

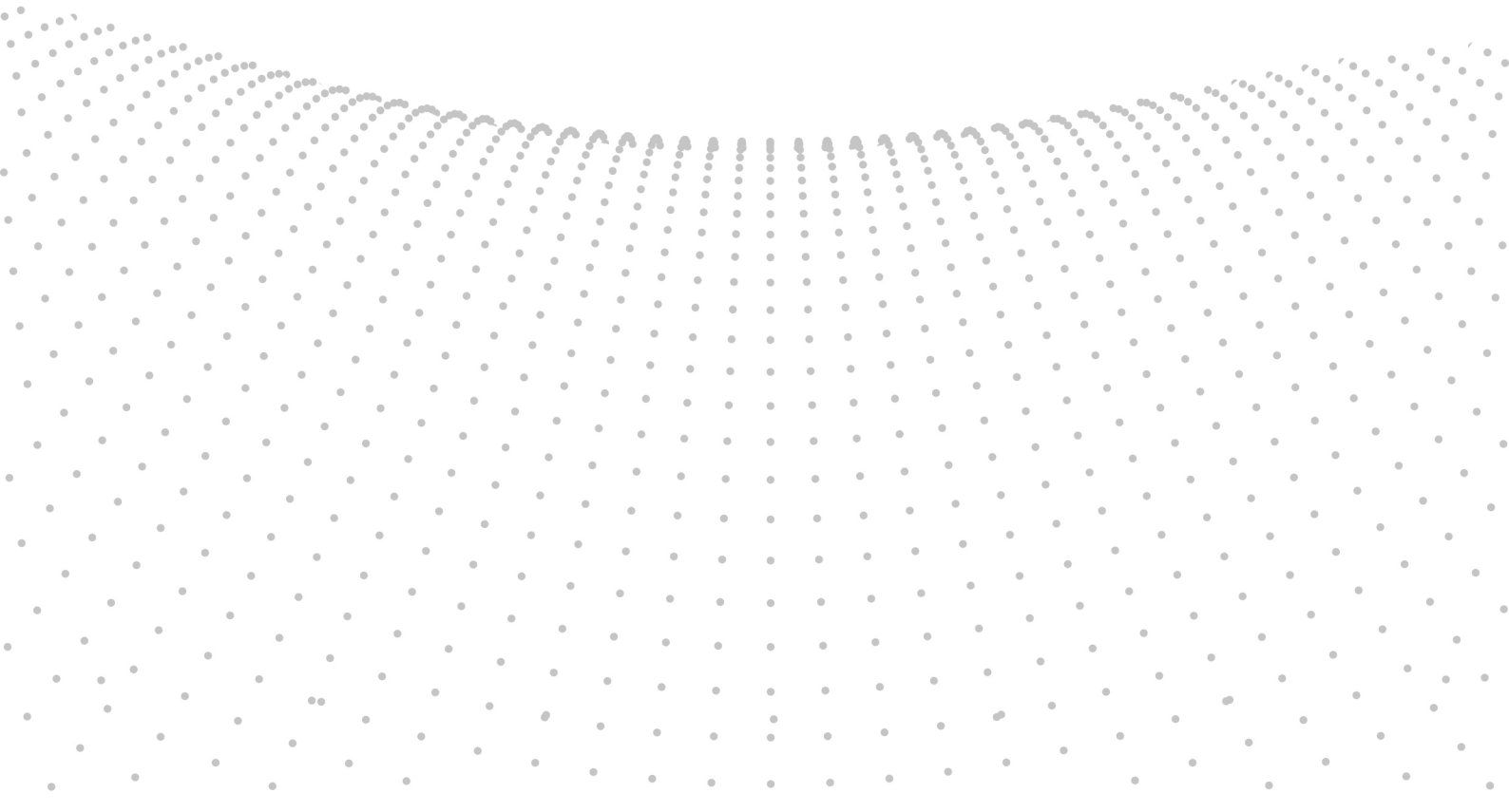


Democrazie Digitali
Centro Studi

buzzlogger

INFOSFERA ITALIANA 2016

report dei risultati di ricerca



indice

02

PREMESSA

03 obiettivi di ricerca

05 nota metodologica

07 comitato di ricerca

08

INFOSFERA 2016

18

FOCUS TEMATICI

29

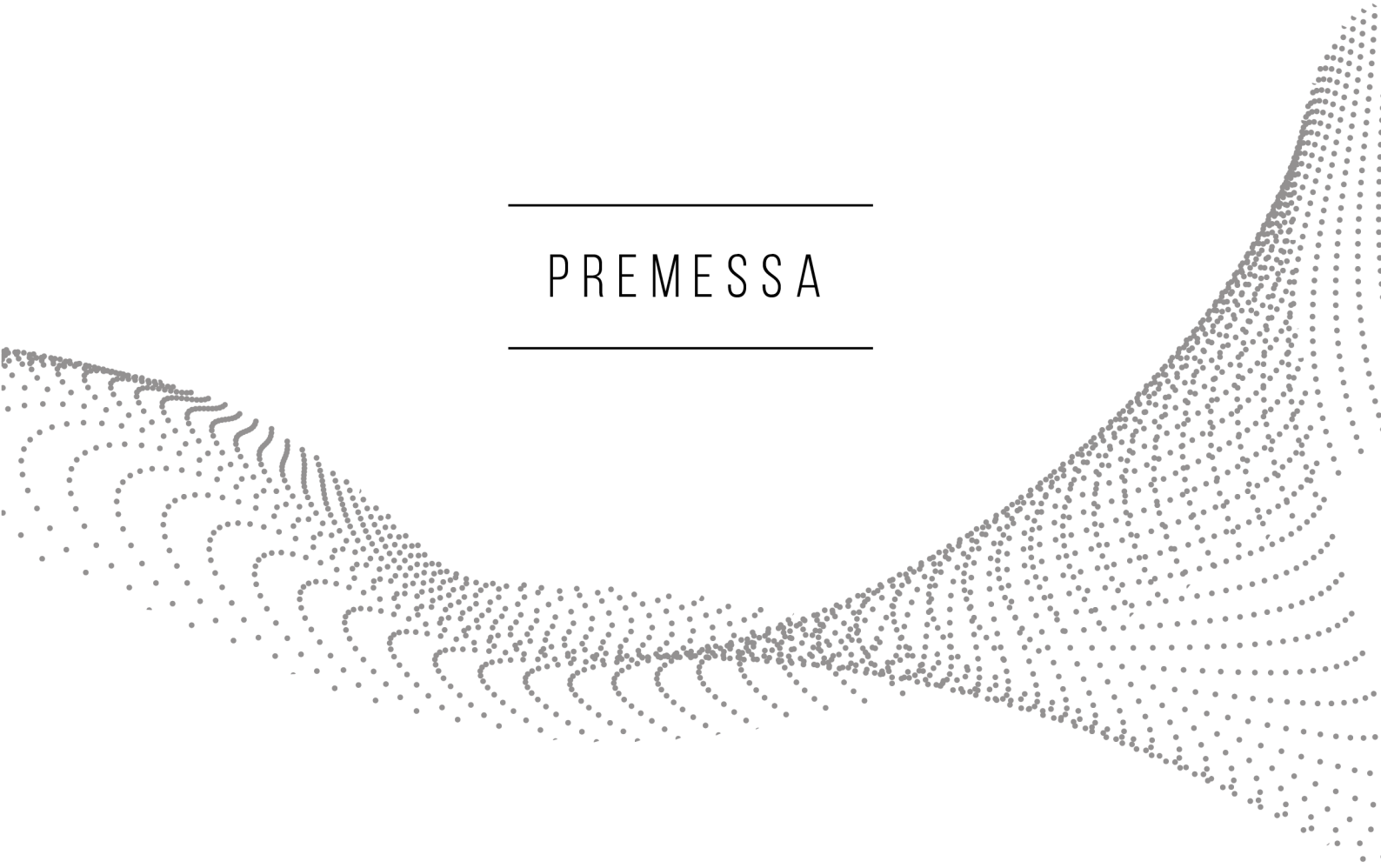
TABULAZIONE
DEI RISULTATI

93

APPARATO
BIBLIOGRAFICO

—

PREMESSA



OBIETTIVI DI RICERCA

Luciano Floridi, uno dei maggiori esperti della filosofia dell'informazione, sulla falsariga di "biosfera" ha definito l'infosfera come "lo spazio semantico costituito dalla totalità dei documenti, degli agenti e delle loro operazioni", dove per "documenti" si intende qualsiasi tipo di dato, informazione e conoscenza, codificata e attuata in qualsiasi formato semiotico, gli "agenti" sono qualsiasi sistema in grado di interagire con un documento indipendente (ad esempio una persona, un'organizzazione o un robot software sul web) e il termine "operazioni" include qualsiasi tipo di azione, interazione e trasformazione che può essere eseguita da un agente e che può essere presentata in un documento. Si tratta di un ambiente in cui gli organismi si formano come cellule interconnesse.

La diffusione di Internet, della comunicazione mobile e dei media digitali, assieme a un'ampia serie di strumenti di social software hanno oramai definitivamente favorito lo sviluppo di reti di comunicazione interattiva e orizzontale in grado di connettere, in qualsiasi momento, locale e globale. Il sistema di comunicazione della società industriale ruotava attorno ai mass media, caratterizzati dalla distribuzione di massa di un messaggio unidirezionale one-to-many, da uno a molti. Il fondamento comunicativo della network society è costituito dal sistema globale di reti di comunicazione orizzontale, che comprende lo scambio multimodale di messaggi interattivi many-to-many, ossia da molti a molti, sincroni e asincroni. Nel solco della definitiva affermazione di quel paradigma che Manuel Castels definisce **mass self-communication**, facendo proprie queste nuove forme di comunicazione, gli individui si sono creati un proprio sistema di mass communication fatto di sms, blog, social network e messaggi scambiati attraverso le più disparate piattaforme di instant messaging. Si tratta di uno spazio comunicativo immenso, internazionale e multilingue. È allora in questo seno che la Rete si configura oggi come *il luogo in cui tutti parlano*, una stanza dalle dimensioni infinite in cui avviene una privatizzazione della sfera pubblica, generando un intimismo che trasforma i concetti di pubblico e di privato. Un serbatoio immenso di contenuti e notizie, dove però appare sempre più complicato verificare la veridicità e l'autorevolezza, sovvertendo *de facto* ogni regola del sistema informativo tradizionale.

Se allora consideriamo la sfera pubblica come quello spazio in cui si forma l'opinione pubblica, cercare di inquadrare la dinamica in atto all'interno del più ampio contesto dell'infosfera, definendo altresì l'attuale stato di auto-percezione e consapevolezza degli

utenti che quotidianamente quella sfera popolano, può rivelarsi utile per leggerne le principali trasformazioni in atto, producendo proiezioni predittive sui meccanismi di generazione di senso comune e di costruzione degli immaginari collettivi ed individuali strutturati lungo le vie del rapporto con il sistema mediatico e con il mondo dell'informazione *tout court*.

Al netto di tale premessa, obiettivo principale di questo lavoro di ricerca è cercare di comprendere quali siano i criteri di scelta delle fonti di informazione degli utenti italiani. In particolare essa ha l'obiettivo di comprendere quali siano i meccanismi di influenza dei media, in particolare quelli presenti su internet, e la loro efficacia in termini di persuasione.

NOTA METODOLOGICA

La rilevazione dei dati contenuti in questo report è stata effettuata mediante intervista diretta tramite questionario su tutto il territorio nazionale. I questionari somministrati e successivamente validati sono 1157. Considerando per tanto che l'universo di riferimento è > 100.000 l'errore statistico si attesta al +/-2,9%.

n=1157; Universo > 100.000, livello di probabilità 95,44% per $p=q=0,5$; E= +/- 2,9%

I questionari sono stati somministrati nel periodo dal 18/12/2015 al 20/01/2016.

STRUTTURA DEL QUESTIONARIO

Il questionario somministrato si compone di tre sezioni.

- Una prima sezione è orientata a rilevare gli elementi conoscitivi del soggetto intervistato. A questi viene chiesto di indicare:
 - Il proprio sesso;
 - l'età;
 - la regione in cui vive;
 - il titolo di studio;
- La seconda sezione è orientata a raccogliere i dati sul rapporto tra l'intervistato e il sistema mediatico, con particolare attenzione al livello di credibilità, fiducia ed influenza delle fonti di informazione utilizzate. In questa sezione vengono poste all'intervistato domande che utilizzano la scala di Likert modificata a 6 item (utile a valutare l'atteggiamento dell'intervistato nei confronti dei diversi items proposti) e domande a risposta multipla alle quali l'intervistato può dare una o più risposte rispetto alla lista data.
- La terza sezione è orientata a rilevare lo stato di percezione visiva rispetto ad alcune fonti informative (post di Facebook e Twitter). Agli intervistati viene chiesto di identificare l'immagine proposta rispetto alle alternative date. Tali domande si rivelano

utili per misurare il livello di consapevolezza e di capacità distintiva degli utenti nel loro rapporto con le nuove forme di informazione emergenti.

COMPOSIZIONE DEL CAMPIONE

In base alle risposte date alla prima sezione del questionario, la composizione del campione (1157 questionari) risulta così articolata:

Sesso	Maschi	46,00%	Femmine	54,00%
Età	11-20	7,3%	55-64	10,70%
	21-25	25%	65-75	2,40%
	26-34	28%	76-84	0,50%
	35-54	25%	Over 85	0,20%
	Licenza elementare	1,4%	Laurea	39,50%
Titolo di studio	Licenza media	7,6%	Specializzazione post laurea	14,30%
	Diploma	37,2%		

COMITATO DI RICERCA

Questa indagine è parte di una ricerca ideata, **promossa e coordinata dalle cattedre e dagli studenti di "Teoria e tecniche delle analisi di mercato"** e di **"Comunicazione e innovazione nelle pubbliche amministrazioni"** aa 2015/2016, dell'**Università Suor Orsola Benincasa** (www.unisob.na.it) e da un team di ricercatori che si raccolgono attorno al **Centro Studi Democrazie Digitali** (www.democraziedigitali.it), supportati da **Buzzlogger** (www.buzzlogger.com) e dall'**Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica e Istituzionale** (www.compubblica.it).

Responsabili Scientifici

Proff. Umberto Costantini e Eugenio Iorio

Responsabile revisione questionari, revisione, quadrature tabelle di elaborazione e gestione gruppi di lavoro

Dott. Antonio Ruoto

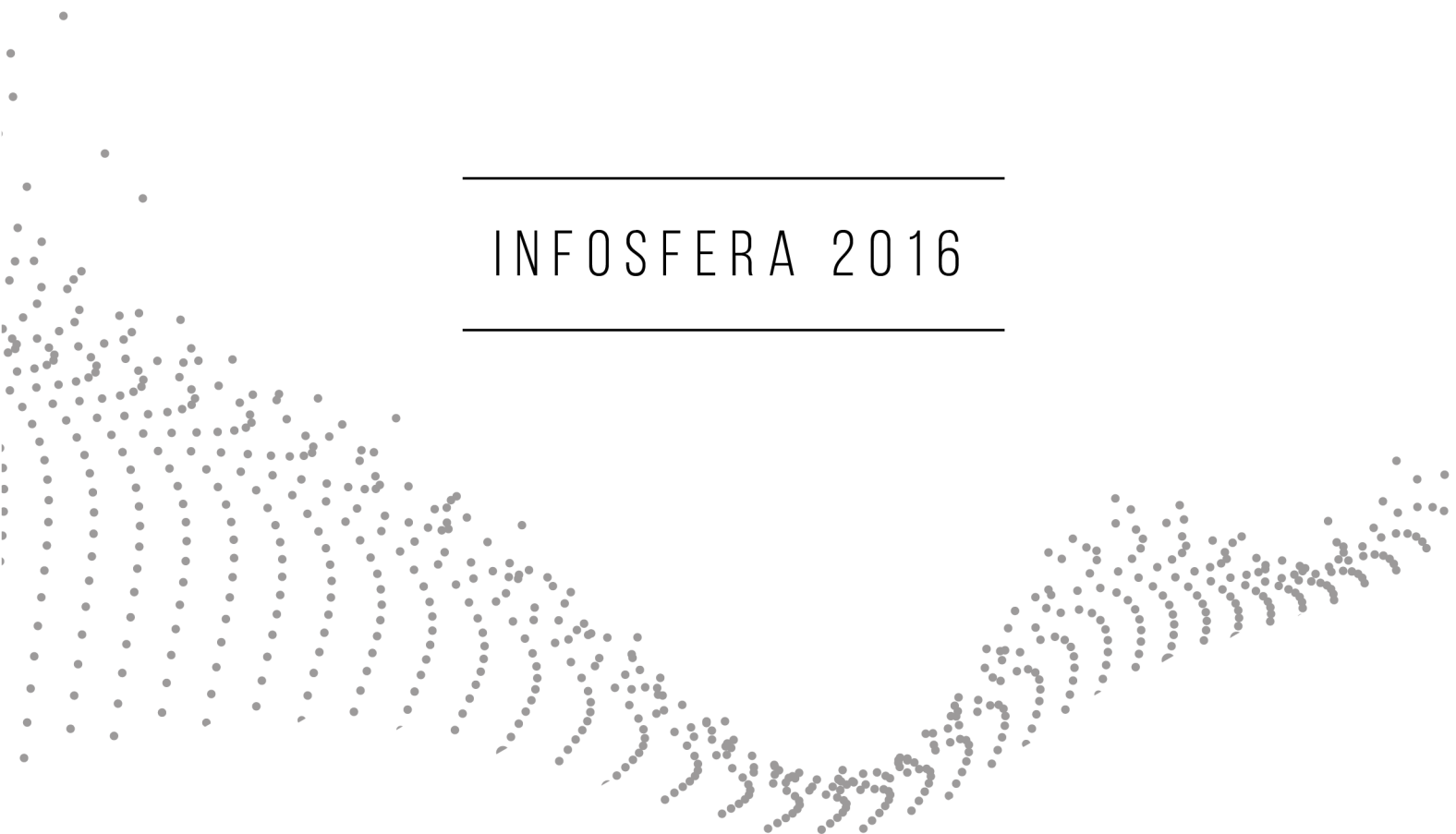
Coordinamento e supervisione

Dott. Antonio Ruoto, Dott.ssa Giada Rainone, Dott. Rinaldo Mattera

Team di Ricerca

Dott.ssa Beneduce Laura	Dott. De Luca Dario	Dott.ssa Migliaccio Claudia
Dott.ssa Buonocore Luisa	Dott.ssa Di Pinto Sabrina	Dott. Pesce Clemente
Dott.ssa Canonico Filomena	Dott.ssa D'Urso Giovanna	Dott.ssa Pezone Magda
Dott.ssa Carandente Dalila Alberta	Dott.ssa Esposito Antonella	Dott.ssa Piccolo Giorgia
Dott.ssa Carozza Melania	Dott. Fattore Fabrizio	Dott.ssa Rapone Martina
Dott.ssa Caruso Marina	Dott.ssa Fontanella Andrea	Dott. Russillo Dario
Dott.ssa Cervicato Margherita	Dott.ssa Girtelli Alessia	Dott.ssa Sansone Clementina
Dott.ssa D'Avenia Livia	Dott. Langella Livio	Dott. Scafa Ferdinando
Dott.ssa De Falco Daniela	Dott.ssa Liguori Claudia	Dott.ssa Signorelli Federica
	Dott.ssa Masi Flavia	Dott.ssa Toscano Fabiana
	Dott.ssa Masini Claudia	Dott.ssa Triunfo Alessia
	Dott.ssa Massaro Graziella	

INFOSFERA 2016



INFOSFERA

Il termine "infosfera" designa l'insieme dei mezzi di informazione e comunicazione, nonché il complesso delle informazioni che circolano attraverso questi mezzi. Si tratta della globalità dello spazio informativo, un ambiente dove gli organismi si formano come cellule interconnesse attraverso quei flussi informativi che continuamente lo attraversano.

La definitiva affermazione delle tecnologie digitali, nel solco di quella che Manuel Castells definisce Mass-Self-Communication, ha oramai sancito la centralità dell'utente all'interno della dinamica di questi flussi: orientandosi con disinvoltura tra vecchi e nuovi media e attingendo indifferentemente da questi sulla base delle proprie esigenze estemporanee, l'utente compone i propri palinsesti personali, scegliendo i contenuti sulla base del proprio interesse secondo i tempi e i modi a lui più consoni, assecondando i suoi gusti, i suoi desideri e i suoi bisogni, finendo per organizzare una miscela di consumi mediatici a misura di se stesso.

L'UTENTE COMPONE I SUOI PALINSESTI PERSONALI

Si tratta a ben vedere di una dinamica che arriva a sovvertire lo stesso modello elementare della comunicazione secondo cui il ricevente è l'elemento che recepisce il messaggio, ma non è il diretto interessato, mentre il destinatario è la

AUTISMO COMUNICAZIONALE

persona a cui il messaggio è rivolto. L'inedito processo di autoproduzione di contenuti e palinsesti a cui stiamo assistendo ridisegna in effetti un nuovo scenario in cui l'individuo si specchia nei media (ne è il contenuto) creati dall'individuo stesso (che ne è anche il produttore), in un gioco autoreferenziale di riflessi, arrivando de facto a cedere agli altri il solo ruolo di spettatore. Una dinamica che sembra tendere ad un certo autismo comunicazionale. Basti guardare alle logiche intrinseche dei processi comunicativi in atto nel contesto ambientale dei Social Network: il destinatario di un qualsiasi atto comunicativo, attivo o passivo che sia, è relegato al solo ruolo di pubblico potenziale di una narrazione alla quale può rispondere - qualora non ne resti indifferente - con un "mi

piace" o "non mi piace". Un'esile logica binaria, sostenuta dalla stessa architettura del medium, che facilita la polarizzazione e motiva e finisce per spazzar via qualsiasi contributo attivo da parte dei soggetti coinvolti nel processo di comunicazione - mittente e destinatario - nella costruzione di senso.

Questo comportamento supera la dimensione gerarchica, che attribuiva alle fonti tradizionali il ruolo insostituibile ed esclusivo di emittenti dei messaggi professionali e autorevoli dell'informazione mainstream, sostituita dalla prassi dell'autocomposizione delle fonti nell'ambiente web e da una matrice di flussi continui di informazioni propagate in una dimensione orizzontale.

SUPERAMENTO DIMENSIONE GERARCHICA / INTERMEDIAZIONE

La costruzione autonoma di percorsi individuali di fruizione dei contenuti e di accesso alle informazioni - svincolata dalla logica top-down e dalle logiche di intermediazione del passato che implicavano non solo l'ancoraggio alla rigida programmazione delle emittenti

DISINTERMEDIAZIONE

tradizionali e una comunicazione unidirezionale e verticale dei messaggi da parte delle fonti ufficiali destinata a un pubblico passivo - ha comportato una evoluzione dei meccanismi di influenza sociale e ha generato comportamenti, da parte degli utenti, sempre più funzionali alle logiche di personalizzazione, basata su codici e algoritmi di tracciamento destinati ad accertare i precedenti e le preferenze di ogni utente.

In questo scenario i creatori/produttori di contenuti possono ipotizzare - grazie alle potenzialità del contatto tutti-tutti offerte dalle reti di telecomunicazione digitale - di eliminare molti dei punti di intermediazione con i fruitori dei contenuti (Kelly, 1998, Roncaglia, 2011).

La disintermediazione digitale comporta la trasformazione da molare a molecolare (Lévy, 1994) della logica di creazione, produzione e diffusione del capitale simbolico e con essa la transizione dal paradigma dal centro alla periferia di McLuhan, al paradigma di una rete, in cui ciascuno dei nodi assume un potenziale maggiore a seconda dei contatti e delle transizioni di natura commerciale, sociale o culturale che intermedia.

Tali meccanismi si propongono di incoraggiare gli utenti a consumare più contenuti e, così facendo, a essere destinatari di una dose maggiore di pubblicità che è, in ultima analisi, la forza motrice dell'economia di Internet.

CONSUMO DEI CONTENUTI

Queste sottili indicazioni sono in accordo con una più ampia tendenza a modificare l'idea tradizionale di scelta umana.

Quando si devono prendere decisioni o esprimere critiche, la rete può distrarre.

La rete è ormai lo strumento primario per raccogliere informazioni. Uno spazio che sovrabbonda di informazioni, generando tre ordini di problemi:

1. l'eurisma di disponibilità: i primi siti, i primi articoli o i primi post trovati sono quelli che utilizzeremo per la tesi di discussione o che indirizzano il nostro pensiero critico;
2. la capacità di percepire l'autorevolezza di un contenuto o di una fonte è in continua e profonda mutazione: non siamo più in grado di capire quali contenuti siano di serie A, di serie B o non vadano neppure considerati;
3. la mancanza di pazienza per la necessità di velocizzare le scelte di decisione, porta ad una condizione indotta di affollamento informativo e al parallelismo dei mezzi di comunicazione.

La fusione dei media sociali e tradizionali ha spianato la strada ad un nuovo paradigma di generazione, selezione e fruizione delle notizie, che mostra quanto sia superata la differenza tra media mainstream e media non mainstream.

SUPERAMENTO MEDIA MAINSTREAM VS MEDIA ALTERNATIVI

I media tradizionali rilanciano le conversazioni che passano per i social media grazie soprattutto alla rapidità di diffusione delle informazioni; le immagini televisive, le notizie degli eventi importanti e salienti in agenda setting hanno

ampia diffusione immediata e in tempi successivi alla messa in onda attraverso i social media.

Negli ultimi anni, le due tipologie di media si sono sostenute rispetto alla diffusione delle notizie, piuttosto che correre in parallelo.

L'informazione viaggia tra più piattaforme distributive e si incarna su media differenti secondo le regole della convergenza, aggiungendo brandelli di senso e narrazione a ogni sua incarnazione sulle diverse piattaforme.

Mainstream non è più un aggettivo per indicare quali media formano le mainstream opinion, ovvero le correnti principali di opinione pubblica.

Mainstream differenzia, ormai, le narrazioni dominanti dalle contronarrazioni, che grazie alla rete influenzano opinioni e senso comune.

Nell'era dell'informazione (1985-2011), i media digitali hanno realmente disciolto la comunicazione di massa in un numero infinito di bit disponibili a tutti coloro che hanno accesso alla rete.

I contenuti si sono trasformati in uno sciame

PASSAGGIO DALL'ERA DELL'INFORMAZIONE ALL'ERA DELL'ACCUMULO

organico e magmatico che può essere navigato in maniera interattiva accedendo a Internet.

L'affermarsi e il dispiegarsi della diffusione della tecnologia digitale, ci ha proiettato in una nuova era: attraverso la fase dell'informazione veloce siamo passati alla fase dell'accumulo e del capitalismo informazionale.

Una nuova era in cui la forma di organizzazione produttiva cognitiva è legata all'economia delle reti digitali e dei flussi informazionali, e abilita una vera e propria configurazione sociale che tende non solo a rendere obsoleti gli strumenti del comunicare del passato ma è finalizzata a condizionare gli utenti in ambienti mediatici, che non solo offrono strumenti nuovi esperenziali ma monopolizzano il tempo degli utenti.

L'accumulo si manifesta in un profilo digitale in cui la mia identità è la somma di tutte le informazioni che ho salvato (testo, foto, video, pagine web, file, etc.).

La telefonia mobile però sta cambiando il modo in cui consideriamo l'identità digitale.

Con una videocamera possiamo riprendere la nostra vita in qualsiasi momento e anche le informazioni accumulate faranno un passo indietro, in futuro, per una continua auto-espressione.

Il "sé virtuale" tende a essere sempre meno evidente; sarà il risultato di tutto ciò che ho fatto, ma non più l'accumulo di esso.

Snapchat, ad esempio, è nativo di questa nuova realtà.

[Overload informativo] Nell'accumulo, l'information overload è il sovraccarico di quelle informazioni che si contendono l'attenzione della gente.

OVERLOAD INFORMATIVO

L'Information overload non è solo l'effetto della moltiplicazione dei messaggi, ma anche la conseguenza del fallimento dei filtri dell'informazione.

L'informazione consuma attenzione.

Dovendo gestire più informazione di quanta possiamo effettivamente processarne, il rischio è di cadere vittime del confirmation bias, la tendenza a rimanere legati ad un'idea che ci siamo fatti sulla base di informazioni preliminari, anche quando evidenze successive contraddicono quell'idea.

Televisione, radio, giornali, caselle postali reali e virtuali, social network e blog, messaggi sonori nelle stazioni, cartelloni pubblicitari nelle vie delle città, tele-promotrici di servizi per telefono etc: la quantità di messaggi cresce in maniera esponenziale senza un ordine apparente.

Ogni ambiente mediatico attraverso la particolarità della propria architettura di funzionamento scenarizza un ambiente narratologico e applica dei propri algoritmi che generano un soft power, ovvero quella capacità di

GLI AMBIENTI MEDIATICI E LO SMART POWER

LA SOTTRAZIONE DEL TEMPO

persuadere e influenzare i propri utenti, facendo credere di potere scegliere e non costringendoli.

Ad esempio l'esposizione ai flussi informativi e all'ambiente narratologico di Facebook, alle storie nelle quali ci sentiamo coinvolti e allo stato di eccitazione

affettiva che questi ci provocano, non solo dimostra il dominio e l'esigenza di dipendenza dal racconto, ma palesa, anche, un dispositivo di sottrazione del tempo, che evita la strutturazione del pensiero razionale, rendendolo fragile.

La sottrazione del tempo significa astrazione del contenuto dei gesti, e quindi eliminazione della scelta. Non facciamo più le cose per scelta, ma perché le abbiamo fatte ieri e quindi le rifaremo domani.

La quantità dei nostri gesti automatici è oggi infinitamente superiore a quella dell'uomo di 100 anni fa.

Oggi, i nostri gesti automatici sono il 90% della giornata.

La riduzione a routine di comportamento condizionate dalla continua fruizione mediologica di ambienti social, l'occupazione ossessiva del tempo di vita e della nostra attenzione da parte delle timeline di nostro interesse sono diventati un limite gnoseologico, una gabbia epistemologica di framing imposti, un dominio dei sensi e delle emozioni, una prigione cognitiva.

CONDANNATI ALLA ROUTINE

In questa gabbie, il sistema di reputazione, simulacro di qualsiasi matrice cognitiva si voglia organizzare, genera un'influenza egemone e diffusa sul reale, più difficile da definire perché agisce sull'interpretazione del mondo attraverso specchi interposti e meccanismi di influenza biopolitica ed esperenziale.

Un quadro in cui i media fanno meno informazione e sempre più opinione, irrompendo a pie' pari nell'area competitiva della politica, talvolta non disdegnando di occupare l'attenzione con una melassa di vizi privati e pubbliche manchevolezze di questo e quello, o con attacchi diretti tanto virulenti quanto giornalisticamente immotivati, spesso a firma di qualche giornalista o blogger influente.

Se per i media separare i fatti dalle opinioni è sempre più difficile, ancora più complesso lo è per i semplici utenti.

ECONOMIA DELL'ATTENZIONE

L'economia dell'attenzione ha delle regole rigide, aritmetiche e ordinali, se una notizia arriva prima, il posto sul podio è occupato, tutte le altre scendono di uno scalino. In un contesto nel quale l'informazione è sovrabbondante, si assiste a una crescente scarsità di attenzione. E la scarsità di attenzione ne aumenta il valore per chi riesce a

produrla e rivenderla.

In un periodo di inflazione di informazioni, l'attenzione non è più soltanto scarsa ma diventa rarissima e costosissima.

L'attenzione che si dedica agli amici e alle persone intime è incommensurabilmente più elevata di quella che si dedica ad altre e più impersonali fonti di messaggi.

Ma l'attenzione non è più un bene che si conquista, e si rivende, ma il complesso risultato di una strategia culturale.

In ambienti in cui ciò che conta è l'architettura del medium, più dei contenuti che veicola: chiunque, anche soggetti privi di ogni competenza culturale tecnologica, viene messo in condizione di pubblicare, di esprimere la sua opinione, soprattutto, emotiva.

ECONOMIA DELLE EMOZIONI

I media modificano la nostra natura senza che noi ne siamo minimamente coscienti, per cui ci ritroviamo intrappolati in «forme di vita» totalmente subordinate alle nostre tecnologie di comunicazione.

IL PROBLEMA DELLA SELEZIONE DEI CONTENUTI

Gli utenti sono portati a valutare attentamente i contenuti di un messaggio quando esso è rilevante per i loro interessi; al contrario quelli meno interessati al contenuto specifico del messaggio tenderanno a valutarne la "cornice" (fiducia, reputazione, credibilità della fonte; piacevolezza del comunicatore; gli aspetti

stilistici o relativi al confezionamento dell'informazione).

[Emotional sharing] L'emotional sharing (la condivisione emotiva) determina lo spazio pubblico trasformato in opinione emotiva.

I neuroni a specchio ci servono a comprendere gli altri e sono alla base dell'empatia.

Le narrazioni, attraverso il ricorso a forme e termini emotigeni, riescono meravigliosamente a indurre nel pubblico una situazione di marcata condivisione emotiva (emotional sharing).

L'opinione pubblica lascia il passo all'opinione emotiva, generata da immaginari a loro volta derivati dalla polarizzazione del sentimento (mi piace / non mi piace).

Gli influencer sono filtri: filtri della nostra attenzione, delle nostre emozioni, delle nostre labili opinioni.

Gli influencer assumono il compito di manipolazioni automatiche dei motori di personalizzazione: in primo luogo perché ad essi viene assegnato un codice di riconoscimento, dopodiché, ogni volta che l'utente

INFLUENCER VS RETI OMOFILICHE

accede ai suoi post, ai suoi contenuti social, cede le porte di protezione al suo immaginario, condizionandone il sentimento che si trasforma in opinione emotiva.

I prosumer sono consumatori e produttori nel versus che vuole l'influencer e allo stesso tempo elettori in quanto non solo esprimono consenso con il loro sentimento/voto ma in quanto 'eleggono' l'influencer ad hub e sorgente autorevole di condizionamento.

L'opinione pubblica lascia il passo all'opinione emotiva, generata da immaginari a loro volta derivati dalla polarizzazione del sentimento (mi piace / non mi piace).

L'egosurfing (sistemi di software ideati per soddisfare le esigenze di navigatori narcisisti in cerca di informazioni su loro stessi) originariamente è stata la strategia per ottenere informazioni sulla sedimentazione di quei comportamenti che rispecchiavano assunzioni, stereotipi e luoghi comuni, sulle quali, oggi, le strategie di narrazione fondano la propria forza.

La comprensione dei meccanismi tribali, alla base delle regole di formazione delle reti egocentriche (Albert Lazlo Barabasi) e la cessione di fiducia e di consenso agli hub/influencer delle reti egocentriche, hanno generato una compressione delle informazioni generate dall'egosurfing, aprendo a una nuova fase: quella delle tribù immaginifiche.

L'utente medio ignora che oltre quelle informazioni, trasformate in punti di vista e opinioni emotive, c'è una realtà più complessa, a volte diversa, sicuramente meno banale, per cui non ha altra scelta che adattarsi all'esistente per esserci.

Siamo di fronte ad un adattamento di tipo forzato: prima si instaura una relazione gerarchica tra influencers dominanti e individui «ancelle», che non si fonda sulla qualità, ma su meccanismi di indicizzazione emotiva; dopodiché la tecnologia conversazionale dominante obbliga gli individui ad adattarsi ad essa, manipolandone le esperienze cognitive.

Gli individui sono i prosumers dell'emotional sharing, trasformazione dell'opinione pubblica in opinione emotiva.

Niente «folle intelligenti», ma folle emotive, nessuna democratizzazione della cultura, ma onde di banale schiacciamento sulla mediocrità.

Più forte è l'omofilia dei gruppi, ovvero la tendenza a frequentare solo gruppi di amici che la pensano come noi, maggiore sarà la radicalizzazione le proprie posizioni e quindi la polarizzazione a diventare estrema.

ECHO CHAMBER

Secondo le alcune recenti ricerche (Mit di Lucca) il fatto che informazioni diverse siano consumate allo stesso modo pone sostanzialmente due ipotesi: che le informazioni siano trattate indistintamente da tutti gli utenti a prescindere dal

tipo di contenuto; che esistano gruppi di interesse focalizzati su specifici contenuti e che il loro comportamento sia universale rispetto alla tipo di contenuto e narrativa scelti.

Quest'ultima è la più affascinante, perché ripropone il concetto di esposizione selettiva (confirmation bias) e l'idea che il Web, avendo facilitato l'interconnessione tra persone e l'accesso ai contenuti, abbia di fatto messo il turbo alla formazione delle echo chamber, comunità che condividono interessi comuni, selezionano informazioni, discutono e rinforzano le proprie credenze attorno a una narrazione del mondo condivisa.

Al crescere del numero di like su uno specifico tipo di narrativa aumenta linearmente la probabilità di avere una rete sociale virtuale composta solo da utenti con lo stesso profilo. Ovvero, più si è esposti a uno specifico tipo di narrazione, più aumenta la probabilità che tutti gli amici di Facebook abbiano la stessa attitudine al consumo di informazioni.

Le implicazioni di queste caratteristiche della rete sociale che si vede divisa in gruppi omogenei in base al tipo di contenuto fruito è fondamentale soprattutto per la comprensione della viralità dei fenomeni. Questi gruppi omogenei tenderanno a escludere tutto quello che non è coerente con la propria narrazione del mondo. Quindi è una struttura che facilita il rinforzo e facilita la selezione dei contenuti per confirmation bias.

Le merci vengono sistemate secondo indicizzazioni per priorità in modo da presentare tutto quello che ci piacerebbe, così come le notizie online vengono presentate come le notizie che fanno per noi.

Due diverse persone che si rivolgono a un motore di ricerca con la stessa domanda non ricevono necessariamente le stesse risposte.

Il concetto di verità viene relativizzato e individualizzato, e così perde il suo carattere universale. L'informazione viene presentata come gratuita. In realtà, il destinatario la paga fornendo dati da sfruttare a persone che gli sono in accordo con una più ampia tendenza a modificare l'idea tradizionale di scelta umana.

E di nuovo torna il fascino perverso dei «giardinetti recintati» che le corporation costruiscono attorno ai loro utenti. Dove tutto ci spinge sempre più verso una vita googlizzata nella società della consultazione online: sono i motori di ricerca (leggasi: Google), i social network come Facebook e Twitter a creare automaticamente le nostre relazioni sociali, e "quel che percepiamo come personale viene ridefinito dal sistema come qualcosa da dare in pasto al motore".

IL LIMITE GNOSEOLOGICO

Il bisogno di essere costantemente in rete, il bisogno di apparire, l'incapacità di pensiero profondo, la memoria labile, la dipendenza dal gruppo e da un ambiente tecnologico in cui la domanda di conoscenza e di informazione non nasce da percorsi di ricerca individuali

bensì da emozioni, pratiche e decisioni collettive, condivise dal gruppo di riferimento, modificano profondamente i processi di conoscenza.

I contenuti della conoscenza non contano in quanto tali, ma assumono significato e rilevanza esclusivamente alla situazione contingente; la maggior parte delle conoscenze e delle informazioni che desideriamo ottenere è a un click di distanza, per cui esigiamo risposte immediate e rifiutiamo di perdere leggendo libri.

La riduzione a routine di comportamento condizionate dalla continua fruizione mediologica di ambienti social, l'occupazione ossessiva del tempo di vita e della nostra attenzione da parte delle timeline di nostro interesse sono un limite gnoseologico, una gabbia epistemologica di framing imposti, un dominio dei sensi e delle emozioni, una prigione cognitiva.

GLI ALGORITIMI CHE DECIDONO PER NOI

In questa gabbia, il sistema di reputazione, simulacro di qualsiasi matrice cognitiva si voglia organizzare, genera un'influenza egemone e diffusa sul reale, più difficile da definire perché agisce sull'interpretazione del mondo attraverso specchi interposti e meccanismi di influenza biopolitica ed esperenziale.

Nel mondo contemporaneo, la coscienza umana prende forma tramite un filtro senza precedenti. Televisione, computer e smartphone formano una tripletta che offre

un'interazione quasi costante con uno schermo durante tutto il giorno. Le interazioni umane nel mondo fisico vengono inesorabilmente sospinte nel mondo virtuale dei dispositivi connessi in rete.

SOGGETTIVITÀ BIOMEDIATICA

Internet nella sua complessità di ambienti e di sistemi di informazione, ha avviato un'era biomediatca, caratterizzata

dalla trascrizione virtuale e dalla condivisione telematica delle biografie personali attraverso i social network e dalla trasformazione delle categorie di pubblico/privato.

L'emotional sharing, la condivisione emotiva dei contenuti, si impone sul diritto alla riservatezza: l'io è il contenuto e il disvelamento del sé digitale è la prassi.

Il torrente continuo di informazioni scivola ormai sui sempre-connessi che vivono tra uno stato di narcosi e l'iper-eccitazione chimica dello stimolo a competere.

Da questo punto di vista, Facebook si inserisce a pieno titolo nella grande saga della costruzione della soggettività, mentre Google della costruzione di gabbie gnoseologiche e di gestione della percezione; entrambe caratterizzano in modo essenziale la contemporaneità.

Allo smart power degli ambienti mediatici transmediali che tendono a manipolare e gestire la percezione della realtà, l'individuo tende a reagire.

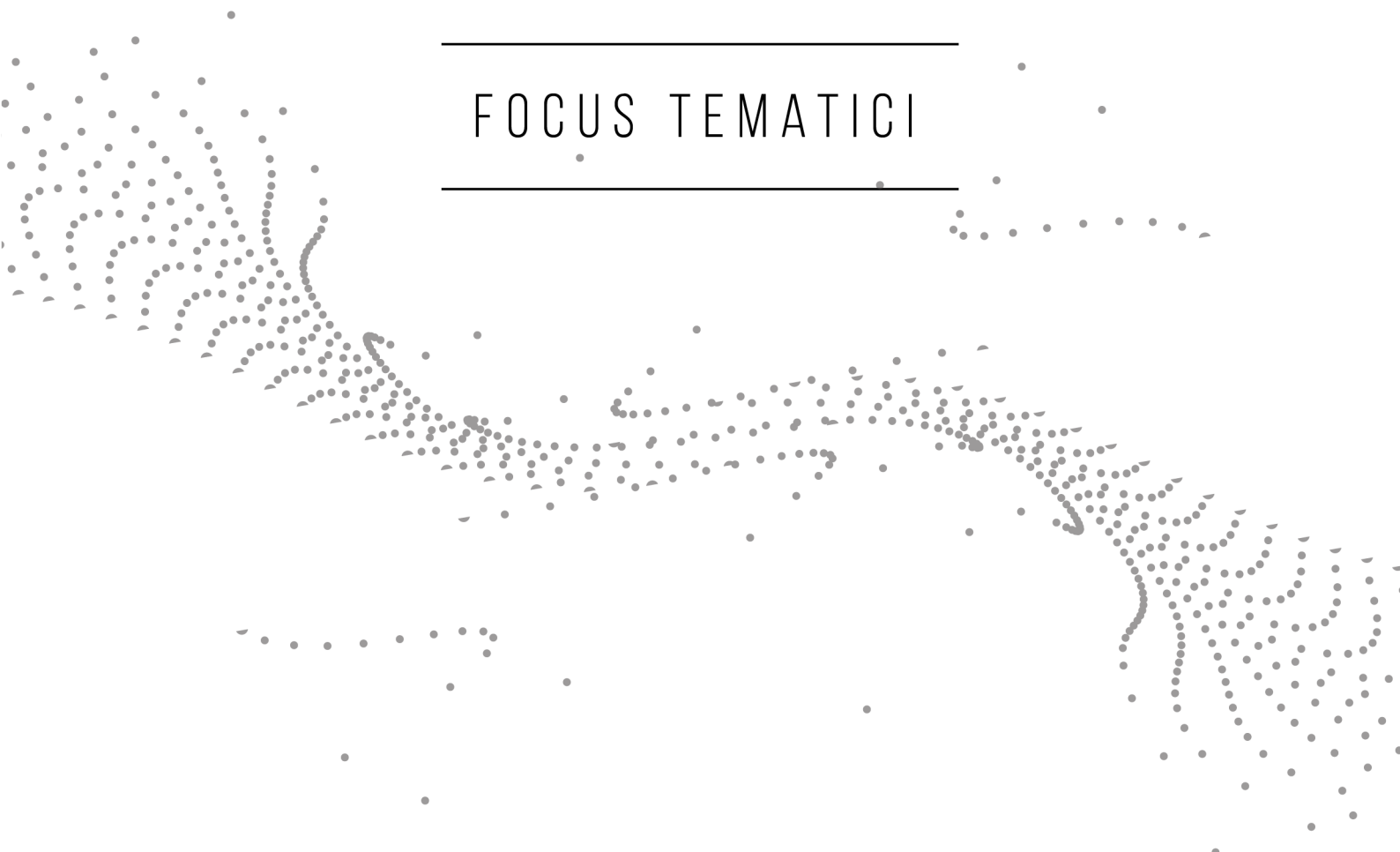
L'individuo incomincia a formare una ipersensibilità, seppur non ancora del tutto espressa, che inizia a porre in discussione la fiducia e la credibilità delle fonti informative ma è condizionata dal proprio echo chamber e dall'influenza delle proprie reti omofiliache.

Questa nuova soggettività biomediatca fa apparire gli individui come su delle zattere violentemente sospinte dalle correnti informazionali, che solo a volte riescono a surfare, capendone limiti, criticità e problematicità. Molte volte, se pur alla ricerca di ancoraggi stabili e appigli, l'individuo sembra andare alla deriva della disinformazione e della manipolazione cognitiva.

