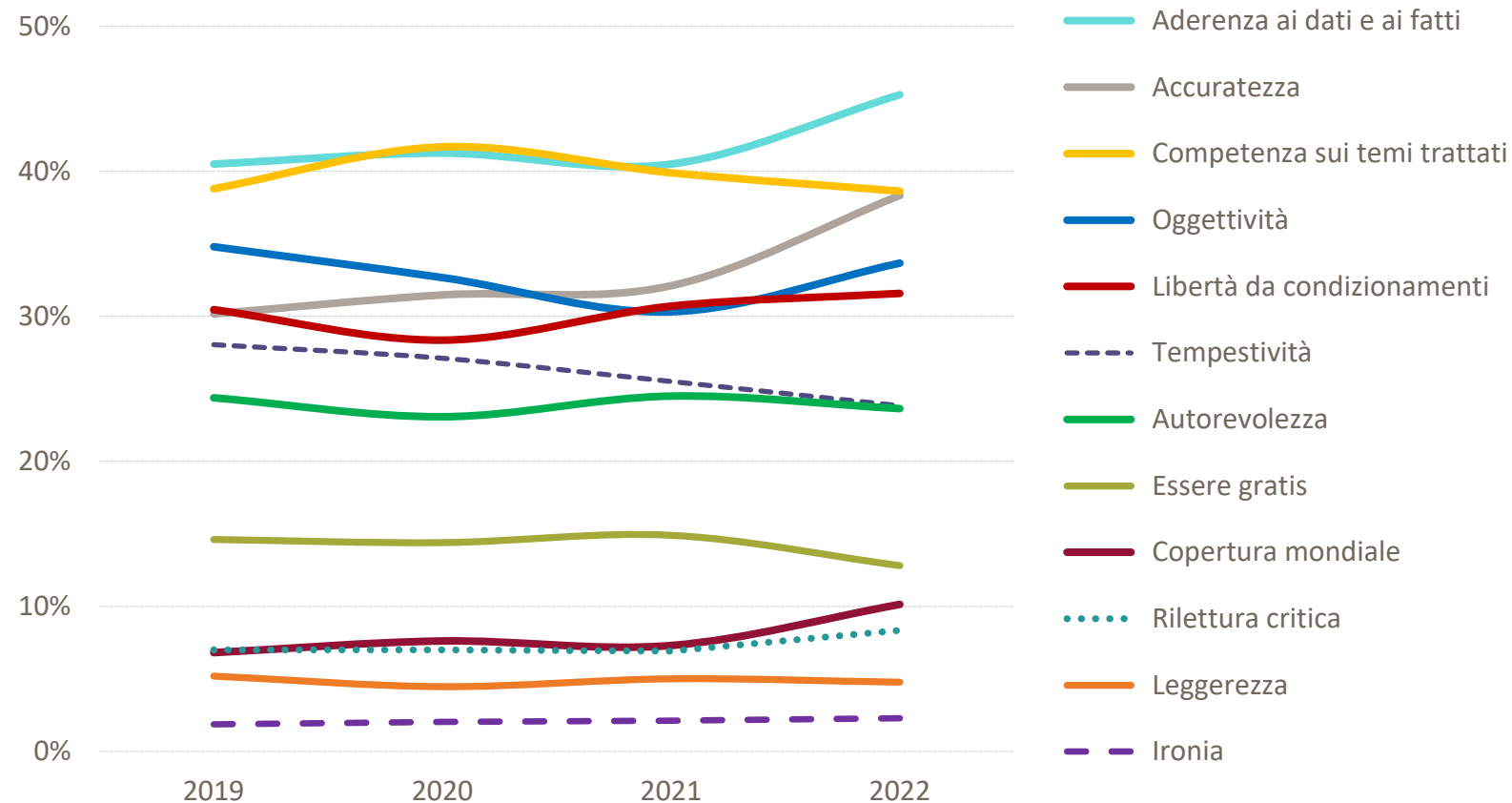
Quali sono le tre caratteristiche più importanti che deve avere per te una fonte d'informazione?

Base: totale campione, 1.007 casi.



