

Credit Suisse

# Barometro della gioventù 2016



Foto: Jonathan Alcorn/Reuters

Il grande sondaggio condotto  
negli Stati Uniti, in Brasile,  
a Singapore  
e in Svizzera.



**Generazione stress?** – Il mondo è dei giovani, si usa dire. Eppure i risultati del barometro della gioventù Credit Suisse 2016 non sembrano rispecchiare questo senso di libertà. I giovani tra i 16 e i 25 anni danno più l'impressione di essere una «generazione stress». Gli intervistati in Svizzera, Brasile, Singapore e USA dalla vita vogliono tutto: fare carriera ma con un buon equilibrio tra lavoro e vita privata, avere autonomia ma lavorare in un'azienda internazionale, risparmiare meno ma acquistare una casa. E poi sono sempre connessi, comunicano, giocano e scoprono nuove piattaforme. La novità di quest'anno è Snapchat.

Poiché politicamente stanno accadendo molte cose, il fulcro del sondaggio è il tema «la politica in rete». Al tema è dedicato il primo capitolo e il confronto tra Flavia Kleiner (Operation Libero), Lukas Reimann (UDC) e Otfried Jarren (Università di Zurigo). Di sviluppo digitale parla anche la sociologa americana Sherry Turkle che esprime le proprie preoccupazioni per la generazione dei cellulari, la cui attenzione è costantemente in uno «stato confusionale».

*La redazione*

## Sommario

### #1 La politica in rete

Con Internet la politica è più avvincente. Il terrorismo preoccupa. La fiducia cala. – Pag. 55

### #2 Comunicazione

Digitale non significa globale: le differenze regionali. Cresce il mobbing online. – Pag. 58

### #Tavolarotonda

Come funziona la e-politica? Ne discutono Flavia Kleiner (Operation Libero), Lukas Reimann (UDC) e Otfried Jarren (Università di Zurigo). – Pag. 60

### #3 Trend e media

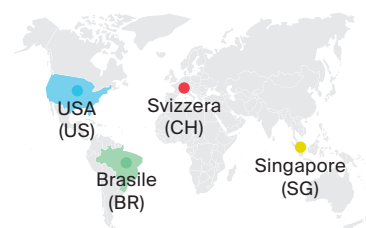
Cellulari e app sono *in*, droghe e associazioni *out*. La radio perde importanza. – Pag. 65

### #4 Lavoro, finanze, carriera

Conti di risparmio no, abitazione propria e azioni sì. Più debiti per il cellulare. Autonomia e home office in voga. – Pag. 67

### #Intervista


Sherry Turkle: troppo Internet e cellulare fanno male. – Pag. 69



Per il barometro della gioventù Credit Suisse 2016 sono stati intervistati circa 1000 giovani tra i 16 e i 25 anni negli Stati Uniti, in Brasile, a Singapore e in Svizzera. Il sondaggio è stato condotto online dall'istituto di ricerca gfs.bern tra aprile e giugno 2016. Dal 2010 il barometro della gioventù viene rilevato ogni anno per conto di Credit Suisse. L'analisi per Bulletin è stata effettuata dalla redazione (Simon Brunner), le illustrazioni sono di Timo Meyer.

Questo dossier presenta i risultati principali e più interessanti e le interpretazioni degli esperti. Per la versione integrale dello studio:

 #youthbarometer

 [www.credit-suisse.com/youthbarometer](http://www.credit-suisse.com/youthbarometer)

# La politica in rete

Internet rende la politica più interessante, più vicina alla gente, ma anche più manipolabile. Preoccupazioni sul terrorismo e sull'assistenza sanitaria. Fiducia in leggero calo.

Il recente passato è stato molto intenso politicamente proprio nei quattro paesi dell'inchiesta: elezioni a Singapore (settembre 2015), elezioni in Svizzera (ottobre 2015), impeachment contro la presidente Rousseff in Brasile e campagna elettorale negli USA.

Per quanto diverse siano state le situazioni e le tematiche nazionali, ciò che unisce i politici di tutto il mondo da un paio d'anni è la forma di comunicazione comune. Sempre più spesso utilizzano Internet e i social media per diffondere i loro messaggi. Ma raggiungono la fascia giovane dell'elettorato? E i messaggi arrivano a destinazione? La maggioranza dei giovani in tutti i paesi dell'inchiesta valuta positivamente la possibilità di commentare e discutere online i temi politici.

Questo è un vantaggio per la politica nel rispettivo paese. Tranne che in Svizzera, viene anche ampiamente condivisa l'affermazione secondo cui «Facebook, Twitter e i commenti online rendono la politica più interessante e concreta e mi

motivano a impegnarmi di più politicamente».

