



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

I FABBISOGNI DI ALFABETIZZAZIONE MEDIATICA E DIGITALE

PRINCIPALI RISULTATI DELLA RICERCA



LUGLIO 2025

Premessa

I risultati in sintesi

- 1. Un quadro di insieme**
- 2. I fabbisogni di alfabetizzazione digitale e mediatica**
- 3. *L'algorithmic literacy* nel sistema mediale digitale**
- 4. Conclusioni**



Servizio Studi e Analisi tecniche

Premessa

L'alfabetizzazione digitale e mediatica mira a dotare i cittadini delle competenze per utilizzare i media e le tecnologie digitali in modo sicuro e responsabile, sviluppando le capacità di pensiero critico necessarie per elaborare giudizi, analizzare realtà complesse e riconoscere la differenza tra opinioni e fatti. In quanto tale, è un fattore chiave nelle democrazie moderne per prendere decisioni informate e rappresenta una sfida per ogni autorità di regolamentazione nel settore dei media e dei servizi digitali, richiedendo una profonda riflessione sull'efficacia e sull'adeguatezza degli strumenti utilizzati.

Il presente *report*, finalizzato ad individuare i principali fabbisogni di alfabetizzazione digitale e mediatica nella popolazione italiana, si basa sull'attività di ricerca espletata attraverso una *survey*, basata su un questionario elaborato dall'Autorità, somministrata a un campione di 7.053 individui rappresentativo della popolazione italiana da 6 anni in su, residente in Italia¹.

Il rapporto si sviluppa in quattro capitoli. Il primo analizza la disponibilità di dispositivi tecnologici nella popolazione, la frequenza di accesso a Internet e le principali attività svolte online, proseguendo poi con l'analisi delle modalità utilizzate dai genitori per regolare l'accesso ai media, anche attraverso l'individuazione delle principali strategie e tecniche di *parental mediation*.

Il secondo capitolo è dedicato all'individuazione dei fabbisogni di alfabetizzazione digitale e mediatica; si apre con l'analisi del livello di preoccupazione per le attività e i contenuti che possono costituire fattori di rischio nell'ambiente mediatico, della relativa frequenza di esposizione e delle conseguenti reazioni dei cittadini. Prosegue poi con l'analisi del livello di fiducia nei confronti della capacità di determinati attori istituzionali, operatori di mercato e altri soggetti di tutelare gli utenti e impegnarsi a favorire un utilizzo critico e consapevole dei mezzi di comunicazione e si conclude con un approfondimento sulle figure di riferimento a cui i cittadini ricorrono per avere indicazioni e suggerimenti.

Il terzo capitolo analizza il tema dell'*algorithmic literacy*, attraverso l'analisi dell'*algorithmic awareness* e dell'utilizzo dei principali strumenti di *curation* messi a disposizione dalle piattaforme da parte della popolazione italiana.

¹ L'indagine è stata affidata a SWG s.p.a. Per i soggetti di età compresa tra i 6 e i 15 anni il questionario è stato compilato dai relativi genitori. Il piano di campionamento ha previsto l'utilizzo delle variabili zona di residenza, genere e classe di età. La distribuzione del campione è stata effettuata utilizzando i dati ISTAT aggiornati al 1° gennaio 2023. Con riferimento alle esigenze proprie dell'attività di ricerca, è stato previsto un sovra-campionamento delle celle riguardanti le classi di età 6-13 anni e 14-17 anni (circa 800 interviste totali per ciascun gruppo). Le interviste sono state condotte nella primavera 2024 in modalità CAWI (per il 75% dei casi) – CATI (per il 25% dei casi).

Il quarto capitolo, infine, si concentra sulle policy e le proposte operative per interventi mirati di alfabetizzazione basate sui fabbisogni evidenziati dalla ricerca.

Nelle pagine che seguono vengono descritti i principali risultati dell'attività di ricerca, che sono più estesamente rappresentati e discussi in un più ampio rapporto disponibile sul sito dell'Autorità.

Il report, peraltro, si inserisce in un variegato quadro di attività di studio, analisi e monitoraggio portato avanti dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

All'esito dell'approvazione del nuovo Testo Unico dei Servizi Media Audiovisivi (TUSMA), infatti, l'Autorità è stata investita di specifiche competenze in materia di promozione e monitoraggio dell'alfabetizzazione mediatica e digitale.

In particolare, redige con cadenza annuale un'apposita relazione di monitoraggio delle attività di promozione dell'alfabetizzazione svolte in Italia, che contiene l'analisi di tutte le misure strategiche, legali e organizzative in materia di alfabetizzazione, dei fondi di finanziamento pubblici a livello nazionale, nonché delle iniziative di sensibilizzazione di istituzioni, organizzazioni della società civile e fornitori di servizi media audiovisivi e di piattaforme di condivisione video. La relazione per l'anno 2024 è pubblicata sul sito del web dell'Autorità.

A questi fini, l'Autorità ha istituito un *Tavolo di coordinamento in materia di alfabetizzazione digitale e mediatica* con tutti gli *stakeholders* per facilitare l'azione di monitoraggio svolta in via continuativa.

Contestualmente, l'Autorità ha affidato ai Comitati Regionali per le Comunicazioni (Co.re.com.) una specifica delega di funzioni in materia di *media education*, coordinando e armonizzando le iniziative promosse a livello locale. Tra queste, particolare attenzione viene dedicata ai percorsi formativi di cittadinanza digitale in ambito scolastico, che nel corso del 2025 hanno coinvolto in otto regioni migliaia di studenti della scuola secondaria e sono oggetto anche di un protocollo di intesa con il Ministero dell'Istruzione e del Merito.

I RISULTATI IN SINTESI

MOLTI DEVICES A DISPOSIZIONE CON AMPIO ACCESSO A INTERNET

- **ampia e omogenea disponibilità dei principali device tecnologici** tra la popolazione: il 91% ha uno smartphone, due italiani su tre possiedono smart tv e computer portatile. Solo la *console* e gli assistenti virtuali sono utilizzati soprattutto dalle fasce d'età più giovani;
- **il 90% degli italiani accede a internet tutti i giorni, il 48% per almeno 4 ore.** I giovani adulti e gli adulti hanno il più alto livello di consumo, i minori e gli anziani il più basso.
- Tra **le attività più svolte online** prevale l'acquisizione di informazioni e la ricerca di news (in particolare per adulti e anziani), la comunicazione con gli amici (il picco tra i grandi minori) e la fruizione di contenuti audiovisivi.
- L'80% degli italiani continua ad accedere ai media durante i pasti, guardando programmi televisivi in quattro casi su cinque, mentre il 20% tra i 6 e i 34 anni accede a social network e piattaforme di condivisione video.