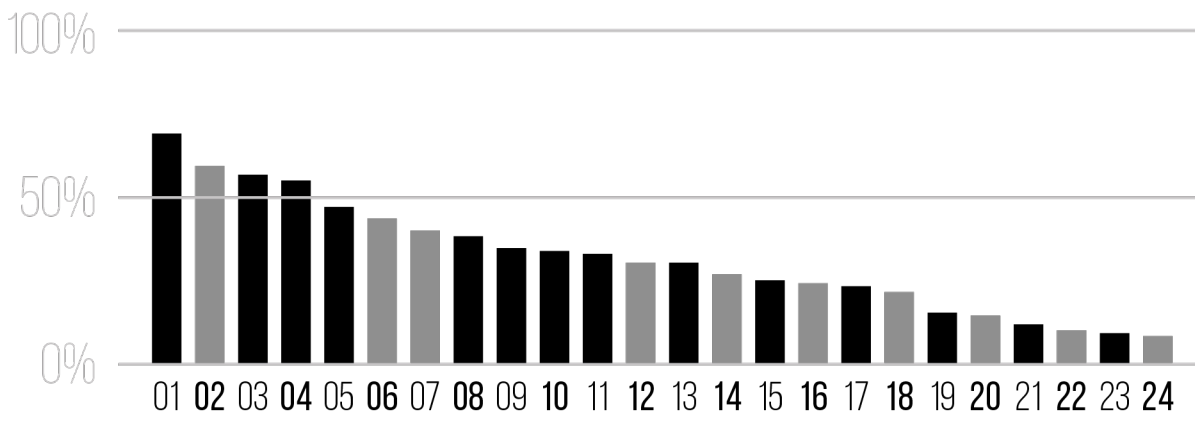
NUOVA FORMA DI COSCIENZA

CONCLUSIONI

FOCUS TEMATICI



1 | LA DIETA MEDIATICA DEI PROSUMER DIGITALI



MEDIA UTILIZZATI PER ACCEDERE ALLE INFORMAZIONI

● ON-LINE MEDIA ● OFF-LINE MEDIA

- | | |
|---|--|
| 01 Motori di ricerca su internet | 13 Blog/forum |
| 02 Telegiornali | 14 Periodici in formato cartaceo (settimanali/mensili...) |
| 03 Siti web di informazione | 15 Siti web dei telegiornali |
| 04 Attraverso i profili aziendali dei media via Facebook | 16 Quotidiani gratuiti |
| 05 Quotidiani online | 17 Whatsapp Telegram WeChat |
| 06 Passaparola tra amici/conoscenti | 18 Quotidiani a pagamento |
| 07 Tv all news | 19 Attraverso i profili degli amici/conoscenti via Twitter |
| 08 Attraverso i profili degli amici/conoscenti via Facebook | 20 Televideo |
| 09 App su smartphone | 21 Attraverso i profili aziendali dei media via Twitter |
| 10 Youtube | 22 Servizio sms tramite telefono cellulare |
| 11 Fonti istituzionali (gov.it; regione.it; ...) | 23 Quotidiani a pagamento online |
| 12 Giornali radio | 24 Altro |

€ 92% FREE MEDIA

64% MEDIA ON-LINE

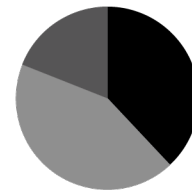
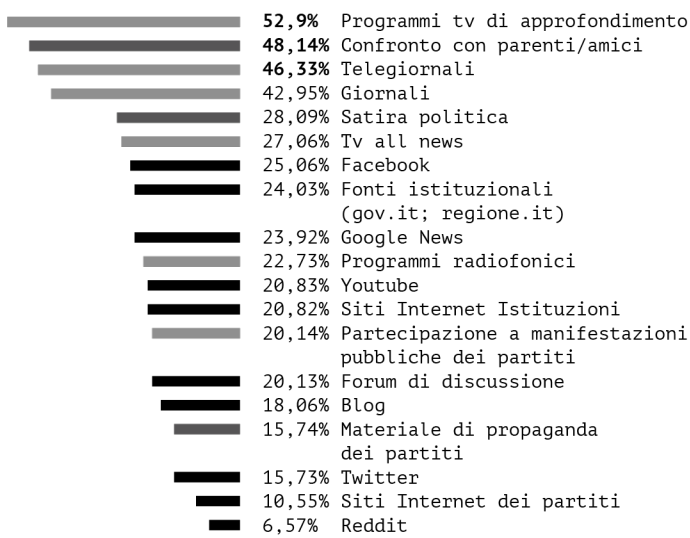


2 I LIMITI DELLO SVILUPPO DELLA RETE COME LUOGO DI DEMOCRATIZZAZIONE DI MASSA



INFLUENZA DEI MEDIA SULLE OPINIONI POLITICHE

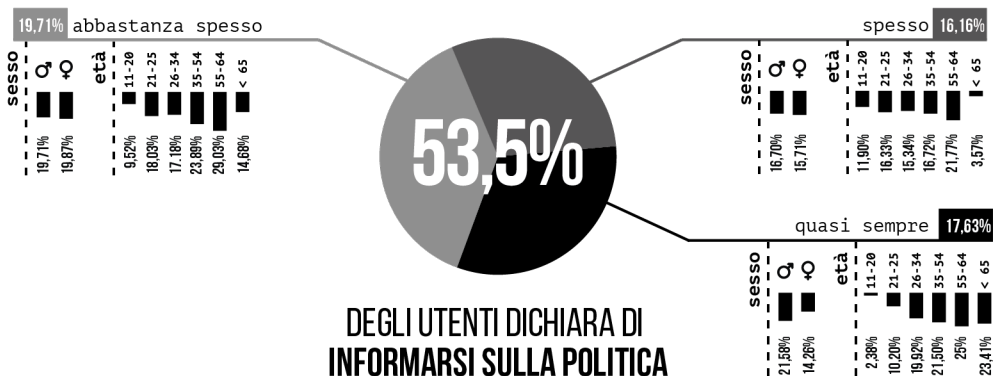
● ON-LINE MEDIA ● OFF-LINE MEDIA ● INFLUENZA TRANSMEDIALE



38%
MEDIA ON-LINE

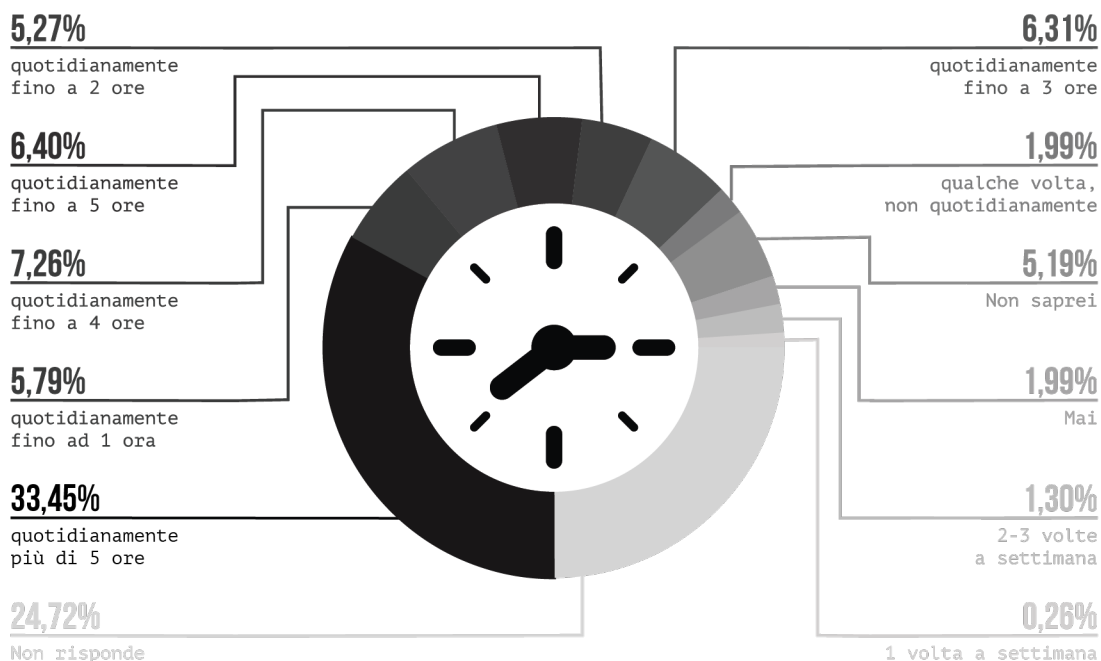
43%
MEDIA OFF-LINE

19%
INFLUENZA
TRANSMEDIALE

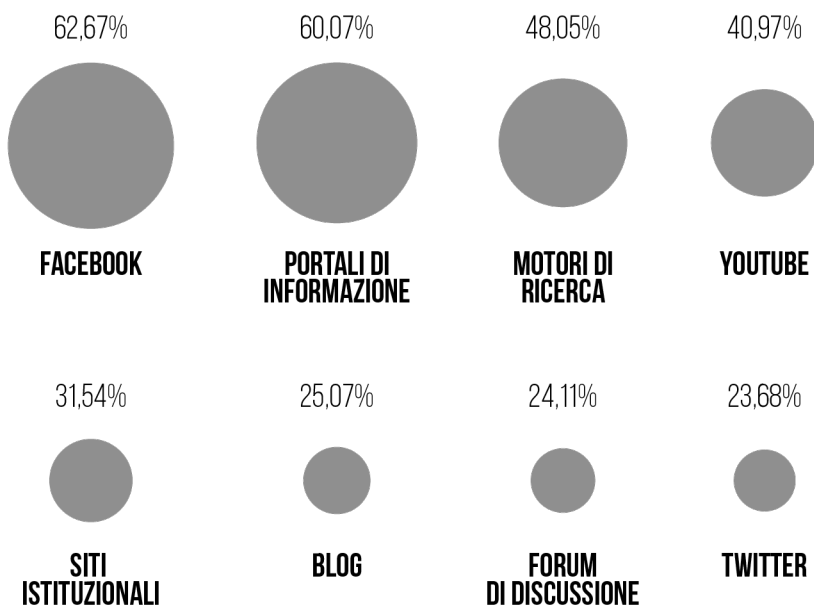


3 | IL DOMINIO DELL'ATTENZIONE

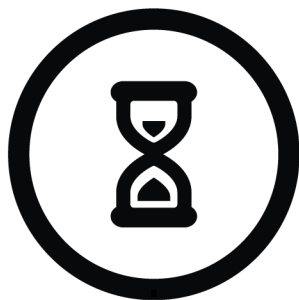
FREQUENZA MEDIA NELL'UTILIZZO DI INTERNET



PRINCIPALI FONTI DI INFORMAZIONE CONSULTATE IN RETE



4 | IL VAMPIRISMO DI FACEBOOK LA SOTTRAZIONE DEL TEMPO

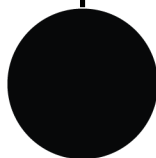


IL **33,45%** DEGLI UTENTI
DICHIARA DI UTILIZZARE INTERNET
QUOTIDIANAMENTE PIÙ DI 5 ORE AL GIORNO

QUASI
SEMPRE



IL **75,98%** DEGLI UTENTI IN RETE DICHIARA
DI UTILIZZARE FACEBOOK



43,39% QUASI SEMPRE

sesso		età			
♂	39,59%	11-20	51,19%	35-54	36,52%
♀	46,63%	21-25	56,78%	55-64	18,55%
		26-34	48,47%	< 65	12,70%



18,67% SPESSO

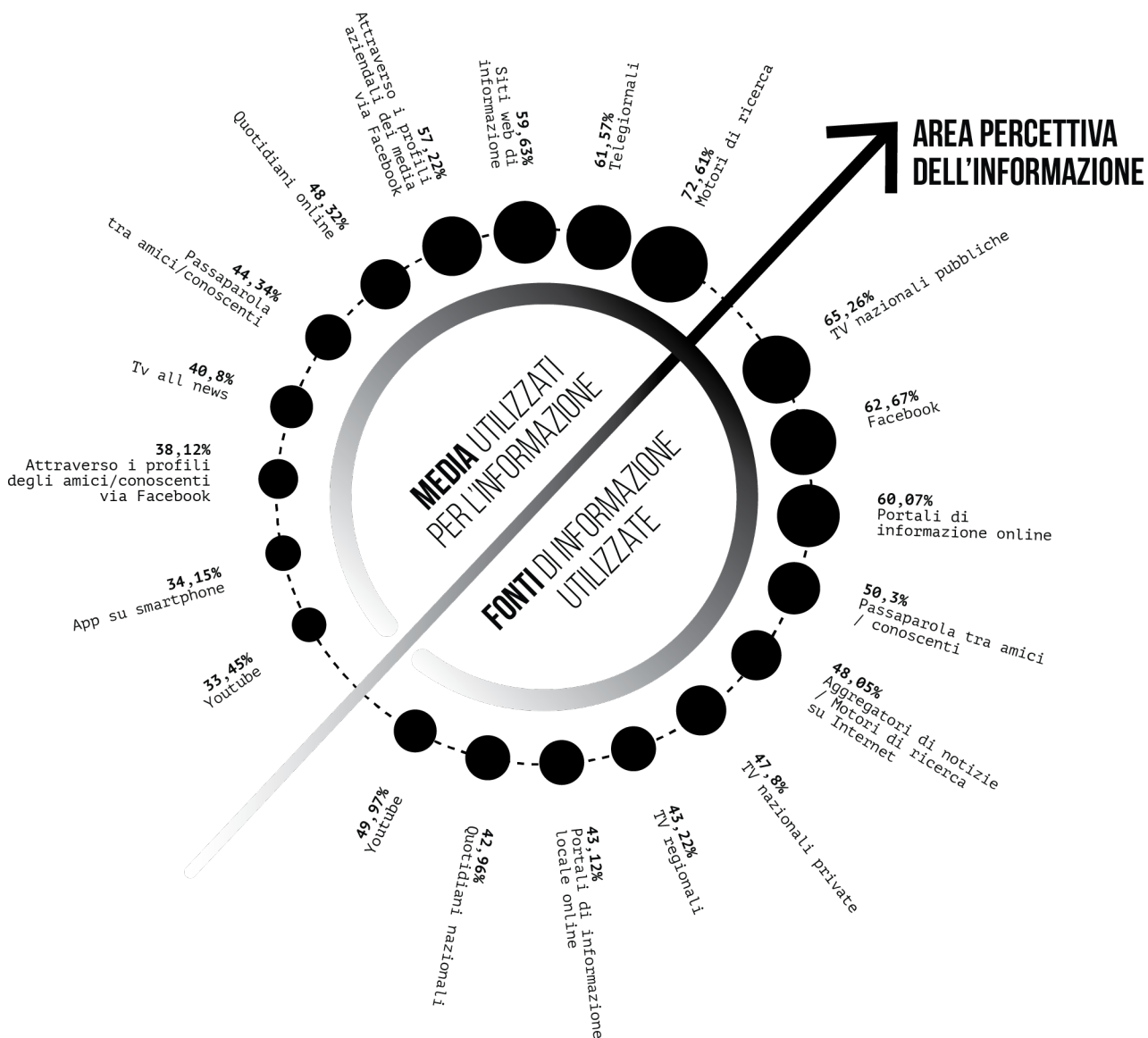
sesso		età			
♂	20,45%	11-20	19,05%	35-54	17,75%
♀	17,15%	21-25	17,01%	55-64	16,13%
		26-34	22,09%	< 65	22,28%



13,91% ABBASTANZA SPESSO

sesso		età			
♂	13,88%	11-20	10,71%	35-54	17,41%
♀	13,94%	21-25	12,24%	55-64	16,13%
		26-34	14,72%	< 65	22,62%

5 I FILTRI COGNITIVI GESTISCONO LA PERCEZIONE



FONTE

punto d'origine dell'informazione

MEDIUM

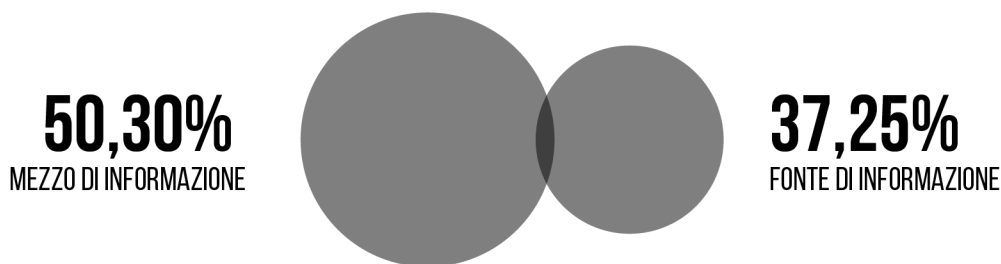
architettura comunicazionale attraverso cui l'informazione si propaga

FONTE/MEDIUM

rapporto che determina la dinamica percettiva dell'informazione

6 | L'ECHO CHAMBER E LE RETI OMOFILACHE

UTILIZZO DELLE RETI OMOFILACHE COME
MEZZO VS. FONTE DI INFORMAZIONE



LIVELLO DI INFLUENZA, CREDIBILITÀ E FIDUCIA PERCEPITA
DELLE RETI OMOFILACHE COME FONTE DI INFORMAZIONE



7 | LA PERCEZIONE DELLA CREDIBILITÀ

PRINCIPALI CARATTERISTICHE DI CREDIBILITÀ ATTRIBUITE



FONTE D'INFORMAZIONE

- 59,81% ■■■■■ È un autore verificato, esperto in materia
- 55,04% ■■■■■ La qualità di notizie pubblicate
- 43,56% ■■■■■ È imparziale



NOTIZIA

- 49,18% ■■■■■ È un autore verificato, esperto in materia
- 48,23% ■■■■■ La qualità di notizie pubblicate
- 39,41% ■■■■■ L'aggiornamento delle informazioni



BLOG

- 43,91% ■■■■■ La qualità di notizie pubblicate
- 41,14% ■■■■■ È un autore verificato, esperto in materia
- 35,33% ■■■■■ L'aggiornamento delle informazioni



FACEBOOK

PROFILO

- 37,86% ■■■■■ L'immagine dell'autore è una immagine personale
- 37,86% ■■■■■ È un autore verificato, esperto in materia
- 27,05% ■■■■■ L'autore è qualcuno di cui ho sentito parlare

POST

- 49,27% ■■■■■ È un autore verificato, esperto in materia
- 31,58% ■■■■■ È una condivisione di qualcuno in cui ho fiducia
- 24,89% ■■■■■ L'autore è qualcuno di cui ho sentito parlare



TWITTER

PROFILO

- 17,03% ■■■■■ È un autore verificato, esperto in materia
- 15,90% ■■■■■ L'autore è qualcuno di cui ho sentito parlare
- 15,47% ■■■■■ L'account ha il sigillo di "account verificato"

TWEET

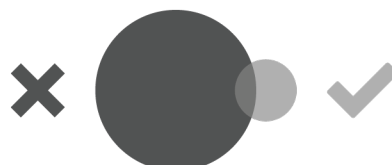
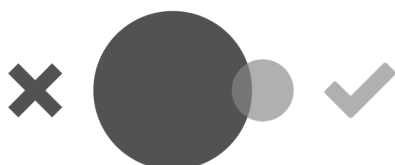
- 17,37% ■■■■■ È un autore verificato, esperto in materia
- 16,94% ■■■■■ L'autore spesso "twitta" sull'argomento
- 15,13% ■■■■■ L'account ha il sigillo di "account verificato"

8 | L'INCAPACITÀ DI DISTINGUERE IL REALE DAL FALSO



**PROFILO FACEBOOK
DI UN SITO
DI CONTROINFORMAZIONE**

**PROFILO TWITTER
DI UN SITO DI BUFALE**

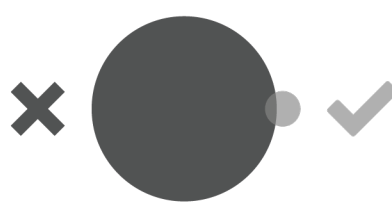
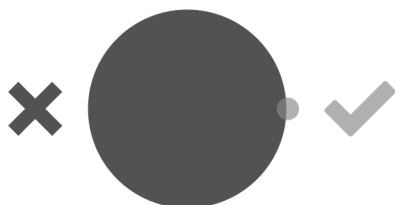


72% 
DEGLI UTENTI NON È IN GRADO
DI IDENTIFICARE IL PROFILO

73% 
DEGLI UTENTI NON È IN GRADO
DI IDENTIFICARE IL PROFILO

**PROFILO FACEBOOK
FAKE**

**PROFILO TWITTER
BOT**

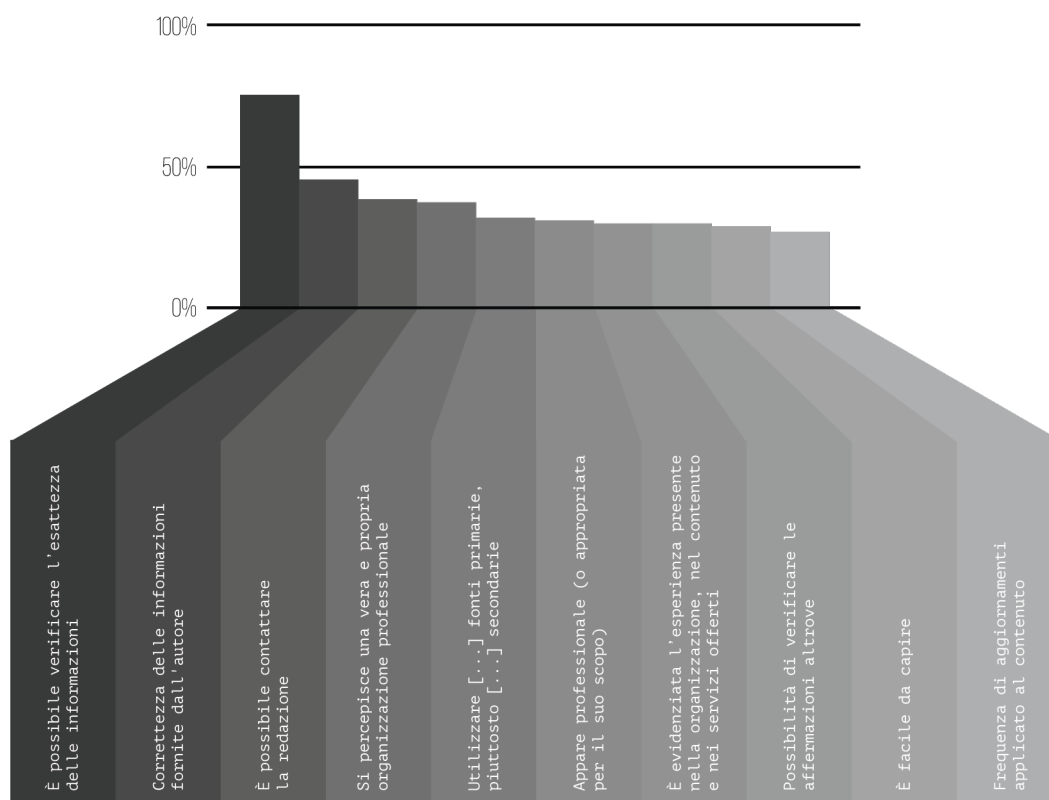


90% 
DEGLI UTENTI NON È IN GRADO
DI IDENTIFICARE IL PROFILO

84% 
DEGLI UTENTI NON È IN GRADO
DI IDENTIFICARE IL PROFILO

9 | ALLA RICERCA DI AUTOREVOLEZZA

PRINCIPALI CARATTERISTICHE DI AUTOREVOLEZZA ATTRIBUITE AD UNA FONTE INFORMATIVA



IMPATTO DEI **MOTORI DI RICERCA** SUL SISTEMA INFORMATIVO

15,90% ■

Se è tra i primi risultati la notizia è credibile

15,47% ■

Le notizie più importanti sono nella prima pagina

13,92% ■

I risultati nelle pagine successive alla prima sono di minore importanza



IMPATTO DEI **SOCIAL NETWORK** SUL SISTEMA INFORMATIVO

58,95% ■

Ci sono più opportunità di apprendere nuove notizie

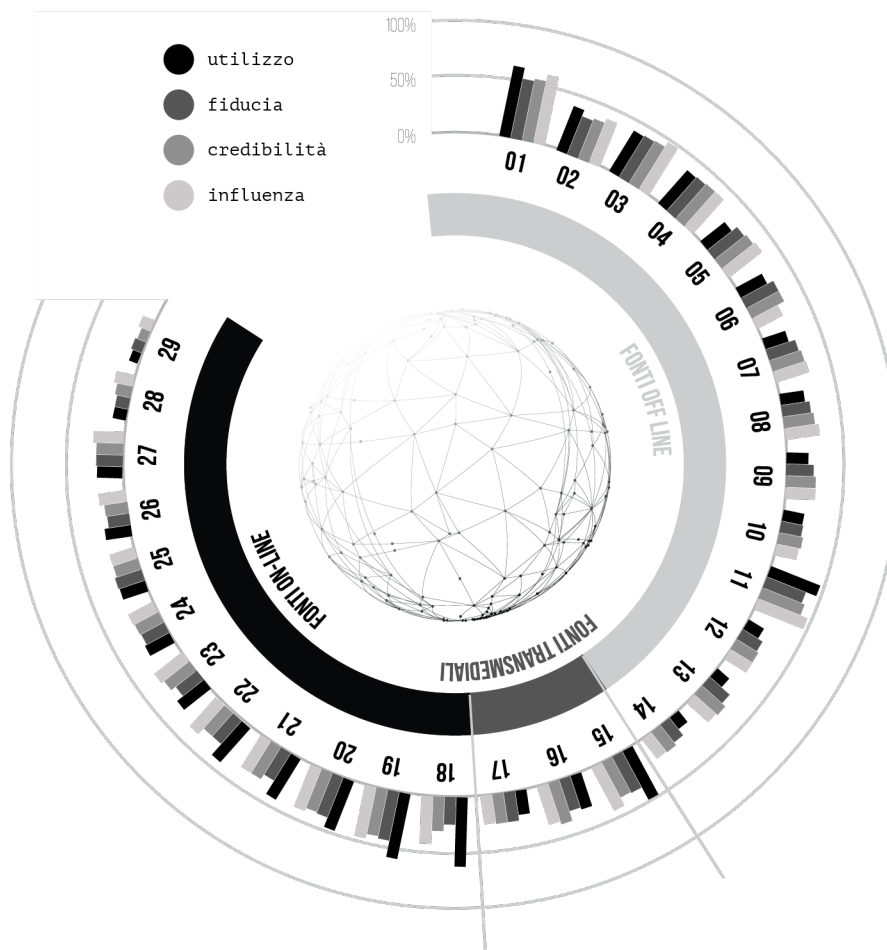
41,14% ■

È aumentato il mio livello di conoscenza sul mondo

35,33% ■

È sempre possibile un confronto tra più punti di vista

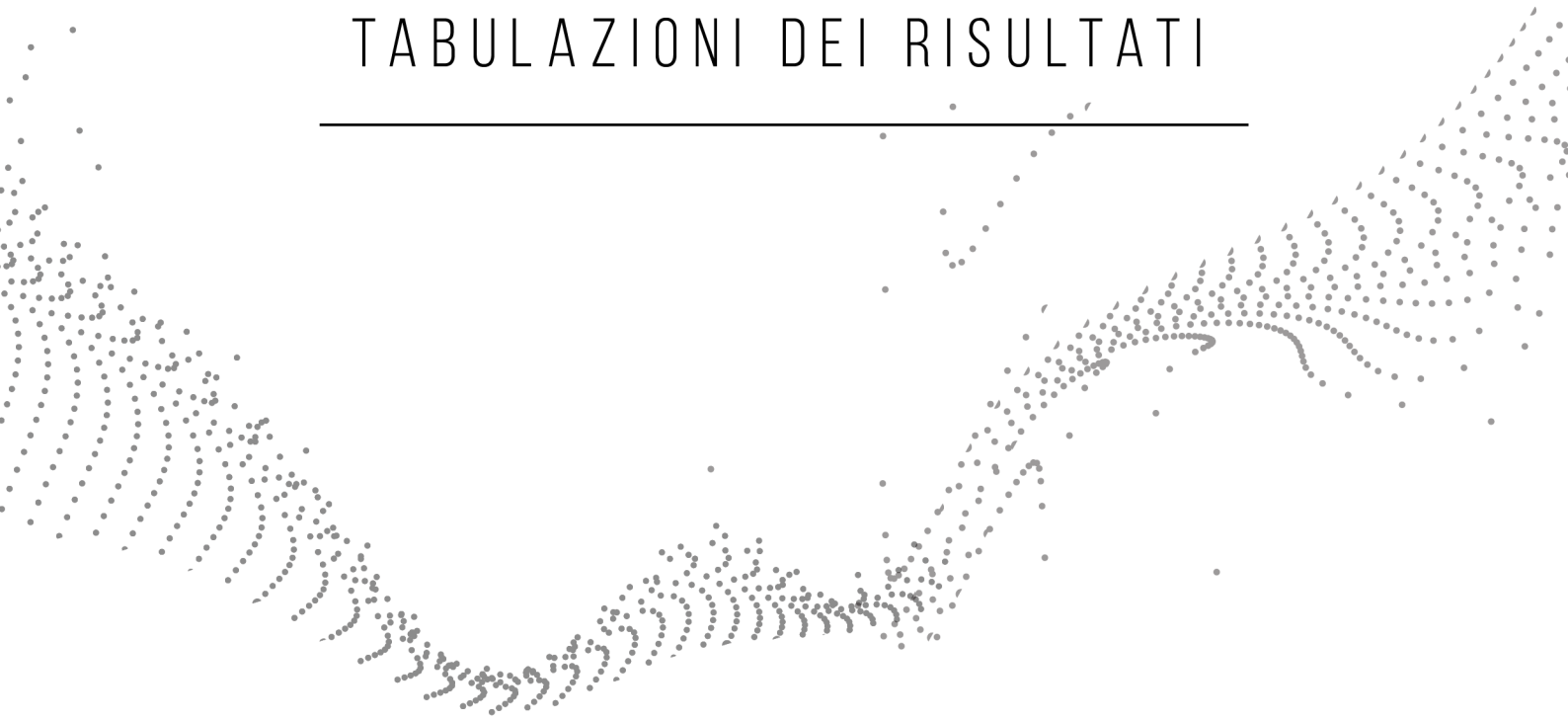
10 | RESILIENZA BIOMEDIATICA



UTILIZZO / FIDUCIA / CREDIBILITÀ / INFLUENZA DELLE PRINCIPALI FONTI INFORMATIVE

- | | |
|---------------------------------------|---|
| 01 TV nazionali pubbliche | 17 Un/una giornalista in particolare |
| 02 TV nazionali private | 18 Facebook |
| 03 TV regionali | 19 Portali di informazione online |
| 04 Quotidiani nazionali | 20 Aggregatori di notizie / Motori di ricerca su Internet |
| 05 Radio nazionali | 21 Portali di informazione locale online |
| 06 Quotidiani regionali | 22 Youtube |
| 07 Periodici nazionali | 23 Portali di contro/informazione online |
| 08 Radio regionali | 24 Blog |
| 09 TV provinciali/locali | 25 Forum di discussione |
| 10 Quotidiani provinciali/locali | 26 Twitter |
| 11 Free Press | 27 Portali di contro/informazione locale online |
| 12 Radio provinciali/locali | 28 Siti Internet partiti |
| 13 Periodici regionali | 29 Reddit |
| 14 Periodici provinciali/locali | |
| 15 Passaparola tra amici / conoscenti | |
| 16 Fonti istituzionali | |

TABULAZIONI DEI RISULTATI



1. Quali sono i mezzi che utilizzi per informarti?	31
2. Su quali temi ti informi maggiormente?	35
3. Cosa pensi, oggi, del sistema d'informazione?	38
4. Quali sono gli utilizzi che fai di internet (complessivamente da computer, smartphone e tablet)?	39
5. Per quanto tempo utilizzi Internet (complessivamente da computer, smartphone e tablet)?	44
6. Quali fonti di informazione utilizzi?	45
7. Quali sono le fonti di informazione di cui ti fidi di più?	50
8. Quali sono le fonti di informazione in cui credi di più?	55
9. Quali fonti di informazione hanno più influenza per te?	60
10. Quali sono i mezzi di informazione che influenzano le tue opinioni politiche?	65
11. Quali caratteristiche deve avere una fonte per risultare credibile?	69
12. Quali caratteristiche deve avere una notizia per risultare credibile?	71
13. Quali caratteristiche deve avere un blog di informazione per essere credibile?	73
14. Quali caratteristiche deve avere un post su Facebook per essere credibile?	75
15. Quali caratteristiche deve avere un profilo Facebook per essere credibile?	77
16. Quali caratteristiche deve avere un tweet su Twitter per essere credibile?	79
17. Quali caratteristiche deve avere un profilo Twitter per essere credibile?	81
18. Quali caratteristiche devono avere le informazioni su Wikipedia per risultare credibili?	83
19. Quali caratteristiche deve avere una fonte informativa per essere autorevole?	84
20. Quando cerchi un'informazione sui motori di ricerca (es. Google) ritieni che:	87
21. Qual è l'impatto che hanno le notizie apprese attraverso Google, Facebook, Twitter, Youtube?	88
22. Secondo te il profilo Twitter mostrato è...	89
23. Secondo te il profilo Twitter mostrato è...	90
24. Secondo te il profilo Facebook mostrato è...	91
25. Secondo te il profilo Facebook mostrato...	92

1. Quali sono i mezzi che utilizzi per informarti?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di accesso al mezzo. (1 di 4)

Mezzo	Frequenza	Totale	Sesso		Età							
			Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
Telegiornali	quasi mai	7,09%	9,57%	4,97%	16,67%	8,50%	6,44%	5,12%	4,84%	3,57%	0,00%	0,00%
	molto raramente	13,74%	15,95%	11,86%	27,38%	13,27%	15,34%	13,65%	4,03%	3,57%	16,67%	0,00%
	raramente	14,00%	12,01%	15,71%	19,05%	18,03%	13,80%	12,29%	8,06%	3,57%	16,67%	0,00%
	abbastanza spesso	22,04%	22,89%	21,31%	22,62%	25,85%	24,54%	22,18%	10,48%	7,14%	0,00%	0,00%
	spesso	17,03%	15,38%	18,43%	9,52%	20,07%	17,79%	15,36%	16,13%	21,43%	16,67%	0,00%
	quasi sempre	22,47%	20,45%	24,20%	4,76%	12,24%	17,79%	27,99%	49,19%	57,14%	50,00%	0,00%
	non risponde	3,63%	3,75%	3,53%	0,00%	2,04%	4,29%	3,41%	7,26%	3,57%	0,00%	100,00%
Giornali radio	quasi mai	21,87%	21,76%	21,96%	27,38%	26,87%	22,09%	18,77%	13,71%	17,86%	16,67%	50,00%
	molto raramente	22,30%	22,51%	22,12%	34,52%	27,21%	20,55%	18,43%	19,35%	14,29%	0,00%	0,00%
	raramente	18,93%	17,45%	20,19%	23,81%	17,01%	20,55%	20,82%	12,10%	17,86%	16,67%	0,00%
	abbastanza spesso	13,14%	12,95%	13,30%	7,14%	14,63%	13,19%	13,65%	12,10%	10,71%	33,33%	0,00%
	spesso	9,85%	10,13%	9,62%	2,38%	8,16%	11,04%	12,29%	10,48%	10,71%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	6,22%	7,32%	5,29%	2,38%	1,02%	5,83%	7,51%	15,32%	17,86%	33,33%	0,00%
	non risponde	7,69%	7,88%	7,53%	2,38%	5,10%	6,75%	8,53%	16,94%	10,71%	0,00%	50,00%
Motori di ricerca su internet	quasi mai	7,52%	7,88%	7,21%	3,57%	4,42%	5,21%	8,53%	17,74%	10,71%	50,00%	50,00%
	molto raramente	7,35%	7,50%	7,21%	8,33%	5,44%	6,75%	9,90%	4,84%	17,86%	0,00%	0,00%
	raramente	8,47%	7,50%	9,29%	17,86%	7,82%	7,36%	6,83%	9,68%	14,29%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	14,87%	17,45%	12,66%	15,48%	19,05%	11,35%	15,36%	14,52%	7,14%	16,67%	0,00%
	spesso	24,46%	24,39%	24,52%	32,14%	24,83%	24,85%	22,87%	22,58%	25,00%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	33,28%	30,02%	36,06%	20,24%	37,41%	39,57%	31,06%	25,00%	17,86%	33,33%	0,00%
	non risponde	4,06%	5,25%	3,04%	2,38%	1,02%	4,91%	5,46%	5,65%	7,14%	0,00%	50,00%
Tv all news	quasi mai	17,37%	17,64%	17,15%	25,00%	19,05%	18,40%	13,31%	12,10%	17,86%	50,00%	50,00%
	molto raramente	16,42%	15,38%	17,31%	21,43%	23,81%	15,03%	10,92%	14,52%	7,14%	16,67%	0,00%
	raramente	16,94%	14,07%	19,39%	14,29%	19,05%	18,40%	18,77%	9,68%	10,71%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	19,19%	22,14%	16,67%	23,81%	17,35%	17,79%	22,53%	16,94%	17,86%	0,00%	0,00%
	spesso	13,66%	14,07%	13,30%	8,33%	11,90%	13,80%	15,36%	16,94%	21,43%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	7,95%	8,63%	7,37%	5,95%	3,40%	7,67%	8,87%	15,32%	17,86%	33,33%	0,00%
	non risponde	8,47%	8,07%	8,81%	1,19%	5,44%	8,90%	10,24%	14,52%	7,14%	0,00%	50,00%
Attraverso i profili aziendali dei media via Facebook	quasi mai	23,42%	25,14%	21,96%	22,62%	17,35%	18,10%	25,60%	40,32%	39,29%	83,33%	0,00%
	molto raramente	16,08%	17,07%	15,22%	26,19%	17,69%	15,03%	16,04%	8,87%	14,29%	0,00%	0,00%
	raramente	12,71%	12,76%	12,66%	13,10%	18,37%	10,12%	11,26%	13,71%	3,57%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	18,24%	16,70%	19,55%	15,48%	19,73%	21,17%	17,06%	13,71%	10,71%	0,00%	0,00%
	spesso	12,96%	11,82%	13,94%	11,90%	16,33%	15,95%	10,58%	6,45%	3,57%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	7,78%	6,38%	8,97%	8,33%	6,12%	11,96%	7,17%	2,42%	7,14%	0,00%	0,00%
	non risponde	8,82%	10,13%	7,69%	2,38%	4,08%	7,67%	12,29%	14,52%	21,43%	16,67%	100,00%
Attraverso i profili degli amici/ conoscenti via Facebook	quasi mai	20,83%	23,08%	18,91%	28,57%	14,97%	13,50%	25,26%	31,45%	39,29%	83,33%	0,00%
	molto raramente	16,59%	17,64%	15,71%	17,86%	18,03%	16,56%	16,04%	15,32%	14,29%	0,00%	0,00%
	raramente	16,42%	16,14%	16,67%	15,48%	21,43%	17,79%	12,29%	14,52%	3,57%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	18,84%	18,20%	19,39%	16,67%	19,05%	24,23%	18,77%	10,48%	3,57%	0,00%	0,00%
	spesso	11,93%	9,94%	13,62%	9,52%	15,31%	13,19%	10,58%	7,26%	7,14%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	7,35%	6,00%	8,49%	9,52%	7,82%	7,06%	6,83%	6,45%	7,14%	16,67%	0,00%
	non risponde	8,04%	9,01%	7,21%	2,38%	3,06%	7,67%	10,24%	14,52%	25,00%	0,00%	100,00%

1. Quali sono i mezzi che utilizzi per informarti?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di accesso al mezzo. (SEGUE 2 di 4)

Frequenza	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Televideo	quasi mai	58,51%	55,53%	61,06%	57,14%	70,41%	60,43%	51,54%	47,58%	39,29%	50,00%	50,00%
	molto raramente	12,88%	12,20%	13,46%	16,67%	8,84%	13,50%	14,33%	15,32%	14,29%	0,00%	0,00%
	raramente	7,26%	7,69%	6,89%	10,71%	6,12%	5,83%	7,17%	8,87%	14,29%	16,67%	0,00%
	abbastanza spesso	5,01%	5,63%	4,49%	4,76%	5,44%	3,99%	5,80%	6,45%	0,00%	16,67%	0,00%
	spesso	2,51%	2,81%	2,24%	2,38%	2,72%	2,45%	2,73%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	3,37%	5,63%	1,44%	5,95%	0,68%	3,37%	4,44%	4,03%	10,71%	0,00%	0,00%
	non risponde	10,46%	10,51%	10,42%	2,38%	5,78%	10,43%	13,99%	15,32%	21,43%	16,67%	50,00%
Periodici in formato cartaceo (Settimanali/ mensili)	quasi mai	27,83%	30,21%	25,80%	38,10%	39,12%	23,93%	20,82%	25,00%	14,29%	33,33%	0,00%
	molto raramente	21,35%	19,14%	23,24%	26,19%	23,47%	18,40%	22,87%	19,35%	14,29%	0,00%	0,00%
	raramente	16,59%	17,45%	15,87%	15,48%	12,59%	21,17%	17,06%	16,13%	7,14%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	14,87%	12,76%	16,67%	4,76%	14,29%	15,95%	17,75%	13,71%	10,71%	33,33%	0,00%
	spesso	5,62%	6,00%	5,29%	8,33%	2,72%	6,75%	5,80%	5,65%	14,29%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	5,01%	5,25%	4,81%	4,76%	1,70%	4,60%	5,12%	8,06%	25,00%	33,33%	0,00%
	non risponde	8,73%	9,19%	8,33%	2,38%	5,78%	9,20%	10,58%	12,10%	14,29%	0,00%	100,00%
Quotidiani a pagamento	quasi mai	45,29%	39,77%	50,00%	59,52%	53,40%	48,16%	38,23%	30,65%	28,57%	33,33%	0,00%
	molto raramente	14,87%	15,57%	14,26%	14,29%	17,35%	15,03%	13,99%	15,32%	0,00%	0,00%	0,00%
	raramente	11,58%	13,13%	10,26%	16,67%	9,86%	8,90%	13,99%	14,52%	10,71%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	9,16%	8,63%	9,62%	5,95%	6,80%	9,82%	9,90%	11,29%	14,29%	33,33%	0,00%
	spesso	4,75%	6,19%	3,53%	1,19%	3,40%	4,91%	6,48%	4,84%	7,14%	16,67%	0,00%
	quasi sempre	5,01%	6,75%	3,53%	0,00%	2,72%	3,07%	6,14%	11,29%	25,00%	16,67%	0,00%
	non risponde	9,33%	9,94%	8,81%	2,38%	6,46%	10,12%	11,26%	12,10%	14,29%	0,00%	100,00%
Youtube	quasi mai	21,52%	22,33%	20,83%	8,33%	13,95%	15,95%	31,40%	30,65%	46,43%	83,33%	0,00%
	molto raramente	17,80%	18,39%	17,31%	17,86%	18,37%	16,87%	19,11%	18,55%	14,29%	0,00%	0,00%
	raramente	17,03%	16,14%	17,79%	22,62%	21,77%	18,10%	11,60%	16,13%	3,57%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	15,99%	15,38%	16,51%	20,24%	19,05%	18,40%	12,97%	8,06%	10,71%	0,00%	0,00%
	spesso	10,46%	9,38%	11,38%	14,29%	12,24%	14,72%	5,46%	6,45%	3,57%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	7,00%	7,50%	6,57%	13,10%	8,84%	7,67%	5,46%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	10,20%	10,88%	9,62%	3,57%	5,44%	8,28%	13,99%	17,74%	21,43%	16,67%	100,00%
Siti web di informazione	quasi mai	11,41%	11,63%	11,22%	21,43%	4,76%	7,36%	13,99%	19,35%	17,86%	83,33%	0,00%
	molto raramente	10,11%	8,44%	11,54%	14,29%	13,27%	7,06%	9,90%	8,06%	17,86%	0,00%	0,00%
	raramente	13,48%	12,76%	14,10%	10,71%	11,22%	14,42%	15,02%	13,71%	17,86%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	20,05%	20,08%	20,03%	25,00%	26,53%	18,10%	16,72%	18,55%	7,14%	0,00%	0,00%
	spesso	22,47%	23,08%	21,96%	20,24%	22,79%	27,30%	20,48%	16,94%	17,86%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	17,11%	18,76%	15,71%	5,95%	17,01%	21,47%	18,09%	14,52%	10,71%	0,00%	0,00%
	non risponde	5,45%	5,25%	5,61%	2,38%	4,42%	4,29%	5,80%	8,87%	10,71%	16,67%	100,00%
App su smartphone	quasi mai	30,34%	28,33%	32,05%	32,14%	28,23%	24,85%	31,74%	37,90%	50,00%	83,33%	50,00%
	molto raramente	13,14%	13,32%	12,98%	20,24%	11,56%	12,88%	12,63%	15,32%	7,14%	0,00%	0,00%
	raramente	13,40%	12,95%	13,78%	11,90%	16,67%	15,03%	12,29%	9,68%	3,57%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	12,71%	13,70%	11,86%	11,90%	14,63%	11,96%	14,33%	8,06%	7,14%	0,00%	0,00%
	spesso	12,36%	12,57%	12,18%	14,29%	12,93%	13,19%	11,60%	11,29%	7,14%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	9,08%	10,13%	8,17%	8,33%	10,88%	14,42%	6,14%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	8,99%	9,01%	8,97%	1,19%	5,10%	7,67%	11,26%	16,13%	25,00%	16,67%	50,00%

1. Quali sono i mezzi che utilizzi per informarti?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di accesso al mezzo. (SEGUE 3 di 4)

Frequenza	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Quotidiani online	quasi mai	18,24%	16,14%	20,03%	32,14%	18,37%	10,12%	18,09%	26,61%	21,43%	83,33%	50,00%
	molto raramente	13,48%	12,76%	14,10%	25,00%	11,90%	11,66%	15,02%	8,87%	25,00%	0,00%	0,00%
	raramente	12,88%	12,76%	12,98%	11,90%	18,37%	11,96%	10,24%	12,10%	3,57%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	16,25%	16,89%	15,71%	15,48%	19,39%	18,10%	12,63%	17,74%	0,00%	0,00%	0,00%
	spesso	15,73%	16,89%	14,74%	8,33%	15,31%	19,02%	17,75%	9,68%	14,29%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	16,34%	17,45%	15,38%	4,76%	11,90%	21,47%	17,75%	16,13%	25,00%	16,67%	0,00%
	non risponde	7,00%	6,94%	7,05%	2,38%	4,76%	7,67%	8,53%	8,87%	10,71%	0,00%	50,00%
Blog/forum	quasi mai	28,52%	27,58%	29,33%	40,48%	27,55%	21,17%	25,60%	41,94%	42,86%	83,33%	0,00%
	molto raramente	16,59%	17,26%	16,03%	10,71%	21,09%	17,48%	15,70%	11,29%	10,71%	0,00%	0,00%
	raramente	16,16%	15,57%	16,67%	17,86%	18,03%	16,87%	13,99%	14,52%	14,29%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	14,87%	14,45%	15,22%	19,05%	12,24%	20,55%	15,02%	7,26%	0,00%	0,00%	0,00%
	spesso	9,59%	9,76%	9,46%	1,19%	10,54%	9,82%	13,99%	4,84%	3,57%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	4,41%	5,07%	3,85%	8,33%	4,76%	3,99%	3,75%	4,84%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	9,94%	10,32%	9,62%	2,38%	5,78%	10,12%	11,95%	15,32%	25,00%	16,67%	100,00%
Servizio sms tramite telefono cellulare	quasi mai	71,56%	71,11%	71,96%	70,24%	84,01%	73,31%	63,48%	62,10%	53,57%	83,33%	0,00%
	molto raramente	6,22%	7,13%	5,45%	8,33%	3,06%	5,52%	8,19%	9,68%	7,14%	0,00%	0,00%
	raramente	4,41%	3,38%	5,29%	9,52%	4,08%	3,99%	4,78%	1,61%	7,14%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	1,90%	1,50%	2,24%	3,57%	0,00%	2,45%	2,05%	3,23%	3,57%	0,00%	0,00%
	spesso	2,59%	2,44%	2,72%	5,95%	1,70%	2,15%	3,75%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	1,64%	1,88%	1,44%	0,00%	0,68%	1,84%	2,05%	4,03%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	11,67%	12,57%	10,90%	2,38%	6,46%	10,74%	15,70%	17,74%	28,57%	16,67%	100,00%
Quotidiani a pagamento online	quasi mai	71,82%	69,98%	73,40%	76,19%	81,63%	74,54%	62,80%	63,71%	57,14%	83,33%	0,00%
	molto raramente	7,78%	7,88%	7,69%	8,33%	6,12%	7,36%	9,56%	10,48%	0,00%	0,00%	0,00%
	raramente	4,15%	3,75%	4,49%	8,33%	5,10%	3,07%	4,78%	0,81%	3,57%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	1,73%	1,69%	1,76%	2,38%	1,36%	0,92%	2,05%	3,23%	0,00%	0,00%	0,00%
	spesso	1,99%	2,44%	1,60%	1,19%	0,34%	2,15%	2,39%	3,23%	7,14%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	1,64%	2,25%	1,12%	1,19%	0,00%	1,84%	2,05%	3,23%	3,57%	16,67%	0,00%
	non risponde	10,89%	12,01%	9,94%	2,38%	5,44%	10,12%	16,38%	15,32%	28,57%	0,00%	100,00%
Quotidiani gratuiti	quasi mai	33,19%	33,21%	33,17%	48,81%	38,10%	26,07%	29,69%	37,10%	39,29%	33,33%	0,00%
	molto raramente	19,27%	18,39%	20,03%	20,24%	20,75%	21,17%	16,38%	18,55%	14,29%	16,67%	0,00%
	raramente	14,78%	16,14%	13,62%	16,67%	15,65%	17,18%	13,31%	11,29%	7,14%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	9,51%	9,01%	9,94%	4,76%	8,16%	11,66%	10,58%	8,06%	7,14%	16,67%	0,00%
	spesso	7,43%	7,50%	7,37%	7,14%	5,10%	9,51%	9,22%	3,23%	7,14%	16,67%	0,00%
	quasi sempre	5,53%	5,44%	5,61%	1,19%	5,44%	5,52%	5,80%	7,26%	7,14%	16,67%	0,00%
	non risponde	10,29%	10,32%	10,26%	1,19%	6,80%	8,90%	15,02%	14,52%	17,86%	0,00%	100,00%
Siti web dei telegiornali	quasi mai	37,25%	39,02%	35,74%	53,57%	40,48%	29,45%	33,79%	42,74%	50,00%	83,33%	0,00%
	molto raramente	17,03%	15,95%	17,95%	17,86%	19,39%	17,79%	16,04%	13,71%	7,14%	16,67%	0,00%
	raramente	12,62%	13,13%	12,18%	13,10%	14,63%	11,04%	13,65%	12,10%	3,57%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	10,29%	9,76%	10,74%	7,14%	10,54%	14,42%	8,87%	4,84%	10,71%	0,00%	0,00%
	spesso	8,21%	6,19%	9,94%	5,95%	6,46%	10,74%	10,24%	4,84%	0,00%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	4,58%	4,69%	4,49%	1,19%	3,40%	7,36%	2,73%	7,26%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	10,03%	11,26%	8,97%	1,19%	5,10%	9,20%	14,68%	14,52%	25,00%	0,00%	100,00%

1. Quali sono i mezzi che utilizzi per informarti?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di accesso al mezzo. (SEGUE 4 di 4)

Frequenza	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Attraverso i profili aziendali dei media via Twitter	quasi mai	57,65%	55,16%	59,78%	66,67%	64,29%	50,92%	54,61%	60,48%	60,71%	66,67%	0,00%
	molto raramente	10,72%	10,88%	10,58%	13,10%	9,52%	14,42%	7,85%	10,48%	0,00%	16,67%	0,00%
	raramente	8,38%	8,82%	8,01%	8,33%	10,54%	8,59%	7,17%	6,45%	7,14%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	6,40%	7,50%	5,45%	2,38%	6,46%	7,06%	8,53%	4,03%	0,00%	0,00%	0,00%
	spesso	4,67%	4,69%	4,65%	3,57%	3,40%	5,83%	6,14%	2,42%	3,57%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	1,30%	0,94%	1,60%	3,57%	0,34%	2,15%	1,37%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	10,98%	12,01%	10,10%	2,38%	5,44%	11,04%	14,33%	16,13%	28,57%	16,67%	100,00%
Attraverso i profili degli amici/ conoscenti via Twitter	quasi mai	58,43%	56,47%	60,10%	61,90%	67,35%	53,37%	53,58%	58,87%	64,29%	66,67%	0,00%
	molto raramente	9,94%	9,38%	10,42%	11,90%	6,80%	14,11%	7,17%	13,71%	0,00%	16,67%	0,00%
	raramente	8,04%	9,38%	6,89%	5,95%	9,52%	8,59%	9,22%	4,03%	0,00%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	5,62%	6,57%	4,81%	2,38%	6,46%	5,52%	7,17%	4,84%	0,00%	0,00%	0,00%
	spesso	3,89%	3,00%	4,65%	8,33%	1,70%	4,29%	5,46%	1,61%	7,14%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	2,94%	2,81%	3,04%	5,95%	3,06%	3,99%	2,39%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	10,98%	12,01%	10,10%	3,57%	5,10%	10,12%	15,02%	16,94%	28,57%	16,67%	100,00%
Whatsapp/ Telegram/WeChat	quasi mai	42,78%	43,71%	41,99%	36,90%	44,22%	39,57%	44,71%	46,77%	42,86%	66,67%	0,00%
	molto raramente	14,52%	14,26%	14,74%	9,52%	15,99%	16,56%	11,95%	16,13%	10,71%	16,67%	0,00%
	raramente	11,41%	12,38%	10,58%	15,48%	10,88%	13,50%	10,92%	5,65%	14,29%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	8,04%	8,26%	7,85%	11,90%	8,16%	8,28%	7,17%	8,06%	3,57%	0,00%	0,00%
	spesso	6,48%	5,07%	7,69%	3,57%	8,16%	8,90%	4,78%	4,03%	0,00%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	6,22%	5,07%	7,21%	20,24%	6,46%	4,60%	5,46%	4,03%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	10,54%	11,26%	9,94%	2,38%	6,12%	8,59%	15,02%	15,32%	28,57%	16,67%	100,00%
Passaparola tra amici/conoscenti	quasi mai	11,06%	12,57%	9,78%	9,52%	11,56%	14,72%	9,56%	4,84%	10,71%	0,00%	50,00%
	molto raramente	15,99%	17,64%	14,58%	13,10%	10,88%	16,26%	20,48%	20,97%	3,57%	16,67%	0,00%
	raramente	19,10%	21,20%	17,31%	20,24%	23,81%	15,95%	20,48%	20,16%	10,71%	16,67%	0,00%
	abbastanza spesso	17,89%	17,26%	18,43%	23,81%	18,71%	18,40%	13,65%	18,55%	17,86%	16,67%	0,00%
	spesso	16,08%	12,57%	19,07%	17,86%	18,03%	17,48%	12,29%	12,90%	25,00%	16,67%	0,00%
	quasi sempre	10,37%	8,44%	12,02%	14,29%	11,90%	9,20%	10,24%	7,26%	7,14%	16,67%	0,00%
	non risponde	9,42%	10,13%	8,81%	1,19%	5,10%	7,98%	13,31%	15,32%	25,00%	16,67%	50,00%
Fonti istituzionali (gov.it; regione.it; ...)	quasi mai	31,03%	33,96%	28,53%	46,43%	34,69%	27,91%	24,23%	33,06%	32,14%	83,33%	50,00%
	molto raramente	14,43%	13,13%	15,54%	20,24%	17,69%	13,80%	11,95%	12,90%	7,14%	0,00%	0,00%
	raramente	12,79%	13,13%	12,50%	16,67%	15,99%	11,66%	10,92%	9,68%	17,86%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	14,17%	12,76%	15,38%	7,14%	12,93%	16,56%	13,99%	17,74%	10,71%	0,00%	0,00%
	spesso	12,27%	12,01%	12,50%	5,95%	8,16%	14,11%	18,77%	6,45%	10,71%	16,67%	0,00%
	quasi sempre	6,22%	5,07%	7,21%	1,19%	5,10%	6,44%	8,53%	7,26%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	9,08%	9,94%	8,33%	2,38%	5,44%	9,51%	11,60%	12,90%	17,86%	0,00%	50,00%
Altro	quasi mai	23,77%	26,08%	21,79%	17,86%	26,53%	27,91%	19,80%	23,39%	14,29%	0,00%	0,00%
	molto raramente	2,68%	2,63%	2,72%	0,00%	2,38%	2,15%	4,10%	3,23%	0,00%	16,67%	0,00%
	raramente	3,11%	3,00%	3,21%	0,00%	4,76%	3,99%	2,73%	0,00%	3,57%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	1,38%	1,50%	1,28%	0,00%	1,70%	0,92%	2,05%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	spesso	1,12%	0,94%	1,28%	0,00%	1,70%	0,92%	1,37%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	1,73%	1,50%	1,92%	1,19%	2,04%	2,15%	1,02%	1,61%	0,00%	0,00%	50,00%
	non risponde	66,21%	64,35%	67,79%	80,95%	60,88%	61,96%	68,94%	69,35%	82,14%	83,33%	50,00%