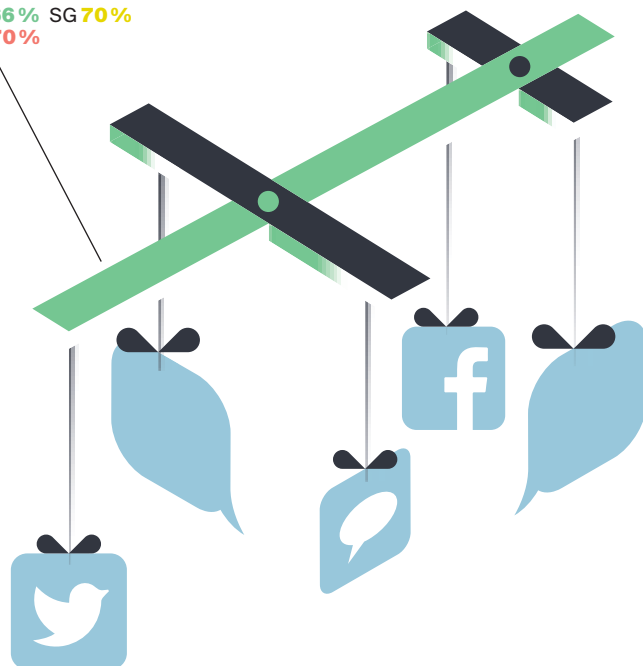
Inoltre, secondo gli intervistati, Internet e i social media avvicinano la politica e l'economia alla gente: «Grazie ai commenti online e ai post, oggi le organizzazioni e le imprese tengono più conto di ciò che la gente vuole realmente». Questa affermazione è appoggiata negli USA, in Brasile e a Singapore da più del 62% degli intervistati, mentre solo gli svizzeri sono leggermente meno convinti (51%), forse perché grazie alle tante elezioni e votazioni hanno comunque sufficienti possibilità di comunicare la loro opinione.

Una grande maggioranza degli intervistati in tutto il mondo è consapevole del fatto che i contributi su Facebook, Twitter e Co. possono essere manipolati, mentre solo una >

**82%**  
L'82% vede come vantaggiosi i post/commenti per la politica in Brasile.  
US 58% SG 70%  
CH 50%

I contenuti su Facebook e Twitter possono essere in parte manipolati.

US 58% BR 66% SG 70%  
CH 70%



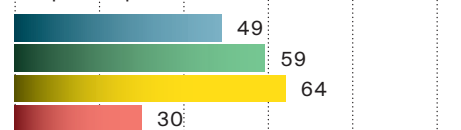
Facebook, Twitter e commenti online sono sinceri e non manipolati.

US 47% BR 42% SG 52%  
CH 19%

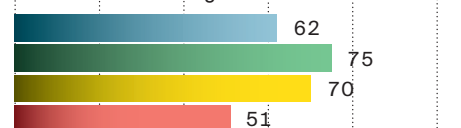
## #1.1 Politica online

### Interessante, trasparente ... tranne per i troll!

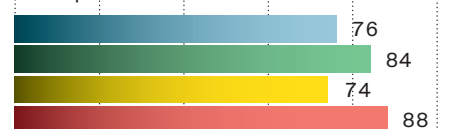
Facebook, Twitter e commenti online rendono la politica più interessante e concreta.



Grazie ai commenti online e ai post, oggi le organizzazioni e le aziende tengono più conto di ciò che la gente vuole realmente.



Ci sono troll in Internet, che con i loro commenti e post vogliono solo provocare.



0 Consenso in percentuale 100

minoranza, tranne che a Singapore, ritiene che questi commenti siano sinceri e non manipolati. Gli svizzeri sono particolarmente critici su questo punto. Solo il 19% crede che nei social media venga mostrata la vera natura delle persone. Dappertutto è noto che online esistono i cosiddetti troll, che non forniscono alcun contributo sincero al dibattito, ma vogliono solo provocare (maggiori informazioni sull'interazione tra Internet e la politica nella tavola rotonda a pagina 60).

Indipendentemente da Internet, quali sono per i giovani i maggiori problemi del loro paese? Soprattutto in Brasile una serie di problemi desta preoccupazioni da anni. Corruzione e disoccupazione sono citati anche

nel 2016 da oltre due terzi dei giovani tra i 16 e i 25 anni come grandi problemi – una tale unanimità non esiste in nessun altro paese.

La disoccupazione è uno dei principali problemi in tutti i paesi. In tre paesi è tra i primi 5, in Svizzera il 21% lo ritiene il maggior problema del paese, e nel barometro delle apprensioni di Credit Suisse la

disoccupazione è da anni in cima alla classifica anche tra gli adulti (si veda [www.credit-suisse.com/worrybarometer](http://www.credit-suisse.com/worrybarometer)). I giovani svizzeri sono preoccupati inoltre dalla convivenza e dal-

l'accoglienza e integrazione degli stranieri. La questione dei rifugiati è stata definita un problema dal 22% degli intervistati nel primo barometro della gioventù (2010), oggi dal 46%. (I principali problemi dei giovani svizzeri nel 2010 e oggi sono illustrati a pagina 62.) Nel corso degli anni è aumentata l'importanza del terrorismo, ma questa non è una grande sorpresa. A Singapore occupa il primo posto, negli USA il secondo e in Svizzera il sesto posto della classifica delle preoccupazioni: nel 2010 il 13% degli svizzeri aveva citato il terrorismo come problema, oggi la percentuale è già salita al 23%.

Negli USA, in Brasile e a Singapore ci si preoccupa sempre più del sistema sanitario e della cassa malati e dei suoi premi. In Svizzera questo tema non figura nemmeno tra i primi 10. Un altro istituto sociale che da anni è fonte di preoccupazione è l'AVS, attualmente al terzo posto dei problemi.