GENITORI E FIGLI: LIMITAZIONI E DIVIETI

- **Otto genitori su dieci regolano l'accesso ai media dei figli**, mentre il 13% impone il divieto assoluto e il 4,8% lascia totale libertà di utilizzo;
- Le regole più diffuse (adottate da 2 genitori su 10) sono limiti di tempo e fasce orarie nell'utilizzo dei media, il monitoraggio dell'uso da parte dei genitori e il blocco di specifici contenuti;
- Il 10,6% dei genitori modifica le impostazioni privacy degli account dei figli, solo il 12,5% parla dell'esperienza di navigazione online
- I genitori over 45 e laureati utilizzano strategie di monitoraggio e co-using mentre i più giovani e meno istruiti prediligono le restrizioni

PREOCCUPANO HATE SPEECH, SFIDE SOCIAL E CYBERBULLISMO

- **8 italiani su 10 si dichiarano preoccupati** da una molteplicità di contenuti e attività considerati fonti di rischio, indifferentemente su tutti i mezzi di comunicazione; in particolare più di **4 italiani su dieci si dichiarano molto preoccupati per hate speech, contenuti illegali di diverso tipo, sfide social, disinformazione e cyberbullismo**;
- **solo il 15%** dei cittadini si dichiara molto preoccupato dalla presenza di contenuti audiovisivi non protetti dal **diritto d'autore**;
- mentre i **minorenni** si dichiarano **meno preoccupati** della media per tutti i contenuti e attività fonti di rischio, più della metà degli **anziani** è molto preoccupata per *hate speech*, contenuti illegali di diverso tipo, *sfide social*.
- Più della metà della popolazione italiana si è imbattuta in contenuti di disinformazione, *revenge porn* e *hate speech*, e, in particolare, **più di 4 italiani su 10 (43,5%)** dichiarano di essersi imbattuti **frequentemente in contenuti di disinformazione**;
- la disinformazione e l'*hate speech* rappresentano l'unico genere di contenuti analizzati per cui l'aumento del livello di preoccupazione degli utenti è associato a una diretta esperienza di fruizione del fenomeno;

I RISULTATI IN SINTESI

- circa tre minorenni **su quattro hanno esperienza di fruizione** di contenuti potenzialmente afferenti alla categoria di ***negative user-generated content***, come sfide social, cyberbullismo, *revenge porn*, contenuti che incoraggiano disturbi alimentari e l'uso di sostanze stupefacenti illegali e contenuti di carattere sessuale non desiderati.

LE AZIONI DI CONTRASTO

- più di **8 cittadini su 10** svolgono **una qualche azione di contrasto** quando si imbattono in attività/contenuti che rappresentano fattori di rischio, e in particolare **più della metà** evita di accedere a quel canale o testata o sito o piattaforma dopo essersi imbattuto in contenuti o attività fattori di rischio e circa **un terzo** dei cittadini verifica la fonte del contenuto o della notizia potenzialmente rischiosa;
- più è alto il titolo di studio più cresce la frequenza di segnalazioni e verifiche
- La **maggior parte dei cittadini** ripone un **qualche livello di fiducia** nelle capacità di differenti attori sociali ed economici di tutelare gli utenti. I minori hanno più fiducia nella scuola di altri soggetti
- **quasi la metà della popolazione** (44,1%) **non si rivolge ad alcun soggetto** per avere indicazioni e suggerimenti per un utilizzo critico e consapevole dei mezzi di comunicazione
- una percentuale considerevole di minorenni si rivolge a famiglia (più della metà), insegnanti (circa un terzo) e, nel caso dei grandi minori, ad amici e compagni di scuola (30%).

ALGORITMI E USO CONSAPEVOLE

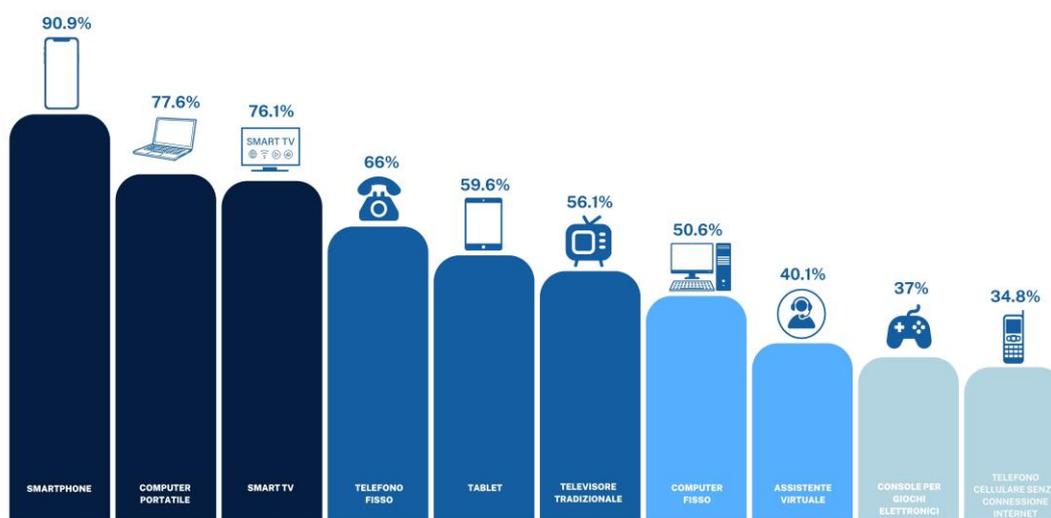
- **Più della metà della popolazione italiana** dai 14 anni in su (58,9%) è a conoscenza del **ruolo degli algoritmi di raccomandazione** utilizzati dalle principali piattaforme online, ma con un grande divario tra gli anziani (il 35,9%) e i giovani adulti (il 73,3%)
- **Solo il 7% degli italiani**, però, **ha un livello ottimale di alfabetizzazione algoritmica**, mentre **il 64,6% ha un livello nullo o scarso** (l'83% tra gli anziani) e poco più di un quarto ha un livello discreto o buono.
- **Il 48%** della popolazione italiana è a conoscenza della possibilità di **personalizzare** la propria esperienza di fruizione sulle piattaforme online attraverso modalità di cura o segnalazione dei contenuti, con un livello di conoscenza superiore alla media per grandi minori e giovani adulti e nettamente inferiore alla media per gli anziani;
- tra coloro che sono a conoscenza della possibilità di personalizzare la propria esperienza di fruizione sulle piattaforme online, l'80% dichiara di aver utilizzato almeno uno strumento di *curation* dei contenuti, e più del 60% di aver utilizzato almeno uno strumento di segnalazione dei contenuti, con differenti *pattern* di utilizzo tra fasce di età più evidenti per gli strumenti di segnalazione.

1. UN QUADRO DI INSIEME

Il 90% della popolazione italiana accede a Internet tutti i giorni

Lo **smartphone** è il **dispositivo più utilizzato dalla popolazione italiana** (Figura 1); più di tre quarti degli italiani dispongono inoltre del computer portatile e della **smart tv**, di recente al centro dell'esperienza di fruizione di diversi prodotti culturali e contenuti mediali.

Figura 1. Disponibilità di device tecnologici (% della popolazione italiana di età superiore ai 6 anni)



Smart tv, *console* e assistenti virtuali sono i dispositivi per i quali più si evidenzia una differente distribuzione della disponibilità a favore delle fasce di età dei minori e dei grandi minori. Se per la *smart tv* è possibile immaginare un'influenza dei più giovani sulla configurazione del set di dispositivi tecnologici disponibili in ambito familiare, per la *console* e gli assistenti virtuali l'utilizzo rimane soprattutto di tipo individuale e limitato quindi, soprattutto nel primo caso, ai più giovani.

Per quanto riguarda l'**accesso a Internet** (Figura 2), solo il 4% della popolazione italiana di età superiore ai 6 anni non vi accede, e solo il 6% non vi accede tutti i giorni, a dimostrazione della profonda pervasività della comunicazione digitale nella società contemporanea.