La richiesta d'informazione di qualità

Le caratteristiche distintive - Trend



L'aderenza ai dati e ai fatti e la competenza sui temi trattati rimangono le prime tre prerogative dell'informazione di qualità. Nell'ultimo anno si impone una tendenza già osservata nel 2021 e cioè una maggiore domanda di accuratezza che diventa un elemento più importante dell'oggettività. Il particolare contesto internazionale del 2022 ha generato un aumento della domanda di copertura mondiale mentre si osserva una diminuzione nel tempo della domanda di tempestività.

Quali sono le tre caratteristiche più importanti che deve avere per te una fonte d'informazione?

Base: totale campione, 1.007 casi.



La richiesta d'informazione di qualità

Le caratteristiche distintive per alcuni segmenti sociodemografici

Giovani 18 – 34 anni	Incidenza
Accuratezza	45%
Aderenza ai dati e ai fatti	41%
Oggettività	38%

Non più giovani, 55+ anni	Incidenza
Libertà da condizionamenti	48%
Aderenza ai dati e ai fatti	47%
Competenza sui temi trattati	43%

Residenti in grandi città	Incidenza
Aderenza ai dati e ai fatti	43%
Accuratezza	38%
Competenza sui temi trattati	36%

Lettori di quotidiani cartacei	Incidenza
Aderenza ai dati e ai fatti	38%
Competenza sui temi trattati	35%
Tempestività e oggettività	32%

Lettori di quotidiani sul Web	Incidenza
Aderenza ai dati e ai fatti	45%
Oggettività	37%
Accuratezza	37%

Lettori d'informazione via App	Incidenza
Aderenza ai dati e ai fatti	43%
Accuratezza	37%
Oggettività	36%

Alcuni esempi di come si modulano le top 3 richieste per un'informazione di qualità in determinati segmenti di popolazione.

A completare il quadro si segnala che non si notano differenze sui top 3 item per sesso, area geografica e titolo di studio.

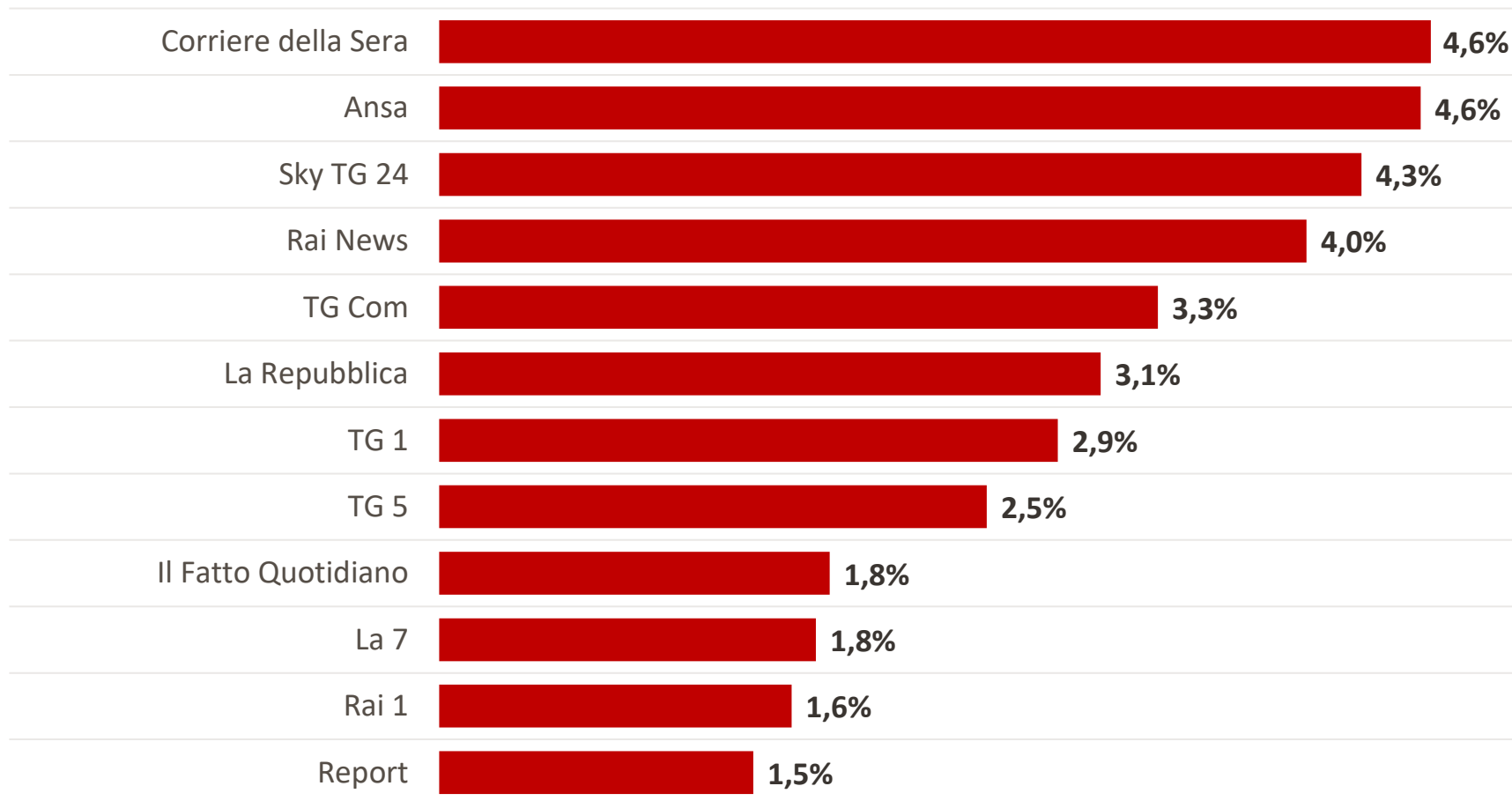
Quali sono le tre caratteristiche più importanti che deve avere per te una fonte d'informazione?