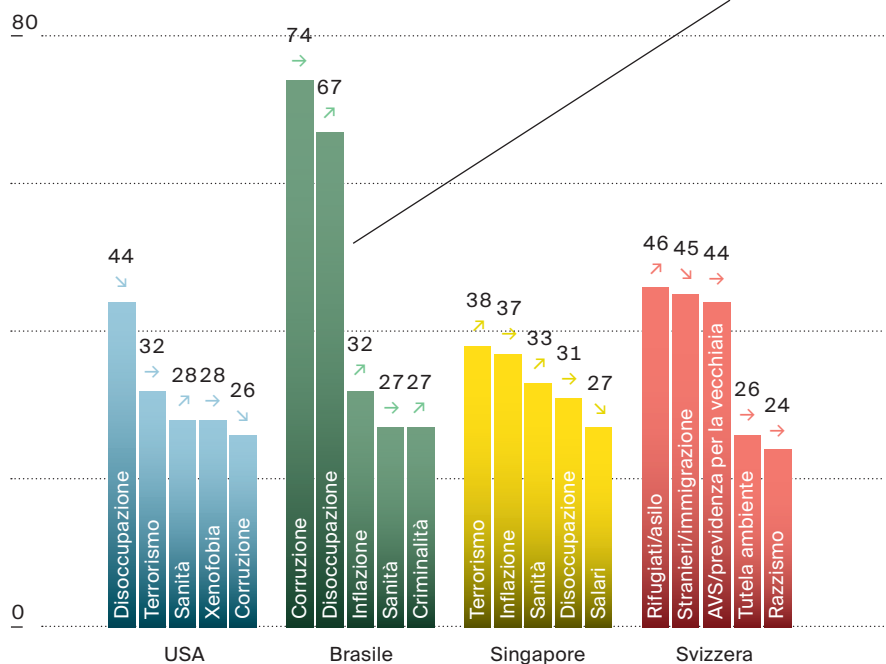
Malgrado tutte le preoccupazioni, i giovani guardano con fiducia al futuro, anche se un po' meno rispetto agli anni precedenti. È poco sorprendente che i giovani svizzeri siano i più ottimisti (59%), ma anche la maggioranza dei giovani brasiliani (54%) sono tuttora fiduciosi in un futuro positivo. Nel 2010 però, la pensava così il 67% degli intervistati. Negli USA questa affermazione raggiunge da anni una maggioranza risicata, mentre a Singapore poco meno del 50% dei giovani appoggia questa affermazione. □

Nel 2010 il **13%** vedeva nel terrorismo un problema per la Svizzera, oggi il dato è aumentato al

**23%**.

## # 1.2 I problemi maggiori

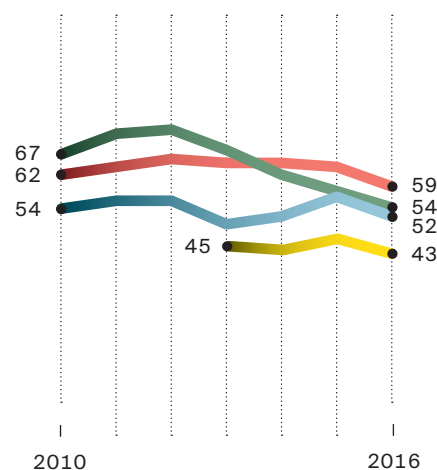
### Cosa preoccupa i giovani



Nel 2012 la situazione in Brasile era ancora percepita come meno grave: corruzione **50%**, disoccupazione **43%**.

## # 1.3 Opinione sul proprio futuro

### Fiducia in leggero calo



«La lista seguente riporta alcuni dei temi su cui si è scritto e dibattuto molto di recente: legga tutta la lista e selezioni i cinque punti che personalmente ritiene siano i cinque principali problemi del suo paese.», in percentuale

«Come sarà secondo lei il suo futuro?» Risposta «abbastanza positivo», in percentuale



Grande insoddisfazione in Brasile.  
Nella foto: proteste contro  
la presidente Rousseff a Copacabana,  
Rio de Janeiro (aprile 2016).



I giovani negli USA si preoccupano per disoccupazione,  
terrorismo e sanità. Nella foto: partecipanti  
a una manifestazione del candidato alla presidenza  
Donald Trump nello Iowa nel gennaio 2016.

# #2

# Comunicazione

- Essere offline è out. Digitale non vuol dire globale: ci sono forti differenze regionali. Partenza a razzo: Snapchat. Molti giovani vittime del mobbing online.

# 25%

Solo pochi ritengono che «essere offline» sia in, e lo fanno davvero.

US **18%**, BR **19%**,  
SG **19%**, CH **25%**.



Se si vogliono capire i giovani, bisogna sapere come comunicano. Non sorprende molto il fatto che solo un quarto (Svizzera) o circa un quinto dei giovani (USA, Brasile, Singapore) ritiene che «restare offline di tanto in tanto» sia in e lo faccia realmente.

Una spiegazione potrebbe essere che i giovani di ogni epoca hanno sempre temuto di perdersi qualcosa di interessante. Nel gergo inglese è stata coniata addirittura una definizione specifica per questa sensazione: FOMO («fear of missing out» ovvero «paura di lasciarsi sfuggire qualcosa»).

Una motivazione più profonda potrebbe essere che gli intervistati non fanno alcuna distinzione tra online e offline. Per la generazione dei nati a partire dal 1991 e che non conosce il mondo senza Internet, il mondo analogico e quello digitale sono indissolubilmente legati ormai da tempo. Un esempio a sostegno di questa tesi è il gioco per cellulari



Lo smartphone fa la parte del leone nella vita degli intervistati. Nella foto: giovani giocano a Pokémon Go con il telefonino sulla Casinoplatz di Berna (giugno 2016).