Figura 2. Frequenza di accesso a Internet (% della popolazione italiana di età superiore ai 6 anni)



Il livello di consumo di Internet appare non solo ampio, in termini di numero di ore di accesso giornaliero (più di 4 - per il 47,7%) , ma anche variegato, in quanto a numero di attività svolte, anche se è possibile individuare alcune specifiche differenze, sia in termini di livello di consumo di Internet sia in termini di attività svolte online, tra le fasce di popolazione più giovani e quelle più anziane.

L'analisi delle **attività più svolte online** nella settimana precedente la rilevazione (Figura 3) evidenzia in particolare che la ricerca di informazioni, il consumo di informazione (su temi di cronaca, politica e attualità) e la comunicazione tra amici sono quelle maggiormente praticate, essendo svolte da poco meno della metà della popolazione italiana. Significativa la preponderanza della comunicazione tra amici nei grandi minori.

Figura 3. Attività più svolte online nell'ultima settimana (% della popolazione italiana di età superiore ai 6 anni che accede a Internet - max 5 risposte possibili)

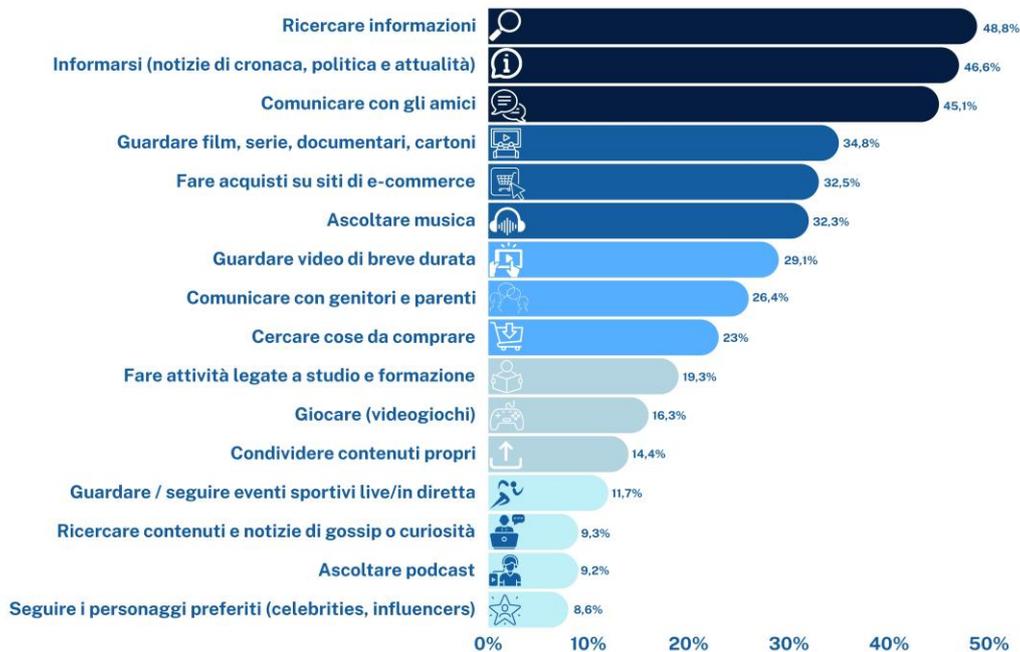
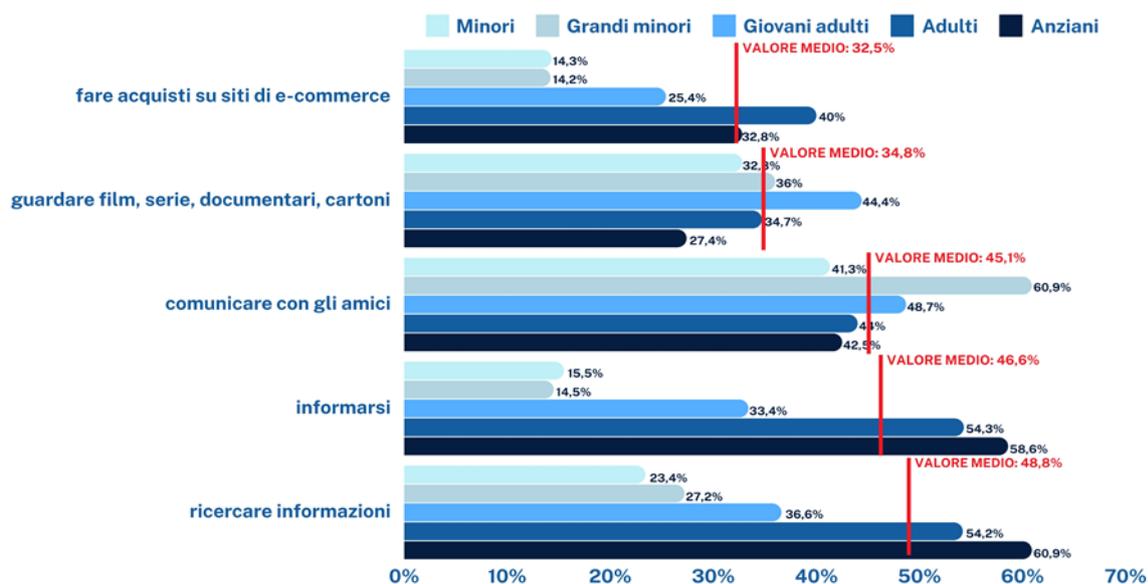


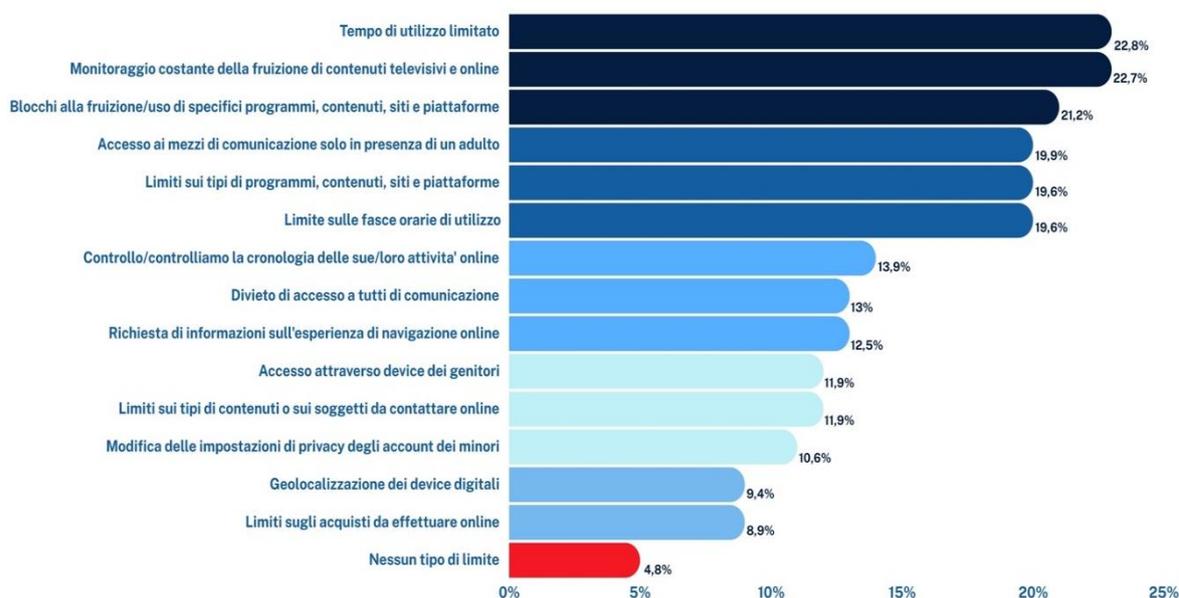
Figura 4. Principali attività svolte online per fascia di età



Otto genitori su dieci impongono regole ai figli

Con riferimento invece alle **modalità con cui i genitori regolano l'accesso ai media da parte dei figli** (minori di 16 anni), emerge una distribuzione variegata dell'utilizzo delle modalità di regolazione dell'accesso ai media (Figura 5), che dimostra l'ampio ricorso a tecniche afferenti a diverse strategie di mediazione genitoriale (*parental mediation*).