2. Su quali temi ti informi maggiormente?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di interesse rispetto ai temi. (1 di 3)

Frequenza	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Arte, cultura, intrattenimento e tempo libero	quasi mai	4,06%	5,25%	3,04%	10,71%	3,06%	4,60%	3,07%	3,23%	3,57%	0,00%	0,00%
	molto raramente	8,99%	9,76%	8,33%	19,05%	7,82%	7,98%	9,22%	8,06%	3,57%	16,67%	0,00%
	raramente	17,89%	21,58%	14,74%	26,19%	18,37%	15,64%	18,77%	16,13%	7,14%	50,00%	0,00%
	abbastanza spesso	24,37%	23,08%	25,48%	22,62%	26,87%	21,78%	24,23%	30,65%	14,29%	0,00%	0,00%
	spesso	21,26%	18,76%	23,40%	10,71%	21,43%	24,85%	21,16%	20,16%	21,43%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	20,22%	17,45%	22,60%	10,71%	21,09%	23,01%	19,45%	14,52%	39,29%	33,33%	0,00%
	non risponde	3,20%	4,13%	2,40%	0,00%	1,36%	2,15%	4,10%	7,26%	10,71%	0,00%	100,00%
Giustizia, criminalità	quasi mai	5,19%	5,63%	4,81%	11,90%	5,44%	4,60%	4,44%	3,23%	7,14%	0,00%	0,00%
	molto raramente	10,63%	11,26%	10,10%	19,05%	12,24%	7,98%	10,92%	9,68%	3,57%	0,00%	0,00%
	raramente	19,97%	21,20%	18,91%	29,76%	21,09%	17,79%	20,48%	14,52%	17,86%	33,33%	50,00%
	abbastanza spesso	28,00%	27,58%	28,37%	16,67%	30,95%	30,98%	28,67%	22,58%	21,43%	0,00%	0,00%
	spesso	19,79%	17,07%	22,12%	19,05%	21,09%	19,63%	18,09%	21,77%	17,86%	33,33%	0,00%
	quasi sempre	12,10%	12,20%	12,02%	3,57%	7,82%	15,95%	10,92%	17,74%	21,43%	33,33%	0,00%
	non risponde	4,32%	5,07%	3,69%	0,00%	1,36%	3,07%	6,48%	10,48%	10,71%	0,00%	50,00%
Disastri, incidenti	quasi mai	6,22%	7,32%	5,29%	15,48%	6,80%	5,83%	5,12%	3,23%	3,57%	0,00%	0,00%
	molto raramente	13,92%	14,07%	13,78%	11,90%	16,67%	11,96%	14,33%	13,71%	14,29%	0,00%	0,00%
	raramente	23,08%	24,20%	22,12%	26,19%	21,43%	23,31%	24,23%	22,58%	17,86%	33,33%	0,00%
	abbastanza spesso	23,60%	24,20%	23,08%	19,05%	29,59%	25,77%	20,48%	16,94%	14,29%	16,67%	0,00%
	spesso	16,34%	14,82%	17,63%	17,86%	16,33%	15,64%	16,04%	19,35%	10,71%	16,67%	0,00%
	quasi sempre	10,89%	8,44%	12,98%	9,52%	6,80%	12,58%	11,26%	12,90%	21,43%	33,33%	0,00%
	non risponde	5,96%	6,94%	5,13%	0,00%	2,38%	4,91%	8,53%	11,29%	17,86%	0,00%	100,00%
Economia, affari e finanza, Istruzione	quasi mai	12,96%	13,13%	12,82%	26,19%	19,73%	11,71%	6,55%	9,68%	2,95%	0,00%	0,00%
	molto raramente	15,73%	13,32%	17,79%	30,95%	20,75%	14,69%	9,90%	11,29%	10,10%	16,67%	0,00%
	raramente	21,00%	19,51%	22,28%	17,86%	23,13%	21,17%	21,84%	16,94%	9,48%	16,67%	95,38%
	abbastanza spesso	24,29%	26,45%	22,44%	13,10%	19,73%	26,99%	31,74%	19,35%	13,05%	50,00%	0,00%
	spesso	15,56%	15,38%	15,71%	4,76%	10,88%	15,33%	18,77%	24,19%	32,62%	16,67%	0,00%
	quasi sempre	10,11%	12,20%	8,33%	7,14%	5,10%	10,21%	10,92%	17,74%	32,62%	0,00%	0,00%
	non risponde	0,35%	0,00%	0,64%	0,00%	0,69%	-0,09%	0,32%	0,85%	-0,81%	0,77%	4,62%
Salute	quasi mai	5,62%	6,57%	4,81%	23,81%	5,10%	3,07%	4,44%	3,23%	10,71%	0,00%	0,00%
	molto raramente	11,06%	13,70%	8,81%	17,86%	11,90%	9,20%	11,95%	8,87%	7,14%	0,00%	0,00%
	raramente	21,35%	22,33%	20,51%	22,62%	22,11%	24,85%	20,14%	16,13%	0,00%	33,33%	50,00%
	abbastanza spesso	25,76%	24,39%	26,92%	21,43%	32,99%	24,54%	21,84%	25,81%	21,43%	16,67%	0,00%
	spesso	19,53%	18,95%	20,03%	8,33%	19,05%	20,25%	21,50%	23,39%	17,86%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	12,62%	9,57%	15,22%	4,76%	7,14%	15,03%	13,65%	15,32%	35,71%	50,00%	0,00%
	non risponde	4,06%	4,50%	3,69%	1,19%	1,70%	3,07%	6,48%	7,26%	7,14%	0,00%	50,00%
Storie, curiosità	quasi mai	6,66%	9,01%	4,65%	11,90%	5,44%	2,45%	9,90%	9,68%	7,14%	0,00%	0,00%
	molto raramente	12,79%	13,51%	12,18%	16,67%	12,24%	14,11%	12,97%	9,68%	3,57%	16,67%	0,00%
	raramente	18,93%	18,95%	18,91%	16,67%	20,41%	17,79%	19,11%	20,97%	10,71%	16,67%	50,00%
	abbastanza spesso	24,03%	24,02%	24,04%	27,38%	25,17%	23,93%	25,94%	17,74%	17,86%	0,00%	0,00%
	spesso	20,22%	19,70%	20,67%	21,43%	23,13%	22,70%	14,33%	19,35%	28,57%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	12,01%	9,76%	13,94%	5,95%	11,22%	15,34%	9,56%	11,29%	21,43%	50,00%	0,00%
	non risponde	5,36%	5,07%	5,61%	0,00%	2,38%	3,68%	8,19%	11,29%	10,71%	16,67%	50,00%

2. Su quali temi ti informi maggiormente?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di interesse rispetto ai temi. (SEGUE 2 di 3)

	Frequenza	Totale	Sesso		Età							
			Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
Lavoro	quasi mai	8,73%	9,94%	7,69%	22,62%	9,86%	3,37%	7,51%	9,68%	21,43%	33,33%	0,00%
	molto raramente	8,90%	9,76%	8,17%	25,00%	8,50%	4,60%	10,24%	4,84%	14,29%	33,33%	0,00%
	raramente	16,94%	17,07%	16,83%	20,24%	17,35%	14,72%	15,70%	22,58%	17,86%	0,00%	50,00%
	abbastanza spesso	23,51%	22,70%	24,20%	16,67%	27,21%	25,77%	21,50%	23,39%	3,57%	16,67%	0,00%
	spesso	20,83%	20,45%	21,15%	10,71%	20,07%	23,93%	22,87%	17,74%	21,43%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	16,16%	14,26%	17,79%	4,76%	15,65%	23,31%	15,36%	11,29%	7,14%	0,00%	0,00%
	non risponde	4,93%	5,82%	4,17%	0,00%	1,36%	4,29%	6,83%	10,48%	14,29%	16,67%	50,00%
Politica	quasi mai	11,41%	9,19%	13,30%	30,95%	14,97%	7,06%	8,87%	8,06%	10,71%	0,00%	0,00%
	molto raramente	14,87%	12,76%	16,67%	32,14%	19,05%	17,79%	8,53%	3,23%	0,00%	33,33%	0,00%
	raramente	17,11%	16,70%	17,47%	13,10%	19,05%	19,94%	17,06%	8,87%	10,71%	16,67%	50,00%
	abbastanza spesso	19,71%	19,51%	19,87%	9,52%	18,03%	17,18%	23,89%	29,03%	10,71%	33,33%	0,00%
	spesso	16,16%	16,70%	15,71%	11,90%	16,33%	15,34%	16,72%	21,77%	10,71%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	17,63%	21,58%	14,26%	2,38%	10,20%	19,02%	21,50%	25,00%	53,57%	16,67%	0,00%
	non risponde	3,11%	3,56%	2,72%	0,00%	2,38%	3,68%	3,41%	4,03%	3,57%	0,00%	50,00%
Religione, fede	quasi mai	28,26%	30,39%	26,44%	41,67%	32,99%	26,38%	25,94%	22,58%	17,86%	0,00%	0,00%
	molto raramente	22,56%	23,64%	21,63%	32,14%	24,15%	24,54%	18,77%	19,35%	10,71%	16,67%	0,00%
	raramente	17,29%	16,89%	17,63%	11,90%	19,05%	15,95%	18,09%	18,55%	17,86%	16,67%	0,00%
	abbastanza spesso	13,40%	12,76%	13,94%	8,33%	13,27%	14,72%	15,70%	9,68%	7,14%	16,67%	0,00%
	spesso	8,47%	5,44%	11,06%	5,95%	6,12%	9,82%	7,17%	12,90%	17,86%	16,67%	0,00%
	quasi sempre	3,72%	4,32%	3,21%	0,00%	1,70%	2,76%	4,78%	6,45%	17,86%	33,33%	0,00%
	non risponde	6,31%	7,13%	5,61%	0,00%	2,72%	5,83%	9,56%	10,48%	10,71%	0,00%	100,00%
Scienza, tecnologia, Sociale	quasi mai	10,11%	7,50%	12,34%	23,81%	9,18%	8,59%	9,22%	10,31%	3,57%	16,67%	0,00%
	molto raramente	13,48%	12,57%	14,26%	22,62%	17,01%	11,35%	11,26%	12,44%	3,57%	16,67%	0,00%
	raramente	18,41%	17,82%	18,91%	12,68%	18,37%	18,71%	19,11%	17,92%	30,31%	16,67%	0,00%
	abbastanza spesso	23,08%	24,77%	21,63%	14,51%	27,55%	23,31%	21,50%	22,58%	14,98%	16,67%	100,00%
	spesso	18,41%	19,14%	17,79%	17,86%	15,99%	18,40%	20,48%	16,94%	26,05%	32,14%	0,00%
	quasi sempre	16,34%	18,39%	14,58%	8,24%	11,90%	19,63%	17,75%	20,16%	22,13%	0,00%	0,00%
	non risponde	0,17%	0,38%	0,00%	0,07%	-0,05%	-0,03%	0,68%	-0,35%	-0,61%	1,19%	0,00%
Sport	quasi mai	19,71%	13,13%	25,32%	19,05%	21,77%	15,64%	22,18%	20,16%	17,86%	33,33%	0,00%
	molto raramente	16,94%	11,26%	21,79%	21,43%	15,99%	19,02%	17,06%	13,71%	7,14%	0,00%	0,00%
	raramente	14,35%	11,82%	16,51%	16,67%	15,99%	15,95%	11,60%	13,71%	3,57%	16,67%	0,00%
	abbastanza spesso	12,10%	13,51%	10,90%	7,14%	11,22%	12,88%	11,95%	15,32%	7,14%	50,00%	0,00%
	spesso	14,52%	17,07%	12,34%	14,29%	14,63%	15,03%	13,65%	12,10%	32,14%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	17,63%	29,83%	7,21%	21,43%	18,71%	19,02%	16,04%	13,71%	17,86%	0,00%	0,00%
	non risponde	4,75%	3,94%	5,45%	0,00%	1,70%	2,45%	7,51%	11,29%	14,29%	0,00%	100,00%
Agitazioni, conflitti, guerre	quasi mai	6,48%	5,63%	7,21%	15,48%	7,48%	5,52%	4,10%	5,65%	7,14%	16,67%	0,00%
	molto raramente	10,89%	9,57%	12,02%	16,67%	10,88%	11,04%	10,92%	7,26%	10,71%	0,00%	0,00%
	raramente	18,24%	15,38%	20,67%	22,62%	19,39%	14,11%	21,16%	16,13%	17,86%	33,33%	0,00%
	abbastanza spesso	21,69%	22,89%	20,67%	19,05%	22,45%	20,25%	21,84%	25,81%	17,86%	33,33%	0,00%
	spesso	22,47%	22,70%	22,28%	22,62%	24,15%	23,31%	19,80%	25,00%	14,29%	16,67%	0,00%
	quasi sempre	15,47%	18,95%	12,50%	3,57%	13,27%	20,86%	16,04%	11,29%	28,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	4,75%	5,44%	4,17%	0,00%	2,38%	4,91%	6,14%	8,87%	3,57%	0,00%	100,00%

2. Su quali temi ti informi maggiormente?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di interesse rispetto ai temi. (SEGUE 3 di 3)

Frequenza	Totale	Sesso		Età							
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
<i>quasi mai</i>	6,91%	7,13%	6,73%	5,95%	10,54%	6,13%	6,48%	3,23%	3,57%	0,00%	0,00%
<i>molto raramente</i>	10,72%	12,01%	9,62%	8,33%	10,54%	11,96%	12,63%	6,45%	7,14%	0,00%	0,00%
<i>raramente</i>	16,85%	18,39%	15,54%	14,29%	18,37%	15,34%	18,09%	14,52%	25,00%	0,00%	50,00%
Meteo <i>abbastanza spesso</i>	22,56%	23,26%	21,96%	22,62%	21,77%	23,31%	21,84%	25,00%	17,86%	33,33%	0,00%
<i>spesso</i>	18,15%	17,64%	18,59%	29,76%	18,37%	17,48%	14,33%	22,58%	10,71%	16,67%	0,00%
<i>quasi sempre</i>	21,09%	17,26%	24,36%	19,05%	19,05%	22,39%	21,84%	19,35%	28,57%	50,00%	0,00%
<i>non risponde</i>	3,72%	4,88%	2,72%	0,00%	1,36%	3,37%	4,78%	8,87%	7,14%	0,00%	50,00%
<i>quasi mai</i>	16,34%	17,26%	15,54%	13,10%	16,67%	18,10%	16,04%	16,94%	7,14%	0,00%	0,00%
<i>molto raramente</i>	1,04%	0,75%	1,28%	0,00%	0,68%	1,23%	2,05%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<i>raramente</i>	3,20%	3,00%	3,37%	0,00%	3,40%	4,29%	3,07%	2,42%	0,00%	0,00%	50,00%
Altro <i>abbastanza spesso</i>	2,51%	2,44%	2,56%	1,19%	3,40%	3,07%	2,05%	0,81%	3,57%	0,00%	0,00%
<i>spesso</i>	1,38%	1,31%	1,44%	0,00%	2,38%	1,53%	0,68%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
<i>quasi sempre</i>	1,73%	1,50%	1,92%	0,00%	3,06%	0,61%	2,05%	1,61%	0,00%	0,00%	50,00%
<i>non risponde</i>	73,81%	74,30%	73,40%	85,71%	70,41%	71,17%	74,06%	76,61%	89,29%	100,00%	0,00%

3. Cosa pensi, oggi, del sistema d'informazione?

Sono consentite più risposte.

		Sesso			Età							
		Totale	Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
Oggi ognuno è in grado di trovare facilmente le notizie di cui ha bisogno	<i>si</i>	65,77%	62,85%	68,27%	70,24%	70,07%	67,48%	62,46%	58,87%	64,29%	16,67%	50,00%
	<i>no</i>	34,23%	37,15%	31,73%	29,76%	29,93%	32,52%	37,54%	41,13%	35,71%	83,33%	50,00%
Gli apparati dell'informazione tradizionale tendono a manipolare le notizie	<i>si</i>	52,20%	54,60%	50,16%	39,29%	53,06%	53,99%	49,15%	62,90%	53,57%	16,67%	50,00%
	<i>no</i>	47,80%	45,40%	49,84%	60,71%	46,94%	46,01%	50,85%	37,10%	46,43%	83,33%	50,00%
Chiunque è testimone di un evento può fare informazione	<i>si</i>	32,67%	34,52%	31,09%	33,33%	33,67%	34,97%	31,74%	28,23%	25,00%	33,33%	0,00%
	<i>no</i>	67,33%	65,48%	68,91%	66,67%	66,33%	65,03%	68,26%	71,77%	75,00%	66,67%	100,00%
Per avere una buona informazione c'è bisogno di un sistema complesso e costoso di raccolta e verifica delle notizie	<i>si</i>	29,39%	28,71%	29,97%	16,67%	31,63%	23,01%	34,47%	34,68%	39,29%	50,00%	0,00%
	<i>no</i>	70,61%	71,29%	70,03%	83,33%	68,37%	76,99%	65,53%	65,32%	60,71%	50,00%	100,00%
Nel web la partecipazione degli utenti garantisce l'indipendenza e l'affidabilità delle notizie	<i>si</i>	12,62%	15,38%	10,26%	16,67%	12,93%	10,43%	12,29%	16,94%	7,14%	0,00%	50,00%
	<i>no</i>	87,38%	84,62%	89,74%	83,33%	87,07%	89,57%	87,71%	83,06%	92,86%	100,00%	50,00%
Il sistema d'informazione tradizionale è superato	<i>si</i>	36,47%	40,15%	33,33%	27,38%	37,76%	36,50%	39,93%	30,65%	32,14%	66,67%	50,00%
	<i>no</i>	63,53%	59,85%	66,67%	72,62%	62,24%	63,50%	60,07%	69,35%	67,86%	33,33%	50,00%
L'informazione che circola in rete non è professionale, quindi non è attendibile	<i>si</i>	23,68%	24,39%	23,08%	16,67%	23,81%	22,09%	24,57%	20,97%	60,71%	50,00%	0,00%
	<i>no</i>	76,32%	75,61%	76,92%	83,33%	76,19%	77,91%	75,43%	79,03%	39,29%	50,00%	100,00%
Grazie alla controinformazione sappiamo realmente i fatti come sono andati	<i>si</i>	17,03%	17,26%	16,83%	16,67%	15,99%	16,26%	18,09%	23,39%	3,57%	0,00%	0,00%
	<i>no</i>	82,97%	82,74%	83,17%	83,33%	84,01%	83,74%	81,91%	76,61%	96,43%	100,00%	100,00%
Altro	<i>si</i>	0,61%	0,56%	0,64%	0,00%	0,34%	0,31%	1,02%	0,81%	0,00%	0,00%	50,00%
	<i>no</i>	99,39%	99,44%	99,36%	100,00%	99,66%	99,69%	98,98%	99,19%	100,00%	100,00%	50,00%

4. Quali sono gli utilizzi che fai di internet (complessivamente da computer, smartphone e tablet)?

Si valutino le alternative in base alla frequenza d'uso. (1 di 5)

Frequenza	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Trovare una strada, località	quasi mai	4,41%	4,32%	4,49%	4,76%	1,02%	2,45%	4,78%	12,10%	7,14%	83,33%	0,00%
	molto raramente	6,83%	7,69%	6,09%	15,48%	4,42%	4,60%	8,53%	7,26%	14,29%	0,00%	0,00%
	raramente	11,58%	12,38%	10,90%	17,86%	8,84%	10,74%	11,60%	14,52%	21,43%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	19,97%	20,45%	19,55%	20,24%	24,83%	20,86%	17,41%	12,90%	21,43%	0,00%	0,00%
	spesso	24,29%	24,39%	24,20%	13,10%	27,21%	25,77%	24,57%	22,58%	17,86%	16,67%	0,00%
	quasi sempre	30,77%	28,33%	32,85%	28,57%	32,65%	33,44%	31,40%	24,19%	14,29%	0,00%	50,00%
	non risponde	2,16%	2,44%	1,92%	0,00%	1,02%	2,15%	1,71%	6,45%	3,57%	0,00%	50,00%
Trovare informazioni su aziende, prodotti, servizi	quasi mai	6,57%	7,32%	5,93%	16,67%	3,74%	3,07%	6,48%	11,29%	10,71%	83,33%	0,00%
	molto raramente	6,57%	9,01%	4,49%	15,48%	4,76%	4,29%	6,14%	9,68%	17,86%	0,00%	0,00%
	raramente	13,31%	13,13%	13,46%	23,81%	12,59%	11,96%	11,95%	15,32%	14,29%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	18,84%	18,57%	19,07%	21,43%	23,47%	18,40%	17,41%	12,90%	14,29%	0,00%	0,00%
	spesso	26,27%	26,83%	25,80%	11,90%	25,17%	27,91%	30,03%	26,61%	25,00%	16,67%	0,00%
	quasi sempre	26,02%	22,51%	29,01%	10,71%	28,57%	32,21%	25,94%	16,94%	17,86%	0,00%	50,00%
	non risponde	2,42%	2,63%	2,24%	0,00%	1,70%	2,15%	2,05%	7,26%	0,00%	0,00%	50,00%
Svolgere operazioni bancarie	quasi mai	21,52%	18,57%	24,04%	51,19%	22,79%	13,50%	16,04%	25,81%	39,29%	83,33%	0,00%
	molto raramente	12,01%	10,88%	12,98%	15,48%	14,63%	12,88%	12,29%	2,42%	7,14%	0,00%	0,00%
	raramente	12,45%	12,01%	12,82%	10,71%	18,71%	14,11%	8,19%	5,65%	10,71%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	16,68%	17,82%	15,71%	4,76%	18,03%	23,01%	14,33%	14,52%	3,57%	0,00%	0,00%
	spesso	15,04%	16,14%	14,10%	4,76%	13,61%	14,11%	19,80%	17,74%	14,29%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	19,36%	21,95%	17,15%	13,10%	10,20%	19,94%	25,60%	27,42%	25,00%	16,67%	50,00%
	non risponde	2,94%	2,63%	3,21%	0,00%	2,04%	2,45%	3,75%	6,45%	0,00%	0,00%	50,00%
Fare acquisti	quasi mai	15,04%	13,70%	16,19%	21,43%	10,20%	9,51%	15,36%	28,23%	32,14%	100,00%	0,00%
	molto raramente	12,62%	11,44%	13,62%	13,10%	13,61%	10,74%	14,33%	12,90%	7,14%	0,00%	0,00%
	raramente	14,52%	14,45%	14,58%	19,05%	18,03%	14,42%	12,29%	11,29%	7,14%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	20,22%	19,70%	20,67%	15,48%	20,07%	21,17%	21,50%	17,74%	28,57%	0,00%	0,00%
	spesso	20,83%	20,64%	20,99%	11,90%	22,11%	25,46%	19,80%	16,13%	17,86%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	13,74%	17,26%	10,74%	19,05%	14,29%	16,56%	13,31%	5,65%	0,00%	0,00%	50,00%
	non risponde	3,03%	2,81%	3,21%	0,00%	1,70%	2,15%	3,41%	8,06%	7,14%	0,00%	50,00%
Guardare, scaricare un film	quasi mai	15,21%	14,82%	15,54%	3,57%	5,78%	4,60%	26,96%	36,29%	42,86%	83,33%	0,00%
	molto raramente	11,50%	11,82%	11,22%	3,57%	8,16%	11,04%	15,36%	17,74%	10,71%	0,00%	0,00%
	raramente	10,03%	9,94%	10,10%	7,14%	7,48%	11,35%	11,60%	10,48%	14,29%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	12,88%	13,70%	12,18%	10,71%	14,29%	15,64%	12,63%	7,26%	0,00%	16,67%	0,00%
	spesso	20,14%	20,08%	20,19%	32,14%	22,79%	25,15%	16,38%	5,65%	7,14%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	25,67%	24,95%	26,28%	42,86%	40,14%	29,75%	10,92%	8,87%	10,71%	0,00%	0,00%
	non risponde	4,58%	4,69%	4,49%	0,00%	1,36%	2,45%	6,14%	13,71%	14,29%	0,00%	100,00%
Ascoltare, scaricare musica	quasi mai	8,64%	9,38%	8,01%	1,19%	2,72%	2,15%	12,97%	25,00%	35,71%	83,33%	0,00%
	molto raramente	8,99%	8,82%	9,13%	3,57%	6,12%	5,21%	13,99%	16,13%	17,86%	0,00%	0,00%
	raramente	10,80%	11,26%	10,42%	10,71%	5,44%	12,58%	12,97%	13,71%	14,29%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	13,66%	12,20%	14,90%	5,95%	12,59%	15,64%	16,38%	11,29%	7,14%	16,67%	0,00%
	spesso	19,53%	20,45%	18,75%	22,62%	21,77%	22,09%	19,11%	11,29%	3,57%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	34,49%	33,40%	35,42%	55,95%	50,68%	39,88%	19,45%	11,29%	3,57%	0,00%	50,00%
	non risponde	3,89%	4,50%	3,37%	0,00%	0,68%	2,45%	5,12%	11,29%	17,86%	0,00%	50,00%

4. Quali sono gli utilizzi che fai di internet (complessivamente da computer, smartphone e tablet)?

Si valutino le alternative in base alla frequenza d'uso. (SEGUE 2 di 5)

Frequenza	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Guardare la tv	quasi mai	33,28%	33,40%	33,17%	20,24%	29,93%	29,75%	37,88%	44,35%	42,86%	83,33%	0,00%
	molto raramente	17,11%	17,07%	17,15%	15,48%	18,03%	15,64%	19,80%	13,71%	21,43%	0,00%	0,00%
	raramente	15,73%	17,64%	14,10%	19,05%	13,27%	17,79%	17,75%	11,29%	10,71%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	12,36%	11,63%	12,98%	19,05%	13,27%	15,03%	8,87%	8,87%	3,57%	16,67%	0,00%
	spesso	8,21%	6,19%	9,94%	11,90%	9,86%	11,04%	4,78%	4,03%	3,57%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	7,95%	8,44%	7,53%	14,29%	13,61%	7,67%	3,07%	4,84%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	5,36%	5,63%	5,13%	0,00%	2,04%	3,07%	7,85%	12,90%	17,86%	0,00%	100,00%
Studiare	quasi mai	19,27%	22,70%	16,35%	11,90%	7,14%	12,27%	28,33%	36,29%	67,86%	83,33%	0,00%
	molto raramente	9,42%	9,76%	9,13%	5,95%	6,80%	10,12%	10,58%	13,71%	10,71%	0,00%	0,00%
	raramente	13,40%	12,76%	13,94%	15,48%	12,59%	16,26%	12,63%	12,10%	0,00%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	18,84%	19,89%	17,95%	25,00%	20,75%	19,33%	18,43%	12,90%	7,14%	16,67%	0,00%
	spesso	19,71%	15,95%	22,92%	27,38%	28,57%	21,78%	12,97%	8,87%	3,57%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	15,13%	14,26%	15,87%	14,29%	23,13%	17,48%	10,92%	4,03%	0,00%	0,00%	50,00%
	non risponde	4,24%	4,69%	3,85%	0,00%	1,02%	2,76%	6,14%	12,10%	10,71%	0,00%	50,00%
Cercare lavoro	quasi mai	24,72%	27,39%	22,44%	29,76%	15,31%	9,20%	32,08%	54,03%	67,86%	100,00%	0,00%
	molto raramente	10,98%	12,95%	9,29%	19,05%	8,50%	8,28%	15,02%	10,48%	7,14%	0,00%	0,00%
	raramente	12,88%	14,26%	11,70%	16,67%	17,01%	12,27%	11,60%	8,87%	0,00%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	14,78%	12,95%	16,35%	8,33%	22,79%	18,40%	10,24%	5,65%	0,00%	0,00%	0,00%
	spesso	15,30%	13,70%	16,67%	15,48%	16,67%	23,01%	9,90%	7,26%	7,14%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	14,95%	10,88%	18,43%	8,33%	17,01%	25,46%	10,92%	0,00%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	6,40%	7,88%	5,13%	2,38%	2,72%	3,37%	10,24%	13,71%	14,29%	0,00%	100,00%
Sbrigare pratiche con uffici pubblici	quasi mai	32,32%	29,46%	34,78%	57,14%	37,41%	27,91%	22,53%	35,48%	35,71%	83,33%	0,00%
	molto raramente	17,11%	18,39%	16,03%	19,05%	18,37%	16,87%	19,11%	12,10%	7,14%	0,00%	0,00%
	raramente	14,00%	14,63%	13,46%	9,52%	15,99%	14,72%	16,38%	5,65%	14,29%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	15,56%	14,26%	16,67%	8,33%	14,63%	16,26%	14,33%	25,00%	10,71%	16,67%	0,00%
	spesso	9,68%	10,32%	9,13%	3,57%	5,44%	11,66%	13,65%	8,06%	17,86%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	6,22%	6,94%	5,61%	2,38%	4,76%	8,59%	7,51%	3,23%	3,57%	0,00%	50,00%
	non risponde	5,10%	6,00%	4,33%	0,00%	3,40%	3,99%	6,48%	10,48%	10,71%	0,00%	50,00%
Telefonare	quasi mai	29,47%	30,21%	28,85%	22,62%	26,53%	25,77%	31,06%	35,48%	71,43%	83,33%	0,00%
	molto raramente	14,17%	15,38%	13,14%	15,48%	15,99%	12,88%	15,02%	12,90%	7,14%	0,00%	0,00%
	raramente	11,50%	11,26%	11,70%	19,05%	11,90%	13,80%	9,90%	6,45%	0,00%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	11,50%	11,26%	11,70%	13,10%	10,54%	12,27%	13,31%	8,87%	0,00%	16,67%	0,00%
	spesso	9,85%	9,94%	9,78%	10,71%	12,24%	10,43%	8,53%	7,26%	3,57%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	18,32%	16,32%	20,03%	19,05%	21,09%	21,78%	13,99%	16,13%	7,14%	0,00%	0,00%
	non risponde	5,19%	5,63%	4,81%	0,00%	1,70%	3,07%	8,19%	12,90%	10,71%	0,00%	100,00%
Videochiamate	quasi mai	31,63%	33,02%	30,45%	33,33%	27,55%	23,93%	34,81%	47,58%	46,43%	83,33%	0,00%
	molto raramente	12,88%	14,63%	11,38%	11,90%	14,63%	11,96%	13,65%	8,87%	21,43%	0,00%	0,00%
	raramente	11,41%	12,38%	10,58%	8,33%	12,24%	13,50%	11,60%	8,06%	3,57%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	12,88%	12,01%	13,62%	10,71%	12,59%	17,18%	11,26%	8,87%	7,14%	16,67%	0,00%
	spesso	12,62%	9,38%	15,38%	20,24%	17,35%	12,58%	9,90%	4,84%	7,14%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	12,88%	12,01%	13,62%	15,48%	13,95%	16,56%	10,24%	8,06%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	5,70%	6,57%	4,97%	0,00%	1,70%	4,29%	8,53%	13,71%	10,71%	0,00%	100,00%

4. Quali sono gli utilizzi che fai di internet (complessivamente da computer, smartphone e tablet)?

Si valutino le alternative in base alla frequenza d'uso. (SEGUE 3 di 5)

Frequenza	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Prenotare un viaggio	quasi mai	14,87%	16,89%	13,14%	32,14%	8,50%	10,43%	15,36%	24,19%	21,43%	83,33%	0,00%
	molto raramente	8,47%	8,44%	8,49%	17,86%	7,82%	6,13%	8,19%	9,68%	14,29%	0,00%	0,00%
	raramente	10,46%	12,57%	8,65%	9,52%	11,90%	10,43%	10,24%	9,68%	7,14%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	15,13%	15,95%	14,42%	7,14%	17,69%	15,34%	16,38%	13,71%	3,57%	16,67%	0,00%
	spesso	18,32%	17,26%	19,23%	11,90%	19,73%	19,33%	18,77%	17,74%	14,29%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	29,21%	24,77%	33,01%	21,43%	32,65%	35,28%	25,94%	19,35%	28,57%	0,00%	50,00%
	non risponde	3,54%	4,13%	3,04%	0,00%	1,70%	3,07%	5,12%	5,65%	10,71%	0,00%	50,00%
Partecipare alla vita civile e politica della città/del Paese	quasi mai	29,39%	30,77%	28,21%	48,81%	26,19%	28,83%	23,55%	36,29%	32,14%	83,33%	0,00%
	molto raramente	17,89%	16,89%	18,75%	21,43%	22,11%	17,48%	15,36%	14,52%	14,29%	0,00%	0,00%
	raramente	14,17%	13,13%	15,06%	14,29%	12,59%	16,56%	14,33%	13,71%	7,14%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	16,08%	17,45%	14,90%	10,71%	18,03%	14,72%	18,09%	12,90%	21,43%	16,67%	0,00%
	spesso	10,98%	10,32%	11,54%	4,76%	10,54%	11,66%	13,31%	8,87%	14,29%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	7,17%	6,94%	7,37%	0,00%	7,82%	7,36%	9,56%	5,65%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	4,32%	4,50%	4,17%	0,00%	2,72%	3,37%	5,80%	8,06%	7,14%	0,00%	100,00%
Allargare la rete professionale	quasi mai	27,57%	27,02%	28,04%	46,43%	28,23%	15,34%	25,60%	42,74%	46,43%	100,00%	0,00%
	molto raramente	12,45%	11,63%	13,14%	20,24%	14,63%	13,19%	9,22%	8,06%	14,29%	0,00%	0,00%
	raramente	15,30%	14,82%	15,71%	11,90%	18,71%	16,56%	11,95%	15,32%	14,29%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	14,09%	15,38%	12,98%	8,33%	15,99%	17,48%	13,65%	8,87%	3,57%	0,00%	0,00%
	spesso	13,40%	12,95%	13,78%	7,14%	11,22%	18,40%	16,04%	7,26%	0,00%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	12,01%	12,38%	11,70%	4,76%	8,50%	15,64%	16,38%	5,65%	14,29%	0,00%	0,00%
	non risponde	5,19%	5,82%	4,65%	1,19%	2,72%	3,37%	7,17%	12,10%	7,14%	0,00%	100,00%
Prenotare una visita medica	quasi mai	51,77%	49,53%	53,69%	64,29%	60,88%	51,53%	41,98%	46,77%	50,00%	50,00%	0,00%
	molto raramente	15,21%	17,82%	12,98%	11,90%	15,99%	18,40%	14,68%	10,48%	7,14%	16,67%	0,00%
	raramente	11,50%	11,07%	11,86%	5,95%	9,86%	12,27%	13,65%	10,48%	17,86%	16,67%	0,00%
	abbastanza spesso	6,74%	5,82%	7,53%	5,95%	6,12%	4,91%	9,90%	6,45%	3,57%	16,67%	0,00%
	spesso	6,66%	6,57%	6,73%	10,71%	2,38%	6,44%	7,51%	13,71%	3,57%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	2,16%	2,25%	2,08%	1,19%	1,36%	1,84%	3,41%	2,42%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	5,96%	6,94%	5,13%	0,00%	3,40%	4,60%	8,87%	9,68%	14,29%	0,00%	100,00%
Frequentare corsi scolastici, universitari, di formazione	quasi mai	44,08%	45,59%	42,79%	42,86%	44,22%	34,36%	46,76%	55,65%	75,00%	83,33%	0,00%
	molto raramente	15,82%	17,64%	14,26%	14,29%	13,61%	19,94%	14,68%	16,13%	10,71%	0,00%	0,00%
	raramente	10,11%	10,13%	10,10%	21,43%	9,52%	13,19%	7,51%	4,84%	0,00%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	10,20%	8,26%	11,86%	8,33%	12,24%	12,27%	10,24%	3,23%	0,00%	16,67%	0,00%
	spesso	8,64%	7,13%	9,94%	7,14%	9,52%	9,82%	8,87%	6,45%	0,00%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	5,70%	4,88%	6,41%	5,95%	7,82%	6,44%	4,44%	3,23%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	5,45%	6,38%	4,65%	0,00%	3,06%	3,99%	7,51%	10,48%	14,29%	0,00%	100,00%
Trovare informazioni su persone	quasi mai	11,06%	11,26%	10,90%	5,95%	5,78%	9,82%	12,97%	19,35%	25,00%	83,33%	0,00%
	molto raramente	9,42%	10,32%	8,65%	2,38%	7,82%	6,75%	11,26%	18,55%	21,43%	0,00%	0,00%
	raramente	15,21%	15,20%	15,22%	23,81%	13,61%	13,80%	16,38%	15,32%	14,29%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	18,84%	20,08%	17,79%	21,43%	23,47%	19,33%	16,04%	14,52%	10,71%	0,00%	0,00%
	spesso	18,32%	18,95%	17,79%	20,24%	20,75%	19,63%	18,09%	11,29%	10,71%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	22,56%	19,14%	25,48%	25,00%	26,53%	27,30%	18,77%	11,29%	10,71%	16,67%	0,00%
	non risponde	4,58%	5,07%	4,17%	1,19%	2,04%	3,37%	6,48%	9,68%	7,14%	0,00%	100,00%

4. Quali sono gli utilizzi che fai di internet (complessivamente da computer, smartphone e tablet)?

Si valutino le alternative in base alla frequenza d'uso. (SEGUE 4 di 5)

Frequenza	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Giocare, scaricare giochi	quasi mai	35,18%	31,14%	38,62%	8,33%	25,17%	31,60%	45,73%	54,84%	53,57%	100,00%	0,00%
	molto raramente	14,17%	15,38%	13,14%	11,90%	14,29%	13,80%	17,06%	12,90%	3,57%	0,00%	0,00%
	raramente	11,32%	11,26%	11,38%	16,67%	8,50%	11,35%	13,99%	10,48%	3,57%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	13,22%	13,32%	13,14%	16,67%	14,63%	17,48%	8,53%	9,68%	7,14%	0,00%	0,00%
	spesso	12,27%	14,07%	10,74%	19,05%	17,35%	14,72%	6,14%	4,84%	7,14%	0,00%	50,00%
	quasi sempre	13,74%	14,63%	12,98%	27,38%	20,07%	11,04%	8,53%	7,26%	25,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	0,09%	0,19%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%
Vendere merci o servizi (aste online, Ebay, etc.)	quasi mai	45,20%	37,90%	51,44%	39,29%	41,84%	34,66%	53,24%	60,48%	60,71%	100,00%	0,00%
	molto raramente	12,71%	12,95%	12,50%	13,10%	14,97%	15,34%	10,24%	9,68%	0,00%	0,00%	0,00%
	raramente	9,33%	11,82%	7,21%	5,95%	10,20%	12,88%	8,87%	4,03%	0,00%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	10,37%	10,88%	9,94%	11,90%	13,61%	13,19%	6,83%	3,23%	10,71%	0,00%	0,00%
	spesso	7,17%	9,19%	5,45%	14,29%	7,82%	6,75%	6,14%	4,84%	7,14%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	9,59%	11,26%	8,17%	15,48%	8,50%	12,88%	6,83%	5,65%	10,71%	0,00%	50,00%
	non risponde	5,62%	6,00%	5,29%	0,00%	3,06%	4,29%	7,85%	12,10%	10,71%	0,00%	50,00%
Partecipare a giochi in rete con altri utenti	quasi mai	54,36%	48,03%	59,78%	28,57%	47,96%	51,53%	62,80%	69,35%	71,43%	100,00%	0,00%
	molto raramente	10,37%	11,44%	9,46%	19,05%	11,90%	10,43%	9,22%	6,45%	0,00%	0,00%	0,00%
	raramente	9,33%	10,88%	8,01%	9,52%	9,86%	12,88%	8,53%	3,23%	0,00%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	7,69%	8,26%	7,21%	15,48%	9,86%	9,51%	3,75%	2,42%	7,14%	0,00%	0,00%
	spesso	6,22%	7,88%	4,81%	14,29%	9,18%	5,52%	3,07%	3,23%	3,57%	0,00%	50,00%
	quasi sempre	5,79%	6,75%	4,97%	13,10%	8,16%	5,21%	3,41%	3,23%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	6,22%	6,75%	5,77%	0,00%	3,06%	4,91%	9,22%	12,10%	14,29%	0,00%	50,00%
Guardare siti porno	quasi mai	61,28%	43,34%	76,60%	66,67%	56,80%	58,90%	61,77%	69,35%	75,00%	100,00%	0,00%
	molto raramente	10,98%	15,95%	6,73%	13,10%	9,52%	9,82%	15,02%	9,68%	0,00%	0,00%	0,00%
	raramente	6,22%	9,38%	3,53%	2,38%	7,14%	8,28%	5,80%	3,23%	3,57%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	5,36%	9,01%	2,24%	1,19%	8,16%	5,83%	3,75%	4,84%	3,57%	0,00%	0,00%
	spesso	5,27%	7,69%	3,21%	5,95%	9,18%	6,44%	2,05%	0,81%	3,57%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	4,67%	8,07%	1,76%	9,52%	6,80%	5,83%	2,39%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	6,22%	6,57%	5,93%	1,19%	2,38%	4,91%	9,22%	12,10%	14,29%	0,00%	100,00%
Lavorare	quasi mai	29,39%	26,08%	32,21%	52,38%	35,37%	17,18%	24,91%	33,87%	57,14%	83,33%	0,00%
	molto raramente	10,03%	10,32%	9,78%	17,86%	11,90%	10,12%	7,17%	8,87%	3,57%	0,00%	0,00%
	raramente	10,63%	10,69%	10,58%	14,29%	13,61%	11,04%	7,17%	10,48%	3,57%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	12,45%	12,57%	12,34%	3,57%	12,24%	14,72%	14,68%	8,87%	7,14%	16,67%	0,00%
	spesso	12,45%	15,76%	9,62%	2,38%	11,56%	17,48%	12,63%	8,06%	14,29%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	19,79%	19,14%	20,35%	8,33%	11,90%	25,77%	26,62%	18,55%	7,14%	0,00%	0,00%
	non risponde	5,27%	5,44%	5,13%	1,19%	3,40%	3,68%	6,83%	11,29%	7,14%	0,00%	100,00%
Chattare per incontrare persone (amici/relazioni)	quasi mai	30,77%	27,58%	33,49%	25,00%	25,51%	27,61%	31,74%	45,97%	53,57%	83,33%	0,00%
	molto raramente	12,45%	13,13%	11,86%	10,71%	10,54%	12,58%	15,36%	12,90%	7,14%	0,00%	0,00%
	raramente	10,89%	10,32%	11,38%	9,52%	11,22%	13,19%	10,58%	8,06%	3,57%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	11,67%	11,44%	11,86%	14,29%	14,97%	11,96%	9,22%	8,06%	7,14%	16,67%	0,00%
	spesso	12,88%	15,57%	10,58%	17,86%	15,99%	13,80%	10,24%	7,26%	7,14%	0,00%	50,00%
	quasi sempre	15,90%	16,14%	15,71%	22,62%	20,07%	16,26%	15,02%	6,45%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	5,45%	5,82%	5,13%	0,00%	1,70%	4,60%	7,85%	11,29%	17,86%	0,00%	50,00%

4. Quali sono gli utilizzi che fai di internet (complessivamente da computer, smartphone e tablet)?

Si valutino le alternative in base alla frequenza d'uso. (SEGUE 5 di 5)

Frequenza	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Twitter	quasi mai	51,69%	51,03%	52,24%	52,38%	52,72%	46,01%	50,51%	60,48%	71,43%	100,00%	0,00%
	molto raramente	8,64%	9,01%	8,33%	8,33%	7,14%	11,04%	8,19%	8,87%	3,57%	0,00%	0,00%
	raramente	7,43%	8,26%	6,73%	5,95%	6,80%	9,82%	7,85%	4,84%	0,00%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	8,56%	7,88%	9,13%	8,33%	8,84%	10,43%	8,53%	5,65%	0,00%	0,00%	0,00%
	spesso	6,91%	7,88%	6,09%	10,71%	9,86%	5,83%	6,14%	2,42%	7,14%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	10,98%	10,32%	11,54%	14,29%	11,90%	12,58%	11,26%	4,03%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	5,79%	5,63%	5,93%	0,00%	2,72%	4,29%	7,51%	13,71%	14,29%	0,00%	100,00%
Facebook	quasi mai	11,67%	12,01%	11,38%	10,71%	5,78%	3,99%	13,65%	33,06%	35,71%	83,33%	0,00%
	molto raramente	3,72%	4,13%	3,37%	4,76%	2,72%	2,45%	6,48%	3,23%	0,00%	0,00%	0,00%
	raramente	7,00%	8,26%	5,93%	3,57%	5,44%	7,36%	7,17%	12,90%	3,57%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	13,92%	13,88%	13,94%	10,71%	12,24%	14,72%	17,41%	10,48%	14,29%	0,00%	0,00%
	spesso	18,67%	20,45%	17,15%	19,05%	17,01%	22,09%	17,75%	16,13%	17,86%	0,00%	50,00%
	quasi sempre	43,39%	39,59%	46,63%	51,19%	55,78%	48,47%	36,52%	18,55%	21,43%	16,67%	0,00%
	non risponde	1,64%	1,69%	1,60%	0,00%	1,02%	0,92%	1,02%	5,65%	7,14%	0,00%	50,00%
Youtube	quasi mai	10,03%	12,38%	8,01%	3,57%	3,74%	4,91%	11,95%	28,23%	35,71%	100,00%	0,00%
	molto raramente	6,74%	6,94%	6,57%	3,57%	4,42%	5,52%	9,90%	9,68%	10,71%	0,00%	0,00%
	raramente	11,41%	13,51%	9,62%	7,14%	10,88%	9,51%	12,97%	16,94%	14,29%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	17,72%	15,76%	19,39%	11,90%	20,07%	19,02%	19,45%	11,29%	10,71%	0,00%	0,00%
	spesso	20,57%	21,20%	20,03%	27,38%	20,07%	23,93%	20,14%	14,52%	3,57%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	29,73%	26,83%	32,21%	46,43%	39,12%	35,89%	20,82%	6,45%	10,71%	0,00%	50,00%
	non risponde	3,80%	3,38%	4,17%	0,00%	1,70%	1,23%	4,78%	12,90%	14,29%	0,00%	50,00%
Altri social	quasi mai	38,81%	39,21%	38,46%	32,14%	35,37%	34,05%	39,93%	52,42%	67,86%	100,00%	0,00%
	molto raramente	8,64%	10,13%	7,37%	8,33%	8,84%	6,44%	10,92%	8,87%	10,71%	0,00%	0,00%
	raramente	8,12%	8,63%	7,69%	11,90%	6,46%	11,66%	8,19%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	9,59%	9,19%	9,94%	9,52%	9,86%	10,43%	11,60%	3,23%	7,14%	0,00%	0,00%
	spesso	9,42%	10,69%	8,33%	11,90%	11,22%	11,04%	5,80%	9,68%	0,00%	0,00%	50,00%
	quasi sempre	14,95%	12,76%	16,83%	25,00%	19,73%	16,26%	10,92%	6,45%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	10,46%	9,38%	11,38%	1,19%	8,50%	10,12%	12,63%	16,94%	10,71%	0,00%	50,00%
Altro	quasi mai	18,24%	18,39%	18,11%	15,48%	15,99%	21,17%	19,11%	15,32%	14,29%	50,00%	0,00%
	molto raramente	0,52%	0,56%	0,48%	0,00%	0,34%	0,92%	0,68%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	raramente	1,47%	1,88%	1,12%	0,00%	2,04%	2,15%	1,02%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	0,69%	0,94%	0,48%	0,00%	0,34%	1,23%	0,68%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	spesso	0,69%	0,00%	1,28%	0,00%	1,36%	0,61%	0,34%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	3,72%	4,13%	3,37%	4,76%	3,74%	4,60%	3,07%	2,42%	0,00%	0,00%	50,00%
	non risponde	74,68%	74,11%	75,16%	79,76%	76,19%	69,33%	75,09%	79,84%	85,71%	50,00%	50,00%

5. Per quanto tempo utilizzi Internet (complessivamente da computer, smartphone e tablet)?

È consentita una sola risposta

	Sesso			Età							
	Totale	Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
Non lo utilizzo mai	1,99%	2,25%	1,76%	0,00%	0,34%	0,61%	2,73%	4,84%	7,14%	66,67%	0,00%
1 volta a settimana	0,26%	0,38%	0,16%	0,00%	0,00%	0,00%	0,34%	0,81%	3,57%	0,00%	0,00%
2-3 volte a settimana	1,30%	1,13%	1,44%	0,00%	0,68%	0,61%	1,37%	4,03%	3,57%	16,67%	0,00%
Qualche volta, non quotidianamente	1,99%	1,50%	2,40%	3,57%	0,34%	0,61%	2,39%	6,45%	7,14%	0,00%	0,00%
Quotidianamente fino ad 1 ora	5,79%	6,19%	5,45%	3,57%	3,06%	3,07%	8,87%	11,29%	14,29%	0,00%	50,00%
Quotidianamente fino a 2 ore	5,27%	3,56%	6,73%	4,76%	4,08%	3,37%	7,51%	7,26%	10,71%	0,00%	0,00%
Quotidianamente fino a 3 ore	6,31%	6,57%	6,09%	9,52%	4,08%	6,44%	7,51%	7,26%	3,57%	0,00%	0,00%
Quotidianamente fino a 4 ore	7,26%	7,32%	7,21%	19,05%	8,84%	4,91%	5,12%	7,26%	7,14%	0,00%	0,00%
Quotidianamente fino a 5 ore	6,40%	6,00%	6,73%	13,10%	11,56%	6,13%	2,05%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
Quotidianamente piu' di 5 ore	33,45%	34,52%	32,53%	35,71%	35,03%	38,96%	34,81%	19,35%	3,57%	0,00%	0,00%
Non saprei	5,19%	4,88%	5,45%	4,76%	7,48%	7,98%	2,39%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
Altro	0,09%	0,19%	0,00%	0,00%	0,00%	0,31%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Nessuna risposta	24,72%	25,52%	24,04%	5,95%	24,49%	26,99%	24,91%	28,23%	39,29%	16,67%	50,00%