Pokémon Go (immagine in basso a sinistra). A trovare strano il fatto di catturare personaggi fantastici nel mondo reale sono rimasti solo i genitori.

Dal barometro della gioventù nel complesso emerge che, sebbene l'aggettivo «digitale» non conosca confini e venga spesso messo sullo stesso piano di «globale», esistono grandi differenze tra i vari paesi, che diventano visibili proprio nella comunicazione. Gli SMS continuano ad essere sempre più importanti negli USA e a Singapore, ma in Brasile e Svizzera sono usati solo da una minoranza. Questo perché, perlomeno negli USA, il pur americanissimo WhatsApp non ha mai attecchito per il fatto che gli SMS sono sempre stati prevalentemente gratuiti. In Svizzera e in Brasile invece predomina WhatsApp.

Facebook svolge sempre più funzioni nella vita dei giovani. Facebook Messenger è in cima alla hit parade degli strumenti di comunicazione in tutti i Paesi (a Singapore è 4°), ma i social network servono anche per consumare informazioni e sono «in» da anni (si veda il capitolo #3). Anche WhatsApp fa parte del gruppo Facebook, che pubblica i seguenti numeri di utenti: Facebook: 1,6 miliardi di utenti attivi ogni mese, WhatsApp: 900 milioni, Messenger: 800 milioni.

Eppure nelle tecnologie digitali i giovani non sono molto fedeli alle marche e, stando alle loro risposte, Facebook e WhatsApp potrebbero presto finire sotto pressione perché è emerso un nuovo beniamino: Snapchat di Los Angeles, fonda-

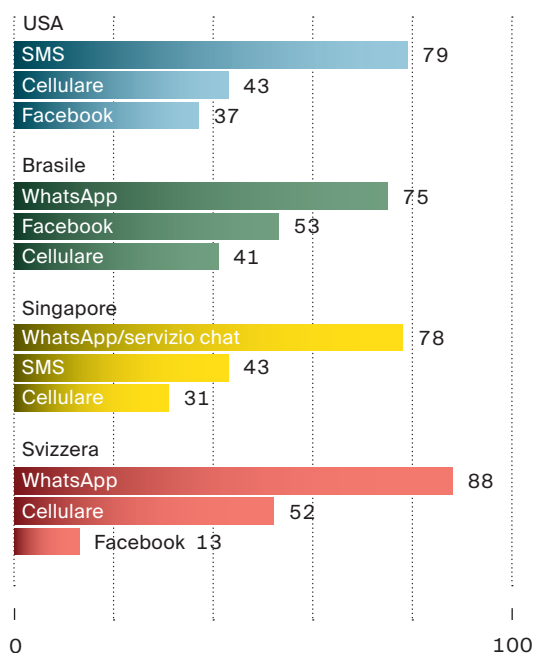
to nel 2011. Questo social network, che più di WhatsApp è incentrato su foto e video e offre una maggiore privacy (i messaggi vengono cancellati dopo un determinato periodo e si viene informati se un destinatario salva qualcosa), è già utilizzato dal 52% degli intervistati in Svizzera. Anche per la fruizione di notizie si ricorre sempre più spesso a Snapchat in tutti i Paesi. Secondo Bloomberg, Snapchat vale già 18 miliardi di dollari, ma non viene comunicato il numero di utenti.

**39%**  
Mobbing diffuso su Facebook: us **40%**, BR **25%**, SG **33%**, CH **39%**.

Per finire, una notizia meno rassicurante: molti giovani hanno già avuto esperienze negative con la comunicazione in Internet. Il 40% negli USA, il 25% in Brasile, il 33% a Singapore e il 39% in Svizzera ha ammesso di essere stato vittima di molestie o di aver subito un vero e proprio mobbing su Facebook. In Svizzera questo valore ha subito un'impennata, visto che nel 2010 era solo l'11% a segnalare questo tipo di esperienze. Questo potrebbe essere un motivo per cui negli ultimi anni sono diventati più popolari quei social network (WhatsApp, Snapchat, Facebook-Messenger) in cui è più facile stabilire chi può leggere e commentare un post, rispetto alla bacheca di Facebook. □

## # 2.1 Possibilità di comunicare con gli amici

### SMS preferiti ormai solo negli USA



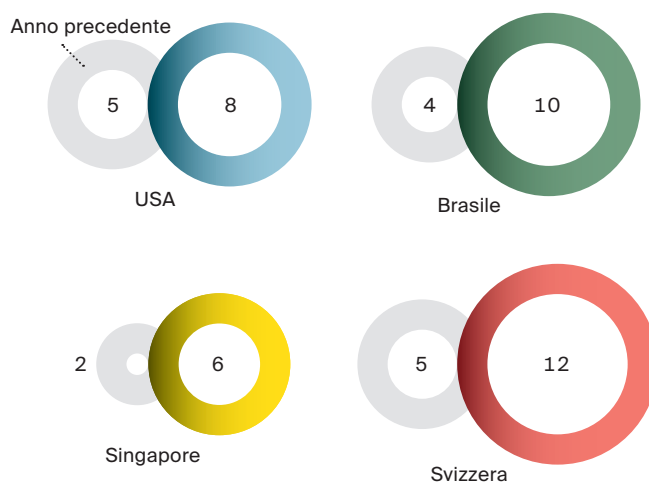
«Quali possibilità utilizza per restare in contatto con i suoi amici?», percentuali sommate del primo e del secondo strumento di contatto più importante, in percentuale

● US ● BR ● SG ● CH

## # 2.2 Trend

### Partenza a razzo per Snapchat

Snapchat: un social network statunitense, incentrato su foto e video e dove i messaggi ricevuti non possono essere salvati.



