I giovani sono disposti a rinunciare ai propri dati personali in cambio di utilità e gratuità delle app

LINK: https://www.bitcity.it/news/36765/i-giovani-sono-disposti-a-rinunciare-ai-propri-dati-personali-in-cambio-di-utilita-e-gratuita-delle-app.ht...

Homepage > Notizia I giovani sono disposti a rinunciare ai propri dati personali in cambio di utilità e gratuità delle app L'indagine statistica di Registro .it rivela che i giovani non sono preoccupati per le fake news. Solo 4% giovani venderebbe proprio numero telefono a società. Digital Life Un campione di 1400 giovani (1000 in età compresa tra i 19 e i 25, i rimanenti tra i 16 ed i 18 anni), è stato intervistato per un'indagine statistico/sociologica su "Orientamento e percezione del digitale e dei nomi a dominio". L'indagine è stata commissionata daRegistro.it, l'anagrafe dei nomi a dominio con suffisso ".it", il "marchio" del Made in Italy in Rete. La ricerca ha avuto come obiettivo quello di indagare il bagaglio informativo ed esperienziale dei Millennials sui domini, in particolar modo su quello ".it", per conoscere la percezione della sicurezza informatica con la consapevolezza di diritti, doveri e privacy, e sondare come i giovani si relazionano con le informazioni cheattraversano la Rete e i social (fake news, marketing, intrattenimento). Gli intervistati si informano sempre (27%) o comunque spesso (47%) usando prevalentemente Internet (42%) e i social network e prevedono che tra dieci anni la Rete sarà ancora più utilizzata di oggi per informarsi (48%). All'ultimo posto, tra i media di informazione, c'è la radio (6%) che giudicano in calo come mezzo di informazione nel prossimo decennio (5%). L'informazione disponibile su internet è, secondo il target, la più attendibile e viene giudicata pluralista (punteggio di 8.4 in una scala da 1 a 10), completa (8.1) e indipendente (8.0), seguita dai social network. Tutti i media raggiungono comunque la sufficienza, salvo la tv per quanto attiene l'indipendenza (5.5). Fake news? I giovani non le condividono ma neppure le eliminano o le segnalano. In prevalenza nel corso del 2019, il 44% del campione dichiara di aver letto qualche volta notizie false ma di non aver mai (68%) condiviso o pubblicato (81%)fake. Nel caso in cui abbiano scoperto che si trattava di una fake gli intervistati hanno avuto in maggioranza comportamenti opposti: il 40% non ha mai eliminato il post, il 50% non ha mai rettificato il commento né segnalato il post al gestore (44%) e per contro un 34% ha dichiarato di aver eliminato il post, rettificato il commento (21%) e segnalato la fake news al gestore del network (21%). Le fake news possono influenzare poco (34%) o per niente (31%), le opinioni personali, abbastanza (43%) quelle dei familiari e molto (54%) l'opinione pubblica generale. L'approccio al

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

digitale è positivo perché la Rete semplifica il quotidiano ma lo svantaggio del web è percepito nella violazione della privacy e nella sedentarietà. Il campione dei giovani intervistati si rispecchia decisamente nell'essere "nativo digitale": ben 8 su 10 giovani. La tecnologia e internet influenzano soprattutto la comunicazione (8.2), l'informazione (8.2) e il tempo libero in casa (8.0). La percezione diusufruire o dedicare il proprio tempo su internet è quella di una influenza prevalentemente positiva anche rispetto all'istruzione (90%). I vantaggi dell'utilizzo di Rete e tecnologia sono avere un accesso continuo all'informazione (35%) e il miglioramento e la semplificazione della quotidianità (34%), mentre lo svantaggio maggiore è la dipendenza (33%) seguito dai rischi legati alla violazione della privacy (30%) e dalla sedentarietà con meno sport e vita all'aperto (24%). Nel loro futuro, gli intervistati immaginano di vivere in una casa domotica (66%), di guidare un'auto a guida automatica e di comunicare quasi esclusivamente tramite chat/messaggistica più che a voce (59%) informandosi esclusivamente o quasi su internet (81%). La cybersecurity è intesa in maniera flessibile e utilitaristica: i giovani sono disposti a lasciare i propri dati sensibili per accedere a informazioni su moda e viaggi. Ma non sono disposti a lasciare il numero di cellulare. La maggioranza assoluta degliintervistati (78% del totale) legge le informative sull'utilizzo dei dati personali prima di navigare sui siti internet (anche se solo il 13% lo fa spesso) mentre la stessa percentuale scende sensibilmente in concomitanza con l'iscrizione a un social network o l'installazione di una applicazione. Il campione tra i 19 ed i 25 presta più attenzione ai dati personali rispetto al campione dei giovanissimi. Il 44% degli intervistati comunque dichiara che almeno qualche volta non ha accettato i termini di utilizzo dei dati personali. Gli intervistati sono disposti a cedere a una società privata dati di preferenza in fatto di moda (37%), viaggio (23%), abitudini alimentari (20%), mentre solo in pochi sono disposti a fornire dati che li identifichino e soprattutto solo il 4% è disposto a fornire il proprio numero di telefono. Se questo articolo ti è piaciuto e vuoi rimanere sempre informato con le notizie di BitCity.it iscriviti alla nostra Newsletter gratuita . Tag:

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato