TEMA

"Il consenso in ambiente digitale: percezione e consapevolezza"

Risultati dell'indagine Ipsos 2017

Francesca Palareti

Università degli Studi di Firenze

francesca.palareti@unifi.it

keywords: *competenze digitali, social media, tecnologie digitali, social network*

Il contributo ha l'obiettivo di analizzare sinteticamente i risultati emersi da una ricerca sull'utilizzo delle tecnologie digitali curata da Ipsos per ***Save the Children*** alla vigilia del Safer Internet Day (SID), Giornata Mondiale della Sicurezza in rete. L'evento, che coinvolge attualmente oltre cento Paesi, viene organizzato ogni anno nel mese di febbraio da INSAFE e INHOPE con il supporto della Commissione Europea al fine di promuovere un uso più avveduto del web e dei nuovi media, in particolare tra i bambini e i giovani di tutto il mondo.

"Be the change: unite for a better internet" è lo slogan scelto per l'edizione del 2017, volto a stimolare la riflessione non solo sull'utilizzo consapevole della rete, ma anche sul ruolo attivo, propositivo e responsabile di ciascuno nel favorire una percezione collettiva di internet come luogo affidabile ed accogliente, rafforzandone la dimensione collaborativa e partecipativa.

Save the Children

L'indagine è stata condotta su un campione rappresentativo della popolazione italiana di età compresa tra 12 e 17 anni e su un campione di età adulta compreso tra 25 e 65 anni, in entrambi i casi selezionati in base a quote di genere, età, area geografica di residenza, occupazione principale (e titolo di studio per la fascia adulta).

Sempre più online e sempre più *social*

Dalla ricerca emerge con evidenza come adulti e ragazzi abbiano attitudini sempre più *social* (il 94% degli adulti e l'87% dei giovani gestisce almeno un profilo *social*), con una media di oltre cinque profili a testa, ma l'elemento allarmante è come entrambi i target di riferimento siano quasi del tutto all'oscuro delle conseguenze delle loro attività in rete. Nonostante, infatti, otto su dieci tra gli intervistati si preoccupino dei propri dati e due terzi siano consapevoli che questi vengano registrati durante la navigazione, ignorano quali siano le informazioni raccolte e come vengano utilizzate.

L'altro dato ormai consolidato che si registra in tutte le fasce d'età è l'inarrestabile crescita dell'uso di tablet e smartphone, la cui molteplicità di funzioni ha ormai rimpiazzato cellulari tradizionali, video e fotocamere e lettori mp3. Quasi la totalità dei ragazzi (97%) e degli adulti (95%) ne possiede uno (+26% rispetto al 2013 per i ragazzi, +18% per gli adulti rispetto al 2014) e i bambini ricevono il loro primo smartphone a 11 anni e mezzo, età media più bassa di un anno rispetto al 2015. La vita sociale digitale è in crescita esponenziale e, pur di essere presenti online per accedere a ciò che desiderano, i minori sono disposti a mentire sulla propria età: mediamente, infatti, i ragazzi si iscrivono a Facebook a 12 anni e mezzo (un anno in meno del 2015), dichiarando un'età superiore.

Ma nonostante l'abitudine quasi ossessiva all'uso/abuso della rete (un terzo dei ragazzi resta connesso più di cinque ore al giorno), raddoppiata rispetto al 2014,

spesso non si conoscono gli effetti sulla privacy della pubblicazione di una foto, dell'acquisto di un prodotto o dell'utilizzo di una app.

La ricerca rivela, inoltre, come sia inadeguata la cura della propria immagine e della propria storia online, come se l'unica priorità fosse "l'essere presente qui e ora", trascurando l'elemento fondamentale dell'identità e della riflessione su se stessi, con il rischio di scivolare in direzione di una frammentarietà a causa della molteplicità dell'io sperimentabile online. I risultati confermano come le abitudini in rete di adulti e ragazzi non si discostino poi molto tra loro, prevalendo un'inesistente gestione attiva del proprio profilo a salvaguardia della propria reputazione digitale.

Affidabilità di una notizia

Quando si tratta di valutare l'attendibilità di una notizia, per i tre quarti la prudenza è d'obbligo: non si può mai sapere se sia davvero attendibile per il 78% degli adulti e per il 73% dei ragazzi.

Eppure, se da un lato per entrambi (76%) la fiducia nella fonte è di supporto, dall'altro la ricerca evidenzia come due ragazzi e due adulti su cinque considerino affidabile una news semplicemente perché apprezzano quella notizia; il 43% dei ragazzi e il 37% degli adulti basa l'attendibilità delle news online sulle condivisioni che quella notizia riceve, il 38% dei ragazzi e il 32% degli adulti la ritiene affidabile se ha molti "like", il 47% degli adulti e il 53% dei ragazzi se la notizia è corredata da immagini e video. Più della metà dei ragazzi e degli adulti la giudica, invece, attendibile se a sua volta la news viene considerata tale da persone affidabili, prevalendo il cosiddetto giudizio dei "pari", mentre per quasi uno su due se la notizia si trova in cima al ranking dei risultati di Google.

I pericoli in rete: accesso ai dati, privacy e intimità online

Due su tre degli intervistati (sia adulti che minori) sostengono di essere coscienti che, quando navigano sui siti web, questi registrano il passaggio digitale e otto su dieci dichiarano di preoccuparsi molto o abbastanza di come vengano usati i propri dati personali. Entrambi i gruppi di riferimento non hanno, però, una chiara conoscenza della natura delle informazioni effettivamente raccolte e, anche per risparmiare tempo, trascurano di leggere termini e condizioni d'uso dei servizi online, dimostrando una conoscenza assai superficiale del "contratto digitale". Un adulto e un ragazzo su cinque crede che ad essere registrati siano solo i dati rilasciati volontariamente, il 63% degli adulti e il 47% dei minori l'indirizzo IP, quattro adulti su dieci e un ragazzo su cinque i like ai post, il 13% degli adulti (contro l'1% dei ragazzi) quello che si dice o si fa nelle vicinanze di un oggetto collegato ad Internet (ad esempio Smart-TV, Smart-toys, ecc.), tutte variabili non corrispondenti alla realtà. Più di un ragazzo e un adulto su dieci è convinto, inoltre, che i termini e le condizioni d'uso non siano altro che le regole che un gestore di un sito o di un *social* deve rispettare per mantenere la riservatezza e circa la metà degli intervistati ignora l'esistenza della navigazione anonima.

I comportamenti in rete di adulti e ragazzi non sono conformi, tuttavia, alle preoccupazioni sull'utilizzo dei dati personali. Dalla ricerca emerge infatti che, pur di scaricare e utilizzare una app, metà degli adulti (50%) dichiara di accettare che il servizio possa accedere ai propri contatti, una percentuale solo di poco più bassa rispetto ai minori (58%). La quasi totalità degli adulti che accettano (92%) è inoltre convinta che fornire l'accesso ai propri contatti sia il giusto prezzo da pagare per

visionare ciò che interessa, un dato che per i minori si abbassa di soli due punti percentuali (90%) e che dimostra come non vi sia alcuna differenza tra il comportamento dei giovani e quello dei loro genitori. Eppure nutre dubbi sulla sicurezza della conservazione dei dati il 47% degli adulti e il 44% dei ragazzi, il 18% degli adulti e il 21% dei ragazzi non sa chi li usi e il 26% degli adulti e il 23% dei ragazzi ignora dove vengano conservati.

Sono molto rari anche gli interventi per gestire e correggere la propria immagine digitale. L'82% dei minori e l'86% degli adulti dichiara che quasi mai cancella o modifica post pubblicati in passato e nove ragazzi e adulti su dieci di rado eliminano il tag del proprio nome da una foto postata online o commenti di terzi. I ragazzi sono, invece, un po' più diligenti dei grandi nelle impostazioni della privacy su Facebook: il 66% limita la visibilità dei post ai soli amici contro il 58% degli adulti (donne e laureati risultano i più prudenti nelle impostazioni della privacy).