«In media, per quanto tempo al giorno utilizza i seguenti media per scopi privati?», risposta «almeno 1-2 ore», in percentuale



# «I social media sono uno spazio reale, come il cortile di una scuola»

Due politici e un professore di pubblicitaria commentano i risultati del barometro della gioventù, il ruolo dei social media nel processo politico, l'e-voting e la campagna elettorale americana.

Di Simon Brunner e Michael Kroboth



**Internet e i social media giocano già ora un ruolo rilevante nella politica svizzera?**

**FLAVIA KLEINER (FK)** Sì, sempre di più. E hanno anche un grande margine di crescita.

**LUKAS REIMANN (LR)** Concordo, tuttavia già oggi i social media raggiungono un numero decisamente superiore di persone e un pubblico più variegato rispetto ad esempio agli incontri al bar di un tempo. Inoltre a differenza dei media tradizionali consentono un dialogo più intenso con la popolazione, la mobilitazione diretta degli elettori e di rivolgersi ai sostenitori in modo mirato riguardo a temi specifici. Sono un mezzo molto più diretto di un'intervista a un giornale.

**OTFRIED JARREN (OJ)** I social media sono in grado di influenzare le opinioni della gente in particolare in termini di popolarità degli argomenti e rapidità di reazione agli eventi.

**Quali sono le differenze tra una campagna elettorale social e una tradizionale?**

**LR** Ci sono meno possibilità di confronto diretto tra avversari politici. E le attività sono troppo incentrate sulla mobilitazione e attivazione dei propri sostenitori. Un po' come persuadere chi è già persuaso.

**FK** La comunicazione e la velocità sono diverse, e i contenuti vanno presentati in modo più mirato. Sui social media le campagne elettorali si conducono 24 ore su 24, tutti i giorni. Chi pensa di dedicarvi un'attenzione marginale e nel frattempo parla da palchi e affigge manifesti, è meglio che lasci perdere.

**In Svizzera solo il 19% dei giovani pensa che commenti e post su Facebook e Twitter siano veritieri, mentre ben il 70% ritiene che questi canali siano manipolabili. Cosa comporta questa scarsa credibilità per la politica e i politici?**

**OJ** La manipolabilità e la scarsa credibilità dei social media nel campo dell'informazione politica ci aprono gli occhi sulla grande importanza dei mezzi di comunicazione tradizionali, dei canali SSR in primis, ma anche della stampa. Sempre dal barometro della gioventù si evince che i giovani ripongono

la propria fiducia in particolare nella TV e radio svizzera, l'«NZZ» e il «Tages-Anzeiger». Indipendenza e professionalità nel giornalismo sono importanti per la comunicazione sociale e la contraddistinguono dalla comunicazione individuale o di gruppo.

**LR** Da politico mi rasserena sapere che i giovani siano così scettici. Su Internet è ancora più facile lasciarsi manipolare che nei soliti contesti politici, penso all'acquisto di «Mi piace» o alla pubblicazione di commenti anonimi. È positivo che i giovani ne siano consapevoli...

## «Come nella vita reale, anche online c'è una forte rappresentanza degli interessi.»

Otfried Jarren

**FK** ... e questo ci ricorda anche che la scarsa credibilità è un problema in ogni contesto della nostra vita. Dovremmo tutti combatterla in rete, impegnandoci a esprimere solo esternazioni autentiche.

**L'88% degli intervistati ritiene che ci siano tanti troll in Internet, il cui intento è solo quello di provocare, senza apportare nulla di positivo. Com'è possibile portare avanti una discussione oggettiva e dignitosa?**

**FK** Chi dà spazio ai troll, ha già perso. Ci sono due armi contro i troll e vanno usate in combinazione: i fatti e il potere dei follower. Noi ricorriamo ai simpatizzanti del nostro movimento «Operation Libero», che scandagliano i social media e rispondono con i fatti ai troll, controbattono le loro affermazioni errate e parlano chiaro senza mai cadere nella maleducazione.

**LR** La mancanza di ritegno dei troll che si nascondono dietro a una presunta anonimità talvolta può diventare molto pesante. D'altra parte non possono essere totalmente ignorati: sono anche

una cartina tornasole di quelle che sono le vere opinioni e convinzioni personali della gente. Ecco perché a volte è necessario considerarli, per quanto possa essere spiacevole, per i politici in particolare.

**Solo il 35% dei giovani svizzeri crede che Facebook, Twitter e i commenti online aiutino a smascherare i complotti di potenti gruppi industriali, della politica o delle forze armate.**

**Negli Stati Uniti, in Brasile e a Singapore la percentuale è molto più alta.**

**Come mai?**

**OJ** È un fenomeno interessante. Forse agli utenti dei social media è sempre più chiaro che anche in quei contesti nel lungo termine non vengono perseguiti obiettivi comuni ma tutt'al più quelli di determinati gruppi. Come nella vita reale, anche online c'è una forte rappresentanza degli interessi!

**FK** I social media sono sì globali, ma vanno sempre inseriti anche nel contesto locale. In altri paesi il loro uso in campo politico può essere molto più diffuso che qui da noi. In Sudamerica i social sono forse il mezzo più adatto per esprimere la propria opinione: lì la politica diventa un evento e un manifesto online. In Venezuela, ad esempio, la gente ha postato le foto dei propri pollici sporchi di inchiostro per dimostrare di aver votato. In Svizzera il lavoro politico e mediatico sui social è ancora arretrato.