Base: totale segmento analizzato



Testate editoriali che interpretano la domanda d'informazione di qualità

Top 12 citazioni spontanee



Il 74,5% dei rispondenti ha indicato almeno una testata ritenendola un buon esempio d'informazione di qualità.

Nella chart sono presentate le prime 12 tra le 80 testate citate spontaneamente dai rispondenti.

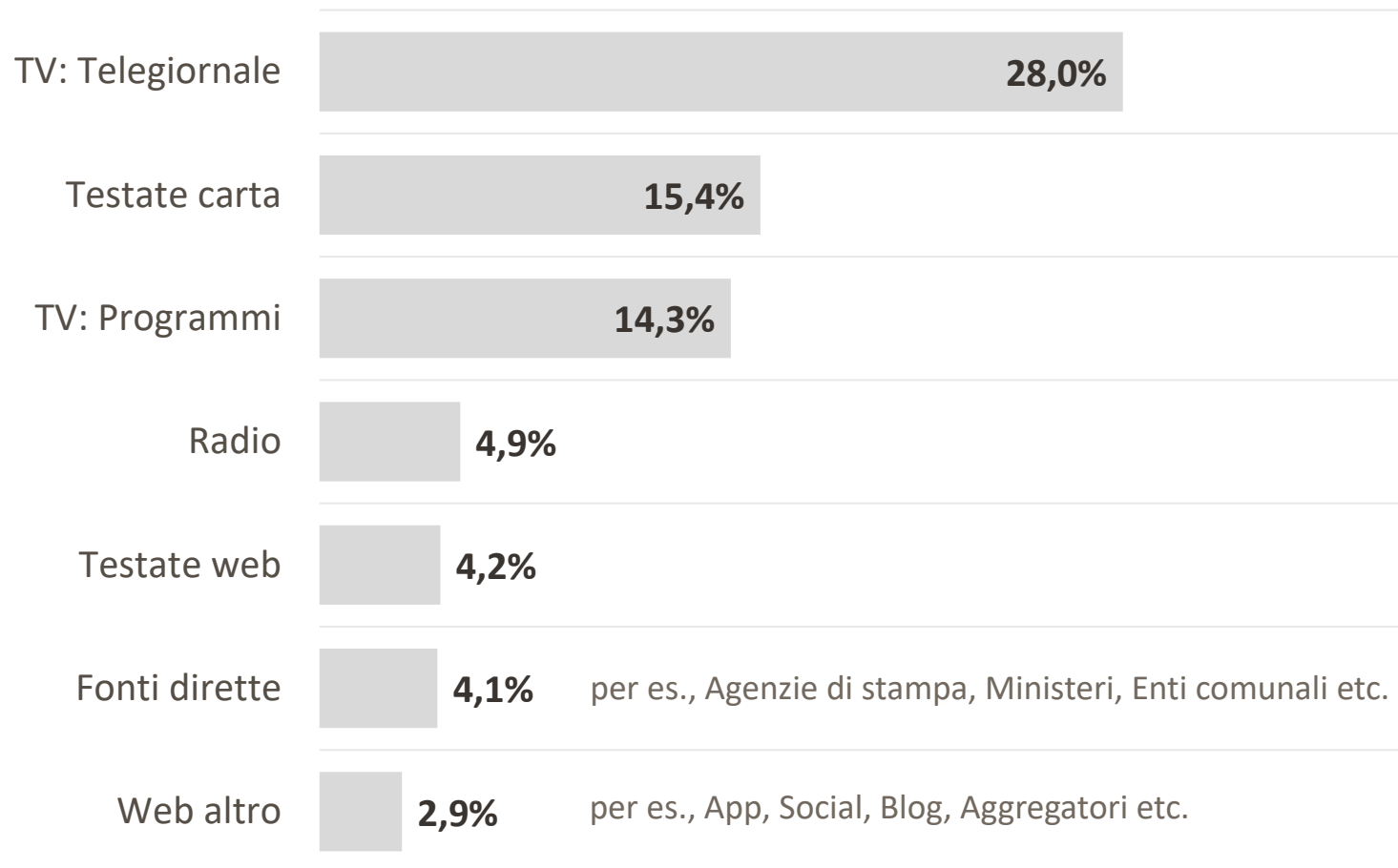
Ripensando alle caratteristiche che secondo te deve avere una fonte d'informazione, quali trasmissioni radio e TV, testate della stampa, siti Web, App etc. sono oggi capaci di fare un'informazione del genere?

Base: totale campione, 1.007 casi.



Testate editoriali che interpretano la domanda d'informazione di qualità

Aggregazione per mezzo/ media



Il 74,5% dei rispondenti ha indicato almeno una testata ritenendola un buon esempio d'informazione di qualità.

Nella chart sono presentate le testate citate spontaneamente dai rispondenti riaggregate per mezzo di riferimento.

La TV (Tg + Intrattenimento) è il mezzo più capace di rispondere alle caratteristiche di qualità rilevanti per la società.

Le testate cartacee che hanno anche una presenza digitale (Sito web, App, etc.) sono classificate come «Testate carta» mentre in «Testate web» sono classificate le testate che non hanno un'edizione cartacea ma esistono solo in digitale/ sono native del web (sono nate sul web e sono andate solo successivamente sulla carta).