Figura 5. Modalità per regolare l'accesso dei figli ai media (% dei genitori di figli minori di 16 anni – max 5 risposte possibili)



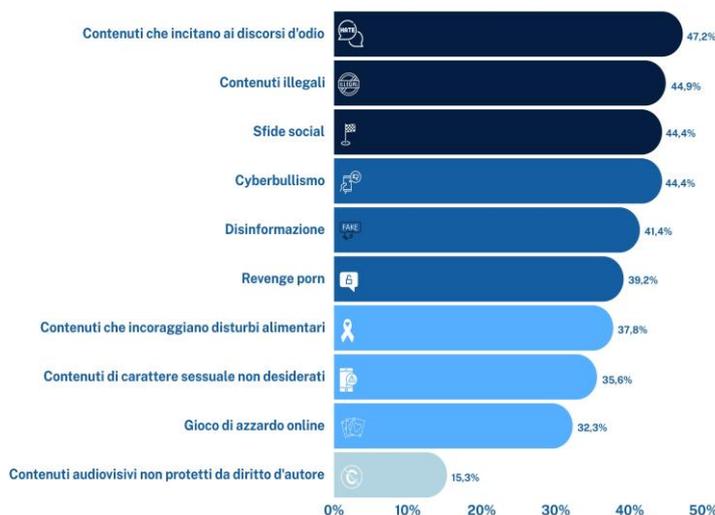
Le strategie di regolazione dell'accesso dei minori ai media da parte dei genitori appaiono inoltre piuttosto differenziate sia in ragione dell'età che del livello di istruzione. I **genitori più anziani** non sono soliti adottare una **strategia restrittiva** o perché più sensibili ad uno sviluppo individuale del minore non circoscritto alla semplice imposizione di limiti e obblighi, o in ragione di una minore consapevolezza dei potenziali contenuti negativi accessibili ai loro figli. I genitori con livello di istruzione superiore (laureati) adottano, alla luce della maggiore disponibilità di capitale culturale e sociale, **una strategia di co-using** che si coniuga con un'etica genitoriale attenta all'*empowerment* dell'espressività del minore.

2. I FABBISOGNI DI ALFABETIZZAZIONE DIGITALE E MEDIATICA

Hate speech, sfide social, cyberbullismo: i minori meno preoccupati degli adulti

Con riferimento al **livello di preoccupazione per diversi contenuti e attività fonti di rischio su tutti i mezzi di comunicazione**, si evidenzia un livello più alto nei confronti di fattori di rischio legati alla diffusione di contenuti negativi per la sfera individuale (contenuti sessuali non desiderati o che incoraggiano disturbi alimentari, consumo smodato di alcol, tabacco e di sostanze stupefacenti), collettiva (cyberbullismo, *revenge porn*, *sfide social*) e sociale (disinformazione, *hate speech*) rispetto a contenuti non protetti da diritti d'autore o riguardanti il gioco d'azzardo. Se più di 8 italiani su 10 si dichiarano genericamente preoccupati per i diversi contenuti e attività fonti di rischio, più di 4 su dieci si dichiarano invece molto preoccupati per *hate speech*, contenuti illegali di diverso tipo, *sfide social*, cyberbullismo e disinformazione (Figura 6). Mentre i **minorenni si dichiarano in genere meno preoccupati della media** della popolazione, più della metà degli anziani si dichiara invece molto preoccupata per *hate speech*, contenuti illegali di diverso tipo, *sfide social* e cyberbullismo.

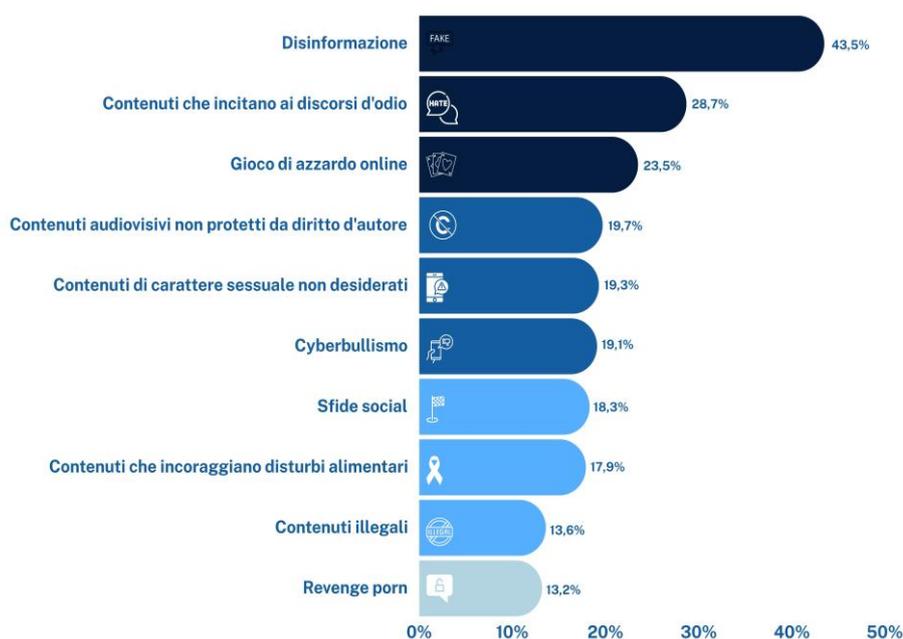
Figura 6. Alto livello di preoccupazione per la diffusione su tutti i mezzi di comunicazione di attività/tipo di contenuti (% della popolazione italiana di età superiore ai 6 anni)



