

Millennials e domini: quale rapporto?

LINK: <https://www.techeconomy.it/2019/10/16/millennials-e-domini-quale-rapporto/>



Millennials e domini: quale rapporto? By redazione - 16/10/2019 Share Facebook Twitter Pinterest WhatsApp 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 da **Registro .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 che attraversano la Rete e i social (fake news, marketing, intrattenimento). 'Non sono

mancate le sorprese - spiega Anna Vaccarelli, responsabile delle relazioni esterne del **Registro .it** - perché, ad esempio, la maggior parte degli intervistati sa cosa è un dominio a livello informatico. Sorprende poi, la loro sicurezza tecnologica, la loro audacia nel predire che le radio scompariranno come mezzo di informazione e che tra dieci anni l'informazione quotidiana sarà sempre più o addirittura solo digitale. Così come 'minimizzano' il problema delle fake news che possono nuocere ai loro genitori o a livello di opinione pubblica ma non a loro'. Il dominio '.it'. Tre intervistati su quattro sanno cosa è un dominio ma solo il 29% pensa di aprirne uno in avvenire perché il proprio futuro è con posto fisso nel pubblico e nel privato. Il 74% degli intervistati sa cosa è un dominio internet e si dichiara in prevalenza poco favorevole all'abbassamento dell'età per la registrazione (il 56% è tra per niente e non molto

favorevole) contro un 44% che si dichiara tra abbastanza e completamente favorevole. La maggioranza si vede assunta in una grande azienda (41%) oppure in un posto pubblico (21%), ma il 29% ritiene che sicuramente o probabilmente (49%) si doterà o utilizzerà un nome a dominio per la propria vita lavorativa. L'informazione corre su internet perché pluralista. 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 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 è in t e r n e t influenzano soprattutto la comunicazione (8.2), l'informazione (8.2) e il tempo libero in casa (8.0). La percezione di usufruire 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%) i n f o r m a n d o s i 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 degli intervistati (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. Copia & Incolla: perché questo titolo? Perché i contenuti di questa categoria sono stati pubblicati SENZA ALCUN INTERVENTO DELLA REDAZIONE. Sono comunicati stampa che abbiamo ritenuto in qualche modo interessanti, ma che NON SONO PASSATI PER ALCUNA ATTIVITÀ

REDAZIONALE e per la pubblicazione dei quali Tech Economy NON RICEVE ALCUN COMPENSO. Qualche giornale li avrebbe pubblicati tra gli articoli senza dire nulla, ma noi riteniamo che non sia corretto, perché fare informazione è un'altra cosa, e li copiamo ed incolliamo (appunto) qui per voi.