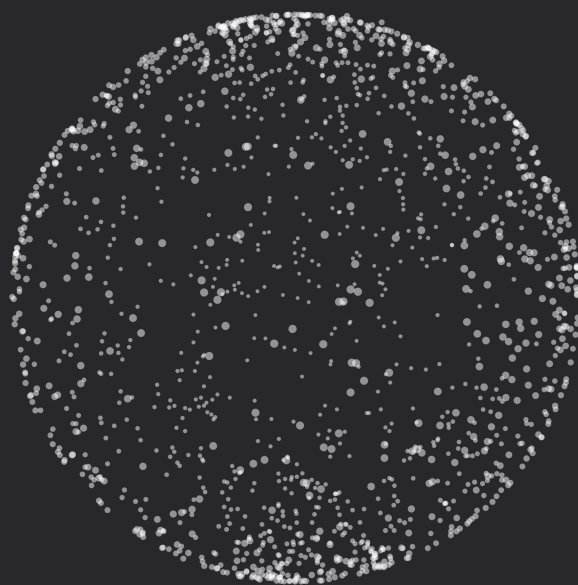




UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
SUOR ORSOLA
BENINCASA



fondazione
ITALIANI /
organismo di ricerca

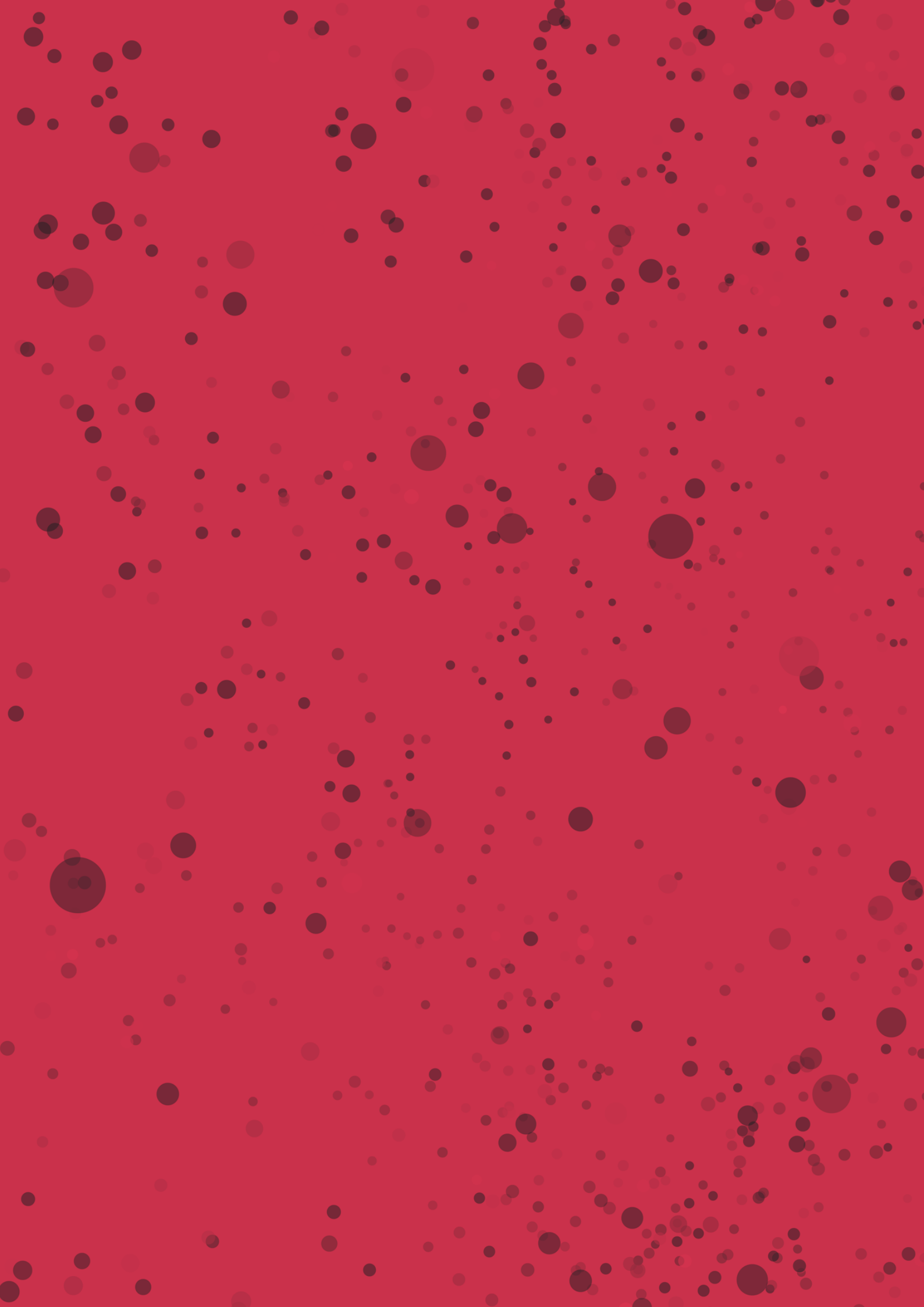


INFOSFERA

REPORT
DEI RISULTATI
DI RICERCA
2018

DESIGN

šaavedra



RAGIONE E SENTIMENT

*Ragione e passione
sono il timone e la vela della vostra anima navigante*

Gibran Khalil Gibran

La sguardo miope della teoria filosofico-politica nei confronti di un'analisi delle emozioni e delle passioni, probabilmente causata dalla preminenza della letteratura sulla democrazia liberale e, conseguentemente, la tendenza a immaginare un modello di società nel quale i conflitti sono discussi e razionalizzati secondo l'immagine canonica della rappresentanza, hanno senza dubbio ritardato una serie di importanti riflessioni ed approfondimenti sui dispositivi discorsivi e alcuni meccanismi di formazione dell'opinione pubblica, che ormai caratterizzano e denotano in modo significativo la politica e l'informazione nel nuovo millennio. I cittadini che conversano su Internet o che guardano la televisione non esistono, propriamente parlando, come cittadini: interagiscono come privati individui che esprimono opinioni personali e guardano le stesse immagini nell'immediatezza di tempo che la comunicazione informatica permette. La scomparsa dell'attore generale (ovvero l'artificiale identità politica del cittadino) significa che la costruzione della Weltanschauung ha subito una mutazione genetica, riducendo la sua portata ad un punto di vista puramente personale, in linea con il gusto idiosincratico dell'individuo e in diretta reazione emotiva rispetto agli avvenimenti o al verificarsi dei fatti che la persona osserva. Si prefigura un panorama futuro che, sempre maggiormente mediatizzato, costruirà la sua esistenza ontologica sul terreno di una autorappresentazione del sé sempre più radicale e spinta agli eccessi del populismo.

La disintermediazione o eliminazione progressiva dei 'corpi intermedi', di coloro che hanno svolto la funzione di selezione/filtro delle istanze provenienti dai diversi settori della società civile, e la contestuale nascita delle reti e dei movimenti sociali hanno radicalizzato la scissione tra la 'prima' e la 'seconda' fila della società, riducendo, così come nei meccanismi economici, i costi della produzione dei contenuti dell'offerta politica, come anche la complessità del meccanismo di rappresentanza, non più mediato dai corpi, ma mediatizzato attraverso la rappresentazione del singolo, dell'opinion leader, del premier, in ultima istanza del suo cyber-corpo. La personalizzazione del politico che riproduce il processo di democratizzazione del narcisismo; l'ossessiva registrazione e cyber-rappresentazione dei momenti quotidiani si compie nell'emozionalizzazione della fiducia digitale. Si tratta della riduzione del complesso dispositivo della rappresentanza e della partecipazione politica in un semplice legame immediato tra governanti e governati. La visualizzazione persuasiva che si esprime nella Rete è probabilmente la principale arma di garanzia del nuovo e supposto trasparente legame fiduciario.

La fiducia è scambio reciproco, è persuasione e aspettativa, impegno ed esposizione al rischio, ma ha bisogno per sussistere di garanzia. Non bastano però le sole garanzie giuridiche, occorre in una parola l'affidabilità, il riconoscimento che ci sia qualcuno che la merita, adeguato a riceverla perché fedele agli impegni presi. C'è però un forte elemento emozionale, la seduzione. I seduttori sono i maestri dell'inganno nelle relazioni personali e nella vita pubblica: possiamo a buon diritto alludere ad un vero e proprio mercato della fiducia, delle illusioni; il tradimento, la delusione sono dietro l'angolo perché la Rete facilita lo smascheramento, riconnettendo il dispositivo della fiducia con quello della paura. Si guarda l'altro con sospetto e reticenza che non attiene solo alla vita pubblica ma anche a quella personale, privata: si verifica nel cyberspazio quella confusione tra pubblico e privato che sembra essere il tratto distintivo della contemporaneità.

Le echo chambers, come sostiene Sunstein, sono fondamentali per diffondere la propria verità, invadendo così i nodi della rete e determinandone la direzione. L'informazione è dunque un flusso che può essere modificato, interrotto, deviato, ma mai sovvertito, contestato, criticato. In altri termini, per Sunstein l'uso dei social network e dei social media alimenta la propaganda e riduce la democrazia al conflitto tra opinioni espresse senza nessuna verifica dei contenuti che esprimono.

La Rete è ormai un «medium universale»: Facebook, Twitter e la blogsfera in generale sono ormai a tutti gli effetti dei media che non solo si affiancano a quelli tradizionali, ma rivelano la capacità egemonica della Rete nella formazione dell'opinione pubblica. Anche Maurizio Ferraris non ha dubbi: la Rete più che uno strumento democratico manifesta una attitudine autoritaria e definisce la cornice dove può essere ammessa la comunicazione. Le fake news non sono perciò solo «bufale» che possono essere contestate facendo leva su quell'agire comunicativo fondato sulla razionalità e sulla verifica dei fatti, bensì sono l'emblema radicale di del grande adagio della postmodernità: «non ci sono fatti ma solo interpretazioni». I social network e i social media sono il braccio tecnologico di quel postmoderno dato per morto, ma ancora in servizio permanente ed effettivo di quella che Ferraris chiama l'«era della documerialità», cioè il regno del documento, in una parola la nostra realtà.

Come attestare dunque la veridicità dei documenti memorizzati nella Rete; come distinguere il vero dal falso? Senza tirare in ballo lo studio ormai datato sull'opinione pubblica di Habermas, occorre volgere lo sguardo sugli «imprenditori degli hashtag», cioè chi definisce le parole chiave della frammentazione del pubblico, e su personaggi come Mark Zuckerberg che non nascondono le ambizioni di costruire una comunità globale che definisca i criteri per rendere compatibile un punto di vista con l'interesse generale di quella stessa comunità globale.

Zuckerberg dà per scontata la frammentazione degli utenti della Rete in una miriade di comunità elettive, ma ritiene che

un atteggiamento politicamente corretto codificato in policy, che dia ai proprietari del social network il potere di bloccare l'accesso agli haters, possa evitare la formazione di imprenditori dell'odio razziale, sessista e ideologico.

Questa posizione pecca nel continuare a immaginare le funzioni normative degli intermediari (i media, gli imprenditori della comunicazione e gli intellettuali) come fossero guardiani del «vero». Solo attraverso la loro azione può essere contrastato lo sminuzzamento del pubblico, che si rifugia, frammento per frammento, nelle echo chambers preferite, e temporanee, va da sé, per paura dell'incontro con le diversità.

E se i media ritrovano così un ruolo «progressivo», capace di salvare la democrazia dai suoi limiti e dalla sua tendenza a trasformarsi nel potere degli oligarchi, gli intellettuali possono ambire a illuminare le caverne dove uomini e donne sono condannati a vivere in assenza dei sapienti. Nostalgia del passato, di un mondo precedente a Internet, non c'è dubbio, ma ignorare la denuncia della sistematica manipolazione dell'opinione pubblica significherebbe agire come gli struzzi: nascondere la testa nella sabbia perché il pericolo si avvicina. Facebook produce e riproduce opinione pubblica: attraverso di essa ha definito il proprio modello di business.

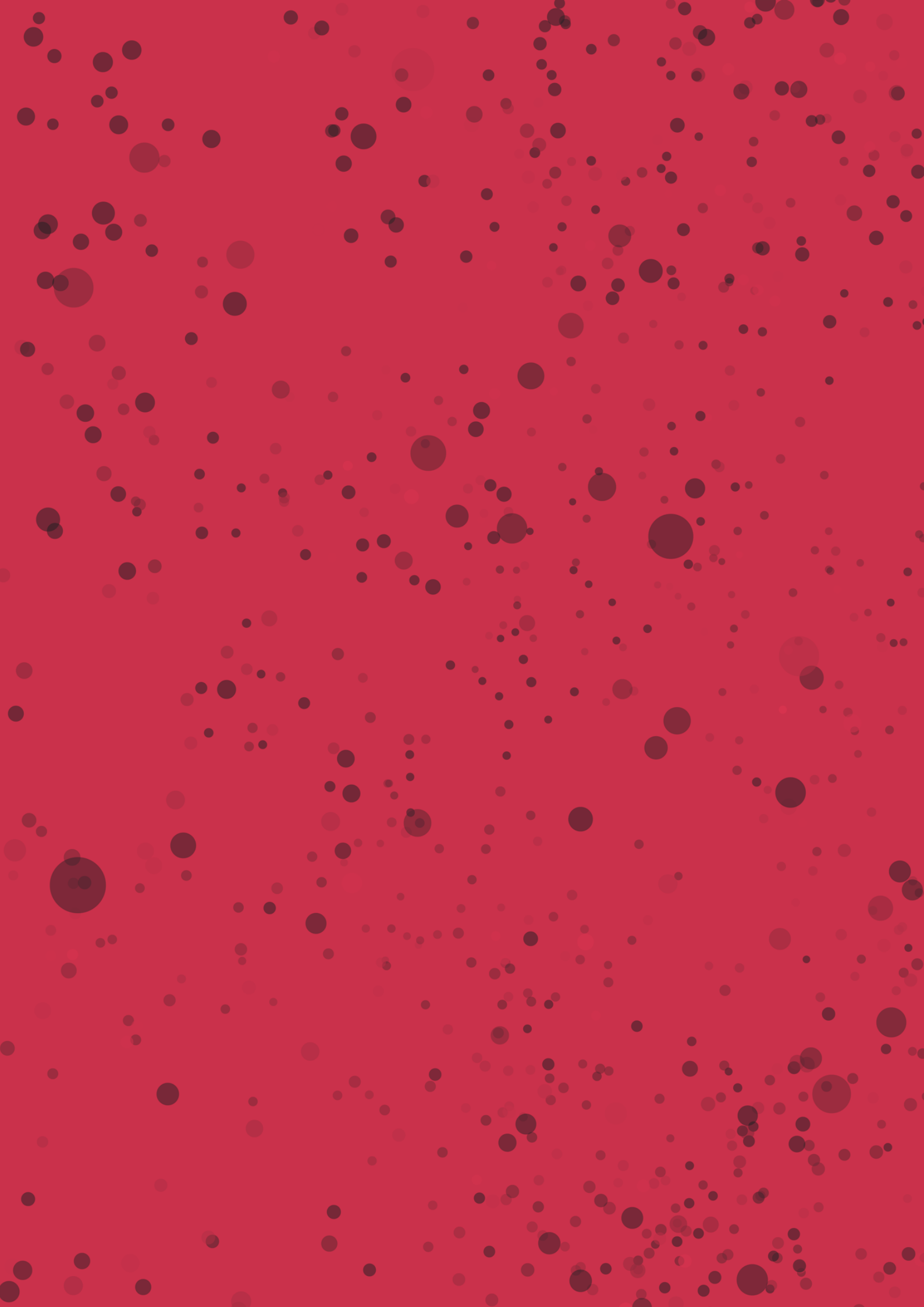
Rompere la gabbia del consumo di informazione è certo un primo passo, ma quel che più conta è sviluppare una critica all'economia politica dell'opinione pubblica, dove produzione, consumo e distribuzione funzionano come un vortice che «cattura», risucchiandoli, i desideri, i pensieri, le aspirazioni, l'intelligenza presenti nella comunicazione.

È solo attraverso una accorta e efficace critica dell'economia politica dell'opinione pubblica, riunificando ragione e sentimento, che si può immaginare una democrazia che non tracimi nell'oligarchia, come ripetevano i classici della

filosofia politica. Inutile rinchiudendosi in una consolatoria echo chamber dove si assiste con terrore al flusso di informazioni e al loro rumore di fondo scandito da fake news, denunciando la degenerazione della democrazia in un spazio dominato dal consumo e dalla postverità.

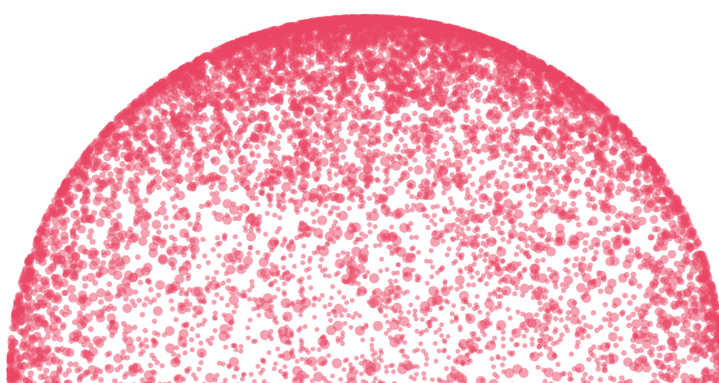
Natascia Villani

Napoli, 11/07/2018





_____	03	INTRODUZIONE	
	04	Obiettivi di ricerca	
	06	Nota metodologica	
	08	Comitato di ricerca	
RELAZIONE	10	_____	
_____	31	DATA VISUALIZATION	
TABULAZIONE DEI RISULTATI	46	_____	
_____	145	APPARATO BIBLIOGRAFICO	





INTRODUZIONE

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 piattaforme sociali hanno oramai definitivamente favorito lo sviluppo di reti di comunicazione interattiva e orizzontale in grado di connettere, in qualsiasi momento, il locale al 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 Castells 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 senso 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 può rivelarsi utile per leggere le principali trasformazioni in atto. In questo senso la definizione dell'attuale stato di auto-percezione e consapevolezza degli utenti che quotidianamente quella sfera popolano, è in grado di produrre 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 1520. Considerando per tanto che l'universo di riferimento è > 100.000 l'**errore statistico si attesta al $\pm 2,5\%$** .

I questionari sono stati somministrati nel periodo dal 5/12/2017 al 12/04/2018.

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 quest'ultimo viene chiesto di indicare:

- Il proprio sesso;
- l'età;
- la regione in cui vive;
- il titolo di studio;
- la professione.

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 (1520 questionari) risulta così articolata:

SESSO	Maschi	47,57%	Femmine	52,43%
ETÀ	11-20	4,28%	55-64	8,42%
	21-25	33,03%	65-75	2,37%
	26-34	30,26%	76-84	0,99%
	35-54	20,59%	Over 85	0,07%
TITOLO DI STUDIO	Licenza elementare	0,53%	Laurea	41,18%
	Licenza media	4,67%	Specializzazione post laurea	11,64%
	Diploma	41,78%	Altro	0,20%
PROFESSIONE	Casalinga	4,61%	Inoccupato	2,37%
	Commerciante	1,78%	Libero professionista	12,70%
	Dirigente	1,38%	Operaio	3,55%
	Disoccupato	4,47%	Pensionato	2,70%
	Docente	3,29%	Studente	36,12%
	Impiegato	21,25%	Altro	2,04%
	Imprenditore	3,03%		

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 "Social Media Marketing" a.a. 2017/2018, 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 dall'Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica e Istituzionale (www.compubblica.it), dal comitato scientifico della Fondazione Italiani (www.fondazioneitaliani.it) e dallo studio di comunicazione Saavedra (www.saavedra.it),

RESPONSABILI SCIENTIFICI

Prof. Umberto Costantini
Prof. 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 UNISOB

Dott. Andrea Siciliano	Dott.ssa Daniela Salvati
Dott.ssa Marcella de Giovanni	Dott.ssa Ilenny Amato

Dott.ssa Maria Cristina
Ciminiello
Dott.ssa Elena Di Caprio
Dott. Valerio Morello
Dott. Giovanni Russo
Dott.ssa Laura Cesarino
Dott.ssa Marianna Formisano
Dott.ssa Elisabetta Buononato
Dott. Umberto Santamaria
Dott.ssa Luana Sgueglia
Dott.ssa Antonella D'ambra

Dott.ssa Giulia Pennelli
Dott.ssa Titta D'ambra
Dott. Marco Mavuotolo
Dott.ssa Giulia Starace
Dott. Antonello Bertolini
Dott. Emanuele D'agnese
Dott. Pasquale Fiorenza
Dott.ssa Noemi Colicchio
Dott.ssa Ludovica Morgera
Dott. Lorenzo Girasole
Dott. Salvatore Fiorenza

TEAM DI RICERCA CENTRO STUDI DEMOCRAZIE DIGITALI

Dott. Tommaso Carmassi
Dott. Emanuele Colazzo
Dott. Tommaso Giuntella
Dott.ssa Cecilia Marogna
Dott. Ettore Ruggi d'Aragona
Dott. Michele Scarcia



RELAZIONE

La quantità di dati e di informazioni prodotta dall'umanità digitale ha raggiunto misure ipersensibili. La società delle reti creerà 163 zettabyte¹ di dati all'anno entro il 2025: una alluvione digitale. L'era dello zettabyte è iniziata nel 2016 e indica lo tsunami di dati che sta sommergendo il nostro mondo, un fenomeno che necessita continuamente di nuovi ordini di misura, come il brontobyte².

Mai come oggi la società ha visto un flusso di produzione di dati paragonabile a quello odierno, così sterminato, costante e pervasivo.

L'impetuoso avvento delle tecnologie digitali testimonia l'ingresso in una nuova fase storica. Si sta delineando una società complessa e instabile, caratterizzata dalla saturazione del tempo di attenzione e dalla frammentazione dei media, che agiscono in maniera pervasiva, determinando il fenomeno del sovraccarico informativo (information overload). Queste trasformazioni contribuiscono allo shift dall'economia dell'attenzione a quella delle emozioni polarizzate. In questo nuovo sistema emerge la difficoltà di facoltà critica ed esperienziale nel distinguere il reale dal falso, cui si contrappone un'accelerazione del tempo mentale senza precedenti, che enfatizza i tratti dell'iperattività, della transitorietà e dell'incertezza, che sono tipici dell'era postmoderna.

La nostra capacità di immagazzinamento (spazio) e la velocità delle nostre comunicazioni (tempo) non stanno tenendo il passo dei mutamenti e delle trasformazioni in atto. Questo insieme di mutazioni della nostra soggettività biomediatizzata nell'infosfera sono radicali e condizionati principalmente da due fattori: il primo è anagrafico, il secondo consiste nella gradualità onlife³.

¹ Zettabyte: termine con cui si indica l'archiviazione dei dati pari a 1,1 trilioni di gigabyte

² Brontobyte: termine con cui si indica una misura di memoria o di memorizzazione dei dati che è pari a 10 alla 27a potenza di byte. Ci sono circa 1.024 yottabytes in un brontobyte. Circa 1.024 brontobytes costituiscono un geopteo.

³ Onlife: termine che nasce dalla combinazione di "online" e "offline", per evidenziare la natura ibrida delle nostre esperienze quotidiane, in parte digitali e in parte analogiche.

La profondità del tempo senza spazio è equiparata a una informazione mondo⁴ in cui fisica e informatica si confondono completamente.

La nostra identità sta mutando continuamente, in funzione del tempo sempre maggiore che trascorriamo nell'infosfera.

Il processo con cui identifichiamo e re-identifichiamo noi stessi nel nuovo continuum spazio-temporale digitale deve essere compreso in termini squisitamente informazionali.

Un flusso di linguaggio e di neurostimolazione travolge la facoltà di elaborazione razionale e di esperienza emotiva.

La "Generazione X⁵" è stata l'ultima generazione ad avere chiara distinzione tra ambienti online e offline.

Le Generazioni Y⁶ e Z⁷ trascorrono già la maggior parte del proprio tempo connessi, interagendo in un ambiente in cui sono presenti agenti artificiali e ibridi, vale a dire in parte umani e in parte artificiali, condizionati da algoritmi di comportamento e di influenza di seconda generazione.

INFORGS

La rivoluzione dell'informazione sta modificando non solo il nostro modo di interagire con il mondo, ma anche la comprensione di noi stessi: non siamo entità isolate, ma organismi informazionali interconnessi, *inforgs*, che condividono con agenti biologici e artefatti ingegnerizzati un ambiente globale costituito in ultima analisi dalle informazioni, quale l'infosfera.

Deleghiamo o esternalizziamo in misura crescente ad agenti artificiali ricordi, emozioni, decisioni, compiti di routine e tante altre attività con modalità tecnologiche che sono sempre più integrate nelle nostre vite. Questo processo descrive come gli esseri umani divengono parte integrante dell'infosfera, in quanto organismi informazionali (*inforgs*).

Così come il termine infosfera designa l'insieme dei mezzi di informazione e comunicazione, nonché il complesso delle

⁴ Paul Virilio definisce informazione mondo l'esperienza che abbiamo del mondo attraverso le informazioni che condividiamo.

⁵ Generazione X è la generazione che va dal 1965 al 1980.

⁶ Generazione Y è la generazione che va dal 1980 al 2000.

⁷ Generazione Z è la generazione che dal 2000 in poi.

informazioni che circolano attraverso questi mezzi, ugualmente gli inforgs designano gli organismi informazionali interconnessi, in cui le informazioni ed emozioni sono polarizzate, soggettive, individuali e collettive allo stesso tempo.

SOGGETTIVITÀ BIOMEDIATICA

Quella che percepiamo un tempo come identità sociale oggi non è semplicemente proiettata e rimediata nell'ambiente digitale. La continua relazione con le informazioni definisce il nostro essere onlife, un costrutto digitale immerso nei flussi di rete, che determina la nostra reputazione e influisce sulla percezione che abbiamo dell'esistente.

In tal senso, risulta con evidenza come questo nuovo insieme di relazioni e interazioni tra individui sia di natura informazionale, in quanto ogni identità diventa una "storia", reinventandosi quotidianamente e dinamicamente in un ambiente in cui pezzi di narrazione viaggiano alla velocità della luce, investendo il linguaggio, l'inconscio e l'autopercezione per l'illimitata intensificazione dell'infostimolazione e dell'infosimulazione⁸.

Per questo motivo, gli inforgs sono soggettività biomediatriche che vivono a volte paradossi e incoerenze. Da un lato essi sperimentano un processo di comunicazione intensivo e continuo, che porta alla costante ridefinizione e rinegoziazione del sé, dall'altro tendono a smaterializzare il processo d'interscambio dell'informazione stessa, prediligendo un modello in cui le emozioni diventano esse stesse comunicazione.

Il sé è concepito come un sistema informazionale complesso, costituito da attività, ricordi e storie in cui esprimiamo la nostra coscienza e la nostra percezione dell'esistente: risulta evidente la necessità di categorizzare con maggiore chiarezza il sé digitale, alla luce dei nuovi processi interattivi che coinvolgono gli inforgs.

LA TRASFORMAZIONE DELLA MEMORIA UMANA

Nel contesto appena descritto, diventiamo le nostre stesse informazioni, dando consistenza alla nuova soggettività biomediatrica, ovvero incorporiamo spazio, tempo, memoria,

⁸ Gli innumerevoli stimoli dovuti alla grande quantità di informazioni (infostimolazione) vanno a creare un contesto in cui la realtà si ibrida con le molte e spesso contrastanti narrazioni che viaggiano nell'infosfera (infosimulazione)

interazioni e percezioni in un unico organismo, quale appunto l'inforg.

I social media e i (dispositivi) supporti digitali stanno rimodulando le facoltà mentali dell'individuo, il pensiero profondo, l'attenzione e la memoria.

Il 69,34% degli italiani registra e memorizza le informazioni di cui ha bisogno sul telefono.

Gli italiani non sono in grado di capire se la propria memoria funziona meglio o peggio. Il 16,78% ha problemi di concentrazione.

INFORMATION OVERLOAD

Nel corso degli anni sono stati individuati due principali fenomeni strettamente collegati all'Information Overload: l'Information Fatigue Syndrome (Ifs) e l'Information Anxiety, entrambe provenienti dallo stress derivante dal dover fronteggiare una quantità eccessiva di dati⁹.

Information Anxiety è un termine coniato da Richard Saul Wurman nel suo libro omonimo del 1989 ed individua una condizione di stress causata dall'impossibilità di accedere, capire o fare un uso dell'informazione necessaria. Wurman definisce l'ansia da informazione come "il prodotto del sempre più ampio divario tra ciò che capiamo e quello che pensiamo di capire. È il buco nero tra i dati e la conoscenza".

L'Information Anxiety sembra essere un'entità distinta dall'Information Overload, seppure strettamente connessa a quest'ultimo.

I soggetti¹⁰ sviluppano l'ansia da informazione quando i compiti che stanno svolgendo diventano più complessi, e quando aumenta il numero e la forza delle distrazioni. Inoltre gli individui manifestano l'Information Anxiety più frequentemente in compiti nuovi o con i quali non hanno ancora dimestichezza, piuttosto che in attività già consolidate. Il 25,26% degli italiani controlla e monitora costantemente i social media e il 12,76% è consapevole di soffrire di social network addiction.

L'ansia da informazione è dovuta quindi principalmente alle difficoltà nell'accedere ai dati, piuttosto che alla sensazione di

⁹ (Galantucci, 2011)

¹⁰ Baron (1986) e Wood (1993)

esserne bombardati, e non sottolinea particolari manifestazioni fisiche come avviene nel caso dell'Information Fatigue Syndrome, più strettamente collegata all'Information Overload¹¹. Queste manifestazioni fisiche del sovraccarico informativo si tradurrebbero in un peggioramento della qualità delle decisioni prese e in una paralisi della capacità analitica, la cosiddetta "paralysis for analysis"¹².

Tale paralisi può infatti costringere il cervello a funzionare in modalità panico, con una conseguente lettura erronea delle informazioni a disposizione: questo la maggior parte delle volte porta i professionisti a prendere decisioni avventate o viziate.

L'Information Fatigue Syndrome è un fenomeno che affligge in modo cronico chi per lavoro è costretto a gestire un notevole flusso informativo, ma si può anche verificare come una manifestazione occasionale.

Nello spazio pubblico antecedente alla formazione dell'infosfera, esisteva una dimensione gerarchica delle fonti che erano deputate alla elaborazione delle informazioni e della conoscenza e alla loro distribuzione e mediazione.

I cittadini e gli elettori attribuivano autorevolezza a queste fonti e le riconoscevano come attendibili grazie agli anni di lavoro, di professionalità e di credibilità acquisiti nel tempo.

Erano esclusivamente questi i media che detenevano il potere dell'intermediazione ovvero di filtrare e distribuire informazione e conoscenza.

Il crollo dell'autorevolezza e delle gerarchie, della credibilità e dell'attendibilità delle fonti classiche, il processo di autocomposizione dei palinsesti informativi da parte dell'utente, la nuova relazione che intercorre tra gli individui digitali, che si configura nel semplice utente che produce e distribuisce contenuti per se stesso e per il suo pubblico, porta al crollo sistemico della intermediazione e alla conseguente definizione di un fenomeno chiave per la comprensione dell'infosfera: la disintermediazione.

¹¹ (Galantucci, 2011).

¹² Secondo Lewis, queste manifestazioni fisiche del sovraccarico informativo si tradurrebbero in un peggioramento della qualità delle decisioni prese e in una paralisi della capacità analitica, la cosiddetta "paralysis for analysis".

La sovversione del processo di comunicazione permette il passaggio dalla logica top-down alla logica di auto-produzione di contenuti dal basso.

L'infinita libertà di scelta dell'informazione, la percezione di se stessi come progetto libero senza controllori, la loro tendenza a disconoscere le fonti autorevoli dell'informazione, la presunta possibilità di poter attingere alla conoscenza e alle "vere informazioni" in completa autonomia e senza intermediari, porta gli utenti a costruire palinsesti personali di informazione e conoscenza conformi alle loro attitudini, ai loro gusti, ai loro tempi, alle loro convinzioni.

In ogni istante, l'utente libero crea un mix di contenuti perfettamente calzante al suo modo di essere, a misura di se stesso.

In questa dieta mediatica il 79,93% degli italiani ritiene di essere in grado di trovare facilmente le notizie di cui ha bisogno e tende a fare un largo uso di free media piuttosto che di media a pagamento.

L'alta disponibilità d'informazione libera è ritenuta, per l'87,76% degli italiani, professionale e, quindi, attendibile.

La fruizione autonoma dei contenuti e l'accesso alle informazioni, svincolato dalla logica top-down e dalle logiche di intermediazione del passato, ha comportato una evoluzione dei meccanismi di influenza sociale e ha generato comportamenti, da parte degli italiani, 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.

POLARIZZAZIONE

Internet è un terreno fertile per le opinioni polarizzate e italiani tendenti all'estremo. Infatti, per il 69,61% degli italiani non è sempre possibile un confronto tra più punti di vista.

Le discussioni on line tendono a svolgersi in camere di risonanza (echo chambers), dove accedono quasi esclusivamente individui con le stesse opinioni che, consapevolmente o meno, si sottraggono al confronto con chi la pensa in modo diverso. Ma l'89,47% degli italiani non ha questa percezione, perché sostiene che le informazioni assunte non confermano le cose che già si sanno.

Inoltre l'86,71% non ritiene che nella sua vita sia entrato più nervosismo e odio sociale.

Per il 95,33% degli italiani è possibile costruire altri percorsi di conoscenza ma solo per il 22,04% è aumentato il livello di conoscenza sul mondo.

IL DOMINIO DELL'ATTENZIONE

L'informazione consuma attenzione. Gli italiani sono esposti per un periodo sempre maggiore all'informazione, il 42,37% è connesso minimo 4 ore al giorno, la generazione Z, per il 73,85%, si connette 4 ore al giorno o più.

L'abbondanza di informazione genera una povertà di attenzione che consuma l'attenzione. Non solo. Quanto più le informazioni ci pervengono attraverso algoritmi e automazioni di routine, attraverso impulsi mediati, tanto più la nostra biologica ricezione alterandosi impoverisce, appassisce.

Inoltre, in un contesto nel quale l'informazione è sovrabbondante si assiste a una concrescente scarsità di attenzione e alla riduzione del linguaggio a uno strumento per la competizione della stessa. E la scarsità di attenzione ne aumenta il valore per chi riesce a produrla e rivenderla.

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

La pubblicità e la rivendita dei dati fondano il business degli ambienti mediologici e digitali.

ECHO CHAMBERS E RETI OMOFILIACHE

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.

Le reti omofiliache sono utilizzate come mezzo di informazione dal 37,89% degli italiani e come fonte di informazione dal 37,1%. La percentuale sale al 43,45% quando le reti omofiliache influenzano le opinioni politiche.

Ma l'attenzione non è più un bene che si conquista, e si rivende, ma il complesso risultato di una strategia di soft power¹³, che gli ambienti mediologici attraverso i propri algoritmi mettono in campo.

¹³ (Nye, 2004)

L'attenzione selettiva è la capacità di selezionare una o più fonti della stimolazione esterna o interna, alla presenza d'informazioni in competizione. La capacità di prestare attenzione selettiva dipende dall'interazione di due componenti: un meccanismo che opera sull'informazione rilevante e che ne attiva le rappresentazioni semantiche, e un meccanismo di inibizione delle informazioni non rilevante, che rende i suoi codici poco accessibili ai meccanismi di risposta.

Gli algoritmi, negli ambienti mediologici, tendono, così, a gestire l'attenzione visiva spaziale, abilitata dalla selezione di tre particolari fattori: patterns di influenza costruiti tramite il design, le regole di indicizzazione delle informazioni nella timeline, la visibilità delle sponsorizzazioni.

L'attenzione visiva spaziale può essere "diffusa" o "focale" e l'orientamento dell'attenzione può essere automatico o volontario. Gli algoritmi tendono a creare routine automatiche e attrarre l'attenzione volontaria con i patterns di influenza.

Gli italiani tendono autonomamente a ricercare informazioni e conoscenza e a costruire palinsesti personalizzati; di contro chi gestisce le architetture mediologiche e i suoi processi non fa altro che "tracciare" le loro azioni, immagazzinare i dati sensibili disseminati dagli italiani nel corso delle loro azioni secondo la logica dei big data, estrarre conoscenza secondo la logica del datamining e prevedere comportamenti, preferenze e desideri, al fine di costruire nuovi percorsi di influenza sociale.

Chiaramente, questi meccanismi invogliano gli italiani a consumare velocemente più contenuti possibili e a divenire in questo modo i destinatari perfetti di quantità di pubblicità sempre maggiori e personalizzate che rappresentano il perno dell'economia di internet.

Gli italiani mixano il proprio palinsesto con informazioni dei telegiornali, dei siti web, dei quotidiani online, dei profili dei media su Facebook, delle tv all news, delle informazioni veicolate dal passaparola degli amici/conoscenti, delle radio, delle app utilizzate sui propri smartphone e su Youtube.

IL SISTEMA DI INFORMAZIONE

La possibilità che la rete e i social media offrono agli italiani nel loro agire quotidiano è quella di comunicare senza limiti, di informarsi senza limiti, di conoscere senza limiti: è questa la presunta libertà percepita dall'utente.

Per l'87,24% degli italiani non ci sono più opportunità di apprendere notizie credibili. Per il 96,61% il sistema di informazione non è la dimostrazione che la democrazia italiana è in salute e per il 98,75% non è la dimostrazione che la democrazia italiana è debole. Non viene quindi messo in relazione lo stato del sistema di informazione con la qualità della democrazia e di conseguenza con il concetto di libertà che anzi viene percepita positivamente dalla supposta libertà garantita dalla rete. A riprova di ciò, per il 77,30% le fake news non indeboliscono la democrazia.

Per il 75,79% il sistema d'informazione tradizionale non è superato. Per l'87,76% l'informazione che circola in rete è professionale, quindi è attendibile. Solo per il 37,11% gli apparati dell'informazione tradizionale tendono a manipolare le notizie.

IL VAMPIRISMO DI FACEBOOK: LA SOTTRAZIONE

Un utente su tre è collegato a internet più di 5 ore al giorno e metà del suo tempo è vampirizzato da Facebook: nel 2016, invece, vampirizzava circa due terzi del tempo di ogni utente in rete. Nel contesto Facebook, ad esempio, siamo esposti a multipli ambienti narratologici che sono rappresentati dalla nostra timeline che è a sua volta composta da una serie di contenuti che noi stessi abbiamo scelto di visualizzare secondo la logica della autocomposizione dei palinsesti. Al suo interno siamo continuamente esposti a overload informativo di contenuti che sono stati "confezionati a misura per noi" e che consumano il nostro tempo e la nostra attenzione.

Scegliamo, quindi, senza razionalità e riflessione. Perdiamo sempre più l'abitudine a scegliere e a costruire un pensiero razionale e basato sui fatti concreti e lo facciamo sulla base di contenuti imposti dal soft power.

Il risultato di questo processo è la condanna dell'utente a vivere in una continua routine di comportamenti.

FACEBOOK DOPO CAMBRIDGE ANALYTICA

Il caso di Cambridge Analytica, ovvero l'uso scorretto di un'enorme quantità di dati prelevati da Facebook e utilizzati durante la campagna elettorale statunitense del 2016 pro

**AMBIENTI
NARRATOLOGICI:
CASCATE
INFORMATIVE E
REPUTAZIONALI**

Donald Trump, ha generato una cascata reputazionale importante per Zuckerberg. Facebook ha perso utenza come principale fonte di informazione consultata in rete e, anche, la capacità di vampirizzazione del tempo degli italiani è calata.

Gli ambienti mediatici sono ambienti narratologici. L'architettura peculiare di ogni ambiente mediatico produce un proprio vettore narrativo al cui interno agiscono i propri algoritmi con l'obiettivo di catturare e gestire l'attenzione e il tempo degli italiani. È qui che si produce il softpower: la capacità di influenzare, persuadere ed indirizzare gli italiani che quelli ambienti popolano, facendogli credere di poter scegliere liberamente senza alcuna costrizione apparente.

Alla capacità di influenzare, persuadere e indirizzare risponde il conformismo sociale.

Conformarsi, secondo Cass Sunstein, significa seguire le opinioni degli altri riducendo sé stessi al silenzio. Egli individua le cause del conformismo, oltretutto nella pigrizia tipicamente umana, in alcuni fenomeni ben precisi:

- cascate informative
- cascate reputazionali
- polarizzazione di gruppo.

Per «cascate informative» (o sociali) s'intendono «movimenti sociali su larga scala dove molte persone finiscono per pensare o fare qualcosa a causa delle credenze o delle azioni di pochi "early movers", che influenzano in misura consistente coloro che li seguono».

Le cascate non sono di per sé positive o negative.

Le «cascate reputazionali», parallele a quelle informative, sono dovute al fatto che ciò che gli altri pensano di noi ha un peso sul nostro comportamento. In una cascata reputazionale le persone, pur conoscendo la via corretta, seguono la folla per mantenersi in buona luce agli occhi degli altri. Questo fa sì che molte norme impopolari sopravvivano, seppur in presenza di un'ampia maggioranza contraria, ma irrimediabilmente silenziosa. La probabilità di cascate aumenterebbe laddove si possano rintracciare dei legami d'affetto e di solidarietà all'interno di alcuni gruppi. I membri di un gruppo, infatti, non sono facilmente disposti a dare inizio a catene di obiezioni,

perché temono che, così facendo, potrebbero compromettere le norme interne al gruppo.

La polarizzazione di gruppo si verifica quando un gruppo deliberante finisce per assumere posizioni più estremiste rispetto a quelle dei suoi membri mediani.

Contrariamente a quanto accade per le cascate, la polarizzazione non annulla il processo deliberativo, ma si verifica dopo la deliberazione. Le sue cause sono principalmente due: da un lato, il bacino di argomenti cui fa riferimento un gruppo già orientato è piuttosto limitato, dall'altro agisce sulla polarizzazione il confronto sociale, ovvero la circostanza per cui ogni membro del gruppo desidera avere l'approvazione degli altri membri, dunque si muoverà sulla loro stessa linea.

I LIMITI DELLO SVILUPPO DELLA RETE COME LUOGO DI DEMOCRATIZ- ZAZIONE DI MASSA

Per il 92,96% nel web la partecipazione degli italiani non garantisce l'indipendenza e l'affidabilità delle notizie.

Solo il 32,17% degli italiani dichiara di partecipare alla vita civile e politica attraverso la rete. Meno della metà, il 48,75 è interessato alla politica, ancor meno, il 42,89% all'economia, affari e finanza. Il 45,06% degli italiani è influenzato sulle opinioni politiche dai programmi tv di approfondimento, e dal 43,35%, come già detto, dalle reti omofiliache di parenti/amici. Seguono telegiornali (40,53%), giornali (39,93%). Facebook influenza il 25,32% degli italiani.

I FILTRI COGNITIVI GESTISCONO LA PERCEZIONE

Diventa naturale che i motori di ricerca diventino il punto di partenza nella fruizione di informazione ricercata dagli italiani, diventando il medium di partenza per accedere alle informazioni. Le statistiche hanno dimostrato che la maggioranza degli italiani di Internet (oltre il 95% in alcuni casi) considera sufficienti, se non addirittura rilevanti, per la loro ricerca solo i risultati presenti nella prima pagina e non si preoccupa di verificare gli altri.

Questa tendenza è confermata dal fatto che i primi cinque risultati di ricerca superano il 75% dei click.

Considerato il trend dell'utenza appena descritto, è facile comprendere che i risultati di ricerca che appaiono in prima

pagina potrebbero risultare dannosi ove contengano informazioni non corrispondenti al vero o fuorvianti.

Per il 72,04% le notizie più importanti sono nella prima pagina della Serp¹⁴, ma per il 69,93% nella prima pagina non sono raccolti i siti più attendibili, per il 61,91% ci sono i siti preferiti dagli italiani/navigatori. Per l'86,32% i risultati nelle pagine successive alla prima sono di minore importanza. Per il 77,70% le notizie più importanti non sono al massimo fino alla terza pagina dei risultati di ricerca. Attraverso i social media il 77,96% degli italiani non ritiene che sia aumentato il suo livello di conoscenza sul mondo. Il 95,33% ritiene che sia possibile costruire altri percorsi di conoscenza.

LA GESTIONE DELLA PERCEZIONE

Le nuove tecnologie rendono intercambiabili falso e vero, almeno a livello percettivo. L'inflazione di una apparente verità frutto di simulazione priva la verità del suo aspetto sacrale.

Oggi la comunicazione può essere contraddittoria, senza per questo scandalizzare il suo uditorio.

La nostra attenzione è liquida ed essa funziona anche come forma di censura e rimozione. Il processo di sensemaking è un processo continuo e retrospettivo, in cui sussulti e shock possono anche portare a riconsiderare il senso di esperienze precedenti a cui già si era dato un senso diverso: successive generazioni di senso si possono così sovrapporre, come ondate, le une alle altre. La reputazione è pertanto il frutto di un processo di sensemaking collettivo.

Le dinamiche in atto nell'infosfera - opinioni polarizzate, emotional sharing, effetti cognitivi derivanti dall'information overload - si prestano ben poco ad essere lette come nuove leve per una costruzione partecipata, democratica e libera dell'informazione. Si tratta piuttosto di dinamiche che sembrano definire lo scenario perfetto su cui implementare strategie di perception management.

Il recente ricorso al termine trolling introduce il paragone ad altre dinamiche, tecnologie e concetti, quali i bot o l'astroturfing.

¹⁴ Il termine SERP è l'abbreviazione inglese di Search Engine Results Page, cioè la pagina dei risultati del motore di ricerca. Con il termine SERP si indica infatti la pagina a cui si accede su un motore di ricerca dopo una query, cioè dopo avere cercato una determinata parola chiave o frase.

Il primo consiste in sistemi automatizzati che replicano le azioni umane nel cyberspazio, il secondo della simulazione di un diffuso supporto pubblico per un prodotto, un personaggio, una politica creando una realtà fittizia che influisce sulla comprensione di contesti e avvenimenti.

Nei tortuosi meandri delle nuove architetture mediologiche, il combinato disposto di processi di comunicazione e di tecniche di influenza sociale che agiscono sulla psiche degli individui, tanto invasive quanto impercettibili, riescono a manipolare gli immaginari, ovvero la visione dei fatti della realtà da parte degli individui, producendo opinione emotiva anziché razionale e inducendo i soggetti ad assumere comportamenti prevedibili e predeterminati dagli operatori delle manipolazioni cognitive.

Colonizzare l'immaginario di qualcuno significa intervenire sui processi della sua immaginazione al fine di renderli compatibili con quelli che caratterizzano l'immaginario istituito del soggetto colonizzatore attraverso la cancellazione della memoria, i sistemi dei segni, i patrimoni di significati, di stereotipi rappresentativi di immagini, sia del presente che del passato e l'imposizione di nuovi segni, di nuove immagini e di una nuova lingua.

Ottenere attenzione, risultare credibile, generare fiducia, agire influenza sono i quattro obiettivi delle strategie di manipolazione in rete.

L'INCAPACITÀ DI DISTINGUERE IL REALE DAL FALSO

Il 65,46% non riesce a distinguere una fake news. Le percentuali crescono quando si tratta di identificare un sito web di bufale, il 78,75% non è in grado di farlo. L'82,83% non è in grado di identificare la pagina Facebook di un sito di bufale.

E il 70,28% non distingue un fake su Twitter.

LA PERCEZIONE DELLA CREDIBILITÀ

"L'attenzione" intesa come bene da rivendere è il risultato di una ben definita e strutturata strategia culturale.

Ed ecco che torna il concetto già espresso secondo il quale è l'architettura del medium ad avere rilevanza e non più il solo contenuto.

Seguendo questa logica, è facile desumere che l'architettura del medium Facebook consente ad una notizia che arriva per

prima nella nostra timeline di conquistare più facilmente la nostra attenzione. Di conseguenza il suo valore economico aumenta. Non è dunque la notizia ad essere rilevante bensì le caratteristiche strutturali del mezzo che la veicola.

All'interno delle architetture mediologiche, gli italiani valutano i contenuti con maggiore attenzione quando questi rientrano nella sfera dei loro interessi. Quando ciò non accade allora valutano i contenuti sulla base di altri parametri che ne configurano la "scatola", la "cornice" ovvero quanto credibile e attendibile sia la fonte che veicola il contenuto, di quale reputazione goda la fonte, la gradevolezza del soggetto che veicola l'informazione. Insomma, tutto ciò che ha a che fare con il confezionamento e con l'aspetto esteriore del contenuto stesso. Un buon confezionamento per far percepire una fonte credibile deve tenere conto che l'autore sia verificato, esperto in materia (40,39%), dell'accuratezza dell'informazioni (33,49%), della biografia dell'autore che lo deve indicare come esperto in materia (32,83%), della imparzialità (31,51%), della qualità di notizie pubblicate (31,18%), deve contenere citazioni e riferimenti ad altre fonti attendibili (30,86%), l'autore sia conosciuto mediaticamente (29,74%), che la grammatica e la punteggiatura siano conformi e/o corrette (28,49%), dell'aggiornamento delle informazioni (27,96%), che non presenti contraddizioni o errori (27,57%), che l'autore sia qualcuno che seguo (26,05%), che non sia percepito come contenuto promozionale/pubblicitario (24,01%), che l'accesso alla fonte sia semplice e veloce (23,95%), che l'autore scriva frequentemente (23,62%), che i testi siano chiari e il linguaggio comprensibile (22,83%), che sia in linea con le informazioni di cui già si è in possesso (22,24%), sia in linea con la propria visione del mondo e con i propri valori (22,24%), riporti l'autore e il titolo (21,58%).

Un buon confezionamento per far percepire una notizia credibile deve tenere conto, invece, dell'accuratezza dell'informazioni (35,07%), che non presenti contraddizioni o errori (35,07%), che l'autore sia verificato, esperto in materia (31,84%), che la grammatica e la punteggiatura siano conformi e/o corrette (30,66%), che non sia percepito come contenuto promozionale/pubblicitario (30,53%), che i testi siano chiari e il

linguaggio comprensibile (30,46%), che contenga citazioni e riferimenti ad altre fonti attendibili (30,26%), della qualità di notizie pubblicate (29,21%), della imparziale (29,21%), che l'autore sia qualcuno che seguo (28,82%), che presenti molti articoli con contenuto simile (28,75%), che la biografia dell'autore lo indichi come esperto in materia (28,62%), dell'aggiornamento delle informazioni (28,62%), che l'autore sia qualcuno di cui abbiamo sentito parlare (28,22%), che riporti l'autore e il titolo (27,83%), che sia già stata letta di recente (27,70%), sia in cima ai risultati delle ricerche (27,50%), sia in linea con le informazioni di cui già sono in possesso (25,59%), che l'autore sia conosciuto mediaticamente (24,41%), sia in linea con la mia visione del mondo e con i miei valori (23,68%), che l'accesso alla fonte sia semplice e veloce (23,68%), sia aggiornata con regolarità (22,83%), ci siano altre notizie con contenuto simile (22,76%), sia condivisa da un numero elevato di persone (22,57%), contenga una mail, per chiedere all'autore ulteriori informazioni (22,37%), sia commentata da un numero elevato di persone (21,78%), che i link funzionino (21,64%), della quantità di notizie pubblicate (21,78%), che l'autore scriva frequentemente (21,32%), che il contenuto emozioni profondamente (21,12%), che l'autore sia geograficamente vicino (20,46%).

La percezione della credibilità su Facebook passa attraverso la percezione che abbiamo dell'autore del profilo o del post.

Un post Facebook appare credibile quando c'è la percezione che l'autore sia qualcuno di cui ho sentito parlare (29,80%), che l'autore sia verificato, esperto in materia (25,20%), dell'accuratezza dell'informazioni (26,58%), che non presenti contraddizioni o errori (24,28%), della qualità di notizie pubblicate (23,49%), che contenga citazioni e riferimenti ad altre fonti attendibili (23,16%), che la grammatica e la punteggiatura siano conformi e/o corrette (23,16%), che la biografia dell'autore lo indichi come esperto in materia (22,17%), che i testi siano chiari e il linguaggio comprensibile (20,86%), che il contenuto è stato già letto di recente (21,71%), che non sia percepito come contenuto promozionale/pubblicitario (20,39%).

**ALLA RICERCA
DELLA
AUTOREVOLEZZA**

Un profilo Facebook appare credibile quando c'è la percezione che l'autore sia verificato, esperto in materia (25,33%), che l'autore sia conosciuto mediaticamente (24,47%), che l'autore sia qualcuno di cui abbiamo sentito parlare (23,68%), che la biografia dell'autore lo indichi come esperto in materia (21,38%), della qualità di notizie pubblicate (21,97%), che l'autore sia qualcuno che seguiamo (21,32%).

Molte informazioni si presentano più o meno esplicitamente sotto forma di storia e le buone storie vengono ricordate molto facilmente. Una volta che una storia coerente si è formata nella mente diventa fortemente resistente al cambiamento.

E questo, a prescindere del suo grado di veridicità, nonostante il 70,86% dice che sia importante verificare l'esattezza delle informazioni. Se, però, la storia è zoppicante o ha evidenti incoerenze interne, allora la mente di chi la riceve diventa critica e pronta a rigettarla. Questo sistema sembrerebbe funzionare, però fa sì che informazioni sbagliate, ma coerenti con ciò di cui si è già convinti, passino tranquillamente e vadano a rafforzare le preesistenti convinzioni erronee. Poi fondamentale è la credibilità della fonte da cui l'informazione proviene: è chiaro che più la fonte è ritenuta affidabile, autorevole e professionale, meno si attivano i meccanismi di valutazione e di critica.

Più si fornisce un media package alla fonte efficace più si tenderà a credere alla fonte: infatti per gli italiani una fonte è autorevole se è possibile contattare la redazione (36,05%), si percepisce una vera e propria organizzazione professionale (34,21%), c'è la percezione della competenza dell'autore (30,99%), è evidenziata l'esperienza presente nella organizzazione, nel contenuto e nei servizi offerti (28,62%), sono utilizzate e richiamate come altre fonti le pubblicazioni originali degli autori (fonti primarie), piuttosto che gli articoli di giornale che lo cita (fonti secondarie) (27,11%), c'è possibilità di verificare le affermazioni altrove (26,18%), appare professionale (o appropriata per il suo scopo) (24,74%), l'autore ha una reputazione (23,68%), utilizza citazioni e link (22,83%), riporta tutte le posizioni su un evento/argomento (21,45%), è facile da capire (20,59%).

Tuttavia, anche fonti inaffidabili possono influenzare le persone, soprattutto perché nel tempo può affermarsi il cosiddetto sleeper effect. Ovvero: si ricorda l'informazione, ma si dimentica la fonte dalla quale proveniva. Conta quindi anche il consenso sociale che si crea attorno a una notizia. Così, se la maggioranza dubita, allora i meccanismi cognitivi di critica e valutazione scattano.

FAKE NEWS

Il World Economic Forum, nel 2013, ha inserito la disinformazione digitale nella lista dei "rischi globali": capace di avere risvolti politici, geopolitici e, perfino, terroristici.

Per il 93,22% degli italiani le fake news hanno impatto nella vita delle persone.

I social network sono il terreno di coltura e di diffusione ottimale del virus della disinformazione, con conseguenze che vanno ben al di là del recinto del mondo digitale, ma solo per il 42,17% le fake news sono l'evidenza che la rete è manipolabile e per il 44,54% il sistema di informazione è invaso da fake news. Abbiamo una netta spaccatura, in quanto poco meno della metà degli italiani riconosce che questo fenomeno abbia una concreta rilevanza per il sistema di informazione italiano. Inoltre nonostante il 78,29% degli italiani non riesca a riconoscere facilmente le fake news, per il 79,93% ognuno è in grado di trovare facilmente le informazioni di cui ha bisogno, andando confermare ulteriormente il poco peso che viene attribuito al fenomeno.

Per comprendere questa scarsa percezione delle fake news come minaccia, possiamo considerare due punti. Il primo è la fiducia riposta nel sistema di informazione tradizionale, a cui viene attribuito un peso maggiore rispetto all'informazione online. Il secondo è il confirmation bias, secondo cui le persone tendono a prendere per vero ciò che conferma le proprie aspettative andando così a giudicare come soddisfacenti le informazioni con cui si è d'accordo ed etichettando come cattiva informazione quelle non gradite.

I social media hanno liberato la potenza virale delle fake news, infatti per il 52,89% esistono da sempre, ma con i social media sono più evidenti.

Il 79,34% degli italiani ritiene che le fake news non rappresentano un fenomeno antecedente rispetto alla nascita dei social media.

Il dibattito sul piano normativo si è concentrato sull'inasprimento delle sanzioni, ma per l'84,80% le fake news non devono essere proibite con una legge.

Le fake news non sono un problema che riguarda solo l'informazione, o solo i mezzi di comunicazione, ma più in generale il sistema sociale e l'immaginario collettivo, entrambi divenuti deboli e frammentati.

TEORIE DELLA COSPIRAZIONE E PROPAGANDA

In questo scenario le operazioni di intossicazione e di manipolazione dell'immaginario collettivo hanno vita facile.

Inoltre la Rete è stato il vettore più potente per la diffusione delle teorie cospirazioniste, perché incoraggia la superficialità di analisi, inibisce la critica, raccoglie e convoglia dati in modo indiscriminato, propaga notizie innescando una ripetizione che è in se stessa persuasiva, sfruttando il meccanismo dell'ipse dixit, ed è un terreno fertile per tutte le tecniche di distorsione della verità messe a disposizione dal linguaggio.

Eppure, nonostante il sistema d'informazione mainstream abbia prodotto un dibattito su una ingerenza russa (presentando fatti non sostanzianti) sul referendum costituzionale e sulle ultime elezioni politiche, il 96,97% degli italiani ritiene che le fake news non siano opera della Russia (il 97,57% nemmeno degli USA) e l'83,36% che non abbiano influenzato le elezioni.

Per l'88,95% il sistema d'informazione (mainstream) tradizionale non crea, non veicola e non diffonde fake news come il sistema dei media alternativi e non mainstream. Per l'89,08% le fake news non sono il frutto della propaganda politica. Per il 44,54% degli italiani il sistema di informazione è invaso da fake news. Per il 36,97% a causa della disintermediazione e della mancanza di filtri informativi autorevoli il sistema dei social media alimenta la diffusione di fake news.

SOCIETÀ DELL'INCANTO

In una società dell'incanto l'emotività domina la razionalità.

Il segno-valore, che gli oggetti esprimono, diviene assai più importante delle tradizionali dimensioni che l'economia politica attribuisce al consumo: il valore d'uso, il valore di scambio, le

quantità, i costi o prezzi. Il desiderio, la frustrazione e il risentimento sociale diventano materia del significato e della manipolazione dei segni e ciò che tiene in vita la società dei consumi è l'abilità dei produttori nell'eseguire queste manipolazioni, ossia nel produrre significato.

IPERREALTÀ

Codici, immagini, segni determinano infatti le identità degli individui e il modo di relazionarsi agli altri: la realtà intorno a noi si è dissolta, o amplificata, in una iperrealità dove il sistema di segni sostituisce la fisicità delle merci e le dissocia per sempre dai bisogni al cui soddisfacimento avrebbero dovute essere finalizzate.

In linguistica il segno si compone di un significante e di un significato. Tra significante e significato non vi è un rapporto necessario, ma convenzionale. A sua volta il segno fa riferimento ad un referente, un soggetto reale. Oggi tutti i processi comunicativi tagliano via ogni relazione tra segno, referente e realtà. Il segno fluttua liberamente staccato da ogni riferimento al reale, con l'unico obbligo di circolare liberamente. L'iperreale precede e costituisce il reale.

L'immagine virtuale non è più copia di una realtà esterna, ma l'unica forma di realtà a cui fare riferimento. L'immagine virtuale non si è limitata a colonizzare il nostro immaginario, la sua influenza ricade anche sulla comunicazione e l'informazione provocandone una radicale trasformazione.

Vedere con i propri occhi è stato sempre sinonimo di oggettività. Le nuove tecnologie digitali permettono la manipolazione dell'immagine, già allo stadio della sua formazione. In un futuro in parte già presente le immagini non saranno necessariamente vere.

L'evidenza come criterio di verità ha perso ogni significato. L'immagine è un prodotto autonomo, sintetico, completamente indipendente dal reale, puro frutto della creatività umana. Ciò non può essere privo di conseguenze culturali, la prima delle quali è l'indifferenza nei confronti del vero.

Le nuove tecnologie rendono intercambiabili falso e vero, almeno a livello percettivo. L'inflazione di una apparente verità frutto di simulazione priva la verità del suo aspetto sacrale.

Oggi la comunicazione può essere contraddittoria, senza per questo scandalizzare il suo uditorio.

CONCLUSIONI La grande massa del pubblico vive l'impatto con l'evento solo emotivamente e rimuove immediatamente l'attenzione perché nuove immagini lo coinvolgono.

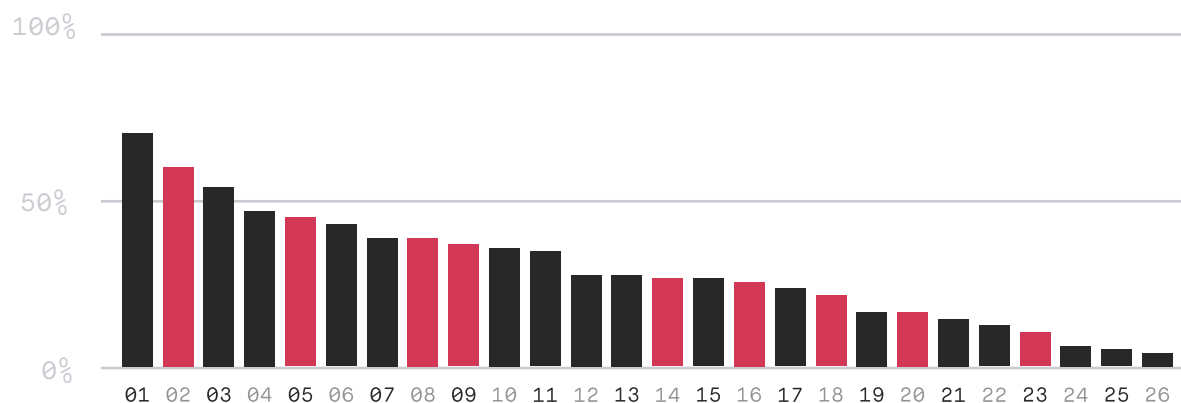
Viviamo oggi in una società "liquida", incapace di fissare punti fermi e valori. Anche la nostra attenzione è liquida e incapace di curiosità perché ci manca l'impegno per raggiungere e perseverare nella ricerca delle cause. Questa liquidità dell'attenzione funziona anche come forma di censura e rimozione. Oggi chiunque può fare in momenti diversi affermazioni contraddittorie, con la sicurezza che il pubblico non ne registrerà l'incompatibilità. La realtà scompare e viene sostituita dal contrario di quella che essa era, o era creduta, o che magari non è mai esistita.



DATA VISUALIZATION

01

LA DIETA MEDIATICA DEI PROSUMER DIGITALI



MEDIA UTILIZZATI PER ACCEDERE ALLE INFORMAZIONI



ON-LINE MEDIA



OFF-LINE MEDIA

01 MOTORI DI RICERCA SU INTERNET
02 TELEGIORNALI
03 SITI WEB DI INFORMAZIONE
04 QUOTIDIANI ONLINE
05 TV ALL NEWS
06 ATTRAVERSO I PROFILI AZIENDALI DEI MEDIA VIA FACEBOOK
07 ATTRAVERSO I PROFILI DEGLI AMICI/CONOSCENTI VIA FACEBOOK
08 PASSAPAROLA TRA AMICI/CONOSCENTI
09 GIORNALI RADIO
10 APP SU SMARTPHONE
11 YOUTUBE
12 SITI WEB DEI TELEGIORNALI
13 BLOG/FORUM
14 QUOTIDIANI GRATUITI

15 FONTI ISTITUZIONALI (GOV.IT; REGIONE.IT;...)
16 PERIODICI IN FORMATO CARTACEO
17 WHATSAPP/TELEGRAM/WECHAT
18 QUOTIDIANI A PAGAMENTO
19 ATTRAVERSO I PROFILI AZIENDALI DEI MEDIA VIA TWITTER
20 TELEVIDEO
21 ATTRAVERSO I PROFILI DEGLI AMICI /CONOSCENTI VIA TWITTER
22 QUOTIDIANI A PAGAMENTO ONLINE
23 SERVIZIO SMS TRAMITE TELEFONO CELLULARE
24 REDDIT
25 ALTRO
26 4CHAN



83,4%
FREE MEDIA



66,6%
ON-LINE MEDIA

CULTURA E INTRATTENIMENTO



SALUTE



STORIE, CURIOSITÀ



GIUSTIZIA E CRIMINALITÀ



LAVORO



AMBIENTE



SOCIALE



METEO



ISTRUZIONE



TOPIC DI
INTERESSE



DISASTRI, INCIDENTI



TEMPO LIBERO



CONFLITTI E GUERRE



POLITICA



SPORT



ECONOMIA, AFFARI E FINANZA



RELIGIONE E FEDE



ALTRO

02

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

32,1%

DEGLI UTENTI DICHIARA DI PARTECIPARE ALLA VITA CIVILE
E POLITICA DELLA CITTÀ/DEL PAESE ATTRAVERSO LA RETE

PRINCIPALI UTILIZZI DELLA RETE

72,9%

TROVARE UNA
STRADA, LOCALITÀ

70,5%

INFORMARSI SU
PRODOTTI O SERVIZI

64,8%

ASCOLTARE,
SCARICARE
MUSICA

64,6%

UTILIZZARE
FACEBOOK

61,5%

UTILIZZARE
YOUTUBE

59,6%

FARE
ACQUISTI

58,3%

INFORMARSI SU
PERSONE

43,7%

UTILIZZARE
ALTRI SOCIAL

INFLUENZA DEI MEDIA SULLE OPINIONI POLITICHE



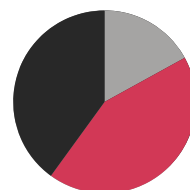
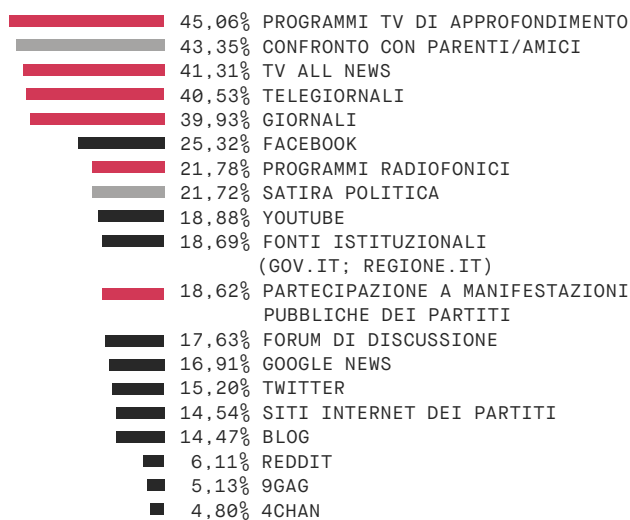
ON-LINE MEDIA



OFF-LINE MEDIA



INFLUENZA TRANSMEDIALE



17%

ON-LINE MEDIA

43%

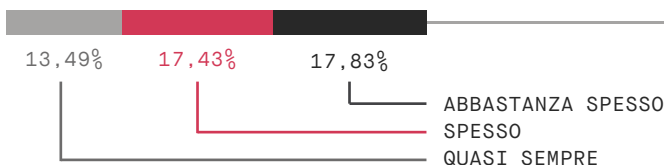
OFF-LINE MEDIA

40%

INFLUENZA
TRANSMEDIALE

48,7%

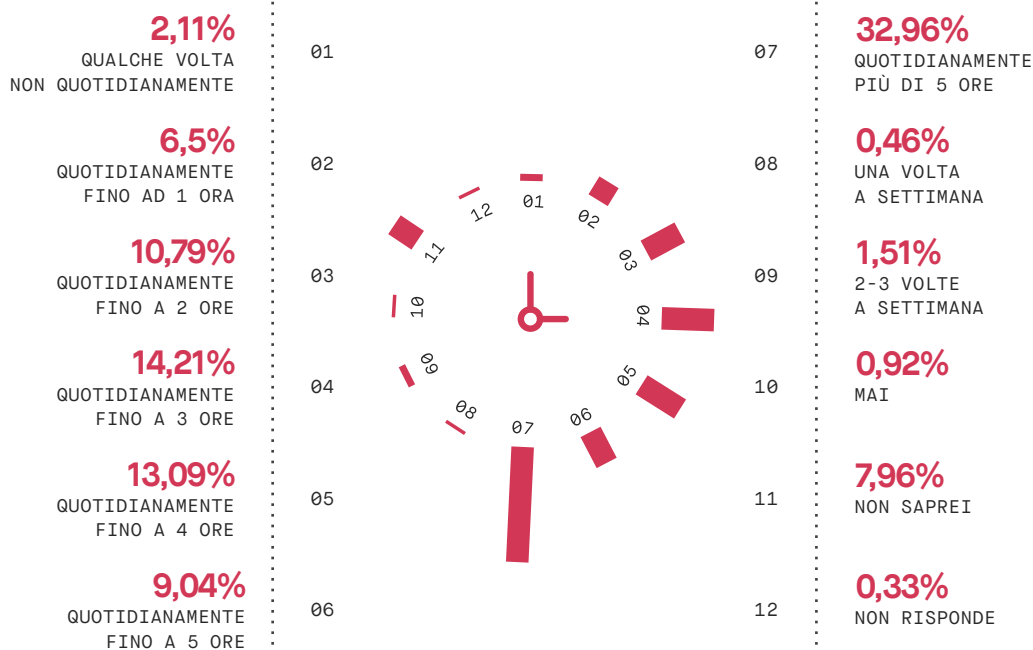
DEGLI UTENTI DICHIARA DI INFORMARSI SULLA POLITICA



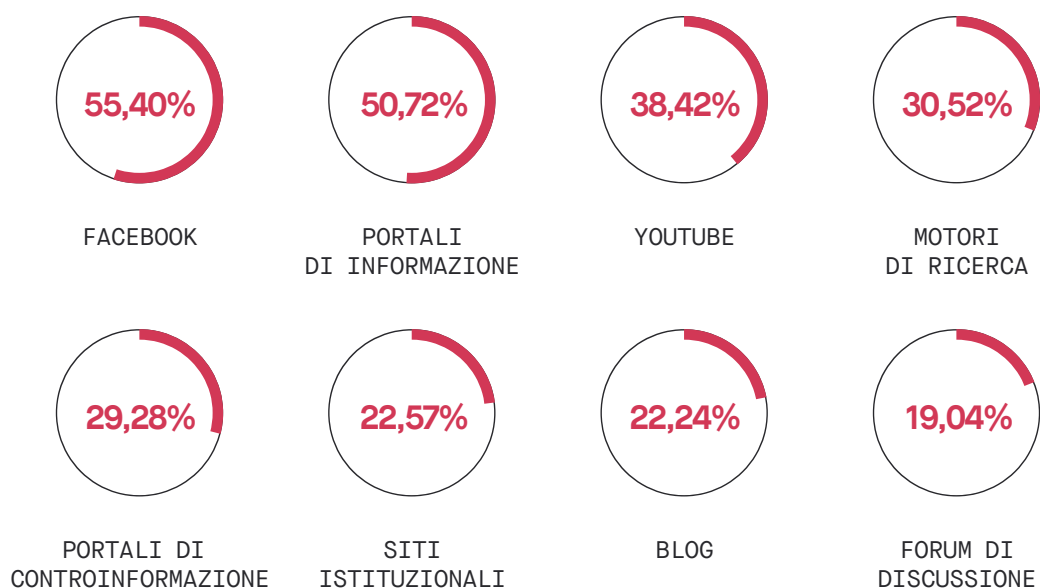
03

IL DOMINIO DELL'ATTENZIONE

FREQUENZA MEDIA NELL'UTILIZZO DI INTERNET



PRINCIPALI FONTI DI INFORMAZIONE CONSULTATE IN RETE



04

IL VAMPIRISMO DI FACEBOOK LA SOTTRAZIONE DEL TEMPO



DICHIARA DI UTILIZZARE INTERNET
QUOTIDIANAMENTE PIÙ DI 5 ORE AL GIORNO

DATI 2016

33,45%

- 0,5%

DATI 2018

32,96%



DICHIARA
DI UTILIZZARE FACEBOOK

DATI 2016

75,98%

- 21,58%

DATI 2018

54,40%

43,39%

QUASI SEMPRE

18,67%

SPESSE

13,91%

ABBASTANZA SPESSE

23,55%

QUASI SEMPRE

15,92%

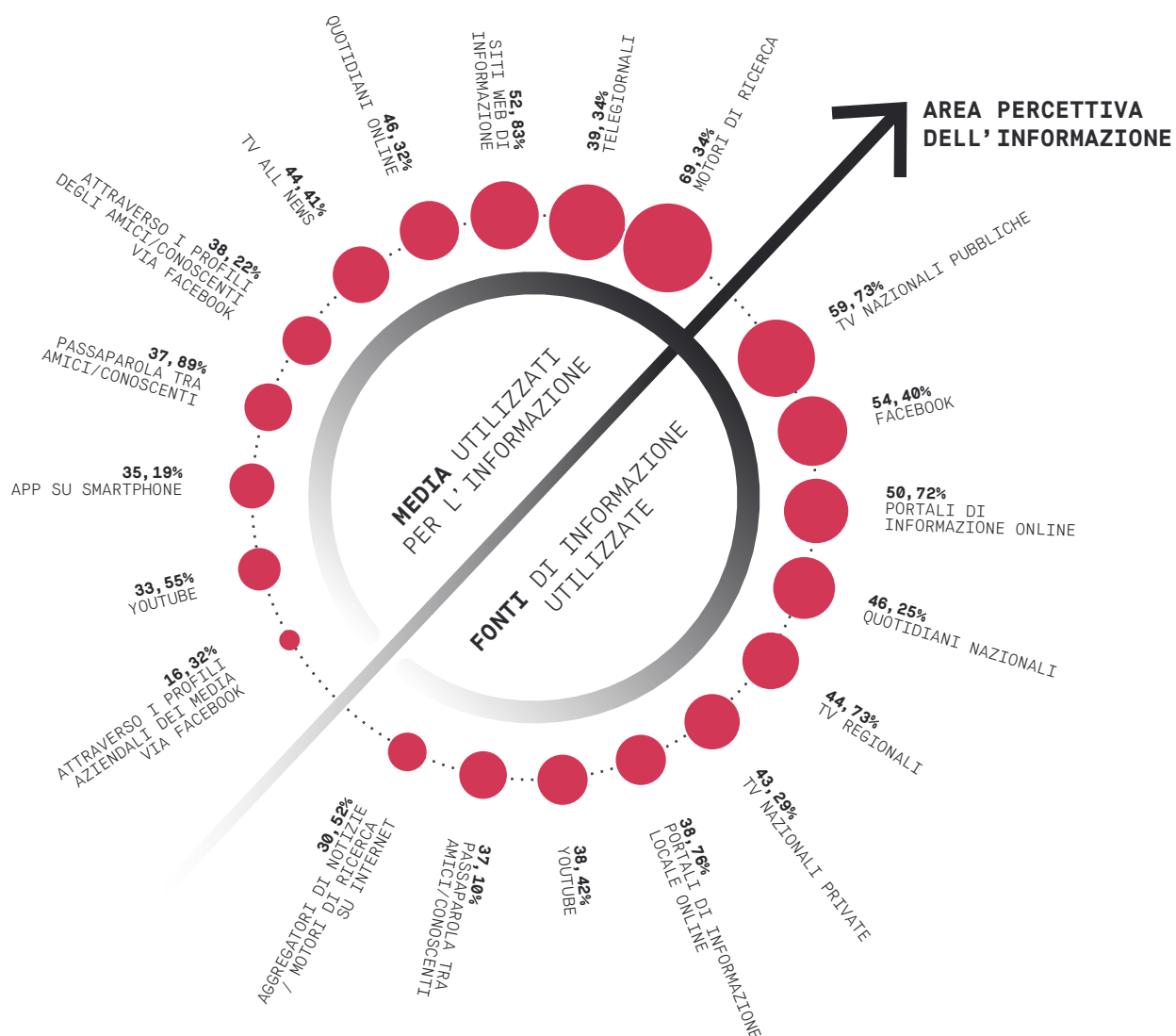
SPESSE

14,93%

ABBASTANZA SPESSE

05

I FILTRI COGNITIVI GESTISCONO LA PERCEZIONE



FONTE

PUNTO D'ORIGINE DELL'INFORMAZIONE

MEDIUM

ARCHITETTURA COMUNICAZIONALE ATTRAVERSO CUI L'INFORMAZIONE SI PROPAGA

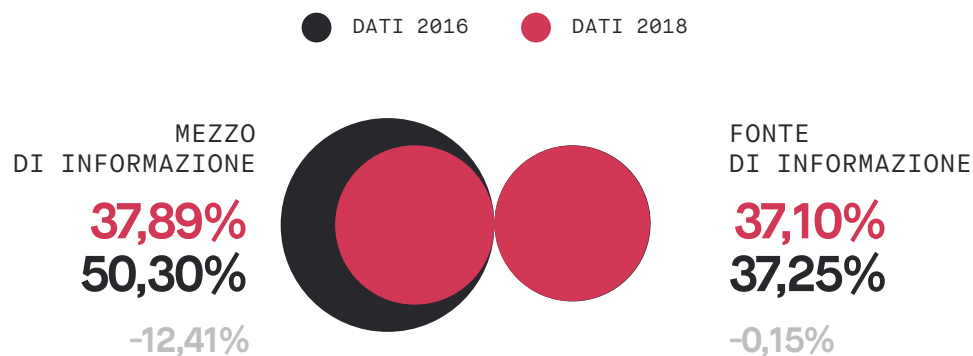
FONTE / MEDIUM

RAPPORTO CHE DETERMINA LA DINAMICA PERCETTIVA DELL'INFORMAZIONE

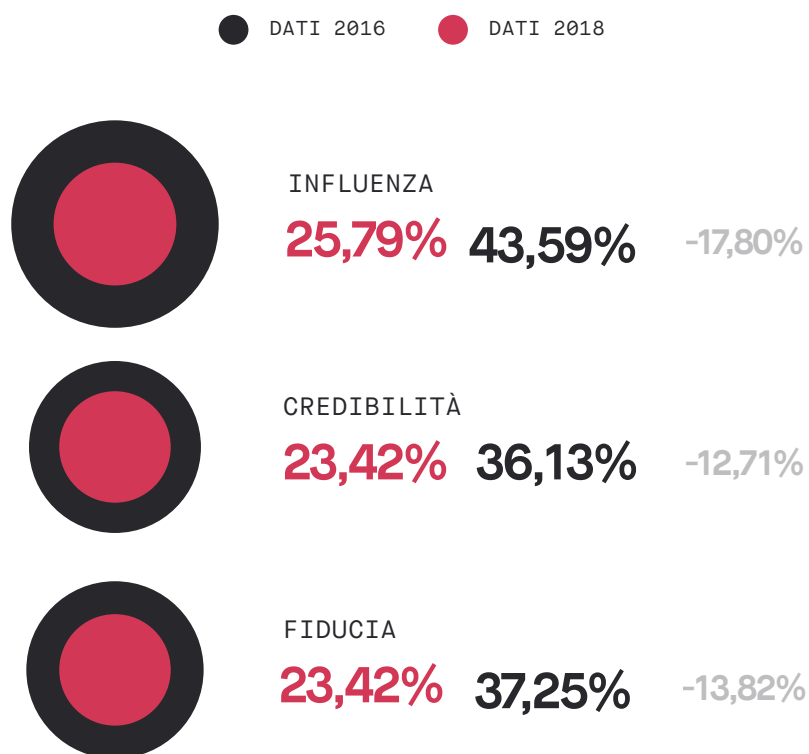
06

LE ECHO CHAMBERS E LE RETI OMOFILIACHE

UTILIZZO DELLE RETI OMOFILIACHE COME MEZZO VS. FONTE DI INFORMAZIONE



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



07

LA PERCEZIONE DELLA CREDIBILITÀ

PRINCIPALI CARATTERISTICHE DI CREDIBILITÀ ATTRIBUITE



FONTE D'INFORMAZIONE

40,66%

L'AUTORE È QUALCUNO DI CUI HO SENTITO PARLARE

40,39%

È UN AUTORE VERIFICATO, ESPERTO IN MATERIA

33,49%

L'ACCURATEZZA DELLE INFORMAZIONI



NOTIZIA

35,07%

L'ACCURATEZZA DELLE INFORMAZIONI

35,07%

NON PRESENTA ERRORI E CONTRADDIZIONI

31,84%

È UN AUTORE VERIFICATO, ESPERTO IN MATERIA



BLOG

20,20%

È UN AUTORE VERIFICATO, ESPERTO IN MATERIA

19,67%

LA QUALITÀ DELLE NOTIZIE PUBBLICATE

17,83%

LA PUNTEGGIATURA E LA GRAMMATICA SONO CORRETTE



FACEBOOK

PROFILO

25,38%

È UN AUTORE VERIFICATO, ESPERTO IN MATERIA

24,47%

L'AUTORE È CONOSCIUTO MEDIATICAMENTE

23,86%

L'AUTORE È QUALCUNO DI CUI HO SENTITO PARLARE

POST

29,80%

L'AUTORE È QUALCUNO DI CUI HO SENTITO PARLARE

26,58%

È UN AUTORE VERIFICATO, ESPERTO IN MATERIA

12,11%

È UNA CONDIVISIONE DI QUALCUNO DI CUI HO FIDUCIA



TWITTER

PROFILO

14,81%

L'ACCURATEZZA DELLE INFORMAZIONI

13,75%

NON PRESENTA ERRORI E CONTRADDIZIONI

13,55%

CONTIENE RIFERIMENTI E CITAZIONI AD ALTRE FONTI

TWEET

11,91%

È UN AUTORE VERIFICATO, ESPERTO IN MATERIA

11,78%

L'AUTORE È QUALCUNO DI CUI HO SENTITO PARLARE

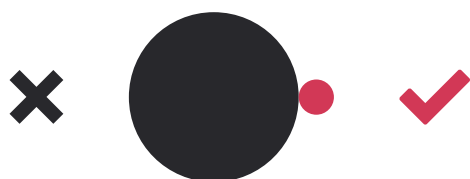
10,92%

LA BIOGRAFIA DELL'AUTORE LO INDICA COME ESPERTO IN MATERIA

08

L'INCAPACITÀ DI DISTINGUERE IL REALE DAL FALSO

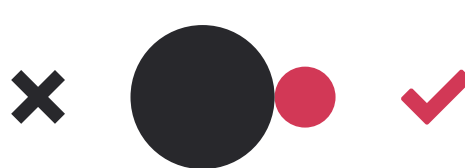
PAGINA FACEBOOK
DI UN SITO DI BUFALE



17,17%        

È IN GRADO DI IDENTIFICARE
IL PROFILO

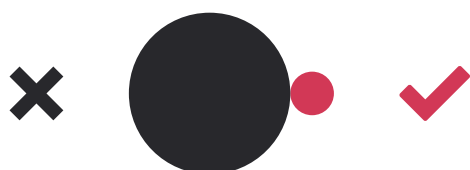
PROFILO TWITTER
FAKE



29,72%        

È IN GRADO DI IDENTIFICARE
IL PROFILO

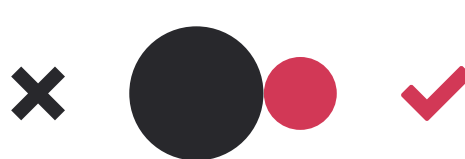
SITO WEB
DI BUFALE



21,25%        

È IN GRADO DI IDENTIFICARE
IL PROFILO

FAKE
NEWS

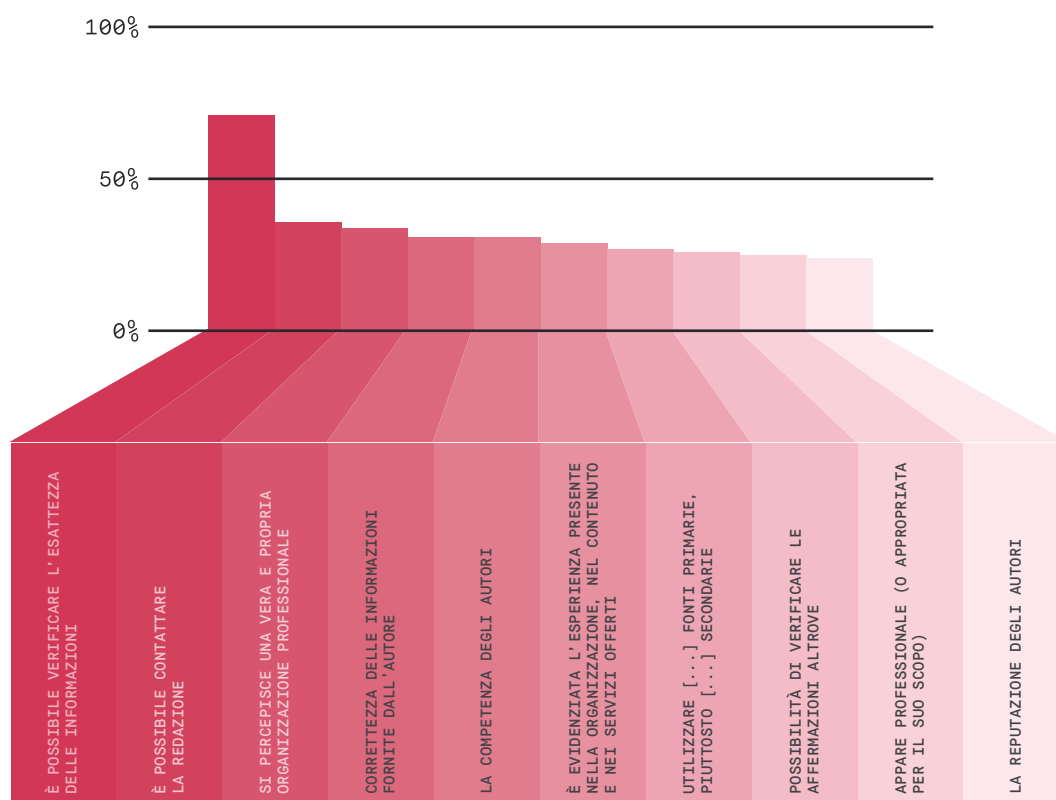


34,54%        

È IN GRADO DI IDENTIFICARE
IL PROFILO

ALLA RICERCA DI AUTOREVOLEZZA

PRINCIPALI CARATTERISTICHE DI AUTOREVOLEZZA ATTRIBUITE AD UNA FONTE INFORMATIVA



IMPATTO DEI MOTORI DI RICERCA SUL SISTEMA INFORMATIVO

38,09%

AL PRIMO POSTO CI SONO I SITI
PREFERITI DAGLI UTENTI

33,68%

SE È TRA I PRIMI RISULTATI
LE INFORMAZIONI SONO AFFIDABILI

30,07%

NELLA PRIMA PAGINA SONO RACCOLTI
I SITI PIÙ ATTENDIBILI



IMPATTO DEI SOCIAL NETWORK SUL SISTEMA INFORMATIVO

53,05%

CI SONO PIÙ OPPORTUNITÀ DI APPRENDERE
NUOVE NOTIZIE

34,00%

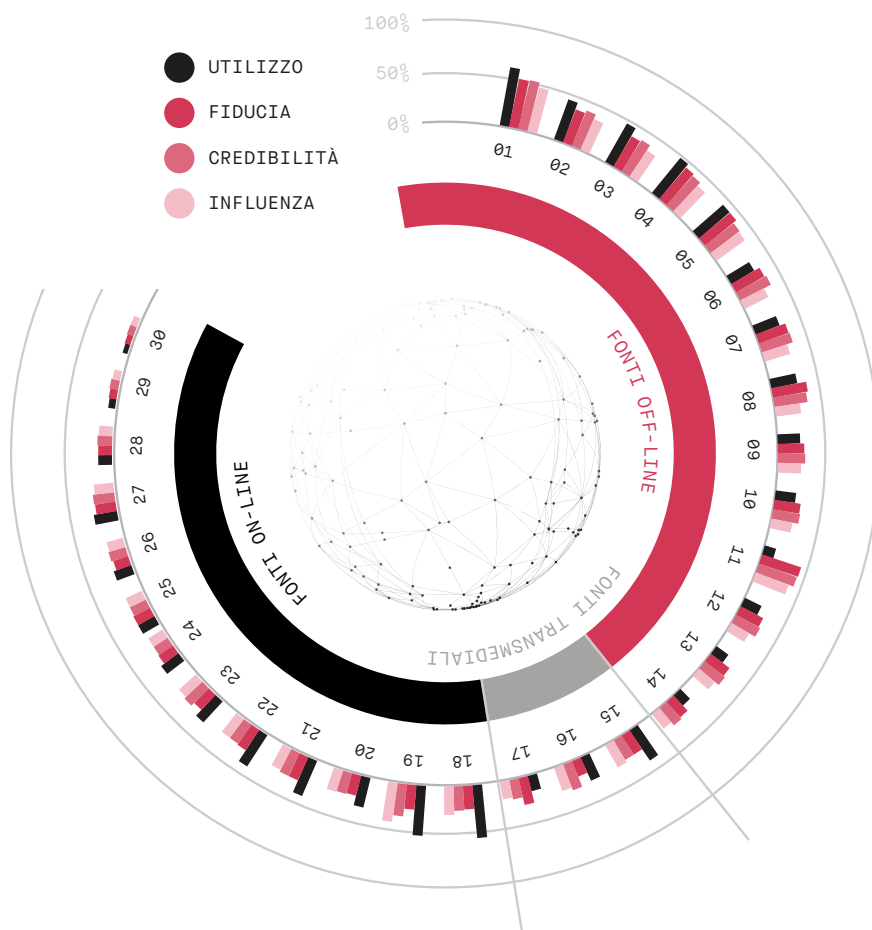
SONO CIRCONDATO DA FAKE NEWS

30,39%

È SEMPRE POSSIBILE UN CONFRONTO TRA PIÙ
PUNTI DI VISTA

10

RESILIENZA BIOMEDIATICA



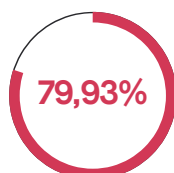
UTILIZZO / FIDUCIA / CREDIBILITÀ / INFLUENZA DELLE PRINCIPALI FONTI INFORMATIVE

- 01 TV NAZIONALI PUBBLICHE
- 02 TV NAZIONALI PRIVATE
- 03 TV REGIONALI
- 04 QUOTIDIANI NAZIONALI
- 05 RADIO NAZIONALI
- 06 QUOTIDIANI REGIONALI
- 07 PERIODICI NAZIONALI
- 08 RADIO REGIONALI
- 09 TV PROVINCIALI/LOCALI
- 10 QUOTIDIANI PROVINCIALI/LOCALI
- 11 FREE PRESS
- 12 RADIO PROVINCIALI/LOCALI
- 13 PERIODICI REGIONALI
- 14 PERIODICI PROVINCIAL/LOCALI
- 15 PASSAPAROLA TRA AMICI / CONOSCENTI
- 16 FONTI ISTITUZIONALI