Più del 40% dei cittadini esposto alla disinformazione

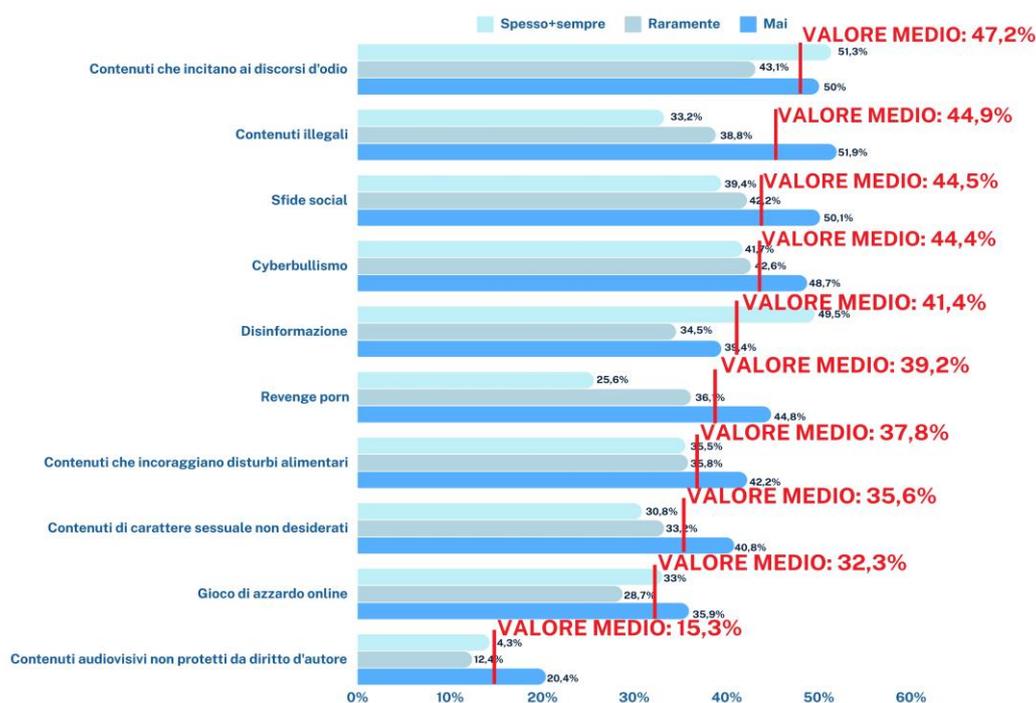
Per quanto riguarda invece **l'esposizione ai diversi fattori di rischio** emergono maggiori differenze, visto che la percentuale di individui che si imbatte in questo tipo di contenuti è superiore alla metà della popolazione solo per fenomeni quali disinformazione, *revenge porn* e *hate speech*. In particolare, più di 4 italiani su 10 dichiarano di essersi imbattuti frequentemente in contenuti di disinformazione (Figura 7).

Figura 7. Alto livello di esposizione ai fattori di rischio (% della popolazione italiana di età superiore ai 6 anni)



I giovani adulti e i minorenni si imbattono frequentemente in tutti i tipi di contenuti o attività potenzialmente **fattori di rischio in maniera superiore alla media**. La disinformazione e l'*hate speech* rappresentano invece l'unico genere di contenuti analizzati per cui l'aumento del livello di preoccupazione degli utenti è associato a una diretta esposizione al fenomeno (Figura 8).

Figura 8. Alto livello di preoccupazione dei fattori di rischio per relativo livello di esposizione (% della popolazione italiana di età superiore ai 6 anni)

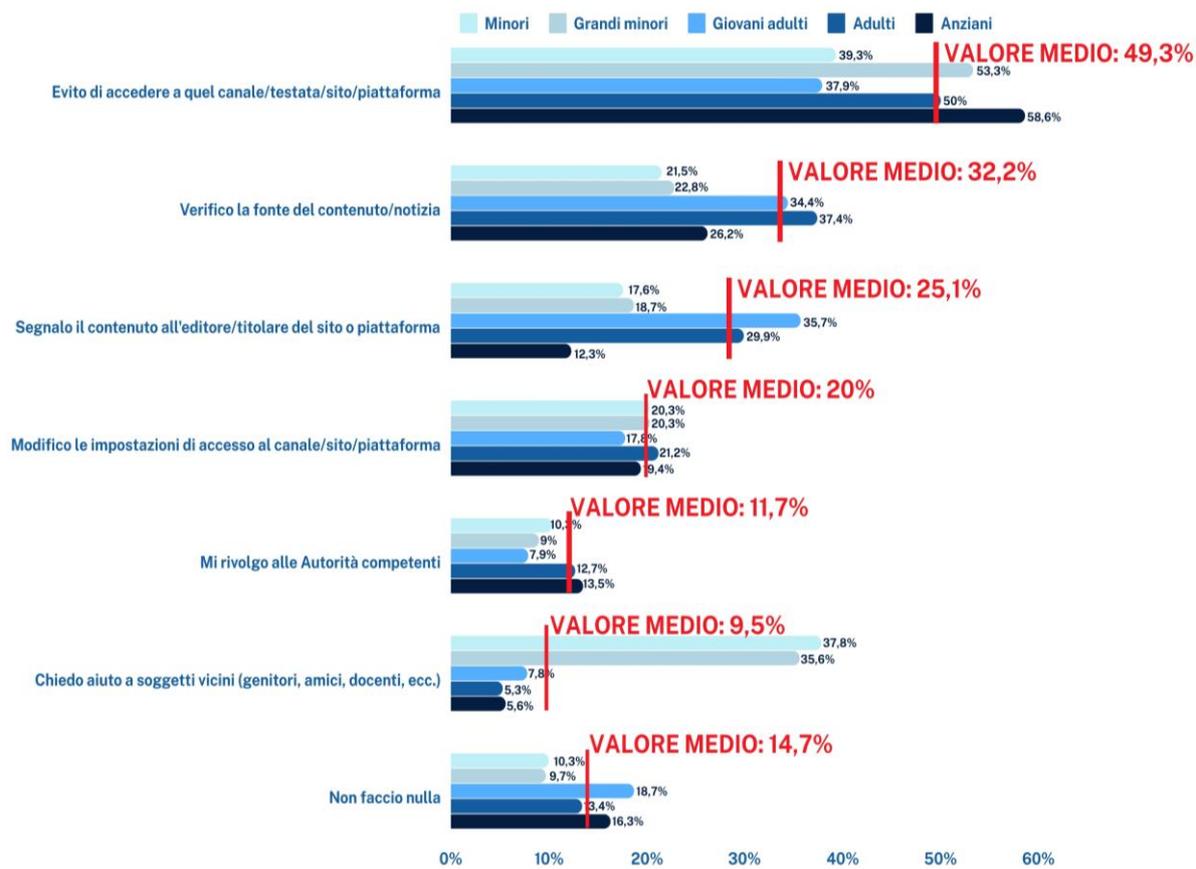


I minorenni si fidano della scuola per contrastare i rischi

Più di 8 cittadini su 10 svolgono **una qualche azione di contrasto** quando si imbattono in attività/contenuti che rappresentano fattori di rischio; più della metà di questi evita in particolare di accedere a uno specifico canale/testata/sito/piattaforma dopo essersi imbattuto in quel tipo di contenuti, piuttosto che verificare la fonte, segnalare il contenuto o modificare le impostazioni di accesso.