6. Quali fonti di informazione utilizzi?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di accesso alle fonti. (1 di 5)

	Frequenza	Totale	Sesso		Età							
			Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
TV nazionali pubbliche	quasi mai	5,96%	6,75%	5,29%	7,14%	7,82%	6,44%	4,78%	4,03%	0,00%	0,00%	0,00%
	molto raramente	9,68%	11,26%	8,33%	19,05%	9,18%	9,82%	10,24%	5,65%	0,00%	0,00%	0,00%
	raramente	15,73%	15,95%	15,54%	28,57%	12,24%	15,03%	18,43%	10,48%	14,29%	33,33%	0,00%
	abbastanza spesso	18,67%	19,51%	17,95%	17,86%	21,77%	19,33%	16,38%	18,55%	10,71%	0,00%	0,00%
	spesso	18,67%	18,95%	18,43%	5,95%	21,77%	19,63%	17,41%	18,55%	25,00%	33,33%	0,00%
	quasi sempre	27,92%	24,02%	31,25%	20,24%	24,83%	26,69%	29,01%	36,29%	50,00%	33,33%	0,00%
	non risponde	3,37%	3,56%	3,21%	1,19%	2,38%	3,07%	3,75%	6,45%	0,00%	0,00%	100,00%
TV nazionali private	quasi mai	19,01%	16,89%	20,83%	29,76%	21,77%	22,70%	11,60%	16,94%	7,14%	0,00%	0,00%
	molto raramente	12,01%	12,01%	12,02%	22,62%	14,29%	10,43%	11,26%	5,65%	10,71%	16,67%	0,00%
	raramente	15,04%	15,20%	14,90%	9,52%	19,73%	15,03%	12,97%	13,71%	10,71%	16,67%	0,00%
	abbastanza spesso	18,76%	19,51%	18,11%	13,10%	20,07%	19,02%	18,09%	21,77%	10,71%	16,67%	50,00%
	spesso	14,78%	16,51%	13,30%	15,48%	10,54%	12,88%	19,45%	16,13%	25,00%	16,67%	0,00%
	quasi sempre	14,26%	14,26%	14,26%	8,33%	9,86%	13,19%	18,77%	16,13%	32,14%	33,33%	0,00%
	non risponde	6,14%	5,63%	6,57%	1,19%	3,74%	6,75%	7,85%	9,68%	3,57%	0,00%	50,00%
TV regionali	quasi mai	17,29%	20,45%	14,58%	28,57%	18,71%	17,48%	15,36%	12,90%	10,71%	0,00%	0,00%
	molto raramente	15,90%	16,51%	15,38%	20,24%	17,35%	19,94%	13,31%	8,06%	7,14%	0,00%	0,00%
	raramente	17,72%	17,45%	17,95%	21,43%	22,45%	15,34%	18,09%	12,10%	7,14%	16,67%	0,00%
	abbastanza spesso	17,46%	17,07%	17,79%	4,76%	21,77%	18,71%	16,38%	16,94%	10,71%	16,67%	0,00%
	spesso	13,14%	13,88%	12,50%	15,48%	10,54%	9,20%	15,02%	18,55%	32,14%	33,33%	0,00%
	quasi sempre	12,62%	9,01%	15,71%	8,33%	6,12%	13,50%	13,99%	20,16%	32,14%	33,33%	0,00%
	non risponde	5,88%	5,63%	6,09%	1,19%	3,06%	5,83%	7,85%	11,29%	0,00%	0,00%	100,00%
TV provinciali/ locali	quasi mai	36,30%	38,09%	34,78%	34,52%	42,52%	35,58%	33,45%	32,26%	39,29%	16,67%	0,00%
	molto raramente	19,45%	19,51%	19,39%	32,14%	20,41%	17,79%	18,77%	16,13%	17,86%	0,00%	0,00%
	raramente	13,14%	11,63%	14,42%	14,29%	14,29%	14,11%	12,63%	9,68%	7,14%	16,67%	0,00%
	abbastanza spesso	10,98%	10,69%	11,22%	4,76%	11,90%	13,19%	10,92%	9,68%	0,00%	16,67%	0,00%
	spesso	5,70%	6,00%	5,45%	4,76%	4,08%	5,83%	7,17%	4,84%	7,14%	33,33%	0,00%
	quasi sempre	5,10%	4,88%	5,29%	7,14%	2,38%	6,13%	4,78%	4,84%	17,86%	16,67%	0,00%
	non risponde	9,33%	9,19%	9,46%	2,38%	4,42%	7,36%	12,29%	22,58%	10,71%	0,00%	100,00%
Radio nazionali	quasi mai	21,78%	22,51%	21,15%	30,95%	25,85%	19,63%	19,11%	19,35%	17,86%	16,67%	0,00%
	molto raramente	16,08%	17,07%	15,22%	27,38%	12,93%	16,56%	17,06%	14,52%	10,71%	16,67%	0,00%
	raramente	15,38%	14,07%	16,51%	16,67%	17,35%	15,34%	13,65%	14,52%	10,71%	16,67%	0,00%
	abbastanza spesso	15,64%	15,20%	16,03%	10,71%	19,05%	13,19%	16,38%	17,74%	7,14%	16,67%	0,00%
	spesso	13,31%	14,07%	12,66%	9,52%	12,59%	17,18%	12,97%	5,65%	25,00%	16,67%	0,00%
	quasi sempre	10,80%	9,94%	11,54%	3,57%	8,16%	11,96%	11,60%	13,71%	25,00%	16,67%	0,00%
	non risponde	7,00%	7,13%	6,89%	1,19%	4,08%	6,13%	9,22%	14,52%	3,57%	0,00%	100,00%
Radio regionali	quasi mai	35,78%	35,46%	36,06%	44,05%	40,48%	31,90%	35,84%	32,26%	28,57%	16,67%	0,00%
	molto raramente	19,27%	20,83%	17,95%	19,05%	18,71%	20,25%	19,45%	17,74%	21,43%	16,67%	0,00%
	raramente	14,43%	14,82%	14,10%	10,71%	15,65%	17,48%	11,26%	13,71%	14,29%	16,67%	0,00%
	abbastanza spesso	9,68%	9,01%	10,26%	7,14%	11,22%	10,12%	9,90%	7,26%	3,57%	16,67%	0,00%
	spesso	7,87%	6,57%	8,97%	11,90%	5,78%	8,28%	9,56%	4,84%	3,57%	33,33%	0,00%
	quasi sempre	4,49%	4,88%	4,17%	4,76%	4,08%	3,99%	3,41%	7,26%	14,29%	0,00%	0,00%
	non risponde	8,47%	8,44%	8,49%	2,38%	4,08%	7,98%	10,58%	16,94%	14,29%	0,00%	100,00%

6. Quali fonti di informazione utilizzi?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di accesso alle fonti. (SEGUE 2 di 5)

Frequenza	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Radio provinciali/ locali	quasi mai	44,43%	45,03%	43,91%	54,76%	51,36%	39,88%	43,00%	38,71%	39,29%	33,33%	0,00%
	molto raramente	17,11%	16,32%	17,79%	15,48%	18,37%	17,18%	17,06%	16,94%	7,14%	33,33%	0,00%
	raramente	12,71%	12,38%	12,98%	13,10%	10,20%	15,34%	11,26%	16,94%	7,14%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	8,47%	7,88%	8,97%	7,14%	9,86%	9,51%	7,85%	3,23%	14,29%	16,67%	0,00%
	spesso	4,32%	5,07%	3,69%	3,57%	3,06%	5,52%	5,12%	1,61%	7,14%	16,67%	0,00%
	quasi sempre	3,37%	3,75%	3,04%	3,57%	3,06%	3,99%	1,71%	5,65%	7,14%	0,00%	0,00%
	non risponde	9,59%	9,57%	9,62%	2,38%	4,08%	8,59%	13,99%	16,94%	17,86%	0,00%	100,00%
Free Press	quasi mai	43,22%	41,46%	44,71%	64,29%	45,58%	34,97%	42,32%	46,77%	46,43%	50,00%	0,00%
	molto raramente	14,52%	16,51%	12,82%	2,38%	15,31%	15,03%	16,72%	13,71%	17,86%	16,67%	0,00%
	raramente	14,52%	13,88%	15,06%	13,10%	15,99%	17,48%	11,95%	12,10%	7,14%	16,67%	0,00%
	abbastanza spesso	9,94%	11,63%	8,49%	9,52%	10,54%	13,80%	8,19%	2,42%	10,71%	16,67%	0,00%
	spesso	5,45%	4,50%	6,25%	7,14%	4,76%	5,52%	6,83%	4,03%	0,00%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	3,20%	3,38%	3,04%	1,19%	2,72%	4,91%	2,39%	3,23%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	9,16%	8,63%	9,62%	2,38%	5,10%	8,28%	11,60%	17,74%	14,29%	0,00%	100,00%
Quotidiani nazionali	quasi mai	18,15%	18,76%	17,63%	36,90%	19,73%	16,56%	12,63%	19,35%	17,86%	16,67%	0,00%
	molto raramente	13,92%	12,57%	15,06%	11,90%	17,35%	11,04%	16,04%	11,29%	7,14%	16,67%	0,00%
	raramente	19,62%	18,39%	20,67%	23,81%	20,41%	20,86%	18,43%	16,13%	14,29%	16,67%	0,00%
	abbastanza spesso	17,98%	18,39%	17,63%	10,71%	20,75%	19,02%	19,80%	11,29%	10,71%	16,67%	0,00%
	spesso	12,19%	13,70%	10,90%	10,71%	8,50%	13,50%	14,33%	10,48%	25,00%	16,67%	0,00%
	quasi sempre	12,79%	12,57%	12,98%	4,76%	9,18%	13,50%	13,99%	20,16%	21,43%	16,67%	0,00%
	non risponde	5,36%	5,63%	5,13%	1,19%	4,08%	5,52%	4,78%	11,29%	3,57%	0,00%	100,00%
Quotidiani regionali	quasi mai	29,21%	29,27%	29,17%	39,29%	33,33%	25,15%	25,26%	34,68%	25,00%	16,67%	0,00%
	molto raramente	18,41%	17,64%	19,07%	26,19%	17,69%	16,56%	21,84%	12,10%	17,86%	16,67%	0,00%
	raramente	17,29%	18,39%	16,35%	16,67%	16,33%	20,55%	17,41%	12,10%	14,29%	16,67%	0,00%
	abbastanza spesso	12,88%	12,95%	12,82%	5,95%	17,35%	15,34%	10,58%	6,45%	7,14%	33,33%	0,00%
	spesso	7,26%	6,57%	7,85%	7,14%	5,78%	6,44%	9,22%	6,45%	14,29%	16,67%	0,00%
	quasi sempre	7,52%	7,69%	7,37%	3,57%	5,78%	8,59%	7,17%	11,29%	14,29%	0,00%	0,00%
	non risponde	7,43%	7,50%	7,37%	1,19%	3,74%	7,36%	8,53%	16,94%	7,14%	0,00%	100,00%
Quotidiani provinciali/locali	quasi mai	37,86%	38,84%	37,02%	52,38%	40,48%	31,90%	35,84%	43,55%	35,71%	33,33%	0,00%
	molto raramente	18,67%	17,45%	19,71%	19,05%	19,73%	19,94%	19,80%	11,29%	10,71%	33,33%	0,00%
	raramente	14,09%	14,82%	13,46%	8,33%	14,63%	18,71%	11,60%	12,10%	10,71%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	9,68%	8,44%	10,74%	10,71%	12,24%	8,59%	9,22%	5,65%	10,71%	33,33%	0,00%
	spesso	6,31%	7,13%	5,61%	4,76%	5,78%	7,36%	6,14%	4,03%	17,86%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	4,49%	4,13%	4,81%	2,38%	2,72%	5,83%	6,14%	4,03%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	8,90%	9,19%	8,65%	2,38%	4,42%	7,67%	11,26%	19,35%	14,29%	0,00%	100,00%
Periodici nazionali (settimanali/ mensili)	quasi mai	29,13%	30,02%	28,37%	46,43%	34,69%	24,23%	26,96%	25,00%	21,43%	16,67%	0,00%
	molto raramente	16,42%	17,26%	15,71%	15,48%	18,03%	17,48%	15,36%	16,13%	3,57%	16,67%	0,00%
	raramente	18,41%	20,08%	16,99%	13,10%	19,39%	19,02%	16,72%	21,77%	17,86%	33,33%	0,00%
	abbastanza spesso	12,53%	11,44%	13,46%	11,90%	12,93%	13,50%	12,97%	8,87%	10,71%	16,67%	0,00%
	spesso	9,33%	8,07%	10,42%	8,33%	6,12%	11,04%	10,58%	7,26%	21,43%	16,67%	0,00%
	quasi sempre	5,45%	4,32%	6,41%	2,38%	3,74%	6,75%	6,83%	4,03%	10,71%	0,00%	0,00%
	non risponde	8,73%	8,82%	8,65%	2,38%	5,10%	7,98%	10,58%	16,94%	14,29%	0,00%	100,00%

6. Quali fonti di informazione utilizzi?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di accesso alle fonti. (SEGUE 3 di 5)

Frequenza	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Periodici regionali (settimanali/ mensili)	quasi mai	45,89%	49,34%	42,95%	48,81%	53,40%	40,18%	46,08%	43,55%	39,29%	33,33%	0,00%
	molto raramente	17,80%	16,89%	18,59%	20,24%	18,71%	18,40%	15,02%	18,55%	14,29%	50,00%	0,00%
	raramente	12,62%	11,44%	13,62%	16,67%	12,59%	13,19%	12,63%	10,48%	7,14%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	8,04%	7,13%	8,81%	7,14%	7,82%	10,43%	7,51%	6,45%	0,00%	0,00%	0,00%
	spesso	4,41%	4,32%	4,49%	2,38%	1,70%	5,83%	4,44%	3,23%	25,00%	16,67%	0,00%
	quasi sempre	1,82%	1,50%	2,08%	2,38%	1,02%	3,68%	1,02%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	9,42%	9,38%	9,46%	2,38%	4,76%	8,28%	13,31%	16,94%	14,29%	0,00%	100,00%
Periodici provinciali/locali (settimanali/ mensili)	quasi mai	47,36%	50,84%	44,39%	51,19%	55,78%	40,49%	48,46%	45,16%	35,71%	16,67%	0,00%
	molto raramente	16,51%	15,01%	17,79%	17,86%	16,33%	17,18%	17,41%	12,10%	14,29%	33,33%	0,00%
	raramente	12,88%	13,13%	12,66%	14,29%	11,56%	15,03%	10,92%	14,52%	10,71%	16,67%	0,00%
	abbastanza spesso	7,17%	6,57%	7,69%	10,71%	6,46%	9,20%	5,46%	5,65%	7,14%	0,00%	0,00%
	spesso	4,32%	3,00%	5,45%	1,19%	3,06%	6,75%	3,07%	4,03%	7,14%	33,33%	0,00%
	quasi sempre	1,99%	1,31%	2,56%	2,38%	2,04%	2,76%	1,02%	1,61%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	9,77%	10,13%	9,46%	2,38%	4,76%	8,59%	13,65%	16,94%	21,43%	0,00%	100,00%
Portali di informazione online	quasi mai	9,94%	9,94%	9,94%	15,48%	9,18%	6,75%	7,17%	16,94%	25,00%	66,67%	0,00%
	molto raramente	9,51%	11,63%	7,69%	13,10%	8,16%	7,06%	12,63%	9,68%	7,14%	16,67%	0,00%
	raramente	13,74%	13,32%	14,10%	19,05%	13,61%	15,34%	11,26%	13,71%	10,71%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	18,15%	16,89%	19,23%	26,19%	21,09%	15,03%	17,75%	15,32%	17,86%	16,67%	0,00%
	spesso	20,57%	23,08%	18,43%	20,24%	20,75%	17,48%	24,91%	19,35%	21,43%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	21,35%	18,01%	24,20%	4,76%	22,11%	31,29%	19,45%	11,29%	14,29%	0,00%	50,00%
	non risponde	6,74%	7,13%	6,41%	1,19%	5,10%	7,06%	6,83%	13,71%	3,57%	0,00%	50,00%
Portali di informazione locale online	quasi mai	20,14%	21,95%	18,59%	27,38%	20,07%	13,50%	19,45%	27,42%	39,29%	83,33%	0,00%
	molto raramente	12,01%	12,01%	12,02%	13,10%	11,22%	11,35%	13,31%	11,29%	14,29%	16,67%	0,00%
	raramente	16,42%	17,07%	15,87%	16,67%	15,31%	16,56%	17,06%	19,35%	10,71%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	17,80%	19,14%	16,67%	21,43%	21,09%	18,71%	14,33%	14,52%	17,86%	0,00%	0,00%
	spesso	14,17%	13,13%	15,06%	15,48%	14,97%	15,03%	16,72%	5,65%	7,14%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	11,15%	8,07%	13,78%	4,76%	11,90%	16,26%	10,24%	5,65%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	8,30%	8,63%	8,01%	1,19%	5,44%	8,59%	8,87%	16,13%	10,71%	0,00%	100,00%
Portali di controllo informazione online	quasi mai	29,47%	29,64%	29,33%	36,90%	30,61%	22,39%	29,69%	35,48%	39,29%	83,33%	0,00%
	molto raramente	14,52%	15,01%	14,10%	19,05%	14,29%	16,87%	11,60%	12,90%	14,29%	16,67%	0,00%
	raramente	15,30%	15,01%	15,54%	20,24%	16,67%	16,26%	13,65%	11,29%	14,29%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	11,58%	11,26%	11,86%	10,71%	14,29%	10,74%	11,26%	12,10%	0,00%	0,00%	0,00%
	spesso	12,01%	13,13%	11,06%	5,95%	10,88%	14,72%	14,68%	8,06%	3,57%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	7,09%	6,00%	8,01%	4,76%	7,14%	9,51%	6,48%	3,23%	10,71%	0,00%	0,00%
	non risponde	10,03%	9,94%	10,10%	2,38%	6,12%	9,51%	12,63%	16,94%	17,86%	0,00%	100,00%
Portali di controllo informazione locale online	quasi mai	38,20%	39,59%	37,02%	44,05%	41,50%	29,75%	39,93%	41,13%	46,43%	83,33%	0,00%
	molto raramente	15,56%	14,82%	16,19%	17,86%	14,97%	18,10%	12,63%	16,94%	10,71%	16,67%	0,00%
	raramente	13,57%	13,88%	13,30%	17,86%	12,59%	16,56%	10,92%	12,10%	14,29%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	9,51%	9,57%	9,46%	9,52%	12,93%	9,82%	8,53%	4,84%	3,57%	0,00%	0,00%
	spesso	8,04%	8,44%	7,69%	5,95%	5,78%	9,82%	10,92%	5,65%	0,00%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	5,01%	3,38%	6,41%	2,38%	5,78%	6,44%	4,44%	3,23%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	10,11%	10,32%	9,94%	2,38%	6,46%	9,51%	12,63%	16,13%	21,43%	0,00%	100,00%

6. Quali fonti di informazione utilizzi?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di accesso alle fonti. (SEGUE 4 di 5)

	Frequenza	Totale	Sesso		Età							
			Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
Siti Internet dei partiti	quasi mai	55,32%	51,97%	58,17%	63,10%	59,18%	53,37%	53,24%	50,00%	53,57%	100,00%	0,00%
	molto raramente	14,43%	16,14%	12,98%	9,52%	16,67%	15,03%	14,33%	13,71%	7,14%	0,00%	0,00%
	raramente	8,90%	9,19%	8,65%	9,52%	5,10%	11,35%	10,24%	8,87%	7,14%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	6,83%	6,94%	6,73%	7,14%	8,84%	7,98%	4,10%	6,45%	3,57%	0,00%	0,00%
	spesso	3,11%	3,94%	2,40%	3,57%	3,40%	1,84%	3,75%	4,03%	3,57%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	2,51%	2,63%	2,40%	4,76%	2,38%	2,45%	2,05%	2,42%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	8,90%	9,19%	8,65%	2,38%	4,42%	7,98%	12,29%	14,52%	21,43%	0,00%	100,00%
Blog	quasi mai	33,71%	31,89%	35,26%	33,33%	35,03%	24,85%	35,49%	43,55%	53,57%	83,33%	0,00%
	molto raramente	14,61%	17,45%	12,18%	10,71%	14,29%	15,34%	15,02%	19,35%	0,00%	0,00%	0,00%
	raramente	18,15%	18,39%	17,95%	22,62%	21,09%	21,17%	15,70%	8,06%	14,29%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	11,93%	11,07%	12,66%	15,48%	9,18%	17,18%	10,24%	7,26%	7,14%	16,67%	0,00%
	spesso	8,99%	9,94%	8,17%	8,33%	10,54%	10,12%	8,87%	3,23%	7,14%	0,00%	50,00%
	quasi sempre	4,15%	2,25%	5,77%	7,14%	5,44%	3,99%	3,07%	3,23%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	8,47%	9,01%	8,01%	2,38%	4,42%	7,36%	11,60%	15,32%	17,86%	0,00%	50,00%
Forum di discussione	quasi mai	35,44%	33,02%	37,50%	28,57%	40,14%	28,53%	38,23%	37,10%	42,86%	83,33%	0,00%
	molto raramente	16,59%	16,51%	16,67%	26,19%	15,65%	15,95%	15,36%	17,74%	17,86%	0,00%	0,00%
	raramente	15,13%	17,07%	13,46%	16,67%	13,27%	18,10%	14,68%	15,32%	3,57%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	14,69%	14,45%	14,90%	14,29%	17,35%	19,63%	10,58%	8,06%	7,14%	0,00%	0,00%
	spesso	6,22%	6,00%	6,41%	5,95%	4,08%	7,36%	8,19%	4,03%	7,14%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	3,20%	3,56%	2,88%	4,76%	4,42%	2,76%	1,71%	3,23%	3,57%	0,00%	50,00%
	non risponde	8,73%	9,38%	8,17%	3,57%	5,10%	7,67%	11,26%	14,52%	17,86%	16,67%	50,00%
Facebook	quasi mai	14,26%	16,70%	12,18%	16,67%	7,82%	7,98%	15,36%	32,26%	42,86%	83,33%	0,00%
	molto raramente	6,31%	7,50%	5,29%	5,95%	5,44%	6,75%	6,48%	7,26%	7,14%	0,00%	0,00%
	raramente	12,62%	11,07%	13,94%	7,14%	14,97%	14,72%	12,63%	8,87%	0,00%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	14,87%	16,32%	13,62%	15,48%	18,03%	11,66%	15,70%	15,32%	10,71%	0,00%	0,00%
	spesso	17,98%	16,51%	19,23%	19,05%	19,05%	21,17%	18,09%	7,26%	14,29%	0,00%	50,00%
	quasi sempre	29,82%	27,02%	32,21%	32,14%	32,65%	34,36%	26,62%	19,35%	25,00%	16,67%	0,00%
	non risponde	4,15%	4,88%	3,53%	3,57%	2,04%	3,37%	5,12%	9,68%	0,00%	0,00%	50,00%
Twitter	quasi mai	51,43%	49,91%	52,72%	57,14%	54,76%	44,17%	49,49%	58,87%	67,86%	83,33%	0,00%
	molto raramente	6,66%	6,57%	6,73%	7,14%	3,74%	10,74%	6,14%	4,84%	3,57%	0,00%	0,00%
	raramente	9,68%	10,32%	9,13%	5,95%	11,22%	10,43%	9,90%	8,06%	3,57%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	8,30%	8,44%	8,17%	13,10%	10,88%	9,51%	5,46%	4,03%	3,57%	0,00%	0,00%
	spesso	7,69%	9,38%	6,25%	5,95%	7,82%	7,06%	9,90%	5,65%	7,14%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	7,69%	6,19%	8,97%	7,14%	7,14%	10,43%	7,85%	4,03%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	8,56%	9,19%	8,01%	3,57%	4,42%	7,67%	11,26%	14,52%	14,29%	16,67%	100,00%
Youtube	quasi mai	22,47%	23,45%	21,63%	10,71%	18,03%	17,79%	29,01%	30,65%	39,29%	100,00%	0,00%
	molto raramente	12,19%	13,70%	10,90%	9,52%	10,88%	11,96%	13,31%	15,32%	14,29%	0,00%	0,00%
	raramente	15,82%	14,82%	16,67%	17,86%	17,35%	16,56%	14,68%	14,52%	7,14%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	13,57%	12,95%	14,10%	9,52%	18,37%	14,11%	12,63%	8,06%	7,14%	0,00%	0,00%
	spesso	13,40%	14,07%	12,82%	23,81%	14,63%	14,11%	13,31%	4,03%	7,14%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	14,00%	12,01%	15,71%	25,00%	16,67%	19,02%	6,14%	8,87%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	8,56%	9,01%	8,17%	3,57%	4,08%	6,44%	10,92%	18,55%	21,43%	0,00%	100,00%

6. Quali fonti di informazione utilizzi?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di accesso alle fonti. (SEGUE 5 di 5)

Frequenza	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Reddit	quasi mai	69,49%	67,92%	70,83%	67,86%	71,43%	65,95%	72,70%	68,55%	67,86%	83,33%	0,00%
	molto raramente	3,89%	4,13%	3,69%	2,38%	3,06%	6,13%	2,73%	3,23%	3,57%	16,67%	0,00%
	raramente	6,74%	7,13%	6,41%	10,71%	7,82%	7,67%	4,78%	4,84%	3,57%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	3,46%	4,50%	2,56%	9,52%	5,78%	1,84%	3,07%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	spesso	3,11%	3,19%	3,04%	2,38%	2,72%	6,13%	1,02%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	1,73%	1,88%	1,60%	5,95%	2,04%	2,15%	0,68%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	11,58%	11,26%	11,86%	1,19%	7,14%	10,12%	15,02%	20,97%	25,00%	0,00%	100,00%
Aggregatori di notizie/Motori di ricerca su Internet	quasi mai	19,36%	19,89%	18,91%	22,62%	15,65%	13,50%	22,53%	29,03%	32,14%	66,67%	0,00%
	molto raramente	8,99%	10,32%	7,85%	8,33%	7,48%	9,82%	9,90%	8,06%	10,71%	16,67%	0,00%
	raramente	14,61%	15,38%	13,94%	14,29%	15,65%	16,56%	14,33%	10,48%	7,14%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	16,68%	19,14%	14,58%	13,10%	17,69%	16,56%	18,09%	16,94%	7,14%	0,00%	0,00%
	spesso	15,38%	11,63%	18,59%	21,43%	18,03%	15,64%	11,60%	12,10%	25,00%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	15,99%	14,07%	17,63%	17,86%	20,07%	19,94%	12,29%	6,45%	3,57%	16,67%	0,00%
	non risponde	8,99%	9,57%	8,49%	2,38%	5,44%	7,98%	11,26%	16,94%	14,29%	0,00%	100,00%
Passaparola tra amici/conoscenti	quasi mai	10,29%	11,82%	8,97%	8,33%	8,84%	9,20%	11,26%	16,13%	7,14%	16,67%	0,00%
	molto raramente	12,88%	16,32%	9,94%	8,33%	10,54%	10,74%	20,14%	11,29%	7,14%	16,67%	0,00%
	raramente	17,80%	17,64%	17,95%	11,90%	19,39%	21,17%	14,68%	16,94%	21,43%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	18,06%	18,95%	17,31%	27,38%	17,69%	18,71%	15,70%	16,94%	14,29%	33,33%	0,00%
	spesso	18,67%	17,26%	19,87%	21,43%	23,47%	18,40%	16,38%	12,10%	17,86%	16,67%	0,00%
	quasi sempre	13,57%	8,82%	17,63%	19,05%	15,31%	15,64%	10,24%	8,06%	14,29%	16,67%	0,00%
	non risponde	8,73%	9,19%	8,33%	3,57%	4,76%	6,13%	11,60%	18,55%	17,86%	0,00%	100,00%
Fonti istituzionali (gov.it; regione.it; ...)	quasi mai	33,10%	37,15%	29,65%	50,00%	40,48%	31,90%	24,57%	28,23%	25,00%	66,67%	0,00%
	molto raramente	14,43%	12,76%	15,87%	13,10%	13,95%	15,03%	15,36%	12,90%	17,86%	0,00%	0,00%
	raramente	12,88%	13,88%	12,02%	13,10%	12,93%	13,80%	10,92%	16,13%	7,14%	16,67%	0,00%
	abbastanza spesso	13,22%	11,44%	14,74%	10,71%	13,95%	13,80%	12,29%	13,71%	14,29%	16,67%	0,00%
	spesso	10,11%	10,69%	9,62%	4,76%	8,50%	8,28%	15,36%	9,68%	14,29%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	8,21%	5,63%	10,42%	5,95%	4,76%	10,12%	11,60%	5,65%	3,57%	0,00%	50,00%
	non risponde	8,04%	8,44%	7,69%	2,38%	5,44%	7,06%	9,90%	13,71%	17,86%	0,00%	50,00%
Un/una giornalista in particolare	quasi mai	43,30%	42,21%	44,23%	51,19%	45,58%	43,56%	42,66%	38,71%	28,57%	16,67%	0,00%
	molto raramente	13,74%	14,26%	13,30%	20,24%	15,99%	12,58%	13,31%	9,68%	7,14%	16,67%	0,00%
	raramente	10,54%	9,19%	11,70%	9,52%	11,90%	9,82%	8,87%	14,52%	3,57%	33,33%	0,00%
	abbastanza spesso	9,59%	10,69%	8,65%	5,95%	8,50%	13,19%	8,87%	8,06%	7,14%	0,00%	0,00%
	spesso	7,43%	7,69%	7,21%	4,76%	7,48%	6,13%	9,90%	4,84%	14,29%	16,67%	0,00%
	quasi sempre	5,01%	5,25%	4,81%	4,76%	5,78%	5,52%	2,39%	7,26%	10,71%	0,00%	0,00%
	non risponde	10,37%	10,69%	10,10%	3,57%	4,76%	9,20%	13,99%	16,94%	28,57%	16,67%	100,00%
Altro	quasi mai	3,54%	4,32%	2,88%	0,00%	4,08%	4,29%	3,75%	1,61%	7,14%	0,00%	0,00%
	molto raramente	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	raramente	0,43%	0,19%	0,64%	0,00%	0,34%	1,23%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	abbastanza spesso	0,17%	0,00%	0,32%	0,00%	0,00%	0,00%	0,68%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	spesso	0,09%	0,19%	0,00%	1,19%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	quasi sempre	1,30%	1,31%	1,28%	1,19%	1,70%	2,15%	0,34%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%
	non risponde	94,47%	94,00%	94,87%	97,62%	93,88%	92,33%	95,22%	98,39%	92,86%	100,00%	50,00%

7. Quali sono le fonti di informazione di cui ti fidi di più?

Si valutino le alternative in base al livello di fiducia attribuito a ciascuna fonte. (1 di 5)

Livello di fiducia	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Tv nazionali pubbliche	1 (nessuna fiducia)	10,20%	12,01%	8,65%	14,29%	10,88%	11,96%	8,87%	5,65%	0,00%	33,33%	0,00%
	2	13,05%	14,45%	11,86%	14,29%	13,27%	14,42%	12,63%	10,48%	10,71%	0,00%	0,00%
	3	17,63%	17,64%	17,63%	17,86%	18,03%	18,40%	17,41%	17,74%	10,71%	0,00%	0,00%
	4	19,53%	20,64%	18,59%	15,48%	22,45%	17,18%	21,16%	16,94%	25,00%	0,00%	50,00%
	5	17,46%	17,45%	17,47%	17,86%	18,03%	17,48%	15,70%	18,55%	25,00%	16,67%	0,00%
	6 (molta fiducia)	17,89%	13,88%	21,31%	20,24%	14,63%	16,26%	20,14%	20,97%	21,43%	50,00%	0,00%
	non risponde	4,24%	3,94%	4,49%	1,19%	2,72%	4,29%	4,10%	8,87%	7,14%	0,00%	50,00%
Tv Nazionali private	1 (nessuna fiducia)	19,79%	21,01%	18,75%	27,38%	19,39%	19,63%	17,75%	23,39%	7,14%	33,33%	0,00%
	2	16,59%	17,07%	16,19%	20,24%	16,67%	15,64%	18,09%	13,71%	17,86%	0,00%	0,00%
	3	17,98%	17,64%	18,27%	13,10%	18,71%	21,78%	17,41%	14,52%	7,14%	0,00%	0,00%
	4	18,67%	19,32%	18,11%	10,71%	19,73%	20,25%	17,75%	17,74%	28,57%	16,67%	0,00%
	5	12,71%	11,44%	13,78%	17,86%	14,97%	9,51%	12,63%	10,48%	21,43%	16,67%	0,00%
	6 (molta fiducia)	6,91%	6,00%	7,69%	8,33%	6,12%	6,13%	7,51%	5,65%	14,29%	33,33%	0,00%
	non risponde	7,35%	7,50%	7,21%	2,38%	4,42%	7,06%	8,87%	14,52%	3,57%	0,00%	100,00%
Tv regionali	1 (nessuna fiducia)	16,34%	19,89%	13,30%	25,00%	17,35%	15,03%	14,68%	16,94%	7,14%	33,33%	0,00%
	2	15,56%	16,32%	14,90%	13,10%	14,63%	17,48%	18,77%	9,68%	7,14%	0,00%	0,00%
	3	22,04%	21,76%	22,28%	16,67%	25,17%	25,77%	17,06%	23,39%	14,29%	0,00%	0,00%
	4	16,59%	15,38%	17,63%	10,71%	20,07%	14,42%	18,09%	16,13%	14,29%	0,00%	0,00%
	5	13,74%	12,01%	15,22%	19,05%	12,93%	12,58%	13,31%	12,10%	28,57%	33,33%	0,00%
	6 (molta fiducia)	7,00%	5,07%	8,65%	13,10%	4,42%	6,13%	7,17%	7,26%	17,86%	33,33%	0,00%
	non risponde	8,73%	9,57%	8,01%	2,38%	5,44%	8,59%	10,92%	14,52%	10,71%	0,00%	100,00%
Tv provinciali/locali	1 (nessuna fiducia)	23,68%	25,33%	22,28%	28,57%	26,19%	19,94%	22,53%	28,23%	17,86%	33,33%	0,00%
	2	20,31%	21,39%	19,39%	23,81%	17,01%	21,17%	25,26%	15,32%	10,71%	0,00%	0,00%
	3	19,88%	19,14%	20,51%	16,67%	23,81%	22,70%	15,36%	18,55%	14,29%	0,00%	0,00%
	4	14,87%	13,13%	16,35%	15,48%	17,69%	14,72%	13,65%	12,90%	10,71%	0,00%	0,00%
	5	6,74%	6,19%	7,21%	7,14%	7,82%	7,67%	5,80%	3,23%	7,14%	16,67%	0,00%
	6 (molta fiducia)	3,98%	3,56%	4,33%	5,95%	1,36%	5,52%	3,41%	2,42%	10,71%	50,00%	0,00%
	non risponde	10,54%	11,26%	9,94%	2,38%	6,12%	8,28%	13,99%	19,35%	28,57%	0,00%	100,00%
Radio nazionali	1 (nessuna fiducia)	16,68%	19,89%	13,94%	25,00%	19,73%	15,34%	14,33%	15,32%	7,14%	16,67%	0,00%
	2	14,95%	14,63%	15,22%	21,43%	13,27%	15,34%	16,04%	12,10%	14,29%	0,00%	0,00%
	3	17,89%	16,51%	19,07%	11,90%	17,01%	22,39%	15,02%	20,97%	10,71%	16,67%	0,00%
	4	19,27%	18,20%	20,19%	16,67%	21,43%	15,95%	22,53%	17,74%	17,86%	16,67%	0,00%
	5	14,17%	14,45%	13,94%	15,48%	15,31%	13,80%	12,29%	12,10%	32,14%	16,67%	0,00%
	6 (molta fiducia)	8,04%	7,13%	8,81%	7,14%	7,14%	9,20%	7,85%	5,65%	14,29%	33,33%	0,00%
	non risponde	8,99%	9,19%	8,81%	2,38%	6,12%	7,98%	11,95%	16,13%	3,57%	0,00%	100,00%
Radio regionali	1 (nessuna fiducia)	22,73%	25,89%	20,03%	36,90%	23,13%	20,25%	22,53%	21,77%	14,29%	16,67%	0,00%
	2	18,93%	20,45%	17,63%	16,67%	19,39%	19,02%	23,21%	11,29%	14,29%	0,00%	0,00%
	3	19,97%	20,08%	19,87%	15,48%	19,39%	23,93%	15,70%	27,42%	7,14%	16,67%	0,00%
	4	14,95%	12,20%	17,31%	13,10%	18,03%	13,50%	15,70%	10,48%	17,86%	16,67%	0,00%
	5	8,56%	7,69%	9,29%	9,52%	9,52%	9,20%	6,14%	7,26%	14,29%	33,33%	0,00%
	6 (molta fiducia)	4,41%	3,38%	5,29%	5,95%	3,74%	5,21%	3,41%	3,23%	10,71%	16,67%	0,00%
	non risponde	10,46%	10,32%	10,58%	2,38%	6,80%	8,90%	13,31%	18,55%	21,43%	0,00%	100,00%

7. Quali sono le fonti di informazione di cui ti fidi di più?

Si valutino le alternative in base al livello di fiducia attribuito a ciascuna fonte. (SEGUE 2 di 5)

Livello di fiducia	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Radio provinciali/ locali	1 (nessuna fiducia)	27,05%	29,08%	25,32%	38,10%	28,23%	23,31%	25,94%	28,23%	32,14%	33,33%	0,00%
	2	19,45%	20,08%	18,91%	21,43%	16,33%	20,86%	23,21%	15,32%	10,71%	16,67%	0,00%
	3	20,92%	20,26%	21,47%	11,90%	23,47%	24,85%	19,80%	17,74%	7,14%	0,00%	0,00%
	4	12,53%	12,01%	12,98%	20,24%	16,33%	9,82%	9,90%	12,10%	10,71%	16,67%	0,00%
	5	6,40%	5,07%	7,53%	3,57%	7,14%	7,98%	4,78%	4,84%	10,71%	16,67%	0,00%
	6 (molta fiducia)	2,33%	2,44%	2,24%	2,38%	2,04%	3,07%	1,37%	1,61%	7,14%	16,67%	0,00%
	non risponde	11,32%	11,07%	11,54%	2,38%	6,46%	10,12%	15,02%	20,16%	21,43%	0,00%	100,00%
Free Press	1 (nessuna fiducia)	33,02%	34,33%	31,89%	53,57%	31,63%	27,61%	31,74%	37,90%	39,29%	50,00%	0,00%
	2	16,42%	16,51%	16,35%	13,10%	17,01%	17,18%	18,09%	12,10%	14,29%	16,67%	0,00%
	3	19,62%	20,83%	18,59%	17,86%	21,09%	22,39%	17,41%	17,74%	14,29%	0,00%	0,00%
	4	11,41%	11,44%	11,38%	8,33%	11,90%	13,19%	11,60%	6,45%	14,29%	16,67%	0,00%
	5	6,14%	4,50%	7,53%	2,38%	7,48%	7,06%	5,46%	5,65%	0,00%	16,67%	0,00%
	6 (molta fiducia)	2,33%	1,88%	2,72%	2,38%	3,06%	2,76%	1,71%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	11,06%	10,51%	11,54%	2,38%	7,82%	9,82%	13,99%	18,55%	17,86%	0,00%	100,00%
Quotidiani nazionali	1 (nessuna fiducia)	15,13%	15,57%	14,74%	27,38%	16,67%	11,96%	13,31%	16,13%	10,71%	33,33%	0,00%
	2	12,45%	13,13%	11,86%	8,33%	14,97%	10,74%	15,02%	9,68%	3,57%	16,67%	0,00%
	3	21,35%	21,58%	21,15%	33,33%	18,71%	21,78%	19,11%	24,19%	21,43%	16,67%	0,00%
	4	20,74%	22,14%	19,55%	14,29%	22,79%	22,39%	21,16%	15,32%	25,00%	0,00%	0,00%
	5	14,09%	14,07%	14,10%	9,52%	14,29%	14,11%	12,97%	14,52%	28,57%	33,33%	50,00%
	6 (molta fiducia)	8,73%	6,19%	10,90%	4,76%	8,16%	11,04%	8,87%	8,06%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	7,52%	7,32%	7,69%	2,38%	4,42%	7,98%	9,56%	12,10%	7,14%	0,00%	50,00%
Quotidiani regionali	1 (nessuna fiducia)	20,66%	23,08%	18,59%	33,33%	20,07%	17,18%	19,80%	25,00%	17,86%	33,33%	0,00%
	2	14,52%	16,32%	12,98%	9,52%	15,31%	15,34%	15,70%	13,71%	7,14%	0,00%	0,00%
	3	20,83%	21,01%	20,67%	19,05%	20,75%	24,85%	19,45%	16,13%	21,43%	0,00%	0,00%
	4	18,67%	17,82%	19,39%	15,48%	23,13%	16,26%	19,11%	16,94%	14,29%	16,67%	0,00%
	5	10,20%	8,07%	12,02%	17,86%	9,52%	11,66%	8,19%	5,65%	14,29%	33,33%	0,00%
	6 (molta fiducia)	5,27%	4,13%	6,25%	2,38%	5,10%	5,83%	5,80%	4,84%	7,14%	0,00%	0,00%
	non risponde	9,85%	9,57%	10,10%	2,38%	6,12%	8,90%	11,95%	17,74%	17,86%	16,67%	100,00%
Quotidiani provinciali/locali	1 (nessuna fiducia)	23,77%	25,89%	21,96%	34,52%	20,41%	20,25%	24,57%	29,84%	32,14%	33,33%	0,00%
	2	20,05%	19,51%	20,51%	19,05%	19,39%	21,78%	23,21%	15,32%	3,57%	0,00%	0,00%
	3	19,97%	20,45%	19,55%	19,05%	22,79%	22,70%	18,09%	13,71%	14,29%	0,00%	0,00%
	4	14,87%	15,20%	14,58%	13,10%	18,37%	14,11%	12,63%	12,90%	17,86%	50,00%	0,00%
	5	6,91%	5,07%	8,49%	8,33%	8,16%	8,90%	4,44%	4,03%	3,57%	16,67%	0,00%
	6 (molta fiducia)	3,46%	2,25%	4,49%	3,57%	4,08%	3,68%	3,07%	2,42%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	10,98%	11,63%	10,42%	2,38%	6,80%	8,59%	13,99%	21,77%	25,00%	0,00%	100,00%
Periodici nazionali (settimanali/ mensili)	1 (nessuna fiducia)	19,79%	22,89%	17,15%	34,52%	21,09%	16,26%	20,14%	16,13%	17,86%	16,67%	0,00%
	2	15,73%	16,51%	15,06%	16,67%	16,33%	17,48%	13,99%	15,32%	7,14%	16,67%	0,00%
	3	20,40%	20,26%	20,51%	13,10%	18,37%	23,01%	19,80%	24,19%	21,43%	33,33%	0,00%
	4	17,20%	15,95%	18,27%	17,86%	23,13%	16,26%	15,02%	13,71%	7,14%	0,00%	0,00%
	5	11,41%	10,88%	11,86%	13,10%	10,54%	12,88%	10,24%	8,06%	25,00%	16,67%	0,00%
	6 (molta fiducia)	4,41%	2,81%	5,77%	2,38%	4,08%	4,29%	5,46%	3,23%	7,14%	16,67%	0,00%
	non risponde	11,06%	10,69%	11,38%	2,38%	6,46%	9,82%	15,36%	19,35%	14,29%	0,00%	100,00%

7. Quali sono le fonti di informazione di cui ti fidi di più?

Si valutino le alternative in base al livello di fiducia attribuito a ciascuna fonte. (SEGUE 3 di 5)

Livello di fiducia	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Periodici regionali (settimanali/ mensili)	1 (nessuna fiducia)	25,06%	29,08%	21,63%	34,52%	22,11%	21,47%	27,30%	28,23%	25,00%	66,67%	0,00%
	2	19,01%	21,20%	17,15%	22,62%	20,75%	17,18%	21,16%	14,52%	10,71%	16,67%	0,00%
	3	18,76%	17,82%	19,55%	15,48%	18,03%	24,23%	17,06%	13,71%	17,86%	0,00%	0,00%
	4	14,87%	12,76%	16,67%	11,90%	20,07%	14,11%	13,99%	12,90%	0,00%	0,00%	0,00%
	5	7,26%	4,88%	9,29%	10,71%	9,18%	9,82%	2,73%	4,03%	7,14%	16,67%	0,00%
	6 (molta fiducia)	2,33%	0,94%	3,53%	2,38%	2,38%	2,15%	2,05%	2,42%	7,14%	0,00%	0,00%
	non risponde	12,71%	13,32%	12,18%	2,38%	7,48%	11,04%	15,70%	24,19%	32,14%	0,00%	100,00%
Periodici provinciali/locali (settimanali/ mensili)	1 (nessuna fiducia)	28,09%	30,58%	25,96%	35,71%	28,91%	23,93%	29,35%	29,84%	25,00%	33,33%	0,00%
	2	20,48%	21,58%	19,55%	23,81%	19,73%	19,63%	24,23%	13,71%	17,86%	33,33%	0,00%
	3	18,84%	17,82%	19,71%	13,10%	19,39%	26,07%	13,65%	17,74%	7,14%	16,67%	0,00%
	4	13,22%	12,38%	13,94%	19,05%	15,99%	11,04%	13,31%	9,68%	10,71%	0,00%	0,00%
	5	5,19%	3,19%	6,89%	3,57%	7,14%	6,75%	2,73%	3,23%	3,57%	16,67%	0,00%
	6 (molta fiducia)	1,64%	0,94%	2,24%	2,38%	1,36%	2,15%	1,02%	0,81%	7,14%	0,00%	0,00%
	non risponde	12,53%	13,51%	11,70%	2,38%	7,48%	10,43%	15,70%	25,00%	28,57%	0,00%	100,00%
Portali di informazione online	1 (nessuna fiducia)	12,79%	13,70%	12,02%	23,81%	8,84%	10,43%	12,29%	16,13%	28,57%	66,67%	0,00%
	2	12,62%	14,63%	10,90%	15,48%	13,27%	9,20%	14,33%	12,90%	17,86%	16,67%	0,00%
	3	19,79%	18,20%	21,15%	20,24%	20,41%	24,23%	16,72%	16,94%	10,71%	0,00%	0,00%
	4	24,46%	24,02%	24,84%	19,05%	27,89%	23,31%	26,62%	20,97%	14,29%	16,67%	0,00%
	5	14,52%	14,26%	14,74%	16,67%	16,33%	16,56%	10,24%	14,52%	14,29%	0,00%	0,00%
	6 (molta fiducia)	6,14%	5,07%	7,05%	2,38%	7,14%	8,59%	5,80%	1,61%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	9,68%	10,13%	9,29%	2,38%	6,12%	7,67%	13,99%	16,94%	10,71%	0,00%	100,00%
Portali di informazione locale online	1 (nessuna fiducia)	18,41%	18,57%	18,27%	23,81%	13,61%	16,26%	20,82%	20,97%	28,57%	83,33%	0,00%
	2	17,20%	18,20%	16,35%	20,24%	17,69%	16,87%	14,33%	20,97%	21,43%	16,67%	0,00%
	3	21,09%	22,70%	19,71%	19,05%	21,77%	21,78%	22,18%	19,35%	14,29%	0,00%	0,00%
	4	17,29%	14,82%	19,39%	17,86%	21,09%	16,56%	19,45%	8,06%	7,14%	0,00%	0,00%
	5	11,67%	11,63%	11,70%	13,10%	16,33%	13,50%	6,48%	9,68%	3,57%	0,00%	0,00%
	6 (molta fiducia)	3,11%	2,25%	3,85%	3,57%	2,72%	4,60%	2,73%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	11,24%	11,82%	10,74%	2,38%	6,80%	10,43%	13,99%	19,35%	25,00%	0,00%	100,00%
Portali di controllo informazione online	1 (nessuna fiducia)	25,24%	27,58%	23,24%	32,14%	23,47%	22,39%	26,28%	26,61%	28,57%	83,33%	0,00%
	2	16,77%	17,64%	16,03%	16,67%	18,71%	15,95%	13,99%	20,16%	21,43%	16,67%	0,00%
	3	17,89%	16,32%	19,23%	16,67%	19,39%	19,33%	17,75%	16,13%	3,57%	0,00%	0,00%
	4	15,13%	14,63%	15,54%	19,05%	15,99%	15,64%	16,38%	8,87%	7,14%	0,00%	0,00%
	5	10,46%	10,32%	10,58%	7,14%	12,59%	12,58%	7,51%	9,68%	10,71%	0,00%	0,00%
	6 (molta fiducia)	3,63%	2,25%	4,81%	5,95%	2,72%	4,60%	3,75%	1,61%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	10,89%	11,26%	10,58%	2,38%	7,14%	9,51%	14,33%	16,94%	25,00%	0,00%	100,00%
Portali di controllo informazione locale online	1 (nessuna fiducia)	28,78%	30,39%	27,40%	32,14%	27,55%	24,23%	31,40%	28,23%	46,43%	100,00%	0,00%
	2	18,32%	19,14%	17,63%	20,24%	18,37%	18,10%	16,72%	23,39%	14,29%	0,00%	0,00%
	3	16,42%	15,38%	17,31%	14,29%	17,35%	18,10%	16,38%	14,52%	7,14%	0,00%	0,00%
	4	12,62%	12,01%	13,14%	16,67%	13,95%	14,11%	12,29%	7,26%	0,00%	0,00%	0,00%
	5	8,73%	8,26%	9,13%	9,52%	12,59%	10,74%	4,10%	6,45%	3,57%	0,00%	0,00%
	6 (molta fiducia)	3,03%	2,25%	3,69%	4,76%	2,72%	3,68%	3,07%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	12,10%	12,57%	11,70%	2,38%	7,48%	11,04%	16,04%	18,55%	28,57%	0,00%	100,00%

7. Quali sono le fonti di informazione di cui ti fidi di più?

Si valutino le alternative in base al livello di fiducia attribuito a ciascuna fonte. (SEGUE 4 di 5)