- 17 UN/UNA GIORNALISTA IN PARTICOLARE
- 18 FACEBOOK
- 19 PORTALI DI INFORMAZIONE ONLINE
- 20 AGGREGATORI DI NOTIZIE / MOTORI DI RICERCA SU INTERNET
- 21 PORTALI DI INFORMAZIONE LOCALE ONLINE
- 22 YOUTUBE
- 23 PORTALI DI CONTRO/INFORMAZIONE ONLINE
- 24 BLOG
- 25 FORUM DI DISCUSSIONE
- 26 TWITTER
- 27 PORTALI DI CONTRO/INFORMAZIONE LOCALE ONLINE
- 28 SITI INTERNET PARTITI
- 29 REDDIT
- 30 4CHAN

11

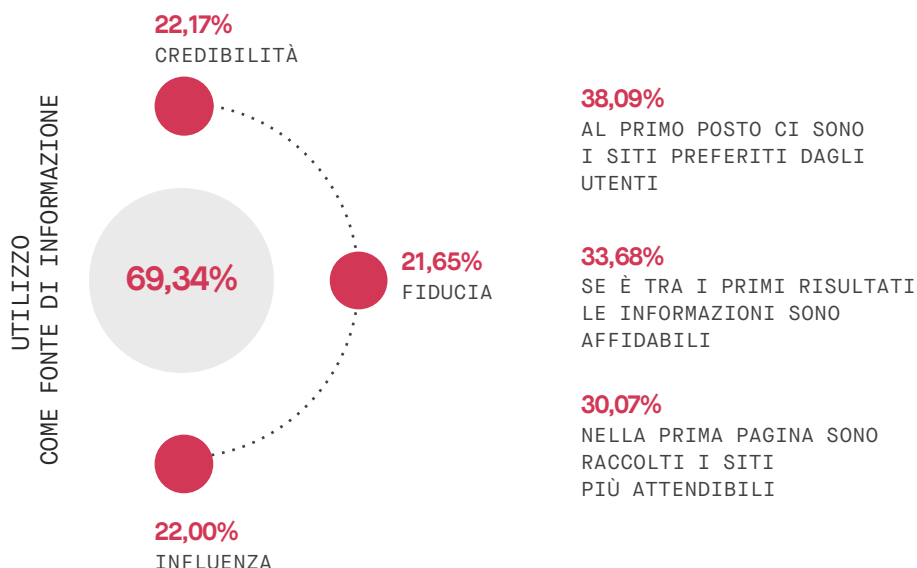
LA GESTIONE DELLA PERCEZIONE



RITIENE CHE OGNUNO OGGI È IN GRADO
DI TROVARE FACILMENTE LE NOTIZIE DI CUI HA BISOGNO



IMPATTO DEI MOTORI DI RICERCA SUL SISTEMA INFORMATIVO



PRINCIPALI CARATTERISTICHE DI CREDIBILITÀ ATTRIBUITE AD UNA PAGINA SU WIKIPEDIA

48,16%
LA PAGINA PRESENTA
UNA BIBLIOGRAFIA

39,54%
LA GRAMMATICA E LA PUNTEGGIATURA
SONO CONFORMI

39,01%
LA PAGINA HA UN CONTROLLO
DI AUTORITÀ

32,89%
LA PAGINA CONTIENE MOLTI URL
E COLLEGAMENTI ESTERNI

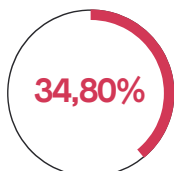
31,77%
LA PAGINA È STRUTTURATA
IN SEZIONI E PARAGRAFI

29,43%
LA PAGINA PRESENTA NOTE

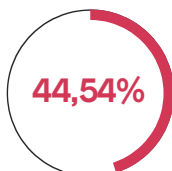
12

FAKE NEWS

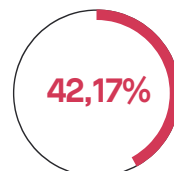
IMPATTO PERCEPITO DEL SISTEMA COMPLESSIVO DI FAKE NEWS



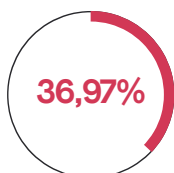
SONO
CIRCONDATO
DA FAKE NEWS



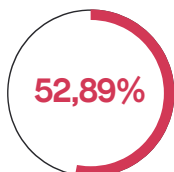
IL SISTEMA
DEI MEDIA È INVASO
DA FAKE NEWS



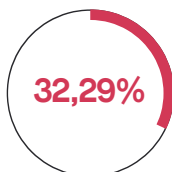
SONO L'EVIDENZA
CHE LA RETE
È MANIPOLABILE



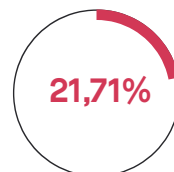
A CAUSA DELLA DISINTERMEDIAZIONE
E DELLA MANCANZA DI FILTRI INFORMATIVI AUTOREVOLI
IL SISTEMA DEI SOCIAL MEDIA AUMENTA
LA DIFFUSIONE DI FAKE NEWS



ESISTONO DA SEMPRE
MA CON I SOCIAL
SONO PIÙ EVIDENTI

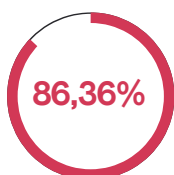


SONO GENERATE DA
TUTTI I MEDIA
E NON SOLO DALLA RETE

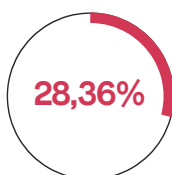


NON MI COLPISCONO

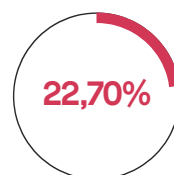
IMPATTO PERCEPITO DELLE FAKE NEWS SUL SISTEMA POLITICO



NON HANNO
CONDIZIONATO LE
ELEZIONI POLITICHE
2018



SONO UNA NUOVA
FORMA DI PROPAGANDA
POLITICA

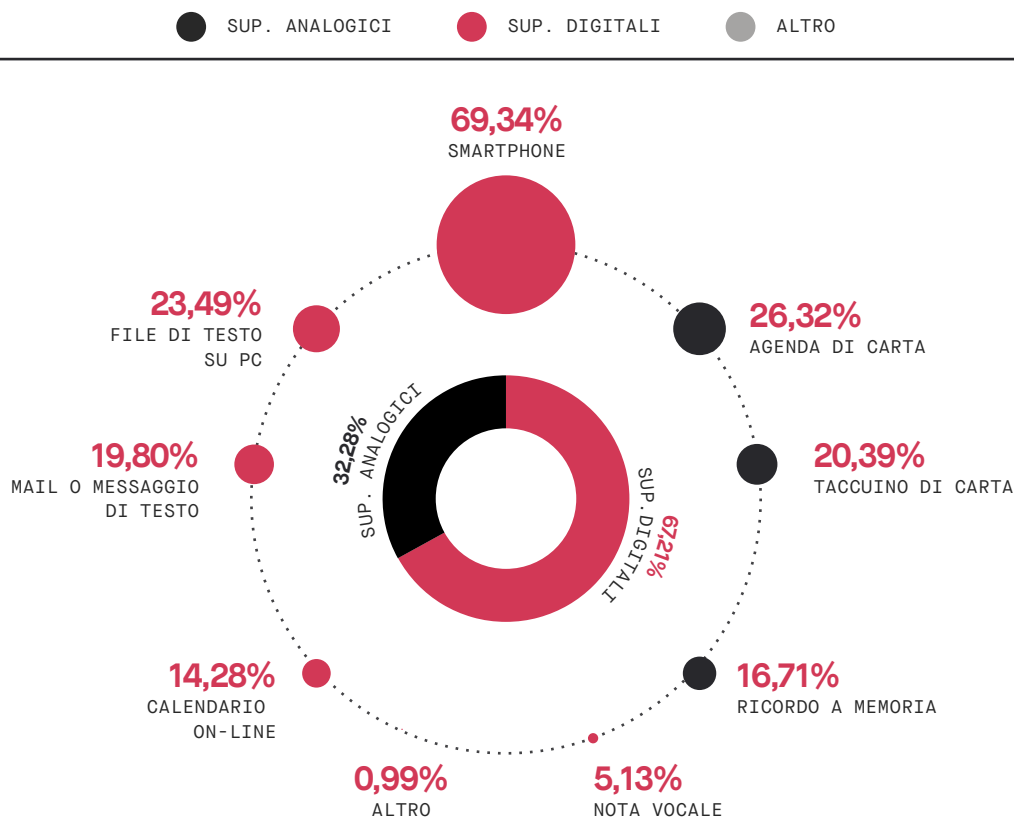


INDEBOLISCONO
LA DEMOCRAZIA

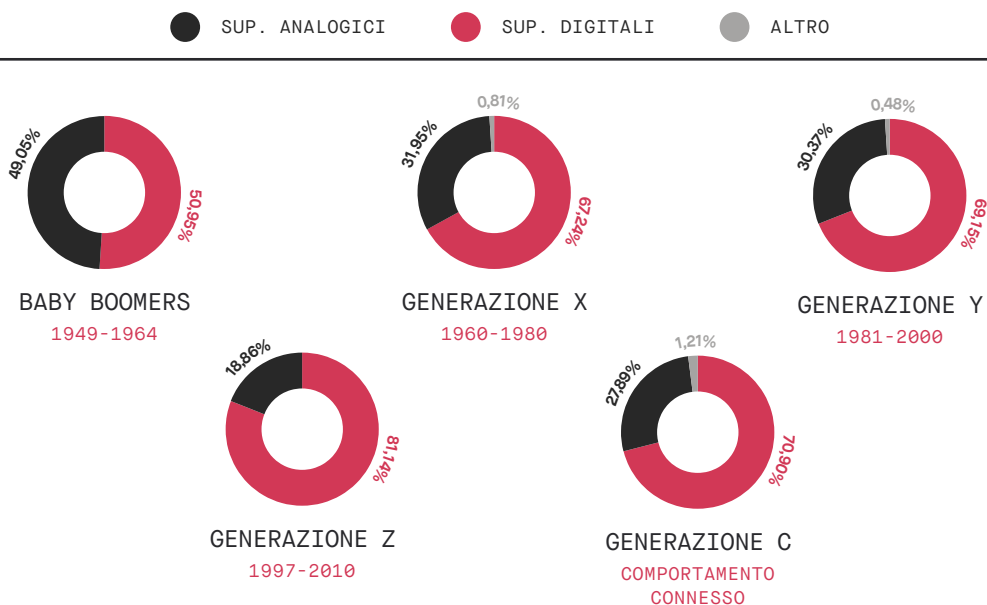
13

LA TRASFORMAZIONE DELLA MEMORIA UMANA

PRINCIPALI SUPPORTI PER LA MEMORIZZAZIONE DELLE INFORMAZIONI

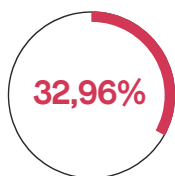


SUPPORTI ANALOGICI VS. DIGITALI PER CLASSE GENERAZIONALE

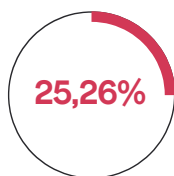


14

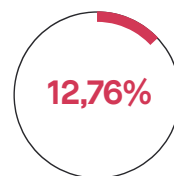
CONSAPEVOLEZZA BIOMEDIATICA: DIPENDENZE E ALTRE PROBLEMATICHE CAUSATE DALL'USO DELLA TECNOLOGIA E DI INTERNET



PRESENZA IN RETE
PER PIÙ DI 5 ORE
AL GIORNO



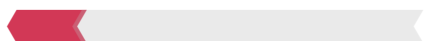
CONTROLLA
COSTANTEMENTE
I SOCIAL



PENSA DI SOFFRIRE
DI SOCIAL NETWORK
ADDICTION

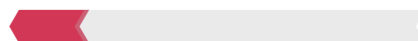


PRINCIPALI CONSAPEVOLEZZE DOPO UN INTENSO USO DI TECNOLOGIA



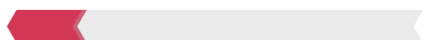
16,84%

HO SOFFERTO DI INSONNIA



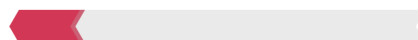
16,74%

HO PROBLEMI DI CONCENTRAZIONE



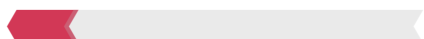
16,58%

HO AVUTO IMPOSSIBILITÀ DI
ACCEDERE/CAPIRE/FARE UN USO
DELL'INFORMAZIONE NECESSARIA



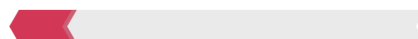
15,72%

PERDO IL SENSO DEL TEMPO
ECCEDENDO NELL'USO DI INTERNET



14,21%

FACCIO RICERCHE SUI MIEI PROBLEMI
DI SALUTE VERI O PRESUNTI IN BASE
AI SINTOMI PRESUNTI O REALI
CHE AVVERTO



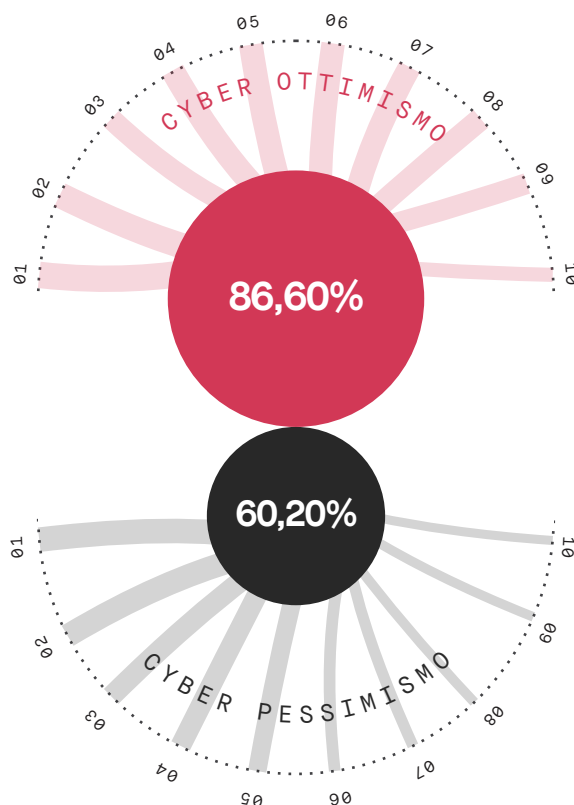
13,95%

HO PASSATO ONLINE PIÙ TEMPO
DI QUANTO PRECEDENTEMENTE
STABILITO

15

TREND DELL'INFOSFERA

- | | |
|---|--|
| 01 IL SISTEMA DI INFORMAZIONE NON È LA DIMOSTRAZIONE CHE LA DEMOCRAZIA ITALIANA È DEBOLE | 06 IL SISTEMA DI INFORMAZIONE TRADIZIONALE (MAINSTREAM) NON CREA, E NON VEICOLA FAKE NEWS COME IL SISTEMA NON MAINSTREAM |
| 02 IL SISTEMA DI INFORMAZIONE È LA DIMOSTRAZIONE CHE LA DEMOCRAZIA ITALIANA È IN BUONA SALUTE | 07 L'INFORMAZIONE CHE CIRCOLA IN RETE È PROFESSIONALE, QUINDI ATTENDIBILE |
| 03 ATTRAVERSO I SOCIAL MEDIA È POSSIBILE COSTRUIRE ALTRI PERCORSI DI CONOSCENZA | 08 CON I SOCIAL MEDIA NELLA MIA VITA NON È ENTRATO PIÙ MERVOSISMO E ODIO SOCIAL |
| 04 LE INFORMAZIONI CHE ASSUMO NON CONFERMANO LE COSE CHE GIÀ SO | 09 OGGI OGNUNO È IN GRADO DI TROVARE FACILMENTE NOTIZIE DI CUI HA BISOGNO |
| 05 LE FAKE NEWS NON SONO IL FRUTTO DELLA PROPAGANDA POLITICA | 10 CON I SOCIAL MEDIA CI SONO PIÙ OPPORTUNITÀ DI APPRENDERE NUOVE NOTIZIE |



- | | |
|--|---|
| 01 NEL WEB LA PARTECIPAZIONE DEGLI UTENTI NON GARANTISCE L'INDIPENDENZA E L'AFFIDABILITÀ DELLE NOTIZIE | 06 IL SISTEMA DI INFORMAZIONE È INVASO DA FAKE NEWS |
| 02 NON CI SONO PIÙ OPPORTUNITÀ DI APPRENDERE NOTIZIE CREDIBILI | 07 LA PRESENZA DI FAKE NEWS È L'EVIDENZA CHE LA RETE È MANIPOLABILE |
| 03 LE FAKE NEWS MI COLPISCONO, NON RIESCO FACILMENTE A RICONOSCERLE | 08 GLI APPARATI DELL'INFORMAZIONE TRADIZIONALE TENDONO A MANIPOLARE LE NOTIZIE |
| 04 CON I SOCIAL MEDIA NON È AUMENTATO IL MIO LIVELLO DI CONOSCENZA SUL MONDO | 09 A CAUSA DELLA DISINTERMEDIAZIONE E DELLA MANCANZA DI FILTRI INFORMATIVI AUTOREVOLI IL SISTEMA DEI SOCIAL MEDIA ALIMENTA LA DIFFUSIONE DI FAKE NEWS |
| 05 CON I SOCIAL MEDIA NON È SEMPRE POSSIBILE UN CONFRONTO TRA PIÙ PUNTI DI VISTA | 10 SONO CIRCONDATO DALLE FAKE NEWS |

TABULAZIONE
DEI RISULTATI

1	Quali sono i mezzi che utilizzi per informarti?	48
2	Su quali temi ti informi maggiormente?	54
3	Cosa pensi, oggi, del sistema d'informazione?	58
4	Quali sono gli utilizzi che fai di internet?	60
5	Per quanto tempo utilizzi Internet?	67
6	Dove solitamente registri o memorizzi le informazioni di cui hai bisogno?	68
7	Dopo un intenso utilizzo di tecnologia o di internet nell'ultimo anno ti è capitato di trovarti in una o più di queste condizioni?	69
8	Hai sofferto o soffri di dipendenza da:	72
9	Quali fonti di informazione utilizzi?	73
10	Quali sono le fonti di informazione di cui ti fidi di più?	80
11	Quali sono le fonti di informazione in cui credi di più?	87
12	Quali fonti di informazione hanno più influenza su di te?	94
13	Quali sono i mezzi di informazione che influenzano le tue opinioni politiche?	101
14	Una Fonte per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?	106
15	Una Notizia per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?	110
16	Un Blog di informazione per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?	114
17	Un Post su Facebook per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?	118
18	Un Profilo Facebook per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?	122
19	Un Tweet su Twitter per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?	126
20	Un Profilo Twitter per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?	130
21	Quali caratteristiche devono avere le informazioni su Wikipedia per risultare credibili?	134
22	Quali caratteristiche deve avere una fonte di informazione per essere autorevole?	135
23	Quando cerchi un'informazione sui motori di ricerca (es. Google) ritieni che:	139
24	Ritieni che attraverso i Social Media (Facebook, Twitter, Youtube):	140
25	Secondo te le fake news:	141
26	Secondo te la pagina Facebook mostrata è:	142
27	Secondo te il profilo Twitter in alto è:	143
28	Secondo te il sito web mostrato è	143
29	Secondo te la news mostrata è	144

1. Quali sono i mezzi che utilizzi per informarti?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di accesso al mezzo. (1 di 6)

LEGGENDA

(FR) frequenza | (0) quasi mai | (1) molto raramente | (2) raramente | (3) abbastanza spesso | (4) spesso | (5) quasi sempre | (nr) non risponde

N	Mezzo	Fr	Totale	Sesso		Età								Titolo di studio					
				M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
1	Telegiornali	0	9,41%	11,20%	7,78%	13,85%	8,96%	10,87%	10,22%	5,47%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	8,50%	10,38%	11,30%	0,00%
		1	10,07%	11,89%	8,41%	15,38%	9,96%	10,43%	10,54%	4,69%	11,11%	13,33%	0,00%	12,50%	11,27%	10,39%	9,11%	11,30%	33,33%
		2	10,53%	10,65%	10,41%	12,31%	8,76%	8,48%	15,34%	13,28%	8,33%	6,67%	0,00%	25,00%	12,68%	11,65%	9,27%	9,60%	0,00%
		3	18,68%	18,53%	18,82%	18,46%	21,91%	20,87%	13,10%	17,97%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	19,72%	18,11%	18,69%	21,47%	0,00%
		4	18,36%	17,70%	18,95%	10,77%	21,71%	18,48%	15,65%	17,97%	11,11%	13,33%	0,00%	0,00%	11,27%	16,22%	20,45%	22,60%	0,00%
		5	22,30%	19,50%	24,97%	15,38%	16,93%	21,09%	26,20%	32,03%	58,33%	26,67%	0,00%	37,50%	18,31%	22,68%	23,48%	18,08%	33,33%
		nr	10,66%	10,51%	10,66%	13,85%	11,75%	9,78%	8,95%	8,59%	8,33%	33,33%	100,00%	25,00%	21,13%	12,44%	8,63%	5,65%	33,33%
2	Giornali radio	0	13,42%	13,28%	13,55%	13,85%	15,14%	13,70%	11,18%	13,28%	8,33%	6,67%	0,00%	12,50%	7,04%	13,54%	14,54%	11,86%	0,00%
		1	13,75%	14,11%	13,43%	15,38%	16,73%	14,13%	12,14%	6,25%	2,78%	20,00%	0,00%	25,00%	12,68%	11,34%	15,81%	15,25%	0,00%
		2	17,76%	17,15%	18,32%	36,92%	20,12%	16,96%	15,97%	10,16%	5,56%	13,33%	0,00%	12,50%	29,58%	17,32%	16,29%	20,34%	0,00%
		3	13,49%	14,38%	12,80%	6,15%	12,95%	15,22%	13,10%	14,84%	19,44%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	12,44%	13,26%	20,90%	0,00%
		4	14,80%	15,49%	14,18%	4,62%	11,95%	16,96%	15,02%	19,53%	27,78%	13,33%	0,00%	12,50%	7,04%	13,39%	17,57%	12,99%	33,33%
		5	8,09%	7,19%	8,91%	4,62%	4,78%	7,39%	12,46%	14,84%	11,11%	0,00%	0,00%	12,50%	2,82%	8,19%	8,63%	7,91%	0,00%
		nr	18,68%	18,40%	18,82%	18,46%	18,33%	15,65%	20,13%	21,09%	25,00%	46,67%	100,00%	25,00%	30,99%	23,78%	13,90%	10,73%	66,67%
3	Motori di ricerca su internet	0	4,80%	5,39%	4,39%	4,62%	2,99%	3,91%	8,63%	8,59%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	5,67%	5,11%	2,26%	0,00%
		1	6,71%	6,92%	6,52%	10,77%	5,18%	6,52%	7,03%	8,59%	11,11%	13,33%	0,00%	25,00%	8,45%	7,72%	4,95%	7,34%	33,33%
		2	7,76%	6,64%	8,78%	4,62%	5,38%	5,22%	12,46%	9,38%	25,00%	26,67%	0,00%	25,00%	12,68%	8,98%	6,55%	4,52%	33,33%
		3	15,20%	18,12%	12,55%	10,77%	15,54%	14,78%	14,38%	18,75%	22,22%	6,67%	0,00%	25,00%	11,27%	15,43%	13,74%	20,90%	0,00%
		4	25,13%	24,90%	25,35%	24,62%	30,08%	26,52%	19,49%	18,75%	13,89%	20,00%	0,00%	0,00%	14,08%	22,83%	28,59%	26,55%	33,33%
		5	29,01%	26,83%	30,99%	27,69%	31,27%	33,91%	26,20%	18,75%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	25,35%	26,30%	32,91%	28,25%	0,00%
		nr	11,38%	11,20%	11,42%	16,92%	9,56%	9,13%	11,82%	17,19%	16,67%	33,33%	100,00%	25,00%	25,35%	13,07%	8,15%	10,17%	0,00%
4	Tv all news	0	13,29%	13,69%	12,92%	18,46%	16,93%	11,74%	8,63%	14,06%	13,89%	6,67%	0,00%	25,00%	16,90%	13,86%	12,78%	11,30%	0,00%
		1	11,05%	10,65%	11,42%	12,31%	11,35%	12,17%	11,50%	7,03%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	9,86%	10,39%	11,50%	12,43%	0,00%
		2	11,91%	12,59%	11,29%	13,85%	10,96%	12,39%	12,14%	13,28%	8,33%	13,33%	0,00%	0,00%	12,68%	12,28%	11,18%	13,56%	0,00%
		3	17,11%	18,67%	15,81%	15,38%	17,93%	18,70%	17,25%	13,28%	11,11%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	15,75%	18,21%	22,03%	33,33%
		4	18,09%	17,01%	19,07%	12,31%	18,73%	20,43%	13,74%	18,75%	30,56%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	15,28%	22,36%	18,08%	0,00%
		5	9,21%	8,44%	9,91%	7,69%	7,17%	9,13%	13,10%	10,16%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	7,04%	9,45%	8,95%	10,17%	0,00%
		nr	19,34%	18,95%	19,57%	20,00%	16,93%	15,43%	23,64%	23,44%	27,78%	60,00%	100,00%	37,50%	36,62%	22,99%	15,02%	12,43%	66,67%
5	Attraverso i profili aziendali dei media via Facebook	0	10,72%	10,93%	10,54%	7,69%	9,56%	12,61%	9,90%	14,06%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	9,29%	12,14%	13,56%	0,00%
		1	11,45%	12,72%	10,29%	13,85%	10,36%	11,52%	13,42%	12,50%	2,78%	6,67%	0,00%	25,00%	9,86%	11,65%	9,74%	16,38%	33,33%
		2	16,12%	17,15%	15,31%	23,08%	14,34%	11,30%	18,85%	23,44%	38,89%	26,67%	0,00%	25,00%	23,94%	18,27%	12,94%	16,95%	0,00%
		3	16,12%	15,35%	16,81%	13,85%	18,33%	17,83%	14,38%	9,38%	13,89%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	15,75%	16,93%	16,95%	0,00%
		4	14,34%	12,72%	15,81%	12,31%	18,13%	17,61%	9,58%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	11,65%	18,37%	12,43%	33,33%
		5	11,32%	10,79%	11,79%	15,38%	11,35%	15,00%	8,95%	5,47%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	10,55%	12,78%	10,73%	0,00%
		nr	19,93%	20,33%	19,45%	13,85%	17,93%	14,13%	24,92%	28,91%	33,33%	66,67%	100,00%	25,00%	33,80%	22,83%	17,09%	12,99%	33,33%

1. Quali sono i mezzi che utilizzi per informarti?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di accesso al mezzo. (2 di 6)

LEGGENDA

(FR) frequenza | (0) quasi mai | (1) molto raramente | (2) raramente | (3) abbastanza spesso | (4) spesso | (5) quasi sempre | (nr) non risponde

N	Mezzo	Fr	Totale	Sesso		Età								Titolo di studio					
				M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
6	Attraverso i profili degli amici/ conoscenti via Facebook	0	13,16%	14,66%	11,79%	3,08%	14,74%	15,43%	9,90%	11,72%	16,67%	6,67%	0,00%	12,50%	2,82%	12,60%	13,90%	16,95%	0,00%
		1	13,75%	15,91%	11,79%	18,46%	12,75%	14,35%	15,34%	11,72%	5,56%	13,33%	0,00%	12,50%	16,90%	12,13%	13,10%	20,90%	0,00%
		2	14,67%	16,32%	13,30%	20,00%	12,75%	10,87%	15,02%	25,78%	36,11%	26,67%	0,00%	37,50%	18,31%	15,59%	13,42%	14,12%	0,00%
		3	16,51%	14,80%	18,07%	15,38%	19,12%	17,61%	16,29%	7,81%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	15,59%	18,05%	16,95%	33,33%
		4	13,42%	11,34%	15,31%	16,92%	15,14%	16,30%	10,22%	7,03%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	11,50%	17,41%	8,47%	0,00%
		5	8,29%	7,33%	9,16%	13,85%	8,37%	9,13%	7,67%	6,25%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	14,08%	8,66%	7,19%	9,04%	0,00%
		nr	20,20%	19,64%	20,58%	12,31%	17,13%	16,30%	25,56%	29,69%	27,78%	53,33%	100,00%	12,50%	29,58%	23,94%	16,93%	13,56%	66,67%
7	Televideo	0	7,50%	6,50%	8,41%	6,15%	7,37%	8,48%	6,07%	9,38%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	9,13%	6,71%	5,65%	33,33%
		1	10,99%	10,79%	11,17%	3,08%	10,56%	12,17%	11,18%	13,28%	8,33%	6,67%	0,00%	25,00%	4,23%	8,35%	13,10%	15,25%	0,00%
		2	43,03%	45,64%	40,78%	52,31%	49,20%	45,43%	36,74%	28,13%	36,11%	6,67%	0,00%	0,00%	43,66%	41,57%	42,97%	51,41%	0,00%
		3	6,91%	6,92%	6,90%	7,69%	5,78%	5,43%	8,63%	9,38%	8,33%	26,67%	0,00%	12,50%	8,45%	5,35%	7,03%	11,30%	0,00%
		4	5,53%	5,53%	5,52%	6,15%	4,58%	6,96%	4,47%	6,25%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	4,23%	6,46%	5,91%	1,69%	0,00%
		5	3,36%	3,46%	3,26%	1,54%	1,99%	4,13%	5,43%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	1,41%	2,83%	4,63%	0,56%	0,00%
		nr	22,70%	21,16%	23,96%	23,08%	20,52%	17,39%	27,48%	30,47%	33,33%	53,33%	100,00%	37,50%	33,80%	26,30%	19,65%	14,12%	66,67%
8	Periodici in formato cartaceo (settimanali/ mensili...)	0	14,08%	14,11%	14,05%	12,31%	13,94%	15,43%	14,06%	14,84%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	8,45%	12,91%	13,42%	23,16%	0,00%
		1	16,71%	17,98%	15,56%	10,77%	17,53%	17,39%	17,25%	16,41%	5,56%	13,33%	0,00%	12,50%	14,08%	13,39%	19,81%	19,21%	0,00%
		2	22,37%	22,13%	22,71%	38,46%	27,69%	21,30%	17,57%	14,06%	13,89%	6,67%	0,00%	12,50%	28,17%	24,09%	21,09%	19,77%	0,00%
		3	10,72%	12,45%	9,16%	12,31%	10,36%	11,96%	9,90%	7,81%	16,67%	6,67%	0,00%	0,00%	7,04%	9,61%	12,14%	11,30%	33,33%
		4	9,93%	7,05%	12,55%	3,08%	8,17%	11,09%	11,82%	9,38%	19,44%	6,67%	0,00%	12,50%	5,63%	9,92%	11,02%	7,91%	0,00%
		5	4,28%	5,26%	3,39%	1,54%	1,99%	4,35%	5,43%	7,81%	13,89%	13,33%	0,00%	12,50%	2,82%	4,88%	3,83%	3,95%	0,00%
		nr	21,91%	21,02%	22,58%	21,54%	20,32%	18,48%	23,96%	29,69%	27,78%	46,67%	100,00%	37,50%	33,80%	25,20%	18,69%	14,69%	66,67%
9	Quotidiani a pagamento	0	9,47%	9,96%	9,03%	6,15%	8,17%	12,39%	9,58%	7,81%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	7,72%	10,06%	17,51%	0,00%
		1	11,38%	13,00%	9,91%	12,31%	11,35%	11,52%	11,82%	7,81%	13,89%	20,00%	0,00%	25,00%	8,45%	10,24%	11,34%	16,38%	0,00%
		2	36,12%	34,99%	37,26%	52,31%	45,02%	36,96%	26,20%	25,00%	13,89%	6,67%	0,00%	25,00%	42,25%	36,38%	36,90%	31,64%	0,00%
		3	9,21%	8,02%	10,29%	4,62%	5,98%	8,91%	13,74%	11,72%	13,89%	20,00%	0,00%	12,50%	7,04%	8,82%	9,11%	11,86%	0,00%
		4	6,78%	7,19%	6,40%	4,62%	6,37%	6,52%	6,71%	8,59%	11,11%	13,33%	0,00%	0,00%	4,23%	6,93%	7,19%	5,65%	33,33%
		5	4,54%	5,67%	3,51%	1,54%	1,79%	5,00%	6,07%	8,59%	16,67%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	3,78%	6,07%	2,82%	0,00%
		nr	22,50%	21,16%	23,59%	18,46%	21,31%	18,70%	25,88%	30,47%	25,00%	40,00%	100,00%	37,50%	33,80%	26,14%	19,33%	14,12%	66,67%
10	Youtube	0	11,78%	11,48%	12,05%	1,54%	13,94%	13,04%	9,90%	10,94%	5,56%	6,67%	0,00%	25,00%	7,04%	11,02%	12,62%	12,99%	0,00%
		1	15,26%	16,18%	14,43%	18,46%	14,54%	15,87%	15,65%	15,63%	8,33%	13,33%	0,00%	12,50%	12,68%	15,28%	14,70%	17,51%	66,67%
		2	19,01%	17,57%	20,33%	12,31%	16,73%	14,78%	25,24%	26,56%	33,33%	26,67%	0,00%	12,50%	16,90%	17,64%	19,17%	24,86%	0,00%
		3	13,22%	11,62%	14,81%	15,38%	15,94%	14,78%	10,54%	6,25%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	13,23%	14,06%	12,43%	0,00%
		4	13,55%	15,63%	11,67%	27,69%	15,14%	16,74%	7,99%	5,47%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	18,31%	13,07%	14,86%	9,04%	0,00%
		5	6,78%	8,44%	5,27%	12,31%	6,18%	8,70%	5,43%	3,91%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	7,24%	6,23%	6,78%	0,00%
		nr	20,39%	19,09%	21,46%	12,31%	17,53%	16,09%	25,24%	31,25%	30,56%	53,33%	100,00%	37,50%	25,35%	22,52%	18,37%	16,38%	33,33%

1. Quali sono i mezzi che utilizzi per informarti?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di accesso al mezzo. (3 di 6)

LEGGENDA

(FR) frequenza | (0) quasi mai | (1) molto raramente | (2) raramente | (3) abbastanza spesso | (4) spesso | (5) quasi sempre | (nr) non risponde

N	Mezzo	Fr	Totale	Sesso		Età								Titolo di studio					
				M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
11	Siti web di informazione	0	9,80%	8,99%	10,54%	1,54%	12,55%	7,39%	11,50%	10,94%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	9,76%	10,86%	8,47%	0,00%
		1	10,66%	9,13%	12,05%	15,38%	10,36%	8,04%	13,10%	14,84%	5,56%	6,67%	0,00%	25,00%	15,49%	11,02%	8,15%	15,25%	33,33%
		2	9,47%	9,13%	9,79%	9,23%	6,57%	7,17%	11,50%	16,41%	30,56%	26,67%	0,00%	25,00%	14,08%	11,34%	7,51%	7,34%	0,00%
		3	19,08%	19,23%	18,95%	27,69%	20,32%	23,91%	13,10%	9,38%	19,44%	0,00%	0,00%	0,00%	19,72%	16,69%	21,73%	18,64%	33,33%
		4	18,42%	20,61%	16,44%	13,85%	20,72%	21,09%	15,97%	12,50%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	7,04%	16,54%	21,41%	20,34%	0,00%
		5	15,33%	16,32%	14,43%	10,77%	14,54%	18,48%	15,65%	14,06%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	12,44%	17,73%	20,90%	0,00%
		nr	17,24%	16,60%	17,82%	21,54%	14,94%	13,91%	19,17%	21,88%	30,56%	60,00%	100,00%	37,50%	30,99%	22,20%	12,62%	9,04%	33,33%
12	App su smartphone	0	11,25%	10,51%	11,92%	9,23%	11,95%	13,70%	10,22%	7,03%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	11,27%	11,65%	11,50%	9,04%	33,33%
		1	10,39%	10,93%	9,91%	13,85%	11,16%	8,48%	11,50%	10,94%	5,56%	13,33%	0,00%	25,00%	15,49%	9,61%	8,63%	16,95%	0,00%
		2	22,37%	22,41%	22,46%	23,08%	21,12%	20,22%	23,96%	27,34%	36,11%	26,67%	0,00%	25,00%	16,90%	22,68%	22,20%	24,86%	0,00%
		3	13,42%	14,38%	12,55%	12,31%	15,94%	14,78%	11,18%	5,47%	13,89%	6,67%	0,00%	0,00%	9,86%	12,44%	14,70%	14,69%	0,00%
		4	14,01%	13,83%	14,18%	16,92%	14,14%	16,30%	11,18%	11,72%	16,67%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	12,76%	17,09%	10,73%	0,00%
		5	7,76%	7,75%	7,78%	10,77%	6,77%	11,09%	6,39%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	6,46%	8,63%	10,73%	0,00%
		nr	20,79%	20,19%	21,20%	13,85%	18,92%	15,43%	25,56%	32,81%	27,78%	46,67%	100,00%	37,50%	33,80%	24,41%	17,25%	12,99%	66,67%
13	Quotidiani online	0	12,11%	12,31%	11,92%	7,69%	14,74%	11,52%	12,14%	9,38%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	8,45%	12,60%	12,30%	11,30%	0,00%
		1	9,34%	8,85%	9,79%	13,85%	8,17%	7,39%	11,50%	13,28%	11,11%	6,67%	0,00%	25,00%	9,86%	9,45%	8,15%	11,86%	33,33%
		2	13,88%	12,31%	15,43%	18,46%	13,94%	11,30%	14,06%	15,63%	30,56%	20,00%	0,00%	25,00%	22,54%	17,64%	11,02%	7,34%	0,00%
		3	18,29%	18,95%	17,69%	16,92%	19,12%	20,87%	16,61%	13,28%	16,67%	0,00%	0,00%	0,00%	15,49%	18,90%	18,37%	17,51%	33,33%
		4	14,54%	15,35%	13,80%	10,77%	16,14%	17,61%	11,18%	10,94%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	11,34%	18,53%	17,51%	0,00%
		5	13,49%	14,66%	12,42%	7,69%	11,35%	17,39%	14,38%	10,94%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	8,82%	16,93%	22,60%	0,00%
		nr	18,36%	17,57%	18,95%	24,62%	16,53%	13,91%	20,13%	26,56%	19,44%	66,67%	100,00%	37,50%	36,62%	21,26%	14,70%	11,86%	33,33%
14	Blog/forum	0	13,36%	13,00%	13,68%	9,23%	14,74%	14,57%	11,18%	14,84%	0,00%	13,33%	0,00%	12,50%	12,68%	13,23%	15,50%	6,21%	33,33%
		1	14,54%	15,21%	13,93%	18,46%	12,75%	14,13%	18,21%	15,63%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	15,49%	13,86%	12,46%	24,29%	0,00%
		2	21,71%	20,75%	22,71%	24,62%	25,70%	16,96%	19,17%	23,44%	41,67%	20,00%	0,00%	25,00%	21,13%	23,31%	20,77%	20,34%	0,00%
		3	13,22%	14,94%	11,67%	12,31%	13,35%	18,04%	9,58%	6,25%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	11,34%	14,54%	18,08%	0,00%
		4	9,41%	9,13%	9,66%	7,69%	10,16%	12,83%	6,39%	4,69%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	6,77%	12,78%	9,60%	0,00%
		5	4,41%	4,56%	4,27%	4,62%	4,18%	4,57%	6,07%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	5,04%	3,67%	6,21%	0,00%
		nr	23,36%	22,41%	24,09%	23,08%	19,12%	18,91%	29,39%	32,81%	33,33%	60,00%	100,00%	50,00%	36,62%	26,46%	20,29%	15,25%	66,67%
15	Servizio sms tramite telefono cellulare	0	5,20%	5,39%	5,02%	4,62%	4,58%	6,30%	5,11%	3,91%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	4,23%	4,72%	5,27%	7,34%	0,00%
		1	7,76%	8,16%	7,40%	10,77%	5,78%	7,61%	9,27%	9,38%	13,89%	6,67%	0,00%	25,00%	5,63%	7,87%	7,67%	7,34%	33,33%
		2	51,58%	53,53%	49,94%	49,23%	57,37%	55,00%	43,45%	44,53%	41,67%	26,67%	0,00%	12,50%	43,66%	48,03%	54,47%	60,45%	0,00%
		3	3,49%	2,21%	4,64%	3,08%	3,19%	2,61%	5,11%	3,91%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	3,62%	3,35%	2,82%	0,00%
		4	3,42%	3,60%	3,26%	3,08%	2,99%	5,00%	2,56%	1,56%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	3,31%	3,99%	2,82%	0,00%
		5	3,03%	2,63%	3,39%	0,00%	2,39%	3,91%	4,15%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	2,83%	4,15%	0,56%	0,00%
		nr	25,53%	24,48%	26,35%	29,23%	23,71%	19,57%	30,35%	34,38%	27,78%	60,00%	100,00%	50,00%	39,44%	29,61%	21,09%	18,64%	66,67%

1. Quali sono i mezzi che utilizzi per informarti?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di accesso al mezzo. (4 di 6)

LEGGENDA

(FR) frequenza | (0) quasi mai | (1) molto raramente | (2) raramente | (3) abbastanza spesso | (4) spesso | (5) quasi sempre | (nr) non risponde

N	Mezzo	Fr	Sesso		Età								Titolo di studio							
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
16	Quotidiani a pagamento online	0	5,00%	5,53%	4,52%	4,62%	4,18%	6,74%	4,79%	3,13%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	4,09%	5,59%	7,34%	0,00%	
		1	6,58%	7,05%	6,15%	4,62%	5,98%	7,17%	7,35%	6,25%	5,56%	6,67%	0,00%	25,00%	2,82%	5,04%	7,03%	10,73%	33,33%	
		2	51,71%	52,28%	51,32%	52,31%	58,57%	53,48%	43,77%	42,19%	50,00%	26,67%	0,00%	12,50%	46,48%	51,02%	53,35%	53,67%	0,00%	
		3	4,74%	4,56%	4,89%	4,62%	4,18%	5,00%	5,11%	4,69%	2,78%	13,33%	0,00%	0,00%	4,23%	4,88%	4,31%	6,21%	0,00%	
		4	4,67%	4,29%	5,02%	0,00%	3,78%	5,87%	5,75%	4,69%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,57%	5,91%	2,82%	0,00%	
		5	2,37%	2,77%	2,01%	6,15%	0,80%	2,17%	4,15%	2,34%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	2,05%	2,40%	2,82%	0,00%	
		nr	24,93%	23,51%	26,10%	27,69%	22,51%	19,57%	29,07%	36,72%	27,78%	53,33%	100,00%	50,00%	40,85%	28,35%	21,41%	16,38%	66,67%	
17	Quotidiani gratuiti	0	11,91%	11,76%	12,05%	4,62%	15,14%	11,74%	8,63%	13,28%	11,11%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	10,71%	13,74%	10,73%	33,33%	
		1	13,55%	13,97%	13,17%	12,31%	13,15%	13,91%	16,29%	10,16%	5,56%	13,33%	0,00%	25,00%	14,08%	11,50%	13,90%	19,21%	0,00%	
		2	25,07%	25,86%	24,47%	36,92%	24,90%	26,09%	21,73%	21,88%	41,67%	13,33%	0,00%	12,50%	26,76%	23,94%	25,88%	27,12%	0,00%	
		3	11,58%	11,07%	12,05%	12,31%	13,15%	11,96%	10,54%	7,81%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	13,39%	10,86%	9,60%	0,00%	
		4	8,62%	9,41%	7,90%	6,15%	8,96%	10,43%	7,35%	7,03%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	7,04%	7,40%	9,42%	11,30%	0,00%	
		5	6,25%	5,67%	6,78%	3,08%	3,78%	8,48%	8,31%	6,25%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	1,41%	5,67%	7,51%	5,65%	0,00%	
		nr	23,03%	22,27%	23,59%	24,62%	20,92%	17,39%	27,16%	33,59%	30,56%	53,33%	100,00%	37,50%	33,80%	27,40%	18,69%	16,38%	66,67%	
18	Siti web dei telegiornali	0	12,89%	13,00%	12,80%	7,69%	14,74%	13,04%	12,78%	10,16%	11,11%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	13,07%	13,74%	11,86%	0,00%	
		1	13,03%	15,21%	11,04%	21,54%	13,94%	13,70%	11,18%	11,72%	0,00%	6,67%	0,00%	25,00%	18,31%	12,44%	13,42%	11,30%	0,00%	
		2	23,09%	23,10%	23,21%	24,62%	21,91%	21,96%	23,00%	28,91%	36,11%	20,00%	0,00%	25,00%	21,13%	22,05%	22,84%	29,38%	0,00%	
		3	11,91%	12,45%	11,42%	12,31%	14,94%	11,96%	9,27%	6,25%	13,89%	6,67%	0,00%	0,00%	12,68%	11,97%	12,14%	11,30%	0,00%	
		4	10,00%	9,41%	10,54%	4,62%	9,56%	13,91%	8,63%	5,47%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	6,93%	13,42%	12,43%	33,33%	
		5	5,33%	4,29%	6,27%	7,69%	4,78%	6,52%	5,75%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	5,20%	4,79%	7,91%	0,00%	
		nr	23,75%	22,54%	24,72%	21,54%	20,12%	18,91%	29,39%	34,38%	30,56%	66,67%	100,00%	37,50%	33,80%	28,35%	19,65%	15,82%	66,67%	
19	Attraverso i profili aziendali dei media via Twitter	0	6,84%	7,47%	6,27%	10,77%	6,18%	9,35%	6,07%	2,34%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	5,83%	7,51%	8,47%	0,00%	
		1	7,37%	8,02%	6,78%	10,77%	8,76%	5,43%	7,99%	6,25%	2,78%	13,33%	0,00%	25,00%	8,45%	6,77%	7,35%	8,47%	0,00%	
		2	44,01%	43,85%	44,29%	38,46%	48,80%	42,61%	39,94%	44,53%	50,00%	26,67%	0,00%	25,00%	36,62%	44,72%	44,89%	43,50%	0,00%	
		3	7,57%	8,71%	6,52%	6,15%	6,77%	10,00%	7,35%	3,91%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	5,51%	8,31%	12,43%	33,33%	
		4	4,28%	4,43%	4,14%	4,62%	3,98%	4,57%	4,47%	4,69%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,09%	4,95%	4,52%	0,00%	
		5	4,47%	4,01%	4,89%	3,08%	3,39%	7,39%	3,83%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	3,31%	6,23%	3,39%	0,00%	
		nr	25,46%	23,51%	27,10%	26,15%	22,11%	20,65%	30,35%	35,94%	33,33%	60,00%	100,00%	37,50%	39,44%	29,76%	20,77%	19,21%	66,67%	
20	Attraverso i profili degli amici/ conoscenti via Twitter	0	6,91%	7,19%	6,65%	10,77%	6,97%	7,61%	6,07%	5,47%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	7,24%	7,03%	6,21%	0,00%	
		1	7,76%	9,13%	6,52%	12,31%	7,77%	7,17%	7,03%	7,81%	11,11%	13,33%	0,00%	12,50%	8,45%	6,46%	8,31%	10,17%	0,00%	
		2	46,12%	44,67%	47,55%	43,08%	52,39%	44,78%	41,53%	41,41%	50,00%	26,67%	0,00%	25,00%	39,44%	45,51%	47,60%	48,02%	0,00%	
		3	5,39%	6,22%	4,64%	4,62%	4,38%	6,52%	7,03%	3,91%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	3,78%	5,43%	10,17%	0,00%	
		4	5,33%	4,98%	5,65%	4,62%	3,78%	7,61%	5,43%	4,69%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	4,25%	7,35%	3,95%	0,00%	
		5	3,09%	3,32%	2,89%	3,08%	1,99%	4,35%	3,51%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	3,15%	3,04%	3,39%	0,00%	
		nr	25,39%	24,48%	26,10%	21,54%	22,71%	21,96%	29,39%	33,59%	30,56%	60,00%	100,00%	37,50%	36,62%	29,61%	21,25%	18,08%	00,00%	

1. Quali sono i mezzi che utilizzi per informarti?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di accesso al mezzo. (5 di 6)

LEGGENDA

(FR) frequenza | (0) quasi mai | (1) molto raramente | (2) raramente | (3) abbastanza spesso | (4) spesso | (5) quasi sempre | (nr) non risponde

N	Mezzo	Fr	Totale	Sesso		Età								Titolo di studio					
				M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
21	Whatsapp/Telegram/WeChat	0	9,87%	10,65%	9,16%	4,62%	9,16%	12,17%	10,86%	7,03%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	9,45%	10,38%	11,30%	33,33%
		1	12,83%	13,00%	12,67%	12,31%	13,94%	12,17%	11,82%	11,72%	13,89%	26,67%	0,00%	25,00%	9,86%	12,13%	13,42%	13,56%	33,33%
		2	30,86%	33,33%	28,61%	21,54%	30,28%	32,17%	30,99%	31,25%	38,89%	26,67%	0,00%	12,50%	19,72%	27,40%	33,23%	40,68%	0,00%
		3	9,21%	8,44%	10,04%	12,31%	9,96%	10,87%	7,35%	4,69%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	9,92%	8,63%	9,60%	0,00%
		4	7,37%	7,19%	7,53%	12,31%	8,37%	6,30%	7,03%	7,81%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	7,40%	7,35%	6,21%	0,00%
		5	6,64%	4,56%	8,53%	10,77%	7,37%	8,04%	4,79%	3,13%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	6,61%	7,19%	3,95%	0,00%
		nr	23,22%	22,82%	23,46%	26,15%	20,92%	18,26%	27,16%	34,38%	25,00%	46,67%	100,00%	37,50%	36,62%	27,09%	19,81%	14,69%	33,33%
22	Passaparola tra amici/conoscenti	0	15,79%	17,15%	14,55%	6,15%	17,93%	15,87%	16,29%	14,84%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	9,86%	14,02%	18,21%	16,38%	0,00%
		1	11,97%	13,83%	10,29%	16,92%	8,37%	13,26%	14,38%	13,28%	13,89%	6,67%	0,00%	25,00%	14,08%	9,92%	11,66%	18,64%	33,33%
		2	11,38%	13,55%	9,41%	6,15%	9,56%	11,74%	15,02%	10,94%	11,11%	13,33%	0,00%	0,00%	4,23%	11,97%	11,34%	12,99%	0,00%
		3	16,58%	13,97%	18,95%	32,31%	17,73%	16,30%	13,10%	13,28%	22,22%	6,67%	0,00%	0,00%	18,31%	16,85%	15,81%	18,08%	33,33%
		4	13,55%	12,72%	14,43%	9,23%	15,54%	14,78%	8,31%	14,06%	22,22%	20,00%	0,00%	12,50%	12,68%	12,91%	15,50%	10,17%	0,00%
		5	7,76%	7,05%	8,41%	6,15%	10,36%	8,26%	5,75%	3,91%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	8,98%	7,35%	6,21%	0,00%
		nr	22,96%	21,72%	23,96%	23,08%	20,52%	19,78%	27,16%	29,69%	25,00%	40,00%	100,00%	37,50%	36,62%	25,35%	20,13%	17,51%	33,33%
23	Fonti istituzionali (gov.it; regione.it; ...)	0	12,70%	13,55%	11,92%	9,23%	12,95%	13,26%	14,70%	10,16%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	10,55%	16,13%	10,73%	33,33%
		1	13,09%	14,38%	11,92%	18,46%	12,15%	13,70%	13,42%	11,72%	11,11%	13,33%	0,00%	37,50%	12,68%	13,54%	11,82%	15,25%	0,00%
		2	24,80%	24,76%	24,97%	36,92%	28,49%	23,91%	17,57%	21,88%	36,11%	33,33%	0,00%	12,50%	29,58%	26,30%	23,16%	24,86%	0,00%
		3	11,91%	10,51%	13,17%	6,15%	12,95%	13,48%	11,18%	10,16%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	10,08%	14,06%	12,99%	0,00%
		4	8,42%	9,41%	7,53%	3,08%	7,57%	10,43%	8,31%	8,59%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	5,83%	10,06%	14,69%	0,00%
		5	5,39%	4,29%	6,40%	1,54%	4,18%	5,43%	7,99%	7,03%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	5,98%	4,95%	6,21%	0,00%
		nr	23,49%	23,10%	24,09%	258,46%	21,71%	19,78%	26,84%	30,47%	30,56%	53,33%	100,00%	37,50%	38,03%	27,72%	19,81%	15,25%	66,67%
24	Reddit	0	4,87%	5,12%	4,64%	4,62%	4,98%	5,65%	5,11%	2,34%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	2,82%	5,20%	5,27%	2,26%	33,33%
		1	6,97%	7,75%	6,27%	9,23%	6,18%	8,26%	6,39%	5,47%	5,56%	13,33%	0,00%	25,00%	8,45%	7,09%	6,55%	6,78%	0,00%
		2	55,59%	53,80%	57,34%	47,69%	61,16%	55,65%	50,80%	52,34%	58,33%	33,33%	0,00%	12,50%	40,85%	52,60%	59,74%	61,02%	0,00%
		3	2,76%	4,01%	1,63%	6,15%	2,39%	3,70%	2,56%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	2,36%	2,08%	5,65%	0,00%
		4	2,24%	2,90%	1,63%	1,54%	1,59%	3,04%	2,24%	2,34%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	0,00%	2,20%	2,88%	0,56%	0,00%
		5	0,99%	0,83%	1,13%	0,00%	0,80%	1,09%	1,92%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	1,26%	0,64%	1,13%	0,00%
		nr	26,38%	25,59%	27,35%	264,62%	22,91%	22,61%	30,99%	36,72%	30,56%	53,33%	100,00%	37,50%	40,85%	29,29%	22,84%	22,60%	66,67%
25	4Chan	0	4,08%	4,29%	3,89%	1,54%	3,78%	5,00%	5,11%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	2,83%	4,79%	6,21%	33,33%
		1	5,72%	4,98%	6,40%	4,62%	4,98%	6,74%	6,39%	3,91%	5,56%	6,67%	0,00%	25,00%	5,63%	6,46%	4,95%	5,08%	0,00%
		2	59,21%	59,34%	59,22%	53,85%	65,14%	60,43%	53,04%	53,91%	58,33%	33,33%	0,00%	25,00%	45,07%	56,06%	62,94%	66,10%	0,00%
		3	2,04%	2,49%	1,63%	4,62%	1,39%	2,17%	2,56%	1,56%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	2,68%	1,12%	3,39%	0,00%
		4	1,45%	2,07%	0,88%	3,08%	0,80%	2,17%	1,28%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	1,57%	1,76%	0,00%	0,00%
		5	0,92%	1,11%	0,75%	1,54%	0,80%	0,87%	1,28%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	0,63%	1,28%	0,00%	0,00%
		nr	26,38%	25,73%	27,23%	264,62%	23,11%	22,61%	30,35%	35,94%	33,33%	60,00%	100,00%	37,50%	42,25%	29,76%	23,16%	19,21%	66,67%

1. Quali sono i mezzi che utilizzi per informarti?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di accesso al mezzo. (6 di 6)

LEGGENDA

(FR) frequenza | (0) quasi mai | (1) molto raramente | (2) raramente | (3) abbastanza spesso | (4) spesso | (5) quasi sempre | (nr) non risponde

N	Mezzo	Fr	Totale	Sesso		Età								Titolo di studio					
				M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
26	Altro	0	3,55%	4,84%	2,38%	1,54%	2,99%	5,87%	1,92%	3,13%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	2,99%	4,47%	2,26%	33,33%
		1	3,62%	4,15%	3,14%	4,62%	3,39%	4,13%	2,56%	3,91%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	3,78%	3,19%	3,95%	0,00%
		2	41,38%	40,80%	42,03%	26,15%	46,02%	44,13%	42,81%	30,47%	16,67%	0,00%	0,00%	12,50%	22,54%	36,69%	47,44%	46,89%	0,00%
		3	2,30%	2,63%	2,01%	3,08%	2,99%	2,83%	0,96%	0,78%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	2,36%	2,40%	1,69%	0,00%
		4	1,12%	1,66%	0,63%	1,54%	1,00%	1,96%	0,00%	0,78%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	1,10%	0,80%	2,26%	0,00%
		5	1,38%	1,38%	1,38%	4,62%	1,20%	0,65%	2,24%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	1,10%	1,28%	1,13%	0,00%
		nr	46,45%	44,54%	48,43%	292,319	42,43%	40,43%	49,52%	59,38%	69,44%	93,33%	100,00%	50,00%	63,38%	51,97%	40,42%	41,81%	66,67%

2. Su quali temi ti informi maggiormente?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di interesse rispetto ai temi. (1 di 4)

LEGGENDA

(FR) frequenza | (0) quasi mai | (1) molto raramente | (2) raramente | (3) abbastanza spesso | (4) spesso | (5) quasi sempre | (nr) non risponde

N		Sesso				Età							Titolo di studio						
		Fr	Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
1	Arte, cultura, intrattenimento	0	10,59%	12,59%	8,78%	9,23%	10,76%	9,78%	11,50%	14,06%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	9,76%	11,66%	10,73%	0,00%
		1	8,29%	7,88%	8,66%	7,69%	7,57%	5,65%	14,70%	7,03%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	12,68%	8,98%	6,71%	9,60%	0,00%
		2	4,80%	3,73%	5,77%	4,62%	4,18%	4,35%	5,11%	7,03%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	6,14%	3,19%	3,95%	33,33%
		3	21,58%	25,03%	18,44%	20,00%	21,31%	24,35%	17,89%	23,44%	22,22%	13,33%	0,00%	12,50%	15,49%	20,31%	22,52%	25,42%	33,33%
		4	22,11%	20,33%	23,71%	24,62%	26,29%	21,52%	17,57%	17,97%	27,78%	6,67%	0,00%	0,00%	15,49%	19,84%	23,96%	27,12%	0,00%
		5	20,92%	17,84%	23,84%	18,46%	20,32%	24,13%	20,77%	17,97%	16,67%	0,00%	0,00%	25,00%	8,45%	20,94%	23,48%	17,51%	0,00%
		nr	11,71%	12,59%	10,79%	15,38%	9,56%	10,22%	12,46%	12,50%	19,44%	60,00%	100,00%	50,00%	30,99%	14,02%	8,47%	5,65%	33,33%
2	Giustizia, criminalità	0	13,36%	15,63%	11,29%	10,77%	12,55%	14,35%	14,06%	13,28%	16,67%	0,00%	0,00%	12,50%	14,08%	11,34%	14,38%	16,38%	33,33%
		1	10,59%	11,48%	9,79%	21,54%	10,96%	6,96%	13,74%	12,50%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	18,31%	11,18%	8,31%	12,99%	0,00%
		2	4,54%	4,29%	4,77%	9,23%	3,78%	3,70%	6,39%	4,69%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	5,35%	3,35%	4,52%	0,00%
		3	22,70%	25,31%	20,33%	16,92%	23,31%	25,43%	19,17%	21,88%	25,00%	20,00%	0,00%	12,50%	15,49%	21,26%	22,52%	31,07%	66,67%
		4	22,57%	20,19%	24,72%	16,92%	26,89%	21,52%	19,17%	21,09%	22,22%	20,00%	0,00%	12,50%	8,45%	22,05%	25,88%	18,08%	0,00%
		5	14,14%	11,76%	16,44%	13,85%	11,75%	16,96%	16,29%	10,94%	13,89%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	14,80%	15,18%	10,73%	0,00%
		nr	12,11%	11,34%	12,67%	10,77%	10,76%	11,09%	11,18%	15,63%	16,67%	60,00%	100,00%	25,00%	26,76%	14,02%	10,38%	6,21%	0,00%
3	Disastri, incidenti	0	14,87%	18,26%	11,79%	12,31%	15,94%	17,17%	13,10%	10,94%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	12,68%	12,44%	15,81%	21,47%	33,33%
		1	11,38%	12,59%	10,29%	21,54%	9,36%	8,91%	14,06%	17,19%	11,11%	6,67%	0,00%	12,50%	21,13%	10,08%	10,38%	15,82%	0,00%
		2	4,21%	5,12%	3,39%	7,69%	3,39%	4,35%	4,79%	4,69%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	2,82%	3,78%	3,67%	7,91%	0,00%
		3	24,87%	26,28%	23,59%	12,31%	25,70%	28,91%	21,73%	19,53%	33,33%	20,00%	0,00%	25,00%	16,90%	22,83%	27,48%	24,86%	66,67%
		4	16,12%	11,20%	20,58%	18,46%	20,52%	15,00%	11,82%	16,41%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	16,85%	17,25%	12,99%	0,00%
		5	13,88%	11,48%	16,19%	9,23%	13,55%	14,35%	16,29%	10,94%	13,89%	13,33%	0,00%	12,50%	8,45%	16,69%	13,90%	6,78%	0,00%
		nr	14,67%	15,08%	14,18%	18,46%	11,55%	11,30%	18,21%	20,31%	25,00%	46,67%	100,00%	37,50%	29,58%	17,32%	11,50%	10,17%	0,00%
4	Economia, affari e finanza	0	18,49%	18,26%	18,70%	15,38%	20,92%	21,09%	13,10%	16,41%	16,67%	6,67%	0,00%	12,50%	11,27%	18,74%	19,81%	15,25%	33,33%
		1	14,14%	13,28%	14,93%	23,08%	16,14%	12,83%	14,38%	7,81%	5,56%	20,00%	0,00%	12,50%	21,13%	14,80%	12,62%	14,12%	0,00%
		2	9,93%	6,50%	13,05%	20,00%	11,95%	9,35%	8,63%	4,69%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	15,49%	11,02%	8,63%	8,47%	0,00%
		3	17,24%	19,09%	15,68%	7,69%	18,53%	17,17%	16,93%	17,19%	27,78%	6,67%	0,00%	12,50%	9,86%	15,75%	18,85%	20,90%	0,00%
		4	15,26%	18,53%	12,30%	9,23%	13,35%	16,96%	16,93%	17,97%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	13,86%	17,09%	19,21%	0,00%
		5	10,39%	13,14%	7,90%	3,08%	6,97%	11,52%	14,06%	11,72%	16,67%	20,00%	0,00%	12,50%	2,82%	9,13%	10,86%	15,82%	33,33%
		nr	14,54%	11,20%	17,44%	21,54%	12,15%	11,09%	15,97%	24,22%	16,67%	40,00%	100,00%	37,50%	35,21%	16,69%	12,14%	6,21%	33,33%
5	Istruzione	0	14,28%	16,60%	12,17%	15,38%	14,34%	14,35%	13,42%	16,41%	13,89%	6,67%	0,00%	0,00%	21,13%	12,44%	15,18%	14,69%	33,33%
		1	10,26%	11,20%	9,41%	13,85%	9,76%	9,57%	12,14%	9,38%	8,33%	6,67%	0,00%	12,50%	9,86%	12,13%	8,79%	9,04%	0,00%
		2	3,95%	3,60%	4,27%	9,23%	2,79%	4,57%	4,47%	1,56%	5,56%	6,67%	0,00%	25,00%	8,45%	3,94%	3,19%	3,95%	0,00%
		3	22,76%	24,34%	21,33%	20,00%	26,69%	22,17%	18,85%	23,44%	13,89%	20,00%	0,00%	0,00%	14,08%	23,62%	21,25%	29,38%	0,00%
		4	20,26%	19,64%	20,83%	15,38%	23,31%	22,61%	16,29%	15,63%	16,67%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	16,38%	24,44%	23,73%	33,33%
		5	13,29%	9,41%	16,94%	6,15%	10,36%	15,43%	16,93%	11,72%	19,44%	6,67%	0,00%	12,50%	2,82%	11,81%	16,29%	12,99%	0,00%
		nr	15,20%	15,21%	15,06%	20,00%	12,75%	11,30%	17,89%	21,88%	22,22%	53,33%	100,00%	50,00%	32,39%	19,69%	10,86%	6,21%	33,33%

2. Su quali temi ti informi maggiormente?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di interesse rispetto ai temi. (2 di 4)

LEGGENDA

(FR) frequenza | (0) quasi mai | (1) molto raramente | (2) raramente | (3) abbastanza spesso | (4) spesso | (5) quasi sempre | (nr) non risponde

		Sesso				Età							Titolo di studio						
N		Fr	Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
6	Ambiente	0	13,62%	14,66%	12,67%	10,77%	13,55%	14,13%	13,42%	15,63%	13,89%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	11,97%	14,86%	18,08%	0,00%
		1	9,28%	9,27%	9,28%	15,38%	8,57%	8,26%	11,18%	8,59%	5,56%	13,33%	0,00%	12,50%	12,68%	10,24%	7,99%	8,47%	0,00%
		2	4,08%	4,15%	4,02%	12,31%	3,59%	2,83%	4,47%	3,13%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	4,09%	4,15%	2,26%	0,00%
		3	25,66%	28,49%	23,09%	27,69%	27,49%	27,83%	21,41%	21,88%	22,22%	20,00%	0,00%	12,50%	21,13%	24,41%	25,56%	32,77%	0,00%
		4	21,71%	20,75%	22,71%	16,92%	23,11%	22,83%	22,36%	16,41%	19,44%	6,67%	0,00%	0,00%	11,27%	20,00%	24,60%	22,03%	66,67%
		5	11,12%	8,71%	13,30%	7,69%	10,16%	11,09%	11,82%	14,84%	11,11%	13,33%	0,00%	12,50%	8,45%	12,60%	10,70%	8,47%	0,00%
		nr	14,54%	13,97%	14,93%	9,23%	13,55%	13,04%	15,34%	19,53%	13,89%	46,67%	100,00%	50,00%	30,99%	16,69%	12,14%	7,91%	33,33%
7	Salute	0	13,42%	16,60%	10,54%	16,92%	14,94%	12,17%	12,78%	14,84%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	11,97%	14,38%	16,95%	0,00%
		1	8,95%	8,85%	9,03%	12,31%	8,17%	8,91%	11,18%	7,03%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	12,68%	8,66%	7,67%	12,99%	0,00%
		2	4,61%	4,56%	4,64%	13,85%	4,18%	3,26%	5,75%	3,91%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	4,57%	4,63%	3,39%	0,00%
		3	24,21%	26,97%	21,71%	20,00%	26,89%	23,91%	23,64%	18,75%	25,00%	20,00%	0,00%	37,50%	15,49%	23,31%	26,20%	23,16%	33,33%
		4	21,45%	19,64%	23,21%	13,85%	22,31%	23,70%	19,17%	19,53%	27,78%	13,33%	0,00%	0,00%	11,27%	21,57%	22,68%	21,47%	33,33%
		5	15,07%	10,51%	19,20%	9,23%	13,94%	15,43%	17,25%	16,41%	13,89%	13,33%	0,00%	12,50%	12,68%	15,59%	14,54%	16,38%	0,00%
		nr	12,30%	12,86%	11,67%	13,85%	9,56%	12,61%	10,22%	19,53%	13,89%	53,33%	100,00%	25,00%	30,99%	14,33%	9,90%	5,65%	33,33%
8	Storie, curiosità	0	12,70%	14,38%	11,17%	15,38%	11,55%	11,52%	16,61%	13,28%	8,33%	0,00%	0,00%	25,00%	8,45%	11,02%	14,06%	14,69%	0,00%
		1	8,29%	9,41%	7,40%	9,23%	7,97%	8,26%	10,22%	7,81%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	12,68%	8,98%	6,71%	10,17%	0,00%
		2	4,08%	3,60%	4,52%	4,62%	3,78%	3,91%	4,47%	4,69%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	3,62%	4,31%	5,08%	0,00%
		3	23,29%	23,65%	22,96%	23,08%	24,30%	27,17%	17,89%	18,75%	25,00%	20,00%	0,00%	0,00%	19,72%	21,42%	25,56%	24,29%	33,33%
		4	23,95%	24,34%	23,59%	24,62%	26,10%	23,91%	19,81%	24,22%	30,56%	20,00%	0,00%	0,00%	23,94%	22,36%	26,52%	22,03%	0,00%
		5	13,03%	10,79%	15,06%	7,69%	13,55%	14,13%	13,10%	10,16%	11,11%	13,33%	0,00%	12,50%	4,23%	14,33%	11,66%	16,38%	0,00%
		nr	14,67%	13,83%	15,31%	15,38%	12,75%	11,09%	17,89%	21,09%	16,67%	46,67%	100,00%	50,00%	28,17%	18,27%	11,18%	7,34%	66,67%
9	Lavoro	0	11,91%	13,97%	10,04%	12,31%	14,14%	9,35%	12,46%	8,59%	22,22%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	13,39%	11,66%	10,17%	33,33%
		1	9,14%	8,02%	10,16%	15,38%	7,57%	8,26%	10,54%	11,72%	11,11%	6,67%	0,00%	12,50%	18,31%	10,24%	7,03%	7,91%	0,00%
		2	5,72%	4,70%	6,65%	23,08%	3,39%	3,48%	7,35%	5,47%	13,89%	26,67%	0,00%	12,50%	15,49%	5,67%	4,79%	4,52%	0,00%
		3	20,92%	21,99%	19,95%	12,31%	24,10%	23,48%	16,29%	20,31%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	21,89%	21,25%	22,03%	0,00%
		4	21,18%	21,30%	21,08%	7,69%	25,10%	22,39%	18,21%	19,53%	13,89%	6,67%	0,00%	0,00%	9,86%	17,01%	24,76%	29,38%	0,00%
		5	16,91%	16,74%	17,19%	6,15%	12,75%	23,26%	19,17%	15,63%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	11,27%	14,49%	19,49%	19,21%	33,33%
		nr	14,21%	13,28%	14,93%	23,08%	12,95%	9,78%	15,97%	18,75%	22,22%	46,67%	100,00%	50,00%	30,99%	17,32%	11,02%	6,78%	33,33%
10	Politica	0	14,74%	12,86%	16,44%	18,46%	20,92%	14,13%	10,22%	6,25%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	14,80%	17,09%	7,34%	33,33%
		1	12,37%	10,51%	14,05%	16,92%	12,95%	11,96%	12,14%	11,72%	8,33%	6,67%	0,00%	12,50%	16,90%	12,13%	11,34%	15,25%	0,00%
		2	9,87%	6,92%	12,55%	16,92%	9,96%	8,04%	11,18%	8,59%	8,33%	20,00%	0,00%	12,50%	18,31%	12,28%	6,87%	8,47%	0,00%
		3	17,83%	20,06%	15,81%	13,85%	17,93%	21,30%	14,70%	17,19%	13,89%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	16,85%	19,65%	19,21%	33,33%
		4	17,43%	19,64%	15,43%	7,69%	16,33%	19,78%	17,25%	17,97%	19,44%	20,00%	0,00%	0,00%	4,23%	15,28%	19,17%	24,86%	0,00%
		5	13,49%	17,70%	9,79%	7,69%	9,36%	13,04%	18,53%	19,53%	30,56%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	12,13%	14,54%	16,38%	0,00%
		nr	14,28%	12,31%	15,93%	18,46%	12,55%	11,74%	15,97%	18,75%	13,89%	46,67%	100,00%	50,00%	30,99%	16,54%	11,34%	8,47%	33,33%