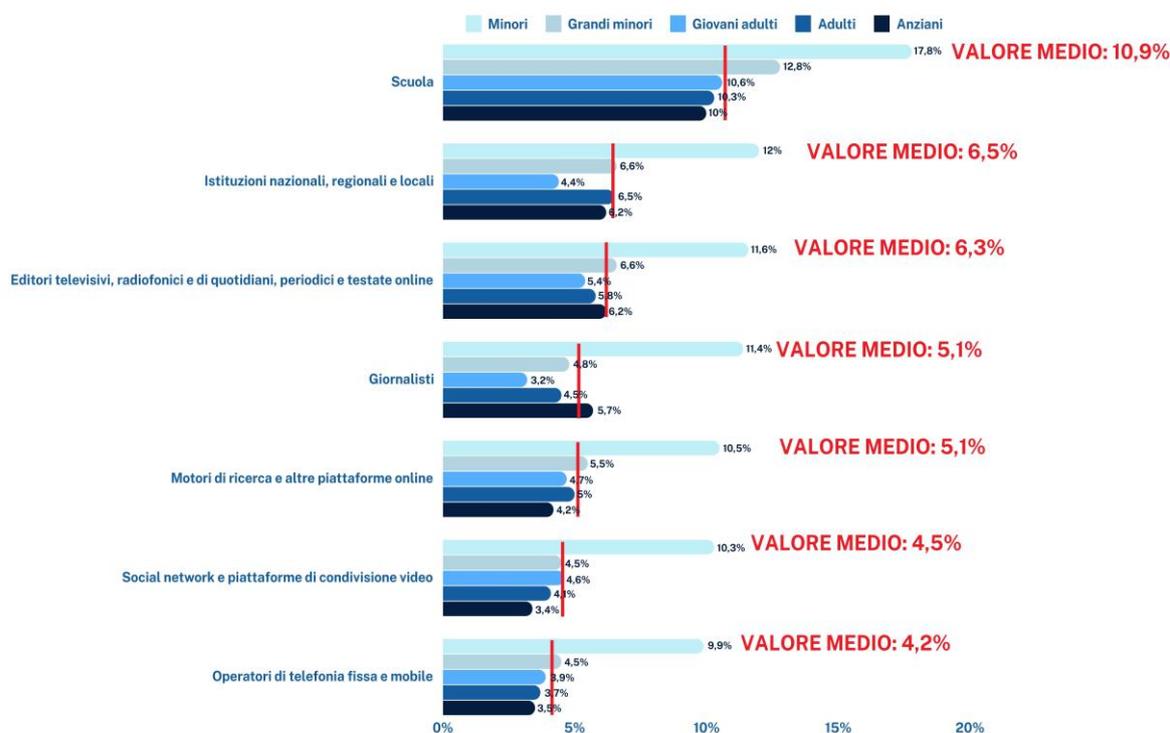
Più ridotta è la percentuale di cittadini che si rivolgono alle Autorità o chiedono aiuto a soggetti vicini. Gli anziani tendono a evitare l'accesso ai canali, testate o siti/piattaforme sui quali figurano contenuti rischiosi. Tra i **giovani adulti** emerge una maggiore tendenza a **segnalare il contenuto rischioso** all'editore/gestore della piattaforma, azione che certamente richiede un grado di proattività maggiore rispetto al semplice rifiuto di accedere al canale, testata o sito/piattaforma. Invece minori e grandi minori sono più propensi della media della popolazione italiana a chiedere aiuto ai soggetti vicini (genitori, amici, docenti, ecc.) (Figura 9).

Figura 9. Comportamenti dei cittadini quando si imbattono in contenuti/attività fattori di rischio per fasce di età (% della popolazione italiana di età superiore ai 6 anni – max 3 risposte possibili)



La **maggior parte dei cittadini** ripone un **qualche livello di fiducia** nelle capacità di differenti attori sociali ed economici di tutelare gli utenti e impegnarsi a favorire un utilizzo critico e consapevole dei mezzi di comunicazione. Tra i **minorenni** la quota di individui che si fidano molto della capacità di scuola, istituzioni e altri soggetti di tutelare gli utenti e impegnarsi a favorire un utilizzo critico e consapevole dei mezzi di comunicazione è minoritaria ma comunque superiore alla media (Figura 10).

Figura 10. Alto livello di fiducia nei confronti della capacità dei soggetti di tutelare gli utenti e impegnarsi a favorire un utilizzo critico e consapevole dei mezzi di comunicazione per fasce di età (% della popolazione italiana superiore ai 6 anni)



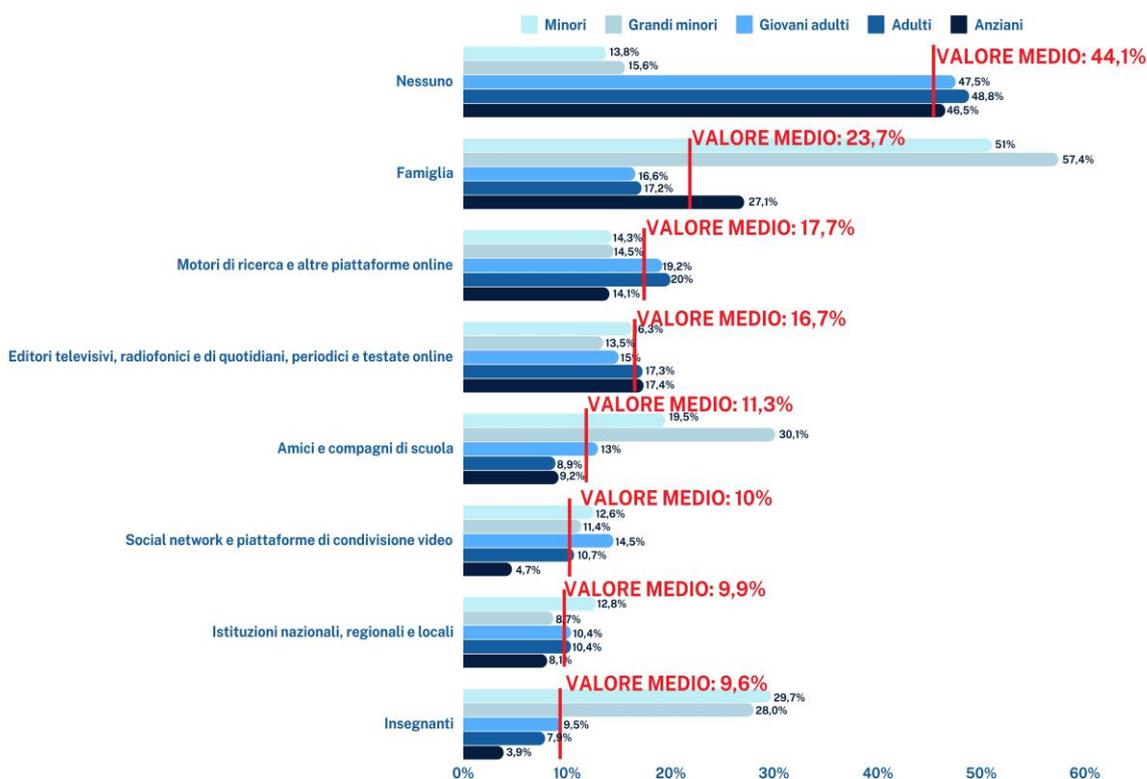
Più della metà dei minorenni si rivolge alla famiglia per avere indicazioni e suggerimenti per un utilizzo consapevole dei media

Quasi la **metà della popolazione** (44,1%) non si rivolge ad alcun soggetto per avere indicazioni e suggerimenti per un **utilizzo critico e consapevole** dei mezzi di comunicazione. Fra i soggetti a cui ci si rivolge maggiormente emergono in ogni caso la famiglia e i motori di ricerca, che superano anche i mezzi tradizionali (ivi incluso l'operatore di servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale), oltre che amici e compagni di scuola, social network e piattaforme di *video-sharing*, istituzioni e insegnanti. Anche in questo ambito, emergono alcune **differenze tra le diverse fasce di età**: in particolare, i minorenni si rivolgono preferibilmente alla famiglia e agli insegnanti, ma anche ad amici e compagni di scuola, mentre non emergono particolari differenze riguardo alla preferenza accordata a istituzioni, editori tradizionali e piattaforme (Figura 11).