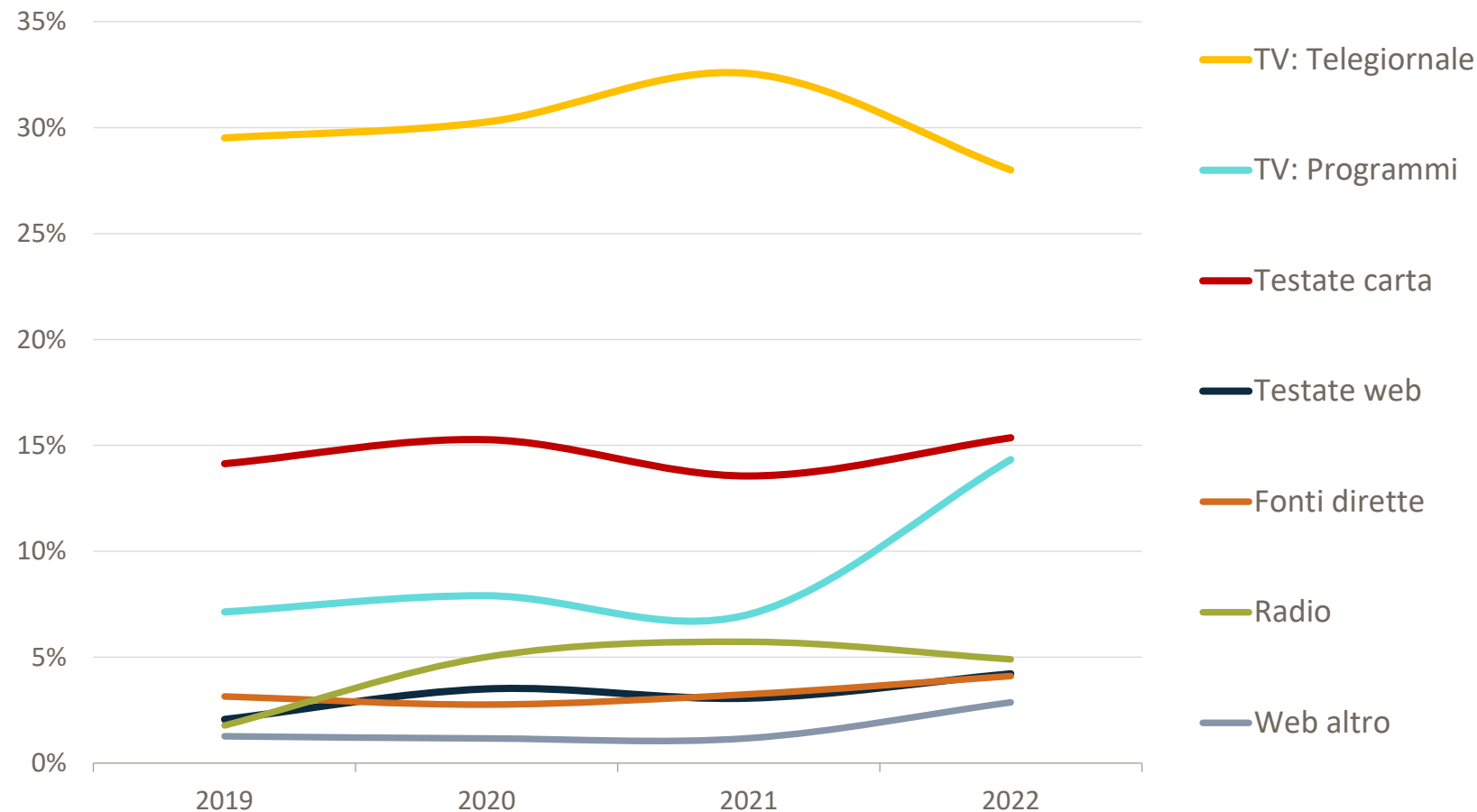
Ripensando alle caratteristiche che secondo te deve avere una fonte d'informazione, quali trasmissioni radio e TV, testate della stampa, siti Web, App etc. sono oggi capaci di fare un'informazione del genere?

Base: totale campione, 1.007 casi.



Testate editoriali che interpretano la domanda d'informazione di qualità

Aggregazione per mezzo/ media – Trend 2019 - 2022



L'analisi di trend delle «macro-testate» evidenzia una crescita della capacità delle trasmissioni televisive di interpretare le caratteristiche di qualità richieste dalla società: le trasmissioni televisive raggiungono le testate cartacee e sono precedute solo dai telegiornali. Nel complesso la TV (Telegiornali+Programmi) è in costante aumento ed è passata dal 36,7% del 2019 al 42,3% del 2022.

Le testate cartacee che hanno anche una presenza digitale (Sito web, App, etc.) sono classificate come «Testate carta» mentre in «Testate web» sono classificate le testate che non hanno un'edizione cartacea ma esistono solo in digitale/ sono native del web (sono nate sul web e sono andate solo successivamente sulla carta).