2. Su quali temi ti informi maggiormente?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di interesse rispetto ai temi. (3 di 4)

LEGGENDA

(FR) frequenza | (0) quasi mai | (1) molto raramente | (2) raramente | (3) abbastanza spesso | (4) spesso | (5) quasi sempre | (nr) non risponde

N	Fr	Sesso		Età								Titolo di studio						
		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
11 Religione, fede	0	14,80%	14,52%	15,06%	4,62%	17,13%	14,78%	15,02%	13,28%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	13,07%	17,25%	16,95%	33,33%
	1	18,36%	19,50%	17,31%	13,85%	21,12%	17,83%	17,57%	20,31%	2,78%	0,00%	0,00%	25,00%	14,08%	17,32%	18,85%	22,03%	0,00%
	2	21,45%	22,27%	20,70%	43,08%	23,51%	21,52%	15,34%	17,19%	27,78%	6,67%	0,00%	12,50%	30,99%	20,00%	22,20%	19,77%	0,00%
	3	12,96%	13,97%	12,05%	9,23%	12,55%	15,22%	12,78%	7,03%	19,44%	13,33%	0,00%	0,00%	5,63%	12,44%	12,94%	18,08%	0,00%
	4	8,62%	7,47%	9,79%	7,69%	6,97%	8,48%	9,90%	10,94%	19,44%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	9,61%	8,63%	7,34%	0,00%
	5	5,72%	5,12%	6,27%	1,54%	2,99%	6,96%	8,63%	6,25%	5,56%	13,33%	0,00%	25,00%	2,82%	6,61%	5,59%	3,39%	0,00%
	nr	18,09%	17,15%	18,82%	20,00%	15,74%	15,22%	20,77%	25,00%	13,89%	60,00%	100,00%	37,50%	36,62%	20,94%	14,54%	12,43%	66,67%
12 Scienza, tecnologia	0	13,49%	12,72%	14,18%	16,92%	13,15%	11,30%	15,97%	15,63%	11,11%	13,33%	0,00%	0,00%	14,08%	12,76%	14,22%	13,56%	0,00%
	1	9,41%	7,47%	11,17%	13,85%	7,97%	11,09%	9,58%	7,03%	8,33%	6,67%	0,00%	25,00%	14,08%	9,92%	7,51%	11,86%	0,00%
	2	4,87%	2,90%	6,65%	4,62%	4,58%	4,57%	4,79%	3,91%	16,67%	6,67%	0,00%	12,50%	7,04%	4,88%	4,63%	4,52%	0,00%
	3	16,84%	17,43%	16,31%	12,31%	21,31%	14,78%	15,65%	13,28%	13,89%	13,33%	0,00%	0,00%	14,08%	16,06%	17,09%	20,90%	0,00%
	4	20,46%	21,58%	19,45%	13,85%	20,92%	24,57%	18,53%	15,63%	16,67%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	17,64%	23,48%	25,42%	33,33%
	5	17,83%	21,99%	14,18%	15,38%	18,13%	19,57%	16,29%	17,97%	16,67%	6,67%	0,00%	12,50%	8,45%	17,95%	19,49%	15,82%	0,00%
	nr	17,11%	15,91%	18,07%	23,08%	13,94%	14,13%	19,17%	26,56%	16,67%	53,33%	100,00%	50,00%	35,21%	20,79%	13,58%	7,91%	66,67%
13 Sociale	0	12,70%	13,69%	11,79%	12,31%	13,55%	10,43%	15,97%	13,28%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	13,23%	12,94%	11,30%	0,00%
	1	8,16%	7,61%	8,66%	10,77%	9,16%	6,52%	8,31%	7,03%	16,67%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	10,08%	6,87%	5,08%	0,00%
	2	5,33%	5,12%	5,52%	6,15%	4,98%	5,22%	5,75%	3,91%	8,33%	13,33%	0,00%	12,50%	5,63%	5,04%	5,11%	6,78%	0,00%
	3	21,12%	22,27%	20,08%	18,46%	22,11%	24,13%	18,53%	17,19%	8,33%	26,67%	0,00%	0,00%	18,31%	18,58%	22,52%	27,68%	0,00%
	4	21,18%	20,89%	21,46%	15,38%	25,10%	21,52%	17,25%	19,53%	22,22%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	19,06%	23,00%	28,25%	33,33%
	5	15,72%	14,38%	17,06%	15,38%	11,75%	20,22%	16,61%	15,63%	13,89%	6,67%	0,00%	12,50%	11,27%	15,12%	17,73%	12,99%	0,00%
	nr	15,79%	16,04%	15,43%	21,54%	13,35%	11,96%	17,57%	23,44%	25,00%	53,33%	100,00%	50,00%	38,03%	18,90%	11,82%	7,91%	66,67%
14 Sport	0	12,57%	11,07%	13,93%	7,69%	12,55%	13,04%	15,34%	10,16%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	10,55%	14,38%	15,82%	33,33%
	1	11,84%	9,41%	14,05%	15,38%	12,55%	11,09%	10,54%	14,84%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	14,08%	11,34%	11,50%	13,56%	0,00%
	2	13,68%	10,37%	16,69%	9,23%	12,55%	13,70%	15,97%	10,94%	27,78%	13,33%	0,00%	0,00%	8,45%	13,86%	14,06%	14,69%	0,00%
	3	14,21%	13,42%	14,93%	15,38%	14,54%	14,78%	13,10%	13,28%	13,89%	13,33%	0,00%	12,50%	14,08%	14,02%	14,06%	14,69%	33,33%
	4	15,59%	18,53%	13,05%	15,38%	17,13%	17,17%	12,78%	13,28%	13,89%	6,67%	0,00%	12,50%	11,27%	15,28%	17,25%	13,56%	0,00%
	5	18,55%	28,77%	9,28%	24,62%	20,12%	19,57%	14,06%	19,53%	13,89%	6,67%	0,00%	12,50%	19,72%	18,74%	18,21%	19,21%	0,00%
	nr	13,55%	8,44%	18,07%	12,31%	10,56%	10,65%	18,21%	17,97%	16,67%	53,33%	100,00%	50,00%	26,76%	16,22%	10,54%	8,47%	33,33%
15 Tempo libero	0	14,21%	14,25%	14,18%	10,77%	13,55%	16,09%	15,02%	12,50%	11,11%	0,00%	0,00%	25,00%	8,45%	12,60%	15,34%	16,95%	33,33%
	1	11,12%	9,96%	12,17%	15,38%	8,76%	9,57%	15,97%	14,06%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	14,08%	11,18%	8,79%	18,64%	0,00%
	2	5,53%	4,98%	6,02%	4,62%	5,18%	5,22%	4,47%	5,47%	22,22%	13,33%	0,00%	0,00%	1,41%	5,83%	6,39%	3,39%	0,00%
	3	19,28%	19,36%	19,20%	12,31%	19,92%	20,87%	18,85%	16,41%	19,44%	13,33%	0,00%	0,00%	18,31%	16,06%	23,32%	18,08%	0,00%
	4	18,95%	21,16%	17,06%	18,46%	22,91%	18,70%	14,70%	17,97%	13,89%	13,33%	0,00%	0,00%	11,27%	19,21%	19,65%	19,77%	0,00%
	5	13,95%	13,55%	14,30%	18,46%	14,74%	15,22%	13,10%	10,94%	2,78%	0,00%	0,00%	25,00%	11,27%	16,06%	12,14%	13,56%	0,00%
	nr	16,97%	16,74%	17,06%	20,00%	14,94%	14,35%	17,89%	22,66%	22,22%	60,00%	100,00%	50,00%	35,21%	19,06%	14,38%	9,60%	66,67%

2. Su quali temi ti informi maggiormente?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di interesse rispetto ai temi. (4 di 4)

LEGGENDA

(FR) frequenza | (0) quasi mai | (1) molto raramente | (2) raramente | (3) abbastanza spesso | (4) spesso | (5) quasi sempre | (nr) non risponde

N	Fr	Sesso		Età									Titolo di studio					
		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
16 Agitazioni, conflitti, guerre	0	15,46%	14,94%	15,93%	13,85%	16,93%	15,22%	16,29%	13,28%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	16,90%	15,12%	16,61%	12,99%	0,00%
	1	10,53%	9,27%	11,67%	7,69%	11,35%	8,70%	12,78%	11,72%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	9,86%	11,97%	9,27%	10,17%	0,00%
	2	5,59%	5,12%	6,02%	10,77%	4,78%	5,00%	6,07%	6,25%	8,33%	6,67%	0,00%	25,00%	8,45%	5,51%	4,79%	6,78%	0,00%
	3	22,17%	24,34%	20,20%	26,15%	25,10%	23,48%	16,61%	16,41%	30,56%	13,33%	0,00%	0,00%	12,68%	21,26%	24,12%	22,03%	33,33%
	4	18,03%	18,95%	17,19%	13,85%	17,73%	21,52%	16,29%	14,84%	16,67%	6,67%	0,00%	0,00%	12,68%	14,96%	19,97%	25,42%	0,00%
	5	10,66%	10,24%	11,17%	7,69%	9,56%	11,74%	11,50%	12,50%	11,11%	0,00%	0,00%	12,50%	2,82%	10,87%	10,70%	12,99%	0,00%
	nr	17,57%	17,15%	17,82%	20,00%	14,54%	14,35%	20,45%	25,00%	22,22%	60,00%	100,00%	50,00%	36,62%	20,31%	14,54%	9,60%	66,67%
17 Meteo	0	13,88%	14,11%	13,68%	15,38%	13,75%	13,70%	14,38%	13,28%	19,44%	0,00%	0,00%	0,00%	12,68%	13,70%	13,26%	17,51%	33,33%
	1	9,74%	11,62%	8,03%	7,69%	8,76%	9,57%	11,82%	10,94%	8,33%	6,67%	0,00%	12,50%	5,63%	10,55%	8,79%	11,30%	0,00%
	2	5,92%	6,78%	5,14%	9,23%	4,98%	6,09%	7,67%	3,91%	5,56%	0,00%	0,00%	25,00%	5,63%	5,83%	6,39%	3,95%	0,00%
	3	16,84%	17,15%	16,56%	16,92%	17,33%	17,17%	15,65%	15,63%	22,22%	13,33%	0,00%	0,00%	12,68%	13,70%	19,17%	21,47%	33,33%
	4	18,62%	17,84%	19,45%	13,85%	21,31%	19,57%	18,21%	12,50%	11,11%	6,67%	0,00%	0,00%	15,49%	16,38%	22,20%	16,95%	0,00%
	5	21,45%	18,26%	24,34%	20,00%	22,31%	23,26%	17,89%	23,44%	16,67%	13,33%	0,00%	12,50%	18,31%	23,15%	19,97%	22,60%	0,00%
	nr	13,55%	14,25%	12,80%	16,92%	11,55%	10,65%	14,38%	20,31%	16,67%	60,00%	100,00%	50,00%	29,58%	16,69%	10,22%	6,21%	33,33%
18 Altro	0	3,03%	4,15%	2,01%	0,00%	2,99%	4,13%	2,24%	3,13%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	2,68%	3,51%	2,82%	0,00%
	1	2,83%	2,63%	3,01%	3,08%	2,99%	1,96%	3,83%	3,13%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	2,82%	3,46%	1,92%	3,39%	0,00%
	2	25,33%	24,62%	25,97%	13,85%	27,49%	28,26%	25,24%	18,75%	11,11%	6,67%	0,00%	25,00%	11,27%	24,25%	27,64%	25,99%	0,00%
	3	3,95%	4,29%	3,64%	3,08%	4,18%	5,43%	2,88%	1,56%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	2,68%	4,79%	5,08%	33,33%
	4	2,37%	2,35%	2,38%	1,54%	2,59%	2,83%	0,96%	3,91%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,52%	2,40%	2,82%	0,00%
	5	2,57%	2,63%	2,51%	4,62%	2,59%	1,96%	3,83%	0,78%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	2,68%	1,92%	2,26%	0,00%
	nr	59,93%	59,34%	60,48%	73,85%	57,17%	55,43%	61,02%	68,75%	77,78%	86,67%	100,00%	62,50%	70,42%	61,73%	57,83%	57,63%	66,67%

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

Sono consentite più risposte (1 di 2)

		Sesso				Età						Titolo di studio							
N		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diplo ma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
1	Oggi ognuno è in grado di trovare facilmente le notizie di cui ha bisogno	SI	38,36%	80,64%	78,80%	75,38%	82,27%	77,83%	80,51%	78,13%	77,78%	66,67%	100,00%	87,50%	83,10%	79,06%	80,51%	76,84%	00,00%
	NO	61,64%	19,36%	21,20%	24,62%	17,73%	22,17%	19,49%	21,88%	22,22%	33,33%	0,00%	12,50%	16,90%	20,94%	19,49%	23,16%	0,00%	
2	Gli apparati dell'informazione tradizionale tendono a manipolare le notizie	SI	18,36%	38,59%	35,76%	32,31%	37,85%	34,57%	42,17%	38,28%	22,22%	33,33%	0,00%	12,50%	35,21%	36,38%	37,22%	41,81%	0,00%
	NO	81,64%	61,41%	64,24%	67,69%	62,15%	65,43%	57,83%	61,72%	77,78%	66,67%	100,00%	87,50%	64,79%	63,62%	62,78%	58,19%	00,00%	
3	Il sistema di informazione è invaso da fake news	SI	21,71%	45,64%	43,54%	49,23%	47,01%	45,00%	47,28%	32,81%	27,78%	13,33%	0,00%	12,50%	42,25%	42,83%	47,44%	42,94%	33,33%
	NO	78,29%	54,36%	56,46%	50,77%	52,99%	55,00%	52,72%	67,19%	72,22%	86,67%	100,00%	87,50%	57,75%	57,17%	52,56%	57,06%	66,67%	
4	Chiunque è testimone di un evento può fare informazione	SI	11,18%	23,51%	19,20%	30,77%	21,71%	21,09%	18,53%	24,22%	16,67%	13,33%	0,00%	12,50%	28,17%	21,73%	20,13%	21,47%	0,00%
	NO	88,82%	76,49%	80,80%	69,23%	78,29%	78,91%	81,47%	75,78%	83,33%	86,67%	100,00%	87,50%	71,83%	78,27%	79,87%	78,53%	00,00%	
5	A causa della disintermediazione e della mancanza di filtri informativi autorevoli il sistema dei social media alimenta la diffusione di fake news	SI	19,14%	40,25%	34,00%	35,38%	38,84%	39,13%	33,55%	35,94%	30,56%	13,33%	0,00%	12,50%	22,54%	33,54%	39,46%	48,02%	0,00%
	NO	80,86%	59,75%	66,00%	64,62%	61,16%	60,87%	66,45%	64,06%	69,44%	86,67%	100,00%	87,50%	77,46%	66,46%	60,54%	51,98%	00,00%	
6	Le fake news rappresentano un fenomeno antecedente rispetto alla nascita dei social media	SI	13,29%	27,94%	14,05%	10,77%	22,11%	20,43%	18,21%	26,56%	30,56%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	19,84%	20,61%	28,81%	0,00%
	NO	86,71%	72,06%	85,95%	89,23%	77,89%	79,57%	81,79%	73,44%	69,44%	100,00%	100,00%	87,50%	90,14%	80,16%	79,39%	71,19%	00,00%	
7	Per avere una buona informazione c'è bisogno di un sistema complesso e costoso di raccolta e verifica delle notizie	SI	10,86%	22,82%	19,45%	21,54%	19,92%	18,04%	22,68%	28,91%	36,11%	13,33%	0,00%	0,00%	16,90%	21,26%	19,97%	27,12%	0,00%
	NO	89,14%	77,18%	80,55%	78,46%	80,08%	81,96%	77,32%	71,09%	63,89%	86,67%	100,00%	100,00%	83,10%	78,74%	80,03%	72,88%	00,00%	
8	Nel web la partecipazione e degli utenti garantisce l'indipendenza e l'affidabilità delle notizie	SI	3,75%	7,88%	6,27%	7,69%	5,98%	6,74%	9,58%	7,81%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	7,56%	7,03%	3,95%	0,00%
	NO	96,25%	92,12%	93,73%	92,31%	94,02%	93,26%	90,42%	92,19%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	88,73%	92,44%	92,97%	96,05%	00,00%	
9	Il sistema d'informazione è tradizionale è superato	SI	14,08%	29,60%	19,32%	20,00%	20,52%	29,57%	21,09%	27,34%	33,33%	20,00%	0,00%	12,50%	18,31%	20,94%	26,84%	29,38%	33,33%
	NO	85,92%	70,40%	80,68%	80,00%	79,48%	70,43%	78,91%	72,66%	66,67%	80,00%	100,00%	87,50%	81,69%	79,06%	73,16%	70,62%	66,67%	
10	Il sistema di informazione è la dimostrazione che la democrazia italiana è in salute	SI	1,84%	3,87%	2,38%	1,54%	2,39%	2,83%	4,15%	4,69%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	3,15%	3,04%	3,39%	0,00%
	NO	98,16%	96,13%	97,62%	98,46%	97,61%	97,17%	95,85%	95,31%	94,44%	100,00%	100,00%	100,00%	97,18%	96,85%	96,96%	96,61%	00,00%	

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

Sono consentite più risposte (2 di 2)

N			Sesso			Età							Titolo di studio						
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
11	L'informazione che circola in rete non è professionale, quindi non è attendibile	SI	5,86%	12,31%	12,17%	10,77%	11,16%	9,57%	15,02%	19,53%	16,67%	6,67%	0,00%	12,50%	11,27%	13,07%	11,18%	13,56%	0,00%
		NO	94,14%	87,69%	87,83%	89,23%	88,84%	90,43%	84,98%	80,47%	83,33%	93,33%	100,00%	87,50%	88,73%	86,93%	88,82%	86,44%	00,00%
12	Il sistema d'informazione e (mainstream) tradizionale crea, veicola e diffonde fake news come il sistema non mainstream	SI	6,51%	13,69%	8,66%	9,23%	11,35%	11,74%	10,86%	7,03%	19,44%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	10,71%	11,66%	12,99%	0,00%
		NO	93,49%	86,31%	91,34%	90,77%	88,65%	88,26%	89,14%	92,97%	80,56%	93,33%	100,00%	87,50%	95,77%	89,29%	88,34%	87,01%	00,00%
13	Grazie alla controinformazione sappiamo realmente i fatti come sono andati	SI	5,72%	12,03%	9,28%	12,31%	8,57%	11,74%	13,42%	8,59%	8,33%	0,00%	0,00%	25,00%	18,31%	10,39%	10,70%	6,78%	33,33%
		NO	94,28%	87,97%	90,72%	87,69%	91,43%	88,26%	86,58%	91,41%	91,67%	100,00%	100,00%	75,00%	81,69%	89,61%	89,30%	93,22%	66,67%
14	Le fake news sono il frutto della propaganda politica	SI	7,37%	15,49%	6,78%	20,00%	9,76%	11,52%	10,54%	7,81%	13,89%	13,33%	100,00%	12,50%	19,72%	10,71%	11,18%	7,34%	0,00%
		NO	92,63%	84,51%	93,22%	80,00%	90,24%	88,48%	89,46%	92,19%	86,11%	86,67%	0,00%	87,50%	80,28%	89,29%	88,82%	92,66%	00,00%
15	Il sistema di informazione è la dimostrazione che la democrazia italiana è debole	SI	0,00%	18,53%	12,55%	13,85%	13,75%	16,52%	15,97%	16,41%	25,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	15,91%	15,50%	16,38%	0,00%
		NO	100,00%	81,47%	87,45%	86,15%	86,25%	83,48%	84,03%	83,59%	75,00%	100,00%	100,00%	100,00%	90,14%	84,09%	84,50%	83,62%	00,00%
16	Altro	SI	1,12%	1,80%	0,50%	0,00%	1,99%	1,09%	0,32%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,26%	1,12%	1,13%	0,00%
		NO	98,88%	98,20%	99,50%	00,00%	98,01%	98,91%	99,68%	99,22%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	98,74%	98,88%	98,87%	00,00%

4. Quali sono gli utilizzi che fai di internet?

Si valutino le alternative in base alla frequenza d'uso. (1 di 7)

LEGGENDA

(FR) frequenza | (0) quasi mai | (1) molto raramente | (2) raramente | (3) abbastanza spesso | (4) spesso | (5) quasi sempre | (nr) non risponde

N		Fr	Totale	Sesso		Età								Titolo di studio						
				M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
1	Trovare una strada, località	0	7,63%	7,61%	7,65%	9,23%	5,98%	5,43%	12,46%	11,72%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	12,68%	7,87%	7,35%	5,65%	33,33%	
		1	6,25%	5,81%	6,65%	4,62%	5,38%	5,43%	9,27%	7,81%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	7,72%	4,47%	5,08%	0,00%	
		2	4,28%	3,18%	5,27%	6,15%	1,59%	2,61%	7,35%	6,25%	16,67%	26,67%	0,00%	12,50%	9,86%	5,04%	2,88%	3,95%	0,00%	
		3	15,66%	19,36%	12,30%	16,92%	14,74%	15,87%	15,02%	20,31%	19,44%	0,00%	0,00%	12,50%	14,08%	15,43%	15,34%	18,64%	0,00%	
		4	23,16%	24,20%	22,33%	21,54%	28,29%	23,26%	18,53%	18,75%	16,67%	13,33%	0,00%	0,00%	21,13%	21,57%	24,76%	25,42%	33,33%	
		5	34,14%	30,43%	37,52%	32,31%	36,85%	40,87%	30,03%	19,53%	16,67%	0,00%	0,00%	12,50%	16,90%	30,39%	39,62%	36,72%	0,00%	
		nr	8,68%	9,41%	8,28%	9,23%	7,17%	6,52%	7,35%	15,63%	25,00%	60,00%	100,00%	50,00%	14,08%	11,97%	5,59%	4,52%	33,33%	
2	Trovare informazioni su aziende, prodotti, servizi	0	8,82%	9,54%	8,16%	12,31%	7,77%	7,17%	11,50%	12,50%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	12,68%	9,45%	7,35%	10,17%	33,33%	
		1	6,64%	5,53%	7,65%	10,77%	6,18%	4,57%	9,27%	9,38%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	8,35%	5,27%	5,65%	0,00%	
		2	3,95%	3,04%	4,77%	3,08%	2,19%	2,83%	5,43%	6,25%	16,67%	20,00%	0,00%	12,50%	7,04%	5,67%	2,08%	2,26%	33,33%	
		3	17,17%	17,84%	16,56%	20,00%	18,33%	17,17%	14,38%	14,06%	33,33%	13,33%	0,00%	12,50%	23,94%	17,17%	16,77%	16,38%	0,00%	
		4	26,18%	30,15%	22,71%	16,92%	28,69%	30,43%	21,41%	26,56%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	14,08%	22,05%	30,19%	33,33%	0,00%	
		5	27,17%	23,93%	30,11%	32,31%	27,69%	29,78%	27,16%	18,75%	16,67%	6,67%	0,00%	0,00%	21,13%	24,41%	30,83%	27,68%	33,33%	
		nr	9,87%	9,96%	10,04%	4,62%	9,16%	8,04%	10,86%	12,50%	19,44%	53,33%	100,00%	50,00%	15,49%	12,91%	7,51%	4,52%	0,00%	
3	Svolgere operazioni bancarie	0	10,99%	9,68%	12,17%	12,31%	14,14%	9,13%	10,86%	6,25%	8,33%	6,67%	0,00%	12,50%	9,86%	11,02%	10,54%	12,43%	33,33%	
		1	9,87%	11,34%	8,53%	12,31%	9,16%	8,70%	12,46%	10,94%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	12,44%	7,67%	9,60%	0,00%	
		2	11,32%	7,75%	14,55%	30,77%	12,55%	6,30%	10,86%	11,72%	22,22%	20,00%	0,00%	12,50%	28,17%	13,70%	9,27%	3,39%	0,00%	
		3	16,58%	19,50%	13,93%	9,23%	18,53%	20,87%	10,54%	14,84%	11,11%	6,67%	0,00%	12,50%	12,68%	14,65%	19,81%	14,12%	0,00%	
		4	18,55%	18,40%	18,82%	10,77%	21,51%	22,83%	13,74%	11,72%	11,11%	6,67%	0,00%	0,00%	9,86%	15,75%	21,25%	24,29%	0,00%	
		5	19,67%	21,02%	18,44%	10,77%	11,75%	22,83%	28,12%	27,34%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	15,91%	22,52%	28,81%	33,33%	
		nr	12,83%	12,31%	13,55%	13,85%	12,35%	9,35%	13,42%	17,19%	25,00%	60,00%	100,00%	50,00%	25,35%	16,54%	8,95%	7,34%	33,33%	
4	Fare acquisti	0	10,86%	10,65%	11,04%	12,31%	10,56%	9,57%	12,78%	14,84%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	12,68%	10,87%	10,38%	11,30%	33,33%	
		1	8,88%	7,47%	10,29%	7,69%	7,17%	7,17%	13,10%	13,28%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	11,27%	9,61%	7,51%	11,30%	0,00%	
		2	6,64%	5,26%	7,90%	1,54%	4,18%	5,65%	7,99%	10,16%	30,56%	26,67%	0,00%	25,00%	4,23%	8,98%	5,11%	3,95%	0,00%	
		3	18,62%	21,16%	16,31%	10,77%	18,73%	20,87%	18,85%	15,63%	16,67%	6,67%	0,00%	0,00%	12,68%	17,32%	19,17%	24,29%	33,33%	
		4	24,80%	27,80%	22,08%	32,31%	28,09%	29,13%	17,57%	15,63%	16,67%	0,00%	0,00%	0,00%	26,76%	22,20%	28,59%	21,47%	0,00%	
		5	18,22%	16,60%	19,70%	23,08%	20,72%	19,57%	16,93%	10,94%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	12,68%	15,75%	21,25%	19,77%	0,00%	
		nr	11,78%	11,07%	12,67%	12,31%	10,56%	8,04%	12,78%	19,53%	22,22%	60,00%	100,00%	62,50%	19,72%	15,28%	7,99%	7,91%	33,33%	
5	Guardare, scaricare un film	0	10,20%	11,48%	9,03%	9,23%	8,37%	8,70%	15,34%	11,72%	8,33%	6,67%	0,00%	25,00%	7,04%	10,55%	9,42%	11,30%	66,67%	
		1	9,08%	8,44%	9,66%	7,69%	6,37%	8,48%	12,46%	16,41%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	10,55%	7,51%	9,60%	0,00%	
		2	9,61%	7,61%	11,54%	3,08%	3,59%	6,30%	18,21%	18,75%	38,89%	20,00%	0,00%	12,50%	12,68%	10,24%	8,63%	10,17%	0,00%	
		3	11,58%	13,14%	10,16%	12,31%	12,75%	11,96%	10,22%	9,38%	11,11%	6,67%	0,00%	12,50%	14,08%	9,61%	12,62%	14,12%	0,00%	
		4	19,87%	22,27%	17,69%	13,85%	24,90%	23,91%	13,10%	10,94%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	12,68%	16,85%	23,32%	22,60%	0,00%	
		5	26,32%	24,62%	27,85%	43,08%	34,46%	31,30%	12,46%	11,72%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	21,13%	25,04%	28,75%	25,99%	0,00%	
		nr	13,16%	12,45%	14,05%	10,77%	9,56%	9,35%	18,21%	21,09%	27,78%	60,00%	100,00%	50,00%	22,54%	17,17%	9,74%	6,21%	33,33%	

4. Quali sono gli utilizzi che fai di internet ?

Si valutino le alternative in base alla frequenza d'uso. (2 di 7)

LEGGENDA

(FR) frequenza | (0) quasi mai | (1) molto raramente | (2) raramente | (3) abbastanza spesso | (4) spesso | (5) quasi sempre | (nr) non risponde

N		Sesso										Età								Titolo di studio						
		Fr	Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro							
6	Ambiente	0	13,62%	14,66%	12,67%	10,77%	13,55%	14,13%	13,42%	15,63%	13,89%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	11,97%	14,86%	18,08%	0,00%							
		1	9,28%	9,27%	9,28%	15,38%	8,57%	8,26%	11,18%	8,59%	5,56%	13,33%	0,00%	12,50%	12,68%	10,24%	7,99%	8,47%	0,00%							
		2	4,08%	4,15%	4,02%	12,31%	3,59%	2,83%	4,47%	3,13%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	4,09%	4,15%	2,26%	0,00%							
		3	25,66%	28,49%	23,09%	27,69%	27,49%	27,83%	21,41%	21,88%	22,22%	20,00%	0,00%	12,50%	21,13%	24,41%	25,56%	32,77%	0,00%							
		4	21,71%	20,75%	22,71%	16,92%	23,11%	22,83%	22,36%	16,41%	19,44%	6,67%	0,00%	0,00%	11,27%	20,00%	24,60%	22,03%	66,67%							
		5	11,12%	8,71%	13,30%	7,69%	10,16%	11,09%	11,82%	14,84%	11,11%	13,33%	0,00%	12,50%	8,45%	12,60%	10,70%	8,47%	0,00%							
		nr	14,54%	13,97%	14,93%	9,23%	13,55%	13,04%	15,34%	19,53%	13,89%	46,67%	100,00%	50,00%	30,99%	16,69%	12,14%	7,91%	33,33%							
7	Salute	0	13,42%	16,60%	10,54%	16,92%	14,94%	12,17%	12,78%	14,84%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	11,97%	14,38%	16,95%	0,00%							
		1	8,95%	8,85%	9,03%	12,31%	8,17%	8,91%	11,18%	7,03%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	12,68%	8,66%	7,67%	12,99%	0,00%							
		2	4,61%	4,56%	4,64%	13,85%	4,18%	3,26%	5,75%	3,91%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	4,57%	4,63%	3,39%	0,00%							
		3	24,21%	26,97%	21,71%	20,00%	26,89%	23,91%	23,64%	18,75%	25,00%	20,00%	0,00%	37,50%	15,49%	23,31%	26,20%	23,16%	33,33%							
		4	21,45%	19,64%	23,21%	13,85%	22,31%	23,70%	19,17%	19,53%	27,78%	13,33%	0,00%	0,00%	11,27%	21,57%	22,68%	21,47%	33,33%							
		5	15,07%	10,51%	19,20%	9,23%	13,94%	15,43%	17,25%	16,41%	13,89%	13,33%	0,00%	12,50%	12,68%	15,59%	14,54%	16,38%	0,00%							
		nr	12,30%	12,86%	11,67%	13,85%	9,56%	12,61%	10,22%	19,53%	13,89%	53,33%	100,00%	25,00%	30,99%	14,33%	9,90%	5,65%	33,33%							
8	Storie, curiosità	0	12,70%	14,38%	11,17%	15,38%	11,55%	11,52%	16,61%	13,28%	8,33%	0,00%	0,00%	25,00%	8,45%	11,02%	14,06%	14,69%	0,00%							
		1	8,29%	9,41%	7,40%	9,23%	7,97%	8,26%	10,22%	7,81%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	12,68%	8,98%	6,71%	10,17%	0,00%							
		2	4,08%	3,60%	4,52%	4,62%	3,78%	3,91%	4,47%	4,69%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	3,62%	4,31%	5,08%	0,00%							
		3	23,29%	23,65%	22,96%	23,08%	24,30%	27,17%	17,89%	18,75%	25,00%	20,00%	0,00%	0,00%	19,72%	21,42%	25,56%	24,29%	33,33%							
		4	23,95%	24,34%	23,59%	24,62%	26,10%	23,91%	19,81%	24,22%	30,56%	20,00%	0,00%	0,00%	23,94%	22,36%	26,52%	22,03%	0,00%							
		5	13,03%	10,79%	15,06%	7,69%	13,55%	14,13%	13,10%	10,16%	11,11%	13,33%	0,00%	12,50%	4,23%	14,33%	11,66%	16,38%	0,00%							
		nr	14,67%	13,83%	15,31%	15,38%	12,75%	11,09%	17,89%	21,09%	16,67%	46,67%	100,00%	50,00%	28,17%	18,27%	11,18%	7,34%	66,67%							
9	Lavoro	0	11,91%	13,97%	10,04%	12,31%	14,14%	9,35%	12,46%	8,59%	22,22%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	13,39%	11,66%	10,17%	33,33%							
		1	9,14%	8,02%	10,16%	15,38%	7,57%	8,26%	10,54%	11,72%	11,11%	6,67%	0,00%	12,50%	18,31%	10,24%	7,03%	7,91%	0,00%							
		2	5,72%	4,70%	6,65%	23,08%	3,39%	3,48%	7,35%	5,47%	13,89%	26,67%	0,00%	12,50%	15,49%	5,67%	4,79%	4,52%	0,00%							
		3	20,92%	21,99%	19,95%	12,31%	24,10%	23,48%	16,29%	20,31%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	21,89%	21,25%	22,03%	0,00%							
		4	21,18%	21,30%	21,08%	7,69%	25,10%	22,39%	18,21%	19,53%	13,89%	6,67%	0,00%	0,00%	9,86%	17,01%	24,76%	29,38%	0,00%							
		5	16,91%	16,74%	17,19%	6,15%	12,75%	23,26%	19,17%	15,63%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	11,27%	14,49%	19,49%	19,21%	33,33%							
		nr	14,21%	13,28%	14,93%	23,08%	12,95%	9,78%	15,97%	18,75%	22,22%	46,67%	100,00%	50,00%	30,99%	17,32%	11,02%	6,78%	33,33%							
10	Politica	0	14,74%	12,86%	16,44%	18,46%	20,92%	14,13%	10,22%	6,25%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	14,80%	17,09%	7,34%	33,33%							
		1	12,37%	10,51%	14,05%	16,92%	12,95%	11,96%	12,14%	11,72%	8,33%	6,67%	0,00%	12,50%	16,90%	12,13%	11,34%	15,25%	0,00%							
		2	9,87%	6,92%	12,55%	16,92%	9,96%	8,04%	11,18%	8,59%	8,33%	20,00%	0,00%	12,50%	18,31%	12,28%	6,87%	8,47%	0,00%							
		3	17,83%	20,06%	15,81%	13,85%	17,93%	21,30%	14,70%	17,19%	13,89%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	16,85%	19,65%	19,21%	33,33%							
		4	17,43%	19,64%	15,43%	7,69%	16,33%	19,78%	17,25%	17,97%	19,44%	20,00%	0,00%	0,00%	4,23%	15,28%	19,17%	24,86%	0,00%							
		5	13,49%	17,70%	9,79%	7,69%	9,36%	13,04%	18,53%	19,53%	30,56%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	12,13%	14,54%	16,38%	0,00%							
		nr	14,28%	12,31%	15,93%	18,46%	12,55%	11,74%	15,97%	18,75%	13,89%	46,67%	100,00%	50,00%	30,99%	16,54%	11,34%	8,47%	33,33%							

4. Quali sono gli utilizzi che fai di internet?

Si valutino le alternative in base alla frequenza d'uso. (3 di 7)

LEGGENDA

(FR) frequenza | (0) quasi mai | (1) molto raramente | (2) raramente | (3) abbastanza spesso | (4) spesso | (5) quasi sempre | (nr) non risponde

N		Sesso				Età								Titolo di studio						
		Fr	Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
11	Ascoltare, scaricare musica	0	8,36%	8,16%	8,53%	4,62%	5,18%	6,74%	15,02%	12,50%	5,56%	13,33%	0,00%	37,50%	7,04%	7,87%	7,67%	11,30%	33,33%	
		1	9,21%	7,75%	10,54%	4,62%	5,98%	6,30%	15,97%	17,19%	16,67%	0,00%	0,00%	0,00%	14,08%	11,34%	6,23%	10,73%	0,00%	
		2	6,91%	6,50%	7,28%	1,54%	2,39%	5,00%	10,22%	17,97%	27,78%	26,67%	0,00%	12,50%	7,04%	8,35%	5,91%	5,08%	0,00%	
		3	11,18%	12,86%	9,66%	15,38%	8,96%	13,04%	12,78%	7,03%	16,67%	0,00%	0,00%	0,00%	16,90%	10,08%	11,98%	10,73%	0,00%	
		4	21,71%	23,24%	20,45%	10,77%	27,09%	26,74%	16,29%	10,94%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	17,32%	27,32%	23,73%	0,00%	
		5	31,91%	30,71%	33,00%	55,38%	42,03%	35,43%	18,21%	11,72%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	30,99%	31,34%	33,55%	29,94%	33,33%	
		nr	10,53%	10,79%	10,54%	7,69%	8,37%	6,74%	11,50%	22,66%	25,00%	60,00%	100,00%	37,50%	14,08%	13,70%	7,35%	8,47%	33,33%	
12	Guardare la tv	0	13,22%	15,35%	11,29%	15,38%	13,75%	15,00%	11,82%	10,16%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	12,91%	13,26%	15,82%	33,33%	
		1	13,03%	14,66%	11,54%	6,15%	13,35%	13,26%	11,82%	17,19%	16,67%	6,67%	0,00%	12,50%	18,31%	14,17%	12,14%	9,60%	33,33%	
		2	21,12%	18,53%	23,59%	12,31%	19,72%	18,04%	26,84%	25,00%	33,33%	26,67%	0,00%	25,00%	14,08%	20,47%	21,41%	25,99%	0,00%	
		3	13,29%	14,52%	12,17%	18,46%	16,14%	14,13%	9,90%	7,03%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	16,90%	12,13%	13,58%	15,82%	0,00%	
		4	12,83%	12,59%	13,05%	15,38%	13,55%	15,65%	11,18%	7,03%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	11,50%	15,02%	12,99%	0,00%	
		5	10,07%	8,30%	11,67%	18,46%	9,96%	11,96%	7,35%	9,38%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	8,03%	12,30%	10,17%	0,00%	
		nr	16,25%	16,04%	16,69%	13,85%	13,55%	11,96%	21,09%	24,22%	27,78%	60,00%	100,00%	37,50%	26,76%	20,79%	12,30%	9,60%	33,33%	
13	Studiare	0	10,79%	10,51%	11,04%	6,15%	7,37%	12,17%	15,65%	12,50%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	12,68%	7,56%	11,50%	19,21%	0,00%	
		1	9,21%	9,54%	8,91%	13,85%	8,37%	9,35%	8,63%	13,28%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	14,08%	10,39%	7,83%	7,91%	0,00%	
		2	11,71%	9,96%	13,30%	0,00%	6,37%	6,30%	20,77%	25,00%	44,44%	26,67%	0,00%	12,50%	12,68%	16,06%	7,99%	9,04%	0,00%	
		3	16,38%	17,57%	15,31%	21,54%	19,32%	19,57%	11,50%	5,47%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	15,49%	14,02%	18,37%	18,64%	33,33%	
		4	21,05%	23,79%	18,57%	24,62%	27,29%	24,13%	12,78%	11,72%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	20,16%	25,24%	15,82%	0,00%	
		5	15,92%	13,42%	18,32%	26,15%	21,12%	17,39%	10,22%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	14,08%	13,23%	18,53%	18,64%	0,00%	
		nr	14,74%	15,21%	14,55%	7,69%	10,16%	11,09%	20,45%	25,78%	30,56%	66,67%	100,00%	50,00%	23,94%	18,58%	10,54%	10,73%	66,67%	
14	Cercare lavoro	0	11,71%	13,28%	10,29%	10,77%	14,54%	11,52%	10,86%	7,81%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	14,08%	11,02%	13,58%	6,78%	0,00%	
		1	9,14%	10,51%	7,90%	9,23%	9,36%	8,04%	11,18%	9,38%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	9,86%	9,92%	8,31%	9,60%	0,00%	
		2	15,26%	13,69%	16,81%	35,38%	10,56%	6,52%	19,49%	33,59%	52,78%	26,67%	0,00%	12,50%	30,99%	19,69%	10,70%	10,17%	0,00%	
		3	14,67%	15,91%	13,55%	9,23%	18,73%	14,78%	15,02%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	8,45%	15,28%	13,90%	16,95%	33,33%	
		4	15,86%	15,21%	16,44%	10,77%	19,32%	20,22%	10,86%	7,03%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	13,07%	18,69%	19,77%	0,00%	
		5	16,18%	13,83%	18,32%	4,62%	14,14%	27,83%	11,18%	6,25%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	8,98%	22,84%	24,29%	0,00%	
		nr	16,97%	17,57%	16,69%	20,00%	13,35%	11,09%	21,41%	29,69%	36,11%	66,67%	100,00%	50,00%	23,94%	22,05%	11,98%	12,43%	66,67%	
15	Sbrigare pratiche con uffici pubblici	0	13,95%	14,66%	13,30%	7,69%	13,15%	18,26%	11,82%	12,50%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	12,68%	12,76%	14,54%	16,95%	33,33%	
		1	12,89%	13,97%	11,92%	9,23%	14,34%	11,30%	13,42%	17,97%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	11,81%	14,38%	12,99%	0,00%	
		2	18,68%	16,18%	20,95%	38,46%	23,51%	11,96%	15,97%	15,63%	36,11%	20,00%	0,00%	25,00%	30,99%	22,68%	13,74%	16,95%	0,00%	
		3	13,82%	15,77%	12,05%	10,77%	14,54%	15,65%	12,78%	10,94%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	4,23%	11,65%	16,13%	18,08%	0,00%	
		4	15,07%	14,80%	15,43%	12,31%	13,35%	19,13%	16,29%	10,16%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	12,28%	17,89%	18,64%	0,00%	
		5	6,71%	5,81%	7,53%	1,54%	4,78%	8,48%	9,27%	5,47%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	5,35%	8,79%	6,21%	0,00%	
		nr	18,68%	18,81%	18,82%	20,00%	16,33%	15,22%	20,45%	27,34%	27,78%	73,33%	100,00%	62,50%	29,58%	23,46%	14,54%	10,17%	66,67%	

4. Quali sono gli utilizzi che fai di internet?

Si valutino le alternative in base alla frequenza d'uso. (4 di 7)

LEGGENDA

(FR) frequenza | (0) quasi mai | (1) molto raramente | (2) raramente | (3) abbastanza spesso | (4) spesso | (5) quasi sempre | (nr) non risponde

N		Sesso		Età								Titolo di studio							
		Fr	Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
16	Telefonare	0	12,11%	13,00%	11,29%	10,77%	13,15%	13,70%	10,54%	7,81%	11,11%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	12,60%	11,98%	11,86%	66,67%
		1	10,07%	11,76%	8,53%	10,77%	11,35%	9,57%	9,58%	10,94%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	14,08%	8,66%	10,86%	10,73%	0,00%
		2	16,18%	17,70%	14,81%	12,31%	13,35%	13,26%	20,45%	26,56%	27,78%	13,33%	0,00%	12,50%	11,27%	17,48%	13,90%	22,03%	0,00%
		3	12,70%	13,69%	11,79%	15,38%	14,94%	13,04%	10,86%	8,59%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	15,49%	13,07%	12,30%	12,43%	0,00%
		4	12,89%	12,31%	13,55%	13,85%	13,75%	13,70%	10,86%	13,28%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	13,23%	13,74%	11,30%	0,00%
		5	20,92%	15,91%	25,47%	24,62%	20,52%	25,87%	19,17%	12,50%	8,33%	6,67%	0,00%	37,50%	21,13%	16,85%	24,92%	20,90%	0,00%
		nr	14,93%	15,63%	14,55%	12,31%	12,95%	10,87%	18,53%	20,31%	27,78%	73,33%	100,00%	37,50%	19,72%	18,11%	12,30%	10,73%	33,33%
17	Videochiamate	0	11,84%	14,11%	9,79%	9,23%	12,95%	13,04%	11,50%	7,81%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	10,87%	12,62%	12,99%	66,67%
		1	12,96%	13,55%	12,42%	7,69%	13,15%	11,30%	16,93%	14,06%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	11,27%	12,76%	13,10%	14,12%	0,00%
		2	15,66%	16,87%	14,68%	12,31%	11,95%	13,70%	20,45%	23,44%	30,56%	20,00%	0,00%	12,50%	12,68%	17,01%	14,22%	18,08%	0,00%
		3	14,41%	15,08%	13,80%	18,46%	16,14%	16,74%	10,86%	9,38%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	13,23%	15,81%	16,38%	0,00%
		4	14,54%	13,83%	15,18%	18,46%	14,74%	16,09%	13,42%	10,16%	16,67%	0,00%	0,00%	25,00%	12,68%	13,70%	15,34%	15,25%	0,00%
		5	13,03%	8,16%	17,44%	20,00%	15,34%	15,87%	7,67%	7,81%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	14,08%	10,24%	15,34%	14,69%	0,00%
		nr	17,37%	18,40%	16,69%	13,85%	15,74%	13,26%	19,17%	27,34%	27,78%	73,33%	100,00%	37,50%	29,58%	22,20%	13,58%	8,47%	33,33%
18	Prenotare un viaggio	0	10,72%	11,20%	10,29%	9,23%	9,56%	10,43%	14,70%	10,16%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	11,18%	10,70%	9,60%	33,33%
		1	8,49%	8,58%	8,41%	16,92%	8,57%	5,43%	10,22%	13,28%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	12,68%	11,02%	6,07%	6,78%	0,00%
		2	6,58%	5,39%	7,78%	10,77%	4,58%	3,91%	9,27%	7,81%	27,78%	26,67%	0,00%	12,50%	14,08%	9,29%	4,15%	2,82%	0,00%
		3	14,28%	17,84%	11,04%	13,85%	14,34%	14,57%	14,70%	15,63%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	21,13%	14,33%	13,58%	14,12%	0,00%
		4	18,29%	19,09%	17,57%	18,46%	18,33%	21,09%	17,89%	10,94%	16,67%	6,67%	0,00%	12,50%	11,27%	13,86%	21,25%	26,55%	33,33%
		5	28,36%	24,34%	31,99%	21,54%	33,07%	34,57%	20,45%	17,19%	16,67%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	23,31%	34,50%	34,46%	0,00%
		nr	13,09%	13,55%	12,92%	9,23%	11,55%	10,00%	12,78%	25,00%	25,00%	60,00%	100,00%	50,00%	23,94%	17,01%	9,74%	5,65%	33,33%
19	Partecipare alla vita civile e politica della città/del Paese	0	15,39%	16,32%	14,55%	12,31%	17,33%	16,96%	12,78%	15,63%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	8,45%	14,96%	16,45%	15,82%	33,33%
		1	15,00%	16,18%	13,93%	12,31%	15,94%	15,00%	14,38%	17,19%	11,11%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	15,12%	15,81%	14,12%	33,33%
		2	18,82%	16,74%	20,70%	27,69%	20,52%	13,91%	17,57%	19,53%	44,44%	33,33%	0,00%	25,00%	29,58%	20,00%	15,65%	21,47%	0,00%
		3	15,26%	15,08%	15,43%	24,62%	16,53%	16,09%	15,02%	7,03%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	14,08%	13,39%	15,50%	22,60%	0,00%
		4	11,25%	13,42%	9,41%	4,62%	10,76%	13,26%	12,46%	10,16%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	10,08%	13,74%	10,17%	0,00%
		5	5,66%	4,70%	6,52%	6,15%	4,18%	9,13%	3,83%	3,91%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	4,57%	7,51%	4,52%	0,00%
		nr	18,42%	17,57%	19,45%	12,31%	14,74%	15,65%	23,96%	26,56%	25,00%	60,00%	100,00%	50,00%	30,99%	21,89%	15,34%	11,30%	33,33%
20	Allargare la rete professionale	0	12,70%	12,72%	12,67%	10,77%	14,34%	13,91%	11,50%	9,38%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	7,04%	12,76%	14,22%	9,60%	33,33%
		1	9,41%	8,71%	10,04%	7,69%	11,55%	7,61%	10,22%	9,38%	2,78%	0,00%	0,00%	25,00%	2,82%	9,76%	10,22%	7,34%	0,00%
		2	16,32%	15,21%	17,31%	35,38%	18,53%	8,26%	14,38%	21,09%	50,00%	26,67%	0,00%	25,00%	38,03%	21,26%	11,18%	7,91%	0,00%
		3	15,39%	17,15%	13,80%	15,38%	15,34%	19,13%	12,46%	14,06%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	12,60%	18,85%	16,38%	0,00%
		4	15,72%	17,98%	13,80%	4,62%	15,14%	19,35%	18,53%	9,38%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	12,44%	17,89%	25,42%	0,00%
		5	11,38%	10,24%	12,42%	3,08%	8,17%	17,39%	11,18%	10,16%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	7,09%	13,26%	23,73%	33,33%
		nr	18,88%	17,98%	19,95%	23,08%	16,93%	14,35%	21,73%	26,56%	30,56%	60,00%	100,00%	50,00%	33,80%	24,09%	14,38%	9,60%	33,33%

4. Quali sono gli utilizzi che fai di internet?

Si valutino le alternative in base alla frequenza d'uso. (5 di 7)

LEGGENDA

(FR) frequenza | (0) quasi mai | (1) molto raramente | (2) raramente | (3) abbastanza spesso | (4) spesso | (5) quasi sempre | (nr) non risponde

		Sesso										Età										Titolo di studio							
N		Fr	Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro										
21	Prenotare una visita medica	0	13,75%	15,35%	12,30%	15,38%	11,16%	16,96%	14,06%	12,50%	13,89%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	11,81%	15,02%	18,64%	33,33%										
		1	12,89%	12,17%	13,55%	7,69%	13,15%	12,61%	16,61%	10,16%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	7,04%	12,60%	13,58%	14,12%	0,00%										
		2	30,39%	31,12%	29,74%	41,54%	39,04%	28,48%	19,17%	25,00%	33,33%	26,67%	0,00%	12,50%	35,21%	31,97%	28,59%	30,51%	0,00%										
		3	10,13%	10,10%	10,16%	10,77%	10,36%	9,57%	12,14%	8,59%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	9,86%	8,98%	10,70%	12,43%	33,33%										
		4	8,42%	7,88%	9,03%	3,08%	5,98%	11,30%	9,27%	9,38%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	6,77%	10,86%	7,34%	0,00%										
		5	5,53%	4,29%	6,65%	3,08%	2,79%	6,30%	8,31%	7,81%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	5,51%	6,39%	4,52%	0,00%										
		nr	18,68%	19,09%	18,57%	18,46%	17,53%	14,78%	20,45%	26,56%	27,78%	60,00%	100,00%	62,50%	32,39%	22,36%	14,86%	12,43%	33,33%										
22	Frequentare corsi scolastici, universitari, di formazione	0	10,46%	11,20%	9,79%	9,23%	10,96%	12,39%	8,95%	10,16%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	2,82%	8,35%	12,46%	13,56%	33,33%										
		1	11,84%	11,34%	12,30%	6,15%	12,35%	13,48%	12,78%	9,38%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	10,55%	13,10%	14,12%	0,00%										
		2	28,22%	28,35%	28,11%	27,69%	30,08%	22,39%	27,80%	35,16%	58,33%	26,67%	0,00%	12,50%	38,03%	31,81%	24,44%	25,99%	0,00%										
		3	12,76%	14,52%	11,17%	16,92%	15,54%	13,91%	10,86%	4,69%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	11,81%	12,46%	19,21%	33,33%										
		4	9,41%	9,13%	9,66%	9,23%	9,36%	11,74%	8,63%	5,47%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	7,24%	12,14%	10,17%	0,00%										
		5	7,57%	5,81%	9,28%	9,23%	5,58%	11,09%	7,35%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	5,83%	10,38%	5,65%	0,00%										
		nr	19,54%	19,64%	19,70%	21,54%	16,14%	15,00%	23,64%	28,91%	33,33%	73,33%	100,00%	50,00%	35,21%	24,41%	15,02%	11,30%	33,33%										
23	Trovare informazioni su persone	0	10,92%	13,55%	8,53%	9,23%	9,96%	11,74%	12,14%	11,72%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	9,86%	9,13%	11,66%	14,12%	66,67%										
		1	8,68%	8,30%	9,03%	12,31%	7,57%	6,30%	12,46%	10,94%	11,11%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	10,71%	7,35%	6,21%	0,00%										
		2	6,12%	5,95%	6,27%	1,54%	2,59%	4,78%	9,90%	10,94%	22,22%	26,67%	0,00%	12,50%	9,86%	7,56%	4,31%	5,65%	0,00%										
		3	18,62%	19,92%	17,44%	15,38%	19,32%	19,35%	20,13%	14,06%	16,67%	0,00%	0,00%	12,50%	16,90%	18,11%	19,17%	19,77%	0,00%										
		4	20,53%	20,47%	20,58%	23,08%	23,51%	25,00%	13,42%	13,28%	13,89%	0,00%	0,00%	12,50%	15,49%	17,32%	23,64%	23,73%	0,00%										
		5	19,21%	15,49%	22,71%	30,77%	23,90%	20,00%	13,74%	12,50%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	15,49%	17,32%	21,57%	20,90%	0,00%										
		nr	15,72%	16,32%	15,43%	7,69%	13,15%	12,83%	18,21%	26,56%	25,00%	66,67%	100,00%	37,50%	23,94%	19,84%	12,30%	9,60%	33,33%										
24	Giocare, scaricare giochi	0	10,46%	8,85%	11,92%	15,38%	9,56%	9,78%	14,06%	8,59%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	11,50%	8,47%	14,12%	0,00%										
		1	10,86%	10,93%	10,79%	12,31%	12,15%	11,30%	9,27%	10,94%	2,78%	0,00%	0,00%	25,00%	12,68%	9,92%	11,02%	11,86%	33,33%										
		2	21,84%	20,06%	23,59%	10,77%	17,33%	19,13%	29,07%	31,25%	44,44%	26,67%	0,00%	12,50%	11,27%	19,06%	23,80%	30,51%	0,00%										
		3	13,95%	16,32%	11,79%	10,77%	15,94%	17,39%	8,95%	10,94%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	11,27%	14,49%	14,86%	10,73%	0,00%										
		4	10,39%	11,48%	9,41%	12,31%	12,95%	10,87%	8,31%	5,47%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	9,76%	11,02%	10,17%	0,00%										
		5	13,22%	13,28%	13,17%	20,00%	15,94%	16,09%	7,35%	6,25%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	13,23%	14,86%	9,04%	0,00%										
		nr	19,08%	19,09%	19,32%	18,46%	16,14%	15,43%	23,00%	26,56%	30,56%	66,67%	100,00%	37,50%	32,39%	22,05%	15,97%	13,56%	66,67%										
25	Vendere merci o servizi (aste online, Ebay, etc.)	0	10,00%	11,07%	9,03%	10,77%	11,16%	9,78%	11,82%	5,47%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	9,29%	10,22%	12,99%	0,00%										
		1	11,25%	10,93%	11,54%	10,77%	13,55%	11,52%	8,31%	11,72%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	11,18%	9,74%	18,08%	33,33%										
		2	29,28%	26,97%	31,49%	30,77%	26,10%	26,74%	33,87%	35,16%	47,22%	26,67%	0,00%	37,50%	25,35%	28,35%	30,51%	30,51%	0,00%										
		3	11,32%	12,31%	10,41%	10,77%	13,75%	14,13%	7,03%	5,47%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	11,02%	12,14%	10,17%	0,00%										
		4	10,53%	12,03%	9,16%	9,23%	12,35%	13,70%	6,71%	5,47%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	9,13%	13,42%	7,91%	0,00%										
		5	8,16%	7,47%	8,78%	12,31%	6,37%	9,78%	8,95%	7,03%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	6,93%	9,42%	6,78%	0,00%										
		nr	19,28%	19,23%	19,57%	15,38%	16,73%	14,35%	23,32%	29,69%	36,11%	66,67%	100,00%	50,00%	29,58%	24,09%	14,54%	13,56%	66,67%										

4. Quali sono gli utilizzi che fai di internet?

Si valutino le alternative in base alla frequenza d'uso. (6 di 7)

LEGGENDA

(FR) frequenza | (0) quasi mai | (1) molto raramente | (2) raramente | (3) abbastanza spesso | (4) spesso | (5) quasi sempre | (nr) non risponde

N	Fr	Totale	Sesso		Età								Titolo di studio					
			M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
26	Partecipare a giochi in rete con altri utenti	0	7,63%	7,88%	7,40%	6,15%	7,97%	7,83%	7,99%	7,03%	5,56%	0,00%	0,00%	4,23%	8,19%	7,51%	7,34%	0,00%
		1	8,88%	9,41%	8,41%	7,69%	10,56%	10,43%	7,99%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	7,87%	9,27%	12,43%	33,33%
		2	36,78%	31,67%	41,53%	32,31%	36,25%	33,91%	39,30%	42,97%	52,78%	26,67%	0,00%	12,50%	28,17%	33,07%	38,50%	49,72%
		3	7,70%	9,96%	5,65%	7,69%	9,16%	10,22%	3,83%	3,13%	2,78%	13,33%	0,00%	12,50%	8,45%	7,09%	8,63%	6,21%
		4	8,29%	9,68%	7,03%	9,23%	8,96%	9,57%	6,71%	7,03%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	7,56%	9,42%	5,65%
		5	9,54%	10,51%	8,66%	16,92%	9,96%	11,74%	7,03%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	9,92%	10,70%	5,08%	0,00%
		nr	20,99%	20,89%	21,33%	20,00%	17,13%	16,30%	27,16%	30,47%	36,11%	60,00%	100,00%	50,00%	33,80%	26,30%	15,97%	13,56%
27	Guardare siti porno	0	7,11%	10,79%	3,76%	3,08%	8,17%	7,61%	6,07%	8,59%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	7,24%	6,87%	6,78%	33,33%
		1	8,62%	11,07%	6,40%	4,62%	10,16%	9,57%	7,67%	4,69%	8,33%	0,00%	0,00%	2,82%	6,46%	11,18%	10,17%	0,00%
		2	40,00%	21,44%	56,96%	40,00%	38,45%	35,22%	45,69%	49,22%	50,00%	26,67%	0,00%	12,50%	45,07%	38,27%	41,53%	41,24%
		3	9,54%	15,21%	4,39%	9,23%	9,36%	14,13%	5,75%	4,69%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	2,82%	10,24%	8,95%	11,86%
		4	6,91%	11,34%	2,89%	7,69%	8,57%	9,35%	3,51%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	6,61%	7,83%	6,78%	0,00%
		5	6,32%	10,51%	2,51%	10,77%	7,77%	8,04%	3,83%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	5,83%	7,19%	6,78%	0,00%
		nr	21,32%	19,64%	23,09%	24,62%	17,53%	16,09%	27,48%	29,69%	36,11%	66,67%	100,00%	62,50%	36,62%	25,35%	16,45%	16,38%
28	Lavorare	0	11,91%	12,31%	11,54%	4,62%	12,55%	13,70%	12,14%	10,16%	0,00%	6,67%	0,00%	8,45%	11,02%	13,42%	11,30%	33,33%
		1	8,42%	9,13%	7,78%	12,31%	8,96%	8,70%	7,35%	8,59%	2,78%	0,00%	0,00%	11,27%	9,76%	7,67%	5,08%	0,00%
		2	19,74%	14,80%	24,22%	40,00%	27,69%	11,30%	14,06%	15,63%	44,44%	20,00%	0,00%	12,50%	40,85%	24,88%	15,34%	9,04%
		3	11,32%	13,69%	9,16%	10,77%	12,75%	14,13%	7,35%	8,59%	5,56%	0,00%	0,00%	2,82%	9,13%	14,38%	12,43%	0,00%
		4	13,03%	14,52%	11,67%	7,69%	10,56%	14,78%	15,97%	14,06%	8,33%	6,67%	0,00%	4,23%	9,76%	15,97%	18,64%	0,00%
		5	16,84%	17,70%	16,19%	4,62%	10,76%	23,48%	22,68%	14,84%	5,56%	0,00%	0,00%	2,82%	11,65%	19,65%	32,20%	33,33%
		nr	18,55%	17,84%	19,45%	20,00%	16,73%	13,91%	20,45%	28,13%	33,33%	66,67%	100,00%	75,00%	29,58%	23,78%	13,58%	11,30%
29	Chattare per incontrare persone (amici/relazioni)	0	9,54%	10,65%	8,53%	7,69%	8,96%	12,61%	9,27%	5,47%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	8,82%	11,02%	8,47%
		1	9,21%	10,79%	7,78%	4,62%	9,96%	9,13%	9,90%	10,16%	0,00%	6,67%	0,00%	11,27%	8,50%	8,95%	10,73%	33,33%
		2	20,99%	18,26%	23,59%	16,92%	16,93%	16,74%	27,48%	30,47%	50,00%	26,67%	0,00%	12,50%	21,13%	20,79%	21,09%	22,03%
		3	12,43%	14,11%	10,92%	13,85%	12,75%	14,13%	11,82%	8,59%	8,33%	0,00%	0,00%	4,23%	12,91%	13,10%	12,43%	0,00%
		4	14,41%	15,35%	13,55%	13,85%	17,13%	17,61%	8,95%	10,94%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	13,54%	16,29%	12,43%
		5	14,93%	11,76%	17,82%	30,77%	18,33%	16,09%	10,54%	5,47%	2,78%	0,00%	0,00%	19,72%	13,54%	14,54%	20,34%	0,00%
		nr	18,29%	19,09%	17,82%	12,31%	15,94%	13,70%	22,04%	28,91%	33,33%	66,67%	100,00%	50,00%	25,35%	21,89%	15,02%	13,56%
30	Twitter	0	6,38%	8,16%	4,77%	12,31%	4,78%	6,74%	8,31%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	5,67%	6,23%	6,78%	33,33%
		1	8,49%	9,27%	7,78%	9,23%	8,17%	8,48%	9,90%	7,03%	8,33%	0,00%	0,00%	2,82%	8,35%	8,63%	11,30%	0,00%
		2	43,75%	40,66%	46,68%	38,46%	52,19%	41,30%	36,10%	42,97%	47,22%	26,67%	0,00%	25,00%	40,85%	43,15%	45,85%	41,81%
		3	7,17%	8,85%	5,65%	12,31%	5,98%	10,22%	6,07%	2,34%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	6,14%	7,51%	10,17%
		4	5,00%	5,67%	4,39%	1,54%	4,58%	5,00%	7,03%	4,69%	2,78%	0,00%	0,00%	5,63%	3,78%	6,07%	5,08%	33,33%
		5	7,89%	7,47%	8,28%	9,23%	6,77%	10,65%	7,03%	6,25%	2,78%	0,00%	0,00%	4,23%	6,30%	9,42%	10,17%	0,00%
		nr	21,12%	19,92%	22,46%	16,92%	17,53%	17,61%	25,56%	30,47%	33,33%	73,33%	100,00%	50,00%	29,58%	26,61%	16,29%	14,69%

4. Quali sono gli utilizzi che fai di internet?

Si valutino le alternative in base alla frequenza d'uso. (7 di 7)

LEGGENDA

(FR) frequenza | (0) quasi mai | (1) molto raramente | (2) raramente | (3) abbastanza spesso | (4) spesso | (5) quasi sempre | (nr) non risponde

N	Fr	Sesso		Età								Titolo di studio						
		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
31 Facebook	0	8,29%	8,71%	7,90%	12,31%	7,37%	8,70%	9,90%	7,03%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	7,56%	7,67%	11,30%	33,33%
	1	7,70%	8,16%	7,28%	9,23%	7,57%	6,74%	9,90%	8,59%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	11,27%	8,82%	6,71%	5,08%	0,00%
	2	7,96%	8,16%	7,90%	6,15%	2,39%	5,65%	11,18%	22,66%	30,56%	33,33%	0,00%	12,50%	12,68%	8,98%	6,87%	6,78%	0,00%
	3	10,59%	12,17%	9,16%	10,77%	9,56%	11,74%	11,18%	10,94%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	11,18%	10,86%	8,47%	33,33%
	4	16,91%	18,67%	15,31%	10,77%	16,73%	19,35%	15,34%	15,63%	22,22%	6,67%	0,00%	0,00%	9,86%	14,96%	20,13%	16,38%	0,00%
	5	37,17%	31,67%	42,16%	38,46%	46,41%	40,00%	29,39%	20,31%	11,11%	6,67%	0,00%	25,00%	30,99%	34,17%	39,30%	44,07%	0,00%
	nr	11,18%	12,45%	10,29%	12,31%	9,96%	7,83%	13,10%	14,84%	25,00%	53,33%	100,00%	25,00%	15,49%	14,33%	8,47%	7,91%	33,33%
32 Youtube	0	9,08%	10,51%	7,78%	6,15%	7,57%	6,96%	13,10%	15,63%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	8,50%	9,27%	10,17%	66,67%
	1	8,49%	7,88%	9,03%	7,69%	7,17%	5,87%	13,10%	14,84%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	9,86%	9,29%	7,35%	9,04%	0,00%
	2	6,45%	5,67%	7,15%	0,00%	1,59%	5,65%	9,58%	12,50%	38,89%	26,67%	0,00%	12,50%	7,04%	7,40%	5,91%	4,52%	0,00%
	3	12,37%	13,28%	11,67%	15,38%	11,35%	14,57%	13,10%	9,38%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	11,34%	13,10%	15,25%	0,00%
	4	18,22%	19,09%	17,44%	7,69%	18,92%	23,91%	15,65%	8,59%	16,67%	6,67%	0,00%	12,50%	14,08%	15,12%	21,73%	19,21%	0,00%
	5	30,92%	28,49%	33,12%	50,77%	42,03%	32,61%	18,53%	14,06%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	29,58%	30,71%	31,79%	30,51%	0,00%
	nr	14,28%	15,08%	13,80%	12,31%	11,35%	10,43%	16,93%	25,00%	30,56%	60,00%	100,00%	37,50%	21,13%	17,64%	10,86%	11,30%	33,33%
33 Altri social	0	7,76%	8,85%	6,78%	10,77%	7,17%	8,26%	8,95%	6,25%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	6,77%	8,47%	7,91%	33,33%
	1	6,32%	7,33%	5,40%	4,62%	5,18%	5,65%	8,31%	8,59%	11,11%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	7,56%	4,95%	5,08%	33,33%
	2	19,21%	21,99%	16,81%	9,23%	11,16%	20,43%	26,20%	32,81%	22,22%	33,33%	0,00%	37,50%	12,68%	20,00%	19,49%	18,08%	0,00%
	3	8,95%	9,82%	8,16%	9,23%	9,76%	10,22%	7,67%	5,47%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	9,45%	7,99%	12,99%	0,00%
	4	12,57%	12,86%	12,30%	4,62%	16,53%	13,70%	10,86%	5,47%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	11,34%	15,50%	11,30%	0,00%
	5	22,76%	16,60%	28,36%	40,00%	34,26%	23,70%	10,54%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	23,94%	20,16%	24,44%	27,12%	0,00%
	nr	22,24%	22,54%	22,21%	21,54%	15,94%	18,04%	27,48%	36,72%	52,78%	66,67%	100,00%	50,00%	38,03%	24,72%	19,17%	17,51%	33,33%
34 Altro	0	9,54%	2,35%	1,51%	4,62%	1,20%	2,83%	1,92%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	2,05%	1,92%	1,13%	0,00%
	1	9,21%	1,94%	1,63%	1,54%	2,39%	1,74%	1,28%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	2,20%	1,28%	0,56%	33,33%
	2	20,99%	22,82%	24,59%	9,23%	24,50%	26,74%	25,24%	19,53%	8,33%	13,33%	0,00%	37,50%	8,45%	21,42%	28,59%	20,90%	0,00%
	3	12,43%	2,07%	1,51%	0,00%	1,99%	2,61%	1,28%	0,00%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,05%	1,44%	2,82%	0,00%
	4	14,41%	2,07%	1,51%	0,00%	1,99%	2,17%	1,28%	1,56%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,94%	2,24%	3,95%	0,00%
	5	14,93%	2,35%	2,76%	6,15%	3,39%	1,96%	1,92%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	2,36%	1,60%	4,52%	0,00%
	nr	18,29%	66,39%	66,50%	78,46%	64,54%	61,96%	67,09%	74,22%	86,11%	86,67%	100,00%	50,00%	77,46%	68,98%	62,94%	66,10%	66,67%

5. Per quanto tempo utilizzi Internet?

É consentita una sola risposta (1 di 1)

			Sesso			Età							Titolo di studio						
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diplo ma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
1	Non lo utilizzo mai	0,92%	0,83%	1,00%	0,00%	0,60%	0,22%	0,32%	3,13%	0,00%	26,67%	100,00%	25,00%	5,63%	0,63%	0,48%	0,56%	0,00%	
2	1 volta a settimana	0,46%	0,83%	0,13%	0,00%	0,20%	0,00%	0,64%	0,78%	0,00%	20,00%	0,00%	0,00%	2,82%	0,63%	0,00%	0,56%	0,00%	
3	2-3 volte a settimana	1,51%	1,24%	1,76%	1,54%	0,40%	0,43%	2,24%	2,34%	16,67%	13,33%	0,00%	12,50%	2,82%	1,73%	0,96%	1,69%	0,00%	
4	Qualche volta, non quotidianamente	2,11%	2,63%	1,63%	0,00%	0,20%	1,09%	2,24%	7,81%	22,22%	6,67%	0,00%	0,00%	1,41%	3,94%	0,96%	0,00%	0,00%	
5	Quotidianamente fino ad 1 ora	6,05%	4,43%	7,65%	4,62%	2,39%	3,26%	11,50%	17,19%	8,33%	13,33%	0,00%	12,50%	8,45%	8,35%	3,19%	6,78%	33,33%	
6	Quotidianamente fino a 2 ore	10,79%	10,10%	11,42%	9,23%	8,37%	9,78%	15,65%	11,72%	16,67%	6,67%	0,00%	0,00%	14,08%	11,97%	10,54%	6,78%	0,00%	
7	Quotidianamente fino a 3 ore	14,21%	14,25%	14,18%	3,08%	15,74%	13,48%	14,06%	18,75%	11,11%	6,67%	0,00%	25,00%	7,04%	13,23%	16,61%	11,86%	0,00%	
8	Quotidianamente fino a 4 ore	13,09%	15,49%	10,92%	18,46%	13,75%	14,13%	11,82%	8,59%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	11,50%	14,22%	16,95%	33,33%	
9	Quotidianamente fino a 5 ore	9,41%	8,85%	9,91%	12,31%	11,55%	11,30%	7,03%	1,56%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	10,39%	9,42%	9,04%	0,00%	
10	Quotidianamente piu' di 5 ore	32,96%	33,75%	32,25%	43,08%	36,25%	36,09%	28,75%	24,22%	8,33%	6,67%	0,00%	25,00%	35,21%	30,39%	32,75%	42,37%	33,33%	
11	Non saprei	7,96%	6,92%	8,91%	7,69%	9,56%	10,22%	5,43%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	6,93%	10,22%	2,82%	0,00%	
12	Altro	0,20%	0,28%	0,13%	0,00%	0,60%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,16%	0,32%	0,00%	0,00%	

6. Dove solitamente registri o memorizzi le informazioni di cui hai bisogno?

Sono consentite più risposte (1 di 1)

		Sesso			Età								Titolo di studio						
		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diplo ma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
N																			
1	Sul mio telefono	69,34%	68,60%	69,76%	72,31%	79,48%	74,35%	61,02%	43,75%	30,56%	13,33%	0,00%	25,00%	66,20%	65,35%	74,60%	64,41%	33,33%	
2	Le scrivo su un taccuino di carta	20,39%	21,02%	19,82%	7,69%	17,33%	18,48%	23,96%	30,47%	33,33%	26,67%	0,00%	25,00%	16,90%	22,36%	18,21%	22,03%	0,00%	
3	Le scrivo su una agenda di carta	26,32%	20,33%	31,74%	10,77%	25,50%	25,22%	25,24%	33,59%	47,22%	46,67%	0,00%	37,50%	19,72%	23,78%	27,64%	32,77%	33,33%	
4	Le scrivo in un file di testo sul pc	23,49%	30,15%	17,44%	20,00%	20,32%	26,74%	24,92%	24,22%	19,44%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	22,52%	24,44%	28,25%	33,33%	
5	Le scrivo nel mio calendario online	14,28%	14,11%	14,43%	23,08%	10,56%	15,22%	19,49%	11,72%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	15,49%	11,34%	14,38%	24,29%	0,00%	
6	Mi invio una e-mail o salvo un messaggio di testo	19,80%	19,78%	19,82%	7,69%	17,73%	20,22%	24,60%	23,44%	13,89%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	16,22%	21,09%	33,33%	0,00%	
7	Cerco di ricordare a memoria finché non ne ho bisogno	16,71%	19,36%	14,30%	12,31%	18,92%	15,22%	15,02%	13,28%	27,78%	33,33%	0,00%	12,50%	12,68%	19,21%	15,50%	12,99%	0,00%	
8	Registro una nota vocale sul mio telefono	5,13%	5,39%	4,89%	9,23%	4,38%	6,52%	5,11%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	5,67%	5,43%	3,39%	0,00%	
9	Altro	0,99%	1,24%	0,75%	0,00%	0,80%	1,09%	1,60%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,94%	0,64%	2,82%	0,00%	

7. Dopo un intenso utilizzo di tecnologia o di internet nell'ultimo anno ti è capitato di trovarti in una o più di queste condizioni?

Sono consentite più risposte (1 di 3)

N		Sesso		Età								Titolo di studio						
		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diplo ma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
1	Ho avuto impossibilità di accedere/capire/fare un uso dell'informazione necessaria	16,58%	15,91%	17,19%	10,77%	17,73%	18,91%	12,46%	21,09%	8,33%	0,00%	0,00%	37,50%	11,27%	17,01%	16,77%	15,25%	33,33%
2	Ho avuto malumori ed irritabilità	2,50%	2,63%	2,38%	1,54%	2,79%	3,48%	1,28%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,36%	2,88%	2,82%	0,00%
3	Ho avuto un miglioramento della memoria	0,79%	0,83%	0,75%	1,54%	1,00%	0,65%	0,96%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	0,00%	1,10%	0,64%	0,00%	0,00%
4	Ho avuto ansia e dubbi su di me	8,68%	8,30%	9,03%	9,23%	12,35%	9,78%	4,79%	2,34%	0,00%	6,67%	0,00%	25,00%	5,63%	7,87%	9,11%	10,17%	33,33%
5	Ho sofferto di insonnia	16,84%	14,94%	18,57%	12,31%	22,71%	16,96%	15,65%	4,69%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	16,69%	17,09%	20,34%	0,00%
6	Sono andato in confusione e in frustrazione	6,38%	8,02%	4,89%	4,62%	8,37%	7,83%	3,83%	2,34%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	6,30%	6,39%	7,91%	0,00%
7	Ho avuto problemi di memoria	0,66%	0,55%	0,75%	1,54%	0,20%	0,00%	2,56%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	0,00%	0,63%	0,48%	1,13%	0,00%
8	Ho avuto dolori di stomaco e mal di testa	8,36%	7,19%	9,41%	10,77%	9,36%	9,78%	7,99%	1,56%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	8,03%	8,47%	9,04%	33,33%
9	Ho avuto dimenticanze	9,93%	10,79%	9,16%	16,92%	12,75%	9,78%	6,07%	5,47%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	10,55%	8,95%	11,30%	0,00%
10	Sono alla ricerca irrefrenabile e compulsiva di informazioni e notizie sul web	8,62%	9,41%	7,90%	7,69%	9,96%	11,09%	6,07%	3,91%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	5,98%	10,70%	12,43%	0,00%
11	Controllo ossessivamente la casella e-mail	10,59%	10,93%	10,29%	7,69%	10,76%	13,26%	8,31%	9,38%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	7,04%	6,30%	14,22%	14,69%	0,00%
12	Ho problemi di concentrazione	16,78%	14,38%	18,95%	15,38%	28,09%	14,35%	8,95%	6,25%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	16,54%	18,85%	14,69%	33,33%
13	Controllo e monitoro costantemente i social media	25,26%	24,07%	26,35%	21,54%	35,06%	25,65%	18,21%	12,50%	5,56%	6,67%	0,00%	25,00%	22,54%	22,68%	28,12%	25,42%	33,33%
14	Non sono mai abbastanza informato	5,86%	6,64%	5,14%	6,15%	7,77%	5,65%	4,79%	3,13%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	4,23%	6,14%	5,59%	6,78%	0,00%
15	Ho la sensazione che mi lascio scappare qualche notizia di vitale importanza	6,71%	7,19%	6,27%	10,77%	6,77%	6,09%	6,07%	8,59%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	6,30%	6,55%	8,47%	33,33%
16	Faccio ricerche sui miei problemi di salute veri o presunti in base ai sintomi presunti o reali che avverto	14,21%	10,10%	17,94%	15,38%	17,13%	13,70%	11,50%	14,06%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	12,68%	16,06%	13,58%	10,73%	0,00%
17	Ho avuto preoccupazione e inquietudine per internet	3,95%	4,01%	3,89%	0,00%	5,38%	4,35%	2,56%	3,91%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	3,15%	4,79%	4,52%	0,00%

7. Dopo un intenso utilizzo di tecnologia o di internet nell'ultimo anno ti è capitato di trovarti in una o più di queste condizioni?

Sono consentite più risposte (2 di 3)

N		Sesso			Età							Titolo di studio						
		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
18	Ho avuto necessità di aumentare il tempo speso collegato ad internet per raggiungere lo stesso grado di soddisfazione precedente	2,24%	2,90%	1,63%	7,69%	2,59%	2,17%	1,28%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	2,36%	2,24%	1,69%	0,00%
19	Ho ripetuto sforzi per limitare l'uso di internet	7,89%	6,64%	9,03%	4,62%	11,75%	8,04%	5,75%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	6,30%	9,90%	9,04%	0,00%
20	Ho provato irritabilità, depressione o instabilità emotiva quando l'uso di internet mi viene limitato	3,88%	3,04%	4,64%	9,23%	4,78%	4,13%	2,56%	0,78%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	8,45%	3,46%	3,83%	3,39%	0,00%
21	Ho passato online più tempo di quanto precedentemente stabilito	13,95%	14,66%	13,30%	15,38%	17,13%	14,13%	12,14%	8,59%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	9,86%	14,33%	13,58%	15,25%	33,33%
22	Ho messo a repentaglio lavoro o relazioni importanti per passare del tempo su internet	2,24%	2,77%	1,76%	0,00%	1,00%	3,91%	2,56%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	2,05%	2,72%	1,13%	33,33%
23	Ho mentito ad altre persone circa il tempo che si passa su internet	1,97%	2,35%	1,63%	6,15%	1,99%	2,17%	1,60%	0,00%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	1,10%	2,24%	2,26%	0,00%
24	Ho utilizzato internet come strumento di regolazione delle emozioni negative quali il senso di solitudine e la tristezza	6,58%	5,81%	7,28%	9,23%	9,16%	6,09%	3,83%	5,47%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	7,87%	5,11%	7,34%	0,00%
24	Perdo il senso del tempo eccedendo nell'uso di internet	15,72%	15,08%	16,31%	13,85%	22,51%	16,74%	9,90%	4,69%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	15,49%	15,75%	15,97%	15,82%	0,00%
26	Ho provato rabbia, tensione e/o depressione a causa dell'astinenza da internet	2,57%	2,35%	2,76%	1,54%	1,39%	3,70%	4,15%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	0,00%	2,83%	2,40%	2,82%	0,00%
27	Ho avuto una vita sociale limitata e tendenza a comportamenti aggressivi, litigiosi, tendenza a mentire	1,38%	1,80%	1,00%	3,08%	1,39%	1,74%	0,96%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	1,26%	1,60%	0,56%	0,00%
28	Ho bisogno di trascorrere un tempo sempre maggiore navigando in rete per sentirmi soddisfatto/a	1,84%	2,21%	1,51%	1,54%	1,39%	2,17%	2,24%	1,56%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,20%	1,92%	1,13%	0,00%
29	Ho mentito ai miei familiari o ai miei terapeuti riguardo l'uso di internet	0,66%	0,83%	0,50%	4,62%	0,40%	0,87%	0,32%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	0,16%	0,96%	0,00%	0,00%

7. Dopo un intenso utilizzo di tecnologia o di internet nell’ultimo anno ti è capitato di trovarti in una o più di queste condizioni?