La condivisione di immagini e video di se stessi o degli altri, con riferimenti sessuali o in pose imbarazzanti, rappresenta purtroppo un'attività molto diffusa tra i ragazzi. Raccontano, infatti, che tra i loro amici più di uno su cinque invia video o immagini intime a coetanei e adulti conosciuti in rete o attiva la webcam per ottenere regali. Quattro su dieci inviano o postano immagini intime di loro conoscenti, più di uno su tre invia o riceve messaggi con riferimenti espliciti al sesso, mentre uno su cinque invia ad amici propri video o foto intime.

Tuttavia, nonostante la disinvoltura con cui viene condiviso materiale riservato senza interrogarsi sulle possibili conseguenze, la percezione di insicurezza è alta, a fronte però di forti contraddizioni nelle opinioni.

Il 75% degli adulti e il 72% dei ragazzi, infatti, crede che non sia mai sicuro condividere online foto e video intimi, eppure l'81% dei primi e il 73% degli adolescenti pensa che vi sia una sorta di "consenso implicito" alla diffusione nel momento in cui qualcosa viene condiviso. Così il 23% degli adulti e il 29% dei ragazzi è convinto che sia sempre sicuro farlo perché "lo fanno tutti", rispettivamente il 47% e il 48% se conosce personalmente le persone con cui condivide, il 42% e il 44% se non è possibile essere riconosciuti ("non si vede il volto"), mentre un ragazzo e un adulto su tre non lo ritiene un comportamento pericoloso se l'altra persona condivide a sua volta qualcosa di intimo. Colpisce il dato relativo agli adulti: l'11% dichiara di aver visto diffuse, o per scherzo o per "vendetta", immagini condivise in un momento intimo, mentre il 15% dichiara che questo è accaduto a qualcuno che conosce.

Infine l'accesso a strumenti che consentono di fare acquisti on line, come il sistema Paypal e le carte prepagate, espongono i ragazzi all'opportunità di utilizzare la rete per scommettere ed accedere a giochi, come poker e casino, e ad altri siti riservati agli adulti (quasi un ragazzo su dieci).

Conclusioni

Al termine dell'indagine Raffaella Milano, Direttore dei Programmi Italia-Europa di *Save the Children*, nell'analizzare i risultati osserva come dimostrino che adulti e ragazzi condividano gli stessi livelli di conoscenza delle conseguenze dei loro comportamenti in rete e come questo rappresenti un dato preoccupante, dal momento che proprio gli adulti dovrebbero invece esercitare un ruolo di guida in un contesto complesso e in continua evoluzione come quello delle tecnologie digitali.

Per ovviare alla carente consapevolezza dei rischi legati all'utilizzo della rete, si impone l'urgenza di potenziare la *media education* al fine di raggiungere una corretta *media literacy*, che implica l'acquisizione di quelle abilità digitali imprescindibili per saper leggere e valutare i media come consumatori e scriverli come produttori di contenuti[1]. È sempre più stringente la necessità di una formazione funzionale allo sviluppo di competenze di *social networking* e di una pratica educativa attenta alle istanze emergenti dal mondo del web, in particolare da quello giovanile, con interventi mirati allo sviluppo del pensiero critico.

A tal fine sarebbe auspicabile valorizzare i *social network* come luoghi di apprendimento, sfruttandone le potenzialità pedagogico-didattiche[2] e consolidandone la dimensione etica e partecipativa per arginare il pericolo di analfabetismo emotivo. I temi della credibilità, della fiducia, dell'identità e delle emozioni diventano prioritari nella sfida di formare gli adolescenti all'assunzione di comportamenti comunicativi responsabili nel rispetto di se stessi e degli altri, stimolando una discussione matura e consapevole.

[1] Cfr. David Buckingham, Media Education. Alfabetizzazione, apprendimento e cultura contemporanea, Trento, Erickson, 2006, p. 22

[2] Sull'utilizzo dei social network in ambito educativo cfr. Maria Ranieri e Stefania Manca, *I social network nell'educazione. Basi teoriche, modelli applicativi e linee guida*, Trento, Erickson, 2013