**LR** La rete ha anche rafforzato la pluralità di opinioni negli Stati Uniti, in Brasile e a Singapore sicuramente più che in Svizzera. Da noi grazie alla democrazia diretta e alle iniziative popolari c'era una grande pluralità di iniziative dal basso già nell'era pre Internet che davano la possibilità di conseguire importanti risultati anche a piccoli gruppi.

**Sempre più giovani riportano episodi di mobbing su Facebook. Se nel 2011 erano l'11%, nel 2016 erano già il 39%. Lo Stato deve assumere un ruolo più decisivo in questo senso?**

**FK** I social media sono uno spazio reale, tanto quanto il cortile di una scuola, pertanto eventuali episodi di mobbing vanno condannati. Lo Stato può fare sensibilizzazione e giudicare i reati. Ma penso che in questo caso, come

anche nella vita non digitale, la «community» debba assumere un ruolo importante. Amici, ONG e la pressione pubblica devono punire i fomentatori e pretendere comportamenti corretti.

**LR** Sono d'accordo. Lo Stato non deve diventare la polizia di Internet e comminare sanzioni per post pubblicati su Facebook. Ma sensibilizzare è importante. E naturalmente i post penalmente rilevanti vanno denunciati.

**OJ** Io parto dal presupposto che sui social si impongono regole e norme sociali per intervento da un lato dell'utilizzatore, dall'altro del mercato, poiché i fornitori desiderano che i loro utenti siano «soddisfatti». Si evidenziano poi significativi conflitti normativi. È il caso dei fornitori legati al contesto americano che sbarcano nei mercati europei. In questi casi si ricorre alla co-regolamentazione, ovvero alla partecipazione di autorità di regolamentazione indipendenti alla definizione delle regole e delle normative e alla loro attuazione. Per far questo è necessario un quadro legislativo.

## «Lo Stato non deve diventare la polizia di Internet e comminare sanzioni per post pubblicati su Facebook.»

Lukas Reimann

Le imprese private non sono disposte a sottostare ad alcuna autorità pubblica, ma allo stesso tempo mancano anche le autorità di autodisciplina. Ed è qui che deve intervenire lo Stato.

### Internet può riportare alle urne l'elettorato giovane?

**FK** Certamente. La vita dei giovani si svolge in parte sui social media. Dobbiamo andare a prendere i potenziali

### CH: i principali problemi

## Sviluppo delle principali preoccupazioni



«La seguente lista riporta alcuni dei temi su cui di recente si è scritto e dibattuto molto: la legge per intero e indichi le cinque voci che, a suo avviso, rappresentano i principali problemi della Svizzera.»,  
in percentuale

\* Fino al 2014 compreso non c'era la distinzione tra disoccupazione e disoccupazione giovanile. Il primo valore relativo alla disoccupazione giovanile risale dunque al 2015 (12 %).

elettori proprio lì, percorrere nuove vie di comunicazione e diffondere i contenuti in modo adeguato per quei canali. Inoltre bisogna essere consapevoli che sui social l'interazione è importante, non si comunica a senso unico come spesso accadeva in passato in ambito politico.

**LR** Bisogna anche stare al passo con il linguaggio dei giovani. L'app Easyvote è un esempio positivo. La politica è resa semplice e comprensibile ma spiegata in modo neutrale e oggettivo, così per i giovani è più facile votare.

**OJ** A mio avviso i motivi della partecipazione al voto e alle elezioni o dell'astensione sono molteplici e hanno a che fare solo marginalmente con i media. Il sistema delle istituzioni politiche con i suoi intermediari deve essere presente anche nella quotidianità politica e questo avviene sempre meno. Sono soprattutto i partiti svizzeri ad avere chiari problemi di accettazione.

### I social media sono effettivamente così importanti nella campagna per le presidenziali USA o è un'esagerazione mediatica?

**LR** Presentare il candidato alla presidenza come una star dei social media è stata un'abile mossa nella campagna di Obama. Ma i miliardi di fondi non sono stati spesi online. I social hanno anche consentito a candidati meno noti come Ron Paul di ampliare notevolmente la propria influenza.

### È il momento di introdurre l'e-voting?

**LR** Solo per i cittadini svizzeri residenti all'estero!

Le possibilità di manomissione sono troppo elevate e i sistemi ancora poco maturi. All'estero si verificano continuamente gravi problemi, il che può distruggere la fiducia verso la democrazia.

**FK** Seguo i tentativi messi in atto in Estonia e in alcuni comuni svizzeri con grande interesse, ma non so ancora pronunciarmi.

**OJ** Le-voting necessita di fiducia istituzionale. Ma le istituzioni politiche «vivono» anche della loro visibilità, di atti collettivi, e agiscono tramite la loro immediatezza. Non sono affatto anonime, ed è questo che connota un sistema democratico.

**Internet ha fatto nascere una nuova tipologia di politico, onesto ma indistinto?**

**OJ** Non credo. Ma ci sono sempre state personalità che hanno tentato e tentano di decidere i temi politici. Tuttavia questo non significa affatto che prendano anche decisioni politiche. Inoltre la molteplicità di canali diminuisce l'eco delle dichiarazioni dei singoli.