Sono consentite più risposte (3 di 3)

		Sesso			Età							Titolo di studio						
N		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diplo ma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
30	Ho continuato a utilizzare Internet nonostante la consapevolezza di problemi fisici, sociali, lavorativi o psicologici recati dalla rete	3,88%	4,15%	3,64%	12,31%	4,58%	2,39%	4,15%	2,34%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	12,68%	3,62%	3,04%	4,52%	0,00%
31	Nessuna di queste	24,08%	25,17%	23,09%	18,46%	14,14%	20,87%	32,91%	40,63%	61,11%	60,00%	100,00%	50,00%	23,94%	25,35%	23,16%	22,03%	0,00%
32	Altro	0,33%	0,55%	0,13%	0,00%	0,40%	0,22%	0,64%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,47%	0,00%	1,13%	0,00%

8. Hai sofferto o soffri di dipendenza da:

Sono consentite più risposte (1 di 1)

N		Totale	Sesso		Età								Titolo di studio					
			M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diplo ma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
1	MMORPG o giochi di ruolo online	2,50%	0,83%	0,00%	3,08%	0,40%	0,43%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	0,63%	0,16%	0,00%	0,00%
2	Trading finanziario online	0,59%	0,28%	0,00%	0,00%	0,20%	0,22%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,16%	0,56%	0,00%
3	Shopping compulsivo online	5,33%	1,80%	3,14%	1,54%	3,19%	2,39%	3,19%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,52%	3,19%	1,13%	0,00%
4	Net gaming o gioco d'azzardo online	2,57%	0,83%	0,50%	0,00%	0,60%	0,65%	0,96%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	0,79%	0,48%	0,00%	0,00%
5	Cyberporn addiction	2,30%	1,24%	0,13%	0,00%	0,60%	1,09%	0,32%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,31%	1,28%	0,00%	0,00%
6	Information overload addiction o sovraccarico cognitivo (inibizione delle capacità di attenzione e di valutazione delle informazioni)	2,76%	1,94%	0,88%	3,08%	0,80%	1,30%	2,24%	0,78%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,73%	1,44%	0,56%	0,00%
7	Social network addiction	12,76%	12,31%	13,17%	16,92%	15,94%	15,65%	8,31%	3,91%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	14,08%	10,39%	15,18%	11,86%	33,33%
8	Chat addiction	7,24%	5,81%	7,78%	16,92%	9,16%	7,17%	4,15%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	6,46%	7,99%	1,69%	0,00%
9	CyberSex addiction	1,32%	1,80%	0,88%	1,54%	1,59%	1,09%	0,96%	0,78%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	1,41%	1,10%	1,28%	1,69%	0,00%
10	Nessuna di queste	66,64%	63,62%	69,01%	46,15%	60,16%	63,04%	73,48%	83,59%	88,89%	86,67%	0,00%	50,00%	63,38%	68,35%	63,26%	72,32%	33,33%
11	Altro	0,07%	0,55%	0,25%	0,00%	0,20%	0,43%	0,96%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,16%	0,00%	2,26%	33,33%

9. Quali fonti di informazione utilizzi?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di accesso alle fonti. (1 di 7)

LEGGENDA

(FR) frequenza | (0) quasi mai | (1) molto raramente | (2) raramente | (3) abbastanza spesso | (4) spesso | (5) quasi sempre | (nr) non risponde

N		Fr	Sesso		Età								Titolo di studio						
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
1	TV nazionali pubbliche	0	6,45%	8,58%	4,52%	6,15%	6,57%	7,39%	7,35%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	5,98%	6,87%	7,91%	0,00%
		1	10,59%	11,07%	10,16%	10,77%	10,36%	10,43%	11,82%	10,94%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	11,27%	10,39%	11,34%	9,04%	0,00%
		2	9,08%	8,44%	9,66%	9,23%	9,16%	8,26%	12,14%	6,25%	5,56%	0,00%	0,00%	25,00%	12,68%	9,76%	7,35%	10,73%	0,00%
		3	15,72%	17,98%	13,68%	13,85%	17,53%	19,57%	10,54%	13,28%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	14,49%	16,93%	18,08%	33,33%
		4	16,12%	15,77%	16,44%	16,92%	17,33%	15,00%	16,61%	15,63%	13,89%	6,67%	0,00%	0,00%	7,04%	15,59%	16,61%	20,90%	0,00%
		5	27,89%	24,90%	30,61%	24,62%	25,70%	26,09%	29,07%	34,38%	47,22%	33,33%	0,00%	37,50%	26,76%	27,87%	29,07%	24,86%	0,00%
		nr	13,95%	13,28%	14,93%	18,46%	13,35%	13,26%	12,46%	16,41%	22,22%	53,33%	100,00%	37,50%	26,76%	15,91%	11,82%	8,47%	66,67%
2	TV nazionali private	0	8,49%	10,24%	6,90%	6,15%	6,77%	11,74%	9,27%	4,69%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	7,87%	9,58%	8,47%	0,00%
		1	10,72%	10,51%	10,92%	10,77%	9,96%	10,65%	12,78%	12,50%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	9,45%	11,34%	13,56%	0,00%
		2	15,79%	14,66%	16,81%	18,46%	21,12%	16,09%	11,50%	7,81%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	19,72%	15,91%	15,34%	15,82%	0,00%
		3	13,29%	14,52%	12,17%	7,69%	16,33%	13,48%	10,54%	12,50%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	12,28%	14,06%	18,08%	0,00%
		4	14,21%	15,63%	12,92%	13,85%	12,55%	14,57%	17,25%	14,06%	11,11%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	13,23%	14,38%	19,77%	33,33%
		5	15,79%	15,08%	16,44%	15,38%	13,55%	13,70%	17,57%	17,97%	41,67%	33,33%	0,00%	12,50%	14,08%	16,54%	16,61%	11,30%	0,00%
		nr	21,51%	19,36%	23,84%	27,69%	19,72%	19,78%	21,09%	30,47%	27,78%	60,00%	100,00%	50,00%	38,03%	24,72%	18,69%	12,99%	66,67%
3	TV regionali	0	9,67%	10,51%	8,91%	6,15%	10,56%	9,35%	10,86%	7,81%	2,78%	13,33%	0,00%	0,00%	4,23%	7,87%	11,66%	11,86%	0,00%
		1	12,11%	15,08%	9,41%	9,23%	11,55%	12,39%	13,42%	14,06%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	19,72%	11,18%	11,98%	13,56%	0,00%
		2	17,57%	19,36%	15,93%	26,15%	19,72%	21,09%	13,42%	7,81%	5,56%	0,00%	0,00%	25,00%	21,13%	16,06%	17,89%	20,34%	0,00%
		3	15,72%	15,08%	16,31%	16,92%	17,93%	16,30%	12,78%	14,84%	5,56%	13,33%	0,00%	12,50%	8,45%	15,28%	16,93%	15,82%	33,33%
		4	11,71%	11,20%	12,17%	9,23%	12,95%	11,96%	10,22%	10,16%	13,89%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	10,24%	11,82%	18,64%	0,00%
		5	12,43%	9,96%	14,68%	9,23%	9,56%	11,96%	15,97%	13,28%	33,33%	0,00%	0,00%	25,00%	5,63%	14,02%	13,26%	6,78%	0,00%
		nr	20,59%	18,81%	22,58%	23,08%	17,73%	16,96%	23,32%	32,03%	33,33%	60,00%	100,00%	37,50%	32,39%	25,35%	16,45%	12,99%	66,67%
4	TV provinciali/ locali	0	10,00%	9,96%	10,04%	6,15%	9,76%	12,61%	8,63%	7,81%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	1,41%	9,61%	11,18%	11,30%	0,00%
		1	11,45%	13,55%	9,54%	10,77%	11,35%	11,52%	11,50%	14,84%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	14,08%	10,39%	11,34%	14,12%	33,33%
		2	28,16%	30,57%	25,97%	27,69%	32,47%	30,43%	23,00%	19,53%	22,22%	13,33%	0,00%	12,50%	28,17%	24,09%	29,71%	38,42%	0,00%
		3	9,61%	9,82%	9,41%	13,85%	11,55%	8,70%	8,31%	8,59%	5,56%	0,00%	0,00%	25,00%	8,45%	8,82%	10,54%	9,04%	0,00%
		4	6,97%	6,78%	7,15%	6,15%	7,37%	8,04%	6,39%	3,13%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	2,82%	7,09%	7,67%	6,21%	0,00%
		5	6,45%	5,26%	7,53%	6,15%	5,98%	5,87%	7,35%	5,47%	19,44%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	8,35%	6,23%	1,13%	0,00%
		nr	27,17%	24,07%	30,36%	29,23%	21,51%	22,83%	34,82%	40,63%	38,89%	66,67%	100,00%	37,50%	40,85%	31,65%	23,32%	19,77%	66,67%
5	Radio nazionali	0	8,75%	10,24%	7,40%	9,23%	10,16%	8,26%	8,63%	6,25%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	8,66%	9,90%	6,78%	0,00%
		1	10,72%	11,89%	9,66%	6,15%	10,56%	11,74%	11,18%	11,72%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	10,39%	11,34%	12,43%	0,00%
		2	17,24%	16,04%	18,32%	29,23%	19,72%	16,74%	15,02%	7,81%	27,78%	0,00%	0,00%	25,00%	23,94%	18,27%	15,65%	16,38%	0,00%
		3	13,55%	13,83%	13,30%	15,38%	17,33%	13,48%	11,50%	6,25%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	13,39%	13,42%	17,51%	0,00%
		4	12,76%	12,45%	13,05%	16,92%	12,55%	12,39%	13,10%	14,06%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	12,28%	13,90%	11,86%	33,33%
		5	14,61%	15,35%	13,93%	1,54%	9,76%	16,96%	17,57%	24,22%	13,89%	13,33%	0,00%	12,50%	8,45%	11,34%	17,41%	19,77%	0,00%
		nr	22,17%	20,19%	24,34%	21,54%	19,92%	20,43%	23,00%	29,69%	33,33%	73,33%	100,00%	50,00%	39,44%	25,67%	18,37%	15,25%	66,67%

9. Quali fonti di informazione utilizzi?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di accesso alle fonti. (2 di 7)

LEGGENDA

(FR) frequenza | (0) quasi mai | (1) molto raramente | (2) raramente | (3) abbastanza spesso | (4) spesso | (5) quasi sempre | (nr) non risponde

		Sesso				Età							Titolo di studio						
N		Fr	Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
6	Radio regionali	0	10,13%	10,79%	9,54%	13,85%	10,56%	12,17%	9,27%	3,13%	2,78%	13,33%	0,00%	12,50%	7,04%	7,87%	12,46%	11,30%	0,00%
		1	11,05%	13,28%	9,03%	10,77%	9,36%	11,74%	13,42%	12,50%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	8,45%	10,55%	11,50%	12,43%	0,00%
		2	26,84%	28,22%	25,60%	36,92%	31,08%	27,61%	20,77%	18,75%	33,33%	0,00%	0,00%	12,50%	32,39%	27,72%	24,44%	31,07%	0,00%
		3	10,99%	10,37%	11,54%	6,15%	14,54%	8,70%	9,90%	11,72%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	10,39%	12,30%	11,86%	33,33%
		4	9,67%	8,30%	10,92%	7,69%	9,76%	11,09%	10,54%	5,47%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	8,82%	11,50%	7,91%	0,00%
		5	6,18%	6,22%	6,15%	1,54%	4,18%	7,17%	7,99%	8,59%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	6,46%	5,91%	6,78%	0,00%
		nr	24,93%	22,82%	27,23%	23,08%	20,52%	21,52%	28,12%	39,84%	44,44%	73,33%	100,00%	50,00%	38,03%	28,19%	21,88%	18,64%	66,67%
7	Radio provinciali/ locali	0	10,20%	10,37%	10,04%	9,23%	11,35%	10,43%	9,90%	8,59%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	2,82%	9,13%	12,30%	10,17%	0,00%
		1	11,18%	13,55%	9,03%	7,69%	11,35%	13,26%	10,54%	10,16%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	10,71%	12,94%	9,04%	33,33%
		2	30,92%	32,78%	29,23%	35,38%	35,46%	31,52%	24,60%	23,44%	41,67%	13,33%	0,00%	12,50%	32,39%	28,03%	30,19%	44,63%	0,00%
		3	8,42%	7,33%	9,41%	9,23%	10,76%	8,26%	5,11%	7,81%	8,33%	6,67%	0,00%	12,50%	7,04%	8,35%	9,11%	6,78%	0,00%
		4	5,79%	5,67%	5,90%	4,62%	5,78%	7,17%	5,11%	3,13%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	5,98%	5,91%	5,08%	0,00%
		5	5,20%	4,70%	5,65%	0,00%	3,19%	5,87%	8,95%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	2,82%	5,51%	5,59%	3,39%	0,00%
		nr	28,09%	25,59%	30,74%	33,85%	22,11%	23,48%	35,78%	40,63%	44,44%	66,67%	100,00%	62,50%	43,66%	32,28%	23,96%	20,90%	66,67%
8	Free Press	0	9,54%	11,20%	8,03%	6,15%	10,36%	12,17%	6,07%	8,59%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	4,23%	8,19%	11,66%	9,04%	33,33%
		1	9,14%	10,24%	8,16%	6,15%	9,36%	9,13%	11,18%	7,81%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	10,24%	8,95%	9,04%	0,00%
		2	34,61%	32,92%	36,14%	41,54%	38,84%	33,70%	29,07%	30,47%	47,22%	13,33%	0,00%	37,50%	42,25%	33,07%	35,30%	35,03%	0,00%
		3	9,93%	11,07%	8,91%	9,23%	10,36%	11,30%	9,58%	6,25%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	1,41%	8,66%	10,86%	14,69%	0,00%
		4	6,12%	5,81%	6,40%	6,15%	5,98%	7,39%	6,39%	3,13%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	1,41%	5,04%	8,15%	5,08%	0,00%
		5	2,04%	2,35%	1,76%	0,00%	1,79%	2,61%	2,24%	1,56%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,73%	2,24%	3,39%	0,00%
		nr	28,42%	26,42%	30,61%	30,77%	23,31%	23,70%	35,46%	42,19%	38,89%	66,67%	100,00%	50,00%	47,89%	33,07%	22,84%	23,73%	66,67%
9	Quotidiani nazionali	0	9,01%	10,10%	8,03%	13,85%	7,57%	10,22%	10,54%	3,91%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	8,35%	9,90%	10,17%	0,00%
		1	11,78%	13,00%	10,66%	9,23%	12,15%	10,22%	14,70%	13,28%	5,56%	0,00%	0,00%	25,00%	9,86%	11,97%	12,14%	10,17%	0,00%
		2	16,58%	13,97%	18,95%	26,15%	21,51%	15,22%	12,46%	10,16%	8,33%	6,67%	0,00%	12,50%	25,35%	18,43%	15,18%	11,86%	0,00%
		3	16,18%	17,70%	14,81%	13,85%	18,92%	17,17%	13,10%	14,84%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	16,22%	15,18%	23,73%	0,00%
		4	11,97%	13,42%	10,66%	7,69%	10,96%	14,78%	11,82%	10,16%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	9,61%	13,58%	18,64%	33,33%
		5	12,57%	13,00%	12,17%	6,15%	9,56%	12,39%	12,78%	19,53%	36,11%	20,00%	0,00%	12,50%	5,63%	9,92%	15,50%	14,69%	0,00%
		nr	21,71%	18,81%	24,72%	23,08%	19,32%	20,00%	24,60%	28,13%	25,00%	60,00%	100,00%	50,00%	42,25%	25,51%	18,53%	10,73%	66,67%
10	Quotidiani regionali	0	11,45%	13,42%	9,66%	13,85%	11,55%	10,87%	12,14%	10,16%	11,11%	6,67%	0,00%	0,00%	4,23%	10,08%	13,10%	14,12%	0,00%
		1	11,45%	12,72%	10,29%	6,15%	13,15%	9,57%	14,38%	10,16%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	11,34%	11,66%	12,43%	0,00%
		2	24,14%	22,82%	25,35%	32,31%	28,29%	25,00%	18,85%	17,97%	19,44%	0,00%	0,00%	25,00%	28,17%	22,36%	24,12%	29,38%	0,00%
		3	10,86%	12,03%	9,79%	10,77%	12,35%	13,48%	7,35%	6,25%	2,78%	13,33%	0,00%	0,00%	5,63%	11,18%	11,50%	10,17%	0,00%
		4	10,39%	11,62%	9,28%	6,15%	10,36%	14,13%	6,71%	7,03%	11,11%	13,33%	0,00%	0,00%	7,04%	8,66%	12,14%	11,86%	33,33%
		5	5,66%	4,98%	6,27%	4,62%	3,19%	4,57%	9,27%	7,81%	13,89%	13,33%	0,00%	12,50%	4,23%	5,98%	5,11%	6,78%	0,00%
		nr	25,86%	22,41%	29,36%	26,15%	21,12%	22,39%	31,31%	40,63%	36,11%	53,33%	100,00%	50,00%	42,25%	30,39%	22,36%	15,25%	66,67%

9. Quali fonti di informazione utilizzi?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di accesso alle fonti. (3 di 7)

LEGGENDA

(FR) frequenza | (0) quasi mai | (1) molto raramente | (2) raramente | (3) abbastanza spesso | (4) spesso | (5) quasi sempre | (nr) non risponde

N		Sesso											Età								Titolo di studio						
		Fr	Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro								
11	Quotidiani provinciali/ locali	0	10,39%	9,96%	10,79%	12,31%	10,16%	11,74%	10,22%	7,03%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	7,04%	9,61%	11,98%	9,04%	33,33%								
		1	11,71%	13,69%	9,91%	6,15%	13,15%	10,87%	13,42%	10,94%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	7,04%	11,34%	12,78%	11,30%	0,00%								
		2	29,28%	28,49%	29,99%	35,38%	34,46%	28,48%	23,00%	24,22%	36,11%	13,33%	0,00%	12,50%	30,99%	26,46%	30,03%	37,29%	0,00%								
		3	9,08%	11,48%	6,90%	4,62%	11,35%	10,65%	6,07%	7,03%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	8,82%	10,06%	9,60%	0,00%								
		4	6,71%	7,33%	6,15%	10,77%	6,18%	8,70%	5,75%	3,13%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	7,09%	5,75%	9,04%	0,00%								
		5	5,46%	5,12%	5,77%	1,54%	2,19%	6,52%	8,95%	6,25%	11,11%	6,67%	0,00%	12,50%	2,82%	5,20%	6,39%	3,95%	0,00%								
		nr	27,17%	23,93%	30,49%	29,23%	22,51%	23,04%	32,59%	41,41%	38,89%	66,67%	100,00%	62,50%	42,25%	31,50%	23,00%	19,77%	66,67%								
12	Periodici nazionali (settimanali/ mensili)	0	10,33%	10,24%	10,41%	4,62%	11,16%	11,52%	11,50%	6,25%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	1,41%	10,24%	9,90%	15,82%	0,00%								
		1	10,72%	10,93%	10,54%	9,23%	11,75%	10,00%	12,14%	7,81%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	10,39%	11,98%	9,60%	0,00%								
		2	25,46%	26,00%	24,97%	36,92%	31,27%	24,35%	20,13%	17,19%	16,67%	13,33%	0,00%	12,50%	30,99%	24,57%	25,88%	25,99%	0,00%								
		3	9,54%	10,10%	9,03%	7,69%	10,16%	11,74%	7,03%	7,03%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	7,40%	11,02%	14,69%	0,00%								
		4	10,33%	11,34%	9,41%	7,69%	8,57%	13,91%	8,63%	9,38%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	9,13%	12,30%	10,73%	33,33%								
		5	6,25%	6,09%	6,40%	3,08%	4,58%	5,00%	8,31%	10,94%	13,89%	13,33%	0,00%	12,50%	5,63%	5,67%	7,19%	5,08%	0,00%								
		nr	27,17%	25,31%	29,23%	30,77%	22,51%	23,48%	32,27%	41,41%	33,33%	66,67%	100,00%	62,50%	47,89%	32,60%	21,73%	18,08%	66,67%								
13	Periodici regionali (settimanali/ mensili)	0	9,93%	10,10%	9,79%	6,15%	11,55%	11,09%	8,95%	7,81%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	9,76%	10,38%	12,99%	0,00%									
		1	10,59%	9,96%	11,17%	7,69%	12,15%	10,87%	11,18%	4,69%	11,11%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	9,92%	11,50%	11,86%	0,00%								
		2	34,80%	36,93%	32,87%	43,08%	40,44%	34,13%	27,48%	31,25%	33,33%	13,33%	0,00%	12,50%	36,62%	32,44%	35,14%	42,94%	0,00%								
		3	6,58%	7,61%	5,65%	4,62%	6,37%	8,26%	5,75%	5,47%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	6,14%	7,35%	5,65%	33,33%								
		4	4,80%	5,53%	4,14%	4,62%	4,58%	5,65%	3,83%	3,91%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	4,23%	5,04%	4,63%	5,08%	0,00%								
		5	4,14%	3,60%	4,64%	1,54%	1,99%	5,43%	6,39%	4,69%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	3,78%	5,43%	1,69%	0,00%								
		nr	28,95%	26,28%	31,74%	32,31%	22,91%	24,57%	36,42%	42,19%	44,44%	73,33%	100,00%	50,00%	46,48%	32,91%	25,56%	19,77%	66,67%								
14	Periodici provinciali/ locali (settimanali/ mensili)	0	9,61%	9,96%	9,28%	13,85%	9,96%	11,96%	6,71%	7,81%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	9,13%	10,54%	10,73%	33,33%								
		1	10,53%	9,54%	11,42%	9,23%	10,96%	10,22%	12,46%	6,25%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	8,66%	12,78%	11,30%	0,00%								
		2	36,84%	39,28%	34,63%	36,92%	42,23%	36,96%	30,35%	32,81%	36,11%	20,00%	0,00%	25,00%	32,39%	35,59%	36,90%	44,07%	0,00%								
		3	6,18%	7,75%	4,77%	4,62%	6,97%	7,39%	4,47%	4,69%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	4,23%	6,30%	6,23%	6,78%	0,00%								
		4	5,33%	4,84%	5,77%	4,62%	3,98%	7,17%	5,75%	3,13%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	2,82%	4,57%	6,23%	5,65%	0,00%								
		5	2,50%	2,35%	2,63%	0,00%	1,99%	2,39%	4,47%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	2,82%	2,68%	2,72%	0,56%	0,00%								
		nr	28,82%	26,28%	31,49%	30,77%	23,90%	23,91%	35,78%	42,97%	41,67%	66,67%	100,00%	50,00%	47,89%	33,07%	24,60%	20,90%	66,67%								
15	Portali di informazione online	0	7,43%	8,58%	6,40%	7,69%	7,37%	6,30%	10,22%	7,03%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	7,87%	7,51%	9,04%	0,00%								
		1	8,16%	8,02%	8,28%	6,15%	6,77%	8,04%	9,58%	10,16%	16,67%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	9,92%	6,07%	10,17%	0,00%								
		2	10,72%	9,68%	11,67%	10,77%	11,16%	8,91%	8,95%	11,72%	33,33%	20,00%	0,00%	12,50%	16,90%	12,60%	9,42%	6,21%	0,00%								
		3	15,99%	17,43%	14,68%	16,92%	18,73%	16,52%	13,74%	13,28%	0,00%	13,33%	0,00%	12,50%	12,68%	14,33%	17,41%	18,64%	0,00%								
		4	17,89%	19,23%	16,69%	21,54%	20,32%	21,30%	14,70%	5,47%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	15,43%	19,97%	23,73%	33,33%								
		5	16,84%	16,32%	17,31%	13,85%	16,14%	18,91%	17,57%	16,41%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	14,80%	18,85%	20,34%	0,00%								
		nr	22,76%	20,75%	24,97%	23,08%	19,52%	20,00%	25,24%	35,94%	30,56%	66,67%	100,00%	50,00%	46,48%	25,04%	20,77%	11,86%	66,67%								

9. Quali fonti di informazione utilizzi?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di accesso alle fonti. (4 di 7)

LEGGENDA

(FR) frequenza | (0) quasi mai | (1) molto raramente | (2) raramente | (3) abbastanza spesso | (4) spesso | (5) quasi sempre | (nr) non risponde

N		Sesso										Età								Titolo di studio					
		Fr	Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro						
16	Portali di informazione locale online	0	9,21%	10,24%	8,28%	15,38%	9,36%	10,00%	8,63%	6,25%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	9,29%	9,11%	11,30%	0,00%						
		1	8,49%	9,27%	7,78%	4,62%	8,17%	8,48%	9,27%	10,16%	8,33%	6,67%	0,00%	12,50%	7,04%	9,45%	7,19%	10,17%	0,00%						
		2	17,24%	16,60%	17,82%	16,92%	18,53%	14,57%	15,65%	21,09%	33,33%	20,00%	0,00%	25,00%	18,31%	15,59%	18,05%	19,77%	0,00%						
		3	13,62%	15,21%	12,17%	12,31%	15,94%	16,30%	9,58%	9,38%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	7,04%	11,34%	16,77%	13,56%	33,33%						
		4	16,78%	17,43%	16,19%	16,92%	17,33%	20,65%	14,06%	10,16%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	12,68%	16,38%	17,41%	18,08%	0,00%						
		5	8,36%	7,47%	9,16%	9,23%	9,16%	7,83%	10,54%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	8,50%	8,15%	10,17%	0,00%						
		nr	26,12%	23,79%	28,61%	24,62%	21,51%	22,17%	32,27%	38,28%	41,67%	66,67%	100,00%	50,00%	43,66%	29,45%	23,32%	16,95%	66,67%						
17	Portali di contro/ informazione online	0	10,13%	11,48%	8,91%	9,23%	10,56%	10,00%	10,54%	10,16%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	9,61%	10,54%	12,43%	0,00%						
		1	9,93%	11,34%	8,66%	3,08%	10,36%	11,52%	9,90%	7,03%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	9,29%	10,22%	13,56%	0,00%						
		2	22,63%	20,75%	24,34%	30,77%	23,51%	19,57%	20,45%	28,91%	33,33%	20,00%	0,00%	12,50%	28,17%	23,46%	20,77%	24,29%	33,33%						
		3	12,37%	13,55%	11,29%	10,77%	16,73%	15,22%	7,03%	2,34%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	9,92%	15,02%	13,56%	33,33%						
		4	10,07%	11,89%	8,41%	10,77%	9,56%	12,83%	10,54%	3,13%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	9,45%	11,34%	11,30%	0,00%						
		5	6,84%	6,50%	7,15%	4,62%	6,37%	8,70%	6,07%	7,03%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	6,30%	7,35%	8,47%	0,00%						
		nr	27,83%	24,48%	31,24%	30,77%	22,91%	22,17%	35,46%	41,41%	44,44%	73,33%	100,00%	50,00%	47,89%	31,97%	24,76%	16,38%	33,33%						
18	Portali di contro/ informazione locale online	0	10,20%	11,62%	8,91%	7,69%	10,56%	12,61%	9,27%	6,25%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	2,82%	9,61%	11,98%	9,60%	0,00%						
		1	9,21%	9,96%	8,53%	4,62%	8,17%	11,96%	9,58%	7,81%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	8,66%	9,58%	11,30%	0,00%						
		2	27,50%	26,97%	27,98%	30,77%	28,29%	24,35%	25,88%	34,38%	44,44%	20,00%	0,00%	25,00%	26,76%	25,83%	27,64%	33,90%	0,00%						
		3	10,53%	11,76%	9,41%	12,31%	15,34%	10,65%	7,03%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	9,45%	11,82%	11,86%	33,33%						
		4	8,29%	8,99%	7,65%	10,77%	8,17%	9,57%	7,03%	6,25%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	7,72%	9,27%	7,91%	0,00%						
		5	4,74%	4,29%	5,14%	1,54%	4,38%	6,52%	5,43%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	5,04%	4,47%	5,08%	0,00%						
		nr	29,34%	26,42%	32,37%	32,31%	25,10%	24,35%	35,78%	40,63%	41,67%	73,33%	100,00%	50,00%	49,30%	33,70%	25,24%	20,34%	66,67%						
19	Siti Internet dei partiti	0	9,67%	11,07%	8,41%	3,08%	9,76%	11,96%	8,63%	9,38%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	8,03%	12,78%	7,34%	33,33%						
		1	8,29%	8,44%	8,16%	12,31%	8,96%	8,26%	8,31%	4,69%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	8,66%	7,67%	10,17%	0,00%						
		2	38,75%	39,00%	38,52%	43,08%	42,83%	37,17%	35,78%	35,16%	38,89%	20,00%	0,00%	25,00%	36,62%	37,01%	38,66%	47,46%	0,00%						
		3	6,64%	7,33%	6,02%	4,62%	8,17%	7,39%	5,43%	3,91%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	5,83%	7,83%	6,21%	0,00%						
		4	3,62%	4,98%	2,38%	4,62%	3,78%	4,57%	3,19%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	3,62%	3,51%	5,08%	0,00%						
		5	4,14%	3,32%	4,89%	6,15%	2,79%	6,74%	3,19%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	3,94%	4,95%	3,39%	0,00%						
		nr	28,68%	25,86%	31,62%	26,15%	23,71%	23,91%	35,46%	42,19%	47,22%	80,00%	100,00%	62,50%	46,48%	32,91%	24,60%	20,34%	66,67%						
20	Blog	0	10,92%	12,45%	9,54%	13,85%	11,55%	13,48%	7,67%	6,25%	11,11%	0,00%	0,00%	12,50%	2,82%	9,45%	13,10%	10,73%	66,67%						
		1	11,91%	12,45%	11,42%	10,77%	11,55%	9,35%	17,25%	14,06%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	11,50%	10,86%	17,51%	0,00%						
		2	28,16%	27,80%	28,48%	33,85%	31,67%	24,57%	24,60%	31,25%	38,89%	20,00%	0,00%	25,00%	28,17%	29,29%	26,04%	32,20%	0,00%						
		3	10,26%	11,20%	9,41%	7,69%	11,16%	14,35%	6,07%	6,25%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	9,86%	9,45%	11,66%	9,04%	0,00%						
		4	8,16%	8,58%	7,78%	12,31%	8,57%	10,22%	6,71%	2,34%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	6,77%	10,06%	9,04%	0,00%						
		5	3,82%	3,32%	4,27%	0,00%	3,39%	5,65%	4,47%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	3,15%	4,47%	3,95%	0,00%						
		nr	26,58%	24,20%	29,11%	21,54%	22,11%	22,39%	33,23%	39,06%	41,67%	73,33%	100,00%	50,00%	40,85%	30,39%	23,80%	17,51%	33,33%						

9. Quali fonti di informazione utilizzi?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di accesso alle fonti. (5 di 7)

LEGGENDA

(FR) frequenza | (0) quasi mai | (1) molto raramente | (2) raramente | (3) abbastanza spesso | (4) spesso | (5) quasi sempre | (nr) non risponde

N	Fr	Totale	Sesso		Età								Titolo di studio					
			M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
21 Forum di discussione	0	11,51%	13,28%	9,91%	7,69%	11,55%	15,22%	9,27%	7,03%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	9,61%	14,06%	11,86%	33,33%
	1	10,86%	11,48%	10,29%	7,69%	11,75%	10,43%	11,50%	10,94%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	9,92%	10,70%	16,95%	0,00%
	2	30,33%	29,18%	31,37%	35,38%	33,47%	26,09%	29,07%	32,81%	36,11%	20,00%	0,00%	37,50%	29,58%	30,39%	29,39%	33,90%	0,00%
	3	9,34%	11,48%	7,40%	10,77%	10,36%	12,17%	6,71%	3,91%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	9,61%	9,42%	9,60%	0,00%
	4	5,26%	5,39%	5,14%	4,62%	5,38%	6,74%	4,79%	1,56%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	4,41%	6,07%	7,34%	0,00%
	5	4,80%	4,29%	5,27%	3,08%	3,98%	6,74%	5,11%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	3,94%	6,55%	2,26%	0,00%
	nr	27,70%	24,90%	30,61%	30,77%	23,51%	22,61%	33,55%	40,63%	41,67%	73,33%	100,00%	50,00%	46,48%	32,13%	23,80%	18,08%	66,67%
22 Facebook	0	8,49%	9,82%	7,28%	6,15%	8,57%	10,00%	8,31%	4,69%	5,56%	13,33%	0,00%	0,00%	7,04%	6,77%	9,90%	10,17%	33,33%
	1	8,55%	7,61%	9,41%	4,62%	8,37%	6,74%	13,42%	8,59%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	14,08%	8,19%	7,83%	10,17%	0,00%
	2	9,87%	10,65%	9,16%	10,77%	5,38%	6,74%	12,46%	24,22%	30,56%	20,00%	0,00%	25,00%	11,27%	10,87%	8,31%	10,73%	0,00%
	3	14,93%	15,35%	14,55%	13,85%	16,73%	16,30%	13,42%	8,59%	11,11%	6,67%	0,00%	25,00%	14,08%	14,02%	16,45%	12,99%	0,00%
	4	15,92%	17,84%	14,18%	15,38%	18,13%	20,00%	11,50%	7,81%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	13,23%	18,53%	19,21%	33,33%
	5	23,55%	20,47%	26,35%	32,31%	28,09%	23,91%	20,77%	13,28%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	22,54%	24,72%	22,20%	25,99%	0,00%
	nr	18,49%	18,26%	19,07%	16,92%	14,74%	16,30%	20,13%	32,81%	33,33%	60,00%	100,00%	37,50%	21,13%	22,20%	16,77%	10,73%	33,33%
23 Twitter	0	7,30%	8,99%	5,77%	4,62%	8,37%	8,48%	6,39%	5,47%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	7,09%	8,47%	6,78%	33,33%
	1	6,25%	6,78%	5,77%	3,08%	6,37%	6,52%	7,67%	5,47%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	4,09%	8,15%	7,34%	0,00%
	2	39,87%	38,73%	40,90%	40,00%	45,82%	38,26%	33,55%	37,50%	44,44%	20,00%	0,00%	37,50%	36,62%	40,47%	39,30%	41,81%	0,00%
	3	6,97%	8,02%	6,02%	6,15%	7,57%	8,26%	5,75%	2,34%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	6,61%	6,87%	10,17%	0,00%
	4	4,67%	5,81%	3,64%	9,23%	4,38%	4,57%	5,75%	2,34%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	2,82%	4,41%	4,63%	6,78%	0,00%
	5	7,24%	7,05%	7,40%	6,15%	5,18%	10,22%	8,31%	4,69%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	5,35%	8,95%	9,04%	33,33%
	nr	27,50%	24,62%	30,49%	26,46%	22,31%	23,70%	32,59%	42,19%	38,89%	73,33%	100,00%	50,00%	46,48%	31,97%	23,64%	18,08%	33,33%
24 Youtube	0	10,13%	10,93%	9,41%	7,69%	9,36%	12,83%	10,22%	7,81%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	7,04%	7,72%	12,62%	10,73%	33,33%
	1	10,59%	10,65%	10,54%	6,15%	10,96%	10,00%	12,14%	14,06%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	9,29%	11,98%	10,73%	0,00%
	2	16,84%	16,87%	16,81%	7,69%	14,14%	14,13%	22,04%	21,88%	36,11%	26,67%	0,00%	12,50%	9,86%	16,22%	16,29%	24,29%	0,00%
	3	11,38%	11,62%	11,17%	10,77%	14,94%	12,39%	6,39%	6,25%	16,67%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	10,87%	11,98%	11,30%	33,33%
	4	12,04%	14,94%	9,41%	13,85%	13,94%	14,78%	8,31%	5,47%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	12,60%	12,46%	10,17%	0,00%
	5	15,00%	13,83%	16,06%	32,31%	17,53%	16,30%	11,18%	6,25%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	21,13%	14,96%	14,06%	16,38%	0,00%
	nr	23,82%	21,16%	26,60%	25,38%	19,12%	19,57%	29,71%	38,28%	38,89%	66,67%	100,00%	50,00%	30,99%	28,35%	20,61%	16,38%	33,33%
25 Reddit	0	5,00%	6,36%	3,76%	3,08%	4,38%	7,17%	4,15%	3,91%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	0,00%	5,51%	4,47%	6,21%	33,33%
	1	4,34%	5,39%	3,39%	6,15%	3,19%	6,52%	3,83%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	5,63%	3,31%	5,43%	2,82%	0,00%
	2	53,49%	51,18%	55,58%	47,69%	61,55%	51,96%	47,92%	46,09%	55,56%	20,00%	0,00%	25,00%	43,66%	49,13%	57,03%	62,71%	0,00%
	3	2,70%	4,15%	1,38%	0,00%	2,79%	3,48%	2,24%	2,34%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,68%	3,04%	2,82%	0,00%
	4	2,76%	3,18%	2,38%	10,77%	2,39%	2,61%	2,56%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	3,78%	2,08%	1,69%	0,00%
	5	1,32%	1,80%	0,88%	1,54%	0,60%	1,52%	1,92%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	1,42%	1,12%	1,69%	0,00%
	nr	30,20%	27,94%	32,62%	26,46%	25,10%	26,74%	37,38%	39,84%	41,67%	73,33%	100,00%	37,50%	46,48%	34,17%	26,84%	22,03%	66,67%

9. Quali fonti di informazione utilizzi?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di accesso alle fonti. (6 di 7)

LEGGENDA

(FR) frequenza | (0) quasi mai | (1) molto raramente | (2) raramente | (3) abbastanza spesso | (4) spesso | (5) quasi sempre | (nr) non risponde

N		Fr	Sesso		Età								Titolo di studio						
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
26	4Chan	0	4,80%	5,67%	4,02%	4,62%	4,78%	5,65%	4,47%	3,91%	2,78%	0,00%	0,00%	25,00%	1,41%	5,04%	4,47%	5,65%	0,00%
		1	3,95%	4,43%	3,51%	3,08%	4,58%	4,57%	2,88%	3,13%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	3,46%	4,31%	3,95%	0,00%
		2	55,53%	54,77%	56,21%	55,38%	61,95%	57,83%	46,65%	46,88%	55,56%	20,00%	0,00%	25,00%	47,89%	50,24%	60,06%	63,84%	0,00%
		3	2,11%	2,77%	1,51%	3,08%	1,79%	2,17%	2,88%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	2,20%	2,24%	1,13%	33,33%
		4	2,04%	2,49%	1,63%	6,15%	1,00%	3,04%	2,24%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	2,20%	2,08%	1,13%	0,00%
		5	0,92%	1,11%	0,75%	3,08%	0,40%	0,87%	1,60%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,42%	0,48%	1,13%	0,00%
		nr	30,46%	28,77%	32,37%	258,46%	25,50%	25,87%	39,30%	42,97%	41,67%	73,33%	100,00%	50,00%	40,85%	35,43%	26,36%	23,16%	66,67%
27	Aggregatori di notizie/Motori di ricerca su Internet	0	8,29%	9,41%	7,28%	7,69%	7,17%	9,57%	8,95%	9,38%	0,00%	6,67%	0,00%	25,00%	7,04%	7,87%	8,79%	7,91%	0,00%
		1	8,09%	8,99%	7,28%	3,08%	6,18%	9,57%	9,27%	10,94%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	7,04%	6,61%	8,95%	10,73%	0,00%
		2	24,21%	22,27%	25,97%	21,54%	25,10%	25,22%	23,32%	18,75%	33,33%	20,00%	0,00%	12,50%	25,35%	21,42%	26,84%	25,42%	0,00%
		3	10,99%	12,59%	9,54%	12,31%	14,94%	10,87%	7,67%	3,13%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	10,55%	11,02%	14,12%	0,00%
		4	9,34%	10,24%	8,53%	15,38%	10,56%	11,09%	5,75%	6,25%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	10,71%	7,99%	10,73%	33,33%
		5	10,20%	9,13%	11,17%	13,85%	10,96%	10,00%	9,27%	11,72%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	9,76%	10,86%	12,99%	0,00%
		nr	28,68%	27,39%	30,24%	260,00%	25,10%	23,70%	35,78%	39,84%	41,67%	66,67%	100,00%	50,00%	43,66%	33,07%	25,56%	18,08%	66,67%
28	Passaparola tra amici/conoscenti	0	11,25%	10,37%	12,05%	7,69%	11,16%	12,39%	13,42%	7,03%	5,56%	0,00%	0,00%	25,00%	4,23%	11,34%	11,34%	12,99%	0,00%
		1	10,26%	11,76%	8,91%	7,69%	9,36%	8,70%	14,70%	13,28%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	9,29%	9,90%	14,69%	0,00%
		2	13,55%	14,52%	12,67%	9,23%	10,16%	16,30%	16,61%	10,94%	19,44%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	10,39%	16,77%	15,25%	0,00%
		3	14,93%	16,46%	13,55%	20,00%	17,93%	16,96%	8,63%	11,72%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	16,90%	12,76%	16,45%	16,95%	33,33%
		4	12,89%	13,55%	12,30%	16,92%	16,14%	12,39%	7,99%	9,38%	19,44%	13,33%	0,00%	0,00%	8,45%	13,70%	13,42%	10,73%	0,00%
		5	9,28%	8,02%	10,41%	13,85%	11,95%	9,78%	5,11%	7,03%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	7,04%	11,18%	7,67%	9,04%	0,00%
		nr	27,63%	25,31%	30,11%	258,46%	23,31%	23,48%	33,55%	40,63%	38,89%	80,00%	100,00%	50,00%	40,85%	31,34%	24,44%	20,34%	66,67%
29	Fonti istituzionali (gov.it; regione.it; ...)	0	10,39%	12,31%	8,66%	6,15%	9,76%	13,26%	10,54%	6,25%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	9,92%	11,34%	11,30%	33,33%
		1	8,42%	8,85%	8,03%	4,62%	8,57%	8,26%	9,58%	9,38%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	7,40%	9,74%	9,60%	0,00%
		2	28,95%	27,52%	30,24%	43,08%	36,25%	26,09%	22,04%	19,53%	36,11%	20,00%	0,00%	12,50%	35,21%	28,82%	28,75%	28,81%	0,00%
		3	10,20%	11,48%	9,03%	4,62%	10,76%	12,61%	8,63%	8,59%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	0,00%	8,82%	12,46%	11,30%	0,00%
		4	6,84%	7,75%	6,02%	6,15%	6,18%	8,26%	6,39%	7,03%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	2,82%	5,98%	7,19%	10,73%	0,00%
		5	5,53%	4,43%	6,52%	4,62%	3,19%	6,52%	7,35%	8,59%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	5,35%	5,59%	7,34%	0,00%
		nr	29,47%	27,66%	31,49%	264,62%	25,30%	25,00%	35,46%	40,63%	44,44%	73,33%	100,00%	62,50%	52,11%	33,70%	24,92%	20,90%	66,67%
30	Un/una giornalista in particolare	0	9,14%	10,65%	7,78%	6,15%	8,57%	10,22%	9,58%	9,38%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	8,03%	9,11%	15,25%	0,00%
		1	7,96%	8,71%	7,28%	4,62%	8,76%	8,48%	8,31%	7,03%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	6,46%	9,74%	9,04%	0,00%	
		2	36,58%	34,02%	38,90%	41,54%	42,63%	36,09%	32,59%	25,78%	30,56%	13,33%	0,00%	0,00%	40,85%	35,28%	39,94%	29,94%	0,00%
		3	7,96%	8,71%	7,28%	10,77%	8,37%	9,57%	3,83%	10,16%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	8,82%	6,23%	13,56%	0,00%
		4	4,41%	5,53%	3,39%	3,08%	3,39%	6,74%	3,83%	0,78%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	1,41%	2,83%	5,91%	6,21%	0,00%
		5	3,49%	3,87%	3,14%	1,54%	1,99%	4,35%	4,79%	4,69%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	3,62%	3,04%	4,52%	33,33%
		nr	30,26%	28,49%	32,25%	266,15%	26,29%	24,57%	37,06%	42,19%	44,44%	73,33%	100,00%	62,50%	46,48%	34,96%	26,04%	21,47%	66,67%

9. Quali fonti di informazione utilizzi?

Si valutino le alternative in base alla frequenza di accesso alle fonti. (7 di 7)

LEGGENDA

(FR) frequenza | (0) quasi mai | (1) molto raramente | (2) raramente | (3) abbastanza spesso | (4) spesso | (5) quasi sempre | (nr) non risponde

N	Fr	Sesso			Età								Titolo di studio					
		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
31 Altro	0	1,12%	1,66%	0,63%	0,00%	0,00%	1,52%	0,64%	1,56%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	1,41%	1,10%	1,44%	0,00%	0,00%
	1	1,32%	1,52%	1,13%	0,00%	0,00%	1,52%	1,60%	2,34%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	2,05%	0,48%	1,13%	0,00%
	2	20,07%	18,95%	21,08%	12,31%	0,00%	22,61%	22,04%	10,94%	8,33%	6,67%	0,00%	25,00%	14,08%	19,06%	22,36%	18,08%	0,00%
	3	0,92%	0,83%	1,00%	0,00%	0,00%	0,87%	0,00%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,94%	1,12%	0,56%	0,00%
	4	0,59%	0,83%	0,38%	0,00%	0,00%	0,43%	0,32%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,96%	1,69%	0,00%
	5	0,59%	0,55%	0,63%	6,15%	0,00%	0,22%	0,64%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	2,82%	0,47%	0,32%	0,56%	0,00%
	nr	75,20%	75,66%	75,16%	315,38%	100,00%	72,83%	74,76%	82,81%	86,11%	86,67%	100,00%	50,00%	80,28%	76,38%	73,32%	77,97%	100,00%

10. 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 7)

LEGGENDA

(L) livello di fiducia | (1) nessuna fiducia | (6) molta fiducia | (nr) non risponde

		Sesso										Età								Titolo di studio							
N		L	Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro								
1	TV nazionali pubbliche	1	11,71%	13,55%	10,04%	10,77%	13,75%	11,30%	10,22%	11,72%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	9,13%	14,70%	12,43%	0,00%								
		2	10,20%	11,20%	9,28%	7,69%	8,37%	11,52%	12,78%	9,38%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	11,02%	9,42%	11,30%	0,00%								
		3	10,33%	10,37%	10,29%	9,23%	9,96%	10,87%	13,10%	7,81%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	11,27%	10,39%	10,38%	8,47%	0,00%								
		4	18,82%	18,53%	19,07%	21,54%	19,12%	20,43%	15,97%	17,97%	22,22%	6,67%	0,00%	12,50%	16,90%	18,11%	18,37%	23,73%	33,33%								
		5	14,34%	13,42%	15,18%	9,23%	15,34%	12,83%	15,34%	15,63%	19,44%	6,67%	0,00%	0,00%	9,86%	12,28%	15,18%	21,47%	0,00%								
		6	16,97%	15,35%	18,57%	18,46%	15,74%	17,17%	17,89%	17,19%	16,67%	33,33%	0,00%	25,00%	11,27%	19,21%	17,09%	11,30%	0,00%								
		nr	17,63%	17,57%	17,57%	23,08%	17,73%	15,87%	14,70%	20,31%	25,00%	53,33%	100,00%	37,50%	33,80%	19,84%	14,86%	11,30%	66,67%								
2	TV nazionali private	1	15,79%	16,04%	15,56%	18,46%	18,13%	16,96%	10,86%	14,06%	19,44%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	13,07%	18,05%	20,90%	0,00%								
		2	11,05%	12,03%	10,16%	10,77%	11,55%	10,87%	11,82%	11,72%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	9,61%	12,14%	13,56%	0,00%								
		3	11,84%	13,69%	10,16%	9,23%	12,15%	13,70%	11,18%	10,94%	2,78%	0,00%	0,00%	25,00%	12,68%	10,71%	11,98%	14,69%	0,00%								
		4	14,41%	14,52%	14,30%	13,85%	15,54%	13,70%	15,65%	10,16%	19,44%	0,00%	0,00%	0,00%	14,08%	14,65%	14,22%	15,25%	0,00%								
		5	12,83%	13,69%	12,05%	10,77%	12,15%	13,91%	12,14%	15,63%	13,89%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	11,34%	14,54%	14,12%	33,33%								
		6	9,08%	7,47%	10,54%	9,23%	8,57%	9,35%	8,63%	7,81%	11,11%	33,33%	0,00%	12,50%	7,04%	11,18%	7,99%	6,21%	0,00%								
		nr	25,00%	22,54%	27,23%	27,69%	21,91%	21,52%	29,71%	29,69%	30,56%	66,67%	100,00%	25,00%	42,25%	29,45%	21,09%	15,25%	66,67%								
3	TV regionali	1	14,93%	17,29%	12,80%	12,31%	16,73%	15,22%	12,46%	15,63%	13,89%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	12,44%	17,25%	19,21%	0,00%								
		2	11,32%	12,17%	10,54%	12,31%	9,36%	14,13%	13,10%	8,59%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	9,45%	12,62%	15,25%	0,00%								
		3	11,38%	12,86%	10,04%	12,31%	12,35%	12,83%	10,54%	7,81%	2,78%	0,00%	0,00%	25,00%	16,90%	10,87%	11,02%	11,86%	0,00%								
		4	17,30%	17,84%	16,81%	13,85%	20,12%	17,61%	12,14%	18,75%	25,00%	6,67%	0,00%	12,50%	9,86%	15,91%	18,85%	19,77%	33,33%								
		5	10,79%	8,71%	12,67%	13,85%	12,15%	9,35%	11,82%	6,25%	13,89%	6,67%	0,00%	0,00%	9,86%	10,71%	11,02%	11,30%	0,00%								
		6	8,29%	6,92%	9,54%	4,62%	6,77%	9,57%	8,95%	8,59%	11,11%	13,33%	0,00%	12,50%	5,63%	9,92%	8,15%	3,95%	0,00%								
		nr	25,99%	24,20%	27,60%	30,77%	22,51%	21,30%	30,99%	34,38%	33,33%	66,67%	100,00%	50,00%	40,85%	30,71%	21,09%	18,64%	66,67%								
4	TV provinciali/ locali	1	15,86%	17,15%	14,68%	12,31%	18,33%	17,39%	11,18%	17,19%	11,11%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	12,91%	18,37%	21,47%	0,00%								
		2	12,24%	13,97%	10,66%	15,38%	10,36%	15,22%	11,50%	14,06%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	11,34%	12,46%	16,38%	33,33%								
		3	15,86%	18,53%	13,43%	15,38%	15,34%	15,65%	16,29%	16,41%	22,22%	13,33%	0,00%	12,50%	18,31%	14,65%	15,50%	20,90%	0,00%								
		4	13,42%	12,72%	14,05%	10,77%	17,53%	13,48%	10,22%	6,25%	16,67%	6,67%	0,00%	0,00%	11,27%	12,60%	14,06%	15,25%	0,00%								
		5	8,68%	7,61%	9,66%	12,31%	8,96%	9,35%	9,27%	3,13%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	8,98%	9,74%	5,65%	0,00%								
		6	4,93%	3,04%	6,65%	3,08%	4,38%	4,78%	6,39%	5,47%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	2,82%	5,98%	4,95%	1,69%	0,00%								
		nr	29,01%	26,97%	30,87%	30,77%	25,10%	24,13%	35,14%	37,50%	38,89%	73,33%	100,00%	50,00%	46,48%	33,54%	24,92%	18,64%	66,67%								
5	Radio nazionali	1	13,16%	14,25%	12,17%	9,23%	14,94%	14,57%	11,18%	11,72%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	12,28%	14,86%	12,43%	0,00%								
		2	9,14%	10,10%	8,28%	6,15%	7,97%	12,17%	8,31%	6,25%	11,11%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	9,76%	8,63%	10,73%	0,00%								
		3	10,33%	10,24%	10,41%	10,77%	11,35%	9,78%	11,50%	5,47%	13,89%	0,00%	0,00%	25,00%	11,27%	9,61%	10,54%	11,30%	0,00%								
		4	16,78%	17,70%	15,93%	21,54%	21,71%	16,52%	11,82%	10,94%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	14,96%	18,21%	22,03%	0,00%								
		5	12,89%	13,42%	12,42%	10,77%	12,15%	12,17%	16,29%	13,28%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	12,13%	13,42%	16,38%	33,33%								
		6	10,99%	9,41%	12,42%	6,15%	7,77%	12,39%	12,46%	17,19%	8,33%	20,00%	0,00%	12,50%	8,45%	10,39%	11,66%	11,86%	0,00%								
		nr	26,71%	24,90%	28,36%	35,38%	24,10%	22,39%	28,43%	35,16%	36,11%	73,33%	100,00%	50,00%	49,30%	30,87%	22,68%	15,25%	66,67%								

10. 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. (2 di 7)

LEGGENDA

(L) livello di fiducia | (1) nessuna fiducia | (6) molta fiducia | (nr) non risponde

		Sesso				Età								Titolo di studio						
N		L	Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
6	Radio regionali	1	16,32%	18,81%	14,05%	13,85%	18,73%	18,48%	12,46%	15,63%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	13,86%	18,69%	20,90%	0,00%	
		2	10,33%	11,76%	9,03%	6,15%	8,96%	13,04%	9,27%	10,94%	8,33%	13,33%	0,00%	0,00%	7,04%	8,98%	10,86%	15,25%	0,00%	
		3	13,36%	14,94%	11,92%	16,92%	13,75%	13,70%	12,46%	10,16%	19,44%	6,67%	0,00%	25,00%	14,08%	13,23%	12,30%	16,95%	0,00%	
		4	13,95%	12,45%	15,31%	16,92%	17,53%	12,61%	12,14%	9,38%	13,89%	0,00%	0,00%	12,50%	14,08%	13,39%	14,70%	13,56%	33,33%	
		5	11,25%	10,93%	11,54%	9,23%	11,16%	12,83%	12,78%	7,03%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	11,50%	12,46%	9,04%	0,00%	
		6	4,87%	3,32%	6,27%	3,08%	3,78%	4,13%	6,71%	7,03%	5,56%	13,33%	0,00%	12,50%	4,23%	4,88%	5,11%	3,95%	0,00%	
		nr	29,93%	27,80%	31,87%	33,85%	26,10%	25,22%	34,19%	39,84%	47,22%	66,67%	100,00%	50,00%	47,89%	34,17%	25,88%	20,34%	66,67%	
7	Radio provinciali/ locali	1	15,59%	17,43%	13,93%	9,23%	17,53%	18,48%	13,42%	10,94%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	12,68%	14,17%	17,25%	16,38%	0,00%	
		2	12,37%	14,52%	10,41%	9,23%	11,55%	15,65%	9,90%	14,06%	5,56%	6,67%	0,00%	25,00%	4,23%	10,39%	13,42%	18,64%	33,33%	
		3	15,86%	18,26%	13,68%	21,54%	15,94%	14,57%	15,34%	14,84%	30,56%	13,33%	0,00%	12,50%	15,49%	15,12%	15,34%	20,90%	0,00%	
		4	13,49%	12,31%	14,55%	15,38%	18,33%	12,61%	9,58%	8,59%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	12,76%	13,74%	16,95%	0,00%	
		5	7,11%	5,67%	8,41%	6,15%	8,57%	6,52%	7,99%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	8,35%	7,19%	4,52%	0,00%	
		6	4,93%	4,01%	5,77%	1,54%	3,19%	6,09%	7,03%	4,69%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	1,41%	4,88%	6,23%	1,69%	0,00%	
		nr	30,66%	27,80%	33,25%	36,92%	24,90%	26,09%	36,74%	42,19%	47,22%	66,67%	100,00%	50,00%	52,11%	34,33%	26,84%	20,90%	66,67%	
8	Free Press	1	14,47%	14,94%	14,05%	6,15%	18,33%	14,78%	12,46%	11,72%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	12,91%	16,77%	16,38%	33,33%	
		2	11,64%	13,00%	10,41%	12,31%	10,76%	13,26%	9,27%	16,41%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	7,04%	11,65%	11,02%	16,38%	0,00%	
		3	22,63%	22,96%	22,33%	26,15%	23,51%	21,74%	22,36%	18,75%	33,33%	20,00%	0,00%	37,50%	23,94%	22,68%	21,88%	23,73%	0,00%	
		4	10,99%	10,93%	11,04%	12,31%	12,35%	12,61%	7,99%	7,81%	11,11%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	8,98%	12,30%	15,25%	0,00%	
		5	6,45%	7,05%	5,90%	3,08%	6,18%	9,35%	5,43%	3,13%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	5,51%	8,95%	3,39%	0,00%	
		6	2,04%	1,66%	2,38%	1,54%	2,39%	1,30%	3,51%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	1,57%	2,56%	2,26%	0,00%	
		nr	31,78%	29,46%	33,88%	38,46%	26,49%	26,96%	38,98%	41,41%	41,67%	66,67%	100,00%	50,00%	53,52%	36,69%	26,52%	22,60%	66,67%	
9	Quotidiani nazionali	1	12,30%	14,38%	10,41%	7,69%	12,15%	14,78%	10,86%	13,28%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	10,24%	14,54%	14,12%	0,00%	
		2	9,54%	9,96%	9,16%	3,08%	9,16%	10,43%	10,54%	9,38%	11,11%	0,00%	0,00%	25,00%	5,63%	9,76%	9,58%	9,60%	0,00%	
		3	9,80%	9,41%	10,16%	10,77%	11,35%	8,70%	11,82%	5,47%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	12,68%	9,92%	9,42%	9,60%	0,00%	
		4	17,70%	19,09%	16,44%	15,38%	19,92%	19,78%	14,70%	9,38%	27,78%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	15,12%	19,33%	25,42%	0,00%	
		5	14,01%	14,66%	13,43%	15,38%	15,94%	13,48%	10,54%	17,19%	16,67%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	13,70%	14,70%	16,38%	33,33%	
		6	10,53%	8,44%	12,42%	9,23%	8,57%	10,43%	11,82%	13,28%	13,89%	26,67%	0,00%	12,50%	9,86%	9,45%	11,66%	10,17%	0,00%	
		nr	26,12%	24,07%	27,98%	38,46%	22,91%	22,39%	29,71%	32,03%	25,00%	66,67%	100,00%	50,00%	47,89%	31,81%	20,77%	14,69%	66,67%	
10	Quotidiani regionali	1	14,67%	17,01%	12,55%	7,69%	15,14%	17,17%	12,14%	14,84%	13,89%	6,67%	0,00%	0,00%	7,04%	11,81%	16,29%	22,60%	0,00%	
		2	10,26%	12,31%	8,41%	7,69%	10,36%	11,09%	10,54%	8,59%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	9,92%	11,34%	10,17%	0,00%	
		3	12,24%	12,59%	11,92%	15,38%	13,15%	12,39%	12,14%	9,38%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	16,90%	11,34%	11,50%	16,38%	0,00%	
		4	16,05%	16,74%	15,43%	16,92%	19,52%	17,61%	10,54%	11,72%	13,89%	6,67%	0,00%	0,00%	12,68%	13,39%	17,73%	22,03%	0,00%	
		5	11,18%	9,54%	12,67%	12,31%	12,35%	12,83%	9,27%	6,25%	8,33%	6,67%	0,00%	12,50%	5,63%	11,50%	12,46%	7,91%	33,33%	
		6	6,05%	4,29%	7,65%	7,69%	4,98%	4,57%	8,31%	7,81%	8,33%	13,33%	0,00%	12,50%	7,04%	7,40%	5,43%	2,26%	0,00%	
		nr	29,54%	27,52%	31,37%	32,31%	24,50%	24,35%	37,06%	41,41%	38,89%	60,00%	100,00%	62,50%	45,07%	34,65%	25,24%	18,64%	66,67%	

10. 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. (3 di 7)

LEGGENDA

(L) livello di fiducia | (1) nessuna fiducia | (6) molta fiducia | (nr) non risponde

N	L	Sesso			Età								Titolo di studio						
		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
11	Quotidiani provinciali/ locali	1	15,72%	16,32%	15,18%	7,69%	18,73%	18,04%	13,10%	9,38%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	9,86%	12,76%	17,09%	24,29%	33,33%
		2	11,84%	14,11%	9,79%	10,77%	10,96%	13,70%	10,22%	16,41%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	11,50%	12,14%	15,25%	0,00%
		3	15,13%	17,57%	12,92%	13,85%	15,34%	14,35%	14,70%	16,41%	25,00%	13,33%	0,00%	12,50%	19,72%	14,49%	14,54%	18,08%	0,00%
		4	14,08%	13,42%	14,68%	12,31%	18,13%	15,00%	10,22%	6,25%	16,67%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	11,34%	17,41%	15,82%	0,00%
		5	7,50%	5,95%	8,91%	18,46%	8,57%	6,30%	7,35%	3,91%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	8,82%	6,87%	5,08%	0,00%
		6	5,13%	4,43%	5,77%	4,62%	3,19%	6,30%	6,39%	6,25%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	2,82%	5,83%	5,59%	1,13%	0,00%
		nr	30,59%	28,22%	32,75%	32,31%	25,10%	26,30%	38,02%	41,41%	38,89%	66,67%	100,00%	50,00%	49,30%	35,28%	26,36%	20,34%	66,67%
12	Periodici nazionali (settimanali/ mensili)	1	14,47%	16,32%	12,80%	12,31%	15,34%	16,74%	10,86%	14,84%	11,11%	6,67%	0,00%	12,50%	9,86%	12,76%	16,29%	16,38%	0,00%
		2	9,54%	10,51%	8,66%	1,54%	10,16%	11,74%	8,31%	9,38%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	9,76%	10,06%	9,04%	0,00%
		3	13,09%	13,83%	12,42%	13,85%	15,34%	12,17%	14,06%	7,03%	11,11%	0,00%	0,00%	12,50%	15,49%	13,07%	13,42%	11,30%	0,00%
		4	14,54%	13,28%	15,68%	18,46%	18,53%	13,70%	12,14%	7,81%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	12,28%	15,50%	23,16%	0,00%
		5	11,38%	11,76%	11,04%	7,69%	10,76%	14,13%	8,63%	11,72%	19,44%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	8,98%	14,38%	12,99%	33,33%
		6	6,25%	5,26%	7,15%	7,69%	4,98%	5,22%	7,99%	9,38%	5,56%	13,33%	0,00%	12,50%	9,86%	6,93%	5,43%	5,08%	0,00%
		nr	30,72%	29,05%	32,25%	38,46%	24,90%	26,30%	38,02%	39,84%	38,89%	73,33%	100,00%	50,00%	50,70%	36,22%	24,92%	22,03%	66,67%
13	Periodici regionali (settimanali/ mensili)	1	15,53%	16,46%	14,68%	10,77%	17,33%	17,83%	11,82%	17,19%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	11,27%	11,97%	18,21%	20,90%	0,00%
		2	11,45%	13,42%	9,66%	4,62%	10,76%	14,78%	9,90%	10,94%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	4,23%	11,65%	11,02%	15,25%	0,00%
		3	16,45%	18,53%	14,55%	18,46%	18,33%	15,65%	16,61%	9,38%	25,00%	6,67%	0,00%	12,50%	19,72%	15,75%	17,25%	15,25%	0,00%
		4	13,62%	12,17%	14,93%	16,92%	16,33%	13,91%	11,50%	7,81%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	12,13%	14,86%	18,64%	33,33%
		5	6,05%	5,26%	6,78%	12,31%	6,57%	6,52%	4,15%	5,47%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	7,09%	5,91%	3,39%	0,00%
		6	4,80%	3,46%	6,02%	3,08%	3,78%	4,57%	6,71%	5,47%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	4,88%	5,27%	2,82%	0,00%
		nr	32,11%	30,71%	33,38%	33,85%	26,89%	26,74%	39,30%	43,75%	50,00%	66,67%	100,00%	62,50%	49,30%	36,54%	27,48%	23,73%	66,67%
14	Periodici provinciali/ locali (settimanali/ mensili)	1	15,79%	16,87%	14,81%	7,69%	17,93%	17,61%	13,74%	14,84%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	9,86%	12,13%	18,85%	20,90%	33,33%
		2	12,30%	14,94%	9,91%	4,62%	12,35%	15,00%	10,86%	13,28%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	2,82%	12,13%	12,94%	14,69%	0,00%
		3	18,75%	20,89%	16,81%	21,54%	19,92%	17,61%	17,25%	16,41%	36,11%	13,33%	0,00%	25,00%	21,13%	18,27%	18,21%	21,47%	0,00%
		4	11,51%	10,79%	12,17%	12,31%	13,75%	13,26%	7,99%	7,03%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	7,04%	10,24%	12,30%	15,82%	0,00%
		5	6,25%	4,98%	7,40%	9,23%	6,18%	8,04%	5,43%	2,34%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	6,14%	7,67%	2,26%	0,00%
		6	3,09%	1,66%	4,39%	3,08%	2,99%	1,30%	5,43%	4,69%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	2,82%	4,09%	2,24%	2,26%	0,00%
		nr	32,30%	29,88%	34,50%	41,54%	26,89%	27,17%	39,30%	41,41%	47,22%	66,67%	100,00%	50,00%	50,70%	37,01%	27,80%	22,60%	66,67%
15	Portali di informazione online	1	15,86%	16,04%	15,68%	16,92%	17,13%	17,17%	14,70%	11,72%	8,33%	6,67%	0,00%	12,50%	11,27%	12,76%	17,73%	22,60%	0,00%
		2	9,93%	10,93%	9,03%	3,08%	9,76%	10,65%	9,90%	12,50%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	9,13%	11,02%	11,30%	0,00%
		3	11,58%	11,34%	11,79%	6,15%	13,55%	9,78%	11,50%	9,38%	25,00%	13,33%	0,00%	37,50%	12,68%	12,44%	10,22%	11,86%	0,00%
		4	16,91%	17,70%	16,19%	16,92%	19,32%	19,13%	11,82%	15,63%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	15,91%	17,89%	21,47%	0,00%
		5	11,25%	11,62%	10,92%	12,31%	11,95%	11,96%	12,46%	5,47%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	11,81%	11,66%	9,60%	33,33%
		6	5,72%	4,84%	6,52%	7,69%	3,59%	7,61%	6,39%	7,03%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	5,35%	6,87%	3,39%	0,00%
		nr	28,75%	27,52%	29,86%	36,92%	24,70%	23,70%	33,23%	38,28%	44,44%	66,67%	100,00%	50,00%	50,70%	32,60%	24,60%	19,77%	66,67%

10. 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. (4 di 7)

LEGGENDA

(L) livello di fiducia | (1) nessuna fiducia | (6) molta fiducia | (nr) non risponde

N	L	Sesso			Età								Titolo di studio						
		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
16	Portali di informazione locale online	1	16,05%	16,04%	16,06%	15,38%	18,33%	18,70%	12,46%	10,16%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	11,27%	12,91%	18,53%	21,47%	0,00%
		2	13,09%	14,66%	11,67%	6,15%	12,55%	13,91%	12,14%	18,75%	13,89%	6,67%	0,00%	25,00%	5,63%	11,81%	13,74%	18,08%	0,00%
		3	13,95%	14,94%	13,05%	7,69%	16,33%	11,52%	13,74%	13,28%	27,78%	13,33%	0,00%	25,00%	15,49%	12,91%	13,90%	16,95%	0,00%
		4	13,88%	14,25%	13,55%	13,85%	15,74%	16,30%	11,18%	8,59%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	12,60%	15,50%	16,38%	33,33%
		5	8,82%	8,16%	9,41%	13,85%	8,57%	8,48%	10,86%	6,25%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	10,08%	8,63%	5,65%	0,00%
		6	3,36%	2,63%	4,02%	6,15%	2,39%	5,00%	2,88%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	3,62%	3,19%	2,82%	0,00%
		nr	30,86%	29,32%	32,25%	36,92%	26,10%	26,09%	36,74%	40,63%	41,67%	73,33%	100,00%	50,00%	50,70%	36,06%	26,52%	18,64%	66,67%
17	Portali di contro/informazione online	1	14,80%	15,08%	14,55%	13,85%	20,12%	14,35%	10,22%	8,59%	13,89%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	11,50%	18,85%	15,82%	0,00%
		2	11,58%	11,62%	11,54%	7,69%	12,55%	13,26%	8,63%	14,06%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	10,39%	12,46%	14,69%	0,00%
		3	18,22%	19,50%	17,06%	15,38%	18,92%	15,43%	20,45%	18,75%	30,56%	13,33%	0,00%	37,50%	15,49%	18,90%	16,93%	20,90%	33,33%
		4	13,62%	14,94%	12,42%	10,77%	14,14%	16,09%	11,50%	11,72%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	12,68%	12,60%	13,26%	19,21%	33,33%
		5	6,71%	6,50%	6,90%	13,85%	5,78%	8,48%	7,35%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	7,24%	6,55%	6,21%	0,00%
		6	4,74%	4,29%	5,14%	4,62%	3,39%	6,52%	5,75%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,72%	6,07%	2,26%	0,00%
		nr	30,33%	28,08%	32,37%	33,85%	25,10%	25,87%	36,10%	42,19%	41,67%	73,33%	100,00%	50,00%	50,70%	34,65%	25,88%	20,90%	33,33%
18	Portali di contro/informazione locale online	1	15,26%	15,49%	15,06%	9,23%	18,92%	16,30%	11,82%	11,72%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	7,04%	12,91%	18,37%	16,95%	0,00%
		2	12,43%	12,31%	12,55%	9,23%	12,95%	13,70%	10,54%	15,63%	2,78%	6,67%	0,00%	25,00%	12,68%	9,76%	13,74%	16,95%	0,00%
		3	19,28%	21,30%	17,44%	18,46%	18,53%	16,96%	21,73%	21,09%	36,11%	13,33%	0,00%	25,00%	15,49%	19,69%	18,37%	22,60%	0,00%
		4	12,04%	12,86%	11,29%	13,85%	13,15%	15,43%	8,95%	3,91%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	11,65%	12,46%	14,12%	33,33%
		5	6,25%	6,36%	6,15%	7,69%	6,18%	8,04%	5,75%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	6,61%	6,23%	5,65%	0,00%
		6	3,03%	2,63%	3,39%	6,15%	2,59%	3,70%	3,19%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	3,46%	3,35%	1,13%	0,00%
		nr	31,71%	29,05%	34,13%	35,38%	27,69%	25,87%	38,02%	42,97%	41,67%	73,33%	100,00%	50,00%	50,70%	35,91%	27,48%	22,60%	66,67%
19	Siti Internet dei partiti	1	13,82%	13,69%	13,93%	7,69%	15,94%	17,39%	10,86%	7,81%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	12,76%	16,77%	10,17%	33,33%
		2	12,57%	12,03%	13,05%	13,85%	14,34%	14,13%	7,67%	11,72%	13,89%	6,67%	0,00%	0,00%	7,04%	11,50%	12,94%	18,08%	0,00%
		3	27,89%	30,98%	25,09%	26,15%	27,49%	27,61%	30,67%	24,22%	36,11%	13,33%	0,00%	37,50%	25,35%	25,67%	28,27%	35,59%	0,00%
		4	7,37%	8,02%	6,78%	7,69%	8,96%	7,17%	5,75%	7,81%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	7,09%	7,19%	9,60%	0,00%
		5	3,42%	3,32%	3,51%	4,62%	3,98%	3,26%	3,51%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	3,94%	2,88%	3,39%	0,00%
		6	3,03%	2,77%	3,26%	3,08%	2,19%	5,00%	1,92%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,20%	4,79%	0,56%	0,00%
		nr	31,91%	29,18%	34,38%	36,92%	27,09%	25,43%	39,62%	42,97%	44,44%	80,00%	100,00%	50,00%	50,70%	36,85%	27,16%	22,60%	66,67%
20	Blog	1	15,72%	16,18%	15,31%	20,00%	19,12%	18,04%	9,90%	10,94%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	12,68%	14,65%	16,77%	18,08%	66,67%
		2	13,09%	12,31%	13,80%	6,15%	14,54%	13,04%	13,10%	13,28%	5,56%	13,33%	0,00%	25,00%	7,04%	12,76%	13,74%	14,12%	0,00%
		3	23,29%	24,76%	21,96%	16,92%	24,30%	21,74%	23,00%	25,00%	41,67%	13,33%	0,00%	25,00%	21,13%	22,99%	22,04%	29,94%	0,00%
		4	9,61%	10,51%	8,78%	10,77%	11,75%	10,87%	7,99%	3,91%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	8,35%	11,50%	9,04%	0,00%
		5	5,79%	5,95%	5,65%	7,69%	4,38%	7,17%	6,39%	3,91%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	4,72%	7,03%	6,21%	0,00%
		6	2,11%	1,94%	2,26%	0,00%	1,59%	3,26%	2,56%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,73%	3,04%	1,13%	0,00%
		nr	30,39%	28,35%	32,25%	38,46%	24,30%	25,87%	37,06%	42,19%	38,89%	73,33%	100,00%	50,00%	49,30%	34,80%	25,88%	21,47%	33,33%

10. 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. (5 di 7)

LEGGENDA

(L) livello di fiducia | (1) nessuna fiducia | (6) molta fiducia | (nr) non risponde

N	L	Totale	Sesso			Età								Titolo di studio						
			M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro		
21 Forum di discussione	1	14,74%	13,83%	15,56%	16,92%	17,73%	16,09%	11,82%	7,81%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	7,04%	14,33%	15,50%	17,51%	33,33%		
	2	12,24%	12,72%	11,79%	6,15%	13,94%	12,83%	9,58%	14,84%	8,33%	6,67%	0,00%	25,00%	9,86%	11,18%	12,62%	15,25%	0,00%		
	3	22,63%	23,24%	22,08%	23,08%	23,51%	20,87%	23,00%	21,88%	36,11%	13,33%	0,00%	25,00%	23,94%	22,20%	21,73%	27,12%	0,00%		
	4	11,58%	12,59%	10,66%	12,31%	13,55%	14,57%	7,99%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	9,13%	14,22%	12,43%	0,00%		
	5	4,34%	4,70%	4,02%	4,62%	3,59%	4,35%	5,75%	3,91%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	4,57%	4,31%	4,52%	0,00%		
	6	3,22%	4,15%	2,38%	1,54%	2,19%	5,00%	3,51%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	2,36%	4,79%	1,69%	0,00%		
	nr	31,25%	28,77%	33,50%	35,38%	25,50%	26,30%	38,34%	42,97%	44,44%	73,33%	100,00%	50,00%	46,48%	36,22%	26,84%	21,47%	66,67%		
22 Facebook	1	16,38%	16,60%	16,19%	10,77%	20,72%	16,74%	13,42%	13,28%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	9,86%	17,17%	16,13%	18,08%	33,33%		
	2	15,00%	14,66%	15,31%	16,92%	17,33%	15,00%	13,10%	13,28%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	15,49%	13,70%	16,61%	14,12%	0,00%		
	3	17,11%	18,53%	15,81%	13,85%	15,74%	16,30%	18,53%	20,31%	30,56%	13,33%	0,00%	50,00%	14,08%	14,49%	17,41%	25,42%	0,00%		
	4	11,58%	12,72%	10,54%	18,46%	13,15%	13,26%	7,99%	4,69%	16,67%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	11,18%	11,82%	12,99%	0,00%		
	5	5,86%	6,36%	5,40%	9,23%	4,18%	6,96%	6,39%	6,25%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	5,04%	6,55%	4,52%	33,33%		
	6	6,58%	5,39%	7,65%	10,77%	5,78%	7,83%	6,39%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	6,61%	7,19%	4,52%	0,00%		
	nr	27,50%	25,73%	29,11%	20,00%	23,11%	23,91%	34,19%	35,94%	38,89%	73,33%	100,00%	25,00%	33,80%	31,81%	24,28%	20,34%	33,33%		
23 Twitter	1	12,24%	13,14%	11,42%	4,62%	14,34%	12,61%	12,14%	9,38%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	10,39%	14,86%	12,43%	33,33%		
	2	10,92%	9,96%	11,79%	9,23%	13,15%	11,96%	7,67%	10,16%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	11,50%	11,50%	9,60%	0,00%		
	3	29,01%	29,88%	28,23%	32,31%	29,88%	27,61%	28,75%	29,69%	36,11%	13,33%	0,00%	37,50%	28,17%	27,72%	28,43%	36,16%	0,00%		
	4	7,30%	8,30%	6,40%	9,23%	8,96%	8,26%	4,47%	3,91%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	7,24%	6,71%	10,17%	0,00%		
	5	4,21%	4,56%	3,89%	4,62%	3,59%	5,22%	5,43%	0,78%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	2,83%	5,11%	5,65%	0,00%		
	6	4,74%	4,84%	4,64%	6,15%	3,78%	6,96%	3,83%	3,91%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	3,78%	6,39%	3,95%	33,33%		
	nr	31,58%	29,32%	33,63%	33,85%	26,29%	27,39%	37,70%	42,19%	41,67%	80,00%	100,00%	50,00%	47,89%	36,54%	27,00%	22,03%	33,33%		
24 Youtube	1	13,42%	13,69%	13,17%	6,15%	16,33%	13,91%	12,14%	11,72%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	13,39%	15,02%	11,86%	33,33%		
	2	12,37%	11,48%	13,17%	9,23%	14,54%	12,17%	11,18%	13,28%	0,00%	6,67%	0,00%	25,00%	14,08%	10,71%	13,10%	14,69%	0,00%		
	3	18,75%	19,78%	17,82%	10,77%	16,53%	18,26%	21,73%	21,88%	36,11%	13,33%	0,00%	12,50%	12,68%	15,91%	19,81%	28,25%	0,00%		
	4	13,29%	14,80%	11,92%	18,46%	16,33%	14,13%	9,58%	5,47%	16,67%	0,00%	0,00%	0,00%	18,31%	13,54%	12,46%	14,12%	33,33%		
	5	5,92%	7,47%	4,52%	13,85%	6,77%	6,09%	4,79%	2,34%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	6,61%	5,59%	4,52%	0,00%		
	6	6,18%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
	nr	30,07%	32,78%	39,40%	41,54%	29,48%	35,43%	40,58%	45,31%	44,44%	73,33%	100,00%	50,00%	45,07%	39,84%	34,03%	26,55%	33,33%		
25 Reddit	1	8,03%	7,88%	8,16%	6,15%	10,16%	8,48%	5,75%	7,81%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	8,35%	7,83%	9,04%	33,33%		
	2	6,84%	6,92%	6,78%	3,08%	9,16%	7,17%	4,79%	5,47%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	5,83%	8,31%	6,21%	0,00%		
	3	42,24%	43,02%	41,53%	38,46%	42,83%	44,78%	41,85%	35,94%	47,22%	13,33%	0,00%	25,00%	32,39%	40,00%	43,13%	52,54%	0,00%		
	4	4,41%	5,12%	3,76%	6,15%	4,38%	6,09%	2,88%	1,56%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	4,09%	5,75%	2,26%	0,00%		
	5	2,50%	3,60%	1,51%	4,62%	2,99%	2,83%	1,60%	0,78%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	2,05%	3,19%	1,69%	0,00%		
	6	0,86%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
	nr	35,13%	33,47%	38,27%	41,54%	30,48%	30,65%	43,13%	48,44%	44,44%	80,00%	100,00%	62,50%	54,93%	39,69%	31,79%	28,25%	66,67%		

10. 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. (6 di 7)

LEGGENDA

(L) livello di fiducia | (1) nessuna fiducia | (6) molta fiducia | (nr) non risponde