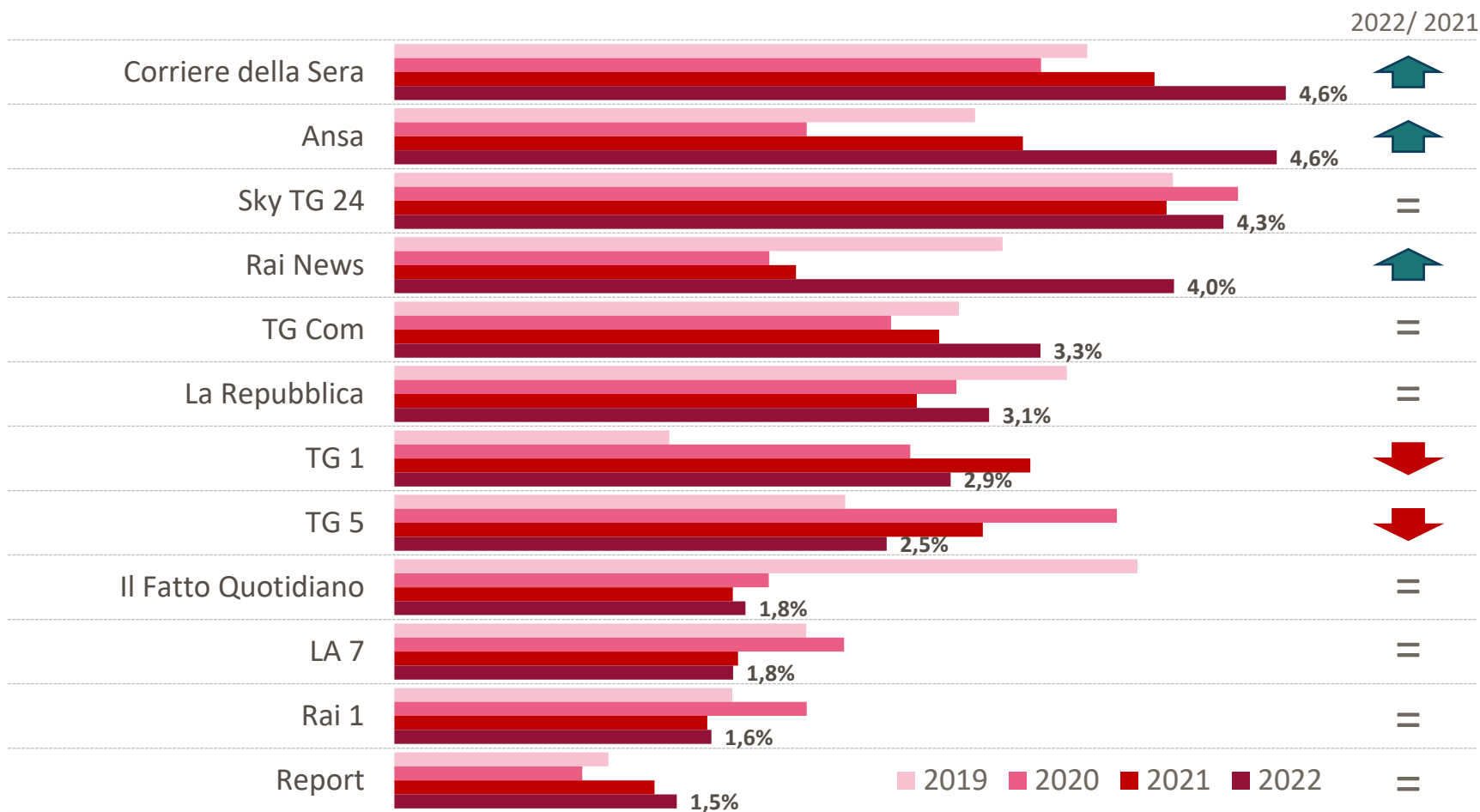
Ripensando alle caratteristiche che secondo te deve avere una fonte d'informazione, quali trasmissioni radio e TV, testate della stampa, siti Web, App etc. sono oggi capaci di fare un'informazione del genere?

Base: totale campione, 1.007 casi.