**«Sui social media non si comunica a senso unico, come spesso accadeva in ambito politico.»**

Flavia Kleiner

**LR** È vero che anche nel mondo analogico ci sono sempre stati alcuni politici più onesti degli altri. Ma spesso i politici vicini al mondo di Internet individuano prima e meglio i veri problemi della gente rispetto a chi alla rete non dà troppa importanza.

Se poi sanno anche intervenire, questo può essere il loro punto di forza decisivo.

**FK** Naturalmente i social media ricompensano gli utenti che generano attenzione. Sono tuttavia convinta che l'attenzione si possa ottenere anche con una buona comunicazione politica, concisa, chiara e onesta.

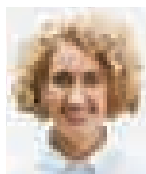
**Dal 2010 il barometro della gioventù Credit Suisse individua i dieci maggiori problemi della Svizzera secondo l'opinione dei giovani (si veda il grafico a sinistra). Che cosa vi ha colpito a tal proposito?**

**LR** Per i giovani l'immigrazione, la mancanza di integrazione e l'eccessiva presenza straniera sono, a ragione, temi sempre attuali, tanto più oggi. E loro sono i primi ad averne una percezione concreta e diretta: a scuola, quando usano i trasporti pubblici, escono di casa o cercano un posto di tirocinio. Molti giovani non capiscono perché la maggioranza della politica non risponde con misure più restrittive in materia di immigrazione e stranieri.

**OJ** Le «preoccupazioni» variano a seconda dei grandi temi dell'agenda politica. Gli spostamenti indicano che il clima politico, con i suoi temi di attualità, viene percepito. E poi ci sono anche argomenti che rimangono

costantemente sull'agenda dei problemi. Per alcuni «problemi» fortemente fomentati dalla politica – EU, rifugiati, migrazione, stranieri – le reazioni sono piuttosto pragmatiche.

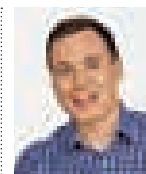
**FK** Mi colpisce che la previdenza per la vecchiaia sia nuovamente identificata come un grande problema. Il finanziamento a medio e lungo termine è effettivamente in pericolo. È evidente che in questo caso devono essere elaborate proposte ragionevoli in tempi rapidi. Le questioni europee invece non sono molto rilevanti, forse perché i giovani sono cresciuti conoscendo i vantaggi di una Svizzera centrale in Europa e non sono pienamente consapevoli di come attualmente questa conquista sia in pericolo. □



**FLAVIA KLEINER (FK)**, 25 anni, è studentessa di storia all'Università di Friburgo e co-presidente di Operation Libero, associazione che persegue scopi sociali ed economico-liberali a livello federale. È salita alla ribalta grazie alla campagna delle ONG contro l'Iniziativa per l'attuazione.



**OTFRIED JARREN (OJ)**, 62 anni, è professore di pubblicistica, responsabile della divisione «Media & Politics» presso l'Università di Zurigo, e presidente della Commissione federale dei media. Jarren ha all'attivo diversi libri e saggi dedicati a giornalismo e media.



**LUKAS REIMANN (LR)**, 33 anni, giurista, membro del Consiglio nazionale (UDC) e della Commissione degli affari giuridici nonché presidente dell'Azione per una Svizzera neutrale e indipendente (ASNI). Lavora presso uno studio legale di Wil (SG).

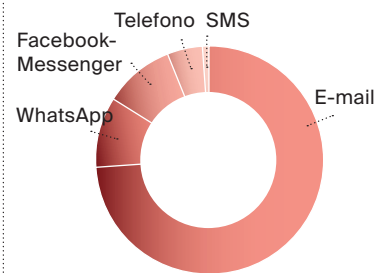
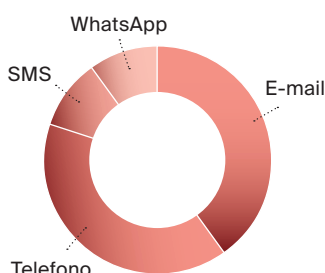
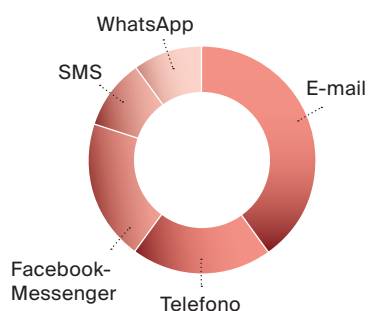
Post sui social media (al giorno)