N	L	Sesso			Età								Titolo di studio						
		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
26	4Chan	1	6,84%	6,78%	6,90%	1,54%	9,56%	7,83%	4,15%	3,91%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	4,23%	6,14%	7,35%	9,04%	0,00%
		2	7,70%	6,78%	8,53%	4,62%	10,16%	7,83%	5,75%	6,25%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	7,04%	6,93%	9,11%	5,65%	0,00%
		3	44,47%	46,33%	42,79%	41,54%	43,82%	47,83%	43,13%	41,41%	52,78%	13,33%	0,00%	25,00%	32,39%	42,52%	45,53%	54,24%	0,00%
		4	3,49%	4,01%	3,01%	6,15%	4,58%	3,91%	1,92%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	3,31%	4,15%	2,26%	33,33%
		5	1,91%	2,63%	1,25%	7,69%	1,20%	1,74%	2,56%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	1,73%	2,08%	1,69%	0,00%
		6	0,72%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
		nr	34,87%	33,47%	37,52%	38,46%	30,68%	30,87%	42,49%	45,31%	47,22%	73,33%	100,00%	62,50%	52,11%	39,37%	31,79%	27,12%	66,67%
27	Aggregatori di notizie/Motori di ricerca su Internet	1	13,16%	14,80%	11,67%	7,69%	15,14%	15,22%	11,50%	9,38%	2,78%	0,00%	0,00%	9,86%	12,13%	14,06%	15,82%	0,00%	
		2	10,86%	11,20%	10,54%	12,31%	10,36%	10,87%	9,90%	17,19%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	7,04%	9,61%	12,78%	10,17%	0,00%
		3	22,30%	20,89%	23,59%	12,31%	21,71%	24,78%	23,96%	16,41%	27,78%	13,33%	0,00%	25,00%	16,90%	20,31%	23,00%	29,38%	0,00%
		4	11,78%	12,59%	11,04%	18,46%	13,94%	13,48%	7,67%	7,03%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	12,68%	10,08%	13,10%	12,99%	0,00%
		5	6,25%	5,95%	6,52%	9,23%	7,57%	4,57%	5,75%	5,47%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	7,09%	6,07%	4,52%	33,33%
		6	3,62%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
		nr	32,04%	34,58%	36,64%	40,00%	31,27%	31,09%	41,21%	44,53%	50,00%	73,33%	100,00%	62,50%	47,89%	40,79%	30,99%	27,12%	66,67%
28	Passaparola tra amici/ conoscenti	1	15,07%	15,91%	14,30%	15,38%	17,53%	16,74%	8,63%	16,41%	13,89%	6,67%	0,00%	12,50%	15,49%	14,02%	16,29%	14,69%	0,00%
		2	12,83%	12,31%	13,30%	7,69%	15,94%	11,30%	12,14%	14,84%	2,78%	0,00%	0,00%	7,04%	11,18%	14,70%	15,25%	0,00%	
		3	17,43%	16,87%	17,94%	12,31%	16,73%	20,43%	18,85%	10,16%	19,44%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	16,69%	17,89%	22,03%	0,00%
		4	13,29%	15,08%	11,67%	12,31%	12,75%	16,09%	12,14%	10,16%	11,11%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	12,60%	14,22%	15,25%	33,33%
		5	6,45%	6,50%	6,40%	9,23%	5,98%	5,00%	8,31%	5,47%	11,11%	13,33%	0,00%	0,00%	7,04%	6,14%	6,55%	7,34%	0,00%
		6	3,68%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
		nr	31,25%	33,33%	36,39%	43,08%	31,08%	30,43%	39,94%	42,97%	41,67%	73,33%	100,00%	75,00%	52,11%	39,37%	30,35%	25,42%	66,67%
29	Fonti istituzionali (gov.it; regione.it; ...)	1	12,24%	12,17%	12,30%	4,62%	15,54%	12,83%	9,58%	10,16%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	11,50%	13,26%	14,69%	33,33%
		2	9,08%	9,54%	8,66%	9,23%	9,76%	8,70%	10,22%	8,59%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	6,93%	11,50%	10,17%	0,00%
		3	26,45%	26,69%	26,22%	26,15%	26,89%	28,04%	26,20%	20,31%	27,78%	20,00%	0,00%	12,50%	25,35%	26,14%	27,32%	25,99%	0,00%
		4	9,47%	9,68%	9,28%	0,00%	0,00%	11,30%	5,75%	5,47%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	9,13%	9,42%	11,86%	0,00%
		5	5,66%	7,05%	4,39%	6,15%	6,18%	6,74%	5,43%	4,69%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	2,82%	5,20%	5,27%	9,60%	0,00%
		6	3,55%	0,00%	0,00%	4,62%	3,19%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
		nr	33,55%	34,85%	39,15%	49,23%	25,30%	32,39%	42,81%	50,78%	47,22%	73,33%	100,00%	75,00%	53,52%	41,10%	33,23%	27,68%	66,67%
30	Un/una giornalista in particolare	1	10,79%	11,62%	10,04%	6,15%	8,57%	14,35%	8,95%	9,38%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	8,19%	13,42%	13,56%	0,00%
		2	8,49%	8,30%	8,66%	4,62%	8,76%	7,61%	8,63%	7,81%	11,11%	6,67%	0,00%	0,00%	4,23%	8,35%	9,90%	6,21%	0,00%
		3	19,87%	19,92%	19,82%	41,54%	42,63%	18,70%	18,53%	17,97%	33,33%	13,33%	0,00%	37,50%	22,54%	22,05%	17,89%	17,51%	0,00%
		4	11,05%	12,72%	9,54%	10,77%	8,37%	14,35%	9,27%	8,59%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	8,98%	12,14%	16,95%	0,00%
		5	8,42%	8,85%	8,03%	3,08%	3,39%	8,48%	10,22%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	6,93%	8,63%	14,69%	0,00%
		6	8,09%	0,00%	0,00%	1,54%	1,99%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	33,33%
		nr	33,29%	38,59%	43,91%	32,21%	26,29%	36,52%	44,41%	50,00%	50,00%	80,00%	100,00%	62,50%	56,34%	45,51%	38,02%	31,07%	66,67%

10. 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. (7 di 7)

LEGGENDA

(L) livello di fiducia | (1) nessuna fiducia | (6) molta fiducia | (nr) non risponde

N	L	Sesso			Età								Titolo di studio					
		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
31 Altro	1	1,71%	1,80%	1,63%	0,00%	0,00%	2,83%	0,64%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,57%	1,92%	2,26%	0,00%
	2	2,24%	2,21%	2,26%	0,00%	0,00%	1,30%	2,24%	3,13%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	0,00%	3,15%	1,76%	1,13%	0,00%
	3	18,88%	19,09%	18,70%	12,31%	0,00%	23,26%	19,17%	13,28%	8,33%	6,67%	0,00%	25,00%	12,68%	18,43%	21,57%	13,56%	0,00%
	4	0,72%	1,11%	0,38%	0,00%	0,00%	1,30%	0,96%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,63%	0,96%	0,56%	0,00%
	5	0,66%	0,97%	0,38%	0,00%	0,00%	0,87%	0,64%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,31%	0,96%	1,13%	0,00%
	6	0,66%	0,00%	0,00%	6,15%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	nr	75,13%	74,83%	76,66%	81,55%	100,00%	70,43%	76,36%	82,03%	86,11%	86,67%	100,00%	62,50%	87,32%	75,91%	72,84%	81,36%	100,00%

11. 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 7)

LEGGENDA

(L) livello di credibilità | (1) nessuna credibilità | (6) molta credibilità | (nr) non risponde

		Sesso				Età							Titolo di studio						
N	L	Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
1	TV nazionali pubbliche	1	10,59%	11,48%	9,79%	6,15%	11,16%	12,39%	8,95%	10,16%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	10,39%	10,54%	14,12%	0,00%
		2	9,54%	10,37%	8,78%	0,00%	8,57%	10,43%	12,46%	10,16%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	8,66%	10,70%	9,60%	0,00%
		3	9,08%	9,68%	8,53%	3,08%	9,36%	9,13%	12,14%	6,25%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	11,27%	9,45%	8,31%	9,04%	33,33%
		4	17,63%	17,43%	17,82%	16,92%	17,13%	20,65%	13,74%	17,97%	27,78%	0,00%	0,00%	25,00%	11,27%	15,43%	20,29%	18,08%	33,33%
		5	15,39%	15,63%	15,18%	16,92%	17,33%	12,39%	15,65%	16,41%	22,22%	6,67%	0,00%	0,00%	14,08%	13,23%	15,81%	23,16%	0,00%
		6	17,50%	14,38%	20,45%	21,54%	15,14%	17,17%	20,45%	19,53%	13,89%	26,67%	0,00%	37,50%	11,27%	19,53%	17,73%	11,86%	0,00%
		nr	20,26%	21,02%	19,45%	35,38%	21,31%	17,83%	16,61%	19,53%	25,00%	53,33%	100,00%	12,50%	39,44%	23,31%	16,61%	14,12%	33,33%
2	TV nazionali private	1	13,95%	15,63%	12,42%	7,69%	15,54%	14,57%	10,54%	16,41%	22,22%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	12,76%	15,34%	16,38%	0,00%
		2	9,34%	10,65%	8,16%	1,54%	8,37%	11,30%	9,58%	10,94%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	7,24%	11,34%	11,86%	0,00%
		3	9,34%	10,65%	8,16%	9,23%	10,16%	9,78%	9,90%	5,47%	2,78%	6,67%	0,00%	25,00%	9,86%	9,13%	8,31%	12,99%	0,00%
		4	14,61%	14,25%	14,93%	15,38%	15,34%	16,74%	13,10%	8,59%	11,11%	13,33%	0,00%	0,00%	11,27%	13,39%	15,65%	16,95%	33,33%
		5	14,41%	14,52%	14,30%	15,38%	15,14%	14,57%	13,42%	14,06%	16,67%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	13,07%	16,93%	12,99%	0,00%
		6	10,20%	9,54%	10,79%	13,85%	8,57%	9,13%	11,82%	11,72%	11,11%	33,33%	0,00%	25,00%	8,45%	12,60%	8,47%	7,91%	0,00%
		nr	28,16%	24,76%	31,24%	36,92%	26,89%	23,91%	31,63%	32,81%	27,78%	46,67%	100,00%	25,00%	49,30%	31,81%	23,96%	20,90%	66,67%
3	TV regionali	1	14,34%	16,46%	12,42%	7,69%	15,94%	16,96%	9,90%	14,06%	16,67%	0,00%	0,00%	25,00%	4,23%	12,13%	16,13%	19,21%	33,33%
		2	10,26%	11,34%	9,28%	3,08%	8,96%	12,61%	11,18%	10,16%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	15,49%	7,72%	11,98%	11,86%	0,00%
		3	9,67%	11,07%	8,41%	12,31%	10,76%	9,78%	10,22%	5,47%	0,00%	6,67%	0,00%	25,00%	11,27%	9,61%	8,63%	12,43%	0,00%
		4	17,43%	16,18%	18,57%	15,38%	19,72%	18,70%	14,70%	13,28%	13,89%	13,33%	0,00%	12,50%	9,86%	16,22%	18,37%	21,47%	33,33%
		5	10,66%	9,96%	11,29%	12,31%	11,95%	10,22%	8,95%	9,38%	11,11%	20,00%	0,00%	0,00%	14,08%	9,29%	12,14%	9,60%	0,00%
		6	9,41%	7,61%	11,04%	13,85%	6,77%	8,70%	12,78%	10,16%	13,89%	13,33%	0,00%	25,00%	7,04%	11,34%	9,27%	3,39%	0,00%
		nr	28,22%	27,39%	28,98%	35,38%	25,90%	23,04%	32,27%	37,50%	36,11%	46,67%	100,00%	12,50%	38,03%	33,70%	23,48%	22,03%	33,33%
4	TV provinciali/ locali	1	16,64%	17,43%	15,93%	10,77%	18,73%	18,91%	11,18%	19,53%	13,89%	0,00%	0,00%	25,00%	5,63%	14,65%	17,89%	23,16%	33,33%
		2	10,53%	13,00%	8,28%	6,15%	7,97%	14,35%	9,90%	14,06%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	8,03%	11,98%	15,82%	0,00%
		3	12,17%	15,49%	9,16%	12,31%	14,34%	10,43%	11,18%	10,16%	16,67%	20,00%	0,00%	25,00%	14,08%	12,44%	10,70%	15,25%	0,00%
		4	13,49%	12,17%	14,68%	10,77%	15,14%	14,78%	13,42%	6,25%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	13,07%	15,02%	12,43%	0,00%
		5	9,01%	8,02%	9,91%	7,69%	9,96%	10,00%	7,99%	3,91%	11,11%	13,33%	0,00%	0,00%	8,45%	8,03%	11,18%	5,65%	0,00%
		6	5,59%	4,15%	6,90%	10,77%	4,78%	4,13%	7,99%	6,25%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	7,87%	4,31%	2,26%	0,00%
		nr	32,57%	29,74%	35,13%	41,54%	29,08%	27,39%	38,34%	39,84%	41,67%	60,00%	100,00%	37,50%	50,70%	35,91%	28,91%	25,42%	66,67%
5	Radio nazionali	1	12,70%	13,55%	11,92%	3,08%	14,94%	14,35%	10,54%	10,16%	11,11%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	12,44%	13,26%	14,69%	0,00%
		2	9,54%	8,99%	10,04%	7,69%	8,37%	10,43%	9,90%	10,16%	8,33%	20,00%	0,00%	0,00%	8,45%	9,13%	9,90%	10,73%	0,00%
		3	7,63%	8,71%	6,65%	7,69%	8,96%	7,17%	8,63%	3,13%	2,78%	6,67%	0,00%	25,00%	7,04%	7,56%	7,03%	9,60%	0,00%
		4	15,92%	16,46%	15,43%	10,77%	17,73%	19,35%	11,18%	14,06%	11,11%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	13,86%	18,53%	16,95%	33,33%
		5	13,42%	15,35%	11,67%	12,31%	14,34%	12,17%	14,38%	12,50%	19,44%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	11,81%	15,02%	17,51%	0,00%
		6	10,86%	9,13%	12,42%	10,77%	7,97%	11,30%	14,06%	14,06%	5,56%	13,33%	0,00%	12,50%	8,45%	11,18%	11,50%	8,47%	0,00%
		nr	29,93%	27,80%	31,87%	47,69%	27,69%	25,22%	31,31%	35,94%	41,67%	60,00%	100,00%	37,50%	56,34%	34,02%	24,76%	22,03%	66,67%

11. 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. (2 di 7)

LEGGENDA

(L) livello di credibilità | (1) nessuna credibilità | (6) molta credibilità | (nr) non risponde

N	L	Totale	Sesso		Età								Titolo di studio						
			M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
6	Radio regionali	1	14,54%	16,46%	12,80%	7,69%	15,74%	17,17%	11,50%	14,06%	11,11%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	14,49%	14,86%	16,38%	33,33%
		2	9,34%	9,82%	8,91%	10,77%	7,97%	11,30%	8,95%	10,16%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	11,27%	7,87%	9,90%	12,43%	0,00%
		3	10,66%	12,45%	9,03%	13,85%	11,55%	10,00%	10,86%	8,59%	8,33%	6,67%	0,00%	25,00%	8,45%	11,50%	9,27%	12,99%	0,00%
		4	15,92%	15,63%	16,19%	9,23%	20,12%	16,52%	12,78%	11,72%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	13,39%	18,37%	20,34%	0,00%
		5	11,71%	10,79%	12,55%	12,31%	11,55%	12,83%	11,82%	9,38%	11,11%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	11,02%	14,22%	6,78%	0,00%
		6	5,26%	4,15%	6,27%	6,15%	4,58%	4,78%	7,03%	4,69%	2,78%	13,33%	0,00%	12,50%	4,23%	6,14%	4,79%	3,95%	0,00%
		nr	32,57%	30,71%	34,25%	40,00%	28,49%	27,39%	37,06%	41,41%	52,78%	73,33%	100,00%	37,50%	52,11%	35,59%	28,59%	27,12%	66,67%
7	Radio provinciali/ locali	1	15,46%	16,46%	14,55%	7,69%	17,33%	17,61%	12,14%	16,41%	8,33%	0,00%	0,00%	25,00%	5,63%	14,17%	16,93%	18,08%	33,33%
		2	11,18%	12,59%	9,91%	12,31%	9,16%	13,26%	11,18%	13,28%	2,78%	13,33%	0,00%	0,00%	11,27%	8,50%	12,78%	15,82%	0,00%
		3	12,57%	15,49%	9,91%	12,31%	14,34%	11,09%	12,14%	10,16%	16,67%	20,00%	0,00%	12,50%	9,86%	13,86%	10,38%	16,95%	0,00%
		4	14,61%	13,69%	15,43%	12,31%	16,93%	17,83%	12,14%	4,69%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	13,39%	15,97%	16,95%	0,00%
		5	8,29%	7,75%	8,78%	12,31%	9,76%	7,83%	7,03%	5,47%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	7,04%	9,61%	8,15%	5,08%	0,00%
		6	5,13%	3,73%	6,40%	1,54%	3,78%	5,87%	7,35%	5,47%	2,78%	0,00%	0,00%	25,00%	2,82%	4,72%	6,39%	2,26%	0,00%
		nr	32,76%	30,29%	35,01%	41,54%	28,69%	26,52%	38,02%	44,53%	52,78%	60,00%	100,00%	37,50%	53,52%	35,75%	29,39%	24,86%	66,67%
8	Free Press	1	16,25%	16,60%	15,93%	10,77%	19,52%	18,48%	11,50%	14,84%	5,56%	0,00%	0,00%	25,00%	5,63%	14,65%	18,53%	18,08%	0,00%
		2	9,54%	10,10%	9,03%	7,69%	7,77%	10,22%	11,18%	11,72%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	7,04%	8,03%	10,06%	14,12%	33,33%
		3	18,62%	19,64%	17,69%	15,38%	19,12%	18,04%	19,81%	15,63%	25,00%	20,00%	0,00%	25,00%	18,31%	20,00%	17,25%	18,64%	0,00%
		4	11,38%	11,48%	11,29%	13,85%	13,55%	13,70%	7,03%	6,25%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	7,04%	8,98%	13,42%	15,25%	0,00%
		5	7,43%	7,19%	7,65%	7,69%	7,97%	8,26%	7,67%	3,13%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	2,82%	7,40%	8,95%	3,95%	0,00%
		6	2,30%	2,63%	2,01%	1,54%	1,20%	3,04%	3,83%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	2,99%	2,40%	0,00%	0,00%
		nr	34,47%	32,37%	36,39%	43,08%	30,88%	28,26%	38,98%	46,88%	52,78%	60,00%	100,00%	37,50%	57,75%	37,95%	29,39%	29,94%	66,67%
9	Quotidiani nazionali	1	12,83%	13,97%	11,79%	12,31%	14,34%	14,35%	9,58%	11,72%	8,33%	6,67%	0,00%	25,00%	9,86%	11,81%	13,90%	12,99%	33,33%
		2	8,16%	7,75%	8,53%	1,54%	7,17%	8,91%	9,58%	8,59%	11,11%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	6,77%	9,42%	10,17%	0,00%
		3	7,76%	8,02%	7,53%	6,15%	8,37%	7,39%	9,58%	5,47%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	9,86%	8,98%	6,07%	8,47%	0,00%
		4	18,03%	19,78%	16,44%	13,85%	18,92%	21,52%	16,29%	9,38%	22,22%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	16,54%	20,29%	19,21%	0,00%
		5	13,82%	14,94%	12,80%	13,85%	15,74%	11,74%	11,82%	17,97%	22,22%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	12,76%	14,54%	20,34%	0,00%
		6	10,20%	8,30%	11,92%	10,77%	8,37%	10,65%	11,50%	10,16%	11,11%	26,67%	0,00%	12,50%	11,27%	10,55%	10,38%	7,91%	0,00%
		nr	29,21%	27,25%	30,99%	41,54%	27,09%	25,43%	31,63%	36,72%	25,00%	53,33%	100,00%	37,50%	50,70%	32,60%	25,40%	20,90%	66,67%
10	Quotidiani regionali	1	15,26%	18,12%	12,67%	12,31%	15,74%	18,26%	10,54%	18,75%	11,11%	0,00%	0,00%	37,50%	7,04%	13,07%	16,29%	22,03%	0,00%
		2	8,16%	8,44%	7,90%	9,23%	5,98%	9,35%	11,18%	5,47%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	6,61%	9,27%	9,60%	33,33%
		3	9,80%	10,93%	8,78%	7,69%	10,76%	9,57%	9,58%	9,38%	8,33%	6,67%	0,00%	12,50%	11,27%	9,76%	8,47%	14,12%	0,00%
		4	16,18%	17,15%	15,31%	9,23%	19,12%	17,61%	13,10%	11,72%	19,44%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	15,59%	17,57%	17,51%	0,00%
		5	12,83%	12,03%	13,55%	12,31%	15,14%	13,04%	11,18%	9,38%	5,56%	13,33%	0,00%	0,00%	7,04%	12,76%	14,54%	10,17%	0,00%
		6	5,59%	4,01%	7,03%	7,69%	4,18%	4,57%	7,35%	5,47%	11,11%	26,67%	0,00%	12,50%	5,63%	6,93%	4,63%	3,95%	0,00%
		nr	32,17%	29,32%	34,76%	41,54%	29,08%	27,61%	37,06%	39,84%	36,11%	53,33%	100,00%	37,50%	52,11%	35,28%	29,23%	22,60%	66,67%

11. 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. (3 di 7)

LEGGENDA

(L) livello di credibilità | (1) nessuna credibilità | (6) molta credibilità | (nr) non risponde

N	L	Totale	Sesso			Età								Titolo di studio						
			M	F		11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
11	Quotidiani provinciali/ locali	1	16,38%	17,98%	14,93%	10,77%	20,52%	19,13%	9,27%	14,06%	11,11%	0,00%	0,00%	25,00%	5,63%	14,96%	17,57%	21,47%	0,00%	
		2	9,47%	11,07%	8,03%	7,69%	7,17%	10,22%	13,42%	10,94%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	7,72%	11,02%	11,86%	33,33%	
		3	12,17%	14,25%	10,29%	10,77%	12,95%	11,09%	11,82%	12,50%	16,67%	20,00%	0,00%	12,50%	15,49%	12,13%	10,70%	16,38%	0,00%	
		4	14,67%	15,49%	13,93%	9,23%	15,74%	18,48%	12,46%	7,81%	11,11%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	14,33%	16,29%	13,56%	0,00%	
		5	8,16%	6,64%	9,54%	9,23%	10,16%	7,17%	7,67%	5,47%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	8,19%	8,79%	7,34%	0,00%	
		6	5,39%	3,46%	7,15%	9,23%	3,98%	5,87%	6,71%	3,13%	8,33%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	5,67%	5,91%	2,82%	0,00%	
		nr	33,75%	31,12%	36,14%	43,08%	29,48%	28,04%	38,66%	46,09%	47,22%	66,67%	100,00%	37,50%	56,34%	37,01%	29,71%	26,55%	66,67%	
12	Periodici nazionali (settimanali/ mensili)	1	14,34%	15,35%	13,43%	7,69%	16,53%	17,83%	9,58%	10,16%	13,89%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	13,70%	15,50%	16,38%	33,33%	
		2	7,63%	7,75%	7,53%	6,15%	6,57%	9,35%	7,67%	7,03%	2,78%	13,33%	0,00%	12,50%	7,04%	7,24%	8,31%	6,78%	0,00%	
		3	11,25%	12,86%	9,79%	7,69%	13,55%	9,57%	13,10%	7,81%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	11,27%	11,81%	11,02%	10,17%	0,00%	
		4	12,89%	13,28%	12,55%	12,31%	13,94%	16,09%	11,18%	5,47%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	10,24%	14,70%	19,21%	0,00%	
		5	14,34%	15,35%	13,43%	12,31%	14,34%	15,65%	12,14%	17,97%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	13,23%	16,29%	16,38%	0,00%	
		6	5,53%	3,87%	7,03%	7,69%	4,98%	3,48%	7,03%	7,81%	11,11%	13,33%	0,00%	12,50%	5,63%	6,61%	4,95%	3,39%	0,00%	
		nr	34,01%	31,54%	36,26%	46,15%	30,08%	28,04%	39,30%	43,75%	47,22%	66,67%	100,00%	50,00%	60,56%	37,17%	29,23%	27,68%	66,67%	
13	Periodici regionali (settimanali/ mensili)	1	15,13%	15,08%	15,18%	9,23%	17,53%	18,48%	10,86%	11,72%	5,56%	0,00%	0,00%	25,00%	2,82%	14,65%	15,97%	18,64%	0,00%	
		2	10,20%	11,89%	8,66%	10,77%	7,57%	12,17%	10,86%	11,72%	8,33%	13,33%	0,00%	0,00%	11,27%	8,03%	11,18%	14,12%	33,33%	
		3	13,82%	15,91%	11,92%	12,31%	15,74%	12,17%	13,42%	10,94%	22,22%	20,00%	0,00%	12,50%	14,08%	14,49%	13,10%	14,12%	0,00%	
		4	13,88%	14,94%	12,92%	10,77%	16,73%	15,65%	11,50%	8,59%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	11,02%	16,77%	17,51%	0,00%	
		5	7,17%	5,81%	8,41%	6,15%	8,76%	6,74%	6,39%	6,25%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	8,03%	7,51%	5,08%	0,00%	
		6	4,93%	4,29%	5,52%	3,08%	3,59%	6,09%	6,39%	4,69%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	2,82%	5,51%	5,11%	2,82%	0,00%	
		nr	34,87%	32,09%	37,39%	47,69%	30,08%	28,70%	40,58%	46,09%	52,78%	66,67%	100,00%	37,50%	60,56%	38,27%	30,35%	27,68%	66,67%	
14	Periodici provinciali/ locali (settimanali/ mensili)	1	16,78%	17,15%	16,44%	10,77%	19,52%	20,00%	11,18%	15,63%	5,56%	6,67%	0,00%	37,50%	2,82%	14,96%	19,17%	19,21%	33,33%	
		2	11,32%	13,00%	9,79%	13,85%	8,57%	12,83%	14,06%	11,72%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	9,86%	10,08%	11,82%	15,25%	0,00%	
		3	14,61%	17,15%	12,30%	15,38%	15,14%	13,04%	14,38%	14,06%	27,78%	20,00%	0,00%	12,50%	15,49%	15,12%	13,26%	17,51%	0,00%	
		4	12,24%	12,59%	11,92%	9,23%	15,34%	13,70%	9,58%	6,25%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	11,18%	14,22%	12,43%	0,00%	
		5	8,16%	6,92%	9,28%	7,69%	7,97%	10,22%	7,67%	5,47%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	7,40%	9,90%	6,21%	0,00%	
		6	2,63%	1,94%	3,26%	1,54%	2,59%	2,17%	3,83%	2,34%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	2,82%	3,62%	1,76%	1,69%	0,00%	
		nr	34,28%	31,26%	37,01%	41,54%	30,88%	28,04%	39,30%	44,53%	52,78%	66,67%	100,00%	37,50%	57,75%	37,64%	29,87%	27,68%	66,67%	
15	Portali di informazione online	1	15,26%	14,94%	15,56%	10,77%	18,13%	15,43%	12,14%	15,63%	11,11%	6,67%	0,00%	25,00%	5,63%	14,65%	16,29%	16,95%	33,33%	
		2	10,00%	9,68%	10,29%	16,92%	9,56%	9,13%	11,50%	10,16%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	14,08%	8,50%	11,02%	10,73%	0,00%	
		3	9,87%	10,10%	9,66%	1,54%	10,56%	8,04%	11,50%	8,59%	25,00%	20,00%	0,00%	25,00%	8,45%	11,02%	7,83%	12,99%	0,00%	
		4	16,91%	19,64%	14,43%	12,31%	18,53%	21,30%	12,14%	14,84%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	15,59%	18,05%	21,47%	0,00%	
		5	10,72%	11,34%	10,16%	10,77%	10,36%	12,39%	11,18%	6,25%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	11,34%	10,54%	11,86%	0,00%	
		6	5,72%	4,70%	6,65%	6,15%	4,38%	7,83%	6,07%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	5,35%	7,51%	2,26%	0,00%	
		nr	31,51%	29,60%	33,25%	41,54%	28,49%	25,87%	35,46%	39,84%	47,22%	66,67%	100,00%	37,50%	54,93%	33,54%	28,75%	23,73%	66,67%	

11. 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. (4 di 7)

LEGGENDA

(L) livello di credibilità | (1) nessuna credibilità | (6) molta credibilità | (nr) non risponde

N		L	Totale	Sesso		Età								Titolo di studio						
				M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
16	Portali di informazione locale online	1	16,12%	17,43%	14,93%	10,77%	19,12%	17,61%	11,18%	16,41%	11,11%	6,67%	0,00%	25,00%	5,63%	14,17%	17,41%	22,03%	33,33%	
		2	11,51%	12,03%	11,04%	9,23%	10,56%	11,96%	12,46%	14,06%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	10,87%	11,34%	16,38%	0,00%	
		3	12,50%	13,97%	11,17%	12,31%	12,35%	10,22%	14,06%	13,28%	25,00%	20,00%	0,00%	25,00%	12,68%	11,81%	11,98%	16,38%	0,00%	
		4	13,22%	13,83%	12,67%	13,85%	15,54%	16,30%	10,22%	4,69%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	10,87%	16,29%	11,86%	0,00%	
		5	9,67%	8,58%	10,66%	10,77%	9,16%	11,74%	10,22%	5,47%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	11,18%	9,74%	6,21%	0,00%	
		6	3,03%	2,35%	3,64%	6,15%	3,39%	3,48%	2,56%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	3,62%	3,04%	1,13%	0,00%	
		nr	33,95%	31,81%	35,88%	36,92%	29,88%	28,70%	39,30%	45,31%	50,00%	66,67%	100,00%	37,50%	53,52%	37,48%	30,19%	25,99%	66,67%	
17	Portali di contro/ informazione online	1	14,74%	14,25%	15,18%	9,23%	19,32%	15,00%	10,22%	10,94%	13,89%	6,67%	0,00%	12,50%	12,68%	12,44%	16,61%	17,51%	0,00%	
		2	11,84%	13,28%	10,54%	7,69%	11,75%	11,09%	13,10%	16,41%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	5,63%	11,97%	11,50%	14,69%	33,33%	
		3	15,00%	16,60%	13,55%	10,77%	14,74%	13,48%	17,25%	15,63%	22,22%	20,00%	0,00%	25,00%	12,68%	14,49%	14,70%	18,64%	0,00%	
		4	12,83%	13,69%	12,05%	9,23%	14,34%	16,09%	9,90%	8,59%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	11,81%	14,22%	15,25%	0,00%	
		5	7,24%	7,33%	7,15%	10,77%	6,18%	9,13%	8,31%	1,56%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	7,04%	7,72%	7,51%	5,08%	0,00%	
		6	4,61%	3,60%	5,52%	6,15%	3,78%	6,96%	3,83%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,20%	5,43%	1,69%	0,00%	
		nr	33,75%	31,26%	36,01%	46,15%	29,88%	28,26%	37,38%	44,53%	52,78%	60,00%	100,00%	50,00%	56,34%	36,38%	30,03%	27,12%	66,67%	
18	Portali di contro/ informazione locale online	1	15,92%	16,04%	15,81%	9,23%	19,92%	18,70%	9,90%	10,94%	13,89%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	14,33%	17,73%	17,51%	0,00%	
		2	11,58%	12,59%	10,66%	10,77%	11,16%	10,65%	13,10%	15,63%	5,56%	6,67%	0,00%	25,00%	7,04%	11,18%	11,18%	15,25%	33,33%	
		3	16,58%	19,09%	14,30%	12,31%	16,53%	15,22%	18,53%	17,97%	19,44%	20,00%	0,00%	25,00%	11,27%	15,75%	16,29%	22,60%	0,00%	
		4	11,58%	11,62%	11,54%	12,31%	13,94%	12,83%	9,58%	5,47%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	10,87%	13,58%	10,17%	0,00%	
		5	6,91%	7,19%	6,65%	7,69%	5,18%	10,65%	6,07%	3,91%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	6,93%	7,83%	4,52%	0,00%	
		6	2,96%	2,35%	3,51%	4,62%	3,19%	3,26%	2,88%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,62%	3,04%	1,69%	0,00%	
		nr	34,47%	31,12%	37,52%	43,08%	30,08%	28,70%	39,94%	44,53%	55,56%	66,67%	100,00%	37,50%	59,15%	37,32%	30,35%	28,25%	66,67%	
19	Siti Internet dei partiti	1	13,68%	12,17%	15,06%	3,08%	18,92%	14,35%	10,54%	7,81%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	13,54%	14,54%	14,69%	0,00%	
		2	12,37%	12,86%	11,92%	15,38%	12,55%	12,83%	10,86%	13,28%	11,11%	6,67%	0,00%	25,00%	7,04%	11,81%	13,10%	13,56%	0,00%	
		3	24,41%	27,39%	21,71%	24,62%	23,51%	23,26%	26,52%	25,78%	30,56%	20,00%	0,00%	25,00%	21,13%	22,05%	24,28%	34,46%	33,33%	
		4	8,88%	10,10%	7,78%	7,69%	11,55%	11,09%	4,47%	4,69%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	7,87%	10,54%	7,91%	0,00%	
		5	3,16%	2,49%	3,76%	1,54%	1,79%	4,57%	4,47%	1,56%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	1,41%	4,41%	2,56%	1,69%	0,00%	
		6	3,16%	3,04%	3,26%	7,69%	1,39%	5,43%	2,88%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	2,52%	4,47%	1,13%	0,00%	
		nr	34,34%	31,95%	36,51%	40,00%	30,28%	28,48%	40,26%	45,31%	50,00%	66,67%	100,00%	37,50%	54,93%	37,80%	30,51%	26,55%	66,67%	
20	Blog	1	15,39%	15,63%	15,18%	13,85%	18,33%	19,13%	8,95%	10,16%	11,11%	0,00%	0,00%	25,00%	7,04%	14,33%	16,77%	17,51%	0,00%	
		2	13,82%	14,66%	13,05%	15,38%	13,75%	13,04%	16,29%	13,28%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	11,27%	11,81%	14,86%	18,64%	0,00%	
		3	19,41%	20,47%	18,44%	10,77%	21,71%	15,87%	19,81%	24,22%	27,78%	20,00%	0,00%	25,00%	12,68%	20,94%	17,57%	22,60%	33,33%	
		4	10,20%	10,37%	10,04%	9,23%	11,95%	12,83%	7,99%	3,13%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	9,76%	11,34%	9,04%	0,00%	
		5	5,00%	5,95%	4,14%	6,15%	2,59%	7,39%	5,43%	4,69%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	4,25%	6,07%	4,52%	0,00%	
		6	2,11%	1,66%	2,51%	1,54%	1,59%	2,61%	3,19%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	1,89%	2,88%	0,56%	0,00%	
		nr	34,08%	31,26%	36,64%	43,08%	30,08%	29,13%	38,34%	43,75%	47,22%	73,33%	100,00%	37,50%	54,93%	37,01%	30,51%	27,12%	66,67%	

11. 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. (5 di 7)

LEGGENDA
(L) livello di credibilità | (1) nessuna credibilità | (6) molta credibilità | (nr) non risponde

N	L	Totale	Sesso		Età								Titolo di studio						
			M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
21	Forum di discussione	1	15,33%	15,63%	15,06%	6,15%	19,12%	20,00%	9,58%	6,25%	5,56%	6,67%	0,00%	25,00%	4,23%	14,33%	16,13%	20,34%	0,00%
		2	12,63%	12,59%	12,67%	16,92%	13,55%	11,09%	11,82%	16,41%	5,56%	13,33%	0,00%	12,50%	11,27%	11,65%	12,62%	16,95%	0,00%
		3	19,54%	21,02%	18,19%	13,85%	20,52%	16,30%	22,68%	21,88%	22,22%	20,00%	0,00%	25,00%	12,68%	19,69%	18,85%	24,29%	0,00%
		4	9,93%	10,37%	9,54%	16,92%	10,96%	11,30%	7,35%	5,47%	8,33%	0,00%	0,00%	15,49%	8,66%	11,18%	8,47%	0,00%	
		5	4,41%	4,15%	4,64%	1,54%	3,59%	6,09%	4,79%	2,34%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	3,94%	5,43%	3,39%	0,00%
		6	3,68%	4,15%	3,26%	3,08%	2,19%	5,43%	4,47%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	2,83%	5,59%	1,13%	0,00%
		nr	34,47%	32,09%	36,64%	41,54%	30,08%	29,78%	39,30%	44,53%	52,78%	60,00%	100,00%	37,50%	52,11%	38,90%	30,19%	25,42%	100,00%
22	Facebook	1	15,86%	16,32%	15,43%	10,77%	19,72%	16,96%	12,14%	14,84%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	9,86%	14,17%	16,93%	19,77%	33,33%
		2	13,88%	14,38%	13,43%	12,31%	15,54%	14,13%	14,38%	8,59%	8,33%	6,67%	0,00%	12,50%	9,86%	13,86%	15,18%	11,30%	0,00%
		3	15,33%	15,77%	14,93%	13,85%	13,94%	12,17%	18,53%	21,88%	22,22%	26,67%	0,00%	25,00%	11,27%	13,86%	14,54%	24,86%	0,00%
		4	10,92%	12,45%	9,54%	15,38%	12,15%	14,57%	5,75%	4,69%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	14,08%	9,61%	11,66%	11,86%	33,33%
		5	7,43%	7,75%	7,15%	7,69%	7,17%	8,70%	6,71%	3,91%	13,89%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	8,50%	7,83%	3,39%	0,00%
		6	6,12%	4,56%	7,53%	13,85%	4,78%	7,17%	6,71%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	5,98%	6,87%	3,95%	0,00%
		nr	30,46%	28,77%	31,99%	26,15%	26,69%	26,30%	35,78%	41,41%	44,44%	60,00%	100,00%	25,00%	43,66%	34,02%	27,00%	24,86%	33,33%
23	Twitter	1	11,84%	11,76%	11,92%	9,23%	13,35%	16,09%	7,99%	4,69%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	11,50%	12,30%	14,12%	33,33%
		2	10,79%	11,07%	10,54%	9,23%	11,55%	11,30%	11,50%	7,81%	2,78%	6,67%	0,00%	25,00%	8,45%	10,24%	12,46%	7,34%	0,00%
		3	24,67%	25,17%	24,22%	20,00%	25,70%	21,52%	26,20%	29,69%	27,78%	26,67%	0,00%	25,00%	18,31%	24,41%	23,16%	33,90%	0,00%
		4	8,95%	10,79%	7,28%	12,31%	10,76%	10,43%	5,43%	6,25%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	8,35%	9,42%	10,73%	0,00%
		5	4,28%	4,15%	4,39%	0,00%	3,78%	5,65%	4,79%	1,56%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	3,62%	4,95%	5,08%	0,00%
		6	4,54%	4,01%	5,02%	4,62%	3,78%	6,74%	4,15%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,15%	7,03%	2,82%	0,00%
		nr	34,93%	33,06%	36,64%	27,46%	31,08%	28,26%	39,94%	47,66%	52,78%	66,67%	100,00%	37,50%	59,15%	38,74%	30,67%	25,99%	66,67%
24	Youtube	1	13,55%	13,28%	13,80%	13,85%	16,14%	15,43%	9,27%	10,94%	5,56%	0,00%	0,00%	25,00%	11,27%	13,23%	14,54%	11,30%	33,33%
		2	12,24%	11,34%	13,05%	7,69%	13,94%	10,65%	14,38%	12,50%	2,78%	0,00%	0,00%	25,00%	7,04%	10,39%	14,22%	13,56%	0,00%
		3	16,84%	17,57%	16,19%	7,69%	15,34%	15,22%	20,77%	21,88%	22,22%	20,00%	0,00%	25,00%	8,45%	13,86%	17,57%	28,25%	0,00%
		4	11,64%	14,66%	8,91%	18,46%	14,54%	14,57%	5,75%	3,13%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	12,44%	11,02%	11,86%	0,00%
		5	6,97%	8,30%	5,77%	9,23%	6,37%	8,04%	6,71%	4,69%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	7,40%	7,03%	5,65%	0,00%
		6	5,39%	4,29%	6,40%	7,69%	4,98%	6,96%	5,11%	2,34%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	5,67%	6,07%	2,26%	0,00%
		nr	33,36%	30,57%	35,88%	26,23%	28,69%	29,13%	38,02%	44,53%	50,00%	73,33%	100,00%	25,00%	49,30%	37,01%	29,55%	27,12%	66,67%
25	Reddit	1	8,16%	7,47%	8,78%	3,08%	10,56%	10,43%	4,47%	3,91%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	7,04%	6,77%	8,95%	10,73%	0,00%
		2	8,03%	7,61%	8,41%	7,69%	9,56%	8,04%	7,35%	4,69%	2,78%	13,33%	0,00%	12,50%	7,04%	7,87%	8,31%	7,34%	33,33%
		3	36,58%	38,17%	35,13%	23,08%	37,25%	37,61%	38,02%	36,72%	33,33%	20,00%	0,00%	25,00%	18,31%	34,17%	38,98%	45,20%	0,00%
		4	5,00%	6,22%	3,89%	7,69%	4,78%	7,61%	2,56%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	4,41%	5,75%	5,65%	0,00%
		5	2,57%	3,18%	2,01%	4,62%	1,99%	3,04%	3,19%	0,00%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	3,46%	2,24%	0,56%	0,00%
		6	1,12%	1,52%	0,75%	1,54%	0,60%	0,65%	2,24%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,10%	1,44%	0,56%	0,00%
		nr	38,55%	35,82%	41,03%	28,15%	35,26%	32,61%	42,17%	49,22%	55,56%	60,00%	100,00%	37,50%	63,38%	42,20%	34,35%	29,94%	66,67%

11. 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 (6 di 7)

LEGGENDA

(L) livello di credibilità | (1) nessuna credibilità | (6) molta credibilità | (nr) non risponde

N	L	Totale	Sesso			Età							Titolo di studio						
			M	F		11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
26	4Chan	1	7,70%	6,78%	8,53%	4,62%	11,35%	8,04%	4,15%	3,91%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	7,04%	6,46%	7,67%	11,86%	33,33%
		2	8,09%	7,47%	8,66%	7,69%	8,76%	8,48%	7,35%	7,81%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	7,04%	7,24%	9,42%	6,78%	0,00%
		3	38,68%	41,36%	36,26%	23,08%	38,45%	40,65%	40,26%	38,28%	38,89%	26,67%	0,00%	25,00%	19,72%	37,48%	40,42%	45,76%	0,00%
		4	4,41%	5,67%	3,26%	6,15%	4,58%	6,09%	3,19%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	5,04%	4,63%	2,82%	0,00%
		5	1,97%	2,35%	1,63%	4,62%	1,00%	3,04%	1,92%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	2,20%	1,92%	1,13%	0,00%
		6	0,72%	0,55%	0,88%	1,54%	0,60%	0,43%	1,28%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,10%	0,64%	0,00%	0,00%
		nr	38,42%	35,82%	40,78%	28,615%	35,26%	33,26%	41,85%	46,09%	55,56%	60,00%	100,00%	37,50%	63,38%	40,47%	35,30%	31,64%	66,67%
27	Aggregatori di notizie/Motori di ricerca su Internet	1	11,32%	14,52%	12,05%	4,62%	14,14%	13,26%	7,99%	7,81%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	9,92%	12,78%	14,12%	0,00%
		2	8,42%	10,10%	7,78%	10,77%	8,17%	8,70%	9,90%	4,69%	5,56%	6,67%	0,00%	25,00%	8,45%	6,77%	10,38%	6,78%	0,00%
		3	24,21%	17,98%	24,97%	12,31%	25,90%	24,13%	26,20%	21,09%	19,44%	20,00%	0,00%	12,50%	16,90%	23,46%	26,84%	21,47%	0,00%
		4	8,68%	12,72%	6,15%	16,92%	8,76%	11,30%	4,79%	7,81%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	8,82%	7,51%	14,12%	33,33%
		5	7,24%	8,02%	6,52%	7,69%	6,97%	7,39%	6,39%	7,81%	13,89%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	7,56%	6,39%	10,17%	0,00%
		6	3,68%	2,35%	3,89%	1,54%	2,79%	4,57%	4,47%	3,91%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	0,00%	3,46%	3,99%	4,52%	0,00%
		nr	36,45%	34,30%	38,64%	28,000%	33,27%	30,65%	40,26%	46,88%	52,78%	66,67%	100,00%	37,50%	60,56%	40,00%	32,11%	28,81%	66,67%
28	Passaparola tra amici/ conoscenti	1	2,04%	17,15%	2,13%	0,00%	2,79%	2,61%	1,28%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,52%	2,08%	1,13%	0,00%	
		2	2,76%	8,99%	2,38%	6,15%	2,59%	2,61%	2,56%	2,34%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	2,99%	2,56%	1,13%	0,00%
		3	17,70%	16,46%	17,19%	6,15%	16,93%	20,65%	19,81%	14,06%	11,11%	6,67%	0,00%	25,00%	11,27%	16,38%	20,45%	15,25%	0,00%
		4	0,99%	13,97%	0,88%	1,54%	1,39%	1,52%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,10%	1,12%	0,56%	0,00%	
		5	0,86%	7,05%	0,88%	0,00%	0,60%	1,30%	0,96%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,63%	0,80%	2,26%	0,00%
		6	0,46%	3,32%	0,50%	3,08%	0,40%	0,22%	0,64%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	0,47%	0,16%	0,56%	0,00%	
		nr	75,20%	33,06%	76,04%	316,92%	75,30%	71,09%	74,76%	82,03%	83,33%	93,33%	100,00%	62,50%	80,28%	75,91%	72,84%	79,10%	100,00%
29	Fonti istituzionali (gov.it; regione.it; ...)	1	10,86%	11,34%	10,41%	4,62%	12,35%	14,57%	7,35%	6,25%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	9,92%	12,94%	9,60%	0,00%
		2	7,70%	7,33%	8,03%	7,69%	6,18%	7,83%	9,58%	9,38%	2,78%	13,33%	0,00%	12,50%	4,23%	8,19%	8,15%	5,65%	0,00%
		3	18,03%	18,12%	17,94%	13,85%	20,12%	16,30%	19,81%	12,50%	22,22%	20,00%	0,00%	25,00%	16,90%	18,74%	17,89%	16,38%	0,00%
		4	11,51%	14,66%	8,66%	9,23%	11,95%	13,91%	7,99%	14,84%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	9,29%	12,30%	20,34%	33,33%
		5	7,96%	7,33%	8,53%	3,08%	8,57%	8,04%	9,58%	5,47%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	6,93%	8,31%	12,43%	0,00%
		6	8,42%	7,61%	9,16%	9,23%	9,96%	9,57%	5,75%	7,03%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	8,03%	9,42%	7,91%	0,00%
		nr	35,53%	33,61%	37,26%	52,31%	30,88%	29,78%	39,94%	44,53%	58,33%	66,67%	100,00%	50,00%	61,97%	38,90%	30,99%	27,68%	66,67%
30	Un/una giornalista in particolare	1	11,32%	0,00%	0,00%	4,62%	14,14%	13,26%	7,99%	7,81%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	9,92%	12,78%	14,12%	0,00%
		2	8,42%	10,10%	7,78%	10,77%	8,17%	8,70%	9,90%	4,69%	5,56%	6,67%	0,00%	25,00%	8,45%	6,77%	10,38%	6,78%	0,00%
		3	24,21%	17,98%	24,97%	12,31%	25,90%	24,13%	26,20%	21,09%	19,44%	20,00%	0,00%	12,50%	16,90%	23,46%	26,84%	21,47%	0,00%
		4	8,68%	12,72%	6,15%	16,92%	8,76%	11,30%	4,79%	7,81%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	8,82%	7,51%	14,12%	33,33%
		5	7,24%	8,02%	6,52%	7,69%	6,97%	7,39%	6,39%	7,81%	13,89%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	7,56%	6,39%	10,17%	0,00%
		6	3,68%	2,35%	3,89%	1,54%	2,79%	4,57%	4,47%	3,91%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	0,00%	3,46%	3,99%	4,52%	0,00%
		nr	36,45%	34,30%	38,64%	46,15%	33,27%	30,65%	40,26%	46,88%	52,78%	66,67%	100,00%	37,50%	60,56%	40,00%	32,11%	28,81%	66,67%

11. 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 (7 di 7)

LEGGENDA
(L) livello di credibilità | (1) nessuna credibilità | (6) molta credibilità | (nr) non risponde

N	L	Sesso			Età								Titolo di studio					
		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
31 Altro	1	2,04%	1,94%	2,13%	0,00%	2,79%	2,61%	1,28%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,52%	2,08%	1,13%	0,00%
	2	2,76%	3,18%	2,38%	6,15%	2,59%	2,61%	2,56%	2,34%	5,56%	0,00%	0,00%	62,50%	7,04%	2,99%	2,56%	1,13%	0,00%
	3	17,70%	18,26%	17,19%	6,15%	16,93%	20,65%	19,81%	14,06%	11,11%	6,67%	0,00%	100,00%	11,27%	16,38%	20,45%	15,25%	0,00%
	4	0,99%	1,11%	0,88%	1,54%	1,39%	1,52%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,10%	1,12%	0,56%	0,00%
	5	0,86%	0,83%	0,88%	0,00%	0,60%	1,30%	0,96%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,63%	0,80%	2,26%	0,00%
	6	0,46%	0,41%	0,50%	3,08%	0,40%	0,22%	0,64%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	0,47%	0,16%	0,56%	0,00%
	nr	75,20%	74,27%	76,04%	83,08%	75,30%	71,09%	74,76%	82,03%	83,33%	93,33%	100,00%	63,50%	80,28%	75,91%	72,84%	79,10%	100,00%

12. Quali fonti di informazione hanno più influenza su di te?

Si valutino le alternative in base al livello di influenza attribuito a ciascuna fonte. (1 di 7)

LEGGENDA

(L) livello di influenza | (1) nessuna influenza | (6) molta influenza | (nr) non risponde

		Sesso			Età								Titolo di studio						
N		L	Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
1	TV nazionali pubbliche	1	9,74%	10,93%	8,66%	10,77%	7,57%	11,96%	10,86%	7,81%	11,11%	0,00%	0,00%	25,00%	5,63%	8,19%	11,50%	10,17%	0,00%
		2	9,21%	10,93%	7,65%	3,08%	8,57%	10,00%	10,54%	8,59%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	8,35%	9,74%	12,43%	0,00%
		3	12,70%	13,00%	12,42%	7,69%	13,35%	11,96%	15,34%	10,94%	8,33%	6,67%	0,00%	25,00%	14,08%	13,23%	11,82%	12,43%	33,33%
		4	14,74%	14,52%	14,93%	20,00%	15,14%	15,43%	11,50%	16,41%	19,44%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	14,17%	15,81%	15,25%	33,33%
		5	14,14%	13,69%	14,55%	7,69%	16,33%	13,26%	14,06%	13,28%	13,89%	6,67%	0,00%	0,00%	9,86%	11,50%	14,70%	24,29%	0,00%
		6	16,64%	14,80%	18,44%	15,38%	16,73%	16,30%	17,89%	16,41%	11,11%	26,67%	0,00%	37,50%	12,68%	19,37%	16,93%	7,34%	0,00%
		nr	22,83%	22,13%	23,34%	35,38%	22,31%	21,09%	19,81%	26,56%	22,22%	60,00%	100,00%	12,50%	42,25%	25,20%	19,49%	18,08%	33,33%
2	TV nazionali private	1	12,24%	13,00%	11,54%	6,15%	11,75%	14,57%	10,86%	12,50%	13,89%	6,67%	0,00%	12,50%	7,04%	10,39%	14,86%	11,86%	0,00%
		2	9,93%	11,20%	8,78%	9,23%	8,76%	10,87%	10,22%	10,16%	16,67%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	8,50%	11,50%	12,43%	0,00%
		3	15,46%	17,01%	14,05%	9,23%	17,53%	15,22%	15,34%	14,06%	11,11%	6,67%	0,00%	25,00%	16,90%	14,96%	14,54%	19,77%	0,00%
		4	11,64%	10,79%	12,42%	20,00%	13,15%	11,52%	9,90%	7,81%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	11,34%	11,02%	16,38%	33,33%
		5	12,57%	12,86%	12,30%	7,69%	13,75%	14,35%	11,50%	8,59%	11,11%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	11,18%	14,70%	11,30%	33,33%
		6	9,74%	9,13%	10,29%	12,31%	8,76%	7,83%	11,18%	13,28%	8,33%	33,33%	0,00%	25,00%	7,04%	11,97%	8,95%	5,08%	0,00%
		nr	28,42%	26,00%	30,61%	35,38%	26,29%	25,65%	30,99%	33,59%	27,78%	53,33%	100,00%	25,00%	47,89%	31,65%	24,44%	23,16%	33,33%
3	TV regionali	1	12,24%	13,55%	11,04%	7,69%	11,75%	15,87%	10,54%	9,38%	11,11%	0,00%	0,00%	25,00%	5,63%	9,13%	14,86%	16,38%	0,00%
		2	10,46%	12,03%	9,03%	6,15%	8,96%	12,39%	11,18%	10,16%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	7,72%	12,78%	14,12%	0,00%
		3	16,32%	18,12%	14,68%	13,85%	16,73%	16,30%	17,57%	14,84%	11,11%	13,33%	0,00%	25,00%	18,31%	15,91%	15,50%	19,77%	0,00%
		4	12,70%	11,20%	14,05%	13,85%	15,14%	12,83%	9,27%	11,72%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	13,86%	12,30%	12,99%	33,33%
		5	9,54%	8,58%	10,41%	7,69%	11,35%	8,04%	9,90%	7,03%	8,33%	20,00%	0,00%	12,50%	7,04%	9,29%	9,42%	11,30%	33,33%
		6	9,54%	8,02%	10,92%	10,77%	8,17%	9,35%	11,50%	9,38%	11,11%	13,33%	0,00%	25,00%	5,63%	10,87%	10,54%	2,26%	0,00%
		nr	29,21%	28,49%	29,86%	40,00%	27,89%	25,22%	30,03%	37,50%	30,56%	53,33%	100,00%	12,50%	50,70%	33,23%	24,60%	23,16%	33,33%
4	TV provinciali/ locali	1	12,70%	12,31%	13,05%	7,69%	11,95%	16,74%	11,50%	10,16%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	9,76%	14,86%	18,08%	33,33%
		2	9,87%	11,62%	8,28%	13,85%	10,56%	10,22%	8,31%	10,16%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	9,29%	11,34%	7,91%	0,00%
		3	20,26%	23,65%	17,19%	15,38%	20,52%	20,87%	19,49%	20,31%	22,22%	26,67%	0,00%	25,00%	21,13%	20,00%	18,85%	25,99%	0,00%
		4	9,67%	9,82%	9,54%	9,23%	11,55%	10,65%	7,99%	4,69%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	9,13%	10,54%	11,86%	0,00%
		5	8,36%	7,33%	9,28%	3,08%	10,36%	8,04%	7,67%	6,25%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	4,23%	8,03%	9,58%	6,78%	33,33%
		6	5,99%	4,56%	7,28%	9,23%	5,58%	5,22%	7,35%	7,03%	2,78%	0,00%	0,00%	25,00%	4,23%	7,40%	5,75%	1,69%	0,00%
		nr	33,16%	30,71%	35,38%	41,54%	29,48%	28,26%	37,70%	41,41%	47,22%	66,67%	100,00%	37,50%	53,52%	36,38%	29,07%	27,68%	33,33%
5	Radio nazionali	1	11,12%	12,03%	10,29%	4,62%	11,75%	13,70%	9,90%	5,47%	13,89%	6,67%	0,00%	25,00%	2,82%	9,92%	12,30%	14,12%	0,00%
		2	9,14%	10,79%	7,65%	4,62%	8,96%	10,65%	8,95%	7,03%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	9,13%	9,74%	9,60%	0,00%
		3	14,61%	14,80%	14,43%	15,38%	15,94%	15,43%	14,70%	7,81%	8,33%	13,33%	0,00%	25,00%	16,90%	14,65%	13,58%	16,95%	0,00%
		4	13,49%	12,45%	14,43%	18,46%	15,34%	12,83%	11,50%	12,50%	11,11%	6,67%	0,00%	0,00%	9,86%	12,76%	15,02%	12,43%	33,33%
		5	11,84%	13,00%	10,79%	7,69%	12,15%	11,09%	12,78%	14,06%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	9,92%	11,82%	20,34%	33,33%
		6	9,28%	8,44%	10,04%	6,15%	8,17%	9,13%	11,18%	13,28%	0,00%	13,33%	0,00%	12,50%	4,23%	9,76%	10,70%	4,52%	0,00%
		nr	30,53%	28,49%	32,37%	43,08%	27,69%	27,17%	30,99%	39,84%	38,89%	60,00%	100,00%	37,50%	53,52%	33,86%	26,84%	22,03%	33,33%

12. Quali fonti di informazione hanno più influenza su di te?

Si valutino le alternative in base al livello di influenza attribuito a ciascuna fonte. (2 di 7)

LEGGENDA

(L) livello di influenza | (1) nessuna influenza | (6) molta influenza | (nr) non risponde

		Sesso			Età								Titolo di studio					
N	L	Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
6	Radio regionali	1	13,16%	13,55%	12,80%	7,69%	13,55%	15,22%	12,14%	11,72%	11,11%	0,00%	0,00%	7,04%	10,87%	14,86%	18,08%	33,33%
		2	9,14%	11,07%	7,40%	9,23%	9,76%	10,65%	6,71%	10,16%	2,78%	0,00%	0,00%	5,63%	7,40%	11,66%	8,47%	0,00%
		3	19,01%	20,61%	17,57%	18,46%	19,72%	21,09%	18,85%	10,94%	13,89%	20,00%	0,00%	25,00%	15,49%	20,16%	16,77%	0,00%
		4	11,64%	10,93%	12,30%	13,85%	14,54%	9,78%	10,54%	9,38%	13,89%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	11,02%	11,82%	0,00%
		5	8,88%	8,44%	9,28%	6,15%	8,96%	9,57%	9,90%	7,81%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	8,03%	10,70%	0,00%
		6	5,13%	4,29%	5,90%	4,62%	3,78%	5,43%	6,39%	7,81%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	2,82%	5,98%	5,27%	0,00%
		nr	33,03%	31,12%	34,76%	40,00%	29,68%	28,26%	35,46%	42,19%	55,56%	73,33%	100,00%	37,50%	53,52%	36,54%	28,91%	66,67%
7	Radio provinciali/ locali	1	12,89%	12,45%	13,30%	7,69%	14,54%	15,43%	8,95%	11,72%	5,56%	13,33%	0,00%	0,00%	9,86%	11,50%	13,26%	33,33%
		2	10,79%	13,14%	8,66%	10,77%	10,76%	12,39%	10,22%	9,38%	5,56%	0,00%	0,00%	5,63%	8,98%	13,58%	10,17%	0,00%
		3	21,18%	23,51%	19,07%	20,00%	22,71%	21,96%	19,49%	17,19%	19,44%	26,67%	0,00%	25,00%	18,31%	20,47%	20,61%	0,00%
		4	10,33%	9,68%	10,92%	12,31%	12,55%	10,00%	9,27%	6,25%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	10,08%	10,86%	0,00%
		5	6,84%	7,33%	6,40%	4,62%	7,37%	7,83%	6,07%	5,47%	5,56%	0,00%	0,00%	4,23%	7,72%	6,55%	6,21%	0,00%
		6	3,88%	2,35%	5,27%	0,00%	2,19%	4,13%	7,03%	5,47%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	3,78%	5,11%	0,00%
		nr	34,08%	31,54%	36,39%	44,62%	29,88%	28,26%	38,98%	44,53%	55,56%	60,00%	100,00%	50,00%	54,93%	37,48%	30,03%	66,67%
8	Free Press	1	12,50%	12,17%	12,80%	7,69%	14,54%	13,48%	9,58%	11,72%	11,11%	6,67%	0,00%	12,50%	7,04%	10,71%	14,54%	0,00%
		2	9,67%	11,07%	8,41%	9,23%	8,37%	12,39%	8,63%	10,94%	2,78%	0,00%	0,00%	2,82%	8,82%	11,34%	9,60%	33,33%
		3	26,71%	27,39%	26,10%	26,15%	29,28%	25,43%	27,48%	19,53%	27,78%	26,67%	0,00%	37,50%	23,94%	26,46%	26,20%	0,00%
		4	8,82%	9,41%	8,28%	7,69%	10,56%	9,35%	7,03%	7,81%	2,78%	0,00%	0,00%	4,23%	8,03%	9,11%	12,99%	0,00%
		5	6,84%	7,05%	6,65%	3,08%	5,58%	9,35%	7,67%	4,69%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	6,46%	7,99%	0,00%
		6	1,25%	1,11%	1,38%	0,00%	0,80%	1,96%	1,92%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,79%	2,08%	0,56%	0,00%
		nr	34,21%	31,81%	36,39%	46,15%	30,88%	28,04%	37,70%	45,31%	52,78%	66,67%	100,00%	37,50%	57,75%	38,74%	28,75%	66,67%
9	Quotidiani nazionali	1	10,92%	12,03%	9,91%	9,23%	11,35%	10,65%	11,18%	9,38%	16,67%	6,67%	0,00%	12,50%	5,63%	9,45%	13,26%	0,00%
		2	8,95%	10,37%	7,65%	4,62%	7,97%	10,65%	9,27%	7,03%	13,89%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	8,35%	8,79%	0,00%
		3	13,68%	12,72%	14,55%	9,23%	15,54%	13,26%	14,38%	11,72%	5,56%	6,67%	0,00%	25,00%	16,90%	14,02%	12,30%	0,00%
		4	14,01%	13,69%	14,30%	21,54%	16,33%	16,30%	8,63%	9,38%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	14,65%	14,54%	33,33%
		5	13,16%	15,08%	11,42%	7,69%	12,95%	14,13%	11,18%	15,63%	27,78%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	10,24%	15,34%	0,00%
		6	9,21%	8,58%	9,79%	1,54%	7,97%	9,35%	12,14%	10,16%	2,78%	26,67%	0,00%	12,50%	5,63%	9,29%	9,74%	33,33%
		nr	30,07%	27,52%	32,37%	46,15%	27,89%	25,65%	33,23%	36,72%	25,00%	53,33%	100,00%	37,50%	50,70%	34,02%	26,04%	33,33%
10	Quotidiani regionali	1	13,29%	13,42%	13,17%	7,69%	14,94%	12,83%	12,46%	14,06%	16,67%	0,00%	0,00%	25,00%	4,23%	10,24%	16,45%	33,33%
		2	9,34%	12,31%	6,65%	6,15%	8,57%	11,96%	6,71%	11,72%	11,11%	0,00%	0,00%	5,63%	8,50%	10,86%	9,04%	0,00%
		3	16,91%	17,29%	16,56%	20,00%	18,13%	17,39%	15,97%	13,28%	11,11%	13,33%	0,00%	25,00%	19,72%	17,32%	14,54%	0,00%
		4	14,14%	13,97%	14,30%	16,92%	17,33%	15,22%	10,86%	8,59%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	13,70%	14,70%	0,00%
		5	8,82%	9,27%	8,41%	4,62%	7,57%	10,43%	9,58%	7,03%	13,89%	6,67%	0,00%	0,00%	4,23%	8,50%	10,22%	0,00%
		6	4,34%	3,73%	4,89%	4,62%	3,19%	4,57%	5,43%	3,91%	2,78%	20,00%	0,00%	12,50%	5,63%	4,72%	3,99%	33,33%
		nr	33,16%	30,01%	36,01%	40,00%	30,28%	27,61%	38,98%	41,41%	38,89%	60,00%	100,00%	37,50%	53,52%	37,01%	29,23%	33,33%

12. Quali fonti di informazione hanno più influenza su di te?

Si valutino le alternative in base al livello di influenza attribuito a ciascuna fonte. (3 di 7)

LEGGENDA

(L) livello di influenza | (1) nessuna influenza | (6) molta influenza | (nr) non risponde

N	L	Totale	Sesso			Età								Titolo di studio						
			M	F		11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
11	Quotidiani provinciali/ locali	1	14,01%	13,55%	14,43%	9,23%	16,53%	17,39%	9,27%	9,38%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	11,18%	16,93%	16,38%	33,33%	
		2	10,13%	12,86%	7,65%	4,62%	10,36%	11,74%	7,99%	11,72%	11,11%	6,67%	0,00%	0,00%	1,41%	8,66%	12,94%	9,60%	0,00%	
		3	20,13%	22,27%	18,19%	23,08%	20,12%	20,22%	19,17%	20,31%	22,22%	20,00%	0,00%	25,00%	22,54%	20,63%	17,25%	27,68%	0,00%	
		4	11,38%	10,24%	12,42%	12,31%	13,35%	11,96%	11,50%	3,91%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	11,34%	12,14%	11,30%	0,00%	
		5	6,32%	6,36%	6,27%	7,69%	6,97%	6,96%	4,79%	5,47%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	5,98%	6,87%	6,21%	0,00%	
		6	4,01%	3,04%	4,89%	1,54%	2,39%	4,13%	7,35%	3,13%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	2,82%	4,25%	4,31%	2,26%	0,00%	
		nr	34,01%	31,67%	36,14%	41,54%	30,28%	27,61%	39,94%	46,09%	47,22%	60,00%	100,00%	37,50%	54,93%	37,95%	29,55%	26,55%	66,67%	
12	Periodici nazionali (settimanali/ mensili)	1	11,97%	11,48%	12,42%	4,62%	12,95%	13,48%	11,82%	10,16%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	7,04%	9,61%	14,70%	12,99%	0,00%	
		2	8,88%	11,20%	6,78%	7,69%	8,37%	10,22%	8,63%	8,59%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	8,82%	10,38%	6,21%	0,00%	
		3	17,76%	17,98%	17,57%	15,38%	19,52%	18,26%	17,89%	11,72%	13,89%	13,33%	0,00%	25,00%	18,31%	17,17%	17,25%	21,47%	0,00%	
		4	12,70%	13,55%	11,92%	16,92%	15,34%	15,00%	7,35%	4,69%	19,44%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	11,65%	12,94%	16,95%	33,33%	
		5	9,93%	10,79%	9,16%	7,69%	8,57%	10,65%	9,90%	14,06%	11,11%	6,67%	0,00%	12,50%	2,82%	8,98%	11,02%	12,43%	0,00%	
		6	5,07%	3,87%	6,15%	1,54%	4,98%	4,35%	7,03%	4,69%	0,00%	20,00%	0,00%	12,50%	4,23%	5,67%	4,95%	3,39%	0,00%	
		nr	33,68%	31,12%	36,01%	46,15%	30,28%	28,04%	37,38%	46,09%	44,44%	53,33%	100,00%	37,50%	53,52%	38,11%	28,75%	26,55%	66,67%	
13	Periodici regionali (settimanali/ mensili)	1	12,83%	11,48%	14,05%	4,62%	14,54%	14,35%	10,86%	13,28%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	10,24%	15,97%	14,69%	0,00%	
		2	9,61%	12,31%	7,15%	12,31%	8,57%	11,09%	10,86%	6,25%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	9,13%	10,86%	8,47%	0,00%	
		3	21,58%	23,51%	19,82%	24,62%	22,51%	21,74%	20,77%	15,63%	27,78%	26,67%	0,00%	25,00%	21,13%	21,10%	20,61%	27,12%	0,00%	
		4	10,86%	11,07%	10,66%	12,31%	13,15%	11,96%	7,67%	8,59%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	10,24%	10,54%	15,25%	33,33%	
		5	5,99%	6,50%	5,52%	3,08%	6,97%	6,74%	4,15%	6,25%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	7,24%	5,43%	5,65%	0,00%	
		6	3,95%	2,77%	5,02%	3,08%	2,19%	4,35%	7,03%	3,13%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	2,82%	3,46%	5,27%	1,13%	0,00%	
		nr	35,20%	32,37%	37,77%	40,00%	32,07%	29,78%	38,66%	46,88%	52,78%	66,67%	100,00%	50,00%	54,93%	38,58%	31,31%	27,68%	66,67%	
14	Periodici provinciali/ locali (settimanali/ mensili)	1	12,96%	12,72%	13,17%	7,69%	15,14%	14,13%	11,18%	11,72%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	11,18%	15,18%	14,69%	0,00%	
		2	10,92%	13,14%	8,91%	9,23%	9,16%	12,17%	13,42%	10,16%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	9,92%	12,30%	12,99%	0,00%	
		3	22,76%	24,76%	20,95%	24,62%	23,90%	23,48%	20,77%	17,97%	27,78%	26,67%	0,00%	25,00%	22,54%	22,05%	21,73%	29,38%	0,00%	
		4	10,26%	9,68%	10,79%	7,69%	12,95%	12,61%	5,11%	7,03%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	7,04%	9,61%	10,70%	12,43%	33,33%	
		5	6,12%	5,67%	6,52%	6,15%	6,77%	6,52%	5,75%	3,13%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	5,67%	7,35%	3,95%	0,00%	
		6	2,37%	1,94%	2,76%	0,00%	0,80%	2,83%	5,11%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	2,99%	2,24%	0,56%	0,00%	
		nr	34,61%	32,09%	36,89%	44,62%	31,27%	28,26%	38,66%	47,66%	50,00%	60,00%	100,00%	37,50%	54,93%	38,58%	30,51%	25,99%	66,67%	
15	Portali di informazione online	1	12,57%	13,83%	11,42%	9,23%	13,55%	12,83%	13,74%	10,16%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	10,24%	14,70%	14,69%	0,00%	
		2	9,54%	10,79%	8,41%	7,69%	8,37%	10,00%	11,18%	12,50%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	9,45%	9,74%	12,43%	0,00%	
		3	14,14%	14,11%	14,18%	10,77%	14,74%	13,91%	13,42%	11,72%	25,00%	26,67%	0,00%	37,50%	15,49%	14,80%	12,46%	16,38%	0,00%	
		4	15,66%	16,60%	14,81%	13,85%	18,53%	17,17%	12,46%	13,28%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	14,49%	15,97%	20,90%	33,33%	
		5	10,07%	10,37%	9,79%	13,85%	9,96%	13,04%	7,35%	5,47%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	9,76%	10,86%	10,17%	0,00%	
		6	5,20%	3,73%	6,52%	0,00%	5,18%	6,74%	5,75%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	4,72%	7,19%	1,69%	0,00%	
		nr	32,83%	30,57%	34,88%	44,62%	29,68%	26,30%	36,10%	43,75%	52,78%	73,33%	100,00%	37,50%	53,52%	36,54%	29,07%	23,73%	66,67%	

12. Quali fonti di informazione hanno più influenza su di te?

Si valutino le alternative in base al livello di influenza attribuito a ciascuna fonte. (4 di 7)

LEGGENDA

(L) livello di influenza | (1) nessuna influenza | (6) molta influenza | (nr) non risponde

N	L	Totale	Sesso		Età								Titolo di studio						
			M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
16	Portali di informazione locale online	1	12,43%	12,17%	12,67%	9,23%	13,35%	13,04%	13,42%	9,38%	2,78%	6,67%	0,00%	25,00%	8,45%	9,61%	14,38%	16,95%	0,00%
		2	11,45%	13,14%	9,91%	10,77%	11,16%	12,83%	10,22%	12,50%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	9,29%	13,10%	16,95%	0,00%
		3	17,76%	18,67%	16,94%	18,46%	16,73%	17,17%	18,85%	17,19%	27,78%	26,67%	0,00%	37,50%	16,90%	18,58%	15,50%	22,60%	0,00%
		4	13,09%	13,42%	12,80%	12,31%	17,93%	13,91%	7,35%	9,38%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	12,44%	14,06%	14,12%	33,33%
		5	7,89%	7,33%	8,41%	9,23%	7,17%	9,78%	8,63%	3,91%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	7,04%	8,35%	8,95%	2,82%	33,33%
		6	3,36%	2,90%	3,76%	1,54%	3,19%	4,78%	2,88%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	4,09%	3,51%	1,13%	0,00%
		nr	34,01%	32,37%	35,51%	38,46%	30,48%	28,48%	38,66%	45,31%	52,78%	60,00%	100,00%	37,50%	53,52%	37,64%	30,51%	25,42%	33,33%
17	Portali di contro/ informazione online	1	13,68%	13,28%	14,05%	10,77%	17,33%	13,04%	11,18%	10,94%	13,89%	0,00%	0,00%	12,50%	12,68%	11,50%	15,81%	14,12%	33,33%
		2	9,47%	11,62%	7,53%	9,23%	7,97%	10,87%	9,58%	11,72%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	4,23%	8,19%	10,54%	12,99%	0,00%
		3	20,39%	20,61%	20,20%	13,85%	20,92%	19,57%	22,04%	18,75%	25,00%	26,67%	0,00%	37,50%	15,49%	20,31%	19,49%	25,42%	0,00%
		4	11,97%	12,31%	11,67%	13,85%	13,75%	14,13%	8,63%	7,03%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	7,04%	11,81%	12,46%	13,56%	0,00%
		5	6,25%	6,64%	5,90%	6,15%	4,98%	8,26%	6,71%	3,91%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	6,61%	6,07%	6,21%	0,00%
		6	4,54%	4,43%	4,64%	3,08%	4,38%	6,30%	4,15%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	4,41%	5,75%	1,69%	0,00%
		nr	33,68%	31,12%	36,01%	43,08%	30,68%	27,83%	37,70%	45,31%	47,22%	53,33%	100,00%	37,50%	53,52%	37,17%	29,87%	25,99%	66,67%
18	Portali di contro/ informazione locale online	1	12,30%	12,59%	12,05%	9,23%	14,34%	13,70%	8,95%	11,72%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	10,08%	14,22%	14,12%	33,33%
		2	10,92%	13,55%	8,53%	9,23%	9,56%	12,83%	11,50%	11,72%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	10,24%	12,14%	12,99%	0,00%
		3	21,97%	22,82%	21,20%	16,92%	22,51%	20,65%	24,28%	20,31%	25,00%	26,67%	0,00%	37,50%	15,49%	20,94%	21,09%	31,07%	0,00%
		4	10,86%	9,68%	11,92%	10,77%	15,34%	10,65%	7,35%	5,47%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	11,34%	11,82%	7,91%	0,00%
		5	6,58%	7,05%	6,15%	9,23%	4,98%	9,35%	7,03%	2,34%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	2,82%	6,61%	7,51%	4,52%	0,00%
		6	2,76%	2,49%	3,01%	0,00%	2,79%	4,13%	2,24%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	3,15%	2,72%	2,26%	0,00%
		nr	34,61%	31,81%	37,14%	44,62%	30,48%	28,70%	38,66%	46,88%	52,78%	73,33%	100,00%	50,00%	59,15%	37,64%	30,51%	27,12%	66,67%
19	Siti Internet dei partiti	1	10,72%	10,79%	10,66%	3,08%	13,75%	11,52%	8,31%	9,38%	2,78%	0,00%	0,00%	25,00%	4,23%	9,76%	11,98%	11,30%	33,33%
		2	11,58%	12,45%	10,79%	9,23%	11,16%	13,48%	10,54%	11,72%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	9,45%	14,70%	12,43%	0,00%
		3	28,62%	29,60%	27,73%	24,62%	28,88%	28,26%	30,35%	26,56%	30,56%	26,67%	0,00%	25,00%	25,35%	27,72%	27,48%	37,85%	0,00%
		4	7,24%	8,02%	6,52%	10,77%	9,16%	8,70%	3,83%	3,13%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	8,45%	6,77%	7,51%	7,34%	0,00%
		5	3,75%	4,43%	3,14%	1,54%	3,19%	5,00%	4,47%	1,56%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	5,20%	2,88%	2,82%	0,00%
		6	3,29%	2,35%	4,14%	7,69%	1,99%	4,13%	3,83%	2,34%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	4,23%	2,99%	3,99%	1,13%	33,33%
		nr	34,80%	32,37%	37,01%	43,08%	31,87%	28,91%	38,66%	45,31%	52,78%	60,00%	100,00%	37,50%	53,52%	38,11%	31,47%	27,12%	33,33%
20	Blog	1	11,25%	11,20%	11,29%	12,31%	12,15%	14,35%	8,31%	7,81%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	9,76%	12,62%	13,56%	0,00%
		2	13,55%	14,80%	12,42%	7,69%	15,74%	12,61%	14,38%	11,72%	8,33%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	11,50%	15,97%	16,38%	0,00%
		3	24,21%	24,76%	23,71%	15,38%	24,50%	22,83%	27,16%	23,44%	30,56%	26,67%	0,00%	37,50%	19,72%	24,41%	22,84%	29,94%	0,00%
		4	8,36%	8,58%	8,16%	4,62%	10,56%	10,87%	3,83%	6,25%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	8,03%	8,95%	8,47%	33,33%
		5	5,59%	6,64%	4,64%	10,77%	5,18%	6,74%	5,11%	2,34%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	4,88%	7,35%	3,39%	0,00%
		6	2,76%	2,35%	3,14%	3,08%	1,99%	3,26%	3,83%	1,56%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	2,83%	3,04%	1,13%	0,00%
		nr	34,28%	31,67%	36,64%	46,15%	29,88%	29,35%	37,38%	46,88%	50,00%	66,67%	100,00%	37,50%	56,34%	38,58%	29,23%	27,12%	66,67%

12. Quali fonti di informazione hanno più influenza su di te?

Si valutino le alternative in base al livello di influenza attribuito a ciascuna fonte. (5 di 7)

LEGGENDA

(L) livello di influenza | (1) nessuna influenza | (6) molta influenza | (nr) non risponde

N	L	Sesso			Età								Titolo di studio					
		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
21 Forum di discussione	1	12,43%	11,89%	12,92%	12,31%	14,54%	13,48%	10,22%	9,38%	5,56%	0,00%	0,00%	25,00%	5,63%	12,60%	12,46%	14,12%	0,00%
	2	12,50%	13,55%	11,54%	9,23%	15,14%	12,83%	8,95%	14,06%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	9,29%	15,81%	15,82%	0,00%
	3	22,89%	23,65%	22,21%	12,31%	22,91%	21,52%	28,12%	19,53%	25,00%	26,67%	0,00%	37,50%	16,90%	23,46%	21,25%	28,81%	0,00%
	4	8,82%	9,54%	8,16%	10,77%	9,96%	12,17%	4,79%	3,91%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	8,98%	8,79%	8,47%	33,33%
	5	5,26%	6,36%	4,27%	7,69%	5,18%	6,09%	5,11%	3,13%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	4,41%	6,55%	4,52%	0,00%
	6	4,01%	4,01%	4,02%	3,08%	2,39%	5,87%	5,11%	2,34%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,94%	5,27%	1,69%	0,00%
	nr	34,08%	30,98%	36,89%	44,62%	29,88%	28,04%	37,70%	47,66%	52,78%	73,33%	100,00%	37,50%	59,15%	37,32%	29,87%	26,55%	66,67%
22 Facebook	1	10,86%	11,20%	10,54%	4,62%	13,15%	11,30%	8,95%	12,50%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	2,82%	9,92%	11,66%	14,12%	0,00%
	2	13,49%	14,80%	12,30%	10,77%	13,35%	15,00%	15,02%	10,16%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	11,50%	15,50%	15,25%	0,00%
	3	16,71%	17,84%	15,68%	13,85%	13,75%	15,22%	20,13%	21,88%	30,56%	26,67%	0,00%	37,50%	16,90%	15,43%	15,65%	24,29%	0,00%
	4	12,24%	13,42%	11,17%	13,85%	16,93%	12,17%	7,99%	3,91%	13,89%	6,67%	0,00%	12,50%	11,27%	12,44%	11,98%	12,43%	33,33%
	5	8,36%	8,30%	8,41%	10,77%	8,57%	10,00%	6,07%	6,25%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	9,86%	8,19%	9,27%	5,65%	0,00%
	6	8,55%	6,50%	10,41%	16,92%	8,76%	11,09%	6,07%	3,91%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	9,13%	9,27%	4,52%	0,00%
	nr	29,80%	27,94%	31,49%	29,23%	25,50%	25,22%	35,78%	41,41%	41,67%	60,00%	100,00%	12,50%	40,85%	33,39%	26,68%	23,73%	66,67%
23 Twitter	1	9,34%	8,99%	9,66%	3,08%	11,75%	9,78%	7,99%	7,03%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	2,82%	9,29%	9,58%	11,30%	0,00%
	2	8,88%	9,82%	8,03%	7,69%	10,16%	9,13%	7,67%	10,16%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	8,98%	9,74%	9,04%	0,00%
	3	30,46%	31,40%	29,61%	23,08%	29,48%	30,43%	34,19%	28,91%	33,33%	26,67%	0,00%	25,00%	25,35%	28,19%	30,99%	39,55%	0,00%
	4	6,78%	6,22%	7,28%	12,31%	9,16%	7,39%	2,88%	2,34%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	6,77%	6,87%	6,21%	0,00%
	5	4,80%	6,22%	3,51%	4,62%	3,59%	7,17%	4,79%	2,34%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	4,41%	4,63%	5,65%	33,33%
	6	5,07%	4,70%	5,40%	7,69%	4,58%	7,17%	4,15%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	3,15%	7,83%	3,39%	0,00%
	nr	34,67%	32,64%	36,51%	27,5,38%	31,27%	28,91%	38,34%	46,88%	52,78%	66,67%	100,00%	37,50%	54,93%	39,21%	30,35%	24,86%	66,67%
24 Youtube	1	10,46%	10,10%	10,79%	9,23%	13,15%	9,78%	8,95%	10,16%	2,78%	0,00%	0,00%	25,00%	5,63%	10,39%	11,34%	9,04%	0,00%
	2	10,99%	11,20%	10,79%	6,15%	11,35%	13,70%	7,99%	13,28%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	7,04%	10,39%	12,62%	9,60%	0,00%
	3	21,51%	21,16%	21,83%	10,77%	18,53%	20,43%	29,39%	21,09%	27,78%	26,67%	0,00%	25,00%	16,90%	17,32%	22,68%	34,46%	0,00%
	4	10,33%	11,89%	8,91%	16,92%	12,75%	11,30%	5,75%	5,47%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	11,65%	9,11%	9,60%	33,33%
	5	6,64%	8,85%	4,64%	7,69%	8,96%	5,87%	6,07%	2,34%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	6,77%	7,03%	5,08%	0,00%
	6	7,43%	6,64%	8,16%	12,31%	7,37%	10,65%	5,11%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	8,03%	7,83%	4,52%	0,00%
	nr	32,63%	30,15%	34,88%	27,0,77%	27,89%	28,26%	36,74%	45,31%	50,00%	66,67%	100,00%	37,50%	46,48%	35,43%	29,39%	27,68%	66,67%
25 Reddit	1	6,97%	6,64%	7,28%	3,08%	7,97%	9,35%	4,79%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	6,14%	7,99%	7,34%	33,33%
	2	6,71%	6,78%	6,65%	7,69%	8,76%	7,17%	4,47%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	6,46%	6,55%	7,91%	0,00%
	3	40,53%	40,39%	40,65%	30,77%	41,43%	41,09%	42,17%	39,06%	36,11%	26,67%	0,00%	25,00%	26,76%	37,32%	43,61%	48,02%	0,00%
	4	4,34%	5,26%	3,51%	6,15%	4,38%	5,00%	3,51%	1,56%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	4,23%	4,72%	3,99%	4,52%	0,00%
	5	2,43%	3,87%	1,13%	3,08%	2,19%	4,35%	1,28%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	0,00%	2,36%	3,04%	1,13%	0,00%
	6	1,45%	1,38%	1,51%	1,54%	1,39%	0,87%	2,56%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,20%	1,12%	0,56%	0,00%
	nr	37,57%	35,68%	39,27%	28,1,54%	33,86%	32,17%	41,21%	48,44%	55,56%	66,67%	100,00%	50,00%	57,75%	40,79%	33,71%	30,51%	66,67%