Livello di fiducia	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Siti Internet dei partiti	1 (nessuna fiducia)	43,47%	45,40%	41,83%	45,24%	39,12%	44,17%	43,34%	46,77%	53,57%	100,00%	0,00%
	2	17,11%	17,07%	17,15%	26,19%	19,39%	16,56%	17,75%	8,87%	7,14%	0,00%	0,00%
	3	15,47%	13,51%	17,15%	13,10%	18,71%	15,95%	13,99%	16,13%	0,00%	0,00%	0,00%
	4	7,00%	7,32%	6,73%	9,52%	9,52%	6,13%	5,80%	4,84%	7,14%	0,00%	0,00%
	5	3,80%	3,56%	4,01%	2,38%	4,08%	5,52%	2,39%	2,42%	7,14%	0,00%	0,00%
	6 (molta fiducia)	1,30%	1,13%	1,44%	1,19%	2,38%	1,23%	0,68%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	11,84%	12,01%	11,70%	2,38%	6,80%	10,43%	16,04%	20,16%	25,00%	0,00%	100,00%
Blog	1 (nessuna fiducia)	29,39%	31,14%	27,88%	28,57%	27,55%	22,09%	31,74%	41,13%	50,00%	83,33%	0,00%
	2	17,11%	16,70%	17,47%	16,67%	19,05%	19,94%	15,70%	12,90%	3,57%	0,00%	0,00%
	3	19,01%	18,01%	19,87%	26,19%	22,11%	20,86%	16,04%	12,10%	7,14%	16,67%	0,00%
	4	14,87%	14,82%	14,90%	13,10%	14,63%	17,18%	15,70%	10,48%	10,71%	0,00%	0,00%
	5	5,96%	6,00%	5,93%	8,33%	7,48%	7,98%	3,41%	3,23%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta fiducia)	2,51%	1,13%	3,69%	4,76%	3,06%	2,45%	1,71%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	11,15%	12,20%	10,26%	2,38%	6,12%	9,51%	15,70%	17,74%	28,57%	0,00%	100,00%
Forum di discussione	1 (nessuna fiducia)	29,30%	31,52%	27,40%	33,33%	29,59%	21,47%	30,72%	34,68%	57,14%	83,33%	0,00%
	2	18,24%	15,76%	20,35%	17,86%	20,75%	22,70%	14,68%	12,10%	10,71%	0,00%	0,00%
	3	16,16%	15,38%	16,83%	19,05%	16,67%	16,26%	17,75%	12,10%	3,57%	16,67%	0,00%
	4	14,52%	16,32%	12,98%	15,48%	14,29%	16,56%	13,65%	14,52%	3,57%	0,00%	0,00%
	5	7,17%	5,63%	8,49%	7,14%	6,80%	11,04%	5,46%	3,23%	3,57%	0,00%	0,00%
	6 (molta fiducia)	3,54%	3,19%	3,85%	4,76%	5,10%	2,76%	3,41%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	11,06%	12,20%	10,10%	2,38%	6,80%	9,20%	14,33%	20,97%	21,43%	0,00%	100,00%
Facebook	1 (nessuna fiducia)	21,18%	22,70%	19,87%	22,62%	18,03%	14,11%	25,60%	29,03%	39,29%	83,33%	0,00%
	2	16,51%	15,95%	16,99%	11,90%	23,81%	19,02%	13,31%	6,45%	7,14%	0,00%	0,00%
	3	19,79%	20,08%	19,55%	14,29%	21,09%	21,47%	18,43%	24,19%	3,57%	0,00%	0,00%
	4	14,69%	14,07%	15,22%	10,71%	14,97%	15,64%	16,04%	11,29%	17,86%	0,00%	0,00%
	5	10,11%	10,32%	9,94%	21,43%	8,84%	10,12%	8,87%	7,26%	17,86%	0,00%	0,00%
	6 (molta fiducia)	8,90%	7,88%	9,78%	16,67%	9,18%	11,35%	4,78%	8,06%	0,00%	16,67%	0,00%
	non risponde	8,82%	9,01%	8,65%	2,38%	4,08%	8,28%	12,97%	13,71%	14,29%	0,00%	100,00%
Twitter	1 (nessuna fiducia)	41,23%	40,53%	41,83%	47,62%	37,07%	34,97%	43,34%	51,61%	60,71%	100,00%	0,00%
	2	13,05%	12,95%	13,14%	19,05%	17,35%	15,03%	9,56%	5,65%	0,00%	0,00%	0,00%
	3	14,09%	15,20%	13,14%	14,29%	16,67%	14,72%	11,60%	15,32%	3,57%	0,00%	0,00%
	4	10,37%	10,32%	10,42%	7,14%	12,93%	10,74%	12,29%	1,61%	10,71%	0,00%	0,00%
	5	6,91%	6,57%	7,21%	3,57%	4,42%	12,88%	5,80%	4,03%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta fiducia)	2,77%	2,44%	3,04%	5,95%	4,08%	1,84%	2,05%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	11,58%	12,01%	11,22%	2,38%	7,48%	9,82%	15,36%	19,35%	25,00%	0,00%	100,00%
Youtube	1 (nessuna fiducia)	24,37%	24,39%	24,36%	20,24%	18,71%	18,71%	30,03%	36,29%	35,71%	100,00%	0,00%
	2	15,30%	13,32%	16,99%	8,33%	18,37%	17,48%	13,99%	11,29%	14,29%	0,00%	0,00%
	3	20,48%	20,83%	20,19%	23,81%	21,43%	20,55%	18,77%	23,39%	10,71%	0,00%	0,00%
	4	15,99%	15,38%	16,51%	17,86%	22,45%	18,40%	11,95%	4,84%	10,71%	0,00%	0,00%
	5	7,69%	9,94%	5,77%	15,48%	8,50%	8,90%	5,80%	4,03%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta fiducia)	4,67%	4,50%	4,81%	11,90%	4,76%	6,44%	2,73%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	11,50%	11,63%	11,38%	2,38%	5,78%	9,51%	16,72%	19,35%	28,57%	0,00%	100,00%

7. Quali sono le fonti di informazione di cui ti fidi di più?

Si valutino le alternative in base al livello di fiducia attribuito a ciascuna fonte. (SEGUE 5 di 5)

Livello di fiducia	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Reddit	1 (nessuna fiducia)	55,49%	55,91%	55,13%	55,95%	55,44%	49,69%	58,02%	62,10%	60,71%	100,00%	0,00%
	2	10,03%	9,01%	10,90%	11,90%	12,59%	10,12%	9,22%	6,45%	3,57%	0,00%	0,00%
	3	10,03%	10,13%	9,94%	14,29%	11,22%	12,88%	7,17%	5,65%	3,57%	0,00%	0,00%
	4	5,10%	5,25%	4,97%	10,71%	5,78%	5,83%	4,10%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	5	3,80%	3,56%	4,01%	2,38%	5,10%	7,06%	0,68%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta fiducia)	0,86%	1,31%	0,48%	3,57%	0,34%	1,23%	0,68%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	14,69%	14,82%	14,58%	1,19%	9,52%	13,19%	20,14%	22,58%	32,14%	0,00%	100,00%
Aggregatori di notizie/Motori di ricerca su Internet	1 (nessuna fiducia)	17,03%	17,82%	16,35%	14,29%	14,97%	12,27%	20,48%	23,39%	25,00%	83,33%	0,00%
	2	14,00%	12,95%	14,90%	11,90%	14,97%	14,72%	14,33%	10,48%	17,86%	0,00%	0,00%
	3	18,84%	19,32%	18,43%	26,19%	19,39%	19,63%	17,06%	16,94%	14,29%	0,00%	0,00%
	4	18,76%	20,64%	17,15%	21,43%	21,77%	19,33%	17,41%	14,52%	7,14%	16,67%	0,00%
	5	13,14%	10,51%	15,38%	11,90%	15,65%	16,26%	9,22%	10,48%	10,71%	0,00%	0,00%
	6 (molta fiducia)	7,00%	6,38%	7,53%	11,90%	7,14%	8,28%	5,80%	4,84%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	11,24%	12,38%	10,26%	2,38%	6,12%	9,51%	15,70%	19,35%	25,00%	0,00%	100,00%
Passaparola tra amici/conoscenti	1 (nessuna fiducia)	14,61%	16,32%	13,14%	16,67%	15,31%	12,27%	15,36%	14,52%	14,29%	50,00%	0,00%
	2	15,90%	15,01%	16,67%	20,24%	15,99%	16,26%	15,70%	12,90%	17,86%	0,00%	0,00%
	3	21,52%	22,33%	20,83%	16,67%	23,13%	24,54%	21,16%	17,74%	7,14%	16,67%	0,00%
	4	17,72%	17,26%	18,11%	17,86%	21,09%	18,71%	15,02%	16,94%	7,14%	0,00%	0,00%
	5	12,36%	11,07%	13,46%	11,90%	13,27%	12,27%	11,60%	12,90%	14,29%	0,00%	0,00%
	6 (molta fiducia)	7,17%	6,57%	7,69%	13,10%	6,12%	7,67%	5,12%	7,26%	14,29%	16,67%	0,00%
	non risponde	10,72%	11,44%	10,10%	3,57%	5,10%	8,28%	16,04%	17,74%	25,00%	16,67%	100,00%
Fonti istituzionali (gov.it; regione.it; ...)	1 (nessuna fiducia)	27,57%	28,89%	26,44%	33,33%	23,13%	29,75%	27,99%	28,23%	25,00%	33,33%	0,00%
	2	14,61%	12,76%	16,19%	21,43%	15,99%	13,50%	13,31%	11,29%	14,29%	50,00%	0,00%
	3	13,31%	13,70%	12,98%	13,10%	13,95%	13,80%	12,63%	13,71%	10,71%	0,00%	0,00%
	4	13,40%	14,26%	12,66%	11,90%	18,71%	13,19%	9,90%	13,71%	3,57%	0,00%	0,00%
	5	11,06%	11,26%	10,90%	10,71%	12,24%	14,11%	9,56%	4,03%	14,29%	0,00%	0,00%
	6 (molta fiducia)	5,27%	4,69%	5,77%	5,95%	3,40%	3,37%	7,51%	8,87%	7,14%	0,00%	0,00%
	non risponde	14,78%	14,45%	15,06%	3,57%	12,59%	12,27%	19,11%	20,16%	25,00%	16,67%	100,00%
Un/una giornalista in particolare	1 (nessuna fiducia)	29,99%	31,14%	29,01%	35,71%	31,63%	32,52%	25,26%	29,03%	25,00%	16,67%	0,00%
	2	12,45%	12,01%	12,82%	15,48%	13,27%	13,50%	11,60%	10,48%	3,57%	0,00%	0,00%
	3	13,83%	12,38%	15,06%	14,29%	17,01%	11,04%	11,60%	16,13%	21,43%	33,33%	0,00%
	4	11,75%	12,95%	10,74%	9,52%	10,88%	12,27%	13,99%	9,68%	7,14%	16,67%	0,00%
	5	11,93%	13,13%	10,90%	14,29%	11,22%	11,66%	13,65%	8,87%	14,29%	0,00%	0,00%
	6 (molta fiducia)	8,64%	6,38%	10,58%	7,14%	8,84%	8,90%	8,53%	8,06%	7,14%	33,33%	0,00%
	non risponde	11,41%	12,01%	10,90%	3,57%	7,14%	10,12%	15,36%	17,74%	21,43%	0,00%	100,00%
Altro	1 (nessuna fiducia)	10,63%	12,20%	9,29%	4,76%	10,88%	13,80%	10,24%	8,87%	3,57%	0,00%	0,00%
	2	1,64%	1,31%	1,92%	0,00%	2,72%	3,07%	0,00%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	3	1,90%	2,25%	1,60%	0,00%	4,08%	2,15%	0,68%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	4	1,38%	1,50%	1,28%	1,19%	1,36%	1,84%	1,02%	0,81%	3,57%	0,00%	0,00%
	5	1,21%	0,75%	1,60%	0,00%	2,38%	1,53%	0,68%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta fiducia)	1,64%	1,88%	1,44%	1,19%	2,38%	2,45%	0,68%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%
	non risponde	81,59%	80,11%	82,85%	92,86%	76,19%	75,15%	86,69%	88,71%	92,86%	100,00%	50,00%

8. Quali sono le fonti di informazione in cui credi di più?

Si valutino le alternative in base al livello di credibilità attribuito a ciascuna fonte. (1 di 5)

Livello di credibilità	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Tv nazionali pubbliche	1 (nessuna credibilità)	9,08%	9,94%	8,33%	14,29%	10,54%	10,43%	8,87%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	2	11,84%	13,70%	10,26%	20,24%	11,56%	11,66%	10,58%	8,87%	14,29%	33,33%	0,00%
	3	15,73%	14,82%	16,51%	9,52%	13,61%	19,02%	16,72%	16,94%	7,14%	0,00%	0,00%
	4	21,35%	21,20%	21,47%	14,29%	25,51%	19,63%	19,45%	22,58%	35,71%	0,00%	50,00%
	5	17,72%	18,57%	16,99%	20,24%	20,41%	15,34%	17,75%	16,13%	21,43%	0,00%	0,00%
	6 (molta credibilità)	17,80%	14,26%	20,83%	20,24%	14,97%	16,56%	19,45%	20,16%	17,86%	66,67%	0,00%
	non risponde	6,48%	7,50%	5,61%	1,19%	3,40%	7,36%	7,17%	13,71%	3,57%	0,00%	50,00%
Tv Nazionali private	1 (nessuna credibilità)	15,82%	15,20%	16,35%	21,43%	15,99%	13,50%	15,70%	20,97%	7,14%	0,00%	0,00%
	2	16,34%	17,26%	15,54%	21,43%	16,67%	17,18%	13,31%	16,13%	21,43%	16,67%	0,00%
	3	17,46%	17,26%	17,63%	13,10%	18,71%	20,25%	16,72%	14,52%	10,71%	0,00%	0,00%
	4	19,53%	20,64%	18,59%	17,86%	24,15%	18,71%	18,43%	13,71%	21,43%	16,67%	50,00%
	5	12,45%	11,82%	12,98%	8,33%	12,59%	12,88%	12,97%	12,10%	17,86%	0,00%	0,00%
	6 (molta credibilità)	8,56%	7,13%	9,78%	15,48%	5,78%	6,44%	10,92%	6,45%	14,29%	66,67%	0,00%
	non risponde	9,85%	10,69%	9,13%	2,38%	6,12%	11,04%	11,95%	16,13%	7,14%	0,00%	50,00%
Tv regionali	1 (nessuna credibilità)	14,00%	16,51%	11,86%	23,81%	14,29%	13,19%	13,65%	11,29%	7,14%	16,67%	0,00%
	2	13,48%	14,63%	12,50%	7,14%	12,59%	15,64%	12,97%	15,32%	14,29%	16,67%	0,00%
	3	22,21%	20,64%	23,56%	26,19%	24,49%	26,07%	17,41%	18,55%	14,29%	0,00%	0,00%
	4	18,50%	18,20%	18,75%	13,10%	23,81%	16,26%	19,45%	14,52%	17,86%	0,00%	0,00%
	5	13,66%	12,38%	14,74%	10,71%	14,63%	13,19%	12,97%	14,52%	25,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta credibilità)	7,26%	5,25%	8,97%	16,67%	4,42%	4,29%	8,53%	8,06%	14,29%	66,67%	0,00%
	non risponde	10,89%	12,38%	9,62%	2,38%	5,78%	11,35%	15,02%	17,74%	7,14%	0,00%	100,00%
Tv provinciali/locali	1 (nessuna credibilità)	20,66%	21,95%	19,55%	23,81%	20,75%	19,33%	21,50%	20,16%	21,43%	16,67%	0,00%
	2	17,98%	18,01%	17,95%	16,67%	16,33%	20,55%	17,06%	18,55%	17,86%	16,67%	0,00%
	3	20,74%	21,20%	20,35%	33,33%	24,15%	20,25%	16,04%	17,74%	21,43%	0,00%	0,00%
	4	16,94%	15,95%	17,79%	13,10%	20,75%	17,18%	16,38%	14,52%	3,57%	16,67%	0,00%
	5	6,57%	5,63%	7,37%	5,95%	8,16%	7,36%	5,80%	4,03%	3,57%	0,00%	0,00%
	6 (molta credibilità)	4,93%	3,94%	5,77%	4,76%	3,06%	4,29%	6,14%	4,03%	14,29%	50,00%	0,00%
	non risponde	12,19%	13,32%	11,22%	2,38%	6,80%	11,04%	17,06%	20,97%	17,86%	0,00%	100,00%
Radio nazionali	1 (nessuna credibilità)	14,61%	16,14%	13,30%	26,19%	17,35%	11,35%	12,97%	12,90%	10,71%	33,33%	0,00%
	2	13,48%	13,32%	13,62%	15,48%	11,22%	15,03%	14,33%	12,10%	14,29%	0,00%	0,00%
	3	18,50%	18,39%	18,59%	22,62%	17,35%	19,02%	16,38%	22,58%	21,43%	0,00%	0,00%
	4	20,83%	18,95%	22,44%	20,24%	25,85%	21,78%	19,80%	13,71%	3,57%	16,67%	0,00%
	5	14,52%	14,26%	14,74%	8,33%	15,99%	15,64%	13,65%	12,90%	25,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta credibilità)	6,31%	5,63%	6,89%	4,76%	5,10%	5,21%	7,85%	6,45%	10,71%	50,00%	0,00%
	non risponde	11,75%	13,32%	10,42%	2,38%	7,14%	11,96%	15,02%	19,35%	14,29%	0,00%	100,00%
Radio regionali	1 (nessuna credibilità)	19,01%	20,83%	17,47%	32,14%	20,07%	16,87%	18,09%	19,35%	3,57%	16,67%	0,00%
	2	17,63%	17,82%	17,47%	20,24%	15,65%	19,33%	20,14%	12,90%	10,71%	0,00%	0,00%
	3	20,22%	20,83%	19,71%	19,05%	18,37%	21,78%	18,43%	22,58%	35,71%	16,67%	0,00%
	4	18,32%	16,32%	20,03%	13,10%	25,17%	17,48%	16,38%	13,71%	10,71%	33,33%	0,00%
	5	8,64%	7,69%	9,46%	10,71%	10,54%	9,82%	6,14%	5,65%	10,71%	0,00%	0,00%
	6 (molta credibilità)	3,37%	2,81%	3,85%	2,38%	3,40%	2,15%	4,10%	2,42%	10,71%	33,33%	0,00%
	non risponde	12,79%	13,70%	12,02%	2,38%	6,80%	12,58%	16,72%	23,39%	17,86%	0,00%	100,00%

8. Quali sono le fonti di informazione in cui credi di più?

Si valutino le alternative in base al livello di credibilità attribuito a ciascuna fonte. (SEGUE 2 di 5)

Livello di credibilità	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Radio provinciali/ locali	1 (nessuna credibilità)	24,46%	25,70%	23,40%	38,10%	24,15%	20,25%	25,26%	27,42%	17,86%	16,67%	0,00%
	2	17,55%	18,01%	17,15%	15,48%	16,33%	19,94%	18,09%	16,13%	10,71%	16,67%	0,00%
	3	21,87%	21,95%	21,79%	19,05%	23,13%	23,93%	21,16%	20,16%	14,29%	0,00%	0,00%
	4	14,61%	11,82%	16,99%	16,67%	19,73%	14,42%	12,29%	6,45%	14,29%	33,33%	0,00%
	5	5,62%	6,38%	4,97%	4,76%	6,12%	7,36%	3,07%	4,84%	14,29%	0,00%	0,00%
	6 (molta credibilità)	2,94%	2,25%	3,53%	3,57%	3,74%	1,84%	2,05%	3,23%	7,14%	33,33%	0,00%
	non risponde	12,96%	13,88%	12,18%	2,38%	6,80%	12,27%	18,09%	21,77%	21,43%	0,00%	100,00%
Free Press	1 (nessuna credibilità)	28,87%	29,08%	28,69%	52,38%	27,21%	23,31%	29,35%	30,65%	25,00%	50,00%	0,00%
	2	18,32%	17,64%	18,91%	16,67%	19,39%	16,87%	18,77%	19,35%	25,00%	0,00%	0,00%
	3	18,06%	18,76%	17,47%	15,48%	19,73%	22,09%	15,70%	11,29%	17,86%	16,67%	0,00%
	4	13,48%	13,70%	13,30%	5,95%	16,33%	15,64%	11,95%	8,87%	17,86%	16,67%	0,00%
	5	5,01%	4,32%	5,61%	4,76%	6,46%	5,21%	4,44%	4,03%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta credibilità)	3,46%	3,00%	3,85%	2,38%	3,74%	4,29%	3,07%	2,42%	0,00%	16,67%	0,00%
	non risponde	12,79%	13,51%	12,18%	2,38%	7,14%	12,58%	16,72%	23,39%	14,29%	0,00%	100,00%
Quotidiani nazionali	1 (nessuna credibilità)	14,00%	15,01%	13,14%	25,00%	11,56%	12,58%	12,97%	17,74%	17,86%	16,67%	0,00%
	2	11,75%	11,63%	11,86%	13,10%	14,29%	11,35%	11,26%	8,87%	3,57%	16,67%	0,00%
	3	19,36%	19,14%	19,55%	20,24%	20,07%	18,40%	18,43%	19,35%	32,14%	16,67%	0,00%
	4	21,52%	22,14%	20,99%	22,62%	23,81%	21,78%	22,87%	15,32%	10,71%	0,00%	0,00%
	5	15,56%	14,07%	16,83%	16,67%	17,35%	14,72%	15,36%	10,48%	28,57%	16,67%	0,00%
	6 (molta credibilità)	8,38%	6,75%	9,78%	1,19%	8,50%	10,12%	8,87%	8,06%	0,00%	33,33%	0,00%
	non risponde	9,42%	11,26%	7,85%	1,19%	4,42%	11,04%	10,24%	20,16%	7,14%	0,00%	100,00%
Quotidiani regionali	1 (nessuna credibilità)	17,20%	18,57%	16,03%	29,76%	17,69%	13,80%	16,04%	18,55%	21,43%	16,67%	0,00%
	2	15,82%	17,26%	14,58%	16,67%	14,29%	16,26%	17,75%	16,13%	3,57%	16,67%	0,00%
	3	19,10%	18,76%	19,39%	17,86%	21,43%	19,33%	18,43%	13,71%	32,14%	0,00%	0,00%
	4	19,36%	18,76%	19,87%	16,67%	22,79%	20,25%	17,75%	16,13%	10,71%	33,33%	0,00%
	5	11,41%	9,94%	12,66%	15,48%	12,24%	10,12%	10,92%	8,87%	21,43%	16,67%	0,00%
	6 (molta credibilità)	4,93%	3,00%	6,57%	1,19%	5,10%	7,67%	3,75%	3,23%	0,00%	16,67%	0,00%
	non risponde	12,19%	13,70%	10,90%	2,38%	6,46%	12,58%	15,36%	23,39%	10,71%	0,00%	100,00%
Quotidiani provinciali/locali	1 (nessuna credibilità)	21,00%	22,14%	20,03%	30,95%	19,05%	17,48%	21,84%	25,81%	25,00%	16,67%	0,00%
	2	17,29%	18,01%	16,67%	16,67%	19,73%	17,79%	17,41%	12,10%	10,71%	16,67%	0,00%
	3	21,69%	20,26%	22,92%	20,24%	23,81%	21,78%	21,50%	19,35%	21,43%	0,00%	0,00%
	4	16,08%	15,20%	16,83%	14,29%	20,41%	17,48%	11,95%	11,29%	17,86%	50,00%	0,00%
	5	7,69%	6,75%	8,49%	11,90%	5,78%	10,74%	6,14%	5,65%	7,14%	0,00%	0,00%
	6 (molta credibilità)	3,28%	2,44%	4,01%	3,57%	4,08%	3,07%	3,41%	1,61%	0,00%	16,67%	0,00%
	non risponde	12,96%	15,20%	11,06%	2,38%	7,14%	11,66%	17,75%	24,19%	17,86%	0,00%	100,00%
Periodici nazionali (settimanali/ mensili)	1 (nessuna credibilità)	18,15%	20,26%	16,35%	29,76%	19,05%	16,87%	18,43%	12,10%	14,29%	16,67%	0,00%
	2	15,21%	16,32%	14,26%	17,86%	17,01%	15,34%	12,63%	15,32%	14,29%	16,67%	0,00%
	3	20,05%	18,76%	21,15%	20,24%	19,39%	20,86%	21,16%	17,74%	17,86%	16,67%	0,00%
	4	18,24%	14,63%	21,31%	16,67%	21,77%	18,10%	16,04%	16,94%	17,86%	16,67%	0,00%
	5	10,89%	11,44%	10,42%	11,90%	10,54%	11,04%	10,24%	10,48%	17,86%	16,67%	0,00%
	6 (molta credibilità)	4,32%	3,38%	5,13%	1,19%	5,10%	5,21%	4,10%	3,23%	0,00%	16,67%	0,00%
	non risponde	13,14%	15,20%	11,38%	2,38%	7,14%	12,58%	17,41%	24,19%	17,86%	0,00%	100,00%

8. Quali sono le fonti di informazione in cui credi di più?

Si valutino le alternative in base al livello di credibilità attribuito a ciascuna fonte. (SEGUE 3 di 5)

	Livello di credibilità	Totale	Sesso		Età							
			Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
Periodici regionali (settimanali/ mensili)	1 (nessuna credibilità)	20,74%	23,83%	18,11%	30,95%	19,73%	16,56%	23,89%	20,97%	14,29%	33,33%	0,00%
	2	18,24%	19,89%	16,83%	17,86%	17,01%	19,94%	18,77%	17,74%	10,71%	16,67%	0,00%
	3	19,45%	18,39%	20,35%	25,00%	22,11%	19,94%	17,06%	15,32%	14,29%	16,67%	0,00%
	4	16,85%	14,63%	18,75%	11,90%	22,79%	17,79%	12,63%	14,52%	14,29%	16,67%	0,00%
	5	8,73%	5,82%	11,22%	11,90%	8,50%	9,82%	8,19%	4,84%	10,71%	16,67%	0,00%
	6 (molta credibilità)	2,07%	1,31%	2,72%	0,00%	2,04%	3,07%	1,37%	2,42%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	13,92%	16,14%	12,02%	2,38%	7,82%	12,88%	18,09%	24,19%	32,14%	0,00%	100,00%
Periodici provinciali/locali (settimanali/ mensili)	1 (nessuna credibilità)	23,94%	26,64%	21,63%	33,33%	23,47%	20,86%	25,94%	20,97%	32,14%	16,67%	0,00%
	2	21,09%	22,51%	19,87%	23,81%	20,75%	20,86%	22,87%	19,35%	10,71%	16,67%	0,00%
	3	18,41%	16,89%	19,71%	15,48%	24,15%	19,63%	13,99%	14,52%	14,29%	33,33%	0,00%
	4	15,82%	13,13%	18,11%	16,67%	16,33%	17,18%	13,31%	16,94%	14,29%	16,67%	0,00%
	5	5,53%	4,32%	6,57%	7,14%	6,46%	6,75%	4,44%	1,61%	3,57%	16,67%	0,00%
	6 (molta credibilità)	1,47%	0,94%	1,92%	1,19%	1,36%	2,15%	1,02%	0,81%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	13,74%	15,57%	12,18%	2,38%	7,48%	12,58%	18,43%	25,81%	21,43%	0,00%	100,00%
Portali di informazione online	1 (nessuna credibilità)	11,67%	12,95%	10,58%	20,24%	8,84%	7,67%	9,90%	21,77%	28,57%	50,00%	0,00%
	2	10,80%	10,51%	11,06%	15,48%	10,54%	11,04%	10,92%	6,45%	10,71%	33,33%	0,00%
	3	22,73%	23,64%	21,96%	19,05%	23,13%	22,39%	23,55%	25,81%	17,86%	0,00%	0,00%
	4	22,39%	22,14%	22,60%	28,57%	28,23%	19,33%	23,21%	12,90%	14,29%	16,67%	0,00%
	5	15,56%	14,82%	16,19%	11,90%	18,37%	19,02%	13,99%	8,06%	10,71%	0,00%	0,00%
	6 (molta credibilità)	5,45%	3,94%	6,73%	2,38%	5,10%	9,82%	4,10%	0,81%	0,00%	0,00%	50,00%
	non risponde	11,41%	12,01%	10,90%	2,38%	5,78%	10,74%	14,33%	24,19%	17,86%	0,00%	50,00%
Portali di informazione locale online	1 (nessuna credibilità)	18,06%	18,76%	17,47%	27,38%	13,27%	15,95%	18,09%	23,39%	35,71%	50,00%	0,00%
	2	13,05%	12,57%	13,46%	17,86%	11,22%	12,58%	13,31%	12,10%	21,43%	33,33%	0,00%
	3	22,73%	23,26%	22,28%	14,29%	24,15%	24,23%	24,91%	21,77%	3,57%	0,00%	0,00%
	4	20,05%	19,51%	20,51%	23,81%	28,91%	18,71%	17,75%	9,68%	3,57%	16,67%	0,00%
	5	9,94%	9,38%	10,42%	10,71%	13,27%	9,51%	7,51%	8,87%	10,71%	0,00%	0,00%
	6 (molta credibilità)	3,72%	2,44%	4,81%	2,38%	2,72%	8,28%	1,71%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	12,45%	14,07%	11,06%	3,57%	6,46%	10,74%	16,72%	23,39%	25,00%	0,00%	100,00%
Portali di controllo informazione online	1 (nessuna credibilità)	23,60%	26,27%	21,31%	35,71%	23,13%	19,63%	23,21%	23,39%	32,14%	83,33%	0,00%
	2	16,85%	16,32%	17,31%	17,86%	18,03%	16,56%	14,68%	16,13%	32,14%	16,67%	0,00%
	3	18,58%	18,57%	18,59%	15,48%	19,05%	20,25%	20,14%	16,13%	3,57%	0,00%	0,00%
	4	14,87%	13,88%	15,71%	20,24%	18,37%	13,80%	12,97%	12,90%	7,14%	0,00%	0,00%
	5	10,46%	9,57%	11,22%	8,33%	12,93%	11,96%	8,87%	8,06%	3,57%	0,00%	0,00%
	6 (molta credibilità)	3,37%	2,63%	4,01%	0,00%	1,36%	6,44%	4,10%	0,81%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	12,27%	12,76%	11,86%	2,38%	7,14%	11,35%	16,04%	22,58%	17,86%	0,00%	100,00%
Portali di controllo informazione locale online	1 (nessuna credibilità)	27,31%	28,33%	26,44%	34,52%	24,83%	23,93%	27,99%	29,84%	39,29%	100,00%	0,00%
	2	16,59%	17,45%	15,87%	16,67%	15,99%	15,64%	17,41%	17,74%	25,00%	0,00%	0,00%
	3	18,41%	16,51%	20,03%	21,43%	21,77%	21,47%	15,02%	12,10%	7,14%	0,00%	0,00%
	4	12,96%	11,63%	14,10%	17,86%	15,99%	13,80%	11,26%	8,06%	0,00%	0,00%	0,00%
	5	8,21%	8,26%	8,17%	7,14%	11,56%	7,06%	6,48%	8,87%	7,14%	0,00%	0,00%
	6 (molta credibilità)	3,03%	3,19%	2,88%	0,00%	1,70%	4,91%	4,10%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	13,48%	14,63%	12,50%	2,38%	8,16%	13,19%	17,75%	21,77%	21,43%	0,00%	100,00%

8. Quali sono le fonti di informazione in cui credi di più?

Si valutino le alternative in base al livello di credibilità attribuito a ciascuna fonte. (SEGUE 4 di 5)

Livello di credibilità	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Siti Internet dei partiti	1 (nessuna credibilità)	41,23%	41,65%	40,87%	53,57%	41,16%	38,96%	39,25%	38,71%	53,57%	100,00%	0,00%
	2	16,42%	16,51%	16,35%	15,48%	15,31%	17,18%	19,11%	14,52%	7,14%	0,00%	0,00%
	3	15,30%	14,63%	15,87%	15,48%	18,71%	15,34%	12,29%	16,94%	7,14%	0,00%	0,00%
	4	9,51%	8,82%	10,10%	9,52%	14,63%	8,90%	7,17%	4,84%	10,71%	0,00%	0,00%
	5	3,28%	3,56%	3,04%	3,57%	1,36%	5,52%	2,73%	2,42%	7,14%	0,00%	0,00%
	6 (molta credibilità)	1,04%	0,75%	1,28%	0,00%	2,04%	0,92%	1,02%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	13,22%	14,07%	12,50%	2,38%	6,80%	13,19%	18,43%	22,58%	14,29%	0,00%	100,00%
Blog	1 (nessuna credibilità)	29,73%	28,33%	30,93%	34,52%	26,53%	24,23%	32,42%	35,48%	50,00%	83,33%	0,00%
	2	15,90%	17,26%	14,74%	11,90%	16,67%	17,48%	15,02%	18,55%	3,57%	0,00%	0,00%
	3	16,77%	16,14%	17,31%	28,57%	19,39%	17,18%	13,65%	12,10%	7,14%	0,00%	0,00%
	4	15,99%	17,26%	14,90%	15,48%	20,75%	16,87%	15,36%	5,65%	10,71%	16,67%	0,00%
	5	6,31%	6,57%	6,09%	4,76%	6,80%	8,90%	5,80%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta credibilità)	2,16%	0,56%	3,53%	2,38%	3,06%	2,76%	1,37%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	13,14%	13,88%	12,50%	2,38%	6,80%	12,58%	16,38%	25,00%	28,57%	0,00%	100,00%
Forum di discussione	1 (nessuna credibilità)	28,44%	29,27%	27,72%	36,90%	26,53%	18,71%	33,11%	33,87%	53,57%	83,33%	0,00%
	2	15,64%	15,01%	16,19%	11,90%	14,97%	19,33%	15,70%	12,10%	10,71%	0,00%	0,00%
	3	20,40%	19,14%	21,47%	29,76%	25,85%	21,78%	13,99%	16,94%	7,14%	0,00%	0,00%
	4	13,40%	13,32%	13,46%	10,71%	15,99%	14,11%	11,95%	12,10%	7,14%	16,67%	0,00%
	5	6,91%	7,13%	6,73%	5,95%	7,14%	10,12%	6,14%	1,61%	3,57%	0,00%	0,00%
	6 (molta credibilità)	2,77%	2,81%	2,72%	2,38%	2,38%	3,99%	2,05%	3,23%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	12,45%	13,32%	11,70%	2,38%	7,14%	11,96%	17,06%	20,16%	17,86%	0,00%	100,00%
Facebook	1 (nessuna credibilità)	22,73%	25,33%	20,51%	23,81%	20,75%	15,03%	28,33%	25,81%	46,43%	83,33%	0,00%
	2	15,21%	14,63%	15,71%	20,24%	19,05%	16,26%	11,60%	10,48%	10,71%	0,00%	0,00%
	3	20,66%	19,32%	21,79%	23,81%	21,77%	23,31%	18,09%	20,16%	3,57%	0,00%	0,00%
	4	14,35%	14,82%	13,94%	8,33%	14,29%	15,95%	14,68%	12,90%	21,43%	0,00%	0,00%
	5	9,42%	8,44%	10,26%	15,48%	12,59%	7,98%	7,51%	6,45%	10,71%	0,00%	0,00%
	6 (molta credibilità)	6,74%	5,44%	7,85%	5,95%	6,80%	10,74%	4,10%	4,03%	0,00%	16,67%	0,00%
	non risponde	10,89%	12,01%	9,94%	2,38%	4,76%	10,74%	15,70%	20,16%	7,14%	0,00%	100,00%
Twitter	1 (nessuna credibilità)	39,67%	39,59%	39,74%	38,10%	38,44%	34,36%	40,61%	47,58%	67,86%	83,33%	0,00%
	2	12,10%	12,38%	11,86%	21,43%	13,61%	11,35%	11,60%	8,87%	0,00%	0,00%	0,00%
	3	13,92%	12,01%	15,54%	15,48%	19,73%	14,42%	10,24%	9,68%	3,57%	0,00%	0,00%
	4	11,84%	12,76%	11,06%	11,90%	12,24%	13,50%	12,63%	5,65%	10,71%	0,00%	0,00%
	5	7,09%	7,88%	6,41%	3,57%	5,78%	11,96%	6,14%	4,03%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta credibilità)	2,42%	1,69%	3,04%	7,14%	2,38%	3,37%	0,68%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	12,96%	13,70%	12,34%	2,38%	7,82%	11,04%	18,09%	22,58%	17,86%	16,67%	100,00%
Youtube	1 (nessuna credibilità)	23,85%	22,70%	24,84%	15,48%	17,69%	19,02%	30,38%	33,06%	46,43%	100,00%	0,00%
	2	14,69%	14,07%	15,22%	10,71%	16,67%	15,64%	15,02%	11,29%	10,71%	0,00%	0,00%
	3	19,88%	21,01%	18,91%	20,24%	25,17%	20,25%	16,04%	20,97%	0,00%	0,00%	0,00%
	4	14,52%	14,45%	14,58%	17,86%	17,01%	16,56%	12,63%	6,45%	14,29%	0,00%	0,00%
	5	8,90%	8,82%	8,97%	22,62%	12,24%	8,28%	5,80%	3,23%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta credibilità)	4,75%	4,13%	5,29%	10,71%	4,76%	7,36%	2,73%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	13,40%	14,82%	12,18%	2,38%	6,46%	12,88%	17,41%	25,00%	28,57%	0,00%	100,00%

8. Quali sono le fonti di informazione in cui credi di più?

Si valutino le alternative in base al livello di credibilità attribuito a ciascuna fonte. (SEGUE 5 di 5)

Livello di credibilità	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Reddit	1 (nessuna credibilità)	54,02%	52,53%	55,29%	58,33%	56,12%	49,08%	53,58%	58,06%	57,14%	100,00%	0,00%
	2	11,24%	10,88%	11,54%	11,90%	10,54%	14,42%	10,92%	7,26%	3,57%	0,00%	0,00%
	3	10,03%	10,88%	9,29%	14,29%	12,93%	11,04%	8,19%	4,84%	0,00%	0,00%	0,00%
	4	4,93%	5,25%	4,65%	5,95%	5,44%	5,52%	4,78%	2,42%	3,57%	0,00%	0,00%
	5	2,25%	2,06%	2,40%	3,57%	3,74%	3,07%	0,34%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta credibilità)	1,30%	1,50%	1,12%	3,57%	1,02%	1,84%	1,02%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	16,25%	16,89%	15,71%	2,38%	10,20%	15,03%	21,16%	26,61%	35,71%	0,00%	100,00%
Aggregatori di notizie/Motori di ricerca su Internet	1 (nessuna credibilità)	18,06%	19,14%	17,15%	17,86%	17,35%	14,11%	20,14%	19,35%	32,14%	83,33%	0,00%
	2	11,41%	11,26%	11,54%	13,10%	10,88%	11,35%	10,92%	14,52%	7,14%	0,00%	0,00%
	3	19,53%	18,57%	20,35%	32,14%	24,83%	16,26%	16,72%	14,52%	21,43%	0,00%	0,00%
	4	16,85%	17,64%	16,19%	9,52%	19,73%	17,48%	18,43%	12,10%	7,14%	16,67%	0,00%
	5	14,09%	12,76%	15,22%	16,67%	13,27%	18,71%	10,58%	12,10%	10,71%	0,00%	0,00%
	6 (molta credibilità)	6,91%	6,00%	7,69%	7,14%	8,16%	9,51%	4,44%	4,84%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	13,14%	14,63%	11,86%	3,57%	5,78%	12,58%	18,77%	22,58%	21,43%	0,00%	100,00%
Passaparola tra amici/conoscenti	1 (nessuna credibilità)	15,30%	16,14%	14,58%	20,24%	14,97%	12,27%	18,09%	13,71%	14,29%	33,33%	0,00%
	2	16,08%	15,57%	16,51%	16,67%	12,93%	19,33%	17,06%	12,90%	17,86%	0,00%	0,00%
	3	19,01%	19,89%	18,27%	22,62%	24,49%	17,79%	16,72%	12,90%	14,29%	33,33%	0,00%
	4	17,46%	16,32%	18,43%	14,29%	20,07%	17,79%	15,36%	20,97%	3,57%	16,67%	0,00%
	5	11,93%	12,20%	11,70%	11,90%	14,97%	11,35%	9,56%	11,29%	14,29%	16,67%	0,00%
	6 (molta credibilità)	6,74%	4,88%	8,33%	11,90%	6,46%	8,90%	4,10%	5,65%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	13,48%	15,01%	12,18%	2,38%	6,12%	12,58%	19,11%	22,58%	32,14%	0,00%	100,00%
Fonti istituzionali (gov.it; regione.it; ...)	1 (nessuna credibilità)	21,95%	24,20%	20,03%	30,95%	22,11%	20,25%	19,80%	23,39%	25,00%	50,00%	0,00%
	2	11,84%	11,63%	12,02%	15,48%	10,20%	12,58%	12,29%	10,48%	10,71%	16,67%	0,00%
	3	14,00%	14,63%	13,46%	21,43%	15,99%	11,35%	12,97%	13,71%	14,29%	16,67%	0,00%
	4	15,82%	14,82%	16,67%	13,10%	19,05%	17,18%	15,70%	8,87%	10,71%	0,00%	0,00%
	5	14,52%	13,32%	15,54%	9,52%	17,35%	17,48%	12,29%	10,48%	10,71%	0,00%	0,00%
	6 (molta credibilità)	8,47%	6,57%	10,10%	4,76%	8,50%	8,90%	8,87%	8,87%	7,14%	16,67%	0,00%
	non risponde	13,40%	14,82%	12,18%	4,76%	6,80%	12,27%	18,09%	24,19%	21,43%	0,00%	100,00%
Un/una giornalista in particolare	1 (nessuna credibilità)	32,84%	31,89%	33,65%	38,10%	34,01%	31,90%	31,06%	33,87%	32,14%	33,33%	0,00%
	2	12,10%	10,69%	13,30%	5,95%	12,59%	12,88%	13,99%	8,06%	10,71%	33,33%	0,00%
	3	13,57%	12,38%	14,58%	17,86%	19,73%	12,58%	8,87%	12,10%	7,14%	0,00%	0,00%
	4	11,50%	12,01%	11,06%	10,71%	9,86%	14,42%	11,60%	9,68%	3,57%	16,67%	0,00%
	5	10,20%	11,26%	9,29%	5,95%	9,86%	12,88%	9,22%	8,06%	17,86%	0,00%	0,00%
	6 (molta credibilità)	4,93%	5,44%	4,49%	5,95%	5,78%	2,76%	5,80%	6,45%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	14,87%	16,32%	13,62%	15,48%	8,16%	12,58%	19,45%	21,77%	25,00%	16,67%	100,00%
Altro	1 (nessuna credibilità)	10,03%	11,82%	8,49%	4,76%	9,52%	13,50%	10,58%	7,26%	0,00%	0,00%	0,00%
	2	1,64%	1,88%	1,44%	0,00%	2,04%	3,07%	1,02%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	3	1,38%	1,31%	1,44%	1,19%	2,38%	1,84%	0,34%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	4	0,95%	1,31%	0,64%	0,00%	0,68%	1,23%	1,71%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	5	0,43%	0,19%	0,64%	0,00%	0,34%	0,92%	0,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta credibilità)	1,21%	1,31%	1,12%	1,19%	1,70%	1,84%	0,34%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%
	non risponde	84,36%	82,18%	86,22%	92,86%	83,33%	77,61%	85,67%	91,94%	100,00%	100,00%	50,00%

9. Quali fonti di informazione hanno più influenza per te?

Si valutino le alternative in base al livello di influenza attribuito a ciascuna fonte. (1 di 5)

Livello di influenza	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Tv nazionali pubbliche	1 (nessuna influenza)	9,68%	10,69%	8,81%	11,90%	10,88%	11,04%	7,51%	8,06%	3,57%	16,67%	0,00%
	2	9,68%	10,51%	8,97%	23,81%	8,50%	10,12%	7,17%	6,45%	14,29%	16,67%	0,00%
	3	11,67%	12,95%	10,58%	11,90%	8,84%	10,43%	15,36%	12,90%	14,29%	0,00%	0,00%
	4	17,20%	17,07%	17,31%	8,33%	21,77%	15,64%	19,11%	15,32%	7,14%	0,00%	0,00%
	5	19,19%	20,08%	18,43%	22,62%	19,39%	18,10%	19,11%	17,74%	32,14%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	26,27%	21,76%	30,13%	19,05%	26,53%	26,69%	27,30%	26,61%	21,43%	66,67%	0,00%
	non risponde	6,31%	6,94%	5,77%	2,38%	4,08%	7,98%	4,44%	12,90%	7,14%	0,00%	100,00%
Tv Nazionali private	1 (nessuna influenza)	14,69%	15,38%	14,10%	23,81%	13,95%	14,42%	11,95%	20,16%	7,14%	0,00%	0,00%
	2	13,48%	13,51%	13,46%	25,00%	12,93%	12,58%	11,95%	11,29%	21,43%	16,67%	0,00%
	3	13,83%	14,07%	13,62%	11,90%	13,95%	13,50%	14,68%	14,52%	14,29%	0,00%	0,00%
	4	17,37%	17,64%	17,15%	9,52%	22,79%	17,18%	17,41%	11,29%	17,86%	0,00%	0,00%
	5	16,85%	17,07%	16,67%	11,90%	18,37%	16,87%	17,41%	15,32%	17,86%	0,00%	50,00%
	6 (molta influenza)	14,00%	12,01%	15,71%	15,48%	11,56%	13,80%	17,06%	9,68%	14,29%	66,67%	0,00%
	non risponde	9,77%	10,32%	9,29%	2,38%	6,46%	11,66%	9,56%	17,74%	7,14%	16,67%	50,00%
Tv regionali	1 (nessuna influenza)	14,95%	16,89%	13,30%	26,19%	14,29%	14,72%	13,65%	14,52%	10,71%	0,00%	0,00%
	2	13,31%	14,26%	12,50%	11,90%	12,93%	14,11%	15,02%	10,48%	3,57%	33,33%	0,00%
	3	17,63%	18,76%	16,67%	17,86%	19,39%	17,18%	16,38%	18,55%	17,86%	0,00%	0,00%
	4	20,22%	20,08%	20,35%	16,67%	27,21%	15,34%	22,53%	13,71%	25,00%	0,00%	0,00%
	5	14,17%	11,63%	16,35%	9,52%	15,31%	15,34%	13,65%	14,52%	10,71%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	8,73%	5,82%	11,22%	14,29%	4,76%	10,12%	7,17%	9,68%	21,43%	50,00%	0,00%
	non risponde	10,98%	12,57%	9,62%	3,57%	6,12%	13,19%	11,60%	18,55%	10,71%	16,67%	100,00%
Tv provinciali/locali	1 (nessuna influenza)	21,09%	21,58%	20,67%	27,38%	20,41%	19,63%	21,84%	24,19%	10,71%	0,00%	0,00%
	2	17,20%	18,95%	15,71%	19,05%	17,69%	19,33%	15,36%	12,10%	21,43%	33,33%	0,00%
	3	18,32%	19,89%	16,99%	16,67%	22,45%	18,10%	16,38%	16,94%	14,29%	0,00%	0,00%
	4	17,29%	16,32%	18,11%	15,48%	23,13%	15,64%	14,68%	15,32%	21,43%	0,00%	0,00%
	5	8,21%	5,07%	10,90%	11,90%	5,10%	9,51%	10,58%	6,45%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	5,53%	4,88%	6,09%	5,95%	3,40%	5,52%	5,46%	6,45%	14,29%	50,00%	0,00%
	non risponde	12,36%	13,32%	11,54%	3,57%	7,82%	12,27%	15,70%	18,55%	17,86%	16,67%	100,00%
Radio nazionali	1 (nessuna influenza)	16,08%	16,51%	15,71%	40,48%	17,35%	13,19%	12,29%	16,94%	3,57%	0,00%	0,00%
	2	11,24%	11,26%	11,22%	13,10%	9,52%	9,82%	14,33%	8,87%	14,29%	33,33%	0,00%
	3	18,41%	18,76%	18,11%	15,48%	21,77%	18,40%	16,72%	16,94%	21,43%	0,00%	0,00%
	4	19,01%	17,64%	20,19%	15,48%	20,75%	19,63%	19,80%	15,32%	14,29%	16,67%	0,00%
	5	13,83%	12,76%	14,74%	8,33%	15,65%	15,95%	12,97%	9,68%	17,86%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	9,16%	8,26%	9,94%	3,57%	7,82%	9,20%	9,56%	11,29%	17,86%	50,00%	0,00%
	non risponde	12,27%	14,82%	10,10%	3,57%	7,14%	13,80%	14,33%	20,97%	10,71%	0,00%	100,00%
Radio regionali	1 (nessuna influenza)	20,74%	22,70%	19,07%	35,71%	22,11%	18,10%	17,75%	22,58%	21,43%	0,00%	0,00%
	2	15,47%	16,70%	14,42%	15,48%	16,67%	15,64%	17,41%	9,68%	7,14%	16,67%	0,00%
	3	20,22%	19,70%	20,67%	14,29%	19,39%	21,78%	21,50%	18,55%	28,57%	0,00%	0,00%
	4	15,82%	13,88%	17,47%	16,67%	19,39%	15,95%	15,36%	10,48%	3,57%	16,67%	0,00%
	5	10,03%	8,63%	11,22%	8,33%	11,90%	10,12%	7,85%	11,29%	10,71%	16,67%	0,00%
	6 (molta influenza)	4,67%	3,94%	5,29%	5,95%	3,74%	4,29%	4,44%	4,03%	14,29%	33,33%	0,00%
	non risponde	13,05%	14,45%	11,86%	3,57%	6,80%	14,11%	15,70%	23,39%	14,29%	16,67%	100,00%

9. Quali fonti di informazione hanno più influenza per te?

Si valutino le alternative in base al livello di influenza attribuito a ciascuna fonte. (SEGUE 2 di 5)