Testate editoriali che interpretano la domanda d'informazione di qualità

Top 12 citazioni spontanee



Nel corso dell'ultimo anno è aumentata la capacità di alcune testate/ brand di news (Corriere, Ansa, Rai News) di farsi interpreti dei valori di qualità rilevanti per i fruitori di informazione mentre perdono leggermente i principali TG, che erano cresciuti nell'anno della pandemia. La qualità percepita delle altre testate rimane invece stabile nel tempo.

Ripensando alle caratteristiche che secondo te deve avere una fonte d'informazione, quali trasmissioni radio e TV, testate della stampa, siti Web, App etc. sono oggi capaci di fare un'informazione del genere?

Base: totale campione, 1.007 casi.



Le caratteristiche delle testate di qualità

Le caratteristiche distintive delle prime otto testate

Sky TG 24	IDX (Base =100)	Il Corriere della Sera	IDX (Base =100)
Tempestività	173	Autorevolezza	197
Autorevolezza	140	Rilettura critica	162
Aderenza ai dati e ai fatti	133	Competenza sui temi trattati	135
LA 7	IDX (Base =100)	TG 1	IDX (Base =100)
Autorevolezza	192	Copertura mondiale	184
Ironia	180	Tempestività	142
Rilettura critica	168	Autorevolezza	139
Ansa	IDX (Base =100)	TG 5	IDX (Base =100)
Autorevolezza	171	Autorevolezza	157
Aderenza ai dati e ai fatti	145	Accuratezza	134
Oggettività	134	Oggettività	107
TgCom	IDX (Base =100)	La Repubblica	IDX (Base =100)
Copertura mondiale	252	Autorevolezza	158
Tempestività	159	Oggettività	138
Autorevolezza	145	Aderenza ai dati e ai fatti	137

Indice di concentrazione delle caratteristiche delle testate identificate dai rispondenti come buoni esempi di informazione di qualità.

L'indice è posto a 100 e rappresenta l'incidenza media delle caratteristiche esaminate tra tutte le testate citate spontaneamente dai rispondenti.

Solo il 74,5% dei rispondenti ha saputo o voluto segnalare una testata come rappresentativa di un servizio d'informazione di qualità.

Base: citanti di una determinata testata d'informazione

Ripensando alle caratteristiche che secondo te deve avere una fonte d'informazione, quali trasmissioni radio e TV, testate della stampa, siti Web, App etc. sono oggi capaci di fare un'informazione del genere?



Le caratteristiche delle testate di qualità

Le caratteristiche distintive delle prime otto testate

Telegiornale	IDX (Base =100)
Tempestività	154
Autorevolezza	134
Aderenza ai dati e ai fatti	118
Accuratezza	110

Newspaper	IDX (Base =100)
Autorevolezza	144
Aderenza ai dati e ai fatti	130
Rilettura critica	130
Oggettività	122

Trasmissioni TV approfondimento	IDX (Base =100)
Autorevolezza	139
Tempestività	129
Copertura mondiale	126
Competenza sui temi trattati	122

Radio	IDX (Base =100)
Rilettura critica	269
Oggettività	129
Copertura mondiale	124
Autorevolezza	122

Indice di concentrazione delle caratteristiche dei media identificati dai rispondenti come buoni esempi di informazione di qualità. L'indice è posto a 100 e rappresenta l'incidenza media delle caratteristiche esaminate tra tutte le testate citate spontaneamente dai rispondenti, su tutti i mezzi.

Dato lo scarso numero di casi per programmi di approfondimento TV e radio, i dati sono fortemente connessi ai brand più forti citati per questi due mezzi: Le trasmissioni Report, La vita in diretta e Porta a Porta per le trasmissioni TV e RTL 102.5, Radio24 e Radio Rai 1 per la radio.

Base: telegiornale, 221 casi; quotidiani cartacei, 122 casi; radio, 14 casi; programmi approfondimento TV, 39 casi.

Ripensando alle caratteristiche che secondo te deve avere una fonte d'informazione, quali trasmissioni radio e TV, testate della stampa, siti Web, App etc. sono oggi capaci di fare un'informazione del genere?



Grazie per l'attenzione

Se hai bisogno siamo qui

info@humanhighway.it



www.humanhighway.it

Human Highway srl
Via Tortona 37, 20144 Milano

