

I giovani e la Rete: l'informazione on line è la più attendibile e pluralista.

L'indagine statistica di Registro .it rivela che i giovani non sono preoccupati delle fake news. Sono disposti a rinunciare ai propri dati personali in cambio di utilità e gratuità delle app.

Un campione di 1400 giovani (1000 in età compresa tra i 19 ed 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 che cosa sia 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 assunto in una grande azienda (41%) oppure assunto 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. 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 (8.4%), 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 e internet 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, si immaginano di vivere in una casa domotica (66%), guidando 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 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 ad 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. Sono disposti a cedere ad una società privata dati di preferenza in fatto di moda (37%), viaggio (23%), abitudini alimentari (20%), mentre solo in pochi sono disposti a dare dati che li identifichino e soprattutto solo il 4% è disposto a dare il proprio numero di telefono.

L'indagine statistica è stata condotta da Monica Nardis del Centro Statistica Aziendale.