Tale dato, peraltro, appare in controtendenza rispetto a quello relativo alla fiducia nei confronti della capacità di determinati soggetti di tutelare gli utenti e impegnarsi a favorire un utilizzo critico e consapevole dei mezzi di comunicazione, ed evidenzia come

i minorenni, sebbene ripongano una fiducia maggiore delle altre fasce di popolazione nei confronti di istituzioni, piattaforme online ed editori, non facciano poi affidamento a tutti questi soggetti per ottenere indicazioni e suggerimenti in materia di *media literacy*.

Figura 11. Cittadini che si rivolgono a figure, istituzioni e agenzie per avere indicazioni e suggerimenti per un utilizzo critico e consapevole dei mezzi di comunicazione per fasce di età (% della popolazione italiana di età superiore ai 6 anni – max 3 risposte possibili)

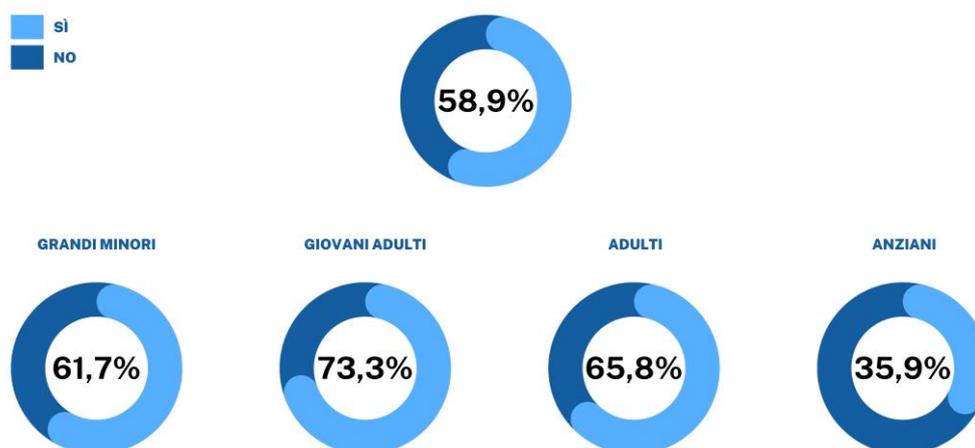


3. L'ALGORITHMIC LITERACY NEL SISTEMA MEDIALE DIGITALE

Più del 50% conosce il ruolo degli algoritmi di raccomandazione

L'attività di ricerca si è poi focalizzata sul tema dell'*algorithmic literacy*, attraverso l'analisi dell'*algorithmic awareness* e dell'utilizzo dei principali strumenti di *curation*² e segnalazione messi a disposizione dalle piattaforme online da parte della popolazione italiana. In questo ambito è possibile innanzitutto evidenziare che **più della metà** della popolazione italiana di età uguale o superiore ai 14 anni è a conoscenza del **ruolo degli algoritmi di raccomandazione** dei contenuti nel funzionamento delle principali piattaforme online (Figura 12), con un livello di consapevolezza superiore alla media per i giovani adulti e nettamente inferiore alla media per gli anziani.

Figura 12. La conoscenza degli algoritmi di raccomandazione dei contenuti (% della popolazione italiana di età uguale o superiore ai 14 anni)

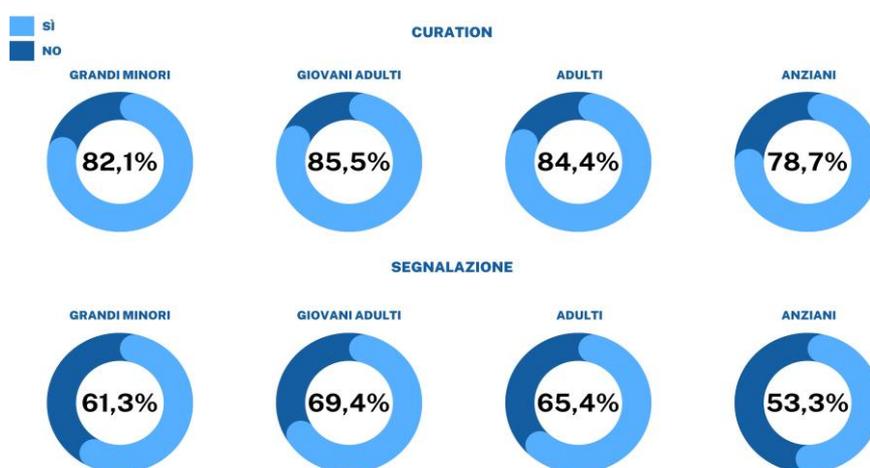


Poco meno della metà della popolazione italiana è a conoscenza della possibilità di **personalizzare la propria esperienza di fruizione** sulle piattaforme online attraverso modalità di *curation* o segnalazione dei contenuti, con un livello di conoscenza superiore alla media per grandi minori e giovani adulti e nettamente inferiore alla media per gli anziani. Tra coloro che sono a conoscenza di questa

² Per *curation* si intende, in maniera più specifica, quell'insieme di attività volte a modificare le modalità di presentazione dei contenuti o dei contenuti pubblicitari o della pagina principale (feed, Per Te, ecc.) e le modalità di gestione delle informazioni e dei dati personali, oltre che a visualizzare o ricercare informazioni aggiuntive sugli stessi contenuti sulle piattaforme online (social network, piattaforme di condivisione video, ecc.).

possibilità (ovvero il 47,6% della popolazione italiana di età superiore ai 14 anni), l'80% dichiara di aver utilizzato almeno uno strumento di *curation* dei contenuti, delle modalità di presentazione delle pagine principali e di gestione delle proprie informazioni personali, e più del 60% di aver utilizzato almeno uno strumento di segnalazione dei contenuti (Figura 13), con differenti *pattern* di utilizzo tra fasce di età più evidenti per gli strumenti di segnalazione.

Figura 13. Utilizzo degli strumenti di *curation* e segnalazione dei contenuti sulle principali piattaforme online per fasce di età (% della popolazione italiana di età uguale o superiore ai 14 anni che conosce le possibilità di personalizzare la propria esperienza di fruizione sulle piattaforme online)