12. Quali fonti di informazione hanno più influenza su di te?

Si valutino le alternative in base al livello di influenza attribuito a ciascuna fonte. (6 di 7)

LEGGENDA

(L) livello di influenza | (1) nessuna influenza | (6) molta influenza | (nr) non risponde

N	L	Totale	Sesso		Età								Titolo di studio						
			M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
26	4Chan	1	6,84%	6,50%	7,15%	3,08%	7,97%	8,04%	6,39%	3,91%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	5,35%	8,47%	6,78%	33,33%
		2	6,58%	6,78%	6,40%	6,15%	7,97%	7,61%	4,79%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	7,40%	6,55%	5,65%	0,00%
		3	42,17%	44,26%	40,28%	30,77%	43,43%	43,48%	42,81%	39,06%	41,67%	26,67%	0,00%	37,50%	26,76%	38,74%	45,21%	50,85%	0,00%
		4	3,16%	2,63%	3,64%	4,62%	2,99%	4,35%	1,92%	0,78%	2,78%	13,33%	0,00%	0,00%	5,63%	3,46%	2,40%	3,95%	0,00%
		5	2,43%	3,32%	1,63%	4,62%	2,19%	3,26%	1,92%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	0,00%	2,99%	2,56%	0,56%	0,00%
		6	0,92%	1,11%	0,75%	0,00%	0,80%	1,09%	1,28%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,10%	0,80%	1,13%	0,00%
		nr	37,89%	35,41%	40,15%	284,62%	34,66%	32,17%	40,89%	49,22%	55,56%	60,00%	100,00%	37,50%	60,56%	40,94%	34,03%	31,07%	66,67%
27	Aggregatori di notizie/Motori di ricerca su Internet	1	10,92%	11,62%	10,29%	4,62%	11,75%	12,83%	8,95%	11,72%	5,56%	0,00%	0,00%	25,00%	7,04%	10,08%	11,02%	14,12%	33,33%
		2	9,28%	10,24%	8,41%	1,54%	9,56%	9,78%	9,90%	10,94%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	4,23%	7,56%	11,50%	10,17%	0,00%
		3	22,30%	21,44%	23,09%	18,46%	20,32%	23,26%	25,56%	17,97%	30,56%	26,67%	0,00%	25,00%	25,35%	19,84%	23,16%	27,12%	0,00%
		4	12,63%	12,59%	12,67%	21,54%	14,34%	13,48%	9,90%	8,59%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	11,97%	13,26%	14,69%	0,00%
		5	5,59%	6,78%	4,52%	7,69%	6,57%	5,87%	3,51%	3,13%	11,11%	6,67%	0,00%	12,50%	1,41%	5,20%	6,87%	3,95%	0,00%
		6	4,54%	4,01%	5,02%	6,15%	5,38%	5,00%	3,51%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	6,30%	3,99%	1,69%	0,00%
		nr	34,74%	33,33%	36,01%	273,85%	32,07%	29,78%	38,66%	44,53%	44,44%	60,00%	100,00%	37,50%	50,70%	39,06%	30,19%	28,25%	66,67%
28	Passaparola tra amici/ conoscenti	1	12,89%	12,59%	13,17%	9,23%	14,94%	13,26%	10,22%	13,28%	11,11%	6,67%	0,00%	12,50%	12,68%	11,81%	14,38%	11,86%	0,00%
		2	9,08%	9,27%	8,91%	1,54%	9,76%	9,13%	10,54%	10,16%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	8,35%	10,54%	9,60%	0,00%	
		3	18,36%	18,81%	17,94%	13,85%	17,33%	19,57%	21,73%	12,50%	22,22%	6,67%	0,00%	25,00%	14,08%	15,75%	20,45%	22,03%	0,00%
		4	12,43%	13,42%	11,54%	20,00%	14,14%	12,83%	9,27%	9,38%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	11,81%	12,94%	15,25%	0,00%
		5	8,29%	8,58%	8,03%	12,31%	8,76%	8,70%	6,39%	6,25%	5,56%	26,67%	0,00%	12,50%	7,04%	8,35%	7,67%	10,17%	33,33%
		6	5,07%	4,29%	5,77%	7,69%	5,78%	6,09%	3,19%	2,34%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	6,61%	4,15%	2,82%	0,00%
		nr	33,88%	33,06%	34,63%	269,23%	29,28%	30,43%	38,66%	46,09%	41,67%	60,00%	100,00%	37,50%	50,70%	37,32%	29,87%	28,25%	66,67%
29	Fonti istituzionali (gov.it; regione.it; ...)	1	9,80%	9,96%	9,66%	7,69%	11,16%	9,78%	8,63%	11,72%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	7,87%	11,98%	10,73%	0,00%
		2	8,42%	9,96%	7,03%	3,08%	7,97%	9,57%	7,67%	9,38%	13,89%	6,67%	0,00%	0,00%	1,41%	7,56%	10,38%	7,91%	0,00%
		3	21,18%	20,89%	21,46%	24,62%	21,91%	20,22%	23,00%	14,06%	25,00%	26,67%	0,00%	37,50%	21,13%	21,89%	19,81%	23,16%	0,00%
		4	10,33%	10,65%	10,04%	7,69%	10,36%	14,35%	6,39%	10,16%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	8,35%	11,66%	15,25%	0,00%
		5	7,57%	8,71%	6,52%	6,15%	7,57%	7,17%	10,86%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	7,09%	7,67%	9,60%	33,33%
		6	7,24%	5,67%	8,66%	4,62%	8,76%	8,91%	5,43%	3,91%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	7,87%	7,03%	7,34%	33,33%
		nr	35,46%	34,16%	36,64%	280,00%	32,27%	30,00%	38,02%	46,09%	55,56%	66,67%	100,00%	37,50%	59,15%	39,37%	31,47%	25,99%	33,33%
30	Un/una giornalista in particolare	1	8,95%	8,02%	9,79%	4,62%	10,36%	9,35%	7,99%	9,38%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	7,09%	10,54%	11,30%	0,00%
		2	8,62%	9,41%	7,90%	6,15%	8,57%	11,30%	7,03%	6,25%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	6,61%	11,02%	9,60%	0,00%
		3	27,57%	26,56%	28,48%	21,54%	29,68%	26,52%	30,35%	21,09%	22,22%	26,67%	0,00%	25,00%	21,13%	26,30%	30,19%	25,99%	0,00%
		4	8,75%	10,10%	7,53%	16,92%	8,96%	10,22%	5,75%	6,25%	5,56%	13,33%	0,00%	0,00%	7,04%	10,08%	6,71%	12,43%	0,00%
		5	5,72%	6,78%	4,77%	4,62%	5,78%	6,30%	6,07%	3,91%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	5,83%	5,11%	8,47%	33,33%
		6	3,82%	4,56%	3,14%	1,54%	3,39%	4,57%	4,47%	3,91%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	0,00%	3,94%	3,51%	5,65%	0,00%
		nr	36,58%	34,58%	38,39%	278,46%	33,27%	31,74%	38,34%	49,22%	58,33%	60,00%	100,00%	50,00%	59,15%	40,16%	32,91%	26,55%	66,67%

12. Quali fonti di informazione hanno più influenza su di te?

Si valutino le alternative in base al livello di influenza attribuito a ciascuna fonte. (7 di 7)

LEGGENDA

(L) livello di influenza | (1) nessuna influenza | (6) molta influenza | (nr) non risponde

N	L	Totale	Sesso		Età								Titolo di studio					
			M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
31 Altro	1	1,91%	2,07%	1,76%	1,54%	1,99%	2,39%	1,60%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	1,57%	2,08%	2,26%	0,00%
	2	2,11%	2,07%	2,13%	0,00%	1,99%	3,26%	0,96%	1,56%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,05%	2,24%	2,82%	0,00%
	3	19,74%	19,64%	19,82%	12,31%	18,73%	23,91%	20,77%	14,84%	8,33%	6,67%	0,00%	25,00%	16,90%	18,43%	22,52%	15,82%	0,00%
	4	0,59%	0,41%	0,75%	0,00%	0,40%	0,87%	0,64%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,94%	0,48%	0,00%	0,00%
	5	0,59%	0,55%	0,63%	3,08%	0,80%	0,22%	0,64%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	0,79%	0,32%	0,00%	0,00%
	6	0,72%	0,97%	0,50%	4,62%	0,40%	0,87%	0,64%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	1,10%	0,00%	1,13%	0,00%
	nr	74,34%	74,27%	74,40%	2312,31%	75,70%	68,48%	74,76%	81,25%	86,11%	93,33%	100,00%	62,50%	76,06%	75,12%	72,36%	77,97%	100,00%

13. 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 5)

LEGGENDA

(L) livello di influenza | (1) nessuna influenza | (6) molta influenza | (nr) non risponde

N		Sesso			Età								Titolo di studio						
		L	Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
1	Telegiornali	1	10,72%	10,93%	10,54%	3,08%	11,95%	10,65%	9,58%	14,06%	11,11%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	9,92%	11,98%	11,30%	0,00%
		2	8,36%	8,71%	8,03%	1,54%	9,96%	6,09%	10,22%	10,16%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	7,04%	7,87%	8,63%	9,60%	0,00%
		3	16,12%	16,32%	15,93%	12,31%	13,94%	20,00%	18,21%	11,72%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	18,31%	16,22%	14,54%	21,47%	0,00%
		4	15,53%	17,01%	14,18%	15,38%	15,54%	18,04%	13,10%	11,72%	25,00%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	12,60%	18,21%	19,77%	0,00%
		5	11,12%	10,65%	11,54%	6,15%	13,55%	10,65%	9,27%	7,81%	19,44%	13,33%	0,00%	0,00%	9,86%	10,24%	11,18%	14,12%	66,67%
		6	13,88%	13,28%	14,55%	21,54%	13,94%	13,48%	14,38%	13,28%	5,56%	13,33%	0,00%	25,00%	12,68%	16,22%	14,38%	4,52%	0,00%
		nr	24,28%	23,10%	25,22%	40,00%	21,12%	21,09%	25,24%	31,25%	25,00%	66,67%	100,00%	37,50%	38,03%	26,93%	21,09%	19,21%	33,33%
2	Programmi tv di approfondimen to	1	8,42%	8,85%	8,03%	6,15%	7,77%	8,91%	8,95%	9,38%	5,56%	13,33%	0,00%	0,00%	5,63%	7,09%	9,58%	10,73%	0,00%
		2	7,83%	6,22%	9,28%	12,31%	6,18%	6,96%	9,90%	10,16%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	8,03%	7,35%	8,47%	0,00%
		3	13,82%	14,38%	13,30%	12,31%	13,75%	13,48%	18,85%	6,25%	8,33%	6,67%	0,00%	37,50%	21,13%	14,96%	11,34%	14,69%	0,00%
		4	16,18%	17,29%	15,18%	7,69%	18,92%	19,35%	9,90%	11,72%	22,22%	20,00%	0,00%	0,00%	5,63%	14,17%	18,85%	19,21%	0,00%
		5	16,38%	17,01%	15,81%	10,77%	17,33%	20,22%	10,86%	16,41%	16,67%	6,67%	0,00%	12,50%	9,86%	15,28%	17,89%	17,51%	33,33%
		6	12,50%	11,20%	13,68%	16,92%	12,55%	9,57%	17,25%	10,94%	8,33%	6,67%	0,00%	12,50%	8,45%	12,91%	13,10%	10,73%	0,00%
		nr	24,87%	25,03%	24,72%	33,85%	23,51%	21,52%	24,28%	35,16%	27,78%	46,67%	100,00%	37,50%	39,44%	27,56%	21,88%	18,64%	66,67%
3	Giornali	1	10,59%	10,79%	10,41%	7,69%	12,95%	11,74%	7,35%	9,38%	5,56%	0,00%	0,00%	25,00%	4,23%	10,24%	11,82%	9,60%	0,00%
		2	9,14%	10,24%	8,16%	7,69%	9,96%	7,39%	11,50%	8,59%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	14,08%	9,61%	8,15%	9,04%	0,00%
		3	14,74%	14,66%	14,81%	13,85%	15,34%	14,78%	16,61%	12,50%	2,78%	6,67%	0,00%	25,00%	12,68%	15,59%	12,94%	18,64%	0,00%
		4	17,76%	19,36%	16,31%	13,85%	17,93%	22,39%	12,46%	13,28%	30,56%	6,67%	0,00%	12,50%	11,27%	14,17%	21,41%	20,90%	0,00%
		5	11,71%	10,51%	12,80%	4,62%	12,75%	12,39%	10,86%	7,81%	25,00%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	9,13%	12,94%	18,64%	66,67%
		6	10,46%	10,10%	10,79%	15,38%	8,96%	9,78%	13,42%	10,16%	2,78%	20,00%	0,00%	12,50%	8,45%	11,65%	10,38%	7,34%	0,00%
		nr	25,59%	24,34%	26,73%	36,92%	22,11%	21,52%	27,80%	38,28%	25,00%	60,00%	100,00%	12,50%	43,66%	29,61%	22,36%	15,82%	33,33%
4	Confronto con parenti/amici	1	11,58%	13,00%	10,29%	4,62%	12,15%	10,87%	12,78%	14,84%	8,33%	0,00%	0,00%	25,00%	7,04%	9,45%	13,58%	13,56%	0,00%
		2	7,63%	7,47%	7,78%	4,62%	7,57%	7,83%	7,35%	11,72%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	8,19%	7,35%	7,91%	0,00%
		3	11,51%	10,65%	12,30%	13,85%	9,16%	11,74%	16,93%	7,81%	5,56%	6,67%	0,00%	37,50%	14,08%	12,28%	10,22%	11,30%	0,00%
		4	16,25%	16,32%	16,19%	9,23%	18,13%	19,57%	12,46%	8,59%	27,78%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	14,80%	16,45%	24,29%	0,00%
		5	15,46%	16,18%	14,81%	12,31%	15,94%	18,04%	13,10%	11,72%	11,11%	26,67%	0,00%	0,00%	8,45%	12,91%	19,17%	14,12%	66,67%
		6	11,64%	10,37%	12,80%	18,46%	14,74%	9,57%	9,90%	7,81%	13,89%	6,67%	0,00%	0,00%	12,68%	12,76%	11,02%	10,17%	0,00%
		nr	25,92%	26,00%	25,85%	36,92%	22,31%	22,39%	27,48%	37,50%	30,56%	60,00%	100,00%	25,00%	43,66%	29,61%	22,20%	18,64%	33,33%
5	Materiale di propaganda dei partiti	1	12,30%	12,17%	12,42%	10,77%	13,55%	14,78%	8,31%	10,16%	5,56%	20,00%	0,00%	12,50%	7,04%	12,44%	12,14%	14,69%	0,00%
		2	12,24%	12,72%	11,79%	12,31%	13,55%	10,22%	11,82%	12,50%	25,00%	6,67%	0,00%	12,50%	12,68%	12,13%	12,46%	11,86%	0,00%
		3	23,82%	25,86%	21,96%	23,08%	20,92%	25,87%	27,16%	24,22%	16,67%	6,67%	0,00%	37,50%	25,35%	21,10%	23,96%	32,20%	0,00%
		4	9,80%	10,65%	9,03%	7,69%	14,34%	10,43%	4,15%	6,25%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	4,23%	8,35%	11,50%	11,30%	33,33%
		5	6,12%	5,53%	6,65%	6,15%	6,97%	6,52%	5,75%	3,91%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	7,40%	6,07%	2,82%	0,00%
		6	5,13%	4,29%	5,90%	6,15%	3,19%	7,17%	6,71%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	4,72%	6,71%	2,26%	0,00%
		nr	30,59%	28,77%	32,25%	33,85%	27,49%	25,00%	36,10%	39,84%	44,44%	60,00%	100,00%	25,00%	45,07%	33,86%	27,16%	24,86%	66,67%

13. 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. (2 di 5)

LEGGENDA

(L) livello di influenza | (1) nessuna influenza | (6) molta influenza | (nr) non risponde

N	L	Totale	Sesso		Età								Titolo di studio						
			M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
6	Tv all news	1	12,63%	12,45%	12,80%	9,23%	15,34%	12,83%	8,95%	14,06%	11,11%	0,00%	0,00%	25,00%	4,23%	13,07%	12,94%	12,99%	0,00%
		2	10,53%	11,07%	10,04%	6,15%	13,55%	10,22%	9,58%	5,47%	11,11%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	9,92%	11,18%	11,86%	0,00%
		3	20,39%	21,72%	19,20%	20,00%	19,52%	21,52%	22,04%	16,41%	16,67%	26,67%	0,00%	25,00%	23,94%	19,84%	18,85%	26,55%	0,00%
		4	11,25%	12,72%	9,91%	6,15%	12,55%	12,39%	7,99%	12,50%	13,89%	6,67%	0,00%	0,00%	4,23%	8,19%	14,38%	14,12%	33,33%
		5	9,67%	9,96%	9,41%	9,23%	8,57%	13,70%	7,99%	7,03%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	9,92%	10,70%	7,34%	0,00%
		6	4,08%	3,04%	5,02%	7,69%	3,39%	3,91%	6,71%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,41%	4,79%	2,26%	0,00%
		nr	31,45%	29,05%	33,63%	41,54%	27,09%	25,43%	36,74%	43,75%	44,44%	66,67%	100,00%	37,50%	54,93%	34,65%	27,16%	24,86%	66,67%
7	Programmi radiofonici	1	13,36%	13,55%	13,17%	7,69%	14,54%	15,43%	11,18%	12,50%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	12,44%	14,70%	15,82%	0,00%
		2	11,18%	11,20%	11,17%	7,69%	13,35%	9,13%	10,54%	11,72%	19,44%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	13,07%	10,06%	10,17%	0,00%
		3	21,78%	22,41%	21,20%	26,15%	23,71%	21,96%	22,36%	11,72%	13,89%	26,67%	0,00%	50,00%	25,35%	22,36%	19,81%	24,29%	0,00%
		4	11,78%	12,45%	11,17%	10,77%	10,56%	16,52%	9,27%	9,38%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	6,93%	16,13%	15,82%	33,33%
		5	7,04%	8,58%	5,65%	4,62%	7,17%	6,74%	7,03%	8,59%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	6,93%	7,67%	7,34%	33,33%
		6	2,96%	1,94%	3,89%	3,08%	2,19%	3,26%	4,15%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,15%	3,83%	0,56%	0,00%
		nr	31,91%	29,88%	33,75%	40,00%	28,49%	26,96%	35,46%	42,97%	41,67%	66,67%	100,00%	37,50%	53,52%	35,12%	27,80%	25,99%	33,33%
8	Siti Internet dei partiti	1	11,91%	11,89%	11,92%	6,15%	15,34%	14,35%	6,39%	8,59%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	4,23%	10,08%	14,86%	11,30%	33,33%
		2	10,72%	10,93%	10,54%	9,23%	12,15%	9,78%	10,22%	13,28%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	10,55%	12,14%	6,78%	0,00%
		3	30,00%	32,37%	27,85%	26,15%	29,68%	29,57%	33,55%	25,00%	36,11%	26,67%	0,00%	50,00%	25,35%	28,82%	27,96%	42,94%	0,00%
		4	7,17%	7,61%	6,78%	9,23%	8,57%	10,00%	2,56%	3,13%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	2,82%	6,77%	7,35%	10,17%	0,00%
		5	4,54%	4,70%	4,39%	4,62%	3,78%	6,09%	5,11%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	4,41%	4,95%	2,26%	0,00%
		6	2,83%	2,35%	3,26%	6,15%	1,39%	3,70%	3,51%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	2,99%	3,51%	0,56%	0,00%
		nr	32,83%	30,15%	35,26%	38,46%	29,08%	26,52%	38,66%	44,53%	50,00%	60,00%	100,00%	37,50%	47,89%	36,38%	29,23%	25,99%	66,67%
9	Partecipazione a manifestazioni pubbliche dei partiti	1	9,87%	9,27%	10,41%	10,77%	12,15%	12,61%	4,15%	7,81%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	5,63%	9,92%	10,38%	9,60%	0,00%
		2	11,91%	12,86%	11,04%	9,23%	11,55%	11,96%	12,78%	13,28%	11,11%	6,67%	0,00%	37,50%	9,86%	9,76%	13,42%	14,12%	0,00%
		3	27,70%	27,66%	27,73%	27,69%	29,08%	27,39%	28,75%	22,66%	30,56%	6,67%	0,00%	25,00%	25,35%	26,61%	27,32%	34,46%	0,00%
		4	9,34%	10,65%	8,16%	6,15%	10,76%	10,00%	8,63%	5,47%	5,56%	13,33%	0,00%	0,00%	4,23%	9,92%	8,47%	12,43%	33,33%
		5	5,00%	5,95%	4,14%	4,62%	5,58%	5,00%	5,43%	2,34%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	5,35%	4,95%	5,65%	0,00%
		6	4,28%	3,73%	4,77%	3,08%	2,59%	6,09%	5,11%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	2,99%	6,71%	1,13%	0,00%
		nr	31,91%	29,88%	33,75%	38,46%	28,29%	26,96%	35,14%	43,75%	47,22%	66,67%	100,00%	25,00%	50,70%	35,43%	28,75%	22,60%	66,67%
10	Blog	1	11,84%	12,31%	11,42%	15,38%	14,14%	13,70%	7,35%	9,38%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	11,27%	10,87%	12,94%	11,86%	33,33%
		2	10,92%	11,48%	10,41%	6,15%	13,15%	10,65%	9,90%	10,94%	0,00%	13,33%	0,00%	12,50%	9,86%	8,98%	13,42%	9,60%	0,00%
		3	29,47%	29,60%	29,36%	23,08%	30,88%	29,13%	29,71%	26,56%	38,89%	20,00%	0,00%	37,50%	22,54%	30,39%	27,00%	37,85%	0,00%
		4	6,84%	7,47%	6,27%	1,54%	7,57%	8,48%	6,71%	3,13%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	0,00%	5,83%	7,51%	10,73%	0,00%
		5	5,72%	5,95%	5,52%	12,31%	2,79%	8,48%	5,75%	4,69%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	5,35%	6,71%	3,39%	33,33%
		6	1,91%	1,94%	1,88%	3,08%	2,59%	1,96%	1,60%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,42%	2,72%	1,69%	0,00%
		nr	33,29%	31,26%	35,13%	38,46%	28,88%	27,61%	38,98%	45,31%	52,78%	60,00%	100,00%	37,50%	50,70%	37,17%	29,71%	24,86%	33,33%

13. 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. (3 di 5)

LEGGENDA

(L) livello di influenza | (1) nessuna influenza | (6) molta influenza | (nr) non risponde

N	L	Sesso			Età								Titolo di studio					
		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
11 Forum di discussione	1	11,97%	11,62%	12,30%	9,23%	14,34%	13,26%	9,27%	10,16%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	4,23%	11,50%	13,42%	11,86%	33,33%
	2	11,32%	12,45%	10,29%	9,23%	13,75%	10,43%	10,54%	10,16%	2,78%	13,33%	0,00%	25,00%	7,04%	8,82%	13,42%	14,12%	0,00%
	3	27,50%	27,52%	27,48%	26,15%	26,29%	28,48%	28,12%	26,56%	36,11%	20,00%	0,00%	25,00%	26,76%	28,03%	25,40%	33,90%	0,00%
	4	9,80%	10,93%	8,78%	7,69%	10,36%	12,17%	7,99%	8,59%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	10,39%	9,74%	9,60%	0,00%
	5	4,54%	4,70%	4,39%	6,15%	3,78%	4,78%	6,07%	2,34%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	2,82%	4,25%	5,27%	3,39%	0,00%
	6	3,29%	2,90%	3,64%	3,08%	3,78%	3,48%	2,88%	1,56%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	0,00%	2,83%	4,47%	2,26%	0,00%
	nr	31,58%	29,88%	33,12%	38,46%	27,69%	27,39%	35,14%	40,63%	52,78%	53,33%	100,00%	37,50%	52,11%	34,17%	28,27%	24,86%	66,67%
12 Facebook	1	10,92%	11,48%	10,41%	10,77%	13,15%	13,26%	7,03%	6,25%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	9,45%	13,42%	10,73%	33,33%
	2	11,05%	11,89%	10,29%	4,62%	12,35%	11,96%	10,22%	10,94%	2,78%	6,67%	0,00%	25,00%	11,27%	8,19%	13,26%	12,99%	0,00%
	3	23,22%	23,24%	23,21%	15,38%	21,31%	23,26%	28,75%	20,31%	27,78%	20,00%	0,00%	37,50%	19,72%	24,41%	20,61%	29,38%	0,00%
	4	12,17%	14,52%	10,04%	10,77%	14,34%	13,26%	8,95%	10,16%	5,56%	13,33%	0,00%	0,00%	7,04%	13,23%	11,66%	12,99%	0,00%
	5	7,89%	7,88%	7,90%	9,23%	8,37%	9,35%	5,75%	7,03%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	6,30%	10,06%	5,08%	0,00%
	6	5,26%	4,43%	6,02%	13,85%	5,58%	5,43%	5,11%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	4,23%	5,67%	5,27%	3,39%	0,00%
	nr	29,47%	26,56%	32,12%	35,38%	24,90%	23,48%	34,19%	43,75%	52,78%	60,00%	100,00%	12,50%	43,66%	32,76%	25,72%	25,42%	66,67%
13 Twitter	1	7,96%	8,44%	7,53%	4,62%	8,96%	11,30%	4,15%	5,47%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	7,72%	9,58%	6,21%	0,00%
	2	8,16%	8,99%	7,40%	4,62%	10,56%	7,17%	8,31%	5,47%	2,78%	6,67%	0,00%	25,00%	2,82%	7,40%	9,11%	9,04%	0,00%
	3	34,87%	34,85%	34,88%	29,23%	36,45%	34,57%	36,42%	32,03%	30,56%	20,00%	0,00%	25,00%	28,17%	35,28%	33,07%	43,50%	0,00%
	4	7,70%	8,71%	6,78%	6,15%	7,77%	9,78%	5,43%	6,25%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	7,56%	7,51%	9,60%	33,33%
	5	3,16%	3,18%	3,14%	3,08%	2,99%	3,26%	4,47%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	2,82%	2,20%	3,83%	3,95%	0,00%
	6	4,34%	4,43%	4,27%	9,23%	3,78%	5,65%	3,51%	2,34%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	2,82%	2,68%	7,19%	1,13%	0,00%
	nr	33,82%	31,40%	36,01%	43,08%	29,48%	28,26%	37,70%	46,88%	52,78%	66,67%	100,00%	37,50%	56,34%	37,17%	29,71%	26,55%	66,67%
14 Youtube	1	9,34%	10,37%	8,41%	6,15%	9,76%	12,39%	6,71%	5,47%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	8,35%	10,86%	8,47%	0,00%
	2	9,41%	10,10%	8,78%	3,08%	11,75%	8,91%	7,67%	10,94%	2,78%	13,33%	0,00%	12,50%	9,86%	8,19%	10,38%	10,17%	0,00%
	3	29,74%	28,49%	30,87%	15,38%	29,08%	30,00%	35,14%	26,56%	30,56%	20,00%	0,00%	25,00%	16,90%	28,35%	29,23%	42,37%	0,00%
	4	8,09%	9,96%	6,40%	10,77%	9,76%	8,91%	5,43%	6,25%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	8,19%	8,63%	6,78%	33,33%
	5	6,58%	7,75%	5,52%	12,31%	6,37%	8,48%	4,79%	3,91%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	6,61%	7,35%	4,52%	0,00%
	6	4,21%	3,32%	5,02%	10,77%	4,98%	3,91%	4,15%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	4,57%	4,63%	1,13%	0,00%
	nr	32,63%	30,01%	35,01%	41,54%	28,29%	27,39%	36,10%	46,09%	52,78%	60,00%	100,00%	37,50%	50,70%	35,75%	28,91%	26,55%	66,67%
15 Google News	1	11,05%	11,48%	10,66%	4,62%	12,55%	13,26%	8,63%	8,59%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	9,92%	12,78%	12,99%	0,00%
	2	9,47%	9,54%	9,41%	3,08%	10,96%	9,78%	9,27%	7,81%	5,56%	6,67%	0,00%	25,00%	7,04%	8,50%	11,02%	7,91%	0,00%
	3	28,29%	30,43%	26,35%	23,08%	29,08%	26,96%	31,31%	28,13%	22,22%	20,00%	0,00%	25,00%	25,35%	28,35%	26,68%	35,59%	0,00%
	4	8,62%	8,99%	8,28%	10,77%	8,96%	11,30%	6,39%	4,69%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	7,24%	9,74%	10,73%	33,33%
	5	4,80%	5,53%	4,14%	9,23%	5,18%	5,00%	3,51%	3,13%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	5,83%	4,31%	2,82%	0,00%
	6	3,49%	2,21%	4,64%	4,62%	2,59%	4,35%	3,83%	3,91%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	3,62%	4,47%	0,56%	0,00%
	nr	34,28%	31,81%	36,51%	44,62%	30,68%	29,35%	37,06%	43,75%	55,56%	66,67%	100,00%	37,50%	53,52%	36,54%	30,99%	29,38%	66,67%

13. 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. (4 di 5)

LEGGENDA

(L) livello di influenza | (1) nessuna influenza | (6) molta influenza | (nr) non risponde

N	L	Sesso			Età								Titolo di studio					
		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementa re	Lic. media	Diplom a	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
16	Reddit	1	6,45%	7,75%	5,27%	6,15%	8,37%	8,70%	2,56%	2,34%	0,00%	6,67%	0,00%	4,23%	5,35%	7,67%	6,78%	33,33%
		2	6,84%	6,92%	6,78%	3,08%	8,17%	7,39%	5,43%	6,25%	0,00%	13,33%	0,00%	25,00%	7,04%	6,77%	7,19%	0,00%
		3	44,01%	44,54%	43,54%	36,92%	45,22%	45,43%	45,37%	37,50%	44,44%	20,00%	0,00%	37,50%	29,58%	42,83%	44,57%	0,00%
		4	2,89%	3,32%	2,51%	3,08%	1,79%	4,13%	3,51%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	2,52%	2,56%	5,65%	0,00%
		5	2,17%	2,07%	2,26%	7,69%	1,79%	1,30%	3,19%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,83%	2,40%	0,00%	0,00%
		6	1,05%	1,24%	0,88%	0,00%	1,00%	1,52%	0,96%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,10%	1,44%	0,00%	0,00%
		nr	36,58%	34,16%	38,77%	43,08%	33,67%	31,52%	38,98%	48,44%	55,56%	60,00%	100,00%	37,50%	56,34%	38,58%	34,19%	29,38%
		nr	36,58%	34,16%	38,77%	43,08%	33,67%	31,52%	38,98%	48,44%	55,56%	60,00%	100,00%	37,50%	56,34%	38,58%	34,19%	29,38%
17	4Chan	1	6,05%	6,78%	5,40%	0,00%	8,17%	8,04%	2,88%	3,91%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	5,51%	6,55%	5,65%	33,33%
		2	6,91%	7,61%	6,27%	7,69%	8,17%	7,17%	5,75%	4,69%	0,00%	13,33%	0,00%	25,00%	7,04%	6,30%	7,67%	0,00%
		3	45,39%	46,47%	44,42%	35,38%	46,61%	47,61%	46,01%	39,84%	44,44%	20,00%	0,00%	25,00%	28,17%	44,72%	46,17%	0,00%
		4	2,30%	2,21%	2,38%	3,08%	1,59%	3,04%	2,88%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	2,52%	1,92%	3,39%	0,00%
		5	1,51%	1,52%	1,51%	6,15%	1,00%	1,52%	1,92%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,73%	1,44%	1,69%	0,00%
		6	0,99%	0,83%	1,13%	1,54%	0,40%	1,52%	0,96%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,79%	1,60%	0,00%	0,00%
		nr	36,84%	34,58%	38,90%	46,15%	34,06%	31,09%	39,62%	47,66%	55,56%	66,67%	100,00%	37,50%	57,75%	38,43%	34,66%	29,94%
		nr	36,84%	34,58%	38,90%	46,15%	34,06%	31,09%	39,62%	47,66%	55,56%	66,67%	100,00%	37,50%	57,75%	38,43%	34,66%	29,94%
18	9Gag	1	5,86%	6,36%	5,40%	3,08%	7,37%	8,04%	2,56%	3,13%	0,00%	6,67%	0,00%	5,63%	5,83%	5,91%	5,65%	33,33%
		2	6,58%	6,78%	6,40%	6,15%	9,36%	6,09%	4,79%	3,91%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	6,77%	7,19%	4,52%
		3	44,87%	46,47%	43,41%	38,46%	45,82%	46,96%	45,05%	39,84%	44,44%	20,00%	0,00%	50,00%	30,99%	43,78%	45,37%	0,00%
		4	2,37%	2,90%	1,88%	1,54%	2,19%	3,04%	1,92%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	2,05%	2,40%	3,95%	0,00%
		5	2,04%	1,94%	2,13%	1,54%	1,39%	2,17%	2,88%	2,34%	0,00%	6,67%	0,00%	1,41%	1,89%	2,56%	1,13%	0,00%
		6	0,72%	0,41%	1,00%	3,08%	0,20%	1,30%	0,64%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,63%	1,12%	0,00%	0,00%
		nr	37,57%	35,13%	39,77%	46,15%	33,67%	32,39%	42,17%	47,66%	55,56%	60,00%	100,00%	37,50%	56,34%	39,06%	35,46%	31,64%
		nr	37,57%	35,13%	39,77%	46,15%	33,67%	32,39%	42,17%	47,66%	55,56%	60,00%	100,00%	37,50%	56,34%	39,06%	35,46%	31,64%
19	Satira politica	1	12,57%	12,45%	12,67%	10,77%	14,94%	12,17%	9,58%	16,41%	0,00%	13,33%	0,00%	9,86%	12,13%	12,78%	14,69%	33,33%
		2	11,25%	13,28%	9,41%	12,31%	11,35%	12,83%	9,58%	8,59%	11,11%	13,33%	0,00%	25,00%	8,45%	10,39%	12,78%	9,60%
		3	22,83%	21,44%	24,09%	18,46%	21,31%	24,57%	27,16%	17,19%	19,44%	6,67%	0,00%	25,00%	19,72%	23,94%	22,20%	0,00%
		4	12,11%	13,55%	10,79%	12,31%	13,35%	14,13%	9,90%	7,81%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	10,71%	13,90%	14,12%
		5	6,45%	6,64%	6,27%	3,08%	7,77%	6,96%	5,11%	3,13%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	3,78%	7,83%	12,99%
		6	3,16%	3,46%	2,89%	10,77%	3,19%	3,04%	2,24%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	3,78%	2,88%	0,56%
		nr	31,64%	29,18%	33,88%	32,31%	28,09%	26,30%	36,42%	43,75%	50,00%	60,00%	100,00%	37,50%	47,89%	35,28%	27,64%	25,42%
		nr	31,64%	29,18%	33,88%	32,31%	28,09%	26,30%	36,42%	43,75%	50,00%	60,00%	100,00%	37,50%	47,89%	35,28%	27,64%	25,42%
20	Fonti istituzionali (gov.it; regione.it; ...)	1	10,86%	12,72%	9,16%	10,77%	10,36%	14,13%	8,31%	10,94%	2,78%	0,00%	0,00%	9,86%	8,98%	13,42%	9,60%	0,00%
		2	8,88%	9,82%	8,03%	7,69%	10,96%	7,39%	7,67%	10,94%	8,33%	0,00%	0,00%	9,86%	8,35%	9,11%	10,17%	0,00%
		3	26,25%	26,69%	25,85%	26,15%	26,69%	27,39%	28,75%	17,19%	19,44%	20,00%	0,00%	12,50%	22,54%	28,50%	24,12%	0,00%
		4	9,21%	9,68%	8,78%	6,15%	9,56%	12,39%	7,03%	6,25%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	5,35%	12,14%	15,25%
		5	5,53%	5,12%	5,90%	3,08%	6,37%	4,57%	6,39%	6,25%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	6,61%	4,63%	6,78%
		6	3,95%	3,04%	4,77%	3,08%	4,78%	3,91%	4,15%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,78%	4,63%	3,39%	0,00%
		nr	35,33%	32,92%	37,52%	43,08%	31,27%	30,22%	37,70%	46,09%	63,89%	80,00%	100,00%	62,50%	54,93%	38,43%	31,95%	26,55%
		nr	35,33%	32,92%	37,52%	43,08%	31,27%	30,22%	37,70%	46,09%	63,89%	80,00%	100,00%	62,50%	54,93%	38,43%	31,95%	26,55%

13. 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. (5 di 5)

LEGGENDA

(L) livello di influenza | (1) nessuna influenza | (6) molta influenza | (nr) non risponde

N	L	Totale	Sesso		Età								Titolo di studio					
			M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
31 Altro	1	1,71%	1,94%	1,51%	0,00%	2,19%	2,17%	1,28%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	1,57%	1,76%	2,26%	0,00%
	2	2,17%	2,63%	1,76%	6,15%	1,79%	2,39%	1,28%	1,56%	5,56%	6,67%	0,00%	25,00%	8,45%	2,36%	1,44%	0,56%	0,00%
	3	19,93%	19,09%	20,70%	10,77%	19,12%	22,39%	23,32%	16,41%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	14,08%	18,74%	22,52%	18,08%	0,00%
	4	1,12%	1,38%	0,88%	0,00%	1,00%	1,52%	0,96%	1,56%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	1,10%	1,28%	0,56%	0,00%
	5	0,86%	0,97%	0,75%	1,54%	0,80%	1,09%	0,64%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	0,31%	1,28%	0,56%	0,00%
	6	0,86%	1,38%	0,38%	3,08%	0,40%	1,09%	0,96%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	0,63%	0,80%	1,69%	0,00%
	nr	73,36%	72,61%	74,03%	78,46%	74,70%	69,35%	71,57%	78,13%	88,89%	86,67%	100,00%	50,00%	71,83%	75,28%	70,93%	76,27%	100,00%

14. Una Fonte per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (1 di 4)

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

14. Una Fonte per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (2 di 4)

N			Sesso			Età							Titolo di studio						
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
18	È in linea con le informazioni di cui già sono in possesso	SI	22,24%	21,99%	22,46%	16,92%	23,51%	22,39%	22,68%	21,09%	19,44%	6,67%	0,00%	25,00%	15,49%	20,00%	24,12%	22,03%	0,00%
		NO	77,76%	78,01%	77,54%	83,08%	76,49%	77,61%	77,32%	78,91%	80,56%	93,33%	100,00%	75,00%	84,51%	80,00%	75,88%	77,97%	00,00%
19	Non lo percepisco come contenuto promozionale/ pubblicitario	SI	24,01%	23,93%	24,09%	12,31%	26,69%	26,09%	22,04%	21,88%	16,67%	0,00%	0,00%	12,50%	14,08%	20,47%	25,40%	31,07%	0,00%
		NO	75,99%	76,07%	75,91%	87,69%	73,31%	73,91%	77,96%	78,13%	83,33%	100,00%	100,00%	87,50%	85,92%	79,53%	74,60%	68,93%	00,00%
20	I link funzionano	SI	17,76%	18,53%	17,06%	20,00%	19,32%	19,35%	14,06%	19,53%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	18,31%	15,59%	27,00%	18,64%	0,00%
		NO	82,24%	81,47%	82,94%	80,00%	80,68%	80,65%	85,94%	80,47%	94,44%	100,00%	100,00%	87,50%	81,69%	84,41%	73,00%	81,36%	00,00%
21	I testi sono chiari e il linguaggio comprensibile	SI	22,83%	22,27%	23,34%	15,38%	27,89%	21,96%	18,85%	21,88%	25,00%	0,00%	0,00%	12,50%	18,31%	20,63%	19,81%	25,99%	0,00%
		NO	77,17%	77,73%	76,66%	84,62%	72,11%	78,04%	81,15%	78,13%	75,00%	100,00%	100,00%	87,50%	81,69%	79,37%	80,19%	74,01%	00,00%
22	L'accesso alla fonte è semplice e veloce	SI	23,95%	23,37%	24,72%	16,92%	28,88%	25,00%	18,53%	21,88%	19,44%	6,67%	0,00%	25,00%	18,31%	21,73%	24,92%	23,73%	0,00%
		NO	76,05%	76,63%	75,28%	83,08%	71,12%	75,00%	81,47%	78,13%	80,56%	93,33%	100,00%	75,00%	81,69%	78,27%	75,08%	76,27%	00,00%
23	È imparziale	SI	31,51%	29,46%	33,38%	24,62%	37,45%	28,70%	31,95%	25,78%	25,00%	6,67%	0,00%	12,50%	21,13%	31,34%	27,00%	37,29%	33,33%
		NO	68,49%	70,54%	66,62%	75,38%	62,55%	71,30%	68,05%	74,22%	75,00%	93,33%	100,00%	87,50%	78,87%	68,66%	73,00%	62,71%	66,67%
24	Conosco l'autore personalmente	SI	19,80%	19,92%	19,70%	18,46%	22,51%	19,78%	18,85%	14,06%	16,67%	13,33%	0,00%	0,00%	12,68%	18,90%	31,47%	23,16%	33,33%
		NO	80,20%	80,08%	80,30%	81,54%	77,49%	80,22%	81,15%	85,94%	83,33%	86,67%	100,00%	100,00%	87,32%	81,10%	68,53%	76,84%	66,67%
25	Riporta l'autore e il titolo	SI	21,58%	20,47%	22,58%	12,31%	24,70%	24,35%	18,53%	17,19%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	12,68%	19,06%	20,77%	27,68%	0,00%
		NO	78,42%	79,53%	77,42%	87,69%	75,30%	75,65%	81,47%	82,81%	88,89%	100,00%	100,00%	100,00%	87,32%	80,94%	79,23%	72,32%	00,00%
26	È aggiornata con regolarità	SI	18,82%	17,98%	19,57%	10,77%	23,31%	18,91%	17,89%	12,50%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	12,68%	17,64%	23,80%	18,64%	0,00%
		NO	81,18%	82,02%	80,43%	89,23%	76,69%	81,09%	82,11%	87,50%	91,67%	100,00%	100,00%	87,50%	87,32%	82,36%	76,20%	81,36%	00,00%
27	Contiene una mail, per chiedere all'autore ulteriori informazioni	SI	17,17%	16,46%	17,82%	7,69%	21,12%	15,87%	15,97%	18,75%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	12,68%	16,06%	20,93%	18,08%	0,00%
		NO	82,83%	83,54%	82,18%	92,31%	78,88%	84,13%	84,03%	81,25%	91,67%	100,00%	100,00%	100,00%	87,32%	83,94%	79,07%	81,92%	00,00%
28	È condivisa da un numero elevato di persone	SI	13,95%	12,72%	15,06%	6,15%	17,33%	13,70%	13,42%	9,38%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	13,70%	18,85%	11,30%	0,00%
		NO	86,05%	87,28%	84,94%	93,85%	82,67%	86,30%	86,58%	90,63%	91,67%	93,33%	100,00%	100,00%	91,55%	86,30%	81,15%	88,70%	00,00%
29	È commentata da un numero elevato di persone	SI	13,36%	12,31%	14,30%	6,15%	17,13%	13,48%	10,54%	10,16%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	14,17%	15,81%	10,17%	0,00%
		NO	86,64%	87,69%	85,70%	93,85%	82,87%	86,52%	89,46%	89,84%	86,11%	100,00%	100,00%	100,00%	91,55%	85,83%	84,19%	89,83%	00,00%
30	Ci sono altre notizie con contenuto simile	SI	16,18%	16,18%	16,19%	15,38%	17,73%	17,61%	16,61%	8,59%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	16,90%	14,96%	14,22%	14,12%	0,00%
		NO	83,82%	83,82%	83,81%	84,62%	82,27%	82,39%	83,39%	91,41%	91,67%	100,00%	100,00%	87,50%	83,10%	85,04%	85,78%	85,88%	00,00%
31	Contiene una URL completa	SI	15,00%	15,49%	14,55%	20,00%	16,93%	14,78%	13,10%	15,63%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	18,31%	14,96%	18,05%	16,95%	0,00%
		NO	85,00%	84,51%	85,45%	80,00%	83,07%	85,22%	86,90%	84,38%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	81,69%	85,04%	81,95%	83,05%	00,00%
32	È o contiene un URL che ho già cliccato	SI	14,47%	15,49%	13,55%	12,31%	16,53%	14,78%	14,38%	10,94%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	14,08%	12,91%	14,38%	15,25%	0,00%
		NO	85,53%	84,51%	86,45%	87,69%	83,47%	85,22%	85,62%	89,06%	94,44%	100,00%	100,00%	100,00%	85,92%	87,09%	85,62%	84,75%	00,00%
33	È un commento	SI	12,76%	12,31%	13,17%	7,69%	14,34%	12,39%	13,74%	12,50%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	8,45%	13,23%	16,13%	9,04%	33,33%
		NO	87,24%	87,69%	86,83%	92,31%	85,66%	87,61%	86,26%	87,50%	100,00%	93,33%	100,00%	87,50%	91,55%	86,77%	83,87%	90,96%	66,67%

14. Una Fonte per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (3 di 4)

			Sesso			Età							Titolo di studio						
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diplo ma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
34	È una risposta	SI	13,68%	12,86%	14,43%	6,15%	17,53%	13,26%	11,82%	13,28%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	14,02%	13,74%	12,43%	0,00%
		NO	86,32%	87,14%	85,57%	93,85%	82,47%	86,74%	88,18%	86,72%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	91,55%	85,98%	86,26%	87,57%	00,00%
35	Ha postato di recente	SI	15,00%	14,94%	15,06%	15,38%	19,12%	13,70%	12,14%	16,41%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	14,08%	15,59%	14,54%	10,17%	0,00%
		NO	85,00%	85,06%	84,94%	84,62%	80,88%	86,30%	87,86%	83,59%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	85,92%	84,41%	85,46%	89,83%	00,00%
36	Ha un indice Klout/PeerIndex/Kred elevato	SI	14,67%	14,94%	14,43%	10,77%	15,14%	18,70%	12,78%	10,94%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	13,86%	16,13%	12,99%	33,33%
		NO	85,33%	85,06%	85,57%	89,23%	84,86%	81,30%	87,22%	89,06%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	90,14%	86,14%	83,87%	87,01%	66,67%
37	I post/tweet contengono hashtag	SI	13,95%	13,97%	13,93%	9,23%	16,53%	14,13%	13,42%	12,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	12,44%	16,61%	11,86%	0,00%
		NO	86,05%	86,03%	86,07%	90,77%	83,47%	85,87%	86,58%	87,50%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	88,73%	87,56%	83,39%	88,14%	00,00%
38	I post/tweet contengono URL	SI	13,88%	13,69%	14,05%	13,85%	14,94%	15,22%	12,78%	12,50%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	12,68%	13,54%	16,61%	15,25%	0,00%
		NO	86,12%	86,31%	85,95%	86,15%	85,06%	84,78%	87,22%	87,50%	100,00%	93,33%	100,00%	100,00%	87,32%	86,46%	83,39%	84,75%	00,00%
39	I post/tweet contengono URL "accorciate"	SI	12,70%	12,31%	13,05%	3,08%	14,74%	14,35%	10,86%	13,28%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	11,02%	14,22%	10,73%	0,00%
		NO	87,30%	87,69%	86,95%	96,92%	85,26%	85,65%	89,14%	86,72%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	90,14%	88,98%	85,78%	89,27%	00,00%
40	Il logo è utilizzato come avatar	SI	15,59%	16,60%	14,68%	13,85%	19,52%	16,52%	12,14%	11,72%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	14,08%	15,12%	15,34%	12,99%	0,00%
		NO	84,41%	83,40%	85,32%	86,15%	80,48%	83,48%	87,86%	88,28%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	85,92%	84,88%	84,66%	87,01%	00,00%
41	Il contenuto mi emoziona profondamente	SI	14,28%	13,42%	15,06%	15,38%	16,93%	14,35%	12,78%	11,72%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	15,49%	13,70%	17,25%	12,43%	0,00%
		NO	85,72%	86,58%	84,94%	84,62%	83,07%	85,65%	87,22%	88,28%	100,00%	93,33%	100,00%	100,00%	84,51%	86,30%	82,75%	87,57%	00,00%
42	L'autore è spesso commentato e "condiviso"	SI	16,64%	17,29%	16,06%	10,77%	22,11%	15,43%	13,42%	15,63%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	15,91%	15,50%	13,56%	0,00%
		NO	83,36%	82,71%	83,94%	89,23%	77,89%	84,57%	86,58%	84,38%	94,44%	100,00%	100,00%	87,50%	90,14%	84,09%	84,50%	86,44%	00,00%
43	È presente su Twitter, Facebook e i principali social media	SI	16,51%	17,01%	16,06%	18,46%	21,31%	15,43%	11,50%	17,19%	5,56%	6,67%	0,00%	25,00%	16,90%	15,59%	19,17%	12,43%	0,00%
		NO	83,49%	82,99%	83,94%	81,54%	78,69%	84,57%	88,50%	82,81%	94,44%	93,33%	100,00%	75,00%	83,10%	84,41%	80,83%	87,57%	00,00%
44	L'autore è spesso menzionato e "retwittato"	SI	16,38%	18,12%	14,81%	15,38%	20,32%	18,48%	10,54%	14,84%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	15,59%	18,53%	14,69%	0,00%
		NO	83,62%	81,88%	85,19%	84,62%	79,68%	81,52%	89,46%	85,16%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	88,73%	84,41%	81,47%	85,31%	00,00%
45	L'autore spesso scrive/posta/"twitta" sull'argomento	SI	15,59%	15,63%	15,56%	10,77%	20,52%	16,52%	10,22%	14,84%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	14,33%	18,53%	11,86%	0,00%
		NO	84,41%	84,37%	84,44%	89,23%	79,48%	83,48%	89,78%	85,16%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	88,73%	85,67%	81,47%	88,14%	00,00%
46	L'autore sta seguendo molti utenti	SI	14,87%	15,21%	14,55%	16,92%	19,12%	13,70%	11,82%	13,28%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	14,08%	14,17%	18,53%	8,47%	0,00%
		NO	85,13%	84,79%	85,45%	83,08%	80,88%	86,30%	88,18%	86,72%	94,44%	100,00%	100,00%	100,00%	85,92%	85,83%	81,47%	91,53%	00,00%
47	L'immagine dell'autore è una immagine personale	SI	17,04%	16,04%	17,94%	15,38%	21,71%	15,22%	13,74%	17,97%	8,33%	6,67%	0,00%	12,50%	14,08%	17,64%	17,73%	11,30%	0,00%
		NO	82,96%	83,96%	82,06%	84,62%	78,29%	84,78%	86,26%	82,03%	91,67%	93,33%	100,00%	87,50%	85,92%	82,36%	82,27%	88,70%	00,00%
48	La Homepage di Twitter è personalizzata	SI	14,61%	15,21%	14,05%	18,46%	17,93%	15,00%	11,18%	12,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	15,49%	16,54%	18,53%	6,78%	0,00%
		NO	85,39%	84,79%	85,95%	81,54%	82,07%	85,00%	88,82%	87,50%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	84,51%	83,46%	81,47%	93,22%	00,00%
49	La localizzazione dell'autore è legata all'argomento	SI	15,99%	16,32%	15,68%	16,92%	19,32%	16,30%	11,50%	15,63%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	15,49%	15,43%	15,02%	10,73%	0,00%
		NO	84,01%	83,68%	84,32%	83,08%	80,68%	83,70%	88,50%	84,38%	88,89%	100,00%	100,00%	100,00%	84,51%	84,57%	84,98%	89,27%	00,00%

14. Una Fonte per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (4 di 4)

N			Sesso			Età							Titolo di studio						
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
50	La page di Facebook è personalizzata	SI	15,86%	16,32%	15,43%	13,85%	18,73%	17,17%	11,18%	17,19%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	11,27%	14,49%	18,37%	15,25%	0,00%
		NO	84,14%	83,68%	84,57%	86,15%	81,27%	82,83%	88,82%	82,81%	97,22%	93,33%	100,00%	100,00%	88,73%	85,51%	81,63%	84,75%	00,00%
51	Lo username è legato all'argomento	SI	14,28%	14,11%	14,43%	20,00%	17,13%	14,78%	9,27%	14,84%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	16,90%	14,33%	18,21%	8,47%	0,00%
		NO	85,72%	85,89%	85,57%	80,00%	82,87%	85,22%	90,73%	85,16%	94,44%	100,00%	100,00%	87,50%	83,10%	85,67%	81,79%	91,53%	00,00%
52	Molti articoli/tweet/post con contenuto simile	SI	14,21%	14,66%	13,80%	16,92%	17,13%	14,57%	9,58%	15,63%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	14,08%	13,23%	15,65%	12,43%	0,00%
		NO	85,79%	85,34%	86,20%	83,08%	82,87%	85,43%	90,42%	84,38%	94,44%	100,00%	100,00%	87,50%	85,92%	86,77%	84,35%	87,57%	00,00%
53	Si tratta di una retweet/condivisione di qualcuno in cui ho fiducia	SI	13,88%	13,00%	14,68%	16,92%	15,94%	15,22%	9,90%	14,06%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	14,08%	14,65%	15,81%	11,30%	0,00%
		NO	86,12%	87,00%	85,32%	83,08%	84,06%	84,78%	90,10%	85,94%	100,00%	93,33%	100,00%	87,50%	85,92%	85,35%	84,19%	88,70%	00,00%
54	Il profilo è seguito da molti amici	SI	16,05%	16,32%	15,81%	13,85%	19,72%	14,13%	14,06%	17,19%	13,89%	0,00%	0,00%	12,50%	12,68%	16,69%	13,90%	12,43%	0,00%
		NO	83,95%	83,68%	84,19%	86,15%	80,28%	85,87%	85,94%	82,81%	86,11%	100,00%	100,00%	87,50%	87,32%	83,31%	86,10%	87,57%	00,00%
55	È della mia stessa nazionalità	SI	16,78%	17,15%	16,44%	16,92%	18,53%	16,96%	12,78%	18,75%	22,22%	6,67%	0,00%	12,50%	14,08%	17,17%	16,93%	11,86%	0,00%
		NO	83,22%	82,85%	83,56%	83,08%	81,47%	83,04%	87,22%	81,25%	77,78%	93,33%	100,00%	87,50%	85,92%	82,83%	83,07%	88,14%	00,00%
56	Ha molti followers pochi following	SI	15,79%	16,32%	15,31%	10,77%	20,72%	17,39%	10,54%	11,72%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	15,75%	18,21%	11,86%	0,00%
		NO	84,21%	83,68%	84,69%	89,23%	79,28%	82,61%	89,46%	88,28%	100,00%	93,33%	100,00%	100,00%	91,55%	84,25%	81,79%	88,14%	00,00%
57	Utilizza una immagine tipo "cartoon" come avatar	SI	14,08%	14,11%	14,05%	10,77%	17,33%	15,43%	10,54%	12,50%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	13,23%	18,05%	14,69%	0,00%
		NO	85,92%	85,89%	85,95%	89,23%	82,67%	84,57%	89,46%	87,50%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	88,73%	86,77%	81,95%	85,31%	00,00%
58	Utilizza l'immagine di "default"	SI	14,21%	13,97%	14,43%	10,77%	16,14%	15,43%	13,10%	10,16%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	13,39%	15,18%	12,99%	0,00%
		NO	85,79%	86,03%	85,57%	89,23%	83,86%	84,57%	86,90%	89,84%	91,67%	100,00%	100,00%	87,50%	90,14%	86,61%	84,82%	87,01%	00,00%
59	L'autore ha molti followers	SI	14,54%	14,66%	14,43%	15,38%	17,53%	15,22%	9,58%	17,19%	2,78%	0,00%	0,00%	25,00%	12,68%	13,54%	15,97%	12,99%	0,00%
		NO	85,46%	85,34%	85,57%	84,62%	82,47%	84,78%	90,42%	82,81%	97,22%	100,00%	100,00%	75,00%	87,32%	86,46%	84,03%	87,01%	00,00%
60	L'account ha il sigillo di "account verificato"	SI	19,08%	18,53%	19,57%	16,92%	24,90%	18,26%	15,97%	13,28%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	12,68%	19,69%	16,13%	14,69%	0,00%
		NO	80,92%	81,47%	80,43%	83,08%	75,10%	81,74%	84,03%	86,72%	94,44%	93,33%	100,00%	100,00%	87,32%	80,31%	83,87%	85,31%	00,00%
61	L'autore "twitta" frequentemente	SI	15,20%	16,74%	13,80%	15,38%	18,73%	18,04%	8,31%	14,06%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	15,12%	20,77%	14,12%	0,00%
		NO	84,80%	83,26%	86,20%	84,62%	81,27%	81,96%	91,69%	85,94%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	88,73%	84,88%	79,23%	85,88%	00,00%
62	Non saprei.	SI	18,55%	19,36%	17,82%	20,00%	15,54%	18,91%	17,89%	23,44%	30,56%	40,00%	100,00%	37,50%	23,94%	18,43%	16,13%	9,60%	33,33%
		NO	81,45%	80,64%	82,18%	80,00%	84,46%	81,09%	82,11%	76,56%	69,44%	60,00%	0,00%	62,50%	76,06%	81,57%	83,87%	90,40%	66,67%

15. Una Notizia per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (1 di 4)

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

15. Una Notizia per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (2 di 4)

N			Sesso			Età							Titolo di studio						
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diplo ma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
18	È in linea con le informazioni di cui già sono in possesso	SI	25,59%	25,73%	25,47%	23,08%	27,69%	27,17%	25,24%	19,53%	13,89%	6,67%	0,00%	12,50%	14,08%	24,72%	28,27%	24,29%	33,33%
		NO	74,41%	74,27%	74,53%	76,92%	72,31%	72,83%	74,76%	80,47%	86,11%	93,33%	100,00%	87,50%	85,92%	75,28%	71,73%	75,71%	66,67%
19	Non lo percepisco come contenuto promozionale/ pubblicitario	SI	30,53%	30,43%	30,61%	30,77%	33,07%	33,70%	27,16%	23,44%	19,44%	6,67%	0,00%	25,00%	14,08%	28,35%	34,35%	32,20%	0,00%
		NO	69,47%	69,57%	69,39%	69,23%	66,93%	66,30%	72,84%	76,56%	80,56%	93,33%	100,00%	75,00%	85,92%	71,65%	65,65%	67,80%	00,00%
20	I link funzionano	SI	21,78%	22,96%	20,70%	23,08%	23,71%	23,91%	20,45%	14,84%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	15,49%	20,63%	23,64%	23,16%	0,00%
		NO	78,22%	77,04%	79,30%	76,92%	76,29%	76,09%	79,55%	85,16%	91,67%	93,33%	100,00%	100,00%	84,51%	79,37%	76,36%	76,84%	00,00%
21	I testi sono chiari e il linguaggio comprensibile	SI	30,46%	30,29%	30,61%	20,00%	34,66%	33,70%	26,84%	22,66%	19,44%	6,67%	0,00%	12,50%	16,90%	29,13%	34,03%	28,81%	33,33%
		NO	69,54%	69,71%	69,39%	80,00%	65,34%	66,30%	73,16%	77,34%	80,56%	93,33%	100,00%	87,50%	83,10%	70,87%	65,97%	71,19%	66,67%
22	L'accesso alla fonte è semplice e veloce	SI	23,68%	22,41%	24,84%	16,92%	26,10%	26,30%	22,36%	15,63%	16,67%	6,67%	0,00%	12,50%	15,49%	22,83%	24,92%	25,99%	33,33%
		NO	76,32%	77,59%	75,16%	83,08%	73,90%	73,70%	77,64%	84,38%	83,33%	93,33%	100,00%	87,50%	84,51%	77,17%	75,08%	74,01%	66,67%
23	È imparziale	SI	29,21%	26,97%	31,24%	27,69%	34,46%	30,43%	27,80%	14,84%	16,67%	6,67%	0,00%	25,00%	19,72%	27,87%	30,35%	34,46%	0,00%
		NO	70,79%	73,03%	68,76%	72,31%	65,54%	69,57%	72,20%	85,16%	83,33%	93,33%	100,00%	75,00%	80,28%	72,13%	69,65%	65,54%	00,00%
24	Conosco l'autore personalmente	SI	17,63%	17,57%	17,69%	10,77%	18,53%	20,65%	17,25%	10,94%	11,11%	6,67%	0,00%	12,50%	5,63%	17,64%	19,17%	17,51%	0,00%
		NO	82,37%	82,43%	82,31%	89,23%	81,47%	79,35%	82,75%	89,06%	88,89%	93,33%	100,00%	87,50%	94,37%	82,36%	80,83%	82,49%	00,00%
25	Riporta l'autore e il titolo	SI	27,83%	27,66%	27,98%	21,54%	33,27%	27,61%	26,20%	21,09%	11,11%	13,33%	0,00%	25,00%	12,68%	28,03%	29,39%	27,68%	33,33%
		NO	72,17%	72,34%	72,02%	78,46%	66,73%	72,39%	73,80%	78,91%	88,89%	86,67%	100,00%	75,00%	87,32%	71,97%	70,61%	72,32%	66,67%
26	È aggiornata con regolarità	SI	22,83%	21,30%	24,22%	23,08%	26,10%	22,39%	20,13%	19,53%	22,22%	13,33%	0,00%	0,00%	14,08%	22,52%	24,28%	23,73%	0,00%
		NO	77,17%	78,70%	75,78%	76,92%	73,90%	77,61%	79,87%	80,47%	77,78%	86,67%	100,00%	100,00%	85,92%	77,48%	75,72%	76,27%	00,00%
27	Contiene una mail, per chiedere all'autore ulteriori informazioni	SI	22,37%	22,96%	21,83%	21,54%	25,50%	24,78%	19,49%	14,84%	11,11%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	21,73%	23,16%	27,12%	0,00%
		NO	77,63%	77,04%	78,17%	78,46%	74,50%	75,22%	80,51%	85,16%	88,89%	100,00%	100,00%	87,50%	88,73%	78,27%	76,84%	72,88%	00,00%
28	È condivisa da un numero elevato di persone	SI	22,57%	20,75%	24,22%	27,69%	26,89%	23,04%	16,29%	21,09%	16,67%	0,00%	0,00%	12,50%	16,90%	22,05%	25,88%	15,25%	33,33%
		NO	77,43%	79,25%	75,78%	72,31%	73,11%	76,96%	83,71%	78,91%	83,33%	100,00%	100,00%	87,50%	83,10%	77,95%	74,12%	84,75%	66,67%
29	È commentata da un numero elevato di persone	SI	21,78%	20,75%	22,71%	24,62%	26,89%	21,30%	17,89%	17,97%	8,33%	0,00%	0,00%	37,50%	14,08%	20,47%	24,28%	19,77%	33,33%
		NO	78,22%	79,25%	77,29%	75,38%	73,11%	78,70%	82,11%	82,03%	91,67%	100,00%	100,00%	62,50%	85,92%	79,53%	75,72%	80,23%	66,67%
30	Ci sono altre notizie con contenuto simile	SI	22,76%	21,58%	23,84%	16,92%	26,49%	25,00%	16,93%	21,09%	16,67%	6,67%	0,00%	25,00%	12,68%	22,83%	23,48%	24,29%	0,00%
		NO	77,24%	78,42%	76,16%	83,08%	73,51%	75,00%	83,07%	78,91%	83,33%	93,33%	100,00%	75,00%	87,32%	77,17%	76,52%	75,71%	00,00%
31	Contiene una URL completa	SI	19,54%	18,95%	20,08%	18,46%	22,31%	21,30%	17,25%	14,84%	5,56%	0,00%	0,00%	25,00%	12,68%	19,53%	20,93%	17,51%	0,00%
		NO	80,46%	81,05%	79,92%	81,54%	77,69%	78,70%	82,75%	85,16%	94,44%	100,00%	100,00%	75,00%	87,32%	80,47%	79,07%	82,49%	00,00%
32	È o contiene un URL che ho già cliccato	SI	17,17%	17,15%	17,19%	18,46%	20,52%	19,35%	11,50%	15,63%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	17,48%	18,37%	14,12%	33,33%
		NO	82,83%	82,85%	82,81%	81,54%	79,48%	80,65%	88,50%	84,38%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	88,73%	82,52%	81,63%	85,88%	66,67%
33	È un commento	SI	19,28%	19,36%	19,20%	18,46%	23,31%	21,30%	14,06%	16,41%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	18,90%	21,57%	17,51%	0,00%
		NO	80,72%	80,64%	80,80%	81,54%	76,69%	78,70%	85,94%	83,59%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	91,55%	81,10%	78,43%	82,49%	00,00%

15. Una Notizia per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (3 di 4)

N			Sesso			Età							Titolo di studio						
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diplo ma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
34	È una risposta	SI	18,29%	19,09%	17,57%	21,54%	19,12%	20,00%	16,93%	17,19%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	19,21%	20,45%	10,73%	33,33%
		NO	81,71%	80,91%	82,43%	78,46%	80,88%	80,00%	83,07%	82,81%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	90,14%	80,79%	79,55%	89,27%	66,67%
35	Ha postato di recente	SI	17,11%	17,43%	16,81%	12,31%	18,92%	20,43%	15,65%	9,38%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	15,91%	20,61%	12,99%	33,33%
		NO	82,89%	82,57%	83,19%	87,69%	81,08%	79,57%	84,35%	90,63%	97,22%	93,33%	100,00%	100,00%	91,55%	84,09%	79,39%	87,01%	66,67%
36	Ha un indice Klout/PeerIndex/Kred elevato	SI	14,34%	14,38%	14,30%	13,85%	15,74%	15,87%	14,06%	9,38%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	11,34%	17,73%	16,38%	0,00%
		NO	85,66%	85,62%	85,70%	86,15%	84,26%	84,13%	85,94%	90,63%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	91,55%	88,66%	82,27%	83,62%	00,00%
37	I post/tweet contengono hashtag	SI	18,82%	18,12%	19,45%	18,46%	21,31%	21,09%	16,93%	11,72%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	9,86%	19,84%	20,29%	13,56%	33,33%
		NO	81,18%	81,88%	80,55%	81,54%	78,69%	78,91%	83,07%	88,28%	97,22%	93,33%	100,00%	87,50%	90,14%	80,16%	79,71%	86,44%	66,67%
38	I post/tweet contengono URL	SI	17,24%	16,60%	17,82%	18,46%	21,51%	15,87%	16,93%	10,94%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	12,68%	16,54%	20,29%	11,30%	0,00%
		NO	82,76%	83,40%	82,18%	81,54%	78,49%	84,13%	83,07%	89,06%	97,22%	93,33%	100,00%	87,50%	87,32%	83,46%	79,71%	88,70%	00,00%
39	I post/tweet contengono URL "accorciate"	SI	17,76%	19,23%	16,44%	21,54%	20,12%	18,48%	17,25%	11,72%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	12,68%	17,64%	19,97%	13,56%	0,00%
		NO	82,24%	80,77%	83,56%	78,46%	79,88%	81,52%	82,75%	88,28%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	87,32%	82,36%	80,03%	86,44%	00,00%
40	Il logo è utilizzato come avatar	SI	13,49%	14,25%	12,80%	20,00%	14,34%	15,22%	12,14%	9,38%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	12,13%	15,65%	13,56%	0,00%
		NO	86,51%	85,75%	87,20%	80,00%	85,66%	84,78%	87,86%	90,63%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	92,96%	87,87%	84,35%	86,44%	00,00%
41	Il contenuto mi emoziona profondamente	SI	21,12%	20,75%	21,46%	20,00%	24,70%	22,17%	17,89%	16,41%	8,33%	13,33%	0,00%	12,50%	9,86%	20,79%	24,12%	16,38%	33,33%
		NO	78,88%	79,25%	78,54%	80,00%	75,30%	77,83%	82,11%	83,59%	91,67%	86,67%	100,00%	87,50%	90,14%	79,21%	75,88%	83,62%	66,67%
42	L'autore è spesso commentato e "condiviso"	SI	18,03%	16,04%	19,82%	26,15%	19,32%	18,26%	16,93%	17,19%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	14,08%	17,17%	19,17%	18,64%	33,33%
		NO	81,97%	83,96%	80,18%	73,85%	80,68%	81,74%	83,07%	82,81%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	85,92%	82,83%	80,83%	81,36%	66,67%
43	È presente su Twitter, Facebook e i principali social media	SI	18,22%	17,01%	19,32%	15,38%	19,12%	21,30%	17,57%	14,06%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	18,27%	21,41%	12,43%	0,00%
		NO	81,78%	82,99%	80,68%	84,62%	80,88%	78,70%	82,43%	85,94%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	94,37%	81,73%	78,59%	87,57%	00,00%
44	L'autore è spesso menzionato e "retwittato"	SI	15,26%	13,28%	17,06%	15,38%	16,33%	16,30%	15,65%	12,50%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	9,86%	14,96%	17,25%	11,30%	0,00%
		NO	84,74%	86,72%	82,94%	84,62%	83,67%	83,70%	84,35%	87,50%	100,00%	100,00%	100,00%	75,00%	90,14%	85,04%	82,75%	88,70%	00,00%
45	L'autore spesso scrive/posta/"twitta" sull'argomento	SI	17,96%	18,81%	17,19%	15,38%	19,32%	18,70%	18,21%	16,41%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	7,04%	19,84%	18,69%	13,56%	33,33%
		NO	82,04%	81,19%	82,81%	84,62%	80,68%	81,30%	81,79%	83,59%	97,22%	93,33%	100,00%	100,00%	92,96%	80,16%	81,31%	86,44%	66,67%
46	L'autore sta seguendo molti utenti	SI	15,00%	13,69%	16,19%	16,92%	16,14%	15,00%	15,02%	15,63%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	8,45%	16,38%	15,18%	11,86%	0,00%
		NO	85,00%	86,31%	83,81%	83,08%	83,86%	85,00%	84,98%	84,38%	100,00%	100,00%	100,00%	75,00%	91,55%	83,62%	84,82%	88,14%	00,00%
47	L'immagine dell'autore è una immagine personale	SI	16,38%	16,74%	16,06%	15,38%	16,53%	18,91%	15,97%	14,06%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	16,38%	17,73%	16,38%	0,00%
		NO	83,62%	83,26%	83,94%	84,62%	83,47%	81,09%	84,03%	85,94%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	94,37%	83,62%	82,27%	83,62%	00,00%
48	La Homepage di Twitter è personalizzata	SI	14,28%	13,42%	15,06%	12,31%	15,74%	14,57%	15,02%	10,94%	2,78%	6,67%	0,00%	25,00%	5,63%	13,54%	15,81%	14,12%	33,33%
		NO	85,72%	86,58%	84,94%	87,69%	84,26%	85,43%	84,98%	89,06%	97,22%	93,33%	100,00%	75,00%	94,37%	86,46%	84,19%	85,88%	66,67%
49	La localizzazione dell'autore è legata all'argomento	SI	15,99%	15,49%	16,44%	12,31%	17,73%	16,74%	16,29%	12,50%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	2,82%	17,64%	17,09%	11,86%	33,33%
		NO	84,01%	84,51%	83,56%	87,69%	82,27%	83,26%	83,71%	87,50%	97,22%	93,33%	100,00%	100,00%	97,18%	82,36%	82,91%	88,14%	66,67%

15. Una Notizia per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (4 di 4)

N			Sesso			Età							Titolo di studio						
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
50	La page di Facebook è personalizzata	SI	16,12%	16,74%	15,56%	16,92%	15,34%	18,70%	17,57%	11,72%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	17,01%	16,45%	14,69%	33,33%
		NO	83,88%	83,26%	84,44%	83,08%	84,66%	81,30%	82,43%	88,28%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	91,55%	82,99%	83,55%	85,31%	66,67%
51	Lo username è legato all'argomento	SI	16,97%	17,29%	16,69%	15,38%	18,33%	17,83%	18,21%	12,50%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	17,64%	18,53%	15,25%	0,00%
		NO	83,03%	82,71%	83,31%	84,62%	81,67%	82,17%	81,79%	87,50%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	95,77%	82,36%	81,47%	84,75%	00,00%
52	Molti articoli/tweet/post con contenuto simile	SI	15,92%	15,77%	16,06%	15,38%	17,13%	18,26%	14,70%	11,72%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	14,65%	18,85%	12,43%	0,00%
		NO	84,08%	84,23%	83,94%	84,62%	82,87%	81,74%	85,30%	88,28%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	88,73%	85,35%	81,15%	87,57%	00,00%
53	Si tratta di una retweet/condivisione di qualcuno in cui ho fiducia	SI	18,22%	17,29%	19,07%	20,00%	19,92%	19,57%	17,25%	14,84%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	17,95%	20,93%	14,12%	33,33%
		NO	81,78%	82,71%	80,93%	80,00%	80,08%	80,43%	82,75%	85,16%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	91,55%	82,05%	79,07%	85,88%	66,67%
54	Il profilo è seguito da molti amici	SI	16,84%	15,49%	18,07%	26,15%	17,53%	18,48%	13,74%	14,06%	13,89%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	17,32%	17,89%	14,69%	0,00%
		NO	83,16%	84,51%	81,93%	73,85%	82,47%	81,52%	86,26%	85,94%	86,11%	100,00%	100,00%	87,50%	90,14%	82,68%	82,11%	85,31%	00,00%
55	È della mia stessa nazionalità	SI	15,53%	15,21%	15,81%	16,92%	16,73%	16,52%	15,02%	11,72%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	15,75%	17,41%	11,86%	0,00%
		NO	84,47%	84,79%	84,19%	83,08%	83,27%	83,48%	84,98%	88,28%	91,67%	100,00%	100,00%	100,00%	91,55%	84,25%	82,59%	88,14%	00,00%
56	Ha molti followers pochi following	SI	14,01%	13,00%	14,93%	16,92%	15,94%	15,22%	12,46%	9,38%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	13,70%	15,18%	12,43%	33,33%
		NO	85,99%	87,00%	85,07%	83,08%	84,06%	84,78%	87,54%	90,63%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	90,14%	86,30%	84,82%	87,57%	66,67%
57	Utilizza una immagine tipo "cartoon" come avatar	SI	13,62%	13,14%	14,05%	13,85%	14,74%	15,65%	12,46%	8,59%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	13,70%	16,29%	8,47%	0,00%
		NO	86,38%	86,86%	85,95%	86,15%	85,26%	84,35%	87,54%	91,41%	94,44%	100,00%	100,00%	100,00%	95,77%	86,30%	83,71%	91,53%	00,00%
58	Utilizza l'immagine di "default"	SI	13,62%	13,69%	13,55%	18,46%	15,34%	15,22%	11,50%	8,59%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	13,70%	15,65%	10,17%	0,00%
		NO	86,38%	86,31%	86,45%	81,54%	84,66%	84,78%	88,50%	91,41%	100,00%	93,33%	100,00%	87,50%	95,77%	86,30%	84,35%	89,83%	00,00%
59	L'autore ha molti followers	SI	16,05%	15,21%	16,81%	9,23%	18,53%	19,13%	14,70%	8,59%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	15,75%	17,89%	15,25%	33,33%
		NO	83,95%	84,79%	83,19%	90,77%	81,47%	80,87%	85,30%	91,41%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	94,37%	84,25%	82,11%	84,75%	66,67%
60	L'account ha il sigillo di "account verificato"	SI	18,22%	17,01%	19,32%	24,62%	21,71%	18,26%	17,25%	10,16%	2,78%	0,00%	0,00%	25,00%	7,04%	17,17%	21,09%	15,82%	33,33%
		NO	81,78%	82,99%	80,68%	75,38%	78,29%	81,74%	82,75%	89,84%	97,22%	100,00%	100,00%	75,00%	92,96%	82,83%	78,91%	84,18%	66,67%
61	L'autore "twitta" frequentemente	SI	15,46%	14,80%	16,06%	15,38%	15,54%	18,04%	15,34%	9,38%	8,33%	6,67%	0,00%	0,00%	9,86%	14,49%	17,73%	14,12%	0,00%
		NO	84,54%	85,20%	83,94%	84,62%	84,46%	81,96%	84,66%	90,63%	91,67%	93,33%	100,00%	100,00%	90,14%	85,51%	82,27%	85,88%	00,00%
62	Non saprei.	SI	14,08%	13,97%	14,18%	23,08%	13,35%	14,57%	10,54%	14,84%	22,22%	33,33%	0,00%	25,00%	19,72%	15,43%	13,26%	9,60%	0,00%
		NO	85,92%	86,03%	85,82%	76,92%	86,65%	85,43%	89,46%	85,16%	77,78%	66,67%	100,00%	75,00%	80,28%	84,57%	86,74%	90,40%	00,00%