Livello di influenza	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Radio provinciali/ locali	1 (nessuna influenza)	25,76%	27,77%	24,04%	41,67%	28,91%	23,01%	22,53%	23,39%	25,00%	16,67%	0,00%
	2	17,55%	17,82%	17,31%	15,48%	18,03%	16,56%	21,16%	13,71%	10,71%	16,67%	0,00%
	3	20,31%	19,89%	20,67%	20,24%	20,07%	18,71%	22,87%	19,35%	25,00%	0,00%	0,00%
	4	12,88%	10,32%	15,06%	10,71%	14,97%	15,64%	9,56%	12,90%	0,00%	16,67%	0,00%
	5	7,17%	6,75%	7,53%	7,14%	7,14%	8,90%	5,80%	5,65%	7,14%	16,67%	0,00%
	6 (molta influenza)	2,94%	3,00%	2,88%	1,19%	3,40%	3,07%	2,05%	3,23%	7,14%	16,67%	0,00%
	non risponde	13,40%	14,45%	12,50%	3,57%	7,48%	14,11%	16,04%	21,77%	25,00%	16,67%	100,00%
Free Press	1 (nessuna influenza)	32,24%	30,39%	33,81%	47,62%	35,03%	26,99%	31,40%	32,26%	25,00%	50,00%	0,00%
	2	16,68%	17,82%	15,71%	20,24%	15,65%	15,95%	18,09%	15,32%	21,43%	0,00%	0,00%
	3	17,98%	16,70%	19,07%	17,86%	19,39%	20,86%	16,04%	14,52%	10,71%	0,00%	0,00%
	4	11,41%	11,82%	11,06%	8,33%	13,61%	11,96%	11,26%	6,45%	17,86%	0,00%	0,00%
	5	5,88%	6,38%	5,45%	2,38%	6,80%	5,52%	5,46%	6,45%	7,14%	33,33%	0,00%
	6 (molta influenza)	2,59%	2,81%	2,40%	0,00%	1,70%	4,91%	2,05%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	13,22%	14,07%	12,50%	3,57%	7,82%	13,80%	15,70%	22,58%	17,86%	16,67%	100,00%
Quotidiani nazionali	1 (nessuna influenza)	13,66%	14,82%	12,66%	27,38%	12,93%	10,12%	12,63%	16,94%	17,86%	16,67%	0,00%
	2	11,67%	10,88%	12,34%	9,52%	13,61%	11,04%	11,95%	9,68%	10,71%	16,67%	0,00%
	3	14,52%	14,26%	14,74%	20,24%	11,90%	15,95%	13,31%	14,52%	21,43%	16,67%	0,00%
	4	19,27%	21,76%	17,15%	20,24%	19,39%	17,79%	22,18%	17,74%	14,29%	0,00%	0,00%
	5	17,63%	15,01%	19,87%	7,14%	22,79%	18,10%	16,72%	12,90%	17,86%	33,33%	0,00%
	6 (molta influenza)	12,96%	11,63%	14,10%	11,90%	13,27%	14,11%	12,29%	12,10%	10,71%	16,67%	0,00%
	non risponde	10,29%	11,63%	9,13%	3,57%	6,12%	12,88%	10,92%	16,13%	7,14%	0,00%	100,00%
Quotidiani regionali	1 (nessuna influenza)	18,15%	19,32%	17,15%	29,76%	17,01%	15,03%	17,06%	21,77%	28,57%	16,67%	0,00%
	2	13,92%	14,63%	13,30%	14,29%	13,27%	13,50%	16,72%	10,48%	10,71%	16,67%	0,00%
	3	17,03%	17,45%	16,67%	19,05%	18,37%	16,87%	17,06%	12,90%	21,43%	0,00%	0,00%
	4	17,11%	18,95%	15,54%	17,86%	21,77%	16,26%	14,68%	15,32%	7,14%	33,33%	0,00%
	5	15,38%	12,20%	18,11%	10,71%	18,37%	17,48%	13,65%	11,29%	10,71%	16,67%	0,00%
	6 (molta influenza)	5,62%	3,00%	7,85%	4,76%	4,42%	7,06%	5,46%	5,65%	7,14%	0,00%	0,00%
	non risponde	12,79%	14,45%	11,38%	3,57%	6,80%	13,80%	15,36%	22,58%	14,29%	16,67%	100,00%
Quotidiani provinciali/locali	1 (nessuna influenza)	22,82%	23,83%	21,96%	32,14%	24,49%	20,25%	22,18%	20,97%	25,00%	16,67%	0,00%
	2	17,55%	18,76%	16,51%	16,67%	14,63%	19,33%	19,11%	18,55%	10,71%	16,67%	0,00%
	3	19,71%	18,39%	20,83%	28,57%	23,13%	17,18%	18,77%	14,52%	25,00%	0,00%	0,00%
	4	15,04%	15,20%	14,90%	11,90%	17,35%	16,56%	11,26%	14,52%	17,86%	50,00%	0,00%
	5	8,21%	6,94%	9,29%	3,57%	10,20%	9,20%	7,51%	6,45%	7,14%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	3,37%	2,44%	4,17%	3,57%	2,38%	3,99%	4,10%	2,42%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	13,31%	14,45%	12,34%	3,57%	7,82%	13,50%	17,06%	22,58%	10,71%	16,67%	100,00%
Periodici nazionali (settimanali/ mensili)	1 (nessuna influenza)	20,14%	22,70%	17,95%	32,14%	22,45%	15,03%	22,18%	14,52%	25,00%	16,67%	0,00%
	2	14,35%	15,01%	13,78%	16,67%	14,63%	15,95%	13,31%	11,29%	10,71%	16,67%	0,00%
	3	17,29%	16,14%	18,27%	23,81%	15,99%	16,56%	16,38%	20,97%	10,71%	33,33%	0,00%
	4	17,37%	16,32%	18,27%	14,29%	21,09%	18,10%	16,72%	12,90%	10,71%	0,00%	0,00%
	5	11,15%	9,57%	12,50%	4,76%	12,93%	12,58%	9,90%	9,68%	14,29%	16,67%	0,00%
	6 (molta influenza)	5,79%	4,69%	6,73%	4,76%	5,44%	7,36%	4,78%	4,84%	7,14%	16,67%	0,00%
	non risponde	13,92%	15,57%	12,50%	3,57%	7,48%	14,42%	16,72%	25,81%	21,43%	0,00%	100,00%

9. Quali fonti di informazione hanno più influenza per te?

Si valutino le alternative in base al livello di influenza attribuito a ciascuna fonte. (SEGUE 3 di 5)

Livello di influenza	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Periodici regionali (settimanali/ mensili)	1 (nessuna influenza)	22,90%	24,77%	21,31%	32,14%	24,49%	20,25%	23,21%	19,35%	25,00%	16,67%	0,00%
	2	18,50%	20,26%	16,99%	25,00%	18,03%	18,40%	20,82%	10,48%	14,29%	33,33%	0,00%
	3	18,67%	16,14%	20,83%	21,43%	22,11%	17,79%	16,72%	18,55%	7,14%	16,67%	0,00%
	4	14,00%	13,70%	14,26%	11,90%	17,35%	15,03%	12,29%	10,48%	10,71%	0,00%	0,00%
	5	8,90%	7,13%	10,42%	3,57%	8,16%	10,43%	7,17%	12,10%	17,86%	16,67%	0,00%
	6 (molta influenza)	2,77%	2,44%	3,04%	2,38%	1,36%	3,68%	3,41%	2,42%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	14,26%	15,57%	13,14%	3,57%	8,50%	14,42%	16,38%	26,61%	21,43%	16,67%	100,00%
Periodici provinciali/locali (settimanali/ mensili)	1 (nessuna influenza)	25,84%	29,46%	22,76%	35,71%	25,85%	22,39%	27,99%	24,19%	25,00%	16,67%	0,00%
	2	19,79%	20,45%	19,23%	26,19%	21,09%	18,71%	20,48%	15,32%	14,29%	16,67%	0,00%
	3	17,98%	15,95%	19,71%	16,67%	21,43%	18,71%	15,70%	16,13%	7,14%	33,33%	0,00%
	4	12,27%	12,01%	12,50%	10,71%	14,63%	13,50%	10,58%	10,48%	7,14%	0,00%	0,00%
	5	7,52%	4,69%	9,94%	4,76%	7,82%	10,12%	6,14%	3,23%	14,29%	16,67%	0,00%
	6 (molta influenza)	2,25%	1,31%	3,04%	2,38%	1,36%	2,15%	1,71%	5,65%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	14,35%	16,14%	12,82%	3,57%	7,82%	14,42%	17,41%	25,00%	28,57%	16,67%	100,00%
Portali di informazione online	1 (nessuna influenza)	13,92%	13,51%	14,26%	30,95%	13,27%	10,12%	10,92%	16,94%	21,43%	66,67%	0,00%
	2	10,37%	11,26%	9,62%	11,90%	9,86%	10,43%	11,95%	5,65%	14,29%	16,67%	0,00%
	3	16,85%	15,76%	17,79%	16,67%	17,35%	15,03%	17,41%	21,77%	10,71%	0,00%	0,00%
	4	20,05%	23,26%	17,31%	16,67%	24,15%	17,48%	22,18%	14,52%	25,00%	0,00%	0,00%
	5	16,42%	14,82%	17,79%	11,90%	17,69%	20,25%	13,65%	13,71%	14,29%	0,00%	50,00%
	6 (molta influenza)	10,20%	7,69%	12,34%	8,33%	10,54%	14,72%	8,19%	6,45%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	12,19%	13,70%	10,90%	3,57%	7,14%	11,96%	15,70%	20,97%	14,29%	16,67%	50,00%
Portali di informazione locale online	1 (nessuna influenza)	17,55%	17,07%	17,95%	33,33%	14,63%	14,11%	15,70%	20,16%	35,71%	83,33%	0,00%
	2	14,43%	15,38%	13,62%	10,71%	12,59%	14,42%	17,06%	15,32%	17,86%	0,00%	0,00%
	3	19,71%	20,26%	19,23%	15,48%	25,17%	18,71%	20,14%	15,32%	7,14%	0,00%	0,00%
	4	17,20%	16,51%	17,79%	16,67%	22,79%	16,56%	15,02%	13,71%	10,71%	0,00%	0,00%
	5	10,98%	10,88%	11,06%	11,90%	12,59%	14,42%	8,53%	5,65%	3,57%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	6,22%	4,69%	7,53%	8,33%	4,76%	8,59%	5,12%	6,45%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	13,92%	15,20%	12,82%	3,57%	7,48%	13,19%	18,43%	23,39%	25,00%	16,67%	100,00%
Portali di controllo informazione online	1 (nessuna influenza)	23,85%	24,20%	23,56%	38,10%	22,11%	20,25%	22,87%	27,42%	25,00%	83,33%	0,00%
	2	14,87%	15,01%	14,74%	7,14%	17,69%	13,50%	15,36%	15,32%	21,43%	0,00%	0,00%
	3	15,38%	16,32%	14,58%	13,10%	17,35%	14,42%	17,41%	12,10%	10,71%	0,00%	0,00%
	4	15,90%	15,01%	16,67%	21,43%	20,41%	15,95%	12,63%	11,29%	10,71%	0,00%	0,00%
	5	11,41%	10,13%	12,50%	13,10%	10,54%	15,03%	10,24%	8,06%	3,57%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	5,01%	4,88%	5,13%	3,57%	4,08%	7,67%	3,41%	4,84%	7,14%	0,00%	0,00%
	non risponde	13,57%	14,45%	12,82%	3,57%	7,82%	13,19%	18,09%	20,97%	21,43%	16,67%	100,00%
Portali di controllo informazione locale online	1 (nessuna influenza)	28,52%	28,89%	28,21%	42,86%	27,21%	23,01%	30,03%	29,84%	32,14%	83,33%	0,00%
	2	14,78%	15,76%	13,94%	9,52%	15,31%	14,42%	16,04%	15,32%	17,86%	0,00%	0,00%
	3	15,30%	14,07%	16,35%	17,86%	19,39%	16,56%	12,63%	9,68%	7,14%	0,00%	0,00%
	4	14,09%	14,63%	13,62%	13,10%	17,35%	14,72%	12,29%	12,90%	3,57%	0,00%	0,00%
	5	8,73%	6,75%	10,42%	10,71%	8,84%	10,12%	7,85%	6,45%	7,14%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	4,15%	4,50%	3,85%	2,38%	3,06%	7,06%	3,07%	2,42%	7,14%	0,00%	0,00%
	non risponde	14,43%	15,38%	13,62%	3,57%	8,84%	14,11%	18,09%	23,39%	25,00%	16,67%	100,00%

9. Quali fonti di informazione hanno più influenza per te?

Si valutino le alternative in base al livello di influenza attribuito a ciascuna fonte. (SEGUE 4 di 5)

Livello di influenza	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Siti Internet dei partiti	1 (nessuna influenza)	38,98%	38,84%	39,10%	53,57%	37,76%	35,28%	40,61%	34,68%	46,43%	83,33%	0,00%
	2	17,37%	17,26%	17,47%	14,29%	17,35%	17,18%	18,77%	20,16%	7,14%	0,00%	0,00%
	3	12,45%	12,38%	12,50%	9,52%	13,27%	15,95%	10,92%	8,87%	7,14%	0,00%	0,00%
	4	10,89%	10,69%	11,06%	13,10%	14,29%	10,12%	7,85%	8,87%	21,43%	0,00%	0,00%
	5	3,80%	3,56%	4,01%	3,57%	5,44%	4,29%	2,73%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	2,42%	2,25%	2,56%	2,38%	2,72%	3,07%	1,71%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	14,09%	15,01%	13,30%	3,57%	9,18%	14,11%	17,41%	22,58%	17,86%	16,67%	100,00%
Blog	1 (nessuna influenza)	30,60%	29,46%	31,57%	39,29%	27,89%	24,85%	31,74%	37,90%	46,43%	83,33%	0,00%
	2	15,13%	15,01%	15,22%	13,10%	17,69%	14,72%	15,02%	14,52%	7,14%	0,00%	0,00%
	3	16,68%	15,38%	17,79%	20,24%	20,41%	15,95%	15,70%	11,29%	14,29%	0,00%	0,00%
	4	14,69%	16,14%	13,46%	17,86%	16,67%	17,48%	12,97%	8,06%	3,57%	0,00%	0,00%
	5	6,83%	6,75%	6,89%	3,57%	6,46%	9,51%	7,51%	2,42%	3,57%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	3,03%	2,63%	3,37%	2,38%	3,06%	4,29%	1,37%	4,84%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	13,05%	14,63%	11,70%	3,57%	7,82%	13,19%	15,70%	20,97%	25,00%	16,67%	100,00%
Forum di discussione	1 (nessuna influenza)	26,97%	26,83%	27,08%	29,76%	25,17%	19,63%	32,08%	29,03%	50,00%	83,33%	0,00%
	2	17,55%	16,14%	18,75%	13,10%	17,35%	20,55%	17,06%	16,94%	10,71%	0,00%	0,00%
	3	18,84%	17,26%	20,19%	32,14%	22,11%	18,40%	15,02%	16,13%	7,14%	0,00%	0,00%
	4	14,00%	14,26%	13,78%	11,90%	16,67%	14,72%	13,99%	10,48%	3,57%	0,00%	0,00%
	5	6,48%	7,13%	5,93%	7,14%	6,80%	8,59%	5,80%	1,61%	7,14%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	2,94%	3,19%	2,72%	1,19%	3,74%	4,29%	1,02%	4,03%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	13,22%	15,20%	11,54%	4,76%	8,16%	13,80%	15,02%	21,77%	21,43%	16,67%	100,00%
Facebook	1 (nessuna influenza)	19,62%	21,39%	18,11%	25,00%	13,95%	13,80%	23,55%	25,81%	50,00%	83,33%	0,00%
	2	11,06%	10,51%	11,54%	4,76%	12,59%	13,50%	10,24%	9,68%	3,57%	0,00%	0,00%
	3	15,30%	15,20%	15,38%	20,24%	16,33%	13,80%	17,06%	12,90%	3,57%	0,00%	0,00%
	4	15,13%	13,70%	16,35%	8,33%	15,99%	16,87%	13,99%	16,13%	17,86%	0,00%	0,00%
	5	13,92%	13,70%	14,10%	25,00%	19,05%	11,96%	10,92%	8,87%	7,14%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	14,35%	13,51%	15,06%	11,90%	17,35%	19,02%	10,24%	8,87%	7,14%	0,00%	0,00%
	non risponde	10,63%	12,01%	9,46%	4,76%	4,76%	11,04%	13,99%	17,74%	10,71%	16,67%	100,00%
Twitter	1 (nessuna influenza)	38,72%	37,71%	39,58%	48,81%	40,48%	30,37%	39,25%	41,94%	60,71%	83,33%	0,00%
	2	11,15%	11,63%	10,74%	13,10%	10,54%	14,42%	9,90%	8,06%	3,57%	0,00%	0,00%
	3	12,96%	12,20%	13,62%	14,29%	14,63%	12,58%	12,29%	12,90%	7,14%	0,00%	0,00%
	4	8,73%	8,63%	8,81%	9,52%	10,20%	8,59%	9,22%	5,65%	3,57%	0,00%	0,00%
	5	9,68%	10,88%	8,65%	4,76%	9,52%	14,42%	7,85%	8,06%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	6,14%	4,88%	7,21%	5,95%	7,82%	6,75%	5,46%	2,42%	7,14%	0,00%	0,00%
	non risponde	12,62%	14,07%	11,38%	3,57%	6,80%	12,88%	16,04%	20,97%	17,86%	16,67%	100,00%
Youtube	1 (nessuna influenza)	22,30%	22,70%	21,96%	16,67%	18,71%	15,34%	27,99%	31,45%	46,43%	83,33%	0,00%
	2	13,66%	12,57%	14,58%	8,33%	13,95%	14,42%	15,36%	12,10%	10,71%	0,00%	0,00%
	3	16,08%	16,89%	15,38%	19,05%	14,97%	18,10%	15,36%	16,13%	7,14%	0,00%	0,00%
	4	14,69%	13,51%	15,71%	15,48%	20,07%	16,87%	10,92%	8,06%	3,57%	0,00%	0,00%
	5	11,41%	11,26%	11,54%	17,86%	15,31%	13,80%	6,83%	5,65%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	8,47%	8,26%	8,65%	19,05%	9,86%	7,98%	7,17%	4,03%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	13,40%	14,82%	12,18%	3,57%	7,14%	13,50%	16,38%	22,58%	28,57%	16,67%	100,00%

9. Quali fonti di informazione hanno più influenza per te?

Si valutino le alternative in base al livello di influenza attribuito a ciascuna fonte. (SEGUE 5 di 5)

Livello di influenza	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Reddit	1 (nessuna influenza)	51,08%	47,84%	53,85%	63,10%	51,36%	46,63%	50,17%	53,23%	60,71%	83,33%	0,00%
	2	11,93%	12,95%	11,06%	13,10%	13,61%	13,50%	12,63%	4,84%	0,00%	0,00%	0,00%
	3	9,85%	10,13%	9,62%	11,90%	9,86%	11,04%	8,87%	9,68%	3,57%	0,00%	0,00%
	4	5,27%	6,38%	4,33%	2,38%	8,16%	5,83%	4,78%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	5	2,94%	2,25%	3,53%	3,57%	4,42%	3,99%	0,68%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	2,33%	2,81%	1,92%	3,57%	2,38%	2,76%	1,71%	1,61%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	16,59%	17,64%	15,71%	2,38%	10,20%	16,26%	21,16%	26,61%	32,14%	16,67%	100,00%
Aggregatori di notizie/Motori di ricerca su Internet	1 (nessuna influenza)	17,80%	18,39%	17,31%	25,00%	13,95%	12,88%	20,82%	21,77%	32,14%	83,33%	0,00%
	2	10,98%	8,82%	12,82%	9,52%	13,27%	11,04%	9,90%	9,68%	10,71%	0,00%	0,00%
	3	16,59%	17,07%	16,19%	15,48%	17,69%	18,71%	16,72%	12,90%	3,57%	0,00%	0,00%
	4	16,85%	18,39%	15,54%	16,67%	19,05%	15,03%	17,06%	16,13%	21,43%	0,00%	0,00%
	5	15,30%	14,26%	16,19%	20,24%	15,65%	17,18%	14,33%	11,29%	7,14%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	8,82%	7,13%	10,26%	9,52%	12,59%	11,35%	3,75%	5,65%	7,14%	0,00%	0,00%
	non risponde	13,66%	15,95%	11,70%	3,57%	7,82%	13,80%	17,41%	22,58%	17,86%	16,67%	100,00%
Passaparola tra amici/conoscenti	1 (nessuna influenza)	11,93%	13,32%	10,74%	9,52%	11,56%	12,27%	13,65%	8,87%	10,71%	33,33%	0,00%
	2	10,63%	9,38%	11,70%	10,71%	9,52%	9,20%	14,33%	8,87%	10,71%	0,00%	0,00%
	3	19,97%	20,26%	19,71%	19,05%	23,13%	18,10%	18,09%	23,39%	14,29%	33,33%	0,00%
	4	15,82%	15,20%	16,35%	14,29%	17,35%	18,10%	13,65%	15,32%	7,14%	0,00%	0,00%
	5	15,99%	15,76%	16,19%	23,81%	18,03%	15,34%	15,70%	10,48%	10,71%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	11,75%	9,94%	13,30%	19,05%	13,95%	12,88%	7,17%	8,87%	14,29%	16,67%	0,00%
	non risponde	13,92%	16,14%	12,02%	3,57%	6,46%	14,11%	17,41%	24,19%	32,14%	16,67%	100,00%
Fonti istituzionali (gov.it; regione.it; ...)	1 (nessuna influenza)	23,94%	25,89%	22,28%	35,71%	23,81%	22,39%	19,45%	27,42%	32,14%	66,67%	0,00%
	2	13,05%	12,95%	13,14%	5,95%	14,63%	16,26%	12,63%	6,45%	14,29%	16,67%	0,00%
	3	14,09%	14,45%	13,78%	11,90%	14,29%	12,27%	17,06%	15,32%	7,14%	0,00%	0,00%
	4	13,74%	14,45%	13,14%	14,29%	16,67%	15,03%	10,92%	10,48%	14,29%	0,00%	0,00%
	5	13,74%	12,76%	14,58%	17,86%	14,29%	14,72%	14,33%	7,26%	10,71%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	8,12%	4,32%	11,38%	10,71%	8,50%	6,44%	8,87%	10,48%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	13,31%	15,20%	11,70%	3,57%	7,82%	12,88%	16,72%	22,58%	21,43%	16,67%	100,00%
Un/una giornalista in particolare	1 (nessuna influenza)	33,54%	32,83%	34,13%	39,29%	36,05%	34,05%	32,76%	24,19%	35,71%	33,33%	0,00%
	2	11,58%	11,26%	11,86%	8,33%	13,61%	10,12%	13,31%	10,48%	3,57%	16,67%	0,00%
	3	12,36%	10,69%	13,78%	10,71%	13,27%	13,50%	9,90%	16,13%	3,57%	16,67%	0,00%
	4	11,67%	12,95%	10,58%	13,10%	12,59%	11,35%	10,24%	12,90%	10,71%	16,67%	0,00%
	5	9,68%	9,38%	9,94%	8,33%	11,22%	11,35%	9,22%	4,03%	10,71%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	4,93%	5,63%	4,33%	8,33%	4,76%	3,07%	4,78%	8,06%	7,14%	0,00%	0,00%
	non risponde	16,25%	17,26%	15,38%	11,90%	8,50%	16,56%	19,80%	24,19%	28,57%	16,67%	100,00%
Altro	1 (nessuna influenza)	10,98%	12,01%	10,10%	4,76%	9,86%	15,03%	12,29%	7,26%	0,00%	0,00%	0,00%
	2	0,86%	0,94%	0,80%	0,00%	1,36%	1,53%	0,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	3	1,21%	1,13%	1,28%	0,00%	1,36%	2,15%	0,68%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	4	0,95%	0,94%	0,96%	0,00%	2,38%	0,92%	0,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	5	0,26%	0,38%	0,16%	0,00%	0,68%	0,00%	0,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	1,47%	1,88%	1,12%	1,19%	1,02%	2,76%	0,68%	0,81%	0,00%	0,00%	50,00%
	non risponde	84,27%	82,74%	85,58%	94,05%	83,33%	77,61%	85,32%	91,13%	100,00%	100,00%	50,00%

10. Quali sono i mezzi di informazione che influenzano le tue opinioni politiche?

Si valutino le alternative in base al livello di influenza attribuito a ciascun mezzo. (1 di 4)

Livello di influenza	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Telegiornali	1 (nessuna influenza)	17,89%	19,32%	16,67%	26,19%	14,97%	16,87%	20,82%	15,32%	17,86%	0,00%	50,00%
	2	11,84%	11,82%	11,86%	9,52%	15,31%	10,12%	11,95%	11,29%	7,14%	0,00%	0,00%
	3	17,03%	18,20%	16,03%	23,81%	16,67%	15,95%	17,06%	17,74%	10,71%	16,67%	0,00%
	4	19,45%	22,14%	17,15%	17,86%	21,09%	20,86%	18,77%	13,71%	25,00%	16,67%	0,00%
	5	15,99%	12,57%	18,91%	8,33%	20,07%	15,34%	13,31%	18,55%	17,86%	33,33%	0,00%
	6 (molta influenza)	10,89%	8,44%	12,98%	14,29%	7,82%	13,50%	9,56%	10,48%	14,29%	33,33%	0,00%
	non risponde	6,91%	7,50%	6,41%	0,00%	4,08%	7,36%	8,53%	12,90%	7,14%	0,00%	50,00%
Programmi tv di approfondimento	1 (nessuna influenza)	15,30%	17,82%	13,14%	27,38%	12,59%	13,50%	18,09%	12,10%	14,29%	0,00%	50,00%
	2	9,33%	9,57%	9,13%	7,14%	10,54%	12,27%	7,17%	7,26%	3,57%	0,00%	0,00%
	3	15,47%	15,95%	15,06%	23,81%	15,99%	14,11%	16,04%	10,48%	14,29%	33,33%	0,00%
	4	23,60%	24,77%	22,60%	27,38%	26,19%	23,31%	23,21%	17,74%	21,43%	16,67%	0,00%
	5	18,41%	15,20%	21,15%	8,33%	21,77%	19,94%	15,02%	22,58%	17,86%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	10,89%	9,19%	12,34%	5,95%	8,84%	10,12%	12,29%	13,71%	21,43%	50,00%	0,00%
	non risponde	7,00%	7,50%	6,57%	0,00%	4,08%	6,75%	8,19%	16,13%	7,14%	0,00%	50,00%
Giornali	1 (nessuna influenza)	18,24%	19,89%	16,83%	26,19%	15,31%	15,64%	21,50%	18,55%	21,43%	0,00%	50,00%
	2	12,36%	13,13%	11,70%	19,05%	14,97%	11,35%	9,22%	13,71%	0,00%	33,33%	0,00%
	3	19,01%	17,64%	20,19%	26,19%	22,11%	17,79%	18,09%	12,10%	25,00%	0,00%	0,00%
	4	20,48%	21,76%	19,39%	10,71%	20,07%	22,09%	21,50%	20,16%	28,57%	16,67%	0,00%
	5	15,30%	14,45%	16,03%	15,48%	17,35%	18,40%	11,60%	12,90%	10,71%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	7,17%	5,63%	8,49%	2,38%	5,78%	6,75%	8,19%	9,68%	10,71%	50,00%	0,00%
	non risponde	7,43%	7,50%	7,37%	0,00%	4,42%	7,98%	9,90%	12,90%	3,57%	0,00%	50,00%
Confronto con parenti/amici	1 (nessuna influenza)	12,79%	15,01%	10,90%	17,86%	10,54%	11,04%	13,65%	16,13%	17,86%	0,00%	50,00%
	2	11,67%	13,70%	9,94%	3,57%	9,86%	9,82%	13,99%	17,74%	21,43%	33,33%	0,00%
	3	19,88%	18,01%	21,47%	15,48%	20,41%	20,55%	21,16%	17,74%	17,86%	16,67%	0,00%
	4	20,66%	20,83%	20,51%	28,57%	22,11%	18,40%	21,16%	19,35%	14,29%	0,00%	0,00%
	5	17,63%	17,26%	17,95%	19,05%	19,05%	21,78%	15,70%	8,87%	7,14%	33,33%	0,00%
	6 (molta influenza)	9,85%	7,13%	12,18%	14,29%	14,29%	10,43%	5,46%	5,65%	7,14%	16,67%	0,00%
	non risponde	7,52%	8,07%	7,05%	1,19%	3,74%	7,98%	8,87%	14,52%	14,29%	0,00%	50,00%
Materiale di propaganda dei partiti	1 (nessuna influenza)	39,41%	41,65%	37,50%	41,67%	37,76%	38,04%	39,93%	40,32%	53,57%	50,00%	50,00%
	2	20,83%	20,83%	20,83%	27,38%	20,75%	19,02%	24,23%	15,32%	10,71%	33,33%	0,00%
	3	13,40%	12,01%	14,58%	13,10%	15,65%	14,11%	10,24%	13,71%	14,29%	16,67%	0,00%
	4	10,98%	10,51%	11,38%	11,90%	13,27%	13,50%	7,51%	8,06%	7,14%	0,00%	0,00%
	5	3,20%	2,81%	3,53%	4,76%	3,74%	4,29%	2,05%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	1,56%	1,31%	1,76%	0,00%	2,38%	1,53%	1,71%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	10,63%	10,88%	10,42%	1,19%	6,46%	9,51%	14,33%	20,16%	14,29%	0,00%	50,00%
Tv all news	1 (nessuna influenza)	28,61%	29,64%	27,72%	35,71%	29,93%	27,61%	27,30%	26,61%	25,00%	33,33%	50,00%
	2	15,47%	16,89%	14,26%	16,67%	14,97%	14,42%	19,45%	11,29%	7,14%	16,67%	0,00%
	3	18,67%	17,07%	20,03%	13,10%	21,77%	18,10%	15,36%	20,97%	35,71%	16,67%	0,00%
	4	16,34%	15,76%	16,83%	23,81%	17,35%	19,63%	12,29%	11,29%	14,29%	0,00%	0,00%
	5	7,87%	7,13%	8,49%	7,14%	7,48%	7,36%	9,56%	5,65%	10,71%	16,67%	0,00%
	6 (molta influenza)	2,85%	3,38%	2,40%	2,38%	3,06%	2,45%	2,73%	4,03%	0,00%	16,67%	0,00%
	non risponde	10,20%	10,13%	10,26%	1,19%	5,44%	10,43%	13,31%	20,16%	7,14%	0,00%	50,00%

10. Quali sono i mezzi di informazione che influenzano le tue opinioni politiche?

Si valutino le alternative in base al livello di influenza attribuito a ciascun mezzo. (SEGUE 2 di 4)

Livello di influenza	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Programmi radiofonici	1 (nessuna influenza)	31,98%	32,27%	31,73%	41,67%	33,67%	30,06%	31,40%	27,42%	35,71%	16,67%	50,00%
	2	17,80%	15,57%	19,71%	20,24%	21,09%	16,26%	17,75%	14,52%	10,71%	16,67%	0,00%
	3	17,11%	18,01%	16,35%	14,29%	15,65%	20,86%	14,33%	17,74%	14,29%	66,67%	0,00%
	4	14,61%	16,51%	12,98%	13,10%	13,61%	14,11%	15,36%	16,94%	21,43%	0,00%	0,00%
	5	6,91%	4,88%	8,65%	9,52%	8,50%	7,67%	6,48%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	1,21%	1,88%	0,64%	0,00%	1,70%	0,92%	1,02%	1,61%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	10,37%	10,88%	9,94%	1,19%	5,78%	10,12%	13,65%	19,35%	14,29%	0,00%	50,00%
Siti Internet dei partiti	1 (nessuna influenza)	48,49%	48,41%	48,56%	50,00%	49,32%	44,48%	49,83%	49,19%	53,57%	100,00%	50,00%
	2	17,55%	16,51%	18,43%	22,62%	14,97%	20,25%	19,11%	13,71%	3,57%	0,00%	0,00%
	3	12,62%	14,26%	11,22%	16,67%	14,29%	13,80%	9,22%	11,29%	14,29%	0,00%	0,00%
	4	5,45%	5,82%	5,13%	3,57%	8,50%	6,44%	3,41%	1,61%	7,14%	0,00%	0,00%
	5	3,11%	1,31%	4,65%	3,57%	3,74%	3,37%	2,39%	3,23%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	1,99%	2,25%	1,76%	2,38%	3,74%	1,84%	1,02%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	10,80%	11,44%	10,26%	1,19%	5,44%	9,82%	15,02%	20,16%	21,43%	0,00%	50,00%
Siti Internet Istituzioni	1 (nessuna influenza)	38,03%	37,71%	38,30%	45,24%	37,41%	33,13%	38,23%	40,32%	53,57%	100,00%	50,00%
	2	15,38%	16,70%	14,26%	16,67%	18,71%	13,19%	17,41%	10,48%	7,14%	0,00%	0,00%
	3	14,61%	13,51%	15,54%	16,67%	14,63%	16,26%	12,97%	13,71%	14,29%	0,00%	0,00%
	4	11,06%	11,07%	11,06%	4,76%	11,22%	15,64%	9,56%	8,87%	3,57%	0,00%	0,00%
	5	6,91%	6,19%	7,53%	11,90%	7,48%	7,67%	5,80%	4,03%	3,57%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	2,85%	3,19%	2,56%	3,57%	4,76%	2,76%	1,71%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	11,15%	11,63%	10,74%	1,19%	5,78%	11,35%	14,33%	20,97%	17,86%	0,00%	50,00%
Partecipazione a manifestazioni pubbliche dei partiti	1 (nessuna influenza)	41,40%	40,71%	41,99%	60,71%	38,78%	38,65%	41,64%	41,13%	32,14%	83,33%	50,00%
	2	15,47%	15,38%	15,54%	19,05%	20,41%	15,34%	10,92%	12,90%	17,86%	0,00%	0,00%
	3	12,71%	11,26%	13,94%	2,38%	13,27%	14,42%	12,97%	14,52%	10,71%	0,00%	0,00%
	4	9,85%	11,26%	8,65%	7,14%	11,22%	10,43%	8,87%	8,87%	14,29%	0,00%	0,00%
	5	6,66%	7,13%	6,25%	9,52%	5,44%	7,06%	8,19%	3,23%	3,57%	16,67%	0,00%
	6 (molta influenza)	3,63%	3,75%	3,53%	0,00%	4,76%	4,29%	2,73%	4,03%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	10,29%	10,51%	10,10%	1,19%	6,12%	9,82%	14,68%	15,32%	17,86%	0,00%	50,00%
Blog	1 (nessuna influenza)	40,88%	40,34%	41,35%	44,05%	41,84%	34,66%	42,66%	43,55%	53,57%	83,33%	50,00%
	2	17,03%	16,32%	17,63%	17,86%	19,73%	17,18%	16,38%	13,71%	10,71%	0,00%	0,00%
	3	12,79%	12,20%	13,30%	4,76%	13,61%	17,18%	10,58%	12,90%	3,57%	0,00%	0,00%
	4	9,85%	10,88%	8,97%	19,05%	10,54%	10,12%	8,53%	5,65%	7,14%	0,00%	0,00%
	5	5,96%	5,44%	6,41%	7,14%	5,10%	9,20%	5,80%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	2,25%	2,63%	1,92%	5,95%	3,40%	1,53%	1,37%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	11,24%	12,20%	10,42%	1,19%	5,78%	10,12%	14,68%	21,77%	25,00%	16,67%	50,00%
Forum di discussione	1 (nessuna influenza)	37,68%	38,65%	36,86%	35,71%	38,44%	31,29%	38,91%	45,97%	50,00%	83,33%	50,00%
	2	17,37%	15,20%	19,23%	19,05%	18,71%	20,25%	16,04%	8,87%	21,43%	0,00%	0,00%
	3	14,61%	13,13%	15,87%	19,05%	17,69%	13,80%	12,97%	12,90%	7,14%	0,00%	0,00%
	4	11,06%	12,20%	10,10%	14,29%	10,88%	11,96%	10,24%	10,48%	3,57%	16,67%	0,00%
	5	5,79%	5,44%	6,09%	7,14%	4,76%	8,59%	5,46%	1,61%	3,57%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	3,28%	3,56%	3,04%	3,57%	4,08%	3,99%	2,39%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	10,20%	11,82%	8,81%	1,19%	5,44%	10,12%	13,99%	17,74%	14,29%	0,00%	50,00%

10. Quali sono i mezzi di informazione che influenzano le tue opinioni politiche?

Si valutino le alternative in base al livello di influenza attribuito a ciascun mezzo. (SEGUE 3 di 4)

Livello di influenza	Totale	Sesso		Età								
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	
Facebook	1 (nessuna influenza)	32,32%	32,08%	32,53%	27,38%	30,27%	26,07%	37,88%	39,52%	39,29%	83,33%	50,00%
	2	15,90%	16,32%	15,54%	13,10%	16,33%	17,79%	13,31%	19,35%	14,29%	0,00%	0,00%
	3	16,77%	15,57%	17,79%	16,67%	23,13%	15,95%	15,36%	9,68%	10,71%	0,00%	0,00%
	4	13,48%	13,13%	13,78%	13,10%	13,27%	17,79%	10,92%	8,87%	17,86%	0,00%	0,00%
	5	7,09%	7,13%	7,05%	21,43%	8,50%	6,13%	5,80%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	4,49%	5,07%	4,01%	7,14%	4,08%	6,75%	2,73%	3,23%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	9,94%	10,69%	9,29%	1,19%	4,42%	9,51%	13,99%	17,74%	17,86%	16,67%	50,00%
Twitter	1 (nessuna influenza)	50,48%	49,53%	51,28%	51,19%	56,12%	41,72%	50,17%	54,84%	64,29%	100,00%	50,00%
	2	10,54%	9,76%	11,22%	4,76%	9,52%	15,03%	9,56%	9,68%	3,57%	0,00%	0,00%
	3	12,01%	12,20%	11,86%	16,67%	12,59%	13,80%	10,58%	8,87%	3,57%	0,00%	0,00%
	4	7,78%	8,26%	7,37%	9,52%	8,50%	7,98%	8,87%	4,03%	0,00%	0,00%	0,00%
	5	5,79%	5,44%	6,09%	13,10%	5,78%	7,67%	4,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	2,16%	2,81%	1,60%	3,57%	1,70%	2,76%	1,71%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	11,24%	12,01%	10,58%	1,19%	5,78%	11,04%	14,33%	20,16%	28,57%	0,00%	50,00%
Youtube	1 (nessuna influenza)	40,36%	39,21%	41,35%	36,90%	40,82%	32,21%	45,05%	44,35%	60,71%	100,00%	50,00%
	2	14,43%	14,26%	14,58%	5,95%	15,31%	16,56%	14,68%	14,52%	7,14%	0,00%	0,00%
	3	12,45%	12,57%	12,34%	16,67%	12,24%	15,34%	9,22%	12,90%	3,57%	0,00%	0,00%
	4	10,98%	12,20%	9,94%	14,29%	12,59%	15,34%	7,85%	3,23%	3,57%	0,00%	0,00%
	5	6,31%	5,82%	6,73%	19,05%	9,18%	6,13%	2,73%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	3,54%	3,56%	3,53%	7,14%	2,72%	4,60%	4,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	11,93%	12,38%	11,54%	0,00%	7,14%	9,82%	16,38%	23,39%	25,00%	0,00%	50,00%
Google News	1 (nessuna influenza)	35,70%	34,90%	36,38%	39,29%	37,07%	29,75%	37,20%	41,94%	21,43%	100,00%	50,00%
	2	14,95%	15,76%	14,26%	14,29%	15,99%	14,72%	14,68%	15,32%	14,29%	0,00%	0,00%
	3	13,66%	13,88%	13,46%	5,95%	14,29%	18,10%	13,31%	7,26%	14,29%	0,00%	0,00%
	4	11,41%	11,26%	11,54%	19,05%	14,63%	12,88%	7,17%	5,65%	10,71%	0,00%	0,00%
	5	7,61%	7,32%	7,85%	15,48%	7,82%	7,06%	7,17%	4,84%	7,14%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	4,49%	3,94%	4,97%	5,95%	3,74%	5,83%	4,44%	2,42%	3,57%	0,00%	0,00%
	non risponde	12,19%	12,95%	11,54%	0,00%	6,46%	11,66%	16,04%	22,58%	28,57%	0,00%	50,00%
Reddit	1 (nessuna influenza)	62,32%	61,54%	62,98%	69,05%	62,59%	54,29%	66,55%	66,94%	64,29%	83,33%	50,00%
	2	10,37%	8,63%	11,86%	11,90%	11,22%	15,95%	5,80%	6,45%	0,00%	0,00%	0,00%
	3	6,91%	7,69%	6,25%	5,95%	9,18%	8,90%	5,12%	2,42%	3,57%	0,00%	0,00%
	4	3,89%	4,69%	3,21%	5,95%	4,76%	4,60%	3,41%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	5	1,82%	1,69%	1,92%	4,76%	1,36%	2,76%	1,02%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	0,86%	1,50%	0,32%	2,38%	1,36%	0,92%	0,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	13,83%	14,26%	13,46%	0,00%	9,52%	12,58%	17,75%	22,58%	32,14%	16,67%	50,00%
Satira politica	1 (nessuna influenza)	27,05%	24,95%	28,85%	48,81%	26,19%	22,39%	26,62%	25,81%	32,14%	33,33%	50,00%
	2	15,13%	15,95%	14,42%	11,90%	17,01%	17,79%	14,33%	8,06%	10,71%	33,33%	0,00%
	3	19,10%	18,95%	19,23%	16,67%	20,41%	20,25%	16,04%	21,77%	17,86%	33,33%	0,00%
	4	14,26%	16,70%	12,18%	9,52%	17,69%	13,50%	13,99%	12,10%	17,86%	0,00%	0,00%
	5	9,94%	7,88%	11,70%	9,52%	9,52%	11,35%	10,24%	8,87%	3,57%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	3,89%	3,94%	3,85%	3,57%	3,74%	4,91%	4,10%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	10,63%	11,63%	9,78%	0,00%	5,44%	9,82%	14,68%	20,97%	17,86%	0,00%	50,00%

10. Quali sono i mezzi di informazione che influenzano le tue opinioni politiche?

Si valutino le alternative in base al livello di influenza attribuito a ciascun mezzo. (SEGUE 4 di 4)

	Livello di influenza	Totale	Sesso		Età							
			Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
Fonti istituzionali (gov.it; regione.it; ...)	1 (nessuna influenza)	36,13%	37,52%	34,94%	48,81%	43,20%	30,98%	31,06%	32,26%	46,43%	66,67%	50,00%
	2	13,48%	14,63%	12,50%	21,43%	8,84%	15,64%	15,02%	12,90%	3,57%	0,00%	0,00%
	3	14,43%	13,51%	15,22%	8,33%	15,31%	13,19%	15,02%	18,55%	14,29%	16,67%	0,00%
	4	11,58%	9,76%	13,14%	14,29%	13,61%	12,58%	10,58%	6,45%	3,57%	16,67%	0,00%
	5	8,21%	7,69%	8,65%	2,38%	8,84%	9,82%	9,90%	3,23%	7,14%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	4,24%	4,13%	4,33%	3,57%	4,08%	6,13%	2,73%	4,84%	0,00%	0,00%	0,00%
	non risponde	11,93%	12,76%	11,22%	1,19%	6,12%	11,66%	15,70%	21,77%	25,00%	0,00%	50,00%
Altro	1 (nessuna influenza)	17,46%	18,76%	16,35%	15,48%	17,01%	19,94%	17,75%	15,32%	10,71%	0,00%	0,00%
	2	1,30%	1,69%	0,96%	1,19%	2,04%	1,23%	1,02%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	3	0,78%	0,94%	0,64%	0,00%	1,70%	1,23%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	4	0,43%	0,56%	0,32%	0,00%	1,02%	0,31%	0,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	5	0,69%	0,75%	0,64%	1,19%	0,68%	0,61%	0,68%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	6 (molta influenza)	1,47%	1,31%	1,60%	1,19%	2,04%	2,45%	0,34%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%
	non risponde	77,87%	75,98%	79,49%	80,95%	75,51%	74,23%	79,86%	83,06%	89,29%	100,00%	50,00%

11. Quali caratteristiche deve avere una **Fonte** per risultare credibile?

Sono consentite più risposte. (1 di 2)

		Sesso			Età							
		Totale	Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
L'autore è qualcuno di cui ho sentito parlare	si	26,62%	26,83%	26,44%	35,71%	25,85%	28,53%	22,53%	22,58%	32,14%	100,00%	0,00%
	no	73,38%	73,17%	73,56%	64,29%	74,15%	71,47%	77,47%	77,42%	67,86%	0,00%	100,00%
L'autore spesso scrive sull'argomento	si	32,24%	33,77%	30,93%	22,62%	36,39%	34,66%	30,03%	27,42%	28,57%	66,67%	0,00%
	no	67,76%	66,23%	69,07%	77,38%	63,61%	65,34%	69,97%	72,58%	71,43%	33,33%	100,00%
Presenta molti articoli con contenuto simile	si	14,87%	16,32%	13,62%	19,05%	19,39%	15,34%	10,24%	10,48%	14,29%	33,33%	0,00%
	no	85,13%	83,68%	86,38%	80,95%	80,61%	84,66%	89,76%	89,52%	85,71%	66,67%	100,00%
L'autore è conosciuto mediaticamente	si	16,34%	15,38%	17,15%	21,43%	17,35%	17,48%	12,29%	16,94%	14,29%	16,67%	50,00%
	no	83,66%	84,62%	82,85%	78,57%	82,65%	82,52%	87,71%	83,06%	85,71%	83,33%	50,00%
La biografia dell'autore lo indica come esperto in materia	si	35,70%	35,46%	35,90%	25,00%	35,03%	34,97%	35,15%	39,52%	67,86%	66,67%	0,00%
	no	64,30%	64,54%	64,10%	75,00%	64,97%	65,03%	64,85%	60,48%	32,14%	33,33%	100,00%
È un autore verificato, esperto in materia	si	59,81%	58,72%	60,74%	45,24%	63,27%	62,88%	59,39%	54,03%	67,86%	33,33%	50,00%
	no	40,19%	41,28%	39,26%	54,76%	36,73%	37,12%	40,61%	45,97%	32,14%	66,67%	50,00%
L'autore è qualcuno che seguo	si	23,34%	27,39%	19,87%	23,81%	19,05%	24,23%	24,91%	25,81%	32,14%	16,67%	0,00%
	no	76,66%	72,61%	80,13%	76,19%	80,95%	75,77%	75,09%	74,19%	67,86%	83,33%	100,00%
L'ho già letto di recente	si	10,20%	9,76%	10,58%	14,29%	10,20%	11,04%	7,17%	10,48%	7,14%	66,67%	0,00%
	no	89,80%	90,24%	89,42%	85,71%	89,80%	88,96%	92,83%	89,52%	92,86%	33,33%	100,00%
È in cima ai risultati delle ricerche	si	11,67%	9,57%	13,46%	17,86%	15,31%	12,88%	8,19%	4,84%	10,71%	0,00%	0,00%
	no	88,33%	90,43%	86,54%	82,14%	84,69%	87,12%	91,81%	95,16%	89,29%	100,00%	100,00%
L'autore scrive frequentemente	si	13,05%	12,01%	13,94%	17,86%	11,90%	17,79%	8,87%	8,06%	14,29%	50,00%	0,00%
	no	86,95%	87,99%	86,06%	82,14%	88,10%	82,21%	91,13%	91,94%	85,71%	50,00%	100,00%
L'autore è geograficamente vicino	si	4,49%	4,50%	4,49%	3,57%	5,78%	6,75%	2,05%	2,42%	0,00%	16,67%	0,00%
	no	95,51%	95,50%	95,51%	96,43%	94,22%	93,25%	97,95%	97,58%	100,00%	83,33%	100,00%
La grammatica e la punteggiatura sono conformi e/o corrette	si	23,42%	25,14%	21,96%	11,90%	28,91%	30,37%	18,09%	12,10%	28,57%	0,00%	50,00%
	no	76,58%	74,86%	78,04%	88,10%	71,09%	69,63%	81,91%	87,90%	71,43%	100,00%	50,00%
La quantità di notizie pubblicate	si	13,57%	13,70%	13,46%	19,05%	13,61%	13,80%	13,65%	4,84%	25,00%	50,00%	0,00%
	no	86,43%	86,30%	86,54%	80,95%	86,39%	86,20%	86,35%	95,16%	75,00%	50,00%	100,00%
La qualità di notizie pubblicate	si	55,40%	55,35%	55,45%	45,24%	64,29%	57,67%	50,51%	43,55%	67,86%	66,67%	50,00%
	no	44,60%	44,65%	44,55%	54,76%	35,71%	42,33%	49,49%	56,45%	32,14%	33,33%	50,00%
L'accuratezza dell'informazioni	si	26,02%	25,52%	26,44%	38,10%	34,35%	21,47%	18,77%	25,81%	35,71%	16,67%	0,00%
	no	73,98%	74,48%	73,56%	61,90%	65,65%	78,53%	81,23%	74,19%	64,29%	83,33%	100,00%
L'aggiornamento delle informazioni	si	42,52%	40,90%	43,91%	30,95%	45,24%	46,01%	39,59%	42,74%	42,86%	16,67%	50,00%
	no	57,48%	59,10%	56,09%	69,05%	54,76%	53,99%	60,41%	57,26%	57,14%	83,33%	50,00%
Non presenta contraddizioni o errori	si	35,18%	37,71%	33,01%	34,52%	40,14%	36,20%	30,72%	32,26%	35,71%	33,33%	0,00%
	no	64,82%	62,29%	66,99%	65,48%	59,86%	63,80%	69,28%	67,74%	64,29%	66,67%	100,00%
Contiene citazioni e riferimenti ad altre fonti attendibili	si	15,47%	14,07%	16,67%	17,86%	17,35%	15,95%	10,92%	18,55%	21,43%	0,00%	0,00%
	no	84,53%	85,93%	83,33%	82,14%	82,65%	84,05%	89,08%	81,45%	78,57%	100,00%	100,00%
I link funzionano	si	14,78%	15,57%	14,10%	23,81%	13,95%	18,40%	11,26%	11,29%	10,71%	0,00%	0,00%
	no	85,22%	84,43%	85,90%	76,19%	86,05%	81,60%	88,74%	88,71%	89,29%	100,00%	100,00%
I testi sono chiari e il linguaggio comprensibile	si	30,16%	27,39%	32,53%	21,43%	26,19%	34,97%	31,40%	29,84%	32,14%	33,33%	0,00%
	no	69,84%	72,61%	67,47%	78,57%	73,81%	65,03%	68,60%	70,16%	67,86%	66,67%	100,00%
L'accesso alla fonte è semplice e veloce	si	20,05%	20,08%	20,03%	9,52%	18,71%	25,15%	19,45%	18,55%	25,00%	0,00%	0,00%
	no	79,95%	79,92%	79,97%	90,48%	81,29%	74,85%	80,55%	81,45%	75,00%	100,00%	100,00%

11. Quali caratteristiche deve avere una **FONTE** per risultare credibile?

Sono consentite più risposte. (SEGUE 2 di 2)