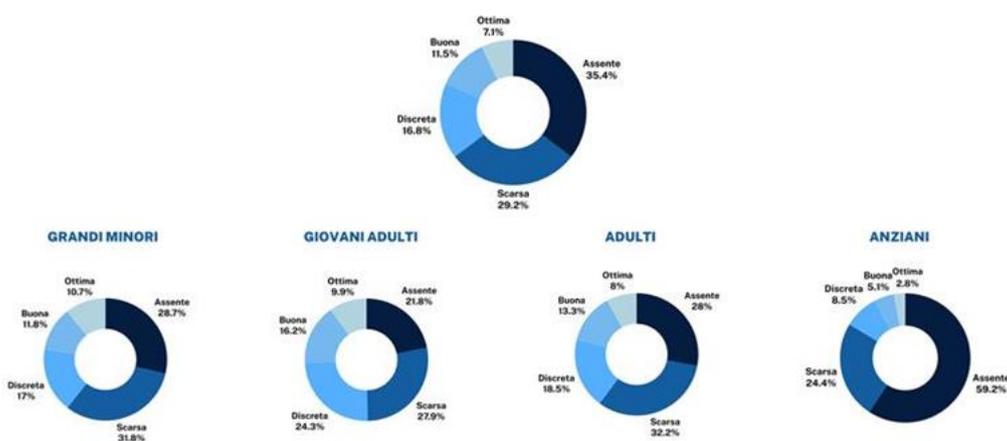


Algoritmi, per un terzo degli italiani nessun grado di alfabetizzazione

Sulla base delle informazioni disponibili, è stato quindi elaborato uno specifico **indice di *algorithmic literacy*** (figura 14), che analizza in prima battuta la conoscenza dei sistemi algoritmici di raccomandazione dei contenuti e delle possibilità di personalizzare la propria esperienza di fruizione delle piattaforme online, e, in seconda battuta, la capacità di svolgere autonomamente concrete azioni di *curation* (e segnalazione) dei contenuti. Quasi **un terzo della popolazione italiana** di età uguale o superiore ai 14 anni **non possiede alcun grado di alfabetizzazione algoritmica**, non essendo neppure consapevole dei meccanismi algoritmici alla base del funzionamento delle piattaforme online. Il 64,6% della popolazione uguale o superiore ai 14 anni ha un livello nullo o scarso di *algorithmic literacy*, ovvero limitato a singoli aspetti di *awareness*. Poco più di un quarto della popolazione italiana ha invece un livello discreto o buono di alfabetizzazione algoritmica, affiancando a livelli completi di *awareness* anche lo svolgimento di alcune azioni di *curation* dei contenuti sulle piattaforme online

in modalità più o meno ampie. Infine, solo il 7% raggiunge un livello di consapevolezza ottimale ed è in grado di utilizzare sia sistemi di *curation* sia sistemi di segnalazione dei contenuti sulle piattaforme online. Svolgendo un'analisi per fasce di età, si evidenzia inoltre che tra gli anziani prevalgono nettamente gli individui con livello di *algorithmic literacy* assente, i giovani adulti presentano una quota inferiore alla media della popolazione con livello assente di *algorithmic literacy*, ma una quota superiore con discreto o buon livello di alfabetizzazione algoritmica. Tra i grandi minori la quota di individui con ottimo livello di alfabetizzazione algoritmica (10,7%) supera di poco la media generale, a testimonianza quindi del fatto che questa categoria di utenti dispone un *know-how* non particolarmente superiore a quello della restante popolazione, dato peraltro confermato dalla quota di adolescenti che hanno un livello di alfabetizzazione algoritmica nullo (29%) o scarso (32%).

Figura 14. Livello di *algorithmic literacy* (% della popolazione italiana di età uguale o superiore ai 14 anni)



In particolare, emerge come un livello medio-alto di *algorithmic literacy* sia maggiormente presente tra giovani adulti, e fra gli utenti che sperimentano un *range* di attività online e usi della rete più ampio e variegato.

4. CONCLUSIONI

Alla luce delle analisi effettuate e delle principali evidenze empiriche emerse, è stato possibile elaborare delle specifiche indicazioni di *policy* per target di età, nonché per programmi, misure e iniziative di alfabetizzazione digitale e mediatica legate a specifiche tematiche.

Per quanto riguarda i **minorenni**, il coinvolgimento dei genitori appare rilevante per la corretta educazione civica digitale dei minori, su cui possono intervenire anche altri familiari e tutta la comunità educante in ambito scolastico. È emersa l'utilità di programmi di alfabetizzazione digitale e mediatica specifici che ricerchino un maggior *engagement* con i minori attraverso metodi innovativi, in grado di promuovere tra questa fascia di popolazione – la più esposta ai contenuti a rischio sebbene meno preoccupata – le opportunità di segnalazione e di denuncia. La scuola resta un riferimento; in questo contesto, è auspicabile sia un ruolo attivo di *media educator*, formatori specializzati ed esperti sia l'adozione di un approccio di *digital citizenship education* da affiancare a quello di alfabetizzazione digitale e mediatica.

Per gli **adulti**, emerge l'importanza di interventi specifici in materia di disinformazione e discorsi di odio, nonché di iniziative e programmi di alfabetizzazione ai linguaggi mediatici idonee a sviluppare competenze specifiche per la fruizione di contenuti in ambienti digitali, con riferimento in particolare alla cd. pirateria dei contenuti audiovisivi e al gioco d'azzardo online.

Infine, per quanto riguarda gli **anziani**, i dati testimoniano una maggiore vulnerabilità che suggerisce di puntare su iniziative mirate a sviluppare una maggiore comprensione dell'ambiente mediale, anche attraverso interventi specifici su concreti aspetti e strumenti delle piattaforme online più utilizzate.

Venendo invece alla proposta di indicazioni di *policy* specifiche per programmi, misure e iniziative di alfabetizzazione digitale e mediatica in materia di **disinformazione**, si ritiene opportuno lo sviluppo di curricula formativi che pongano al centro dell'attenzione l'azione e non solo l'interpretazione dei contenuti mediali, sviluppando l'abilità di pensare criticamente e analizzare l'informazione nel mondo digitale. Tra i destinatari degli interventi sul tema, andrebbero incluse anche quelle categorie di utenti più propense a cercare notizie online ma che solitamente non sono oggetto di programmi e iniziative di alfabetizzazione (ad es. anziani o adulti con medio/alto livello di istruzione).

Per quanto riguarda l'**hate speech**, la ricerca ha evidenziato la necessità di programmi dedicati ai forti fruitori della rete alla luce della diffusa presenza di questo fenomeno

negli ecosistemi informativi delle piattaforme online. Considerato anche il legame tra *hate speech* e disordine informativo, sarebbero utili interventi di sensibilizzazione complementari con quelli in materia di disinformazione e non limitati alla semplice verifica delle fonti.

Con riferimento alla tutela del **diritto d'autore** e alla prevenzione e al contrasto del **gioco d'azzardo online**, si rivela significativa la predisposizione di programmi e iniziative specifiche atte a far percepire l'illiceità dell'utilizzo abusivo di contenuti protetti nonché a educare a una fruizione corretta dei contenuti audiovisivi e di *gambling* nell'ambiente mediatico digitale. Tali interventi, per la loro specificità, dovrebbero essere concepiti in maniera separata rispetto alle iniziative di alfabetizzazione sugli altri temi indagati in questa ricerca.

Sullo specifico tema dell'**alfabetizzazione algoritmica** (*algorithmic literacy*), da un lato il legame tra l'ampio e differenziato numero di attività svolte online e il livello di consapevolezza del ruolo degli algoritmi (*algorithmic awareness*), dall'altro il ricorso a strumenti di segnalazione da parte di soggetti con esperienza di fruizione di diversi tipi di contenuti, evidenziano la presenza di un quadro piuttosto discontinuo. Tali evidenze dovrebbero indurre tutti i soggetti interessati a sviluppare programmi di *algorithmic literacy* e a tener presenti le opportune differenze, in termini di pubblici-target e tipi di iniziative, tra innalzamento dei livelli di consapevolezza algoritmica dei cittadini ed educazione all'utilizzo degli opportuni strumenti di tutela o personalizzazione della fruizione dei contenuti online da parte degli utenti.

Con riferimento, infine, al **ruolo delle istituzioni**, la ricerca mostra la loro forte potenzialità - all'interno di programmi e iniziative mirate in materia di alfabetizzazione digitale e mediatica- per istruire i cittadini sia sulla possibilità di svolgere specifiche azioni di segnalazione o verifica delle fonti, sia sulle opportunità di ricorso alle Autorità preposte.