16. Un Blog di informazione per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (1 di 4)

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

16. Un Blog di informazione per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (2 di 4)

N			Sesso			Età							Titolo di studio						
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diplo ma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
18	È in linea con le informazioni di cui già sono in possesso	SI	13,09%	12,59%	13,55%	7,69%	16,33%	15,00%	9,58%	8,59%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	11,65%	14,54%	16,95%	0,00%
		NO	86,91%	87,41%	86,45%	92,31%	83,67%	85,00%	90,42%	91,41%	97,22%	93,33%	100,00%	100,00%	94,37%	88,35%	85,46%	83,05%	00,00%
19	Non lo percepisco come contenuto promozionale/ pubblicitario	SI	16,78%	16,04%	17,44%	18,46%	19,32%	18,70%	12,14%	11,72%	19,44%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	13,70%	18,69%	23,73%	33,33%
		NO	83,22%	83,96%	82,56%	81,54%	80,68%	81,30%	87,86%	88,28%	80,56%	100,00%	100,00%	100,00%	88,73%	86,30%	81,31%	76,27%	66,67%
20	I link funzionano	SI	17,24%	15,63%	18,70%	20,00%	22,51%	18,26%	11,82%	10,16%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	12,68%	16,54%	19,17%	14,69%	33,33%
		NO	82,76%	84,37%	81,30%	80,00%	77,49%	81,74%	88,18%	89,84%	94,44%	100,00%	100,00%	87,50%	87,32%	83,46%	80,83%	85,31%	66,67%
21	I testi sono chiari e il linguaggio comprensibile	SI	15,20%	12,31%	17,82%	15,38%	17,93%	17,83%	11,50%	8,59%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	12,44%	19,01%	14,12%	0,00%
		NO	84,80%	87,69%	82,18%	84,62%	82,07%	82,17%	88,50%	91,41%	94,44%	100,00%	100,00%	100,00%	88,73%	87,56%	80,99%	85,88%	00,00%
22	L'accesso alla fonte è semplice e veloce	SI	15,00%	12,45%	17,31%	16,92%	19,52%	16,30%	10,22%	7,03%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	14,02%	17,09%	15,82%	0,00%
		NO	85,00%	87,55%	82,69%	83,08%	80,48%	83,70%	89,78%	92,97%	91,67%	100,00%	100,00%	100,00%	94,37%	85,98%	82,91%	84,18%	00,00%
23	È imparziale	SI	16,45%	15,21%	17,57%	20,00%	20,32%	17,39%	13,74%	7,81%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	16,69%	17,41%	15,82%	0,00%
		NO	83,55%	84,79%	82,43%	80,00%	79,68%	82,61%	86,26%	92,19%	94,44%	100,00%	100,00%	100,00%	90,14%	83,31%	82,59%	84,18%	00,00%
24	Conosco l'autore personalmente	SI	11,58%	12,31%	10,92%	16,92%	13,75%	12,39%	8,31%	8,59%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	12,44%	10,38%	14,69%	0,00%
		NO	88,42%	87,69%	89,08%	83,08%	86,25%	87,61%	91,69%	91,41%	94,44%	100,00%	100,00%	87,50%	92,96%	87,56%	89,62%	85,31%	00,00%
25	Riporta l'autore e il titolo	SI	13,95%	13,83%	14,05%	18,46%	16,73%	17,83%	7,35%	7,03%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	11,34%	15,97%	17,51%	0,00%
		NO	86,05%	86,17%	85,95%	81,54%	83,27%	82,17%	92,65%	92,97%	94,44%	100,00%	100,00%	87,50%	88,73%	88,66%	84,03%	82,49%	00,00%
26	È aggiornata con regolarità	SI	16,64%	15,49%	17,69%	16,92%	22,31%	18,91%	9,58%	8,59%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	15,91%	18,53%	15,82%	66,67%
		NO	83,36%	84,51%	82,31%	83,08%	77,69%	81,09%	90,42%	91,41%	94,44%	100,00%	100,00%	87,50%	92,96%	84,09%	81,47%	84,18%	33,33%
27	Contiene una mail, per chiedere all'autore ulteriori informazioni	SI	14,34%	13,00%	15,56%	15,38%	18,33%	15,87%	9,27%	10,94%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	12,60%	16,45%	15,82%	33,33%
		NO	85,66%	87,00%	84,44%	84,62%	81,67%	84,13%	90,73%	89,06%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	92,96%	87,40%	83,55%	84,18%	66,67%
28	È condivisa da un numero elevato di persone	SI	10,33%	8,85%	11,67%	13,85%	12,55%	10,65%	8,95%	5,47%	0,00%	6,67%	0,00%	37,50%	7,04%	7,56%	12,94%	10,73%	33,33%
		NO	89,67%	91,15%	88,33%	86,15%	87,45%	89,35%	91,05%	94,53%	100,00%	93,33%	100,00%	62,50%	92,96%	92,44%	87,06%	89,27%	66,67%
29	È commentata da un numero elevato di persone	SI	10,00%	9,41%	10,54%	13,85%	11,55%	11,30%	7,35%	6,25%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	8,98%	11,66%	9,04%	33,33%
		NO	90,00%	90,59%	89,46%	86,15%	88,45%	88,70%	92,65%	93,75%	94,44%	100,00%	100,00%	87,50%	94,37%	91,02%	88,34%	90,96%	66,67%
30	Ci sono altre notizie con contenuto simile	SI	12,04%	10,51%	13,43%	15,38%	15,14%	13,48%	7,99%	6,25%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	11,18%	13,10%	11,86%	66,67%
		NO	87,96%	89,49%	86,57%	84,62%	84,86%	86,52%	92,01%	93,75%	94,44%	100,00%	100,00%	100,00%	90,14%	88,82%	86,90%	88,14%	33,33%
31	Contiene una URL completa	SI	13,29%	11,89%	14,55%	16,92%	15,14%	16,96%	7,67%	7,81%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	11,81%	14,86%	14,12%	66,67%
		NO	86,71%	88,11%	85,45%	83,08%	84,86%	83,04%	92,33%	92,19%	91,67%	100,00%	100,00%	87,50%	91,55%	88,19%	85,14%	85,88%	33,33%
32	È o contiene un URL che ho già cliccato	SI	9,61%	7,19%	11,79%	15,38%	10,96%	9,78%	7,99%	7,81%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	8,45%	8,66%	10,54%	10,17%	0,00%
		NO	90,39%	92,81%	88,21%	84,62%	89,04%	90,22%	92,01%	92,19%	100,00%	93,33%	100,00%	87,50%	91,55%	91,34%	89,46%	89,83%	00,00%
33	È un commento	SI	9,08%	7,88%	10,16%	13,85%	8,76%	10,65%	8,31%	4,69%	11,11%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	7,87%	9,90%	10,17%	33,33%
		NO	90,92%	92,12%	89,84%	86,15%	91,24%	89,35%	91,69%	95,31%	88,89%	100,00%	100,00%	87,50%	91,55%	92,13%	90,10%	89,83%	66,67%

16. Un Blog di informazione per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (3 di 4)

N			Sesso			Età							Titolo di studio						
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
34	È una risposta	SI	8,68%	7,75%	9,54%	13,85%	9,56%	10,22%	6,07%	6,25%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	6,93%	9,58%	11,30%	33,33%
		NO	91,32%	92,25%	90,46%	86,15%	90,44%	89,78%	93,93%	93,75%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	91,55%	93,07%	90,42%	88,70%	66,67%
35	Ha postato di recente	SI	10,07%	8,71%	11,29%	21,54%	11,95%	10,43%	6,39%	8,59%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	9,13%	10,86%	10,73%	33,33%
		NO	89,93%	91,29%	88,71%	78,46%	88,05%	89,57%	93,61%	91,41%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	91,55%	90,87%	89,14%	89,27%	66,67%
36	Ha un indice Klout/PeerIndex/Kred elevato	SI	9,28%	7,47%	10,92%	16,92%	11,95%	8,70%	6,07%	6,25%	8,33%	0,00%	0,00%	25,00%	5,63%	9,45%	9,27%	9,60%	0,00%
		NO	90,72%	92,53%	89,08%	83,08%	88,05%	91,30%	93,93%	93,75%	91,67%	100,00%	100,00%	75,00%	94,37%	90,55%	90,73%	90,40%	00,00%
37	I post/tweet contengono hashtag	SI	10,13%	8,99%	11,17%	18,46%	12,75%	10,87%	5,11%	7,03%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	5,63%	11,02%	10,22%	8,47%	0,00%
		NO	89,87%	91,01%	88,83%	81,54%	87,25%	89,13%	94,89%	92,97%	94,44%	93,33%	100,00%	87,50%	94,37%	88,98%	89,78%	91,53%	00,00%
38	I post/tweet contengono URL	SI	10,00%	9,68%	10,29%	13,85%	12,95%	10,87%	6,07%	7,03%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	11,34%	9,58%	8,47%	33,33%
		NO	90,00%	90,32%	89,71%	86,15%	87,05%	89,13%	93,93%	92,97%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	95,77%	88,66%	90,42%	91,53%	66,67%
39	I post/tweet contengono URL "accorciate"	SI	9,47%	7,61%	11,17%	18,46%	11,75%	9,35%	6,71%	5,47%	5,56%	0,00%	0,00%	25,00%	5,63%	11,18%	8,31%	7,91%	33,33%
		NO	90,53%	92,39%	88,83%	81,54%	88,25%	90,65%	93,29%	94,53%	94,44%	100,00%	100,00%	75,00%	94,37%	88,82%	91,69%	92,09%	66,67%
40	Il logo è utilizzato come avatar	SI	10,99%	9,54%	12,30%	12,31%	13,15%	11,74%	8,95%	7,81%	2,78%	0,00%	0,00%	25,00%	2,82%	10,55%	13,10%	7,34%	33,33%
		NO	89,01%	90,46%	87,70%	87,69%	86,85%	88,26%	91,05%	92,19%	97,22%	100,00%	100,00%	75,00%	97,18%	89,45%	86,90%	92,66%	66,67%
41	Il contenuto mi emoziona profondamente	SI	8,09%	6,09%	9,91%	18,46%	8,96%	8,91%	5,75%	3,13%	5,56%	6,67%	0,00%	25,00%	4,23%	7,40%	9,27%	7,34%	0,00%
		NO	91,91%	93,91%	90,09%	81,54%	91,04%	91,09%	94,25%	96,88%	94,44%	93,33%	100,00%	75,00%	95,77%	92,60%	90,73%	92,66%	00,00%
42	L'autore è spesso commentato e "condiviso"	SI	10,99%	10,24%	11,67%	15,38%	13,94%	11,09%	7,67%	7,81%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	11,18%	11,50%	10,73%	0,00%
		NO	89,01%	89,76%	88,33%	84,62%	86,06%	88,91%	92,33%	92,19%	94,44%	100,00%	100,00%	87,50%	94,37%	88,82%	88,50%	89,27%	00,00%
43	È presente su Twitter, Facebook e i principali social media	SI	11,71%	10,51%	12,80%	15,38%	15,54%	11,96%	9,27%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	11,81%	12,46%	10,17%	66,67%
		NO	88,29%	89,49%	87,20%	84,62%	84,46%	88,04%	90,73%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	94,37%	88,19%	87,54%	89,83%	33,33%
44	L'autore è spesso menzionato e "retwittato"	SI	10,33%	8,44%	12,05%	16,92%	13,15%	10,00%	9,27%	3,13%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	10,87%	10,22%	9,60%	66,67%
		NO	89,67%	91,56%	87,95%	83,08%	86,85%	90,00%	90,73%	96,88%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	92,96%	89,13%	89,78%	90,40%	33,33%
45	L'autore spesso scrive/posta/"twitta" sull'argomento	SI	10,66%	8,44%	12,67%	15,38%	12,75%	11,52%	8,63%	4,69%	5,56%	0,00%	0,00%	25,00%	8,45%	10,24%	11,18%	10,17%	33,33%
		NO	89,34%	91,56%	87,33%	84,62%	87,25%	88,48%	91,37%	95,31%	94,44%	100,00%	100,00%	75,00%	91,55%	89,76%	88,82%	89,83%	66,67%
46	L'autore sta seguendo molti utenti	SI	10,13%	8,85%	11,29%	12,31%	11,35%	11,96%	8,95%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	11,02%	9,42%	10,73%	66,67%
		NO	89,87%	91,15%	88,71%	87,69%	88,65%	88,04%	91,05%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	95,77%	88,98%	90,58%	89,27%	33,33%
47	L'immagine dell'autore è una immagine personale	SI	10,33%	7,61%	12,80%	12,31%	13,15%	10,22%	8,63%	5,47%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	9,61%	10,54%	10,73%	66,67%
		NO	89,67%	92,39%	87,20%	87,69%	86,85%	89,78%	91,37%	94,53%	94,44%	100,00%	100,00%	87,50%	88,73%	90,39%	89,46%	89,27%	33,33%
48	La Homepage di Twitter è personalizzata	SI	10,53%	8,16%	12,67%	13,85%	10,96%	11,30%	10,22%	9,38%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	12,68%	9,61%	11,34%	9,60%	33,33%
		NO	89,47%	91,84%	87,33%	86,15%	89,04%	88,70%	89,78%	90,63%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	87,32%	90,39%	88,66%	90,40%	66,67%
49	La localizzazione dell'autore è legata all'argomento	SI	9,80%	7,47%	11,92%	16,92%	12,15%	9,57%	8,63%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	37,50%	8,45%	8,66%	11,02%	9,04%	0,00%
		NO	90,20%	92,53%	88,08%	83,08%	87,85%	90,43%	91,37%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	62,50%	91,55%	91,34%	88,98%	90,96%	00,00%

16. Un Blog di informazione per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (4 di 4)

N			Sesso			Età							Titolo di studio						
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
50	La page di Facebook è personalizzata	SI	10,13%	8,99%	11,17%	12,31%	12,55%	10,87%	7,99%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	10,24%	10,54%	8,47%	0,00%
		NO	89,87%	91,01%	88,83%	87,69%	87,45%	89,13%	92,01%	93,75%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	90,14%	89,76%	89,46%	91,53%	00,00%
51	Lo username è legato all'argomento	SI	8,75%	7,88%	9,54%	9,23%	10,36%	9,78%	7,03%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	8,98%	8,95%	6,78%	33,33%
		NO	91,25%	92,12%	90,46%	90,77%	89,64%	90,22%	92,97%	93,75%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	91,55%	91,02%	91,05%	93,22%	66,67%
52	Molti articoli/tweet/post con contenuto simile	SI	11,38%	9,27%	13,30%	13,85%	13,55%	11,09%	10,86%	7,03%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	7,04%	11,97%	11,50%	10,17%	33,33%
		NO	88,62%	90,73%	86,70%	86,15%	86,45%	88,91%	89,14%	92,97%	97,22%	93,33%	100,00%	87,50%	92,96%	88,03%	88,50%	89,83%	66,67%
53	Si tratta di una retweet/condivisione di qualcuno in cui ho fiducia	SI	9,67%	8,02%	11,17%	12,31%	11,35%	10,43%	9,27%	3,91%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	5,63%	9,61%	10,22%	9,04%	0,00%
		NO	90,33%	91,98%	88,83%	87,69%	88,65%	89,57%	90,73%	96,09%	100,00%	100,00%	100,00%	75,00%	94,37%	90,39%	89,78%	90,96%	00,00%
54	Il profilo è seguito da molti amici	SI	10,26%	9,13%	11,29%	9,23%	13,55%	10,00%	9,90%	3,13%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	10,87%	10,38%	9,60%	33,33%
		NO	89,74%	90,87%	88,71%	90,77%	86,45%	90,00%	90,10%	96,88%	100,00%	93,33%	100,00%	87,50%	95,77%	89,13%	89,62%	90,40%	66,67%
55	È della mia stessa nazionalità	SI	7,89%	5,67%	9,91%	12,31%	8,57%	8,91%	7,35%	3,91%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	8,45%	7,24%	8,15%	7,91%	33,33%
		NO	92,11%	94,33%	90,09%	87,69%	91,43%	91,09%	92,65%	96,09%	100,00%	100,00%	100,00%	75,00%	91,55%	92,76%	91,85%	92,09%	66,67%
56	Ha molti followers pochi following	SI	8,88%	7,88%	9,79%	12,31%	9,36%	9,35%	8,63%	7,81%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	8,50%	10,54%	5,65%	33,33%
		NO	91,12%	92,12%	90,21%	87,69%	90,64%	90,65%	91,37%	92,19%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	95,77%	91,50%	89,46%	94,35%	66,67%
57	Utilizza una immagine tipo "cartoon" come avatar	SI	10,13%	8,99%	11,17%	18,46%	10,96%	9,35%	9,27%	10,94%	0,00%	6,67%	0,00%	37,50%	8,45%	9,92%	10,86%	7,34%	33,33%
		NO	89,87%	91,01%	88,83%	81,54%	89,04%	90,65%	90,73%	89,06%	100,00%	93,33%	100,00%	62,50%	91,55%	90,08%	89,14%	92,66%	66,67%
58	Utilizza l'immagine di "default"	SI	8,62%	7,33%	9,79%	10,77%	10,76%	8,48%	6,71%	7,81%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	8,66%	9,58%	5,08%	33,33%
		NO	91,38%	92,67%	90,21%	89,23%	89,24%	91,52%	93,29%	92,19%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	92,96%	91,34%	90,42%	94,92%	66,67%
59	L'autore ha molti followers	SI	10,00%	8,71%	11,17%	16,92%	11,35%	9,57%	9,27%	7,81%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	9,76%	10,38%	9,04%	0,00%
		NO	90,00%	91,29%	88,83%	83,08%	88,65%	90,43%	90,73%	92,19%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	88,73%	90,24%	89,62%	90,96%	00,00%
60	L'account ha il sigillo di "account verificato"	SI	11,97%	9,82%	13,93%	13,85%	14,94%	11,74%	11,18%	7,03%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	12,13%	12,46%	10,17%	0,00%
		NO	88,03%	90,18%	86,07%	86,15%	85,06%	88,26%	88,82%	92,97%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	88,73%	87,87%	87,54%	89,83%	00,00%
61	L'autore "twitta" frequentemente	SI	8,29%	5,67%	10,66%	12,31%	10,36%	8,04%	7,35%	3,91%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	7,40%	9,11%	7,91%	33,33%
		NO	91,71%	94,33%	89,34%	87,69%	89,64%	91,96%	92,65%	96,09%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	91,55%	92,60%	90,89%	92,09%	66,67%
62	Non saprei.	SI	11,78%	11,07%	12,42%	24,62%	11,55%	9,78%	9,90%	13,28%	22,22%	26,67%	0,00%	12,50%	21,13%	12,91%	11,02%	6,78%	0,00%
		NO	88,22%	88,93%	87,58%	75,38%	88,45%	90,22%	90,10%	86,72%	77,78%	73,33%	100,00%	87,50%	78,87%	87,09%	88,98%	93,22%	00,00%

17. Un Post su Facebook per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (1 di 4)

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

17. Un Post su Facebook per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (2 di 4)

N		Sesso			Età							Titolo di studio						
		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
18	È in linea con la mia visione del mondo e con i miei valori	SI	16,38%	14,52%	18,07%	16,92%	19,12%	16,96%	14,06%	12,50%	11,11%	0,00%	0,00%	15,49%	17,80%	15,65%	15,25%	0,00%
		NO	83,62%	85,48%	81,93%	83,08%	80,88%	83,04%	85,94%	87,50%	88,89%	100,00%	100,00%	84,51%	82,20%	84,35%	84,75%	00,00%
19	È in linea con le informazioni di cui già sono in possesso	SI	16,51%	14,94%	17,94%	13,85%	23,31%	15,22%	12,14%	9,38%	13,89%	0,00%	0,00%	12,68%	18,90%	15,50%	14,12%	0,00%
		NO	83,49%	85,06%	82,06%	86,15%	76,69%	84,78%	87,86%	90,63%	86,11%	100,00%	100,00%	87,32%	81,10%	84,50%	85,88%	00,00%
20	Non lo percepisco come contenuto promozionale/pubblicitario	SI	20,39%	19,23%	21,46%	27,69%	26,49%	21,74%	12,78%	12,50%	8,33%	0,00%	0,00%	18,31%	21,57%	19,49%	21,47%	0,00%
		NO	79,61%	80,77%	78,54%	72,31%	73,51%	78,26%	87,22%	87,50%	91,67%	100,00%	100,00%	81,69%	78,43%	80,51%	78,53%	00,00%
21	I link funzionano	SI	17,83%	16,32%	19,20%	24,62%	23,90%	18,04%	12,14%	10,16%	2,78%	0,00%	0,00%	18,31%	19,21%	17,73%	14,12%	0,00%
		NO	82,17%	83,68%	80,80%	75,38%	76,10%	81,96%	87,86%	89,84%	97,22%	100,00%	100,00%	81,69%	80,79%	82,27%	85,88%	00,00%
22	I testi sono chiari e il linguaggio comprensibile	SI	21,71%	19,09%	24,09%	29,23%	29,08%	22,39%	14,38%	11,72%	5,56%	0,00%	12,50%	18,31%	23,78%	20,77%	19,77%	0,00%
		NO	78,29%	80,91%	75,91%	70,77%	70,92%	77,61%	85,62%	88,28%	94,44%	100,00%	87,50%	81,69%	76,22%	79,23%	80,23%	00,00%
23	L'accesso alla fonte è semplice e veloce	SI	18,29%	16,46%	19,95%	26,15%	24,50%	18,70%	10,86%	12,50%	5,56%	0,00%	0,00%	15,49%	20,00%	17,73%	16,38%	0,00%
		NO	81,71%	83,54%	80,05%	73,85%	75,50%	81,30%	89,14%	87,50%	94,44%	100,00%	100,00%	84,51%	80,00%	82,27%	83,62%	00,00%
24	È imparziale	SI	19,54%	16,60%	22,21%	24,62%	24,70%	18,48%	16,93%	14,06%	2,78%	0,00%	0,00%	15,49%	21,10%	17,89%	22,60%	0,00%
		NO	80,46%	83,40%	77,79%	75,38%	75,30%	81,52%	83,07%	85,94%	97,22%	100,00%	100,00%	84,51%	78,90%	82,11%	77,40%	00,00%
25	Conosco l'autore personalmente	SI	12,83%	11,48%	14,05%	16,92%	16,73%	12,17%	10,22%	9,38%	0,00%	0,00%	0,00%	11,27%	13,70%	12,94%	10,73%	0,00%
		NO	87,17%	88,52%	85,95%	83,08%	83,27%	87,83%	89,78%	90,63%	100,00%	100,00%	100,00%	88,73%	86,30%	87,06%	89,27%	00,00%
26	Riporta l'autore e il titolo	SI	18,29%	17,15%	19,32%	16,92%	23,71%	20,65%	12,46%	10,16%	2,78%	0,00%	0,00%	15,49%	17,17%	19,97%	18,64%	0,00%
		NO	81,71%	82,85%	80,68%	83,08%	76,29%	79,35%	87,54%	89,84%	97,22%	100,00%	100,00%	84,51%	82,83%	80,03%	81,36%	00,00%
27	È aggiornata con regolarità	SI	13,82%	12,72%	14,81%	13,85%	19,52%	13,48%	9,90%	7,03%	2,78%	0,00%	0,00%	11,27%	15,12%	14,06%	10,17%	0,00%
		NO	86,18%	87,28%	85,19%	86,15%	80,48%	86,52%	90,10%	92,97%	97,22%	100,00%	100,00%	88,73%	84,88%	85,94%	89,83%	00,00%
28	Contiene una mail, per chiedere all'autore ulteriori informazioni	SI	13,68%	12,03%	15,18%	15,38%	17,73%	13,91%	9,90%	8,59%	5,56%	0,00%	12,50%	12,68%	14,17%	13,42%	13,56%	0,00%
		NO	86,32%	87,97%	84,82%	84,62%	82,27%	86,09%	90,10%	91,41%	94,44%	93,33%	100,00%	87,50%	87,32%	85,83%	86,58%	86,44%
29	È condivisa da un numero elevato di persone	SI	13,82%	12,45%	15,06%	20,00%	20,12%	13,04%	9,58%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	15,75%	14,06%	8,47%	0,00%
		NO	86,18%	87,55%	84,94%	80,00%	79,88%	86,96%	90,42%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	90,14%	84,25%	85,94%	91,53%	00,00%
30	È commentata da un numero elevato di persone	SI	14,21%	12,45%	15,81%	15,38%	20,52%	14,13%	7,67%	10,16%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	15,91%	14,38%	10,17%	0,00%
		NO	85,79%	87,55%	84,19%	84,62%	79,48%	85,87%	92,33%	89,84%	100,00%	93,33%	100,00%	90,14%	84,09%	85,62%	89,83%	00,00%
31	Ci sono altre notizie con contenuto simile	SI	14,87%	13,28%	16,31%	18,46%	22,31%	13,26%	9,90%	7,03%	2,78%	0,00%	0,00%	14,08%	17,17%	14,70%	8,47%	0,00%
		NO	85,13%	86,72%	83,69%	81,54%	77,69%	86,74%	90,10%	92,97%	97,22%	100,00%	100,00%	85,92%	82,83%	85,30%	91,53%	00,00%
32	Contiene una URL completa	SI	13,49%	11,20%	15,56%	27,69%	18,73%	13,48%	7,35%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	21,13%	13,86%	13,58%	9,60%	0,00%
		NO	86,51%	88,80%	84,44%	72,31%	81,27%	86,52%	92,65%	93,75%	100,00%	100,00%	100,00%	78,87%	86,14%	86,42%	90,40%	00,00%
33	È o contiene un URL che ho già cliccato	SI	12,57%	11,20%	13,80%	20,00%	17,53%	11,30%	9,27%	7,03%	0,00%	0,00%	0,00%	14,08%	14,02%	12,14%	9,04%	0,00%
		NO	87,43%	88,80%	86,20%	80,00%	82,47%	88,70%	90,73%	92,97%	100,00%	100,00%	100,00%	85,92%	85,98%	87,86%	90,96%	00,00%

17. Un Post su Facebook per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (3 di 4)

			Sesso			Età							Titolo di studio						
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
34	È un commento	SI	13,95%	12,86%	14,93%	27,69%	17,53%	13,91%	7,99%	12,50%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	16,90%	16,06%	13,26%	8,47%	0,00%
		NO	86,05%	87,14%	85,07%	72,31%	82,47%	86,09%	92,01%	87,50%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	83,10%	83,94%	86,74%	91,53%	00,00%
35	È una risposta	SI	13,49%	11,07%	15,68%	23,08%	17,73%	13,04%	8,63%	10,16%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	14,08%	15,43%	13,42%	7,34%	0,00%
		NO	86,51%	88,93%	84,32%	76,92%	82,27%	86,96%	91,37%	89,84%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	85,92%	84,57%	86,58%	92,66%	00,00%
36	Ha postato di recente	SI	12,17%	10,65%	13,55%	10,77%	15,94%	12,83%	9,27%	7,81%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	12,28%	13,26%	10,73%	0,00%
		NO	87,83%	89,35%	86,45%	89,23%	84,06%	87,17%	90,73%	92,19%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	92,96%	87,72%	86,74%	89,27%	00,00%
37	Ha un indice Klout/PeerIndex/Kred elevato	SI	10,26%	9,68%	10,79%	10,77%	12,75%	11,96%	7,35%	4,69%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	9,92%	11,02%	10,73%	0,00%
		NO	89,74%	90,32%	89,21%	89,23%	87,25%	88,04%	92,65%	95,31%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	92,96%	90,08%	88,98%	89,27%	00,00%
38	I post/tweet contengono hashtag	SI	11,25%	10,79%	11,67%	15,38%	16,93%	11,09%	6,39%	3,13%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	12,13%	12,30%	6,21%	0,00%
		NO	88,75%	89,21%	88,33%	84,62%	83,07%	88,91%	93,61%	96,88%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	92,96%	87,87%	87,70%	93,79%	00,00%
39	I post/tweet contengono URL	SI	11,45%	10,51%	12,42%	20,00%	16,33%	11,09%	8,63%	3,91%	2,78%	6,67%	100,00%	12,50%	12,68%	12,44%	11,98%	7,91%	33,33%
		NO	88,55%	89,49%	87,58%	80,00%	83,67%	88,91%	91,37%	96,09%	97,22%	93,33%	0,00%	87,50%	87,32%	87,56%	88,02%	92,09%	66,67%
40	I post/tweet contengono URL "accorciate"	SI	10,13%	9,13%	11,04%	16,92%	13,94%	10,65%	5,43%	5,47%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	10,24%	10,54%	9,04%	0,00%
		NO	89,87%	90,87%	88,96%	83,08%	86,06%	89,35%	94,57%	94,53%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	90,14%	89,76%	89,46%	90,96%	00,00%
41	Il logo è utilizzato come avatar	SI	9,80%	9,54%	10,04%	10,77%	13,15%	10,87%	6,39%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	9,13%	11,34%	7,91%	0,00%
		NO	90,20%	90,46%	89,96%	89,23%	86,85%	89,13%	93,61%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	92,96%	90,87%	88,66%	92,09%	00,00%
42	Il contenuto mi emoziona profondamente	SI	13,22%	10,37%	15,81%	21,54%	16,93%	13,48%	8,63%	9,38%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	16,90%	13,70%	12,94%	11,86%	0,00%
		NO	86,78%	89,63%	84,19%	78,46%	83,07%	86,52%	91,37%	90,63%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	83,10%	86,30%	87,06%	88,14%	00,00%
43	L'autore è spesso commentato e "condiviso"	SI	13,29%	10,93%	15,43%	18,46%	18,92%	12,61%	8,31%	7,81%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	14,08%	13,70%	13,90%	9,60%	0,00%
		NO	86,71%	89,07%	84,57%	81,54%	81,08%	87,39%	91,69%	92,19%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	85,92%	86,30%	86,10%	90,40%	00,00%
44	È presente su Twitter, Facebook e i principali social media	SI	10,86%	9,68%	11,92%	13,85%	14,14%	11,09%	7,67%	7,03%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	10,71%	12,14%	8,47%	0,00%
		NO	89,14%	90,32%	88,08%	86,15%	85,86%	88,91%	92,33%	92,97%	100,00%	93,33%	100,00%	100,00%	91,55%	89,29%	87,86%	91,53%	00,00%
45	L'autore è spesso menzionato e "retwittato"	SI	10,26%	8,99%	11,42%	9,23%	14,34%	10,43%	7,67%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	11,50%	10,22%	6,78%	0,00%
		NO	89,74%	91,01%	88,58%	90,77%	85,66%	89,57%	92,33%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	90,14%	88,50%	89,78%	93,22%	00,00%
46	L'autore spesso scrive/posta/"twitta" sull'argomento	SI	10,79%	8,99%	12,42%	12,31%	15,14%	10,65%	7,67%	5,47%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	11,34%	11,18%	8,47%	0,00%
		NO	89,21%	91,01%	87,58%	87,69%	84,86%	89,35%	92,33%	94,53%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	90,14%	88,66%	88,82%	91,53%	00,00%
47	L'autore sta seguendo molti utenti	SI	9,87%	9,13%	10,54%	10,77%	13,55%	9,78%	7,67%	3,91%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	10,87%	10,22%	6,21%	0,00%
		NO	90,13%	90,87%	89,46%	89,23%	86,45%	90,22%	92,33%	96,09%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	92,96%	89,13%	89,78%	93,79%	00,00%
48	L'immagine dell'autore è una immagine personale	SI	10,00%	8,71%	11,17%	12,31%	12,55%	8,91%	9,90%	7,03%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	10,39%	10,22%	8,47%	0,00%
		NO	90,00%	91,29%	88,83%	87,69%	87,45%	91,09%	90,10%	92,97%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	90,14%	89,61%	89,78%	91,53%	00,00%
49	La Homepage di Twitter è personalizzata	SI	7,24%	6,09%	8,28%	6,15%	9,76%	7,39%	6,07%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	6,46%	8,79%	3,95%	0,00%
		NO	92,76%	93,91%	91,72%	93,85%	90,24%	92,61%	93,93%	96,88%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	91,55%	93,54%	91,21%	96,05%	00,00%

17. Un Post su Facebook per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (4 di 4)

N			Sesso			Età							Titolo di studio						
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
50	La localizzazione dell'autore è legata all'argomento	SI	10,20%	8,85%	11,42%	12,31%	13,35%	11,09%	6,71%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	10,24%	11,34%	7,91%	0,00%
		NO	89,80%	91,15%	88,58%	87,69%	86,65%	88,91%	93,29%	93,75%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	92,96%	89,76%	88,66%	92,09%	00,00%
51	La page di Facebook è personalizzata	SI	10,72%	9,82%	11,54%	7,69%	13,35%	10,87%	8,95%	9,38%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	10,08%	12,30%	9,04%	0,00%
		NO	89,28%	90,18%	88,46%	92,31%	86,65%	89,13%	91,05%	90,63%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	91,55%	89,92%	87,70%	90,96%	00,00%
52	Lo username è legato all'argomento	SI	9,87%	8,16%	11,42%	13,85%	11,95%	10,65%	7,99%	4,69%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	12,68%	9,13%	11,50%	6,21%	0,00%
		NO	90,13%	91,84%	88,58%	86,15%	88,05%	89,35%	92,01%	95,31%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	87,32%	90,87%	88,50%	93,79%	00,00%
53	Molti articoli/tweet/post con contenuto simile	SI	11,71%	8,99%	14,18%	4,62%	17,73%	11,74%	7,35%	6,25%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	12,76%	12,14%	8,47%	0,00%
		NO	88,29%	91,01%	85,82%	95,38%	82,27%	88,26%	92,65%	93,75%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	91,55%	87,24%	87,86%	91,53%	00,00%
54	Si tratta di una retweet/condivisione di qualcuno in cui ho fiducia	SI	12,11%	10,10%	13,93%	15,38%	17,13%	12,39%	7,03%	7,03%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	13,23%	12,30%	9,04%	0,00%
		NO	87,89%	89,90%	86,07%	84,62%	82,87%	87,61%	92,97%	92,97%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	90,14%	86,77%	87,70%	90,96%	00,00%
55	Il profilo è seguito da molti amici	SI	10,33%	9,82%	10,79%	3,08%	14,14%	10,22%	8,63%	7,03%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	10,55%	11,02%	9,60%	0,00%
		NO	89,67%	90,18%	89,21%	96,92%	85,86%	89,78%	91,37%	92,97%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	95,77%	89,45%	88,98%	90,40%	00,00%
56	È della mia stessa nazionalità	SI	8,42%	7,61%	9,16%	6,15%	10,96%	8,04%	6,71%	7,81%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	8,35%	9,42%	6,78%	0,00%
		NO	91,58%	92,39%	90,84%	93,85%	89,04%	91,96%	93,29%	92,19%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	94,37%	91,65%	90,58%	93,22%	00,00%
57	Ha molti followers pochi following	SI	7,63%	5,95%	9,16%	7,69%	10,16%	7,39%	6,07%	4,69%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	8,35%	8,15%	3,95%	0,00%
		NO	92,37%	94,05%	90,84%	92,31%	89,84%	92,61%	93,93%	95,31%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	94,37%	91,65%	91,85%	96,05%	00,00%
58	Utilizza una immagine tipo "cartoon" come avatar	SI	7,57%	6,92%	8,16%	7,69%	9,16%	8,26%	7,03%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	6,61%	8,79%	6,78%	0,00%
		NO	92,43%	93,08%	91,84%	92,31%	90,84%	91,74%	92,97%	96,88%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	92,96%	93,39%	91,21%	93,22%	00,00%
59	Utilizza l'immagine di "default"	SI	7,89%	6,22%	9,41%	4,62%	9,96%	8,70%	6,39%	5,47%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	7,87%	8,95%	5,65%	0,00%
		NO	92,11%	93,78%	90,59%	95,38%	90,04%	91,30%	93,61%	94,53%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	95,77%	92,13%	91,05%	94,35%	00,00%
60	L'autore ha molti followers	SI	10,26%	9,82%	10,66%	7,69%	13,75%	10,65%	7,67%	6,25%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	11,02%	10,38%	9,04%	0,00%
		NO	89,74%	90,18%	89,34%	92,31%	86,25%	89,35%	92,33%	93,75%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	94,37%	88,98%	89,62%	90,96%	00,00%
61	L'account ha il sigillo di "account verificato"	SI	11,51%	10,65%	12,30%	13,85%	16,33%	10,65%	8,95%	5,47%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	11,97%	13,90%	5,65%	0,00%
		NO	88,49%	89,35%	87,70%	86,15%	83,67%	89,35%	91,05%	94,53%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	97,18%	88,03%	86,10%	94,35%	00,00%
62	L'autore "twitta" frequentemente	SI	8,95%	8,16%	9,66%	7,69%	10,96%	10,43%	7,03%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	8,35%	10,38%	6,21%	0,00%
		NO	91,05%	91,84%	90,34%	92,31%	89,04%	89,57%	92,97%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	91,55%	91,65%	89,62%	93,79%	00,00%
63	Non saprei.	SI	22,96%	21,72%	24,09%	18,46%	21,12%	20,22%	22,68%	32,81%	47,22%	46,67%	100,00%	75,00%	23,94%	24,25%	22,68%	16,95%	0,00%
		NO	77,04%	78,28%	75,91%	81,54%	78,88%	79,78%	77,32%	67,19%	52,78%	53,33%	0,00%	25,00%	76,06%	75,75%	77,32%	83,05%	00,00%

18. Un Profilo Facebook per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (1 di 4)

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

18. Un Profilo Facebook per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (2 di 4)

N			Sesso			Età							Titolo di studio						
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
18	È in linea con la mia visione del mondo e con i miei valori	SI	15,53%	15,49%	15,56%	21,54%	20,32%	15,22%	12,78%	7,81%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	14,08%	15,28%	15,65%	15,82%	66,67%
		NO	84,47%	84,51%	84,44%	78,46%	79,68%	84,78%	87,22%	92,19%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	85,92%	84,72%	84,35%	84,18%	33,33%
19	È in linea con le informazioni di cui già sono in possesso	SI	14,87%	15,35%	14,43%	18,46%	17,13%	15,43%	15,34%	6,25%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	12,68%	13,23%	16,29%	15,82%	66,67%
		NO	85,13%	84,65%	85,57%	81,54%	82,87%	84,57%	84,66%	93,75%	100,00%	93,33%	100,00%	87,50%	87,32%	86,77%	83,71%	84,18%	33,33%
20	Non lo percepisco come contenuto promozionale/ pubblicitario	SI	16,51%	17,57%	15,56%	15,38%	20,72%	16,74%	14,70%	10,94%	0,00%	0,00%	0,00%	12,68%	15,43%	17,25%	19,21%	66,67%	66,67%
		NO	83,49%	82,43%	84,44%	84,62%	79,28%	83,26%	85,30%	89,06%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	87,32%	84,57%	82,75%	80,79%	33,33%
21	I link funzionano	SI	14,80%	15,35%	14,30%	18,46%	17,73%	15,22%	13,10%	9,38%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	15,49%	14,80%	15,18%	12,99%	33,33%
		NO	85,20%	84,65%	85,70%	81,54%	82,27%	84,78%	86,90%	90,63%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	84,51%	85,20%	84,82%	87,01%	66,67%
22	I testi sono chiari e il linguaggio comprensibile	SI	14,67%	15,08%	14,30%	12,31%	17,53%	16,52%	12,14%	9,38%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	11,27%	14,33%	14,86%	16,38%	66,67%
		NO	85,33%	84,92%	85,70%	87,69%	82,47%	83,48%	87,86%	90,63%	100,00%	93,33%	100,00%	100,00%	88,73%	85,67%	85,14%	83,62%	33,33%
23	L'accesso alla fonte è semplice e veloce	SI	15,72%	15,63%	15,81%	20,00%	19,32%	15,65%	12,14%	14,84%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	14,08%	15,75%	15,81%	16,38%	0,00%
		NO	84,28%	84,37%	84,19%	80,00%	80,68%	84,35%	87,86%	85,16%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	85,92%	84,25%	84,19%	83,62%	00,00%
24	È imparziale	SI	17,11%	18,12%	16,19%	21,54%	21,71%	15,65%	16,61%	9,38%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	12,68%	18,43%	16,45%	16,95%	0,00%
		NO	82,89%	81,88%	83,81%	78,46%	78,29%	84,35%	83,39%	90,63%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	87,32%	81,57%	83,55%	83,05%	00,00%
25	Conosco l'autore personalmente	SI	15,33%	14,80%	15,81%	23,08%	21,31%	14,13%	10,54%	9,38%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	16,22%	15,34%	15,25%	0,00%
		NO	84,67%	85,20%	84,19%	76,92%	78,69%	85,87%	89,46%	90,63%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	91,55%	83,78%	84,66%	84,75%	00,00%
26	Riporta l'autore e il titolo	SI	15,39%	16,04%	14,81%	15,38%	19,12%	16,74%	11,82%	10,94%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	14,65%	16,93%	15,82%	0,00%
		NO	84,61%	83,96%	85,19%	84,62%	80,88%	83,26%	88,18%	89,06%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	90,14%	85,35%	83,07%	84,18%	00,00%
27	È aggiornata con regolarità	SI	17,24%	18,40%	16,19%	26,15%	23,11%	17,39%	11,50%	10,16%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	12,68%	17,80%	17,57%	16,38%	0,00%
		NO	82,76%	81,60%	83,81%	73,85%	76,89%	82,61%	88,50%	89,84%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	87,32%	82,20%	82,43%	83,62%	00,00%
28	Contiene una mail, per chiedere all'autore ulteriori informazioni	SI	14,87%	13,97%	15,68%	20,00%	19,92%	13,91%	11,82%	9,38%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	16,22%	14,70%	12,99%	0,00%
		NO	85,13%	86,03%	84,32%	80,00%	80,08%	86,09%	88,18%	90,63%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	90,14%	83,78%	85,30%	87,01%	00,00%
29	È condivisa da un numero elevato di persone	SI	12,11%	12,59%	11,67%	15,38%	14,94%	12,39%	9,58%	8,59%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	11,65%	12,62%	13,56%	0,00%
		NO	87,89%	87,41%	88,33%	84,62%	85,06%	87,61%	90,42%	91,41%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	91,55%	88,35%	87,38%	86,44%	00,00%
30	È commentata da un numero elevato di persone	SI	10,92%	10,79%	11,04%	12,31%	13,75%	10,65%	9,90%	6,25%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	8,82%	12,78%	13,56%	0,00%
		NO	89,08%	89,21%	88,96%	87,69%	86,25%	89,35%	90,10%	93,75%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	91,55%	91,18%	87,22%	86,44%	00,00%
31	Ci sono altre notizie con contenuto simile	SI	11,71%	9,82%	13,43%	16,92%	14,94%	11,30%	9,27%	7,81%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	12,68%	10,87%	12,14%	13,56%	0,00%
		NO	88,29%	90,18%	86,57%	83,08%	85,06%	88,70%	90,73%	92,19%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	87,32%	89,13%	87,86%	86,44%	00,00%
32	Contiene una URL completa	SI	11,45%	11,34%	11,54%	7,69%	12,55%	12,83%	11,50%	7,81%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	10,87%	11,98%	14,12%	0,00%
		NO	88,55%	88,66%	88,46%	92,31%	87,45%	87,17%	88,50%	92,19%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	92,96%	89,13%	88,02%	85,88%	00,00%
33	È o contiene un URL che ho già cliccato	SI	10,26%	10,10%	10,41%	12,31%	11,95%	11,30%	8,63%	5,47%	2,78%	6,67%	0,00%	25,00%	7,04%	9,29%	10,70%	12,99%	0,00%
		NO	89,74%	89,90%	89,59%	87,69%	88,05%	88,70%	91,37%	94,53%	97,22%	93,33%	100,00%	75,00%	92,96%	90,71%	89,30%	87,01%	00,00%

18. Un Profilo Facebook per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (3 di 4)

			Sesso			Età							Titolo di studio						
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diplo ma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
34	È un commento	SI	10,13%	10,93%	9,41%	9,23%	12,55%	11,09%	8,63%	5,47%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	9,29%	11,34%	11,30%	0,00%
		NO	89,87%	89,07%	90,59%	90,77%	87,45%	88,91%	91,37%	94,53%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	94,37%	90,71%	88,66%	88,70%	00,00%
35	È una risposta	SI	10,00%	11,20%	8,91%	10,77%	12,15%	10,87%	8,31%	5,47%	0,00%	6,67%	0,00%	25,00%	2,82%	10,08%	10,38%	10,73%	0,00%
		NO	90,00%	88,80%	91,09%	89,23%	87,85%	89,13%	91,69%	94,53%	100,00%	93,33%	100,00%	75,00%	97,18%	89,92%	89,62%	89,27%	00,00%
36	Ha postato di recente	SI	13,55%	13,42%	13,68%	13,85%	18,53%	14,13%	7,99%	10,16%	2,78%	0,00%	0,00%	9,86%	14,65%	13,58%	11,86%	0,00%	
		NO	86,45%	86,58%	86,32%	86,15%	81,47%	85,87%	92,01%	89,84%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	90,14%	85,35%	86,42%	88,14%	00,00%
37	Ha un indice Klout/Peerindex/Kred elevato	SI	10,92%	10,79%	11,04%	15,38%	14,14%	10,87%	8,95%	4,69%	0,00%	6,67%	0,00%	25,00%	7,04%	10,39%	11,82%	10,73%	0,00%
		NO	89,08%	89,21%	88,96%	84,62%	85,86%	89,13%	91,05%	95,31%	100,00%	93,33%	100,00%	75,00%	92,96%	89,61%	88,18%	89,27%	00,00%
38	I post/tweet contengono hashtag	SI	10,39%	10,51%	10,29%	10,77%	12,95%	10,22%	9,27%	7,81%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	10,55%	10,54%	11,86%	0,00%
		NO	89,61%	89,49%	89,71%	89,23%	87,05%	89,78%	90,73%	92,19%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	94,37%	89,45%	89,46%	88,14%	00,00%
39	I post/tweet contengono URL	SI	11,58%	12,45%	10,79%	18,46%	14,54%	11,30%	7,99%	10,16%	2,78%	0,00%	0,00%	25,00%	9,86%	10,55%	12,30%	12,99%	0,00%
		NO	88,42%	87,55%	89,21%	81,54%	85,46%	88,70%	92,01%	89,84%	97,22%	100,00%	100,00%	75,00%	90,14%	89,45%	87,70%	87,01%	00,00%
40	I post/tweet contengono URL "accorciate"	SI	10,59%	11,07%	10,16%	13,85%	12,15%	10,65%	9,58%	7,81%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	8,45%	9,76%	11,82%	10,17%	0,00%
		NO	89,41%	88,93%	89,84%	86,15%	87,85%	89,35%	90,42%	92,19%	97,22%	93,33%	100,00%	87,50%	91,55%	90,24%	88,18%	89,83%	00,00%
41	Il logo è utilizzato come avatar	SI	13,62%	13,55%	13,68%	13,85%	17,73%	13,04%	10,54%	11,72%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	14,17%	15,34%	9,60%	0,00%
		NO	86,38%	86,45%	86,32%	86,15%	82,27%	86,96%	89,46%	88,28%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	94,37%	85,83%	84,66%	90,40%	00,00%
42	Il contenuto mi emoziona profondamente	SI	10,79%	10,79%	10,79%	6,15%	13,94%	9,57%	10,86%	9,38%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	8,98%	12,94%	12,43%	0,00%
		NO	89,21%	89,21%	89,21%	93,85%	86,06%	90,43%	89,14%	90,63%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	95,77%	91,02%	87,06%	87,57%	00,00%
43	L'autore è spesso commentato e "condiviso"	SI	11,51%	11,48%	11,54%	13,85%	13,55%	11,09%	11,50%	8,59%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	12,28%	11,34%	10,17%	0,00%
		NO	88,49%	88,52%	88,46%	86,15%	86,45%	88,91%	88,50%	91,41%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	90,14%	87,72%	88,66%	89,83%	00,00%
44	È presente su Twitter, Facebook e i principali social media	SI	14,74%	14,25%	15,18%	15,38%	20,12%	15,22%	10,54%	7,03%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	14,80%	15,50%	14,69%	0,00%
		NO	85,26%	85,75%	84,82%	84,62%	79,88%	84,78%	89,46%	92,97%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	91,55%	85,20%	84,50%	85,31%	00,00%
45	L'autore è spesso menzionato e "retwittato"	SI	12,70%	12,03%	13,30%	16,92%	17,13%	11,74%	11,18%	4,69%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	8,45%	13,23%	13,10%	11,86%	0,00%
		NO	87,30%	87,97%	86,70%	83,08%	82,87%	88,26%	88,82%	95,31%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	91,55%	86,77%	86,90%	88,14%	00,00%
46	L'autore spesso scrive/posta/"twitta" sull'argomento	SI	13,22%	12,59%	13,80%	20,00%	17,33%	13,04%	9,58%	7,03%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	9,86%	14,02%	12,78%	13,56%	0,00%
		NO	86,78%	87,41%	86,20%	80,00%	82,67%	86,96%	90,42%	92,97%	97,22%	93,33%	100,00%	87,50%	90,14%	85,98%	87,22%	86,44%	00,00%
47	L'autore sta seguendo molti utenti	SI	11,64%	10,10%	13,05%	12,31%	13,55%	11,74%	9,90%	11,72%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	13,23%	11,18%	10,17%	0,00%
		NO	88,36%	89,90%	86,95%	87,69%	86,45%	88,26%	90,10%	88,28%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	92,96%	86,77%	88,82%	89,83%	00,00%
48	L'immagine dell'autore è una immagine personale	SI	14,87%	14,11%	15,56%	15,38%	18,33%	15,87%	11,18%	11,72%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	12,68%	16,22%	13,90%	14,69%	0,00%
		NO	85,13%	85,89%	84,44%	84,62%	81,67%	84,13%	88,82%	88,28%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	87,32%	83,78%	86,10%	85,31%	00,00%
49	La Homepage di Twitter è personalizzata	SI	10,13%	9,13%	11,04%	6,15%	14,74%	8,48%	8,31%	7,03%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	2,82%	11,34%	10,06%	9,60%	0,00%
		NO	89,87%	90,87%	88,96%	93,85%	85,26%	91,52%	91,69%	92,97%	97,22%	93,33%	100,00%	100,00%	97,18%	88,66%	89,94%	90,40%	00,00%

18. Un Profilo Facebook per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (4 di 4)

N			Sesso			Età							Titolo di studio						
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
50	La localizzazione dell'autore è legata all'argomento	SI	12,11%	11,62%	12,55%	12,31%	15,14%	13,91%	7,99%	7,81%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	11,97%	13,26%	10,17%	0,00%
		NO	87,89%	88,38%	87,45%	87,69%	84,86%	86,09%	92,01%	92,19%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	91,55%	88,03%	86,74%	89,83%	00,00%
51	La page di Facebook è personalizzata	SI	15,33%	14,94%	15,68%	24,62%	18,53%	15,43%	11,82%	12,50%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	16,90%	15,28%	15,50%	14,69%	0,00%
		NO	84,67%	85,06%	84,32%	75,38%	81,47%	84,57%	88,18%	87,50%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	83,10%	84,72%	84,50%	85,31%	00,00%
52	Lo username è legato all'argomento	SI	12,63%	12,31%	12,92%	18,46%	17,13%	12,17%	9,90%	4,69%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	14,08%	12,44%	13,42%	10,73%	0,00%
		NO	87,37%	87,69%	87,08%	81,54%	82,87%	87,83%	90,10%	95,31%	100,00%	93,33%	100,00%	100,00%	85,92%	87,56%	86,58%	89,27%	00,00%
53	Molti articoli/tweet/post con contenuto simile	SI	11,38%	11,89%	10,92%	13,85%	15,14%	10,43%	10,54%	5,47%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	14,08%	10,08%	13,10%	9,04%	0,00%
		NO	88,62%	88,11%	89,08%	86,15%	84,86%	89,57%	89,46%	94,53%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	85,92%	89,92%	86,90%	90,96%	00,00%
54	Si tratta di una retweet/condivisione di qualcuno in cui ho fiducia	SI	10,86%	10,65%	11,04%	9,23%	13,55%	11,74%	9,27%	5,47%	2,78%	0,00%	0,00%	25,00%	5,63%	11,02%	11,02%	11,30%	0,00%
		NO	89,14%	89,35%	88,96%	90,77%	86,45%	88,26%	90,73%	94,53%	97,22%	100,00%	100,00%	75,00%	94,37%	88,98%	88,98%	88,70%	00,00%
55	Il profilo è seguito da molti amici	SI	14,01%	13,55%	14,43%	20,00%	18,53%	12,61%	11,50%	9,38%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	14,08%	15,43%	13,74%	10,73%	0,00%
		NO	85,99%	86,45%	85,57%	80,00%	81,47%	87,39%	88,50%	90,63%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	85,92%	84,57%	86,26%	89,27%	00,00%
56	È della mia stessa nazionalità	SI	14,61%	14,25%	14,93%	21,54%	18,73%	13,70%	11,50%	10,94%	2,78%	0,00%	0,00%	12,50%	14,08%	14,80%	15,50%	11,30%	0,00%
		NO	85,39%	85,75%	85,07%	78,46%	81,27%	86,30%	88,50%	89,06%	97,22%	100,00%	100,00%	87,50%	85,92%	85,20%	84,50%	88,70%	00,00%
57	Ha molti followers pochi following	SI	12,83%	11,76%	13,80%	16,92%	17,73%	11,52%	10,54%	6,25%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	11,27%	11,97%	14,54%	11,30%	0,00%
		NO	87,17%	88,24%	86,20%	83,08%	82,27%	88,48%	89,46%	93,75%	100,00%	93,33%	100,00%	100,00%	88,73%	88,03%	85,46%	88,70%	00,00%
58	Utilizza una immagine tipo "cartoon" come avatar	SI	12,37%	12,72%	12,05%	16,92%	16,73%	11,96%	9,27%	6,25%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	12,76%	13,10%	10,17%	0,00%
		NO	87,63%	87,28%	87,95%	83,08%	83,27%	88,04%	90,73%	93,75%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	90,14%	87,24%	86,90%	89,83%	00,00%
59	Utilizza l'immagine di "default"	SI	12,57%	12,86%	12,30%	16,92%	16,73%	11,74%	9,27%	8,59%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	14,17%	12,14%	10,17%	33,33%
		NO	87,43%	87,14%	87,70%	83,08%	83,27%	88,26%	90,73%	91,41%	97,22%	93,33%	100,00%	100,00%	91,55%	85,83%	87,86%	89,83%	66,67%
60	L'autore ha molti followers	SI	12,50%	12,31%	12,67%	15,38%	17,53%	11,96%	7,99%	9,38%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	7,04%	13,07%	12,94%	10,73%	0,00%
		NO	87,50%	87,69%	87,33%	84,62%	82,47%	88,04%	92,01%	90,63%	100,00%	100,00%	100,00%	75,00%	92,96%	86,93%	87,06%	89,27%	00,00%
61	L'account ha il sigillo di "account verificato"	SI	16,25%	15,91%	16,56%	26,15%	23,11%	13,91%	11,50%	9,38%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	14,08%	17,17%	15,50%	17,51%	0,00%
		NO	83,75%	84,09%	83,44%	73,85%	76,89%	86,09%	88,50%	90,63%	97,22%	93,33%	100,00%	100,00%	85,92%	82,83%	84,50%	82,49%	00,00%
62	L'autore "twitta" frequentemente	SI	11,32%	12,17%	10,54%	12,31%	15,74%	11,52%	6,71%	7,03%	2,78%	6,67%	0,00%	12,50%	5,63%	11,97%	11,18%	10,73%	66,67%
		NO	88,68%	87,83%	89,46%	87,69%	84,26%	88,48%	93,29%	92,97%	97,22%	93,33%	100,00%	87,50%	94,37%	88,03%	88,82%	89,27%	33,33%
63	Non saprei.	SI	14,61%	13,28%	15,81%	13,85%	12,75%	10,87%	16,29%	22,66%	36,11%	40,00%	0,00%	12,50%	15,49%	15,43%	14,86%	10,73%	0,00%
		NO	85,39%	86,72%	84,19%	86,15%	87,25%	89,13%	83,71%	77,34%	63,89%	60,00%	100,00%	87,50%	84,51%	84,57%	85,14%	89,27%	00,00%

19. Un Tweet su Twitter per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (1 di 4)

		Sesso			Età								Titolo di studio						
N		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
1	L'autore è qualcuno di cui ho sentito parlare	SI	9,47%	9,13%	9,79%	6,15%	13,15%	9,13%	7,35%	7,03%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	8,35%	10,38%	11,86%	0,00%
		NO	90,53%	90,87%	90,21%	93,85%	86,85%	90,87%	92,65%	92,97%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	94,37%	91,65%	89,62%	88,14%	00,00%
2	Presenta molti articoli con contenuto simile	SI	9,34%	7,05%	11,42%	9,23%	9,36%	11,52%	8,31%	5,47%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	8,82%	10,54%	8,47%	33,33%
		NO	90,66%	92,95%	88,58%	90,77%	90,64%	88,48%	91,69%	94,53%	94,44%	93,33%	100,00%	87,50%	95,77%	91,18%	89,46%	91,53%	66,67%
3	L'autore è conosciuto mediaticamente	SI	8,55%	9,41%	7,78%	7,69%	10,76%	9,13%	6,71%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	8,82%	8,47%	10,17%	0,00%
		NO	91,45%	90,59%	92,22%	92,31%	89,24%	90,87%	93,29%	93,75%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	95,77%	91,18%	91,53%	89,83%	00,00%
4	La biografia dell'autore lo indica come esperto in materia	SI	9,93%	11,20%	8,78%	9,23%	10,16%	11,52%	8,95%	9,38%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	1,41%	8,66%	11,82%	11,86%	0,00%
		NO	90,07%	88,80%	91,22%	90,77%	89,84%	88,48%	91,05%	90,63%	100,00%	93,33%	100,00%	100,00%	98,59%	91,34%	88,18%	88,14%	00,00%
5	È un autore verificato, esperto in materia	SI	11,84%	12,72%	11,04%	12,31%	14,74%	13,48%	10,22%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	10,39%	13,10%	14,69%	0,00%
		NO	88,16%	87,28%	88,96%	87,69%	85,26%	86,52%	89,78%	96,88%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	92,96%	89,61%	86,90%	85,31%	00,00%
6	L'autore è qualcuno che seguo	SI	9,47%	10,24%	8,78%	9,23%	10,76%	11,30%	7,99%	5,47%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	2,82%	8,50%	11,34%	8,47%	0,00%
		NO	90,53%	89,76%	91,22%	90,77%	89,24%	88,70%	92,01%	94,53%	100,00%	100,00%	100,00%	75,00%	97,18%	91,50%	88,66%	91,53%	00,00%
7	L'ho già letto di recente	SI	8,88%	8,58%	9,16%	20,00%	8,76%	9,35%	8,31%	5,47%	5,56%	0,00%	0,00%	25,00%	7,04%	9,76%	8,15%	8,47%	0,00%
		NO	91,12%	91,42%	90,84%	80,00%	91,24%	90,65%	91,69%	94,53%	94,44%	100,00%	100,00%	75,00%	92,96%	90,24%	91,85%	91,53%	00,00%
8	È in cima ai risultati delle ricerche	SI	8,09%	8,02%	8,16%	15,38%	9,16%	8,48%	6,71%	5,47%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	6,77%	10,38%	6,21%	0,00%
		NO	91,91%	91,98%	91,84%	84,62%	90,84%	91,52%	93,29%	94,53%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	95,77%	93,23%	89,62%	93,79%	00,00%
9	L'autore scrive frequentemente	SI	8,49%	8,30%	8,66%	10,77%	8,96%	10,43%	6,71%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	2,82%	8,66%	8,95%	7,91%	0,00%
		NO	91,51%	91,70%	91,34%	89,23%	91,04%	89,57%	93,29%	93,75%	100,00%	100,00%	100,00%	75,00%	97,18%	91,34%	91,05%	92,09%	00,00%
10	L'autore è geograficamente vicino	SI	6,25%	6,92%	5,65%	4,62%	6,18%	7,61%	6,39%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	1,41%	5,98%	7,51%	3,95%	33,33%
		NO	93,75%	93,08%	94,35%	95,38%	93,82%	92,39%	93,61%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	98,59%	94,02%	92,49%	96,05%	66,67%
11	La grammatica e la punteggiatura sono conformi e/o corrette	SI	12,96%	12,72%	13,17%	18,46%	16,73%	13,48%	10,22%	5,47%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	12,76%	13,42%	14,12%	0,00%
		NO	87,04%	87,28%	86,83%	81,54%	83,27%	86,52%	89,78%	94,53%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	90,14%	87,24%	86,58%	85,88%	00,00%
12	La quantità di notizie pubblicate	SI	8,75%	9,27%	8,28%	15,38%	10,56%	8,91%	7,35%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	4,23%	6,93%	11,34%	7,34%	0,00%
		NO	91,25%	90,73%	91,72%	84,62%	89,44%	91,09%	92,65%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	75,00%	95,77%	93,07%	88,66%	92,66%	00,00%
13	La qualità di notizie pubblicate	SI	12,17%	12,59%	11,79%	15,38%	13,94%	15,22%	8,63%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	11,65%	11,18%	18,08%	33,33%
		NO	87,83%	87,41%	88,21%	84,62%	86,06%	84,78%	91,37%	93,75%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	90,14%	88,35%	88,82%	81,92%	66,67%
14	L'accuratezza dell'informazioni	SI	14,21%	14,38%	14,05%	18,46%	16,53%	16,09%	12,46%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	9,86%	12,60%	16,13%	14,69%	33,33%
		NO	85,79%	85,62%	85,95%	81,54%	83,47%	83,91%	87,54%	93,75%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	90,14%	87,40%	83,87%	85,31%	66,67%
15	L'aggiornamento delle informazioni	SI	9,61%	9,82%	9,41%	15,38%	10,76%	10,65%	7,67%	7,03%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	10,39%	9,27%	9,04%	33,33%
		NO	90,39%	90,18%	90,59%	84,62%	89,24%	89,35%	92,33%	92,97%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	94,37%	89,61%	90,73%	90,96%	66,67%
16	Non presenta contraddizioni o errori	SI	13,75%	13,69%	13,80%	15,38%	16,33%	16,30%	10,86%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	13,39%	14,86%	15,25%	0,00%
		NO	86,25%	86,31%	86,20%	84,62%	83,67%	83,70%	89,14%	93,75%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	94,37%	86,61%	85,14%	84,75%	00,00%
17	Contiene citazioni e riferimenti ad altre fonti attendibili	SI	13,55%	13,42%	13,68%	18,46%	16,53%	15,00%	10,86%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	13,70%	13,74%	15,25%	0,00%
		NO	86,45%	86,58%	86,32%	81,54%	83,47%	85,00%	89,14%	93,75%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	92,96%	86,30%	86,26%	84,75%	00,00%

19. Un Tweet su Twitter per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (2 di 4)

N			Sesso			Età							Titolo di studio						
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
18	È in linea con la mia visione del mondo e con i miei valori	SI	9,87%	9,82%	9,91%	13,85%	8,37%	13,04%	10,22%	4,69%	0,00%	6,67%	0,00%	25,00%	9,86%	8,98%	11,18%	7,91%	0,00%
		NO	90,13%	90,18%	90,09%	86,15%	91,63%	86,96%	89,78%	95,31%	100,00%	93,33%	100,00%	75,00%	90,14%	91,02%	88,82%	92,09%	00,00%
19	È in linea con le informazioni di cui già sono in possesso	SI	8,29%	7,75%	8,78%	7,69%	8,76%	10,00%	7,35%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	7,24%	10,06%	7,34%	0,00%
		NO	91,71%	92,25%	91,22%	92,31%	91,24%	90,00%	92,65%	93,75%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	94,37%	92,76%	89,94%	92,66%	00,00%
20	Non lo percepisco come contenuto promozionale/ pubblicitario	SI	12,04%	11,89%	12,17%	16,92%	13,15%	13,70%	10,54%	5,47%	5,56%	6,67%	0,00%	37,50%	8,45%	11,50%	12,78%	11,86%	0,00%
		NO	87,96%	88,11%	87,83%	83,08%	86,85%	86,30%	89,46%	94,53%	94,44%	93,33%	100,00%	62,50%	91,55%	88,50%	87,22%	88,14%	00,00%
21	I link funzionano	SI	9,93%	8,85%	10,92%	12,31%	12,35%	11,96%	6,71%	3,91%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	8,45%	8,35%	11,66%	9,04%	33,33%
		NO	90,07%	91,15%	89,08%	87,69%	87,65%	88,04%	93,29%	96,09%	100,00%	100,00%	100,00%	75,00%	91,55%	91,65%	88,34%	90,96%	66,67%
22	I testi sono chiari e il linguaggio comprensibile	SI	12,17%	11,89%	12,42%	16,92%	16,14%	11,09%	11,18%	3,91%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	12,44%	12,94%	10,17%	0,00%
		NO	87,83%	88,11%	87,58%	83,08%	83,86%	88,91%	88,82%	96,09%	94,44%	100,00%	100,00%	87,50%	91,55%	87,56%	87,06%	89,83%	00,00%
23	L'accesso alla fonte è semplice e veloce	SI	10,46%	9,41%	11,42%	15,38%	14,34%	9,78%	8,31%	3,91%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	8,45%	10,08%	10,70%	11,86%	0,00%
		NO	89,54%	90,59%	88,58%	84,62%	85,66%	90,22%	91,69%	96,09%	100,00%	93,33%	100,00%	87,50%	91,55%	89,92%	89,30%	88,14%	00,00%
24	È imparziale	SI	12,63%	13,42%	11,92%	16,92%	14,94%	13,48%	10,86%	7,81%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	14,08%	11,34%	14,86%	7,91%	33,33%
		NO	87,37%	86,58%	88,08%	83,08%	85,06%	86,52%	89,14%	92,19%	100,00%	100,00%	100,00%	75,00%	85,92%	88,66%	85,14%	92,09%	66,67%
25	Conosco l'autore personalmente	SI	8,49%	8,30%	8,66%	1,54%	9,36%	9,35%	9,90%	4,69%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	4,23%	8,19%	9,42%	7,34%	33,33%
		NO	91,51%	91,70%	91,34%	98,46%	90,64%	90,65%	90,10%	95,31%	100,00%	93,33%	100,00%	87,50%	95,77%	91,81%	90,58%	92,66%	66,67%
26	Riporta l'autore e il titolo	SI	10,92%	12,03%	9,91%	15,38%	11,55%	13,26%	8,95%	7,03%	0,00%	0,00%	0,00%	37,50%	8,45%	10,24%	12,14%	8,47%	33,33%
		NO	89,08%	87,97%	90,09%	84,62%	88,45%	86,74%	91,05%	92,97%	100,00%	100,00%	100,00%	62,50%	91,55%	89,76%	87,86%	91,53%	66,67%
27	È aggiornata con regolarità	SI	7,96%	8,30%	7,65%	10,77%	7,57%	9,78%	8,95%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	7,87%	9,58%	4,52%	0,00%
		NO	92,04%	91,70%	92,35%	89,23%	92,43%	90,22%	91,05%	97,66%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	95,77%	92,13%	90,42%	95,48%	00,00%
28	Contiene una mail, per chiedere all'autore ulteriori informazioni	SI	8,29%	8,99%	7,65%	7,69%	9,36%	9,57%	7,35%	5,47%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	6,93%	9,42%	9,60%	33,33%
		NO	91,71%	91,01%	92,35%	92,31%	90,64%	90,43%	92,65%	94,53%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	94,37%	93,07%	90,58%	90,40%	66,67%
29	È condivisa da un numero elevato di persone	SI	8,75%	8,44%	9,03%	9,23%	9,96%	10,00%	8,31%	3,91%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	2,82%	8,50%	10,38%	5,65%	33,33%
		NO	91,25%	91,56%	90,97%	90,77%	90,04%	90,00%	91,69%	96,09%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	97,18%	91,50%	89,62%	94,35%	66,67%
30	È commentata da un numero elevato di persone	SI	9,41%	9,68%	9,16%	16,92%	11,35%	10,22%	7,03%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	37,50%	5,63%	9,92%	9,90%	5,65%	33,33%
		NO	90,59%	90,32%	90,84%	83,08%	88,65%	89,78%	92,97%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	62,50%	94,37%	90,08%	90,10%	94,35%	66,67%
31	Ci sono altre notizie con contenuto simile	SI	8,42%	7,05%	9,66%	9,23%	10,76%	9,57%	6,07%	3,91%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	7,56%	9,58%	8,47%	0,00%
		NO	91,58%	92,95%	90,34%	90,77%	89,24%	90,43%	93,93%	96,09%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	94,37%	92,44%	90,42%	91,53%	00,00%
32	Contiene una URL completa	SI	10,07%	11,07%	9,16%	18,46%	10,76%	11,30%	8,95%	5,47%	0,00%	0,00%	0,00%	37,50%	11,27%	9,29%	11,02%	7,91%	0,00%
		NO	89,93%	88,93%	90,84%	81,54%	89,24%	88,70%	91,05%	94,53%	100,00%	100,00%	100,00%	62,50%	88,73%	90,71%	88,98%	92,09%	00,00%
33	È o contiene un URL che ho già cliccato	SI	8,29%	8,71%	7,90%	16,92%	7,57%	9,57%	7,03%	6,25%	5,56%	6,67%	0,00%	25,00%	8,45%	7,87%	9,42%	4,52%	33,33%
		NO	91,71%	91,29%	92,10%	83,08%	92,43%	90,43%	92,97%	93,75%	94,44%	93,33%	100,00%	75,00%	91,55%	92,13%	90,58%	95,48%	66,67%

19. Un Tweet su Twitter per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (3 di 4)

N			Sesso			Età							Titolo di studio							
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
34	È un commento	SI	8,68%	8,16%	9,16%	10,77%	9,56%	10,65%	7,03%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	7,04%	8,19%	9,27%	7,91%	33,33%	
		NO	91,32%	91,84%	90,84%	89,23%	90,44%	89,35%	92,97%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	75,00%	92,96%	91,81%	90,73%	92,09%	66,67%	
35	È una risposta	SI	8,29%	7,47%	9,03%	16,92%	9,36%	8,70%	7,35%	3,91%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	8,45%	7,24%	9,74%	6,21%	0,00%	
		NO	91,71%	92,53%	90,97%	83,08%	90,64%	91,30%	92,65%	96,09%	100,00%	100,00%	100,00%	75,00%	91,55%	92,76%	90,26%	93,79%	00,00%	
36	Ha postato di recente	SI	6,38%	6,36%	6,40%	9,23%	6,18%	7,61%	5,75%	3,13%	5,56%	6,67%	0,00%	25,00%	5,63%	5,35%	8,47%	2,26%	0,00%	
		NO	93,62%	93,64%	93,60%	90,77%	93,82%	92,39%	94,25%	96,88%	94,44%	93,33%	100,00%	75,00%	94,37%	94,65%	91,53%	97,74%	00,00%	
37	Ha un indice Klout/Peerindex/Kred elevato	SI	6,78%	7,88%	5,77%	12,31%	6,18%	8,91%	5,75%	3,91%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	6,46%	7,51%	6,78%	0,00%		
		NO	93,22%	92,12%	94,23%	87,69%	93,82%	91,09%	94,25%	96,09%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	95,77%	93,54%	92,49%	93,22%	00,00%	
38	I post/tweet contengono hashtag	SI	9,08%	9,82%	8,41%	12,31%	10,16%	10,00%	8,31%	5,47%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	8,50%	10,54%	5,65%	33,33%	
		NO	90,92%	90,18%	91,59%	87,69%	89,84%	90,00%	91,69%	94,53%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	91,55%	91,50%	89,46%	94,35%	66,67%	
39	I post/tweet contengono URL	SI	8,49%	8,85%	8,28%	10,77%	9,56%	10,65%	7,35%	4,69%	2,78%	6,67%	100,00%	25,00%	4,23%	8,66%	9,42%	7,34%	66,67%	
		NO	91,51%	91,15%	91,72%	89,23%	90,44%	89,35%	92,65%	95,31%	97,22%	93,33%	0,00%	75,00%	95,77%	91,34%	90,58%	92,66%	33,33%	
40	I post/tweet contengono URL "accorciate"	SI	8,75%	8,58%	8,91%	12,31%	10,16%	9,13%	8,31%	3,91%	0,00%	6,67%	0,00%	25,00%	5,63%	8,35%	9,11%	9,60%	0,00%	
		NO	91,25%	91,42%	91,09%	87,69%	89,84%	90,87%	91,69%	96,09%	100,00%	93,33%	100,00%	75,00%	94,37%	91,65%	90,89%	90,40%	00,00%	
41	Il logo è utilizzato come avatar	SI	7,43%	8,02%	6,90%	7,69%	7,77%	9,78%	5,43%	3,91%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	8,03%	7,99%	4,52%	0,00%	
		NO	92,57%	91,98%	93,10%	92,31%	92,23%	90,22%	94,57%	96,09%	94,44%	100,00%	100,00%	87,50%	95,77%	91,97%	92,01%	95,48%	00,00%	
42	Il contenuto mi emoziona profondamente	SI	9,01%	9,96%	8,16%	16,92%	8,96%	9,78%	9,58%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	37,50%	9,86%	8,03%	10,06%	6,78%	33,33%	
		NO	90,99%	90,04%	91,84%	83,08%	91,04%	90,22%	90,42%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	62,50%	90,14%	91,97%	89,94%	93,22%	66,67%	
43	L'autore è spesso commentato e "condiviso"	SI	6,97%	7,05%	6,90%	6,15%	8,57%	6,96%	6,71%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	5,98%	8,15%	7,34%	0,00%	
		NO	93,03%	92,95%	93,10%	93,85%	91,43%	93,04%	93,29%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	95,77%	94,02%	91,85%	92,66%	00,00%	
44	È presente su Twitter, Facebook e i principali social media	SI	8,68%	8,85%	8,53%	10,77%	7,97%	10,43%	8,31%	7,03%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	6,93%	10,54%	10,17%	0,00%	
		NO	91,32%	91,15%	91,47%	89,23%	92,03%	89,57%	91,69%	92,97%	94,44%	100,00%	100,00%	100,00%	94,37%	93,07%	89,46%	89,83%	00,00%	
45	L'autore è spesso menzionato e "retwittato"	SI	9,28%	8,02%	10,41%	9,23%	11,95%	9,57%	7,67%	4,69%	0,00%	6,67%	0,00%	25,00%	5,63%	8,19%	11,18%	6,78%	33,33%	
		NO	90,72%	91,98%	89,59%	90,77%	88,05%	90,43%	92,33%	95,31%	100,00%	93,33%	100,00%	75,00%	94,37%	91,81%	88,82%	93,22%	66,67%	
46	L'autore spesso scrive/posta/"twitta" sull'argomento	SI	9,41%	9,41%	9,41%	7,69%	10,36%	11,09%	7,99%	7,81%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	6,93%	12,46%	9,04%	33,33%	
		NO	90,59%	90,59%	90,59%	92,31%	89,64%	88,91%	92,01%	92,19%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	94,37%	93,07%	87,54%	90,96%	66,67%	
47	L'autore sta seguendo molti utenti	SI	6,91%	7,19%	6,65%	9,23%	7,37%	8,26%	5,75%	3,91%	0,00%	6,67%	0,00%	25,00%	7,04%	5,51%	8,15%	6,78%	0,00%	
		NO	93,09%	92,81%	93,35%	90,77%	92,63%	91,74%	94,25%	96,09%	100,00%	93,33%	100,00%	75,00%	92,96%	94,49%	91,85%	93,22%	00,00%	
48	L'immagine dell'autore è una immagine personale	SI	7,43%	6,92%	7,90%	9,23%	8,37%	8,48%	6,39%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	5,20%	9,74%	7,34%	0,00%	
		NO	92,57%	93,08%	92,10%	90,77%	91,63%	91,52%	93,61%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	92,96%	94,80%	90,26%	92,66%	00,00%	
49	La Homepage di Twitter è personalizzata	SI	7,89%	8,58%	7,28%	15,38%	8,37%	9,57%	5,75%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	8,19%	8,15%	6,78%	33,33%	
		NO	92,11%	91,42%	92,72%	84,62%	91,63%	90,43%	94,25%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	94,37%	91,81%	91,85%	93,22%	66,67%	

19. Un Tweet su Twitter per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (4 di 4)

N			Sesso			Età							Titolo di studio						
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
50	La localizzazione dell'autore è legata all'argomento	SI	7,89%	8,16%	7,65%	13,85%	7,77%	8,70%	7,35%	6,25%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	7,04%	7,40%	8,79%	6,78%	0,00%
		NO	92,11%	91,84%	92,35%	86,15%	92,23%	91,30%	92,65%	93,75%	100,00%	93,33%	100,00%	87,50%	92,96%	92,60%	91,21%	93,22%	00,00%
51	La page di Facebook è personalizzata	SI	6,18%	6,22%	6,15%	10,77%	6,97%	6,52%	5,11%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	37,50%	4,23%	5,83%	6,55%	5,65%	0,00%
		NO	93,82%	93,78%	93,85%	89,23%	93,03%	93,48%	94,89%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	62,50%	95,77%	94,17%	93,45%	94,35%	00,00%
52	Lo username è legato all'argomento	SI	6,84%	7,05%	6,65%	7,69%	7,57%	9,35%	3,83%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	6,14%	8,31%	6,21%	33,33%
		NO	93,16%	92,95%	93,35%	92,31%	92,43%	90,65%	96,17%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	98,59%	93,86%	91,69%	93,79%	66,67%
53	Molti articoli/tweet/post con contenuto simile	SI	9,14%	8,02%	10,16%	15,38%	10,76%	10,65%	5,75%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	9,45%	9,58%	7,91%	0,00%
		NO	90,86%	91,98%	89,84%	84,62%	89,24%	89,35%	94,25%	93,75%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	94,37%	90,55%	90,42%	92,09%	00,00%
54	Si tratta di una retweet/condivisione di qualcuno in cui ho fiducia	SI	9,87%	9,41%	10,29%	15,38%	10,36%	12,17%	8,63%	3,13%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	7,04%	8,50%	11,50%	10,73%	0,00%
		NO	90,13%	90,59%	89,71%	84,62%	89,64%	87,83%	91,37%	96,88%	100,00%	93,33%	100,00%	100,00%	92,96%	91,50%	88,50%	89,27%	00,00%
55	Il profilo è seguito da molti amici	SI	5,79%	5,53%	6,02%	9,23%	5,78%	7,17%	4,47%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	1,41%	5,35%	6,23%	6,78%	0,00%
		NO	94,21%	94,47%	93,98%	90,77%	94,22%	92,83%	95,53%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	75,00%	98,59%	94,65%	93,77%	93,22%	00,00%
56	È della mia stessa nazionalità	SI	6,78%	7,33%	6,27%	7,69%	6,37%	8,04%	7,35%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	4,23%	6,46%	7,83%	4,52%	0,00%
		NO	93,22%	92,67%	93,73%	92,31%	93,63%	91,96%	92,65%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	75,00%	95,77%	93,54%	92,17%	95,48%	00,00%
57	Ha molti followers pochi following	SI	6,58%	7,33%	5,90%	7,69%	6,37%	8,04%	5,75%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	2,82%	6,14%	7,99%	3,95%	0,00%
		NO	93,42%	92,67%	94,10%	92,31%	93,63%	91,96%	94,25%	93,75%	100,00%	100,00%	100,00%	75,00%	97,18%	93,86%	92,01%	96,05%	00,00%
58	Utilizza una immagine tipo "cartoon" come avatar	SI	6,38%	6,36%	6,40%	12,31%	6,37%	6,96%	7,03%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	2,82%	5,98%	7,03%	6,21%	33,33%
		NO	93,62%	93,64%	93,60%	87,69%	93,63%	93,04%	92,97%	97,66%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	97,18%	94,02%	92,97%	93,79%	66,67%
59	Utilizza l'immagine di "default"	SI	6,78%	7,75%	5,90%	9,23%	6,77%	8,48%	5,75%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	5,35%	9,11%	6,21%	0,00%
		NO	93,22%	92,25%	94,10%	90,77%	93,23%	91,52%	94,25%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	98,59%	94,65%	90,89%	93,79%	00,00%
60	L'autore ha molti followers	SI	7,30%	7,19%	7,40%	7,69%	8,17%	7,61%	7,35%	5,47%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	2,82%	6,30%	8,47%	7,91%	33,33%
		NO	92,70%	92,81%	92,60%	92,31%	91,83%	92,39%	92,65%	94,53%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	97,18%	93,70%	91,53%	92,09%	66,67%
61	L'account ha il sigillo di "account verificato"	SI	7,04%	7,19%	6,90%	6,15%	8,37%	7,83%	5,43%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	7,56%	7,67%	5,08%	33,33%
		NO	92,96%	92,81%	93,10%	93,85%	91,63%	92,17%	94,57%	93,75%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	98,59%	92,44%	92,33%	94,92%	66,67%
62	L'autore "twitta" frequentemente	SI	8,62%	7,61%	9,54%	15,38%	10,56%	8,70%	6,71%	5,47%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	7,56%	10,54%	7,34%	0,00%
		NO	91,38%	92,39%	90,46%	84,62%	89,44%	91,30%	93,29%	94,53%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	94,37%	92,44%	89,46%	92,66%	00,00%
63	Non saprei.	SI	14,47%	13,83%	15,06%	13,85%	11,95%	12,61%	15,34%	20,31%	38,89%	33,33%	0,00%	12,50%	16,90%	14,80%	15,34%	9,04%	33,33%
		NO	85,53%	86,17%	84,94%	86,15%	88,05%	87,39%	84,66%	79,69%	61,11%	66,67%	100,00%	87,50%	83,10%	85,20%	84,66%	90,96%	66,67%