		Sesso		Età								
		Totale	Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
È imparziale	<i>si</i>	43,56%	46,15%	41,35%	25,00%	44,90%	47,24%	40,96%	44,35%	64,29%	50,00%	50,00%
	<i>no</i>	56,44%	53,85%	58,65%	75,00%	55,10%	52,76%	59,04%	55,65%	35,71%	50,00%	50,00%
Riporta l'autore e il titolo	<i>si</i>	28,78%	30,39%	27,40%	16,67%	29,93%	30,67%	26,96%	31,45%	42,86%	0,00%	50,00%
	<i>no</i>	71,22%	69,61%	72,60%	83,33%	70,07%	69,33%	73,04%	68,55%	57,14%	100,00%	50,00%
È aggiornata con regolarità	<i>si</i>	22,13%	19,70%	24,20%	20,24%	21,43%	27,91%	19,80%	15,32%	25,00%	16,67%	0,00%
	<i>no</i>	77,87%	80,30%	75,80%	79,76%	78,57%	72,09%	80,20%	84,68%	75,00%	83,33%	100,00%
Contiene una mail, per chiedere all'autore ulteriori informazioni	<i>si</i>	17,20%	16,51%	17,79%	9,52%	15,99%	21,78%	17,06%	14,52%	17,86%	0,00%	0,00%
	<i>no</i>	82,80%	83,49%	82,21%	90,48%	84,01%	78,22%	82,94%	85,48%	82,14%	100,00%	100,00%
È condivisa da un numero elevato di persone	<i>si</i>	9,42%	9,57%	9,29%	13,10%	9,18%	11,04%	7,51%	8,87%	7,14%	0,00%	0,00%
	<i>no</i>	90,58%	90,43%	90,71%	86,90%	90,82%	88,96%	92,49%	91,13%	92,86%	100,00%	100,00%
È commentata da un numero elevato di persone	<i>si</i>	8,30%	8,26%	8,33%	8,33%	8,84%	12,27%	3,75%	8,87%	3,57%	0,00%	0,00%
	<i>no</i>	91,70%	91,74%	91,67%	91,67%	91,16%	87,73%	96,25%	91,13%	96,43%	100,00%	100,00%
Altro	<i>si</i>	1,90%	2,44%	1,44%	1,19%	1,02%	2,76%	1,02%	3,23%	3,57%	0,00%	50,00%
	<i>no</i>	98,10%	97,56%	98,56%	98,81%	98,98%	97,24%	98,98%	96,77%	96,43%	100,00%	50,00%

12. Quali caratteristiche deve avere una **NOTIZIA** per risultare credibile?

Sono consentite più risposte. (1 di 2)

		Totale	Sesso		Età							
			Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
L'autore è qualcuno di cui ho sentito parlare	si	22,39%	23,83%	21,15%	32,14%	23,13%	25,77%	16,38%	16,94%	17,86%	100,00%	0,00%
	no	77,61%	76,17%	78,85%	67,86%	76,87%	74,23%	83,62%	83,06%	82,14%	0,00%	100,00%
È o contiene un URL che ho già cliccato	si	8,64%	6,94%	10,10%	3,57%	11,22%	13,19%	4,44%	5,65%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	91,36%	93,06%	89,90%	96,43%	88,78%	86,81%	95,56%	94,35%	96,43%	100,00%	100,00%
L'autore spesso scrive sull'argomento	si	27,74%	27,02%	28,37%	25,00%	28,91%	30,06%	24,91%	25,81%	28,57%	66,67%	0,00%
	no	72,26%	72,98%	71,63%	75,00%	71,09%	69,94%	75,09%	74,19%	71,43%	33,33%	100,00%
Ci sono altre notizie con contenuto simile	si	26,27%	25,89%	26,60%	29,76%	28,91%	28,53%	20,48%	24,19%	32,14%	33,33%	0,00%
	no	73,73%	74,11%	73,40%	70,24%	71,09%	71,47%	79,52%	75,81%	67,86%	66,67%	100,00%
L'autore è conosciuto mediaticamente	si	16,08%	16,51%	15,71%	11,90%	14,97%	18,40%	12,29%	20,16%	25,00%	50,00%	50,00%
	no	83,92%	83,49%	84,29%	88,10%	85,03%	81,60%	87,71%	79,84%	75,00%	50,00%	50,00%
La biografia dell'autore lo indica come esperto in materia	si	30,51%	34,52%	27,08%	17,86%	31,29%	30,98%	27,65%	36,29%	53,57%	66,67%	0,00%
	no	69,49%	65,48%	72,92%	82,14%	68,71%	69,02%	72,35%	63,71%	46,43%	33,33%	100,00%
È un autore verificato, esperto in materia	si	49,18%	48,22%	50,00%	29,76%	51,36%	52,76%	49,49%	43,55%	64,29%	50,00%	50,00%
	no	50,82%	51,78%	50,00%	70,24%	48,64%	47,24%	50,51%	56,45%	35,71%	50,00%	50,00%
L'autore è qualcuno che seguo	si	17,98%	21,39%	15,06%	23,81%	14,97%	15,03%	19,80%	25,00%	21,43%	0,00%	0,00%
	no	82,02%	78,61%	84,94%	76,19%	85,03%	84,97%	80,20%	75,00%	78,57%	100,00%	100,00%
L'ho già letto di recente	si	10,80%	10,69%	10,90%	19,05%	6,80%	12,88%	9,90%	10,48%	10,71%	33,33%	0,00%
	no	89,20%	89,31%	89,10%	80,95%	93,20%	87,12%	90,10%	89,52%	89,29%	66,67%	100,00%
È in cima ai risultati delle ricerche	si	13,22%	11,07%	15,06%	14,29%	18,37%	15,64%	8,53%	6,45%	10,71%	0,00%	0,00%
	no	86,78%	88,93%	84,94%	85,71%	81,63%	84,36%	91,47%	93,55%	89,29%	100,00%	100,00%
L'autore scrive frequentemente	si	12,62%	13,51%	11,86%	14,29%	13,95%	13,50%	9,90%	9,68%	14,29%	50,00%	50,00%
	no	87,38%	86,49%	88,14%	85,71%	86,05%	86,50%	90,10%	90,32%	85,71%	50,00%	50,00%
L'autore è geograficamente vicino	si	5,10%	5,25%	4,97%	5,95%	5,78%	7,67%	2,39%	3,23%	0,00%	16,67%	0,00%
	no	94,90%	94,75%	95,03%	94,05%	94,22%	92,33%	97,61%	96,77%	100,00%	83,33%	100,00%
La grammatica e la punteggiatura sono	si	22,04%	24,02%	20,35%	17,86%	30,27%	24,85%	16,38%	12,90%	21,43%	0,00%	0,00%
	no	77,96%	75,98%	79,65%	82,14%	69,73%	75,15%	83,62%	87,10%	78,57%	100,00%	100,00%
La quantità di notizie pubblicate	si	15,21%	15,01%	15,38%	22,62%	15,99%	15,95%	13,65%	8,06%	17,86%	50,00%	0,00%
	no	84,79%	84,99%	84,62%	77,38%	84,01%	84,05%	86,35%	91,94%	82,14%	50,00%	100,00%
La qualità di notizie pubblicate	si	48,23%	48,22%	48,24%	36,90%	54,08%	51,84%	45,05%	41,13%	42,86%	50,00%	50,00%
	no	51,77%	51,78%	51,76%	63,10%	45,92%	48,16%	54,95%	58,87%	57,14%	50,00%	50,00%
L'accuratezza dell'informazioni	si	24,20%	21,95%	26,12%	29,76%	33,33%	18,40%	16,04%	33,87%	21,43%	33,33%	0,00%
	no	75,80%	78,05%	73,88%	70,24%	66,67%	81,60%	83,96%	66,13%	78,57%	66,67%	100,00%
L'aggiornamento delle informazioni	si	39,41%	36,40%	41,99%	27,38%	36,39%	44,79%	38,57%	41,13%	46,43%	50,00%	0,00%
	no	60,59%	63,60%	58,01%	72,62%	63,61%	55,21%	61,43%	58,87%	53,57%	50,00%	100,00%
Non presenta contraddizioni o errori	si	36,56%	36,40%	36,70%	28,57%	40,14%	38,65%	33,45%	33,87%	42,86%	33,33%	50,00%
	no	63,44%	63,60%	63,30%	71,43%	59,86%	61,35%	66,55%	66,13%	57,14%	66,67%	50,00%
Contiene citazioni e riferimenti ad altre fonti	si	13,40%	12,57%	14,10%	19,05%	14,63%	13,50%	9,22%	15,32%	21,43%	0,00%	0,00%
	no	86,60%	87,43%	85,90%	80,95%	85,37%	86,50%	90,78%	84,68%	78,57%	100,00%	100,00%
I link funzionano	si	15,73%	15,95%	15,54%	20,24%	17,35%	19,02%	13,31%	7,26%	14,29%	0,00%	0,00%
	no	84,27%	84,05%	84,46%	79,76%	82,65%	80,98%	86,69%	92,74%	85,71%	100,00%	100,00%
I testi sono chiari e il linguaggio comprensibile	si	27,31%	24,39%	29,81%	32,14%	28,91%	27,91%	25,94%	24,19%	21,43%	16,67%	0,00%
	no	72,69%	75,61%	70,19%	67,86%	71,09%	72,09%	74,06%	75,81%	78,57%	83,33%	100,00%

12. Quali caratteristiche deve avere una **NOTIZIA** per risultare credibile?

Sono consentite più risposte. (SEGUE 2 di 2)

		Sesso		Età								
		Totale	Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
L'accesso alla fonte è semplice e veloce	<i>si</i>	23,08%	23,08%	23,08%	10,71%	24,83%	27,30%	23,21%	15,32%	25,00%	16,67%	50,00%
	<i>no</i>	76,92%	76,92%	76,92%	89,29%	75,17%	72,70%	76,79%	84,68%	75,00%	83,33%	50,00%
È imparziale	<i>si</i>	38,46%	40,53%	36,70%	25,00%	40,48%	38,65%	38,23%	41,13%	50,00%	33,33%	0,00%
	<i>no</i>	61,54%	59,47%	63,30%	75,00%	59,52%	61,35%	61,77%	58,87%	50,00%	66,67%	100,00%
Riporta l'autore e il titolo	<i>si</i>	27,66%	26,45%	28,69%	20,24%	27,21%	29,75%	24,57%	33,87%	39,29%	0,00%	50,00%
	<i>no</i>	72,34%	73,55%	71,31%	79,76%	72,79%	70,25%	75,43%	66,13%	60,71%	100,00%	50,00%
È aggiornata con regolarità	<i>si</i>	24,03%	21,20%	26,44%	22,62%	24,49%	31,60%	19,45%	12,90%	35,71%	16,67%	0,00%
	<i>no</i>	75,97%	78,80%	73,56%	77,38%	75,51%	68,40%	80,55%	87,10%	64,29%	83,33%	100,00%
Contiene una mail, per chiedere all'autore ulteriori	<i>si</i>	15,04%	13,70%	16,19%	11,90%	15,99%	18,10%	12,97%	10,48%	25,00%	0,00%	0,00%
	<i>no</i>	84,96%	86,30%	83,81%	88,10%	84,01%	81,90%	87,03%	89,52%	75,00%	100,00%	100,00%
È condivisa da un numero elevato di persone	<i>si</i>	9,68%	9,01%	10,26%	17,86%	10,54%	12,88%	5,80%	5,65%	0,00%	0,00%	0,00%
	<i>no</i>	90,32%	90,99%	89,74%	82,14%	89,46%	87,12%	94,20%	94,35%	100,00%	100,00%	100,00%
È commentata da un numero elevato di persone	<i>si</i>	7,61%	6,00%	8,97%	11,90%	8,84%	9,82%	4,44%	4,03%	7,14%	0,00%	0,00%
	<i>no</i>	92,39%	94,00%	91,03%	88,10%	91,16%	90,18%	95,56%	95,97%	92,86%	100,00%	100,00%
Altro	<i>si</i>	0,09%	0,19%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%
	<i>no</i>	99,91%	99,81%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	50,00%

13. Quali caratteristiche deve avere un **BLOG DI INFORMAZIONE** per essere credibile?

Sono consentite più risposte. (1 di 2)

		Sesso			Età							
		Totale	Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
L'autore è qualcuno di cui ho sentito parlare	si	19,27%	19,89%	18,75%	23,81%	20,75%	27,61%	11,26%	11,29%	17,86%	0,00%	0,00%
	no	80,73%	80,11%	81,25%	76,19%	79,25%	72,39%	88,74%	88,71%	82,14%	100,00%	100,00%
È o contiene un URL che ho già cliccato	si	7,78%	6,75%	8,65%	11,90%	9,18%	12,58%	2,05%	4,03%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	92,22%	93,25%	91,35%	88,10%	90,82%	87,42%	97,95%	95,97%	96,43%	100,00%	100,00%
L'autore spesso scrive sull'argomento	si	26,62%	25,33%	27,72%	23,81%	31,63%	29,14%	24,91%	16,13%	17,86%	16,67%	50,00%
	no	73,38%	74,67%	72,28%	76,19%	68,37%	70,86%	75,09%	83,87%	82,14%	83,33%	50,00%
Molti articoli con contenuto simile	si	12,10%	12,95%	11,38%	16,67%	16,67%	12,58%	8,53%	8,06%	0,00%	0,00%	50,00%
	no	87,90%	87,05%	88,62%	83,33%	83,33%	87,42%	91,47%	91,94%	100,00%	100,00%	50,00%
L'autore è conosciuto mediaticamente	si	6,66%	6,57%	6,73%	11,90%	7,82%	8,90%	2,73%	5,65%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	93,34%	93,43%	93,27%	88,10%	92,18%	91,10%	97,27%	94,35%	100,00%	100,00%	100,00%
La biografia dell'autore lo indica come esperto in materia	si	25,24%	25,89%	24,68%	25,00%	27,89%	26,69%	22,53%	21,77%	28,57%	16,67%	0,00%
	no	74,76%	74,11%	75,32%	75,00%	72,11%	73,31%	77,47%	78,23%	71,43%	83,33%	100,00%
È un autore verificato, esperto in materia	si	41,14%	40,15%	41,99%	27,38%	43,54%	45,09%	44,71%	29,03%	35,71%	0,00%	50,00%
	no	58,86%	59,85%	58,01%	72,62%	56,46%	54,91%	55,29%	70,97%	64,29%	100,00%	50,00%
L'autore è qualcuno che seguo	si	15,56%	13,51%	17,31%	9,52%	14,63%	20,25%	13,65%	16,13%	10,71%	0,00%	0,00%
	no	84,44%	86,49%	82,69%	90,48%	85,37%	79,75%	86,35%	83,87%	89,29%	100,00%	100,00%
L'ho già letto di recente	si	7,61%	7,50%	7,69%	14,29%	7,48%	10,12%	5,12%	4,03%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	92,39%	92,50%	92,31%	85,71%	92,52%	89,88%	94,88%	95,97%	96,43%	100,00%	100,00%
È in cima ai risultati delle ricerche	si	10,37%	9,76%	10,90%	16,67%	11,90%	13,80%	6,48%	4,03%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	89,63%	90,24%	89,10%	83,33%	88,10%	86,20%	93,52%	95,97%	92,86%	100,00%	100,00%
L'autore scrive frequentemente	si	17,11%	17,26%	16,99%	19,05%	24,15%	21,17%	9,90%	8,06%	10,71%	0,00%	0,00%
	no	82,89%	82,74%	83,01%	80,95%	75,85%	78,83%	90,10%	91,94%	92,86%	100,00%	100,00%
L'autore è geograficamente vicino	si	4,24%	4,50%	4,01%	4,76%	5,44%	6,75%	1,71%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	95,76%	95,50%	95,99%	95,24%	94,56%	93,25%	98,29%	98,39%	100,00%	100,00%	100,00%
La grammatica e la punteggiatura sono conformi e/o corrette	si	21,35%	20,64%	21,96%	19,05%	28,57%	26,38%	12,97%	12,90%	21,43%	0,00%	50,00%
	no	78,65%	79,36%	78,04%	80,95%	71,43%	73,62%	87,03%	87,10%	78,57%	100,00%	50,00%
La quantità di notizie pubblicate	si	13,31%	10,69%	15,54%	21,43%	15,31%	17,18%	8,53%	7,26%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	86,69%	89,31%	84,46%	78,57%	84,69%	82,82%	91,47%	92,74%	96,43%	100,00%	100,00%
La qualità di notizie pubblicate	si	43,91%	42,59%	45,03%	34,52%	50,34%	53,37%	37,20%	32,26%	25,00%	0,00%	50,00%
	no	56,09%	57,41%	54,97%	65,48%	49,66%	46,63%	62,80%	67,74%	75,00%	100,00%	50,00%
L'accuratezza dell'informazioni	si	15,90%	15,20%	16,51%	30,95%	24,83%	15,95%	7,85%	7,26%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	84,10%	84,80%	83,49%	69,05%	75,17%	84,05%	92,15%	92,74%	96,43%	100,00%	100,00%
L'aggiornamento delle informazioni	si	35,35%	29,64%	40,22%	29,76%	40,14%	39,88%	32,76%	26,61%	25,00%	0,00%	0,00%
	no	64,65%	70,36%	59,78%	70,24%	59,86%	60,12%	67,24%	73,39%	75,00%	100,00%	100,00%
Non presenta contraddizioni o errori	si	29,30%	28,33%	30,13%	26,19%	33,67%	34,05%	25,60%	19,35%	28,57%	0,00%	0,00%
	no	70,70%	71,67%	69,87%	73,81%	66,33%	65,95%	74,40%	80,65%	71,43%	100,00%	100,00%
Contiene citazioni e riferimenti ad altre fonti attendibili	si	27,14%	25,33%	28,69%	21,43%	28,57%	34,05%	22,53%	22,58%	25,00%	0,00%	0,00%
	no	72,86%	74,67%	71,31%	78,57%	71,43%	65,95%	77,47%	77,42%	75,00%	100,00%	100,00%
I link funzionano	si	21,52%	17,82%	24,68%	22,62%	24,49%	27,61%	17,06%	12,10%	10,71%	0,00%	0,00%
	no	78,48%	82,18%	75,32%	77,38%	75,51%	72,39%	82,94%	87,90%	89,29%	100,00%	100,00%
I testi sono chiari e il linguaggio comprensibile	si	25,50%	24,77%	26,12%	15,48%	29,59%	30,06%	23,21%	17,74%	21,43%	16,67%	0,00%
	no	74,50%	75,23%	73,88%	84,52%	70,41%	69,94%	76,79%	82,26%	78,57%	83,33%	100,00%

13. Quali caratteristiche deve avere un **BLOG DI INFORMAZIONE** per essere credibile?

Sono consentite più risposte. (SEGUE 2 di 2)

		Sesso			Età							
		Totale	Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
L'accesso alla fonte è semplice e veloce	si	21,87%	21,58%	22,12%	14,29%	23,13%	27,91%	18,43%	17,74%	17,86%	0,00%	50,00%
	no	78,13%	78,42%	77,88%	85,71%	76,87%	72,09%	81,57%	82,26%	82,14%	100,00%	50,00%
È imparziale	si	25,67%	28,14%	23,56%	20,24%	27,89%	30,98%	22,87%	15,32%	35,71%	16,67%	0,00%
	no	74,33%	71,86%	76,44%	79,76%	72,11%	69,02%	77,13%	84,68%	64,29%	83,33%	100,00%
Riporta l'autore e il titolo	si	22,21%	22,89%	21,63%	17,86%	24,15%	25,15%	20,14%	17,74%	25,00%	0,00%	50,00%
	no	77,79%	77,11%	78,37%	82,14%	75,85%	74,85%	79,86%	82,26%	75,00%	100,00%	50,00%
È aggiornata con regolarità	si	24,63%	22,33%	26,60%	16,67%	29,59%	30,06%	20,82%	16,94%	14,29%	0,00%	0,00%
	no	75,37%	77,67%	73,40%	83,33%	70,41%	69,94%	79,18%	83,06%	85,71%	100,00%	100,00%
Contiene una mail, per chiedere all'autore ulteriori informazioni	si	18,24%	15,95%	20,19%	14,29%	20,07%	23,93%	15,02%	9,68%	21,43%	0,00%	0,00%
	no	81,76%	84,05%	79,81%	85,71%	79,93%	76,07%	84,98%	90,32%	78,57%	100,00%	100,00%
L'autore è spesso commentato e "condiviso"	si	13,57%	12,20%	14,74%	14,29%	15,65%	17,18%	10,24%	8,06%	10,71%	0,00%	0,00%
	no	86,43%	87,80%	85,26%	85,71%	84,35%	82,82%	89,76%	91,94%	89,29%	100,00%	100,00%
L'autore ha molti fans	si	5,53%	6,19%	4,97%	14,29%	5,44%	8,28%	2,05%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	94,47%	93,81%	95,03%	85,71%	94,56%	91,72%	97,95%	97,58%	100,00%	100,00%	100,00%
È presente su Twitter, Facebook e i principali social media	si	15,73%	14,07%	17,15%	17,86%	21,09%	19,63%	11,26%	4,03%	10,71%	0,00%	0,00%
	no	84,27%	85,93%	82,85%	82,14%	78,91%	80,37%	88,74%	95,97%	89,29%	100,00%	100,00%
È condiviso da un numero elevato di persone	si	9,85%	9,38%	10,26%	13,10%	12,59%	13,50%	5,46%	4,03%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	90,15%	90,62%	89,74%	86,90%	87,41%	86,50%	94,54%	95,97%	96,43%	100,00%	100,00%
È commentato da un numero elevato di persone	si	11,06%	10,32%	11,70%	16,67%	14,29%	13,50%	7,51%	4,03%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	88,94%	89,68%	88,30%	83,33%	85,71%	86,50%	92,49%	95,97%	96,43%	100,00%	100,00%
Non saprei. Non leggo Blog	si	19,62%	22,70%	16,99%	25,00%	16,33%	13,50%	23,21%	25,00%	32,14%	100,00%	0,00%
	no	80,38%	77,30%	83,01%	75,00%	83,67%	86,50%	76,79%	75,00%	67,86%	0,00%	100,00%
Altro	si	0,09%	0,19%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%
	no	99,91%	99,81%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	50,00%

14. Quali caratteristiche deve avere un POST SU FACEBOOK per essere credibile?

Sono consentite più risposte. (1 di 2)

		Sesso		Età								
		Totale	Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
L'autore è qualcuno di cui ho sentito parlare	si	24,89%	25,70%	24,20%	32,14%	27,55%	32,21%	18,43%	14,52%	10,71%	0,00%	0,00%
	no	75,11%	74,30%	75,80%	67,86%	72,45%	67,79%	81,57%	85,48%	89,29%	100,00%	100,00%
È o contiene un URL che ho già cliccato	si	8,04%	6,38%	9,46%	10,71%	9,86%	11,35%	4,10%	4,84%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	91,96%	93,62%	90,54%	89,29%	90,14%	88,65%	95,90%	95,16%	100,00%	100,00%	100,00%
L'autore spesso scrive sull'argomento	si	20,83%	21,95%	19,87%	15,48%	24,83%	23,93%	18,43%	12,10%	21,43%	16,67%	50,00%
	no	79,17%	78,05%	80,13%	84,52%	75,17%	76,07%	81,57%	87,90%	78,57%	100,00%	50,00%
Molti post con contenuto simile	si	13,14%	11,07%	14,90%	15,48%	17,01%	16,56%	8,53%	6,45%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	86,86%	88,93%	85,10%	84,52%	82,99%	83,44%	91,47%	93,55%	92,86%	100,00%	100,00%
L'immagine dell'autore è una immagine personale	si	20,14%	19,32%	20,83%	21,43%	23,13%	26,69%	14,33%	11,29%	14,29%	0,00%	0,00%
	no	79,86%	80,68%	79,17%	78,57%	76,87%	73,31%	85,67%	88,71%	85,71%	100,00%	100,00%
L'autore è spesso commentato e "condiviso"	si	19,27%	17,26%	20,99%	19,05%	24,15%	22,39%	14,68%	12,10%	14,29%	0,00%	50,00%
	no	80,73%	82,74%	79,01%	80,95%	75,85%	77,61%	85,32%	87,90%	85,71%	100,00%	50,00%
Si tratta di una condivisione di qualcuno in cui ho fiducia	si	32,58%	28,33%	36,22%	19,05%	36,39%	39,26%	31,06%	21,77%	25,00%	0,00%	50,00%
	no	67,42%	71,67%	63,78%	80,95%	63,61%	60,74%	68,94%	78,23%	75,00%	100,00%	50,00%
Lo username è legato all'argomento	si	5,96%	5,63%	6,25%	4,76%	8,50%	7,98%	3,75%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	94,04%	94,37%	93,75%	95,24%	91,50%	92,02%	96,25%	97,58%	100,00%	100,00%	100,00%
La localizzazione dell'autore è legata all'argomento	si	5,96%	5,44%	6,41%	4,76%	8,16%	7,36%	4,10%	4,03%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	94,04%	94,56%	93,59%	95,24%	91,84%	92,64%	95,90%	95,97%	100,00%	100,00%	100,00%
La biografia dell'autore lo indica come esperto in materia	si	24,11%	24,77%	23,56%	15,48%	28,91%	26,38%	19,80%	22,58%	32,14%	0,00%	0,00%
	no	75,89%	75,23%	76,44%	84,52%	71,09%	73,62%	80,20%	77,42%	67,86%	100,00%	100,00%
Si tratta di una condivisione	si	24,11%	20,64%	27,08%	7,14%	24,15%	27,91%	27,30%	19,35%	21,43%	0,00%	50,00%
	no	75,89%	79,36%	72,92%	92,86%	75,85%	72,09%	72,70%	80,65%	78,57%	100,00%	50,00%
L'autore ha molti fans	si	9,33%	11,63%	7,37%	17,86%	13,95%	10,43%	5,46%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	90,67%	88,37%	92,63%	82,14%	86,05%	89,57%	94,54%	98,39%	100,00%	100,00%	100,00%
È un autore verificato, esperto in materia	si	49,27%	50,28%	48,40%	41,67%	55,44%	54,91%	48,81%	29,03%	42,86%	16,67%	50,00%
	no	50,73%	49,72%	51,60%	58,33%	44,56%	45,09%	51,19%	70,97%	57,14%	83,33%	50,00%
È un commento	si	4,67%	4,69%	4,65%	3,57%	5,44%	5,21%	3,07%	6,45%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	95,33%	95,31%	95,35%	96,43%	94,56%	94,79%	96,93%	93,55%	96,43%	100,00%	100,00%
L'autore è qualcuno che seguo	si	18,84%	21,01%	16,99%	15,48%	19,73%	20,86%	18,09%	13,71%	32,14%	0,00%	0,00%
	no	81,16%	78,99%	83,01%	84,52%	80,27%	79,14%	81,91%	86,29%	67,86%	100,00%	100,00%
Ha postato di recente su Facebook	si	6,83%	6,57%	7,05%	11,90%	6,80%	11,35%	3,07%	1,61%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	93,17%	93,43%	92,95%	88,10%	93,20%	88,65%	96,93%	98,39%	96,43%	100,00%	100,00%
È in cima ai risultati delle ricerche	si	8,64%	8,07%	9,13%	9,52%	11,22%	11,96%	4,44%	4,03%	3,57%	0,00%	50,00%
	no	91,36%	91,93%	90,87%	90,48%	88,78%	88,04%	95,56%	95,97%	96,43%	100,00%	50,00%
Contiene una URL completa	si	10,37%	9,76%	10,90%	7,14%	12,24%	15,03%	8,19%	3,23%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	89,63%	90,24%	89,10%	92,86%	87,76%	84,97%	91,81%	96,77%	96,43%	100,00%	100,00%
L'autore scrive post frequentemente	si	12,19%	11,26%	12,98%	11,90%	14,29%	17,48%	6,48%	8,06%	10,71%	0,00%	0,00%
	no	87,81%	88,74%	87,02%	88,10%	85,71%	82,52%	93,52%	91,94%	89,29%	100,00%	100,00%
Il post contiene una URL	si	10,37%	8,44%	12,02%	4,76%	12,59%	14,72%	8,53%	2,42%	10,71%	0,00%	0,00%
	no	89,63%	91,56%	87,98%	95,24%	87,41%	85,28%	91,47%	97,58%	89,29%	100,00%	100,00%
Il post contiene hashtag	si	5,45%	6,19%	4,81%	3,57%	9,86%	5,21%	3,41%	3,23%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	94,55%	93,81%	95,19%	96,43%	90,14%	94,79%	96,59%	96,77%	100,00%	100,00%	100,00%

14. Quali caratteristiche deve avere un **POST SU FACEBOOK** per essere credibile?

Sono consentite più risposte. (SEGUE 2 di 2)

		Sesso		Età								
		Totale	Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
L'autore è geograficamente vicino	si	4,32%	4,88%	3,85%	5,95%	5,78%	5,52%	2,05%	3,23%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	95,68%	95,12%	96,15%	94,05%	94,22%	94,48%	97,95%	96,77%	100,00%	100,00%	100,00%
La page di Facebook è personalizzata	si	11,32%	10,51%	12,02%	9,52%	15,31%	16,87%	5,12%	3,23%	14,29%	0,00%	0,00%
	no	88,68%	89,49%	87,98%	90,48%	84,69%	83,13%	94,88%	96,77%	85,71%	100,00%	100,00%
Il post contiene URL "accorciate"	si	3,11%	3,56%	2,72%	4,76%	4,76%	3,68%	1,02%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	96,89%	96,44%	97,28%	95,24%	95,24%	96,32%	98,98%	97,58%	100,00%	100,00%	100,00%
Il logo è utilizzato come avatar	si	3,98%	3,19%	4,65%	2,38%	4,76%	7,06%	1,71%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	96,02%	96,81%	95,35%	97,62%	95,24%	92,94%	98,29%	98,39%	100,00%	100,00%	100,00%
L'autore ha molti amici	si	6,91%	6,38%	7,37%	11,90%	12,24%	7,06%	2,73%	1,61%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	93,09%	93,62%	92,63%	88,10%	87,76%	92,94%	97,27%	98,39%	96,43%	100,00%	100,00%
Utilizza l'immagine di "default"	si	1,90%	2,06%	1,76%	5,95%	1,70%	2,45%	0,68%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	98,10%	97,94%	98,24%	94,05%	98,30%	97,55%	99,32%	98,39%	100,00%	100,00%	100,00%
Utilizza una immagine tipo "cartoon" come avatar	si	9,85%	2,06%	16,51%	23,81%	6,80%	7,36%	6,48%	12,90%	53,57%	0,00%	0,00%
	no	90,15%	97,94%	83,49%	76,19%	93,20%	92,64%	93,52%	87,10%	46,43%	100,00%	100,00%
La grammatica e la punteggiatura sono conformi e/o corrette	si	20,66%	24,77%	17,15%	8,33%	28,23%	27,61%	17,06%	4,03%	10,71%	0,00%	50,00%
	no	79,34%	75,23%	82,85%	91,67%	71,77%	72,39%	82,94%	95,97%	89,29%	100,00%	50,00%
È condiviso da un numero elevato di persone	si	16,16%	14,63%	17,47%	23,81%	18,71%	17,18%	12,63%	9,68%	21,43%	0,00%	50,00%
	no	83,84%	85,37%	82,53%	76,19%	81,29%	82,82%	87,37%	90,32%	78,57%	100,00%	50,00%
È commentato da un numero elevato di persone	si	11,06%	12,20%	10,10%	9,52%	15,31%	14,72%	7,51%	3,23%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	88,94%	87,80%	89,90%	90,48%	84,69%	85,28%	92,49%	96,77%	96,43%	100,00%	100,00%
Non saprei. Non utilizzo Facebook	si	11,06%	14,26%	8,33%	10,71%	5,44%	4,60%	12,63%	29,84%	32,14%	83,33%	0,00%
	no	88,94%	85,74%	91,67%	89,29%	94,56%	95,40%	87,37%	70,16%	67,86%	16,67%	100,00%
Altro	si	0,35%	0,19%	0,48%	0,00%	0,68%	0,31%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%
	no	99,65%	99,81%	99,52%	100,00%	99,32%	99,69%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	50,00%

15. Quali caratteristiche deve avere un **PROFILO FACEBOOK** per essere credibile?

Sono consentite più risposte. (1 di 2)

		Sesso		Età								
		Totale	Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
L'autore è qualcuno di cui ho sentito parlare	si	27,05%	28,71%	25,64%	29,76%	31,63%	30,67%	24,91%	13,71%	17,86%	0,00%	0,00%
	no	72,95%	71,29%	74,36%	70,24%	68,37%	69,33%	75,09%	86,29%	82,14%	100,00%	100,00%
È o contiene un URL che ho già cliccato	si	5,27%	5,07%	5,45%	5,95%	5,78%	7,67%	3,41%	3,23%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	94,73%	94,93%	94,55%	94,05%	94,22%	92,33%	96,59%	96,77%	100,00%	100,00%	100,00%
L'autore spesso scrive sull'argomento	si	15,04%	14,26%	15,71%	10,71%	17,01%	19,33%	9,56%	15,32%	14,29%	16,67%	0,00%
	no	84,96%	85,74%	84,29%	89,29%	82,99%	80,67%	90,44%	84,68%	85,71%	83,33%	100,00%
Molti post con contenuto simile	si	7,61%	7,32%	7,85%	10,71%	9,52%	9,20%	4,44%	4,84%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	92,39%	92,68%	92,15%	89,29%	90,48%	90,80%	95,56%	95,16%	92,86%	100,00%	100,00%
L'immagine dell'autore è una immagine personale	si	37,86%	35,46%	39,90%	33,33%	45,92%	44,48%	31,74%	25,00%	21,43%	0,00%	0,00%
	no	62,14%	64,54%	60,10%	66,67%	54,08%	55,52%	68,26%	75,00%	78,57%	100,00%	100,00%
L'autore è spesso commentato e "condiviso"	si	21,43%	19,89%	22,76%	17,86%	26,53%	24,54%	16,38%	16,94%	21,43%	0,00%	0,00%
	no	78,57%	80,11%	77,24%	82,14%	73,47%	75,46%	83,62%	83,06%	78,57%	100,00%	100,00%
Lo username è legato all'argomento	si	8,12%	7,13%	8,97%	8,33%	10,54%	10,12%	5,12%	6,45%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	91,88%	92,87%	91,03%	91,67%	89,46%	89,88%	94,88%	93,55%	100,00%	100,00%	100,00%
La localizzazione dell'autore è legata all'argomento	si	6,83%	5,07%	8,33%	8,33%	6,80%	10,12%	3,75%	5,65%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	93,17%	94,93%	91,67%	91,67%	93,20%	89,88%	96,25%	94,35%	96,43%	100,00%	100,00%
La biografia dell'autore lo indica come esperto in materia	si	20,57%	20,83%	20,35%	14,29%	21,77%	21,47%	19,11%	19,35%	35,71%	16,67%	50,00%
	no	79,43%	79,17%	79,65%	85,71%	78,23%	78,53%	80,89%	80,65%	64,29%	83,33%	50,00%
Si tratta di una condivisione	si	4,41%	3,75%	4,97%	8,33%	6,46%	4,91%	1,71%	3,23%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	95,59%	96,25%	95,03%	91,67%	93,54%	95,09%	98,29%	96,77%	100,00%	100,00%	100,00%
L'autore ha molti fans su FB	si	16,16%	15,76%	16,51%	28,57%	20,75%	19,63%	8,87%	7,26%	10,71%	0,00%	0,00%
	no	83,84%	84,24%	83,49%	71,43%	79,25%	80,37%	91,13%	92,74%	89,29%	100,00%	100,00%
È un autore verificato, esperto in materia	si	37,86%	39,59%	36,38%	19,05%	41,84%	42,64%	39,25%	27,42%	35,71%	16,67%	0,00%
	no	62,14%	60,41%	63,62%	80,95%	58,16%	57,36%	60,75%	72,58%	64,29%	83,33%	100,00%
L'autore è qualcuno che seguo	si	22,56%	23,08%	22,12%	19,05%	21,43%	26,07%	23,21%	20,97%	10,71%	0,00%	0,00%
	no	77,44%	76,92%	77,88%	80,95%	78,57%	73,93%	76,79%	79,03%	89,29%	100,00%	100,00%
Ha postato di recente	si	11,24%	11,44%	11,06%	8,33%	18,03%	15,34%	5,12%	3,23%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	88,76%	88,56%	88,94%	91,67%	81,97%	84,66%	94,88%	96,77%	96,43%	100,00%	100,00%
È in cima ai risultati delle ricerche	si	9,16%	9,38%	8,97%	9,52%	11,56%	13,19%	4,44%	4,03%	7,14%	0,00%	50,00%
	no	90,84%	90,62%	91,03%	90,48%	88,44%	86,81%	95,56%	95,97%	92,86%	100,00%	50,00%
Contiene una URL completa	si	6,40%	5,82%	6,89%	7,14%	7,82%	7,67%	5,46%	1,61%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	93,60%	94,18%	93,11%	92,86%	92,18%	92,33%	94,54%	98,39%	92,86%	100,00%	100,00%
L'autore scrive post frequentemente	si	18,24%	16,51%	19,71%	15,48%	26,53%	23,31%	11,26%	7,26%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	81,76%	83,49%	80,29%	84,52%	73,47%	76,69%	88,74%	92,74%	92,86%	100,00%	100,00%
I post contengono URL	si	7,87%	7,50%	8,17%	3,57%	6,46%	13,50%	5,80%	4,84%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	92,13%	92,50%	91,83%	96,43%	93,54%	86,50%	94,20%	95,16%	92,86%	100,00%	100,00%
I post contengono hashtag	si	3,98%	4,13%	3,85%	3,57%	4,42%	6,13%	2,39%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	96,02%	95,87%	96,15%	96,43%	95,58%	93,87%	97,61%	97,58%	100,00%	100,00%	100,00%
L'autore è geograficamente vicino	si	5,53%	5,44%	5,61%	7,14%	9,18%	7,06%	1,71%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	94,47%	94,56%	94,39%	92,86%	90,82%	92,94%	98,29%	97,58%	100,00%	100,00%	100,00%
La page di Facebook è personalizzata	si	24,46%	21,20%	27,24%	26,19%	29,59%	30,67%	18,09%	11,29%	25,00%	0,00%	0,00%
	no	75,54%	78,80%	72,76%	73,81%	70,41%	69,33%	81,91%	88,71%	75,00%	100,00%	100,00%

15. Quali caratteristiche deve avere un **PROFILO FACEBOOK** per essere credibile?

Sono consentite più risposte. (SEGUE 2 di 2)

		Sesso		Età								
		Totale	Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
I post contengono URL "accorciate"	si	2,85%	2,44%	3,21%	2,38%	2,72%	4,91%	1,37%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	97,15%	97,56%	96,79%	97,62%	97,28%	95,09%	98,63%	97,58%	100,00%	100,00%	100,00%
Il logo è utilizzato come avatar	si	2,94%	3,00%	2,88%	5,95%	3,40%	3,99%	1,02%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	97,06%	97,00%	97,12%	94,05%	96,60%	96,01%	98,98%	97,58%	100,00%	100,00%	100,00%
L'autore ha molti followers su Twitter	si	5,45%	4,88%	5,93%	10,71%	7,48%	6,75%	3,07%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	94,55%	95,12%	94,07%	89,29%	92,52%	93,25%	96,93%	99,19%	100,00%	100,00%	100,00%
Utilizza l'immagine di "default"	si	2,25%	1,69%	2,72%	5,95%	1,36%	3,37%	1,37%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	97,75%	98,31%	97,28%	94,05%	98,64%	96,63%	98,63%	98,39%	100,00%	100,00%	100,00%
Utilizza una immagine tipo "cartoon" come avatar	si	1,64%	2,06%	1,28%	1,19%	1,02%	2,76%	0,68%	3,23%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	98,36%	97,94%	98,72%	98,81%	98,98%	97,24%	99,32%	96,77%	100,00%	100,00%	100,00%
La grammatica e la punteggiatura sono conformi e/o corrette	si	21,00%	21,01%	20,99%	9,52%	26,53%	24,23%	18,77%	10,48%	28,57%	16,67%	50,00%
	no	79,00%	78,99%	79,01%	90,48%	73,47%	75,77%	81,23%	89,52%	71,43%	83,33%	50,00%
Ha un indice Klout/PeerIndex/Kred elevato	si	3,72%	3,00%	4,33%	1,19%	3,06%	6,75%	2,73%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	96,28%	97,00%	95,67%	98,81%	96,94%	93,25%	97,27%	97,58%	100,00%	100,00%	100,00%
È condiviso da un numero elevato di persone	si	14,09%	13,32%	14,74%	14,29%	16,67%	15,95%	12,97%	8,06%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	85,91%	86,68%	85,26%	85,71%	83,33%	84,05%	87,03%	91,94%	92,86%	100,00%	100,00%
È commentato da un numero elevato di persone	si	14,61%	15,01%	14,26%	13,10%	17,35%	16,87%	13,31%	8,87%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	85,39%	84,99%	85,74%	86,90%	82,65%	83,13%	86,69%	91,13%	92,86%	100,00%	100,00%
Non saprei. Non utilizzo Facebook	si	12,36%	14,63%	10,42%	9,52%	7,82%	4,29%	12,63%	37,10%	32,14%	100,00%	0,00%
	no	87,64%	85,37%	89,58%	90,48%	92,18%	95,71%	87,37%	62,90%	67,86%	0,00%	100,00%
Altro	si	0,35%	0,38%	0,32%	1,19%	0,68%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%
	no	99,65%	99,62%	99,68%	98,81%	99,32%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	50,00%

16. Quali caratteristiche deve avere un TWEET SU TWITTER per essere credibile?

Sono consentite più risposte. (1 di 2)

		Sesso			Età							
		Totale	Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
L'autore è qualcuno di cui ho sentito parlare	si	14,26%	12,95%	15,38%	15,48%	12,93%	18,40%	14,68%	7,26%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	85,74%	87,05%	84,62%	84,52%	87,07%	81,60%	85,32%	92,74%	92,86%	100,00%	100,00%
È o contiene un URL che ho già cliccato	si	3,80%	2,44%	4,97%	5,95%	5,10%	5,21%	1,71%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	96,20%	97,56%	95,03%	94,05%	94,90%	94,79%	98,29%	98,39%	100,00%	100,00%	100,00%
L'account ha il sigillo di "account verificato"	si	15,13%	13,13%	16,83%	15,48%	17,69%	20,25%	10,24%	9,68%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	84,87%	86,87%	83,17%	84,52%	82,31%	79,75%	89,76%	90,32%	92,86%	100,00%	100,00%
L'autore spesso "twitta" sull'argomento	si	16,94%	15,20%	18,43%	15,48%	19,05%	22,39%	15,02%	7,26%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	83,06%	84,80%	81,57%	84,52%	80,95%	77,61%	84,98%	92,74%	96,43%	100,00%	100,00%
Molti tweet con contenuto simile	si	9,16%	8,44%	9,78%	9,52%	11,56%	10,43%	8,19%	4,03%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	90,84%	91,56%	90,22%	90,48%	88,44%	89,57%	91,81%	95,97%	96,43%	100,00%	100,00%
L'immagine dell'autore è una immagine personale	si	10,63%	9,94%	11,22%	13,10%	10,54%	13,50%	10,24%	4,84%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	89,37%	90,06%	88,78%	86,90%	89,46%	86,50%	89,76%	95,16%	96,43%	100,00%	100,00%
L'autore è spesso menzionato e "retwittato"	si	14,09%	11,26%	16,51%	10,71%	13,61%	20,25%	13,31%	4,84%	10,71%	0,00%	0,00%
	no	85,91%	88,74%	83,49%	89,29%	86,39%	79,75%	86,69%	95,16%	89,29%	100,00%	100,00%
Si tratta di un retweet di qualcuno in cui ho fiducia	si	13,40%	12,57%	14,10%	10,71%	13,27%	15,03%	13,65%	11,29%	14,29%	0,00%	0,00%
	no	86,60%	87,43%	85,90%	89,29%	87,07%	84,66%	86,01%	89,52%	85,71%	100,00%	100,00%
Lo username è legato all'argomento	si	3,98%	3,56%	4,33%	8,33%	6,12%	5,52%	0,68%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	96,02%	96,44%	95,67%	91,67%	93,88%	94,48%	99,32%	99,19%	100,00%	100,00%	100,00%
La localizzazione dell'autore è legata all'argomento	si	3,98%	2,44%	5,29%	8,33%	3,40%	6,75%	1,71%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	96,02%	97,56%	94,71%	91,67%	96,60%	93,25%	98,29%	98,39%	100,00%	100,00%	100,00%
La biografia dell'autore lo indica come esperto in materia	si	8,90%	8,63%	9,13%	8,33%	5,78%	10,43%	10,24%	8,87%	14,29%	0,00%	0,00%
	no	91,10%	91,37%	90,87%	91,67%	94,22%	89,57%	89,76%	91,13%	85,71%	100,00%	100,00%
Si tratta di un retweet	si	11,32%	11,07%	11,54%	5,95%	11,56%	12,58%	13,65%	5,65%	14,29%	0,00%	0,00%
	no	88,68%	88,93%	88,46%	94,05%	88,44%	87,42%	86,35%	94,35%	85,71%	100,00%	100,00%
L'autore ha molti followers	si	10,03%	11,07%	9,13%	9,52%	8,84%	15,03%	8,19%	5,65%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	89,97%	88,93%	90,87%	90,48%	91,16%	84,97%	91,81%	94,35%	92,86%	100,00%	100,00%
È un autore verificato, esperto in materia	si	17,37%	18,01%	16,83%	13,10%	16,67%	21,47%	17,75%	11,29%	17,86%	0,00%	0,00%
	no	82,63%	81,99%	83,17%	86,90%	83,33%	78,53%	82,25%	88,71%	82,14%	100,00%	100,00%
È una risposta	si	1,64%	2,06%	1,28%	3,57%	2,38%	0,61%	1,71%	0,81%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	98,36%	97,94%	98,72%	96,43%	97,62%	99,39%	98,29%	99,19%	96,43%	100,00%	100,00%
L'autore è qualcuno che seguo	si	9,59%	8,82%	10,26%	13,10%	9,86%	10,12%	8,87%	9,68%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	90,41%	91,18%	89,74%	86,90%	90,14%	89,88%	91,13%	90,32%	100,00%	100,00%	100,00%
Ha postato di recente	si	3,63%	2,81%	4,33%	3,57%	4,08%	5,52%	1,71%	2,42%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	96,37%	97,19%	95,67%	96,43%	95,92%	94,48%	98,29%	97,58%	96,43%	100,00%	100,00%
È in cima ai risultati delle ricerche	si	3,98%	2,81%	4,97%	3,57%	4,08%	5,52%	2,73%	3,23%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	96,02%	97,19%	95,03%	96,43%	95,92%	94,48%	97,27%	96,77%	96,43%	100,00%	100,00%
Contiene una URL completa	si	4,06%	3,00%	4,97%	9,52%	3,40%	5,21%	2,39%	3,23%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	95,94%	97,00%	95,03%	90,48%	96,60%	94,79%	97,61%	96,77%	96,43%	100,00%	100,00%
L'autore "twitta" frequentemente	si	8,30%	6,00%	10,26%	8,33%	9,86%	13,50%	3,07%	4,84%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	91,70%	94,00%	89,74%	91,67%	90,14%	86,50%	96,93%	95,16%	96,43%	100,00%	100,00%
Il tweet contiene una URL	si	5,88%	4,88%	6,73%	8,33%	5,44%	8,90%	4,10%	3,23%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	94,12%	95,12%	93,27%	91,67%	94,56%	91,10%	95,90%	96,77%	100,00%	100,00%	100,00%

16. Quali caratteristiche deve avere un TWEET SU TWITTER per essere credibile?

Sono consentite più risposte. (SEGUE 2 di 2)

		Sesso		Età								
		Totale	Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
Il tweet contiene hashtag	si	5,62%	6,38%	4,97%	4,76%	4,42%	9,82%	4,44%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	94,38%	93,62%	95,03%	95,24%	95,58%	90,18%	95,56%	97,58%	100,00%	100,00%	100,00%
L'autore è geograficamente vicino	si	2,85%	2,63%	3,04%	2,38%	3,06%	3,99%	2,05%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	97,15%	97,37%	96,96%	97,62%	96,94%	96,01%	97,95%	97,58%	100,00%	100,00%	100,00%
La Homepage di Twitter è personalizzata	si	7,52%	6,00%	8,81%	2,38%	8,50%	10,74%	6,14%	5,65%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	92,48%	94,00%	91,19%	97,62%	91,50%	89,26%	93,86%	94,35%	100,00%	100,00%	100,00%
Il tweet contiene URL "accorciate"	si	2,42%	1,88%	2,88%	3,57%	1,70%	4,29%	1,37%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	97,58%	98,12%	97,12%	96,43%	98,30%	95,71%	98,63%	98,39%	100,00%	100,00%	100,00%
Il logo è utilizzato come avatar	si	2,16%	2,06%	2,24%	3,57%	2,04%	3,37%	0,68%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	97,84%	97,94%	97,76%	96,43%	97,96%	96,63%	99,32%	97,58%	100,00%	100,00%	100,00%
L'autore sta seguendo molti utenti	si	4,41%	3,94%	4,81%	9,52%	4,42%	5,83%	1,71%	4,03%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	95,59%	96,06%	95,19%	90,48%	95,58%	94,17%	98,29%	95,97%	96,43%	100,00%	100,00%
Utilizza l'immagine di "default"	si	1,30%	1,31%	1,28%	5,95%	1,36%	1,23%	0,00%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	98,70%	98,69%	98,72%	94,05%	98,64%	98,77%	100,00%	98,39%	100,00%	100,00%	100,00%
Utilizza una immagine tipo "cartoon" come avatar	si	0,86%	1,13%	0,64%	2,38%	1,36%	0,61%	0,34%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	99,14%	98,87%	99,36%	97,62%	98,64%	99,39%	99,66%	99,19%	100,00%	100,00%	100,00%
La grammatica e la punteggiatura sono conformi o corrette	si	7,69%	7,32%	8,01%	4,76%	8,16%	10,43%	6,48%	4,84%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	92,31%	92,68%	91,99%	95,24%	91,84%	89,57%	93,52%	95,16%	92,86%	100,00%	100,00%
Ha un indice Klout/PeerIndex/Kred elevato	si	2,94%	2,81%	3,04%	3,57%	3,06%	3,68%	2,05%	2,42%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	97,06%	97,19%	96,96%	96,43%	96,94%	96,32%	97,95%	97,58%	96,43%	100,00%	100,00%
È condiviso da un numero elevato di persone	si	8,12%	8,07%	8,17%	14,29%	8,16%	9,51%	6,48%	4,84%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	91,88%	91,93%	91,83%	85,71%	91,84%	90,49%	93,52%	95,16%	92,86%	100,00%	100,00%
È commentato da un numero elevato di persone	si	7,78%	7,69%	7,85%	8,33%	8,16%	10,12%	6,48%	4,03%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	92,22%	92,31%	92,15%	91,67%	91,84%	89,88%	93,52%	95,97%	92,86%	100,00%	100,00%
Non saprei. Non utilizzo Twitter	si	55,23%	53,85%	56,41%	52,38%	55,78%	49,69%	55,29%	64,52%	75,00%	83,33%	50,00%
	no	44,77%	46,15%	43,59%	47,62%	44,22%	50,31%	44,71%	35,48%	25,00%	16,67%	50,00%
Altro	si	0,26%	0,38%	0,16%	1,19%	0,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%
	no	99,74%	99,62%	99,84%	98,81%	99,66%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	50,00%