20. Un Profilo Twitter per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (1 di 4)

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

20. Un Profilo Twitter per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (2 di 4)

N		Sesso			Età								Titolo di studio						
		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
18	È in linea con la mia visione del mondo e con i miei valori	SI	5,46%	6,50%	4,52%	7,69%	5,18%	5,43%	6,71%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	5,83%	4,95%	6,21%	0,00%
		NO	94,54%	93,50%	95,48%	92,31%	94,82%	94,57%	93,29%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	94,37%	94,17%	95,05%	93,79%	00,00%
19	È in linea con le informazioni di cui già sono in possesso	SI	6,51%	8,02%	5,14%	10,77%	5,18%	8,70%	6,07%	5,47%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	6,77%	6,39%	5,08%	0,00%
		NO	93,49%	91,98%	94,86%	89,23%	94,82%	91,30%	93,93%	94,53%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	91,55%	93,23%	93,61%	94,92%	00,00%
20	Non lo percepisco come contenuto promozionale/pubblicitario	SI	6,97%	6,78%	7,15%	7,69%	8,57%	6,96%	5,75%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	6,46%	7,51%	7,91%	0,00%
		NO	93,03%	93,22%	92,85%	92,31%	91,43%	93,04%	94,25%	93,75%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	94,37%	93,54%	92,49%	92,09%	00,00%
21	I link funzionano	SI	6,12%	5,39%	6,78%	6,15%	5,98%	6,52%	6,71%	5,47%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	6,46%	6,07%	5,65%	0,00%
		NO	93,88%	94,61%	93,22%	93,85%	94,02%	93,48%	93,29%	94,53%	100,00%	93,33%	100,00%	100,00%	94,37%	93,54%	93,93%	94,35%	00,00%
22	I testi sono chiari e il linguaggio comprensibile	SI	6,97%	7,75%	6,27%	6,15%	7,97%	7,39%	7,35%	3,91%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	6,93%	7,03%	8,47%	0,00%
		NO	93,03%	92,25%	93,73%	93,85%	92,03%	92,61%	92,65%	96,09%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	95,77%	93,07%	92,97%	91,53%	00,00%
23	L'accesso alla fonte è semplice e veloce	SI	7,24%	7,75%	6,78%	7,69%	8,57%	7,17%	7,03%	5,47%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	6,93%	7,51%	8,47%	0,00%
		NO	92,76%	92,25%	93,22%	92,31%	91,43%	92,83%	92,97%	94,53%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	95,77%	93,07%	92,49%	91,53%	00,00%
24	È imparziale	SI	8,22%	8,85%	7,65%	16,92%	8,96%	7,39%	8,63%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	8,50%	7,67%	9,04%	0,00%
		NO	91,78%	91,15%	92,35%	83,08%	91,04%	92,61%	91,37%	93,75%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	91,55%	91,50%	92,33%	90,96%	00,00%
25	Conosco l'autore personalmente	SI	7,37%	8,30%	6,52%	10,77%	8,37%	8,26%	5,43%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	4,23%	6,77%	8,15%	7,34%	0,00%
		NO	92,63%	91,70%	93,48%	89,23%	91,63%	91,74%	94,57%	93,75%	100,00%	100,00%	100,00%	75,00%	95,77%	93,23%	91,85%	92,66%	00,00%
26	Riporta l'autore e il titolo	SI	6,12%	6,36%	5,90%	6,15%	6,97%	7,39%	3,83%	4,69%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	5,51%	6,55%	6,78%	0,00%
		NO	93,88%	93,64%	94,10%	93,85%	93,03%	92,61%	96,17%	95,31%	94,44%	100,00%	100,00%	100,00%	92,96%	94,49%	93,45%	93,22%	00,00%
27	È aggiornata con regolarità	SI	8,16%	9,13%	7,28%	12,31%	9,76%	8,04%	6,39%	7,03%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	8,45%	8,82%	7,51%	7,34%	33,33%
		NO	91,84%	90,87%	92,72%	87,69%	90,24%	91,96%	93,61%	92,97%	100,00%	93,33%	100,00%	87,50%	91,55%	91,18%	92,49%	92,66%	66,67%
28	Contiene una mail, per chiedere all'autore ulteriori informazioni	SI	8,03%	8,02%	8,03%	10,77%	10,56%	7,83%	5,11%	5,47%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	8,19%	8,47%	6,21%	0,00%
		NO	91,97%	91,98%	91,97%	89,23%	89,44%	92,17%	94,89%	94,53%	94,44%	93,33%	100,00%	100,00%	91,55%	91,81%	91,53%	93,79%	00,00%
29	È condivisa da un numero elevato di persone	SI	4,87%	4,70%	5,02%	9,23%	4,98%	4,78%	3,83%	6,25%	0,00%	6,67%	0,00%	12,50%	5,63%	4,72%	4,95%	4,52%	0,00%
		NO	95,13%	95,30%	94,98%	90,77%	95,02%	95,22%	96,17%	93,75%	100,00%	93,33%	100,00%	87,50%	94,37%	95,28%	95,05%	95,48%	00,00%
30	È commentata da un numero elevato di persone	SI	4,87%	4,84%	4,89%	9,23%	5,38%	4,57%	4,47%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	5,04%	4,95%	4,52%	0,00%	
		NO	95,13%	95,16%	95,11%	90,77%	94,62%	95,43%	95,53%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	95,77%	94,96%	95,05%	95,48%	00,00%
31	Ci sono altre notizie con contenuto simile	SI	6,12%	8,02%	4,39%	10,77%	4,78%	7,83%	5,43%	5,47%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	6,14%	6,23%	4,52%	33,33%
		NO	93,88%	91,98%	95,61%	89,23%	95,22%	92,17%	94,57%	94,53%	94,44%	100,00%	100,00%	87,50%	92,96%	93,86%	93,77%	95,48%	66,67%
32	Contiene una URL completa	SI	4,01%	4,43%	3,64%	4,62%	4,18%	5,65%	1,92%	3,91%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	3,46%	4,47%	3,95%	33,33%	
		NO	95,99%	95,57%	96,36%	95,38%	95,82%	94,35%	98,08%	96,09%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	95,77%	96,54%	95,53%	96,05%	66,67%
33	È o contiene un URL che ho già cliccato	SI	4,74%	5,12%	4,39%	4,62%	3,98%	5,87%	5,11%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	4,57%	5,11%	5,08%	0,00%
		NO	95,26%	94,88%	95,61%	95,38%	96,02%	94,13%	94,89%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	97,18%	95,43%	94,89%	94,92%	00,00%

20. Un Profilo Twitter per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (3 di 4)

N		Sesso			Età							Titolo di studio						
		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
34	È un commento	SI	3,82%	4,56%	3,14%	1,54%	3,19%	5,00%	3,51%	3,91%	5,56%	0,00%	0,00%	1,41%	3,31%	4,63%	3,95%	0,00%
		NO	96,18%	95,44%	96,86%	98,46%	96,81%	95,00%	96,49%	96,09%	94,44%	100,00%	100,00%	98,59%	96,69%	95,37%	96,05%	00,00%
35	È una risposta	SI	4,74%	5,95%	3,64%	6,15%	4,58%	5,43%	3,83%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	4,41%	5,11%	5,08%	0,00%
		NO	95,26%	94,05%	96,36%	93,85%	95,42%	94,57%	96,17%	93,75%	100,00%	100,00%	100,00%	95,77%	95,59%	94,89%	94,92%	00,00%
36	Ha postato di recente	SI	5,13%	5,53%	4,77%	10,77%	5,38%	5,87%	3,19%	5,47%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	5,51%	4,31%	5,65%	33,33%
		NO	94,87%	94,47%	95,23%	89,23%	94,62%	94,13%	96,81%	94,53%	100,00%	100,00%	87,50%	94,37%	94,49%	95,69%	94,35%	66,67%
37	Ha un indice Klout/PeerIndex/Kred elevato	SI	4,47%	4,70%	4,27%	6,15%	3,78%	5,65%	3,51%	6,25%	0,00%	0,00%	12,50%	2,82%	3,62%	5,27%	4,52%	33,33%
		NO	95,53%	95,30%	95,73%	93,85%	96,22%	94,35%	96,49%	93,75%	100,00%	100,00%	87,50%	97,18%	96,38%	94,73%	95,48%	66,67%
38	I post/tweet contengono hashtag	SI	4,54%	4,56%	4,52%	6,15%	4,98%	6,52%	1,60%	3,91%	0,00%	0,00%	12,50%	2,82%	3,94%	5,27%	4,52%	0,00%
		NO	95,46%	95,44%	95,48%	93,85%	95,02%	93,48%	98,40%	96,09%	100,00%	100,00%	87,50%	97,18%	96,06%	94,73%	95,48%	00,00%
39	I post/tweet contengono URL	SI	4,74%	5,67%	3,89%	4,62%	6,18%	4,35%	4,15%	3,91%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	4,41%	4,95%	6,21%	0,00%
		NO	95,26%	94,33%	96,11%	95,38%	93,82%	95,65%	95,85%	96,09%	100,00%	100,00%	100,00%	97,18%	95,59%	95,05%	93,79%	00,00%
40	I post/tweet contengono URL "accorciate"	SI	4,61%	5,39%	3,89%	6,15%	5,98%	5,00%	2,88%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	4,41%	4,63%	5,65%	33,33%
		NO	95,39%	94,61%	96,11%	93,85%	94,02%	95,00%	97,12%	96,88%	100,00%	100,00%	100,00%	97,18%	95,59%	95,37%	94,35%	66,67%
41	Il logo è utilizzato come avatar	SI	5,86%	6,22%	5,52%	12,31%	5,98%	6,96%	4,47%	3,91%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	5,67%	6,07%	5,08%	33,33%
		NO	94,14%	93,78%	94,48%	87,69%	94,02%	93,04%	95,53%	96,09%	100,00%	100,00%	87,50%	94,37%	94,33%	93,93%	94,92%	66,67%
42	Il contenuto mi emoziona profondamente	SI	4,34%	5,39%	3,39%	1,54%	3,98%	6,30%	2,56%	3,91%	5,56%	6,67%	0,00%	1,41%	4,88%	3,99%	5,08%	0,00%
		NO	95,66%	94,61%	96,61%	98,46%	96,02%	93,70%	97,44%	96,09%	94,44%	93,33%	100,00%	98,59%	95,12%	96,01%	94,92%	00,00%
43	L'autore è spesso commentato e "condiviso"	SI	6,32%	7,05%	5,65%	9,23%	6,77%	7,83%	4,79%	3,91%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	5,35%	7,83%	3,95%	33,33%
		NO	93,68%	92,95%	94,35%	90,77%	93,23%	92,17%	95,21%	96,09%	100,00%	100,00%	87,50%	94,37%	94,65%	92,17%	96,05%	66,67%
44	È presente su Twitter, Facebook e i principali social media	SI	7,50%	7,19%	7,78%	16,92%	9,36%	6,74%	5,43%	4,69%	5,56%	0,00%	12,50%	7,04%	7,24%	7,03%	9,60%	33,33%
		NO	92,50%	92,81%	92,22%	83,08%	90,64%	93,26%	94,57%	95,31%	94,44%	100,00%	87,50%	92,96%	92,76%	92,97%	90,40%	66,67%
45	L'autore è spesso menzionato e "retwittato"	SI	6,64%	8,16%	5,27%	9,23%	7,37%	6,96%	6,07%	5,47%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	7,24%	6,39%	5,65%	0,00%
		NO	93,36%	91,84%	94,73%	90,77%	92,63%	93,04%	93,93%	94,53%	100,00%	100,00%	87,50%	94,37%	92,76%	93,61%	94,35%	00,00%
46	L'autore spesso scrive/posta/"twitta" sull'argomento	SI	6,32%	5,95%	6,65%	9,23%	8,96%	6,52%	3,51%	3,13%	0,00%	0,00%	25,00%	8,45%	6,14%	5,91%	6,78%	0,00%
		NO	93,68%	94,05%	93,35%	90,77%	91,04%	93,48%	96,49%	96,88%	100,00%	100,00%	75,00%	91,55%	93,86%	94,09%	93,22%	00,00%
47	L'autore sta seguendo molti utenti	SI	6,58%	7,33%	5,90%	10,77%	6,57%	8,48%	4,47%	3,91%	5,56%	0,00%	0,00%	5,63%	5,67%	7,35%	7,34%	33,33%
		NO	93,42%	92,67%	94,10%	89,23%	93,43%	91,52%	95,53%	96,09%	94,44%	100,00%	100,00%	94,37%	94,33%	92,65%	92,66%	66,67%
48	L'immagine dell'autore è una immagine personale	SI	6,64%	7,05%	6,27%	9,23%	8,76%	6,96%	4,15%	4,69%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	7,09%	6,23%	6,78%	33,33%
		NO	93,36%	92,95%	93,73%	90,77%	91,24%	93,04%	95,85%	95,31%	100,00%	100,00%	87,50%	95,77%	92,91%	93,77%	93,22%	66,67%
49	La Homepage di Twitter è personalizzata	SI	7,43%	6,64%	8,16%	15,38%	8,37%	7,83%	4,79%	6,25%	5,56%	0,00%	12,50%	7,04%	6,93%	8,31%	6,21%	0,00%
		NO	92,57%	93,36%	91,84%	84,62%	91,63%	92,17%	95,21%	93,75%	94,44%	100,00%	87,50%	92,96%	93,07%	91,69%	93,79%	00,00%

20. Un Profilo Twitter per risultare credibile quali caratteristiche deve avere?

Sono consentite più risposte (4 di 4)

N			Sesso			Età							Titolo di studio						
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
50	La localizzazione dell'autore è legata all'argomento	SI	4,41%	4,70%	4,14%	9,23%	4,58%	5,00%	3,83%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	2,82%	4,72%	3,67%	5,65%	33,33%
		NO	95,59%	95,30%	95,86%	90,77%	95,42%	95,00%	96,17%	97,66%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	97,18%	95,28%	96,33%	94,35%	66,67%
51	La page di Facebook è personalizzata	SI	4,93%	5,26%	4,64%	3,08%	4,78%	5,65%	5,11%	5,47%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	5,67%	4,95%	2,26%	33,33%
		NO	95,07%	94,74%	95,36%	96,92%	95,22%	94,35%	94,89%	94,53%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	95,77%	94,33%	95,05%	97,74%	66,67%
52	Lo username è legato all'argomento	SI	5,20%	5,67%	4,77%	4,62%	6,77%	5,43%	3,51%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	2,82%	5,20%	5,43%	4,52%	0,00%
		NO	94,80%	94,33%	95,23%	95,38%	93,23%	94,57%	96,49%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	75,00%	97,18%	94,80%	94,57%	95,48%	00,00%
53	Molti articoli/tweet/post con contenuto simile	SI	4,74%	5,26%	4,27%	9,23%	4,58%	5,43%	4,47%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	4,57%	4,79%	4,52%	33,33%
		NO	95,26%	94,74%	95,73%	90,77%	95,42%	94,57%	95,53%	96,88%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	95,77%	95,43%	95,21%	95,48%	66,67%
54	Si tratta di una retweet/condivisione di qualcuno in cui ho fiducia	SI	4,74%	4,98%	4,52%	10,77%	4,38%	5,22%	3,19%	5,47%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	4,72%	4,31%	5,65%	33,33%
		NO	95,26%	95,02%	95,48%	89,23%	95,62%	94,78%	96,81%	94,53%	94,44%	100,00%	100,00%	87,50%	95,77%	95,28%	95,69%	94,35%	66,67%
55	Il profilo è seguito da molti amici	SI	6,51%	6,36%	6,65%	10,77%	7,77%	6,52%	5,43%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	4,23%	5,83%	7,67%	5,08%	33,33%
		NO	93,49%	93,64%	93,35%	89,23%	92,23%	93,48%	94,57%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	95,77%	94,17%	92,33%	94,92%	66,67%
56	È della mia stessa nazionalità	SI	5,26%	5,12%	5,40%	16,92%	5,98%	5,00%	2,56%	5,47%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	5,67%	4,63%	4,52%	33,33%
		NO	94,74%	94,88%	94,60%	83,08%	94,02%	95,00%	97,44%	94,53%	100,00%	93,33%	100,00%	100,00%	91,55%	94,33%	95,37%	95,48%	66,67%
57	Ha molti followers pochi following	SI	7,04%	7,61%	6,52%	21,54%	5,98%	8,04%	6,07%	5,47%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	7,40%	6,87%	5,08%	33,33%
		NO	92,96%	92,39%	93,48%	78,46%	94,02%	91,96%	93,93%	94,53%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	90,14%	92,60%	93,13%	94,92%	66,67%
58	Utilizza una immagine tipo "cartoon" come avatar	SI	5,99%	5,95%	6,02%	15,38%	5,78%	7,17%	3,51%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,86%	5,51%	6,39%	5,08%	0,00%
		NO	94,01%	94,05%	93,98%	84,62%	94,22%	92,83%	96,49%	93,75%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	90,14%	94,49%	93,61%	94,92%	00,00%
59	Utilizza l'immagine di "default"	SI	5,00%	5,39%	4,64%	10,77%	4,58%	5,22%	4,47%	4,69%	5,56%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	5,35%	4,63%	3,95%	0,00%
		NO	95,00%	94,61%	95,36%	89,23%	95,42%	94,78%	95,53%	95,31%	94,44%	100,00%	100,00%	87,50%	92,96%	94,65%	95,37%	96,05%	00,00%
60	L'autore ha molti followers	SI	5,99%	5,67%	6,27%	12,31%	6,77%	7,39%	2,88%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	5,67%	6,87%	4,52%	0,00%
		NO	94,01%	94,33%	93,73%	87,69%	93,23%	92,61%	97,12%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	94,37%	94,33%	93,13%	95,48%	00,00%
61	L'account ha il sigillo di "account verificato"	SI	7,57%	6,09%	8,91%	10,77%	9,36%	8,48%	5,11%	3,91%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	8,45%	6,30%	9,58%	5,08%	0,00%
		NO	92,43%	93,91%	91,09%	89,23%	90,64%	91,52%	94,89%	96,09%	100,00%	93,33%	100,00%	100,00%	91,55%	93,70%	90,42%	94,92%	00,00%
62	L'autore "twitta" frequentemente	SI	5,33%	5,39%	5,27%	10,77%	6,18%	5,22%	4,15%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,63%	4,72%	6,07%	5,08%	0,00%
		NO	94,67%	94,61%	94,73%	89,23%	93,82%	94,78%	95,85%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	94,37%	95,28%	93,93%	94,92%	00,00%
63	Non saprei.	SI	14,01%	14,66%	13,43%	13,85%	11,16%	11,30%	15,65%	22,66%	36,11%	33,33%	0,00%	12,50%	15,49%	14,80%	14,70%	8,47%	0,00%
		NO	85,99%	85,34%	86,57%	86,15%	88,84%	88,70%	84,35%	77,34%	63,89%	66,67%	100,00%	87,50%	84,51%	85,20%	85,30%	91,53%	00,00%

21. Quali caratteristiche devono avere le informazioni su Wikipedia per risultare credibili?

Sono consentite più risposte (1 di 1)

		Sesso			Età								Titolo di studio						
N		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diplo ma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
1	Nella pagina ci sono fotografie o immagini	SI	29,41%	28,77%	29,99%	35,38%	32,67%	28,70%	27,80%	22,66%	27,78%	13,33%	0,00%	37,50%	30,99%	31,34%	28,27%	24,86%	66,67%
		NO	70,59%	71,23%	70,01%	64,62%	67,33%	71,30%	72,20%	77,34%	72,22%	86,67%	100,00%	62,50%	69,01%	68,66%	71,73%	75,14%	33,33%
2	Contiene URL che ho già cliccato	SI	13,95%	13,28%	14,55%	18,46%	13,15%	13,48%	15,02%	15,63%	8,33%	13,33%	0,00%	25,00%	11,27%	13,70%	13,90%	14,12%	00,00%
		NO	86,05%	86,72%	85,45%	81,54%	86,85%	86,52%	84,98%	84,38%	91,67%	86,67%	100,00%	75,00%	88,73%	86,30%	86,10%	85,88%	0,00%
3	La pagina è strutturata in sezioni e paragrafi	SI	31,71%	32,37%	31,12%	33,85%	34,66%	32,61%	30,03%	26,56%	22,22%	0,00%	0,00%	37,50%	23,94%	30,71%	31,79%	37,85%	33,33%
		NO	68,29%	67,63%	68,88%	66,15%	65,34%	67,39%	69,97%	73,44%	77,78%	100,00%	100,00%	62,50%	76,06%	69,29%	68,21%	62,15%	66,67%
4	La grammatica e la punteggiatura sono conformi	SI	39,54%	37,76%	41,15%	44,62%	45,62%	44,35%	30,35%	28,13%	19,44%	6,67%	0,00%	0,00%	33,80%	39,21%	39,30%	45,20%	66,67%
		NO	60,46%	62,24%	58,85%	55,38%	54,38%	55,65%	69,65%	71,88%	80,56%	93,33%	100,00%	100,00%	66,20%	60,79%	60,70%	54,80%	33,33%
5	La pagina è presente in più categorie	SI	23,09%	20,61%	25,35%	15,38%	29,28%	23,91%	18,53%	16,41%	8,33%	13,33%	0,00%	37,50%	14,08%	22,05%	25,24%	21,47%	66,67%
		NO	76,91%	79,39%	74,65%	84,62%	70,72%	76,09%	81,47%	83,59%	91,67%	86,67%	100,00%	62,50%	85,92%	77,95%	74,76%	78,53%	33,33%
6	La voce discussione non contiene voci	SI	5,39%	4,29%	6,40%	4,62%	5,98%	5,65%	5,75%	3,91%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	2,82%	5,67%	6,23%	1,69%	33,33%
		NO	94,61%	95,71%	93,60%	95,38%	94,02%	94,35%	94,25%	96,09%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	97,18%	94,33%	93,77%	98,31%	66,67%
7	La voce discussione contiene voci	SI	15,92%	13,14%	18,44%	29,23%	19,32%	16,96%	12,46%	4,69%	5,56%	6,67%	0,00%	0,00%	15,49%	14,80%	16,61%	17,51%	66,67%
		NO	84,08%	86,86%	81,56%	70,77%	80,68%	83,04%	87,54%	95,31%	94,44%	93,33%	100,00%	100,00%	84,51%	85,20%	83,39%	82,49%	33,33%
8	La pagina contiene molti url e collegamenti esterni o ad altre pagine	SI	32,89%	31,95%	33,75%	40,00%	39,04%	32,83%	27,16%	26,56%	19,44%	6,67%	0,00%	25,00%	28,17%	29,76%	33,71%	43,50%	33,33%
		NO	67,11%	68,05%	66,25%	60,00%	60,96%	67,17%	72,84%	73,44%	80,56%	93,33%	100,00%	75,00%	71,83%	70,24%	66,29%	56,50%	66,67%
9	La pagina presenta una bibliografia	SI	48,16%	46,06%	50,06%	41,54%	51,00%	52,83%	43,45%	42,19%	38,89%	13,33%	0,00%	0,00%	28,17%	40,79%	53,99%	63,84%	66,67%
		NO	51,84%	53,94%	49,94%	58,46%	49,00%	47,17%	56,55%	57,81%	61,11%	86,67%	100,00%	100,00%	71,83%	59,21%	46,01%	36,16%	33,33%
10	La pagina presenta un indice	SI	26,05%	24,48%	27,48%	27,69%	32,27%	26,74%	20,77%	19,53%	8,33%	0,00%	0,00%	12,50%	19,72%	23,94%	27,96%	29,94%	33,33%
		NO	73,95%	75,52%	72,52%	72,31%	67,73%	73,26%	79,23%	80,47%	91,67%	100,00%	100,00%	87,50%	80,28%	76,06%	72,04%	70,06%	66,67%
11	La pagina presenta note	SI	29,93%	29,60%	30,24%	23,08%	37,05%	30,87%	23,32%	24,22%	19,44%	6,67%	0,00%	12,50%	15,49%	26,77%	32,27%	39,55%	33,33%
		NO	70,07%	70,40%	69,76%	76,92%	62,95%	69,13%	76,68%	75,78%	80,56%	93,33%	100,00%	87,50%	84,51%	73,23%	67,73%	60,45%	66,67%
12	La pagina presenta voci correlate	SI	29,41%	27,80%	30,87%	29,23%	36,25%	29,78%	23,64%	21,09%	19,44%	6,67%	0,00%	12,50%	23,94%	26,14%	32,59%	32,20%	66,67%
		NO	70,59%	72,20%	69,13%	70,77%	63,75%	70,22%	76,36%	78,91%	80,56%	93,33%	100,00%	87,50%	76,06%	73,86%	67,41%	67,80%	33,33%
13	La pagina ha un controllo di autorità	SI	39,01%	42,19%	36,14%	38,46%	46,02%	38,26%	34,82%	31,25%	33,33%	0,00%	0,00%	25,00%	25,35%	36,38%	40,89%	48,02%	33,33%
		NO	60,99%	57,81%	63,86%	61,54%	53,98%	61,74%	65,18%	68,75%	66,67%	100,00%	100,00%	75,00%	74,65%	63,62%	59,11%	51,98%	66,67%
14	Non saprei. Non utilizzo Wikipedia	SI	10,86%	12,31%	9,54%	7,69%	5,58%	8,48%	13,42%	21,88%	38,89%	53,33%	100,00%	25,00%	19,72%	14,49%	7,51%	5,65%	0,00%
		NO	89,14%	87,69%	90,46%	92,31%	94,42%	91,52%	86,58%	78,13%	61,11%	46,67%	0,00%	75,00%	80,28%	85,51%	92,49%	94,35%	00,00%
15	Altro	SI	0,26%	0,55%	0,00%	0,00%	0,40%	0,43%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,16%	0,48%	0,00%	0,00%
		NO	100,00%	99,45%	100,00%	00,00%	99,60%	99,57%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	99,84%	99,52%	100,00%	00,00%

22. Quali caratteristiche deve avere una fonte di informazione per essere autorevole?

Sono consentite più risposte (1 di 4)

N			Sesso			Età							Titolo di studio						
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diplo ma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
1	È possibile verificare l'esattezza delle informazioni	SI	70,86%	69,85%	71,77%	58,46%	74,70%	72,17%	71,88%	67,97%	47,22%	20,00%	0,00%	62,50%	47,89%	67,24%	75,24%	77,97%	66,67%
		NO	29,14%	30,15%	28,23%	41,54%	25,30%	27,83%	28,12%	32,03%	52,78%	80,00%	100,00%	37,50%	52,11%	32,76%	24,76%	22,03%	33,33%
2	Si percepisce una vera e propria organizzazione professionale	SI	34,21%	36,51%	32,12%	40,00%	39,04%	31,74%	28,43%	32,81%	50,00%	20,00%	0,00%	12,50%	42,25%	31,97%	36,58%	31,64%	33,33%
		NO	65,79%	63,49%	67,88%	60,00%	60,96%	68,26%	71,57%	67,19%	50,00%	80,00%	100,00%	87,50%	57,75%	68,03%	63,42%	68,36%	66,67%
3	È evidenziata l'esperienza presente nella organizzazione e, nel contenuto e nei servizi offerti	SI	28,62%	28,91%	28,36%	23,08%	32,27%	26,30%	26,84%	28,13%	38,89%	20,00%	0,00%	37,50%	25,35%	28,82%	29,07%	27,12%	33,33%
		NO	71,38%	71,09%	71,64%	76,92%	67,73%	73,70%	73,16%	71,88%	61,11%	80,00%	100,00%	62,50%	74,65%	71,18%	70,93%	72,88%	66,67%
4	È possibile contattare la redazione	SI	36,05%	34,99%	37,01%	24,62%	41,63%	36,74%	33,55%	30,47%	27,78%	0,00%	0,00%	50,00%	25,35%	34,49%	36,58%	42,94%	66,67%
		NO	63,95%	65,01%	62,99%	75,38%	58,37%	63,26%	66,45%	69,53%	72,22%	100,00%	100,00%	50,00%	74,65%	65,51%	63,42%	57,06%	33,33%
5	Appare professionale (o appropriata per il suo scopo)	SI	24,74%	23,79%	25,60%	30,77%	28,49%	24,57%	17,89%	19,53%	41,67%	26,67%	0,00%	0,00%	25,35%	25,20%	24,28%	25,42%	33,33%
		NO	75,26%	76,21%	74,40%	69,23%	71,51%	75,43%	82,11%	80,47%	58,33%	73,33%	100,00%	100,00%	74,65%	74,80%	75,72%	74,58%	66,67%
6	È facile da capire	SI	20,59%	19,36%	21,71%	16,92%	21,31%	19,35%	20,13%	22,66%	30,56%	20,00%	0,00%	37,50%	30,99%	22,99%	18,05%	16,38%	0,00%
		NO	79,41%	80,64%	78,29%	83,08%	78,69%	80,65%	79,87%	77,34%	69,44%	80,00%	100,00%	62,50%	69,01%	77,01%	81,95%	83,62%	00,00%
7	Impiega con moderazione qualsiasi contenuto promozionale (ad esempio, annunci, offerte)	SI	19,47%	19,50%	19,45%	15,38%	23,31%	18,26%	19,17%	14,06%	16,67%	6,67%	0,00%	0,00%	9,86%	19,06%	19,97%	23,73%	33,33%
		NO	80,53%	80,50%	80,55%	84,62%	76,69%	81,74%	80,83%	85,94%	83,33%	93,33%	100,00%	100,00%	90,14%	80,94%	80,03%	76,27%	66,67%
8	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	27,11%	27,39%	26,85%	26,15%	30,28%	26,74%	23,00%	29,69%	19,44%	13,33%	100,00%	12,50%	15,49%	24,41%	28,59%	36,72%	33,33%
		NO	72,89%	72,61%	73,15%	73,85%	69,72%	73,26%	77,00%	70,31%	80,56%	86,67%	0,00%	87,50%	84,51%	75,59%	71,41%	63,28%	66,67%
9	Utilizza citazioni e link	SI	22,83%	23,10%	22,58%	23,08%	25,90%	25,22%	18,53%	18,75%	5,56%	13,33%	0,00%	50,00%	8,45%	21,10%	23,80%	29,94%	33,33%
		NO	77,17%	76,90%	77,42%	76,92%	74,10%	74,78%	81,47%	81,25%	94,44%	86,67%	100,00%	50,00%	91,55%	78,90%	76,20%	70,06%	66,67%
10	Non usa gli "ipse dixit"	SI	5,72%	7,19%	4,39%	1,54%	6,57%	5,43%	3,83%	9,38%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	5,51%	6,39%	5,08%	0,00%
		NO	94,28%	92,81%	95,61%	98,46%	93,43%	94,57%	96,17%	90,63%	88,89%	100,00%	100,00%	100,00%	95,77%	94,49%	93,61%	94,92%	00,00%
11	Riporta tutte le posizioni su un evento/ argomento	SI	21,45%	24,20%	18,95%	23,08%	22,91%	21,52%	16,29%	20,31%	38,89%	40,00%	0,00%	12,50%	16,90%	20,63%	20,61%	29,94%	0,00%
		NO	78,55%	75,80%	81,05%	76,92%	77,09%	78,48%	83,71%	79,69%	61,11%	60,00%	100,00%	87,50%	83,10%	79,37%	79,39%	70,06%	00,00%
12	Riporta affermazioni sorprendenti o importanti che non siano di comune conoscenza	SI	9,14%	9,96%	8,41%	13,85%	9,56%	9,13%	7,99%	7,81%	11,11%	6,67%	0,00%	12,50%	16,90%	11,81%	6,71%	5,08%	0,00%
		NO	90,86%	90,04%	91,59%	86,15%	90,44%	90,87%	92,01%	92,19%	88,89%	93,33%	100,00%	87,50%	83,10%	88,19%	93,29%	94,92%	00,00%

22. Quali caratteristiche deve avere una fonte di informazione per essere autorevole?

Sono consentite più risposte (2 di 4)

N			Sesso			Età							Titolo di studio						
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diplo ma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
13	Riporta notizie sorprendenti o importanti, relative ad eventi recenti, non supportate da mass media attendibili	SI	8,22%	7,19%	9,16%	9,23%	10,36%	7,83%	7,03%	4,69%	5,56%	6,67%	0,00%	12,50%	9,86%	8,35%	7,99%	7,91%	0,00%
		NO	91,78%	92,81%	90,84%	90,77%	89,64%	92,17%	92,97%	95,31%	94,44%	93,33%	100,00%	87,50%	90,14%	91,65%	92,01%	92,09%	00,00%
14	Riporta affermazioni di personaggi controversi o dichiarazioni contrarie a interessi o tesi che prima avevano difeso	SI	7,43%	9,13%	5,90%	9,23%	8,17%	6,30%	6,39%	9,38%	13,89%	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	9,76%	5,91%	6,21%	0,00%
		NO	92,57%	90,87%	94,10%	90,77%	91,83%	93,70%	93,61%	90,63%	86,11%	100,00%	100,00%	100,00%	95,77%	90,24%	94,09%	93,79%	00,00%
15	Riporta affermazioni non supportate o dichiarazioni in contraddizione e con il punto di vista prevalente della comunità scientifica	SI	4,01%	4,01%	4,02%	9,23%	4,58%	3,70%	3,19%	3,91%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	4,09%	3,51%	4,52%	0,00%
		NO	95,99%	95,99%	95,98%	90,77%	95,42%	96,30%	96,81%	96,09%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	94,37%	95,91%	96,49%	95,48%	00,00%
16	Riporta affermazioni eccezionali supportate da fonti multiple di alta qualità e affidabilità, specialmente in ambito scientifico, medico, storico, politico, religioso e nelle biografie	SI	15,92%	16,46%	15,43%	23,08%	19,52%	15,22%	10,22%	14,06%	16,67%	20,00%	0,00%	0,00%	18,31%	17,32%	14,22%	16,95%	0,00%
		NO	84,08%	83,54%	84,57%	76,92%	80,48%	84,78%	89,78%	85,94%	83,33%	80,00%	100,00%	100,00%	81,69%	82,68%	85,78%	83,05%	00,00%
17	Utilizza link a fanzine, forum e blog	SI	4,74%	5,26%	4,27%	10,77%	3,98%	5,43%	5,43%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	7,04%	5,04%	4,31%	3,95%	0,00%
		NO	95,26%	94,74%	95,73%	89,23%	96,02%	94,57%	94,57%	97,66%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	92,96%	94,96%	95,69%	96,05%	00,00%
18	Non coinvolge dichiarazioni di terze parti	SI	5,07%	5,26%	4,89%	13,85%	4,38%	5,87%	4,15%	4,69%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	11,27%	5,04%	4,79%	3,39%	0,00%
		NO	94,93%	94,74%	95,11%	86,15%	95,62%	94,13%	95,85%	95,31%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	88,73%	94,96%	95,21%	96,61%	00,00%
19	Esclude dichiarazioni su eventi non direttamente correlati al soggetto in questione	SI	9,80%	10,65%	9,03%	12,31%	10,76%	8,91%	7,99%	12,50%	8,33%	13,33%	0,00%	0,00%	7,04%	9,92%	9,90%	10,73%	0,00%
		NO	90,20%	89,35%	90,97%	87,69%	89,24%	91,09%	92,01%	87,50%	91,67%	86,67%	100,00%	100,00%	92,96%	90,08%	90,10%	89,27%	00,00%
20	Correttezza delle informazioni fornite dall'autore	SI	31,12%	30,43%	31,74%	26,15%	37,45%	30,00%	27,80%	26,56%	22,22%	6,67%	0,00%	25,00%	25,35%	30,24%	32,59%	32,20%	0,00%
		NO	68,88%	69,57%	68,26%	73,85%	62,55%	70,00%	72,20%	73,44%	77,78%	93,33%	100,00%	75,00%	74,65%	69,76%	67,41%	67,80%	00,00%
21	L'esperienza e la popolarità dell'autore	SI	12,11%	13,69%	10,66%	10,77%	13,55%	10,65%	10,54%	14,84%	19,44%	6,67%	0,00%	25,00%	11,27%	12,76%	11,02%	13,56%	0,00%
		NO	87,89%	86,31%	89,34%	89,23%	86,45%	89,35%	89,46%	85,16%	80,56%	93,33%	100,00%	75,00%	88,73%	87,24%	88,98%	86,44%	00,00%

22. Quali caratteristiche deve avere una fonte di informazione per essere autorevole?

Sono consentite più risposte (3 di 4)

N			Sesso			Età							Titolo di studio						
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
22	Combinazione di colori, layout, immagini, video, font, utilizzo di elenchi puntati o presentazione dei dati tabulari utilizzati nella pagina Web	SI	6,97%	5,53%	8,28%	6,15%	8,37%	7,83%	5,11%	3,91%	0,00%	20,00%	0,00%	0,00%	8,45%	7,72%	7,03%	3,95%	0,00%
		NO	93,03%	94,47%	91,72%	93,85%	91,63%	92,17%	94,89%	96,09%	100,00%	80,00%	100,00%	100,00%	91,55%	92,28%	92,97%	96,05%	00,00%
23	Frequenza di aggiornamenti applicato al contenuto	SI	15,99%	13,69%	18,07%	20,00%	20,52%	13,04%	14,70%	12,50%	13,89%	0,00%	0,00%	12,50%	14,08%	16,69%	15,02%	17,51%	33,33%
		NO	84,01%	86,31%	81,93%	80,00%	79,48%	86,96%	85,30%	87,50%	86,11%	100,00%	100,00%	87,50%	85,92%	83,31%	84,98%	82,49%	66,67%
24	Le politiche e le funzioni disponibili sul sito web	SI	5,59%	6,09%	5,14%	4,62%	7,77%	5,22%	4,47%	2,34%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	2,82%	6,77%	4,63%	5,65%	33,33%
		NO	94,41%	93,91%	94,86%	95,38%	92,23%	94,78%	95,53%	97,66%	97,22%	93,33%	100,00%	100,00%	97,18%	93,23%	95,37%	94,35%	66,67%
25	La reputazione di sito web tra gli utenti web	SI	12,30%	12,59%	12,05%	18,46%	14,34%	12,39%	10,86%	6,25%	5,56%	13,33%	0,00%	12,50%	15,49%	12,76%	11,18%	12,99%	33,33%
		NO	87,70%	87,41%	87,95%	81,54%	85,66%	87,61%	89,14%	93,75%	94,44%	86,67%	100,00%	87,50%	84,51%	87,24%	88,82%	87,01%	66,67%
26	Mancanza di parzialità nel contenuto	SI	9,01%	10,10%	8,03%	7,69%	10,96%	7,61%	8,95%	8,59%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	7,04%	8,66%	9,27%	10,73%	0,00%
		NO	90,99%	89,90%	91,97%	92,31%	89,04%	92,39%	91,05%	91,41%	91,67%	100,00%	100,00%	100,00%	92,96%	91,34%	90,73%	89,27%	00,00%
27	Possibilità di verificare le affermazioni altrove	SI	26,18%	26,00%	26,35%	29,23%	31,47%	23,91%	22,68%	25,00%	19,44%	6,67%	0,00%	25,00%	23,94%	26,30%	24,60%	32,20%	33,33%
		NO	73,82%	74,00%	73,65%	70,77%	68,53%	76,09%	77,32%	75,00%	80,56%	93,33%	100,00%	75,00%	76,06%	73,70%	75,40%	67,80%	66,67%
28	Presenza di informazioni di contatto	SI	12,63%	13,55%	11,79%	12,31%	15,54%	11,52%	9,27%	13,28%	16,67%	6,67%	0,00%	0,00%	9,86%	14,33%	10,70%	14,69%	33,33%
		NO	87,37%	86,45%	88,21%	87,69%	84,46%	88,48%	90,73%	86,72%	83,33%	93,33%	100,00%	100,00%	90,14%	85,67%	89,30%	85,31%	66,67%
29	Familiarità con il sito	SI	7,37%	7,61%	7,15%	9,23%	8,37%	6,52%	6,39%	9,38%	2,78%	6,67%	0,00%	25,00%	1,41%	8,19%	6,55%	8,47%	33,33%
		NO	92,63%	92,39%	92,85%	90,77%	91,63%	93,48%	93,61%	90,63%	97,22%	93,33%	100,00%	75,00%	98,59%	91,81%	93,45%	91,53%	66,67%
30	Tipo di dominio utilizzato (es. .com, .net, .org, .it ...)	SI	9,14%	9,54%	8,78%	4,62%	10,96%	11,74%	6,71%	2,34%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	10,08%	8,47%	10,73%	66,67%
		NO	90,86%	90,46%	91,22%	95,38%	89,04%	88,26%	93,29%	97,66%	91,67%	100,00%	100,00%	100,00%	98,59%	89,92%	91,53%	89,27%	33,33%
31	Pagerank	SI	2,43%	3,18%	1,76%	6,15%	2,39%	1,96%	3,19%	0,78%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	1,41%	3,15%	1,92%	2,26%	0,00%
		NO	97,57%	96,82%	98,24%	93,85%	97,61%	98,04%	96,81%	99,22%	100,00%	93,33%	100,00%	100,00%	98,59%	96,85%	98,08%	97,74%	00,00%
32	Popolarità globale	SI	9,34%	9,54%	9,16%	15,38%	12,55%	7,61%	7,35%	6,25%	8,33%	0,00%	0,00%	25,00%	12,68%	9,61%	8,31%	9,60%	33,33%
		NO	90,66%	90,46%	90,84%	84,62%	87,45%	92,39%	92,65%	93,75%	91,67%	100,00%	100,00%	75,00%	87,32%	90,39%	91,69%	90,40%	66,67%
33	Reputazione sociale della pagina	SI	11,05%	10,93%	11,17%	16,92%	15,14%	10,22%	7,03%	9,38%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	12,68%	10,87%	10,70%	12,43%	0,00%
		NO	88,95%	89,07%	88,83%	83,08%	84,86%	89,78%	92,97%	90,63%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	87,32%	89,13%	89,30%	87,57%	00,00%
34	Freschezza ed aggiornamenti o frequenza di pagina Web	SI	11,25%	10,24%	12,17%	16,92%	15,54%	10,22%	7,67%	7,81%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	18,31%	11,50%	11,18%	8,47%	0,00%
		NO	88,75%	89,76%	87,83%	83,08%	84,46%	89,78%	92,33%	92,19%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	81,69%	88,50%	88,82%	91,53%	00,00%
35	Competenza dell'autore	SI	30,99%	31,40%	30,61%	24,62%	36,25%	29,35%	25,56%	32,81%	36,11%	20,00%	0,00%	12,50%	18,31%	31,50%	29,55%	40,68%	0,00%
		NO	69,01%	68,60%	69,39%	75,38%	63,75%	70,65%	74,44%	67,19%	63,89%	80,00%	100,00%	87,50%	81,69%	68,50%	70,45%	59,32%	00,00%
36	Reputazione dell'autore	SI	23,68%	27,39%	20,33%	15,38%	26,29%	23,26%	21,73%	24,22%	19,44%	33,33%	0,00%	12,50%	18,31%	21,89%	24,44%	30,51%	0,00%
		NO	76,32%	72,61%	79,67%	84,62%	73,71%	76,74%	78,27%	75,78%	80,56%	66,67%	100,00%	87,50%	81,69%	78,11%	75,56%	69,49%	00,00%

22. Quali caratteristiche deve avere una fonte di informazione per essere autorevole?

Sono consentite più risposte (4 di 4)

			Sesso				Età						Titolo di studio						
N		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
37	Sito multi-lingua	SI	10,59%	11,07%	10,16%	7,69%	16,14%	10,22%	7,03%	3,13%	5,56%	0,00%	0,00%	25,00%	7,04%	8,03%	13,90%	9,04%	0,00%
		NO	89,41%	88,93%	89,84%	92,31%	83,86%	89,78%	92,97%	96,88%	94,44%	100,00%	100,00%	75,00%	92,96%	91,97%	86,10%	90,96%	00,00%
38	Presenza di citazioni scientifiche	SI	16,51%	16,87%	16,19%	20,00%	19,32%	15,65%	14,70%	10,94%	19,44%	13,33%	0,00%	25,00%	8,45%	15,91%	15,34%	25,99%	0,00%
		NO	83,49%	83,13%	83,81%	80,00%	80,68%	84,35%	85,30%	89,06%	80,56%	86,67%	100,00%	75,00%	91,55%	84,09%	84,66%	74,01%	00,00%
39	Impaginazione	SI	9,21%	9,96%	8,53%	7,69%	13,15%	9,35%	6,07%	3,91%	2,78%	6,67%	0,00%	0,00%	5,63%	10,39%	8,79%	8,47%	0,00%
		NO	90,79%	90,04%	91,47%	92,31%	86,85%	90,65%	93,93%	96,09%	97,22%	93,33%	100,00%	100,00%	94,37%	89,61%	91,21%	91,53%	00,00%
40	Familiarità	SI	5,07%	5,95%	4,27%	7,69%	5,18%	4,13%	4,79%	6,25%	8,33%	6,67%	0,00%	12,50%	7,04%	6,14%	3,51%	5,65%	0,00%
		NO	94,93%	94,05%	95,73%	92,31%	94,82%	95,87%	95,21%	93,75%	91,67%	93,33%	100,00%	87,50%	92,96%	93,86%	96,49%	94,35%	00,00%
41	Design professionale tra cui grafica, i loghi, combinazioni di colori, ecc	SI	11,91%	12,31%	11,54%	23,08%	16,33%	13,26%	5,43%	3,91%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	16,90%	11,50%	11,82%	12,43%	0,00%
		NO	88,09%	87,69%	88,46%	76,92%	83,67%	86,74%	94,57%	96,09%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	83,10%	88,50%	88,18%	87,57%	00,00%
42	Facilità di utilizzo	SI	14,74%	14,11%	15,31%	21,54%	17,93%	13,04%	10,86%	15,63%	13,89%	6,67%	0,00%	12,50%	21,13%	17,01%	13,42%	9,04%	0,00%
		NO	85,26%	85,89%	84,69%	78,46%	82,07%	86,96%	89,14%	84,38%	86,11%	93,33%	100,00%	87,50%	78,87%	82,99%	86,58%	90,96%	00,00%
43	Altro	SI	0,07%	0,14%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,16%	0,00%	0,00%
		NO	100,00%	100,00%	100,00%	00,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	00,00%

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

Sono consentite più risposte (1 di 1)

		Sesso			Età								Titolo di studio						
N		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diplo ma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
1	Se un sito è tra i primi risultati le informazioni che riporta sono più attendibili	SI	33,68%	31,54%	35,63%	29,23%	39,24%	31,96%	32,27%	29,69%	22,22%	13,33%	0,00%	62,50%	22,54%	34,96%	35,78%	24,29%	66,67%
		NO	66,32%	68,46%	64,37%	70,77%	60,76%	68,04%	67,73%	70,31%	77,78%	86,67%	100,00%	37,50%	77,46%	65,04%	64,22%	75,71%	33,33%
2	Nella prima pagina sono raccolti i siti più attendibili	SI	30,07%	29,18%	30,87%	30,77%	34,46%	30,43%	27,48%	23,44%	16,67%	13,33%	0,00%	37,50%	35,21%	30,24%	30,19%	25,99%	33,33%
		NO	69,93%	70,82%	69,13%	69,23%	65,54%	69,57%	72,52%	76,56%	83,33%	86,67%	100,00%	62,50%	64,79%	69,76%	69,81%	74,01%	66,67%
3	Le notizie più importanti sono nella prima pagina	SI	27,96%	25,45%	30,24%	30,77%	33,67%	23,26%	25,88%	29,69%	19,44%	20,00%	0,00%	50,00%	29,58%	27,87%	28,12%	25,42%	33,33%
		NO	72,04%	74,55%	69,76%	69,23%	66,33%	76,74%	74,12%	70,31%	80,56%	80,00%	100,00%	50,00%	70,42%	72,13%	71,88%	74,58%	66,67%
4	Le notizie più importanti sono al massimo fino alla terza pagina dei risultati di ricerca	SI	22,30%	23,93%	20,83%	16,92%	23,31%	22,17%	21,73%	23,44%	19,44%	20,00%	100,00%	50,00%	18,31%	18,74%	25,72%	23,16%	66,67%
		NO	77,70%	76,07%	79,17%	83,08%	76,69%	77,83%	78,27%	76,56%	80,56%	80,00%	0,00%	50,00%	81,69%	81,26%	74,28%	76,84%	33,33%
5	Al primo posto ci sono i siti migliori	SI	18,29%	18,40%	18,19%	36,92%	18,33%	17,61%	15,02%	20,31%	16,67%	13,33%	0,00%	25,00%	29,58%	17,80%	18,85%	12,99%	33,33%
		NO	81,71%	81,60%	81,81%	63,08%	81,67%	82,39%	84,98%	79,69%	83,33%	86,67%	100,00%	75,00%	70,42%	82,20%	81,15%	87,01%	66,67%
6	Al primo posto ci sono i siti preferiti dagli utenti/ navigatori	SI	38,09%	36,51%	39,52%	35,38%	46,61%	38,70%	30,03%	29,69%	25,00%	20,00%	0,00%	0,00%	26,76%	38,43%	40,10%	35,59%	0,00%
		NO	61,91%	63,49%	60,48%	64,62%	53,39%	61,30%	69,97%	70,31%	75,00%	80,00%	100,00%	100,00%	73,24%	61,57%	59,90%	64,41%	00,00%
7	I risultati nelle pagine successive alla prima sono di minore importanza	SI	13,68%	15,49%	12,05%	20,00%	15,74%	12,61%	12,46%	10,94%	13,89%	0,00%	0,00%	12,50%	12,68%	14,17%	14,06%	11,30%	33,33%
		NO	86,32%	84,51%	87,95%	80,00%	84,26%	87,39%	87,54%	89,06%	86,11%	100,00%	100,00%	87,50%	87,32%	85,83%	85,94%	88,70%	66,67%
8	Altro	SI	2,17%	3,32%	1,13%	0,00%	1,59%	2,39%	3,19%	3,13%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,42%	2,56%	4,52%	33,33%
		NO	97,83%	96,68%	98,87%	00,00%	98,41%	97,61%	96,81%	96,88%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	98,58%	97,44%	95,48%	66,67%

24. Ritieni che attraverso i Social Media (Facebook, Twitter, Youtube):

Sono consentite più risposte (1 di 1)

		Sesso			Età							Titolo di studio							
N		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diplo ma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
1	Ci sono più opportunità di apprendere nuove notizie	SI	53,09%	52,70%	53,95%	41,54%	58,37%	58,91%	47,92%	46,09%	25,00%	13,33%	0,00%	50,00%	47,89%	52,76%	54,15%	54,24%	00,00%
		NO	46,91%	47,30%	46,05%	58,46%	41,63%	41,09%	52,08%	53,91%	75,00%	86,67%	100,00%	50,00%	52,11%	47,24%	45,85%	45,76%	0,00%
2	Le informazione che assumo confermano le cose che già so	SI	10,53%	11,34%	9,79%	13,85%	11,16%	9,35%	9,58%	12,50%	13,89%	6,67%	0,00%	0,00%	11,27%	11,65%	8,95%	11,86%	33,33%
		NO	89,47%	88,66%	90,21%	86,15%	88,84%	90,65%	90,42%	87,50%	86,11%	93,33%	100,00%	100,00%	88,73%	88,35%	91,05%	88,14%	66,67%
3	La mia vita quotidiana è più semplice	SI	14,28%	14,38%	14,18%	30,77%	14,34%	12,39%	14,06%	16,41%	5,56%	6,67%	0,00%	37,50%	22,54%	14,33%	14,70%	8,47%	0,00%
		NO	85,72%	85,62%	85,82%	69,23%	85,66%	87,61%	85,94%	83,59%	94,44%	93,33%	100,00%	62,50%	77,46%	85,67%	85,30%	91,53%	00,00%
4	Nella mia vita è entrato più nervosismo e odio sociale	SI	13,29%	15,35%	11,42%	9,23%	14,94%	15,65%	11,50%	4,69%	16,67%	6,67%	0,00%	25,00%	5,63%	13,23%	13,10%	16,95%	0,00%
		NO	86,71%	84,65%	88,58%	90,77%	85,06%	84,35%	88,50%	95,31%	83,33%	93,33%	100,00%	75,00%	94,37%	86,77%	86,90%	83,05%	00,00%
5	Nella mia vita è entrata più paura	SI	7,76%	8,02%	7,53%	7,69%	9,96%	6,74%	6,07%	7,03%	5,56%	13,33%	0,00%	12,50%	8,45%	9,13%	6,55%	6,78%	0,00%
		NO	92,24%	91,98%	92,47%	92,31%	90,04%	93,26%	93,93%	92,97%	94,44%	86,67%	100,00%	87,50%	91,55%	90,87%	93,45%	93,22%	00,00%
6	Sono circondato dalle fake news	SI	34,80%	36,24%	33,50%	40,00%	42,23%	38,04%	28,43%	15,63%	19,44%	0,00%	0,00%	37,50%	32,39%	33,07%	37,54%	32,20%	33,33%
		NO	65,20%	63,76%	66,50%	60,00%	57,77%	61,96%	71,57%	84,38%	80,56%	100,00%	100,00%	62,50%	67,61%	66,93%	62,46%	67,80%	66,67%
7	Ci sono più opportunità di apprendere notizie credibili	SI	12,76%	14,25%	11,42%	12,31%	15,14%	13,91%	9,58%	10,94%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	15,49%	14,96%	10,06%	14,12%	0,00%
		NO	87,24%	85,75%	88,58%	87,69%	84,86%	86,09%	90,42%	89,06%	94,44%	100,00%	100,00%	100,00%	84,51%	85,04%	89,94%	85,88%	00,00%
8	Ho ritrovato un senso comunitario che da tempo avevo perso	SI	4,93%	4,98%	4,89%	10,77%	2,99%	3,70%	5,11%	10,94%	11,11%	13,33%	0,00%	25,00%	4,23%	5,98%	3,19%	6,78%	0,00%
		NO	95,07%	95,02%	95,11%	89,23%	97,01%	96,30%	94,89%	89,06%	88,89%	86,67%	100,00%	75,00%	95,77%	94,02%	96,81%	93,22%	00,00%
9	Non è possibile costruire altri percorsi di conoscenza	SI	4,67%	4,56%	4,77%	6,15%	5,58%	3,91%	4,15%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	5,63%	3,94%	5,27%	4,52%	0,00%
		NO	95,33%	95,44%	95,23%	93,85%	94,42%	96,09%	95,85%	93,75%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	94,37%	96,06%	94,73%	95,48%	00,00%
10	E' aumentato il mio livello di conoscenza sul mondo	SI	22,04%	22,27%	21,83%	30,77%	26,69%	18,70%	20,45%	18,75%	19,44%	0,00%	0,00%	25,00%	30,99%	22,68%	21,09%	19,77%	0,00%
		NO	77,96%	77,73%	78,17%	69,23%	73,31%	81,30%	79,55%	81,25%	80,56%	100,00%	100,00%	75,00%	69,01%	77,32%	78,91%	80,23%	00,00%
11	Sia sempre possibile un confronto tra più punti di vista	SI	30,39%	28,35%	32,25%	47,69%	34,46%	28,48%	29,39%	23,44%	11,11%	6,67%	0,00%	37,50%	36,62%	29,29%	30,67%	30,51%	33,33%
		NO	69,61%	71,65%	67,75%	52,31%	65,54%	71,52%	70,61%	76,56%	88,89%	93,33%	100,00%	62,50%	63,38%	70,71%	69,33%	69,49%	66,67%
12	Non saprei. Non utilizzo i Social Network	SI	7,11%	8,99%	5,40%	7,69%	2,39%	1,96%	8,95%	21,88%	41,67%	66,67%	100,00%	37,50%	9,86%	8,50%	5,59%	5,08%	0,00%
		NO	92,89%	91,01%	94,60%	92,31%	97,61%	98,04%	91,05%	78,13%	58,33%	33,33%	0,00%	62,50%	90,14%	91,50%	94,41%	94,92%	00,00%
13	Altro	SI	1,45%	1,94%	1,00%	1,54%	1,20%	1,52%	1,60%	2,34%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	1,26%	1,60%	1,69%	0,00%
		NO	98,55%	98,06%	99,00%	98,46%	98,80%	98,48%	98,40%	97,66%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	98,59%	98,74%	98,40%	98,31%	00,00%

25. Secondo te le fake news:

Sono consentite più risposte (1 di 1)

		Sesso			Età								Titolo di studio						
N		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
1	Rafforzano la democrazia	SI	65,13%	67,36%	63,11%	73,85%	71,51%	64,78%	57,51%	60,16%	55,56%	46,67%	100,00%	75,00%	63,38%	63,62%	65,34%	70,06%	66,67%
		NO	34,87%	32,64%	36,89%	26,15%	28,49%	35,22%	42,49%	39,84%	44,44%	53,33%	0,00%	25,00%	36,62%	36,38%	34,66%	29,94%	33,33%
2	Non hanno nessun impatto	SI	6,78%	7,05%	6,52%	10,77%	7,17%	5,43%	6,71%	7,81%	8,33%	6,67%	0,00%	25,00%	9,86%	7,56%	5,75%	5,65%	0,00%
		NO	93,22%	92,95%	93,48%	89,23%	92,83%	94,57%	93,29%	92,19%	91,67%	93,33%	100,00%	75,00%	90,14%	92,44%	94,25%	94,35%	00,00%
3	Sono una nuova forma di propaganda politica	SI	28,36%	33,61%	23,59%	35,38%	28,88%	28,26%	29,71%	24,22%	13,89%	26,67%	0,00%	37,50%	26,76%	27,72%	28,91%	29,38%	0,00%
		NO	71,64%	66,39%	76,41%	64,62%	71,12%	71,74%	70,29%	75,78%	86,11%	73,33%	100,00%	62,50%	73,24%	72,28%	71,09%	70,62%	00,00%
4	Sono l'effetto della gestione della percezione da parte di agenzie di influenza	SI	18,82%	21,02%	16,81%	15,38%	19,92%	19,57%	18,85%	17,19%	11,11%	6,67%	0,00%	12,50%	9,86%	17,64%	19,97%	23,16%	0,00%
		NO	81,18%	78,98%	83,19%	84,62%	80,08%	80,43%	81,15%	82,81%	88,89%	93,33%	100,00%	87,50%	90,14%	82,36%	80,03%	76,84%	00,00%
5	Indeboliscono la democrazia	SI	22,70%	28,35%	17,57%	24,62%	22,71%	21,96%	23,64%	18,75%	36,11%	20,00%	0,00%	12,50%	15,49%	21,89%	23,96%	24,29%	33,33%
		NO	77,30%	71,65%	82,43%	75,38%	77,29%	78,04%	76,36%	81,25%	63,89%	80,00%	100,00%	87,50%	84,51%	78,11%	76,04%	75,71%	66,67%
6	Esistono da sempre ma con i social media sono più evidenti	SI	52,89%	52,97%	52,82%	43,08%	55,98%	57,39%	48,24%	47,66%	44,44%	20,00%	0,00%	25,00%	43,66%	51,65%	53,83%	58,76%	66,67%
		NO	47,11%	47,03%	47,18%	56,92%	44,02%	42,61%	51,76%	52,34%	55,56%	80,00%	100,00%	75,00%	56,34%	48,35%	46,17%	41,24%	33,33%
7	Sono generate da tutti i media (tv, radio, stampa) e non solo dalla rete	SI	33,29%	35,68%	31,12%	40,00%	38,45%	33,04%	28,43%	27,34%	30,56%	0,00%	0,00%	25,00%	29,58%	33,23%	34,03%	33,33%	0,00%
		NO	66,71%	64,32%	68,88%	60,00%	61,55%	66,96%	71,57%	72,66%	69,44%	100,00%	100,00%	75,00%	70,42%	66,77%	65,97%	66,67%	00,00%
8	Condizioneranno la prossima campagna elettorale	SI	16,64%	22,54%	11,29%	13,85%	17,53%	17,61%	15,65%	11,72%	22,22%	20,00%	0,00%	0,00%	11,27%	16,06%	18,53%	15,25%	0,00%
		NO	83,36%	77,46%	88,71%	86,15%	82,47%	82,39%	84,35%	88,28%	77,78%	80,00%	100,00%	100,00%	88,73%	83,94%	81,47%	84,75%	00,00%
9	Sono opera della Russia	SI	3,03%	3,73%	2,38%	6,15%	2,99%	3,26%	2,56%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	4,23%	2,99%	2,88%	2,26%	0,00%
		NO	96,97%	96,27%	97,62%	93,85%	97,01%	96,74%	97,44%	96,88%	100,00%	100,00%	100,00%	75,00%	95,77%	97,01%	97,12%	97,74%	00,00%
10	Sono opera degli USA	SI	2,43%	2,90%	2,01%	7,69%	2,39%	1,96%	1,28%	3,13%	2,78%	13,33%	0,00%	0,00%	4,23%	2,99%	1,60%	2,82%	0,00%
		NO	97,57%	97,10%	97,99%	92,31%	97,61%	98,04%	98,72%	96,88%	97,22%	86,67%	100,00%	100,00%	95,77%	97,01%	98,40%	97,18%	00,00%
11	Non esistono	SI	1,32%	1,38%	1,25%	0,00%	1,59%	1,09%	1,60%	0,00%	2,78%	0,00%	100,00%	37,50%	0,00%	1,26%	1,28%	0,56%	0,00%
		NO	98,68%	98,62%	98,75%	00,00%	98,41%	98,91%	98,40%	100,00%	97,22%	100,00%	0,00%	62,50%	100,00%	98,74%	98,72%	99,44%	00,00%
12	Devono essere proibite con una legge	SI	15,20%	16,18%	14,30%	21,54%	17,13%	13,70%	13,74%	11,72%	19,44%	20,00%	0,00%	37,50%	19,72%	16,54%	14,22%	10,73%	33,33%
		NO	84,80%	83,82%	85,70%	78,46%	82,87%	86,30%	86,26%	88,28%	80,56%	80,00%	100,00%	62,50%	80,28%	83,46%	85,78%	89,27%	66,67%
13	Sono frutto degli algoritmi di Facebook e Google	SI	5,59%	5,53%	5,65%	6,15%	4,78%	6,52%	4,47%	6,25%	13,89%	0,00%	0,00%	12,50%	8,45%	6,30%	4,79%	3,95%	33,33%
		NO	94,41%	94,47%	94,35%	93,85%	95,22%	93,48%	95,53%	93,75%	86,11%	100,00%	100,00%	87,50%	91,55%	93,70%	95,21%	96,05%	66,67%
14	Non mi colpiscono, riesco facilmente a riconoscerle	SI	21,71%	24,48%	19,20%	21,54%	26,49%	23,70%	17,25%	12,50%	8,33%	6,67%	0,00%	25,00%	16,90%	21,57%	22,84%	20,34%	0,00%
		NO	78,29%	75,52%	80,80%	78,46%	73,51%	76,30%	82,75%	87,50%	91,67%	93,33%	100,00%	75,00%	83,10%	78,43%	77,16%	79,66%	00,00%
15	Sono l'evidenza che la rete è manipolabile	SI	42,17%	44,40%	40,15%	38,46%	48,41%	43,04%	37,06%	35,16%	33,33%	13,33%	0,00%	0,00%	28,17%	40,79%	44,25%	48,02%	0,00%
		NO	57,83%	55,60%	59,85%	61,54%	51,59%	56,96%	62,94%	64,84%	66,67%	86,67%	100,00%	100,00%	71,83%	59,21%	55,75%	51,98%	00,00%
16	Altro	SI	1,18%	1,80%	0,50%	0,00%	1,99%	1,09%	0,32%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,26%	1,12%	1,13%	0,00%
		NO	98,82%	98,20%	99,50%	00,00%	98,01%	98,91%	99,68%	99,22%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	98,74%	98,88%	98,87%	00,00%

26. Secondo te la pagina Facebook mostrata è:

È consentita una sola risposta (1 di 1)

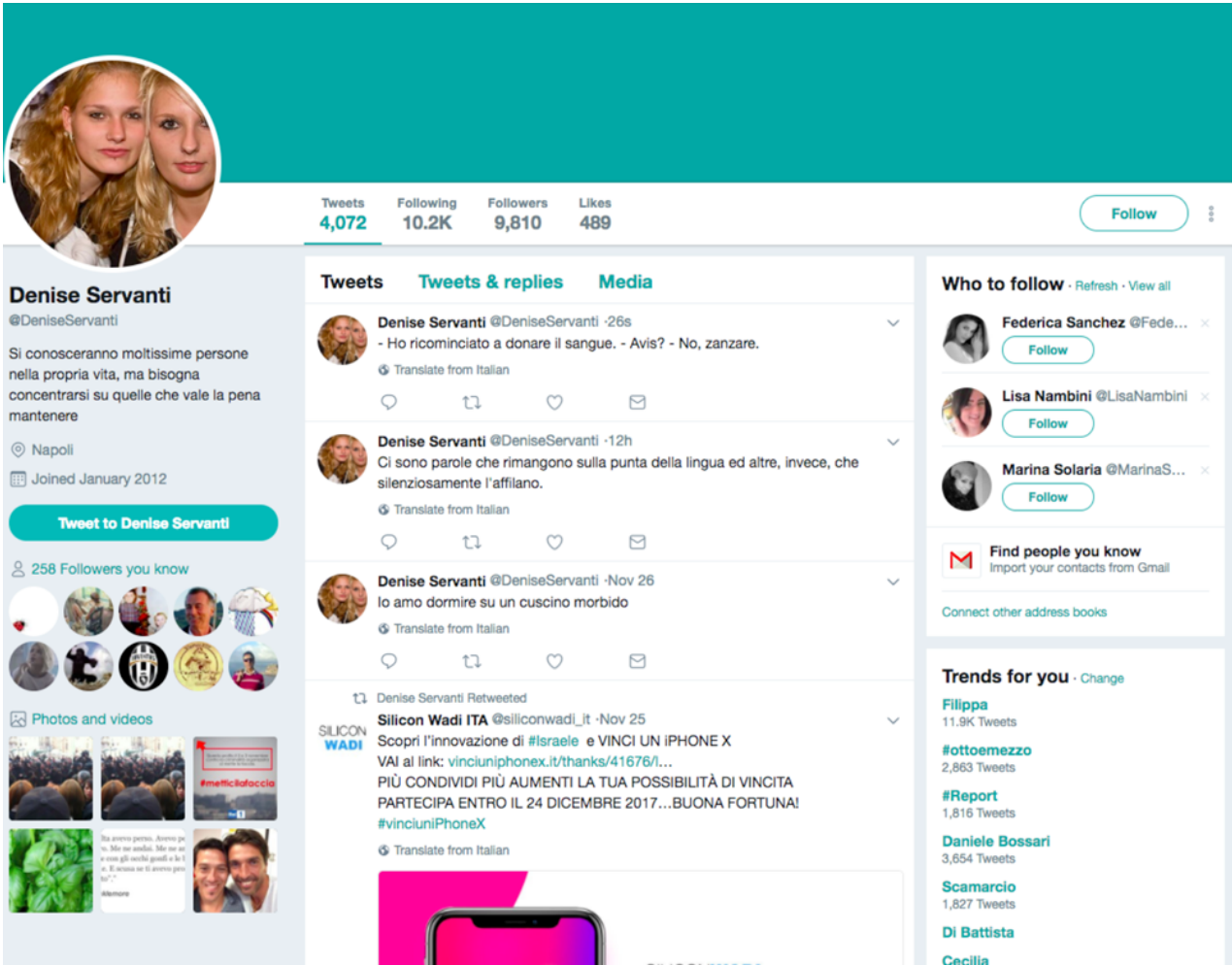


*La pagina mostrata rappresenta una pagina facebook di un sito di bufale

N			Sesso			Età						Titolo di studio							
			Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
1	Una pagina facebook di un sito di informazione	SI	26,05%	23,10%	28,73%	24,62%	27,49%	26,30%	34,82%	30,47%	27,78%	13,33%	0,00%	12,50%	25,35%	26,61%	27,48%	20,34%	0,00%
		NO	73,95%	76,90%	71,27%	75,38%	72,51%	73,70%	65,18%	69,53%	72,22%	86,67%	100,00%	87,50%	74,65%	73,39%	72,52%	79,66%	00,00%
2	Una pagina facebook di un sito di controinformazione	SI	26,32%	26,83%	25,85%	43,08%	29,48%	26,52%	30,35%	25,00%	13,89%	13,33%	0,00%	0,00%	33,80%	20,00%	29,07%	37,85%	0,00%
		NO	73,68%	73,17%	74,15%	56,92%	70,52%	73,48%	69,65%	75,00%	86,11%	86,67%	100,00%	100,00%	66,20%	80,00%	70,93%	62,15%	00,00%
3	Una pagina facebook di un sito di bufale	SI	17,17%	21,99%	12,80%	13,85%	18,92%	20,00%	18,85%	8,59%	8,33%	20,00%	0,00%	12,50%	18,31%	18,74%	15,18%	18,08%	33,33%
		NO	82,83%	78,01%	87,20%	86,15%	81,08%	80,00%	81,15%	91,41%	91,67%	80,00%	100,00%	87,50%	81,69%	81,26%	84,82%	81,92%	66,67%
4	Non saprei	SI	28,49%	25,59%	31,12%	18,46%	22,51%	25,22%	53,67%	35,16%	47,22%	46,67%	0,00%	50,00%	22,54%	31,97%	27,16%	21,47%	66,67%
		NO	71,51%	74,41%	68,88%	81,54%	77,49%	74,78%	46,33%	64,84%	52,78%	53,33%	100,00%	50,00%	77,46%	68,03%	72,84%	78,53%	33,33%
5	Altro	SI	0,92%	1,11%	0,75%	0,00%	0,80%	1,30%	1,28%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,10%	0,48%	2,26%	0,00%
		NO	99,08%	98,89%	99,25%	00,00%	99,20%	98,70%	98,72%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	98,90%	99,52%	97,74%	00,00%

27. Secondo te il profilo Twitter in alto è:

É consentita una sola risposta (1 di 1)



*La pagina mostrata rappresenta un profilo twitter fake

		Sesso			Età							Titolo di studio							
N		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diplo ma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro	
1	Reale	SI	12,11%	13,83%	10,54%	21,54%	14,54%	10,87%	8,63%	11,72%	11,11%	6,67%	0,00%	25,00%	19,72%	11,81%	11,66%	11,30%	0,00%
		NO	87,89%	86,17%	89,46%	78,46%	85,46%	89,13%	91,37%	88,28%	88,89%	93,33%	100,00%	75,00%	80,28%	88,19%	88,34%	88,70%	00,00%
2	Un bot	SI	12,37%	14,11%	10,79%	12,31%	13,75%	12,39%	11,50%	12,50%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	12,68%	11,34%	13,10%	13,56%	33,33%
		NO	87,63%	85,89%	89,21%	87,69%	86,25%	87,61%	88,50%	87,50%	94,44%	100,00%	100,00%	100,00%	87,32%	88,66%	86,90%	86,44%	66,67%
3	Un fake	SI	29,74%	31,26%	28,36%	38,46%	37,25%	33,48%	20,13%	14,84%	5,56%	13,33%	0,00%	37,50%	21,13%	31,18%	30,51%	24,86%	33,33%
		NO	70,26%	68,74%	71,64%	61,54%	62,75%	66,52%	79,87%	85,16%	94,44%	86,67%	100,00%	62,50%	78,87%	68,82%	69,49%	75,14%	66,67%
4	Non saprei	SI	43,95%	38,45%	48,93%	27,69%	32,67%	41,52%	58,15%	59,38%	69,44%	73,33%	100,00%	37,50%	46,48%	43,78%	42,97%	47,46%	33,33%
		NO	56,05%	61,55%	51,07%	72,31%	67,33%	58,48%	41,85%	40,63%	30,56%	26,67%	0,00%	62,50%	53,52%	56,22%	57,03%	52,54%	66,67%
5	Altro	SI	1,12%	1,52%	0,75%	0,00%	0,80%	1,30%	1,28%	1,56%	2,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,94%	1,12%	2,26%	0,00%
		NO	98,88%	98,48%	99,25%	00,00%	99,20%	98,70%	98,72%	98,44%	97,22%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	99,06%	98,88%	97,74%	00,00%

28. Secondo il sito web mostrato è

É consentita una sola risposta (1 di 1)

HomeNotiziePoliticaCronacaesteroSportSalute e benessereDisclaimerPrivacy & Cookie Policy

DirettaNews24

Le notizie del giorno

HOME NOTIZIE POLITICA CRONACA ESTERO SALUTE E BENESSERE SPORT ECONOMIA LAVORA CON NOI

Home » Blog

Fake News, Salvini: "Mi difendo con Facebook dalle bufale di regime"

Redazione - novembre 27, 2017



"Fake News? Non ho mai incassato una lira di pubblicità, non ho alcun rapporto col M5S, ritengo che Putin sia un grande uomo di governo. Uso...

Micheal Schumacher, parla la figlia: "Continua a combattere"

Redazione - novembre 27, 2017



"Continua a combattere" La figlia di Micheal Schumacher, a cinque anni di distanza dall'ultimo Gran Premio corso dal padre, gli dedica un pensiero su Instagram. Scrive...

Ingegnere catanese cura la madre malata di Alzheimer con olio di...

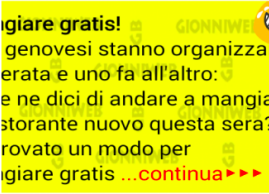
Redazione - novembre 27, 2017



Giuseppe, un ingegnere di Catania, ogni giorno da quattro anni somministra alla madre novantunenne malata di alzheimer un medicinale a base di cannabis preparato in casa. La cannabis...

Mangiare gratis!

Redazione - novembre 27, 2017



Due genovesi stanno organizzando la serata e uno fa all'altro: "Che ne dici di andare a mangiare al ristorante nuovo questa sera? Ho trovato..."

Search

Articoli recenti

Fake News, Salvini: "Mi difendo con Facebook dalle bufale di regime"

Micheal Schumacher, parla la figlia: "Continua a combattere"

Ingegnere catanese cura la madre malata di Alzheimer con olio di cannabis

Mangiare gratis!

Massimo Giletti, Non è l'arena tiene: 6,43% di share, battuti Rai2 e Rai3

*La pagina mostrata rappresenta un sito web di bufale

		Sesso			Età							Titolo di studio						
N		Totale	M	F	11-20	21-25	26-34	35-54	55-64	65-75	76-84	Over 85	Lic. elementare	Lic. media	Diploma	Laurea	Spec. Post Laurea	Altro
1	Un sito web di un sito di informazione	SI 47,37%	41,49%	52,70%	36,92%	50,00%	49,13%	47,92%	42,19%	27,78%	33,33%	0,00%	37,50%	49,30%	46,14%	48,72%	46,33%	66,67%
		NO 52,63%	58,51%	47,30%	63,08%	50,00%	50,87%	52,08%	57,81%	72,22%	66,67%	100,00%	62,50%	50,70%	53,86%	51,28%	53,67%	33,33%
2	Un sito web di un sito di controinformazione	SI 9,41%	9,41%	9,41%	9,23%	8,96%	10,00%	10,22%	7,81%	8,33%	6,67%	0,00%	25,00%	11,27%	12,13%	6,55%	7,91%	33,33%
		NO 90,59%	90,59%	90,59%	90,77%	91,04%	90,00%	89,78%	92,19%	91,67%	93,33%	100,00%	75,00%	88,73%	87,87%	93,45%	92,09%	66,67%
3	Un sito web di un sito di bufale	SI 21,25%	26,42%	16,56%	30,77%	25,70%	21,52%	13,42%	16,41%	27,78%	13,33%	0,00%	0,00%	15,49%	20,16%	23,00%	22,60%	0,00%
		NO 78,75%	73,58%	83,44%	69,23%	74,30%	78,48%	86,58%	83,59%	72,22%	86,67%	100,00%	100,00%	84,51%	79,84%	77,00%	77,40%	00,00%
4	Non saprei	SI 20,99%	21,16%	20,83%	23,08%	14,34%	18,48%	27,16%	32,81%	33,33%	46,67%	100,00%	37,50%	23,94%	20,79%	20,45%	22,03%	0,00%
		NO 79,01%	78,84%	79,17%	76,92%	85,66%	81,52%	72,84%	67,19%	66,67%	53,33%	0,00%	62,50%	76,06%	79,21%	79,55%	77,97%	00,00%
5	Altro	SI 0,39%	0,69%	0,13%	0,00%	0,20%	0,65%	0,32%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,64%	1,13%	0,00%
		NO 99,61%	99,31%	99,87%	00,00%	99,80%	99,35%	99,68%	99,22%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	99,36%	98,87%	00,00%

143

È consentita una sola risposta (1 di 1)

**La news mostrata è una fake news*

144

APPARATO
BIBLIOGRAFICO

Baron, J., Beattie, J., & Hershey, J. C. (1998).
Heuristics and biases in diagnostic reasoning: II.
Congruence, information, and certainty. *Organizational
Behavior and Human Decision Processes*.

Baron, J., Granato, L., Spranca, M., & Teubal, E. (1993).
Decision-making biases in children and early adolescents:
exploratory studies.

Chaiken, S., Wood, W., & Eagly, A. H. (1996).
Principles of persuasion. In E.T. Higgins and A. Kruglanski
(Eds.), *Social psychology: Handbook of basic mechanisms
and processes*. New York: Guilford Press

Floridi L. (2017),
La quarta rivoluzione. Come l'infosfera sta trasformando il
mondo, Scienza e idee, Raffaello Cortina Editore

Galantucci, M. (2011),
Effetti e conseguenze psicologiche dell'Information Overload

Gleick J. (2012),
L'informazione. Una storia. Una teoria. Un diluvio., 457 p.,
Feltrinelli (collana Storie)

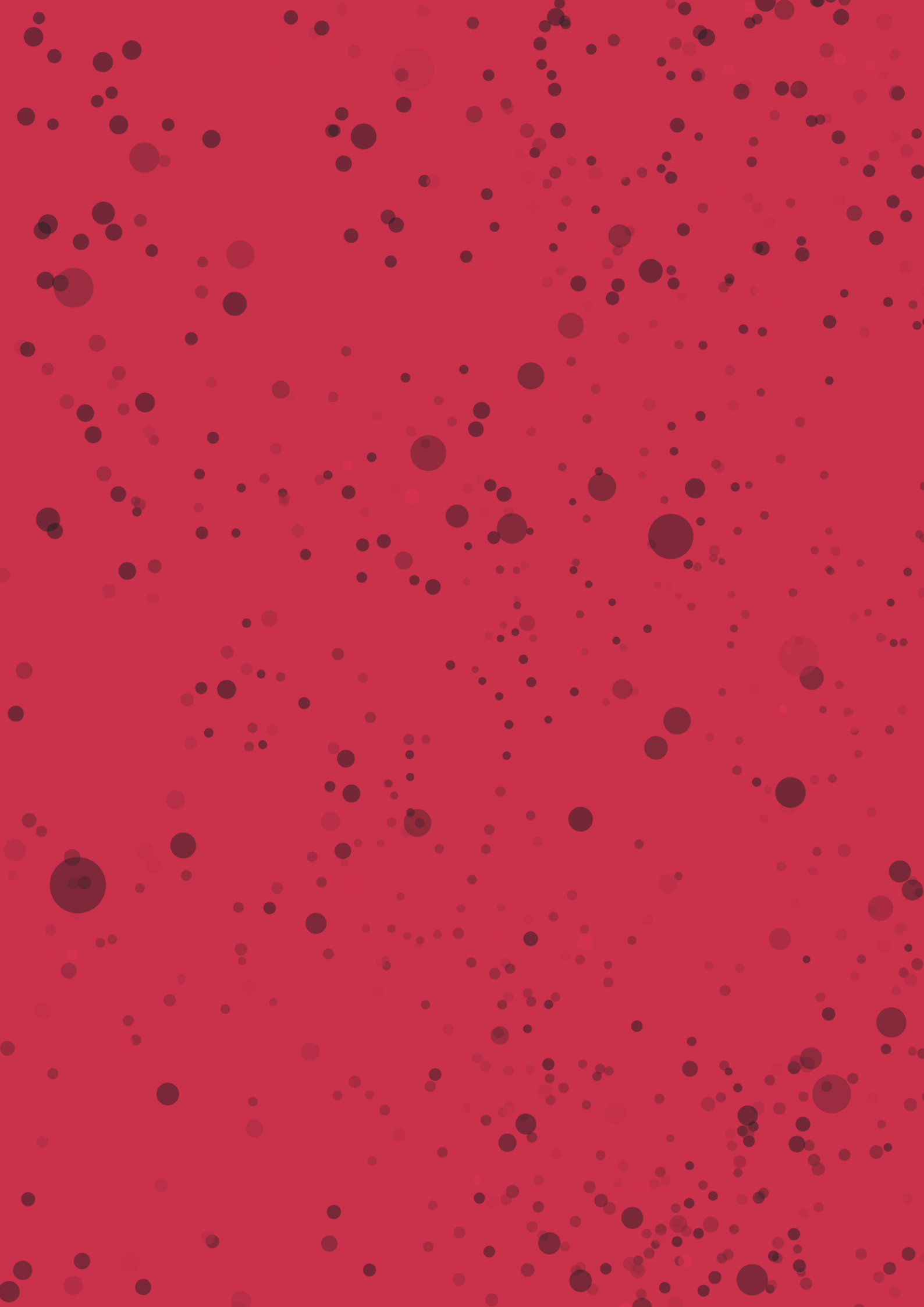
Iorio E. & Costantini U. (2016)
Infosfera italiana 2016, Università Suor Orola Benincasa,
Napoli

Lewis, D. (1996),
Introduction to Dying for Information, [www.reuters.com/rbb/
research/dfiforframe.htm](http://www.reuters.com/rbb/research/dfiforframe.htm)

Nye J. S. Jr. (2009),
Leadership e potere Hard, soft, smart power, Editori Laterza

Quattrociocchi W., Vicini A., (2017),
Misinformation: guida alla società dell'informazione e della
credulità. Franco Angeli Editore

Virilio P. (2000),
La bomba informatica, Cortina Raffaello Collana: Scienza e
idee





UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
SUOR ORSOLA
BENINCASA



fondazione
ITALIANI /
organismo di ricerca

DESIGN

šaavedra