17. Quali caratteristiche deve avere un **PROFILO TWITTER** per essere credibile?

Sono consentite più risposte. (1 di 2)

		Sesso		Età								
		Totale	Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
L'autore è qualcuno di cui ho sentito parlare	si	15,90%	15,38%	16,35%	19,05%	17,69%	16,87%	15,36%	11,29%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	84,10%	84,62%	83,65%	80,95%	82,31%	83,13%	84,64%	88,71%	92,86%	100,00%	100,00%
È o contiene un URL che ho già cliccato	si	3,80%	3,56%	4,01%	5,95%	3,06%	5,52%	3,07%	1,61%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	96,20%	96,44%	95,99%	94,05%	96,94%	94,48%	96,93%	98,39%	96,43%	100,00%	100,00%
L'account ha il sigillo di "account verificato"	si	15,47%	14,82%	16,03%	13,10%	19,39%	19,94%	12,63%	5,65%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	84,53%	85,18%	83,97%	86,90%	80,61%	80,06%	87,37%	94,35%	92,86%	100,00%	100,00%
L'autore spesso "twitta" sull'argomento	si	11,93%	8,44%	14,90%	9,52%	11,22%	15,34%	10,58%	11,29%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	88,07%	91,56%	85,10%	90,48%	88,78%	84,66%	89,42%	88,71%	92,86%	100,00%	100,00%
Molti tweet con contenuto simile	si	6,91%	7,13%	6,73%	10,71%	6,46%	8,59%	5,80%	4,84%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	93,09%	92,87%	93,27%	89,29%	93,54%	91,41%	94,20%	95,16%	96,43%	100,00%	100,00%
L'immagine dell'autore è una immagine personale	si	13,66%	12,57%	14,58%	10,71%	15,65%	19,63%	10,92%	4,84%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	86,34%	87,43%	85,42%	89,29%	84,35%	80,37%	89,08%	95,16%	96,43%	100,00%	100,00%
L'autore è spesso menzionato e "retwittato"	si	13,92%	11,26%	16,19%	10,71%	14,29%	21,17%	10,58%	6,45%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	86,08%	88,74%	83,81%	89,29%	85,71%	78,83%	89,42%	93,55%	92,86%	100,00%	100,00%
Si tratta di un retweet di qualcuno in cui ho fiducia	si	8,21%	6,94%	9,29%	7,14%	8,16%	9,82%	8,19%	4,84%	10,71%	0,00%	0,00%
	no	91,79%	93,06%	90,71%	92,86%	91,84%	90,18%	91,81%	95,16%	89,29%	100,00%	100,00%
Lo username è legato all'argomento	si	3,89%	3,00%	4,65%	8,33%	3,40%	6,75%	1,37%	0,81%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	96,11%	97,00%	95,35%	91,67%	96,60%	93,25%	98,63%	99,19%	96,43%	100,00%	100,00%
La localizzazione dell'autore è legata all'argomento	si	3,72%	3,38%	4,01%	7,14%	2,38%	6,13%	2,05%	3,23%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	96,28%	96,62%	95,99%	92,86%	97,62%	93,87%	97,95%	96,77%	100,00%	100,00%	100,00%
La biografia dell'autore lo indica come esperto in materia	si	10,46%	9,94%	10,90%	8,33%	8,50%	13,80%	8,87%	10,48%	17,86%	0,00%	0,00%
	no	89,54%	90,06%	89,10%	91,67%	91,50%	86,20%	91,13%	89,52%	82,14%	100,00%	100,00%
L'autore ha molti followers su Facebook	si	5,96%	5,25%	6,57%	5,95%	7,14%	7,98%	3,41%	3,23%	10,71%	0,00%	0,00%
	no	94,04%	94,75%	93,43%	94,05%	92,86%	92,02%	96,59%	96,77%	89,29%	100,00%	100,00%
È un autore verificato, esperto in materia	si	17,03%	17,07%	16,99%	11,90%	16,67%	22,39%	16,04%	9,68%	21,43%	0,00%	0,00%
	no	82,97%	82,93%	83,01%	88,10%	83,33%	77,61%	83,96%	90,32%	78,57%	100,00%	100,00%
L'autore è qualcuno che seguo	si	10,80%	10,32%	11,22%	10,71%	8,16%	14,72%	10,58%	8,87%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	89,20%	89,68%	88,78%	89,29%	91,84%	85,28%	89,42%	91,13%	92,86%	100,00%	100,00%
Ha postato di recente	si	5,36%	5,07%	5,61%	5,95%	7,14%	7,06%	3,07%	2,42%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	94,64%	94,93%	94,39%	94,05%	92,86%	92,94%	96,93%	97,58%	96,43%	100,00%	100,00%
È in cima ai risultati delle ricerche	si	5,01%	3,94%	5,93%	8,33%	5,10%	6,75%	3,75%	1,61%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	94,99%	96,06%	94,07%	91,67%	94,90%	93,25%	96,25%	98,39%	96,43%	100,00%	100,00%
Contiene una URL completa	si	2,42%	1,31%	3,37%	2,38%	1,70%	5,21%	1,02%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	97,58%	98,69%	96,63%	97,62%	98,30%	94,79%	98,98%	99,19%	100,00%	100,00%	100,00%
L'autore "twitta" frequentemente	si	10,80%	9,94%	11,54%	14,29%	13,61%	15,34%	6,14%	3,23%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	89,20%	90,06%	88,46%	85,71%	86,39%	84,66%	93,86%	96,77%	96,43%	100,00%	100,00%
I tweet contengono URL	si	4,49%	3,00%	5,77%	3,57%	3,06%	9,51%	2,73%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	95,51%	97,00%	94,23%	96,43%	96,94%	90,49%	97,27%	99,19%	100,00%	100,00%	100,00%
I tweet contengono hashtag	si	6,40%	6,00%	6,73%	7,14%	5,78%	10,12%	4,44%	4,03%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	93,60%	94,00%	93,27%	92,86%	94,22%	89,88%	95,56%	95,97%	100,00%	100,00%	100,00%
L'autore è geograficamente vicino	si	3,03%	2,81%	3,21%	5,95%	3,74%	3,99%	0,68%	3,23%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	96,97%	97,19%	96,79%	94,05%	96,26%	96,01%	99,32%	96,77%	100,00%	100,00%	100,00%

17. Quali caratteristiche deve avere un **PROFILO TWITTER** per essere credibile?

Sono consentite più risposte. (SEGUE 2 di 2)

		Totale	Sesso		Età							
			Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
La Homepage di Twitter è personalizzata	si	7,35%	5,44%	8,97%	13,10%	8,16%	9,51%	4,78%	3,23%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	92,65%	94,56%	91,03%	86,90%	91,84%	90,49%	95,22%	96,77%	96,43%	100,00%	100,00%
I tweet contiene URL "accorciate"	si	1,56%	1,88%	1,28%	5,95%	3,06%	1,23%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	98,44%	98,12%	98,72%	94,05%	96,94%	98,77%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Il logo è utilizzato come avatar	si	1,30%	1,31%	1,28%	4,76%	1,02%	1,53%	0,00%	1,61%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	98,70%	98,69%	98,72%	95,24%	98,98%	98,47%	100,00%	98,39%	96,43%	100,00%	100,00%
L'autore sta seguendo molti utenti	si	2,77%	2,25%	3,21%	7,14%	2,72%	1,84%	2,39%	4,03%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	97,23%	97,75%	96,79%	92,86%	97,28%	98,16%	97,61%	95,97%	100,00%	100,00%	100,00%
Utilizza l'immagine di "default"	si	1,21%	1,50%	0,96%	4,76%	2,04%	0,92%	0,00%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	98,79%	98,50%	99,04%	95,24%	97,96%	99,08%	100,00%	99,19%	100,00%	100,00%	100,00%
Utilizza una immagine tipo "cartoon" come avatar	si	1,21%	0,94%	1,44%	3,57%	1,02%	1,23%	0,34%	2,42%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	98,79%	99,06%	98,56%	96,43%	98,98%	98,77%	99,66%	97,58%	100,00%	100,00%	100,00%
La grammatica e la punteggiatura sono conformi o corrette	si	9,42%	9,19%	9,62%	8,33%	9,18%	13,19%	6,83%	8,06%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	90,58%	90,81%	90,38%	91,67%	90,82%	86,81%	93,17%	91,94%	92,86%	100,00%	100,00%
L'autore ha molti followers	si	8,47%	7,88%	8,97%	10,71%	9,52%	12,27%	5,12%	4,03%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	91,53%	92,12%	91,03%	89,29%	90,48%	87,73%	94,88%	95,97%	96,43%	100,00%	100,00%
Ha un indice Klout/PeerIndex/Kred elevato	si	2,51%	1,13%	3,69%	1,19%	1,70%	4,91%	2,05%	0,81%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	97,49%	98,87%	96,31%	98,81%	98,30%	95,09%	97,95%	99,19%	100,00%	100,00%	100,00%
È condiviso da un numero elevato di persone	si	8,82%	9,19%	8,49%	5,95%	8,50%	11,96%	7,85%	6,45%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	91,18%	90,81%	91,51%	94,05%	91,50%	88,04%	92,15%	93,55%	92,86%	100,00%	100,00%
È commentato da un numero elevato di persone	si	8,04%	7,32%	8,65%	13,10%	8,50%	10,74%	5,80%	2,42%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	91,96%	92,68%	91,35%	86,90%	91,50%	89,26%	94,20%	97,58%	92,86%	100,00%	100,00%
Non saprei. Non utilizzo Twitter	si	55,32%	55,16%	55,45%	48,81%	56,12%	51,23%	52,90%	67,74%	75,00%	100,00%	50,00%
	no	44,68%	44,84%	44,55%	51,19%	43,88%	48,77%	47,10%	32,26%	25,00%	0,00%	50,00%
Altro	si	0,26%	0,19%	0,32%	1,19%	0,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%
	no	99,74%	99,81%	99,68%	98,81%	99,66%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	50,00%

18. Quali caratteristiche devono avere le INFORMAZIONI SU WIKIPEDIA per risultare credibili?

Sono consentite più risposte.

		Totale	Sesso		Età							
			Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
Nella pagina ci sono fotografie o immagini	si	25,58%	26,08%	25,16%	32,14%	26,19%	30,98%	21,50%	17,74%	17,86%	0,00%	50,00%
	no	74,42%	73,92%	74,84%	67,86%	73,81%	69,02%	78,50%	82,26%	82,14%	100,00%	50,00%
Contiene URL che ho già cliccato	si	9,33%	9,38%	9,29%	5,95%	14,29%	10,12%	6,83%	4,84%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	90,67%	90,62%	90,71%	94,05%	85,71%	89,88%	93,17%	95,16%	92,86%	100,00%	100,00%
La pagina è strutturata in sezioni e paragrafi	si	35,96%	35,08%	36,70%	35,71%	34,01%	42,02%	37,88%	21,77%	35,71%	0,00%	50,00%
	no	64,04%	64,92%	63,30%	64,29%	65,99%	57,98%	62,12%	78,23%	64,29%	100,00%	50,00%
La grammatica e la punteggiatura non sono conformi	si	35,52%	35,27%	35,74%	25,00%	43,54%	46,63%	28,67%	15,32%	25,00%	0,00%	0,00%
	no	64,48%	64,73%	64,26%	75,00%	56,46%	53,37%	71,33%	84,68%	75,00%	100,00%	100,00%
La pagina è presente in più categorie	si	22,64%	21,76%	23,40%	23,81%	27,55%	30,06%	13,65%	12,90%	21,43%	0,00%	50,00%
	no	77,36%	78,24%	76,60%	76,19%	72,45%	69,94%	86,35%	87,10%	78,57%	100,00%	50,00%
La voce discussione non contiene voci	si	3,54%	2,44%	4,49%	4,76%	3,06%	6,44%	1,71%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	96,46%	97,56%	95,51%	95,24%	96,94%	93,56%	98,29%	98,39%	100,00%	100,00%	100,00%
La voce discussione contiene voci	si	17,11%	17,45%	16,83%	17,86%	21,77%	21,47%	11,60%	6,45%	25,00%	0,00%	0,00%
	no	82,89%	82,55%	83,17%	82,14%	78,23%	78,53%	88,40%	93,55%	75,00%	100,00%	100,00%
La pagina contiene molti url e collegamenti esterni o ad altre pagine	si	33,88%	32,27%	35,26%	27,38%	44,22%	39,88%	27,30%	17,74%	25,00%	0,00%	0,00%
	no	66,12%	67,73%	64,74%	72,62%	55,78%	60,12%	72,70%	82,26%	75,00%	100,00%	100,00%
La pagina presenta una bibliografia	si	49,52%	45,22%	53,21%	39,29%	55,10%	54,29%	46,42%	37,90%	60,71%	0,00%	50,00%
	no	50,48%	54,78%	46,79%	60,71%	44,90%	45,71%	53,58%	62,10%	39,29%	100,00%	50,00%
La pagina presenta un indice	si	33,28%	32,65%	33,81%	35,71%	37,41%	39,26%	26,28%	25,00%	32,14%	0,00%	0,00%
	no	66,72%	67,35%	66,19%	64,29%	62,59%	60,74%	73,72%	75,00%	67,86%	100,00%	100,00%
La pagina presenta note	si	37,60%	34,90%	39,90%	36,90%	43,88%	44,17%	30,72%	22,58%	42,86%	0,00%	50,00%
	no	62,40%	65,10%	60,10%	63,10%	56,12%	55,83%	69,28%	77,42%	57,14%	100,00%	50,00%
La pagina presenta voci correlate	si	38,55%	34,52%	41,99%	33,33%	42,52%	45,09%	34,81%	25,81%	42,86%	0,00%	0,00%
	no	61,45%	65,48%	58,01%	66,67%	57,48%	54,91%	65,19%	74,19%	57,14%	100,00%	100,00%
La pagina ha un controllo di autorità	si	45,29%	46,53%	44,23%	27,38%	51,02%	50,31%	41,64%	42,74%	39,29%	16,67%	0,00%
	no	54,71%	53,47%	55,77%	72,62%	48,98%	49,69%	58,36%	57,26%	60,71%	83,33%	100,00%
Non saprei. Non utilizzo Wikipedia	si	14,52%	15,76%	13,46%	14,29%	6,46%	9,20%	21,16%	29,03%	17,86%	66,67%	0,00%
	no	85,48%	84,24%	86,54%	85,71%	93,54%	90,80%	78,84%	70,97%	82,14%	33,33%	100,00%
Altro	si	0,52%	1,13%	0,00%	1,19%	1,02%	0,00%	0,00%	0,81%	0,00%	0,00%	50,00%
	no	99,48%	98,87%	100,00%	98,81%	98,98%	100,00%	100,00%	99,19%	100,00%	100,00%	50,00%

19. Quali caratteristiche deve avere una **Fonte Informativa** per essere autorevole?

Sono consentite più risposte. (1 di 3)

		Totale	Sesso		Età							
			Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
È possibile verificare l'esattezza delle informazioni	si	74,76%	76,17%	73,56%	65,48%	76,53%	80,06%	72,35%	70,16%	85,71%	0,00%	50,00%
	no	25,24%	23,83%	26,44%	34,52%	23,47%	19,94%	27,65%	29,84%	14,29%	100,00%	50,00%
Si percepisce una vera e propria organizzazione professionale	si	36,56%	34,71%	38,14%	40,48%	38,10%	39,88%	32,08%	30,65%	46,43%	33,33%	0,00%
	no	63,44%	65,29%	61,86%	59,52%	61,90%	60,12%	67,92%	69,35%	53,57%	66,67%	100,00%
È evidenziata l'esperienza presente nella organizzazione, nel contenuto e nei servizi offerti	si	30,25%	31,71%	29,01%	25,00%	34,01%	33,44%	26,28%	25,00%	42,86%	0,00%	0,00%
	no	69,75%	68,29%	70,99%	75,00%	65,99%	66,56%	73,72%	75,00%	57,14%	100,00%	100,00%
È possibile contattare la redazione	si	38,03%	34,15%	41,35%	26,19%	37,07%	48,16%	32,76%	36,29%	39,29%	0,00%	0,00%
	no	61,97%	65,85%	58,65%	73,81%	62,93%	51,84%	67,24%	63,71%	60,71%	100,00%	100,00%
Appare professionale (o appropriata per il suo scopo)	si	31,20%	30,02%	32,21%	29,76%	37,07%	34,97%	23,21%	24,19%	32,14%	100,00%	0,00%
	no	68,80%	69,98%	67,79%	70,24%	62,93%	65,03%	76,79%	75,81%	67,86%	0,00%	100,00%
È facile da capire	si	28,69%	30,39%	27,24%	29,76%	29,59%	31,29%	26,96%	21,77%	21,43%	83,33%	50,00%
	no	71,31%	69,61%	72,76%	70,24%	70,41%	68,71%	73,04%	78,23%	78,57%	16,67%	50,00%
Impiega con moderazione qualsiasi contenuto promozionale (ad esempio, annunci, offerte)	si	23,68%	23,83%	23,56%	15,48%	23,13%	28,53%	23,89%	16,94%	32,14%	0,00%	0,00%
	no	76,32%	76,17%	76,44%	84,52%	76,87%	71,47%	76,11%	83,06%	67,86%	100,00%	100,00%
Utilizzare e richiamare come altre fonti le pubblicazioni originali degli autori (fonti primarie), piuttosto che gli articoli di giornale che lo cita (fonti secondarie)	si	31,55%	31,52%	31,57%	11,90%	33,33%	38,65%	31,40%	25,81%	21,43%	16,67%	0,00%
	no	68,45%	68,48%	68,43%	88,10%	66,67%	61,35%	68,60%	74,19%	78,57%	83,33%	100,00%
Utilizza citazioni e link	si	22,64%	22,70%	22,60%	21,43%	23,47%	27,30%	19,11%	15,32%	39,29%	0,00%	0,00%
	no	77,36%	77,30%	77,40%	78,57%	76,53%	72,70%	80,89%	84,68%	60,71%	100,00%	100,00%
Non usa gli "ipse dixit"	si	6,66%	8,63%	4,97%	8,33%	7,82%	9,20%	4,10%	2,42%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	93,34%	91,37%	95,03%	91,67%	92,18%	90,80%	95,90%	97,58%	92,86%	100,00%	100,00%
Riporta tutte le posizioni su un evento/argomento	si	25,15%	25,89%	24,52%	20,24%	26,87%	26,38%	22,18%	25,81%	39,29%	16,67%	0,00%
	no	74,85%	74,11%	75,48%	79,76%	73,13%	73,62%	77,82%	74,19%	60,71%	83,33%	100,00%
Riporta affermazioni sorprendenti o importanti che non siano di comune conoscenza	si	13,05%	12,57%	13,46%	23,81%	13,27%	14,11%	8,87%	9,68%	14,29%	66,67%	0,00%
	no	86,95%	87,43%	86,54%	76,19%	86,73%	85,89%	91,13%	90,32%	85,71%	33,33%	100,00%
Riporta notizie sorprendenti o importanti, relative ad eventi recenti, non supportate da mass media attendibili	si	11,50%	11,44%	11,54%	14,29%	12,93%	13,80%	7,51%	9,68%	14,29%	0,00%	0,00%
	no	88,50%	88,56%	88,46%	85,71%	87,07%	86,20%	92,49%	90,32%	85,71%	100,00%	100,00%
Riporta affermazioni di personaggi controversi o dichiarazioni contrarie a interessi o tesi che prima avevano difeso	si	8,04%	8,07%	8,01%	3,57%	9,52%	11,04%	4,78%	6,45%	14,29%	0,00%	0,00%
	no	91,96%	91,93%	91,99%	96,43%	90,48%	88,96%	95,22%	93,55%	85,71%	100,00%	100,00%

19. Quali caratteristiche deve avere una **Fonte Informativa** per essere autorevole?

Sono consentite più risposte. (SEGUE 2 di 3)

		Totale	Sesso		Età							
			Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
Riporta affermazioni non supportate o dichiarazioni in contraddizione con il punto di vista prevalente della comunità scientifica	si	6,57%	5,82%	7,21%	10,71%	5,44%	11,04%	3,41%	2,42%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	93,43%	94,18%	92,79%	89,29%	94,56%	88,96%	96,59%	97,58%	92,86%	100,00%	100,00%
Riporta affermazioni eccezionali supportate da fonti multiple di alta qualità e affidabilità, specialmente in ambito scientifico, medico, storico, politico, religioso e nelle biografie	si	20,14%	19,89%	20,35%	26,19%	22,45%	20,25%	13,99%	23,39%	25,00%	33,33%	0,00%
	no	79,86%	80,11%	79,65%	73,81%	77,55%	79,75%	86,01%	76,61%	75,00%	66,67%	100,00%
Utilizza link a fanzine, forum e blog	si	4,84%	3,75%	5,77%	5,95%	4,76%	6,75%	3,41%	1,61%	10,71%	0,00%	0,00%
	no	95,16%	96,25%	94,23%	94,05%	95,24%	93,25%	96,59%	98,39%	89,29%	100,00%	100,00%
Non coinvolge dichiarazioni di terze parti	si	5,62%	5,44%	5,77%	3,57%	5,10%	8,59%	4,44%	4,03%	0,00%	0,00%	50,00%
	no	94,38%	94,56%	94,23%	96,43%	94,90%	91,41%	95,56%	95,97%	100,00%	100,00%	50,00%
Esclude dichiarazioni su eventi non direttamente correlati al soggetto in questione	si	9,25%	8,63%	9,78%	7,14%	8,84%	13,19%	7,17%	7,26%	3,57%	0,00%	50,00%
	no	90,75%	91,37%	90,22%	92,86%	91,16%	86,81%	92,83%	92,74%	96,43%	100,00%	50,00%
Correttezza delle informazioni fornite dall'autore	si	44,77%	41,28%	47,76%	42,86%	44,56%	46,32%	43,69%	40,32%	67,86%	33,33%	50,00%
	no	55,23%	58,72%	52,24%	57,14%	55,44%	53,68%	56,31%	59,68%	32,14%	66,67%	50,00%
L'esperienza e la popolarità dell'autore	si	14,95%	15,38%	14,58%	15,48%	14,29%	14,72%	15,70%	12,10%	28,57%	16,67%	0,00%
	no	85,05%	84,62%	85,42%	84,52%	85,71%	85,28%	84,30%	87,90%	71,43%	83,33%	100,00%
Combinazione di colori, layout, immagini, video, font, utilizzo di elenchi puntati o presentazione dei dati tabulari utilizzati nella pagina Web	si	10,63%	8,26%	12,66%	11,90%	13,27%	14,42%	5,80%	4,84%	14,29%	0,00%	0,00%
	no	89,37%	91,74%	87,34%	88,10%	86,73%	85,58%	94,20%	95,16%	85,71%	100,00%	100,00%
Frequenza di aggiornamenti applicato al contenuto	si	26,53%	22,14%	30,29%	22,62%	26,87%	32,52%	26,62%	12,10%	35,71%	0,00%	0,00%
	no	73,47%	77,86%	69,71%	77,38%	73,13%	67,48%	73,38%	87,90%	64,29%	100,00%	100,00%
Le politiche e le funzioni disponibili sul sito web	si	8,12%	6,75%	9,29%	3,57%	8,16%	11,96%	7,51%	2,42%	10,71%	0,00%	0,00%
	no	91,88%	93,25%	90,71%	96,43%	91,84%	88,04%	92,49%	97,58%	89,29%	100,00%	100,00%
La reputazione di sito web tra gli utenti web	si	19,36%	19,32%	19,39%	17,86%	23,13%	22,09%	17,06%	10,48%	21,43%	0,00%	0,00%
	no	80,64%	80,68%	80,61%	82,14%	76,87%	77,91%	82,94%	89,52%	78,57%	100,00%	100,00%
Mancanza di parzialità nel contenuto	si	10,72%	11,26%	10,26%	4,76%	10,54%	13,50%	9,22%	12,10%	10,71%	0,00%	0,00%
	no	89,28%	88,74%	89,74%	95,24%	89,46%	86,50%	90,78%	87,90%	89,29%	100,00%	100,00%
Possibilità di verificare le affermazioni altrove	si	30,08%	27,39%	32,37%	15,48%	31,29%	32,52%	28,33%	33,87%	39,29%	0,00%	50,00%
	no	69,92%	72,61%	67,63%	84,52%	68,71%	67,48%	71,67%	66,13%	60,71%	100,00%	50,00%
Presenza di informazioni di contatto	si	16,42%	14,45%	18,11%	13,10%	12,59%	22,70%	15,70%	12,10%	25,00%	0,00%	0,00%
	no	83,58%	85,55%	81,89%	86,90%	87,41%	77,30%	84,30%	87,90%	75,00%	100,00%	100,00%
Familiarità con il sito	si	11,24%	9,76%	12,50%	17,86%	8,84%	15,03%	8,87%	8,06%	14,29%	0,00%	0,00%
	no	88,76%	90,24%	87,50%	82,14%	91,16%	84,97%	91,13%	91,94%	85,71%	100,00%	100,00%
Tipo di dominio utilizzato (es. .com, .net., .org, .it ...)	si	4,67%	4,69%	4,65%	5,95%	5,44%	8,59%	0,34%	1,61%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	95,33%	95,31%	95,35%	94,05%	94,56%	91,41%	99,66%	98,39%	92,86%	100,00%	100,00%

19. Quali caratteristiche deve avere una **FONTE INFORMATIVA** per essere autorevole?

Sono consentite più risposte. (SEGUE 3 di 3)

		Sesso			Età							
		Totale	Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
Pagerank	si	3,98%	3,19%	4,65%	5,95%	3,74%	6,75%	1,37%	2,42%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	96,02%	96,81%	95,35%	94,05%	96,26%	93,25%	98,63%	97,58%	96,43%	100,00%	100,00%
Popolarità globale	si	12,79%	12,01%	13,46%	22,62%	15,99%	16,26%	5,46%	6,45%	14,29%	16,67%	0,00%
	no	87,21%	87,99%	86,54%	77,38%	84,01%	83,74%	94,54%	93,55%	85,71%	83,33%	100,00%
Reputazione sociale della pagina	si	16,25%	15,01%	17,31%	15,48%	20,07%	19,33%	9,56%	14,52%	25,00%	0,00%	0,00%
	no	83,75%	84,99%	82,69%	84,52%	79,93%	80,67%	90,44%	85,48%	75,00%	100,00%	100,00%
Freschezza ed aggiornamento frequenza di pagina Web	si	14,52%	11,44%	17,15%	5,95%	19,73%	17,48%	10,58%	8,87%	21,43%	0,00%	0,00%
	no	85,48%	88,56%	82,85%	94,05%	80,27%	82,52%	89,42%	91,13%	78,57%	100,00%	100,00%
Competenza dell'autore	si	15,90%	16,70%	15,22%	16,67%	20,41%	17,79%	10,24%	12,10%	25,00%	0,00%	0,00%
	no	84,10%	83,30%	84,78%	83,33%	79,59%	82,21%	89,76%	87,90%	75,00%	100,00%	100,00%
Reputazione dell'autore	si	14,78%	15,38%	14,26%	22,62%	16,67%	16,26%	9,90%	12,10%	17,86%	16,67%	0,00%
	no	85,22%	84,62%	85,74%	77,38%	83,33%	83,74%	90,10%	87,90%	82,14%	83,33%	100,00%
Sito multilingue	si	8,12%	7,50%	8,65%	16,67%	10,54%	9,82%	2,73%	6,45%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	91,88%	92,50%	91,35%	83,33%	89,46%	90,18%	97,27%	93,55%	96,43%	100,00%	100,00%
Presenza di citazioni scientifiche	si	19,88%	18,20%	21,31%	14,29%	20,75%	22,70%	18,77%	20,16%	7,14%	0,00%	50,00%
	no	80,12%	81,80%	78,69%	85,71%	79,25%	77,30%	81,23%	79,84%	92,86%	100,00%	50,00%
Impaginazione	si	13,40%	11,44%	15,06%	9,52%	17,35%	19,63%	6,83%	8,06%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	86,60%	88,56%	84,94%	90,48%	82,65%	80,37%	93,17%	91,94%	92,86%	100,00%	100,00%
Familiarità	si	11,15%	8,63%	13,30%	2,38%	13,27%	15,95%	8,53%	6,45%	10,71%	0,00%	0,00%
	no	88,85%	91,37%	86,70%	97,62%	86,73%	84,05%	91,47%	93,55%	89,29%	100,00%	100,00%
Design professionale tra cui grafica, i loghi, combinazioni di colori, ecc	si	6,40%	5,82%	6,89%	11,90%	9,86%	7,06%	2,73%	3,23%	0,00%	0,00%	0,00%
	no	93,60%	94,18%	93,11%	88,10%	90,14%	92,94%	97,27%	96,77%	100,00%	100,00%	100,00%
Altro	si	4,75%	3,75%	5,61%	0,00%	0,00%	3,07%	7,85%	11,29%	28,57%	0,00%	0,00%
	no	95,25%	96,25%	94,39%	100,00%	100,00%	96,93%	92,15%	88,71%	71,43%	100,00%	100,00%

20. Quando cerchi un'informazione sui motori di ricerca (es. Google) ritieni che:

Sono consentite più risposte.

		Sesso		Età								
		Totale	Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
Se è tra i primi risultati la notizia è credibile	si	15,90%	15,38%	16,35%	19,05%	17,69%	16,87%	15,36%	11,29%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	84,10%	84,62%	83,65%	80,95%	82,31%	83,13%	84,64%	88,71%	92,86%	100,00%	100,00%
Tutti i risultati nella prima pagina di ricerca sono credibili	si	3,80%	3,56%	4,01%	5,95%	3,06%	5,52%	3,07%	1,61%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	96,20%	96,44%	95,99%	94,05%	96,94%	94,48%	96,93%	98,39%	96,43%	100,00%	100,00%
Le notizie più importanti sono nella prima pagina	si	15,47%	14,82%	16,03%	13,10%	19,39%	19,94%	12,63%	5,65%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	84,53%	85,18%	83,97%	86,90%	80,61%	80,06%	87,37%	94,35%	92,86%	100,00%	100,00%
Le notizie più importanti sono al massimo fino alla terza pagina dei risultati di ricerca	si	11,93%	8,44%	14,90%	9,52%	11,22%	15,34%	10,58%	11,29%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	88,07%	91,56%	85,10%	90,48%	88,78%	84,66%	89,42%	88,71%	92,86%	100,00%	100,00%
Al primo posto ci sono i siti migliori	si	6,91%	7,13%	6,73%	10,71%	6,46%	8,59%	5,80%	4,84%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	93,09%	92,87%	93,27%	89,29%	93,54%	91,41%	94,20%	95,16%	96,43%	100,00%	100,00%
Al primo posto ci sono i siti preferiti dagli utenti/navigatori	si	13,66%	12,57%	14,58%	10,71%	15,65%	19,63%	10,92%	4,84%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	86,34%	87,43%	85,42%	89,29%	84,35%	80,37%	89,08%	95,16%	96,43%	100,00%	100,00%
I risultati nelle pagine successive alla prima sono di minore importanza	si	13,92%	11,26%	16,19%	10,71%	14,29%	21,17%	10,58%	6,45%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	86,08%	88,74%	83,81%	89,29%	85,71%	78,83%	89,42%	93,55%	92,86%	100,00%	100,00%
Altro	si	8,21%	6,94%	9,29%	7,14%	8,16%	9,82%	8,19%	4,84%	10,71%	0,00%	0,00%
	no	91,79%	93,06%	90,71%	92,86%	91,84%	90,18%	91,81%	95,16%	89,29%	100,00%	100,00%

21. Qual è l'impatto che hanno le notizie apprese attraverso Google, Facebook, Twitter, Youtube?

Sono consentite più risposte.

		Sesso			Età							
		Totale	Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
Ci sono più opportunità di apprendere nuove notizie	si	58,95%	56,85%	60,74%	63,10%	66,67%	60,74%	56,31%	44,35%	46,43%	16,67%	50,00%
	no	41,05%	43,15%	39,26%	36,90%	33,33%	39,26%	43,69%	55,65%	53,57%	83,33%	50,00%
Le informazione che assumo confermano le cose che già so	si	10,89%	9,94%	11,70%	17,86%	9,86%	13,80%	8,53%	8,87%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	89,11%	90,06%	88,30%	82,14%	90,14%	86,20%	91,47%	91,13%	96,43%	100,00%	100,00%
La mia vita quotidiana è più semplice	si	13,74%	13,88%	13,62%	21,43%	19,05%	14,72%	8,87%	7,26%	7,14%	0,00%	0,00%
	no	86,26%	86,12%	86,38%	78,57%	80,95%	85,28%	91,13%	92,74%	92,86%	100,00%	100,00%
Nella mia vita è entrato più nervosismo e odio sociale	si	19,79%	20,45%	19,23%	21,43%	25,51%	29,75%	10,92%	4,84%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	80,21%	79,55%	80,77%	78,57%	74,49%	70,25%	89,08%	95,16%	96,43%	100,00%	100,00%
Nella mia vita è entrata più paura	si	8,04%	7,69%	8,33%	9,52%	10,88%	11,04%	4,44%	2,42%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	91,96%	92,31%	91,67%	90,48%	89,12%	88,96%	95,56%	97,58%	96,43%	100,00%	100,00%
Ci sono più opportunità di apprendere notizie credibili	si	18,67%	20,26%	17,31%	22,62%	15,31%	18,71%	20,14%	20,16%	21,43%	16,67%	0,00%
	no	81,33%	79,74%	82,69%	77,38%	84,69%	81,29%	79,86%	79,84%	78,57%	83,33%	100,00%
Ho ritrovato un senso comunitario che da tempo avevo perso	si	10,29%	9,57%	10,90%	15,48%	5,78%	11,66%	10,58%	12,10%	17,86%	0,00%	0,00%
	no	89,71%	90,43%	89,10%	84,52%	94,22%	88,34%	89,42%	87,90%	82,14%	100,00%	100,00%
Non è possibile costruire altri percorsi di conoscenza	si	7,87%	7,50%	8,17%	15,48%	7,48%	7,36%	7,85%	6,45%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	92,13%	92,50%	91,83%	84,52%	92,52%	92,64%	92,15%	93,55%	96,43%	100,00%	100,00%
E' aumentato il mio livello di conoscenza sul mondo	si	26,53%	27,02%	26,12%	38,10%	30,27%	25,15%	23,21%	19,35%	42,86%	0,00%	0,00%
	no	73,47%	72,98%	73,88%	61,90%	69,73%	74,85%	76,79%	80,65%	57,14%	100,00%	100,00%
Sia sempre possibile un confronto tra più punti di vista	si	19,97%	19,70%	20,19%	40,48%	27,89%	18,40%	13,31%	12,10%	3,57%	0,00%	0,00%
	no	80,03%	80,30%	79,81%	59,52%	72,11%	81,60%	86,69%	87,90%	96,43%	100,00%	100,00%
Non saprei. Non utilizzo i Social Network	si	9,51%	11,07%	8,17%	3,57%	3,06%	3,68%	12,63%	25,81%	39,29%	100,00%	0,00%
	no	90,49%	88,93%	91,83%	96,43%	96,94%	96,32%	87,37%	74,19%	60,71%	0,00%	100,00%
Altro	si	0,61%	0,75%	0,48%	0,00%	1,36%	0,61%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%
	no	99,39%	99,25%	99,52%	100,00%	98,64%	99,39%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	50,00%

22. Secondo te il profilo Twitter mostrato è:

È consentita una sola risposta.

JEDASupport News @jedasupport
 News in tempo reale, annunci e altro
<http://jedasupport.altervista.org/>

FOLLOWERS 1,630 FOLLOWING 867

JEDASupport News @jedasupport
 Lo Stato da 140€ a chi abbatte Ulivini. QUANTA PREMURA!E' solo questione di Xylella o c'è qualcosa dietro?... fb.me/26lwRPsLB
 5h ago

JEDASupport News @jedasupport
 Ti sei mai chiesto dove va a finire la droga sequestrata?Negli inceneritori.La respiri ogni giorno!... fb.me/7NZ6WUuZa
 5h ago

[View JEDASupport News's full profile →](#)

	Totale	Sesso		Età							
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
Un profilo twitter di un sito di informazione	14,61%	12,20%	16,67%	21,43%	19,05%	12,27%	13,99%	9,68%	7,14%	0,00%	0,00%
Un profilo twitter di un sito di controinformazione	28,09%	28,14%	28,04%	20,24%	27,89%	34,05%	29,01%	20,16%	17,86%	0,00%	0,00%
Un profilo twitter di un sito di bufale	26,62%	29,64%	24,04%	28,57%	28,57%	30,37%	25,94%	16,94%	10,71%	0,00%	50,00%
Non saprei	28,95%	27,02%	30,61%	29,76%	22,45%	21,47%	30,38%	49,19%	64,29%	100,00%	0,00%
Altro	0,35%	0,75%	0,00%	0,00%	0,34%	0,31%	0,00%	0,81%	0,00%	0,00%	50,00%
Non Risponde	1,38%	2,25%	0,64%	0,00%	1,70%	1,53%	0,68%	3,23%	0,00%	0,00%	0,00%

23. Secondo te il profilo Twitter mostrato è:

È consentita una sola risposta.

Critical Media Lab
@cmedia_lab

The Critical Media Lab (CML) is a cross-disciplinary research creation initiative developed in the Urbis and Torbis - <http://www.urbisetorbis.org/>

FOLLOWERS **5,789** FOLLOWING **3,654**

Critical Media Lab @cmedia_lab
doctorow: Howto make Zombie Mouth cupcakes: Cory Doctorow @doctorow :Howto mak... bit.ly/1MeKkCf #criticalmedia
42m ago

Critical Media Lab @cmedia_lab
lessig: TPP keeps trade protection for the domestic sugar market: Lessig @lessig ... bit.ly/1jBBK16 #criticalmedia
42m ago

[View Critical Media Lab's full profile →](#)

	Totale	Sesso		Età							
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
Reale	16,59%	15,57%	17,47%	28,57%	19,05%	19,94%	11,60%	7,26%	14,29%	0,00%	0,00%
Un bot	15,73%	18,95%	12,98%	11,90%	21,77%	18,40%	11,95%	7,26%	14,29%	0,00%	0,00%
Un fake	19,10%	19,32%	18,91%	20,24%	18,03%	19,63%	21,84%	14,52%	14,29%	0,00%	50,00%
Non saprei	47,71%	45,22%	49,68%	39,29%	40,48%	41,72%	54,27%	66,94%	57,14%	100,00%	0,00%
Altro	0,17%	0,19%	0,16%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%
Non Risponde	0,78%	0,75%	0,80%	0,00%	0,68%	0,31%	0,34%	4,03%	0,00%	0,00%	0,00%

24. Secondo te il profilo Facebook mostrato è:

È consentita una sola risposta.



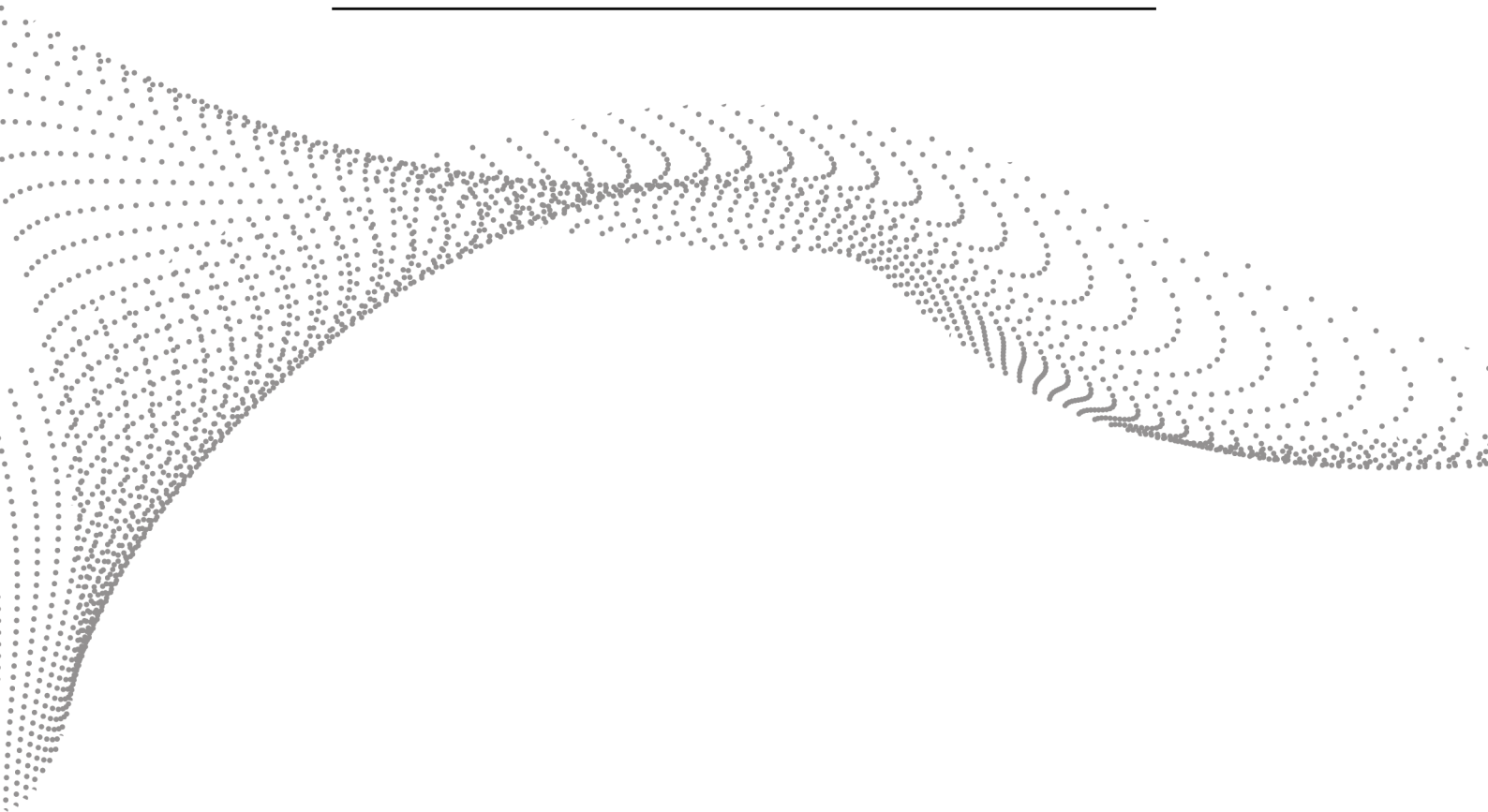
	Totale	Sesso		Età							
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
Un profilo facebook di un sito di informazione	15,56%	14,26%	16,67%	21,43%	18,71%	18,71%	9,90%	12,10%	7,14%	0,00%	0,00%
Un profilo facebook di un sito di controinformazione	28,44%	30,39%	26,76%	25,00%	28,91%	29,45%	33,45%	19,35%	14,29%	0,00%	50,00%
Un profilo facebook di un sito di bufale	17,03%	16,51%	17,47%	22,62%	19,73%	15,03%	15,36%	18,55%	10,71%	0,00%	0,00%
Non saprei	22,64%	22,70%	22,60%	25,00%	12,59%	15,64%	28,33%	38,71%	57,14%	100,00%	0,00%
Altro	0,52%	0,94%	0,16%	1,19%	1,02%	0,31%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%
Non Risponde	15,82%	15,20%	16,35%	4,76%	19,05%	20,86%	12,97%	11,29%	10,71%	0,00%	0,00%

25. Secondo te il profilo Facebook mostrato è:

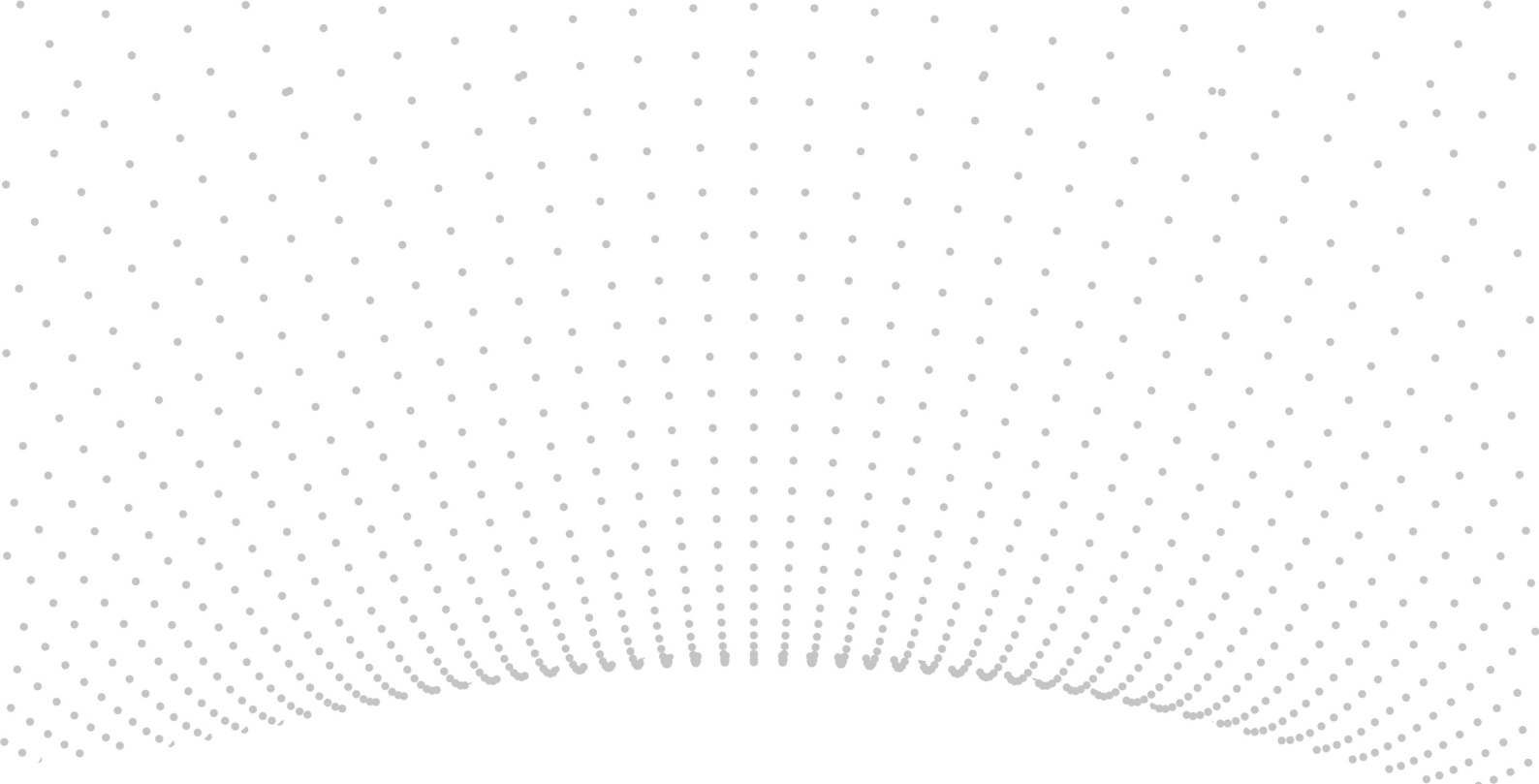
È consentita una sola risposta.

	Totale	Sesso		Età							
		Maschi	Femmine	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85
Reale	59,98%	58,72%	61,06%	54,76%	69,39%	64,42%	57,68%	43,55%	39,29%	0,00%	0,00%
Un bot	2,68%	2,81%	2,56%	9,52%	2,72%	2,76%	1,02%	1,61%	3,57%	0,00%	0,00%
Un fake	9,94%	10,51%	9,46%	7,14%	13,27%	11,66%	6,83%	7,26%	10,71%	0,00%	0,00%
Non saprei	26,36%	26,27%	26,44%	27,38%	13,95%	19,94%	34,47%	44,35%	46,43%	100,00%	50,00%
Altro	0,09%	0,19%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%
Non Risponde	0,95%	1,50%	0,48%	1,19%	0,68%	1,23%	0,00%	3,23%	0,00%	0,00%	0,00%

APPARATO BIBLIOGRAFICO



- 11° Rapporto Censis/Ucsi sulla comunicazione, Censis, Roma, 2013
- 12° Rapporto Censis/Ucsi sulla comunicazione, Censis, Roma, 2015
- 49° Rapporto sulla situazione del Paese 2015- Comunicazione e media, pp. 415-474, Censis, 2015
- Barabasi A.L., *Link. La scienza delle reti*, Einaudi, 2004
- Castells M., *Comunicazione e Potere*, Bocconi Università edizioni, Milano, 2009
- Floridi L., *Infosfera - Filosofia e Etica dell'informazione*, Giappichelli Editore, Torino, 2009
- Floridi L., *La rivoluzione dell'informazione*, Codice, Torino, 2012
- Formenti C., *Cybersoviet. Utopie postdemocratiche e nuovi media*, Cortina Raffaello (collana Saggi), 2008
- La società impersonale*, pp. 142, Censis, 2013
- Iorio E., a cura di, *Nessun tempo. Nessun luogo. La comunicazione pubblica italiana al tempo delle reti*, Università Suor Orsola Benincasa, 2015
- Keen A., *Dilettanti.com Come la rivoluzione del web 2.0 sta uccidendo la nostra cultura e distruggendo la nostra economia*, De Agostini, 2009
- Kelly K., *Quello che vuole la tecnologia*, Codice
- Lévy P., *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, Feltrinelli Editore, 2002
- Morozov E., *L'ingenuità della rete. Il lato oscuro della libertà di internet*, Codice edizioni, Torino, 2011
- Pariser E., *Il filtro. Quello che Internet ci nasconde*, Il Saggiatore, 2011
- Roncaglia G., *L'editoria fra cartaceo e digitale*, Ledizioni, Milano, 2012.
- Terzo Osservatorio delle comunicazioni dell'AGCOM*, Roma, Agcom, 2015
- Vaidhyanathan S., *La grande G. Come Google domina il mondo e perché dovremmo preoccuparci*, Rizzoli Etas, 2012



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
SUOR ORSOLA
BENINCASA



Democrazie Digitali
Centro Studi

buzzlogger



Quest'opera è distribuita con Licenza Creative Commons
Attribuzione - Non opere derivate 4.0 Internazionale.