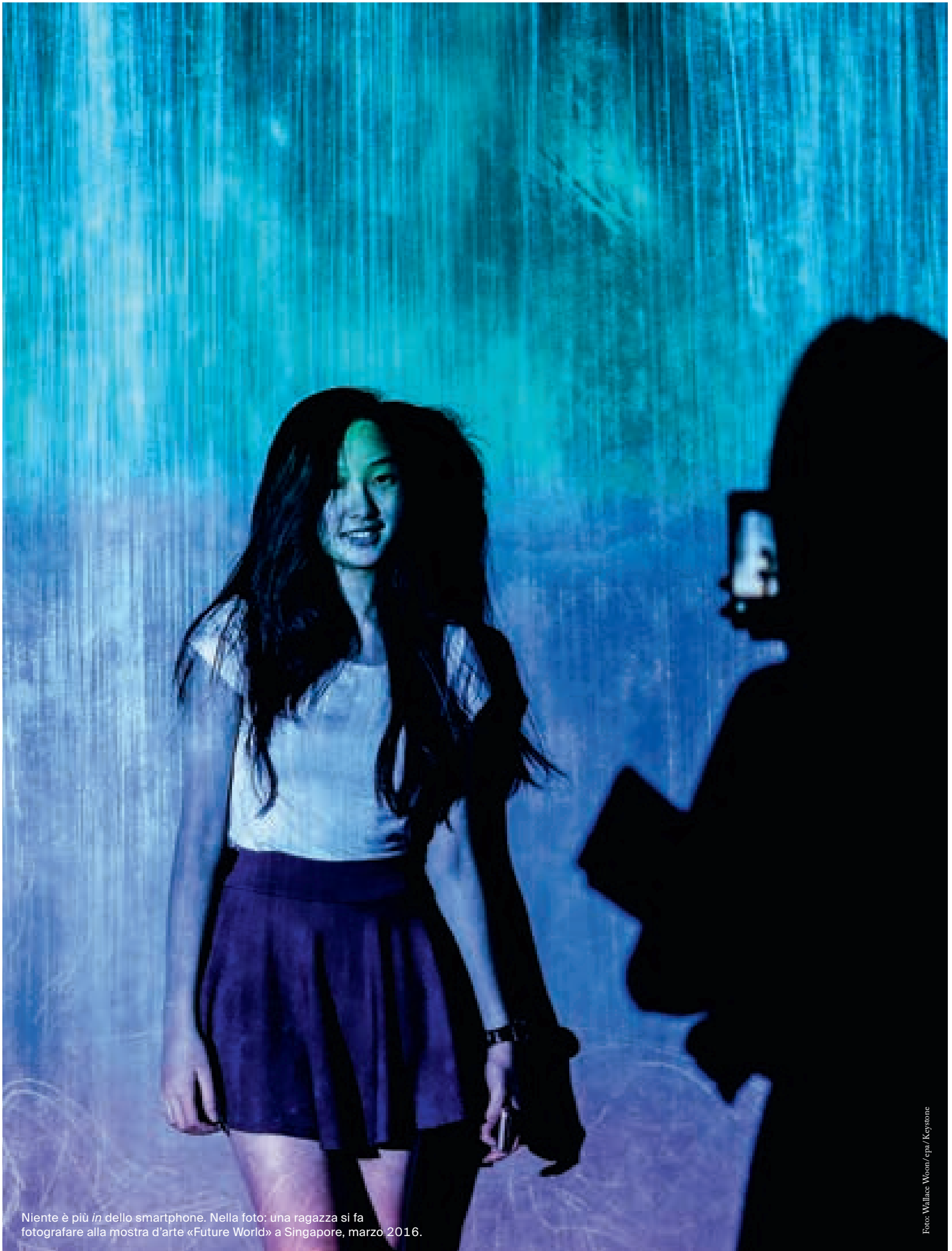
0-1

—

1-2

Uso dei mezzi di comunicazione





Niente è più *in* dello smartphone. Nella foto: una ragazza si fa fotografare alla mostra d'arte «Future World» a Singapore, marzo 2016.

Foto: Wallace Wong/epa/Keystone

# Tendenze e media

Smartphone e app sono *in*, droghe e associazioni *out*. La radio perde appeal. Si dà più fiducia a SRF, «NZZ», «Tages-Anzeiger» che ai social media.

I giovani si sono sempre definiti in termini di *in* e *out* e di esserci e non-esserci. E Internet ha accentuato ancor più questa dicotomia: *like* o pollice su, se piace. Niente *like* o pollice giù, se non piace. Il barometro della gioventù indaga su questi trend. *In* è tutto ciò che ha a che fare con lo smartphone. Lo smartphone stesso è al 1° posto a Singapore e al 2° negli USA e in Svizzera.

Nel 2010 la classifica *in* Svizzera era la seguente:

1. SMS
2. Cibo italiano
3. E-mail
4. Vacanze all'estero
5. Essere se stesso

Anche WhatsApp, Facebook e YouTube vengono spesso citati – sono tutte piattaforme che possono o devono essere utilizzate come app per smartphone.

La piattaforma di video online YouTube ha superato la televisione, tranne che negli USA, mentre i *like* analogici assegnati dai giovani sono solo quattro: «Andare al cinema» (Brasile), «Vacanze all'estero» (Svizzera), «Incontrare amici» (Brasile e Svizzera). Uno sguardo al

passato mostra quanto breve è la vita di questi trend. Nel 2010 la classifica in Svizzera era completamente diversa: 1. SMS, 2. Cibo italiano, 3. E-mail, 4. Vacanze all'estero, 5. Essere se stesso.

Oggi i cellulari senza Internet e rete fissa sono *out* – con risultati netti. Ma *out* sono anche le droghe, il fumo e le sostanze che aumentano le prestazioni. Questo dovrebbe rallegrare i genitori. Spesso però risultano poco amate anche varie comunità sociali, come organizzazioni giovanili o partiti politici, soprattutto a Singapore e in Svizzera.

La perdita d'importanza della religione tradizionale emerge con la domanda: «A quale comunità religiosa appartiene?». Oggi, tra il 22% e il 34% dei giovani si definiscono agnostici/atei/aconfessionali nei quattro paesi interessati dalla ricerca, mentre solo due anni fa la fascia era compresa tra il 5% e il 13%.

Più articolato di quanto si sarebbe potuto comunemente ipotizzare è l'atteggiamento dei giovani verso i media, ad esempio in Svizzera. I giornali gratuiti si confermano come il >

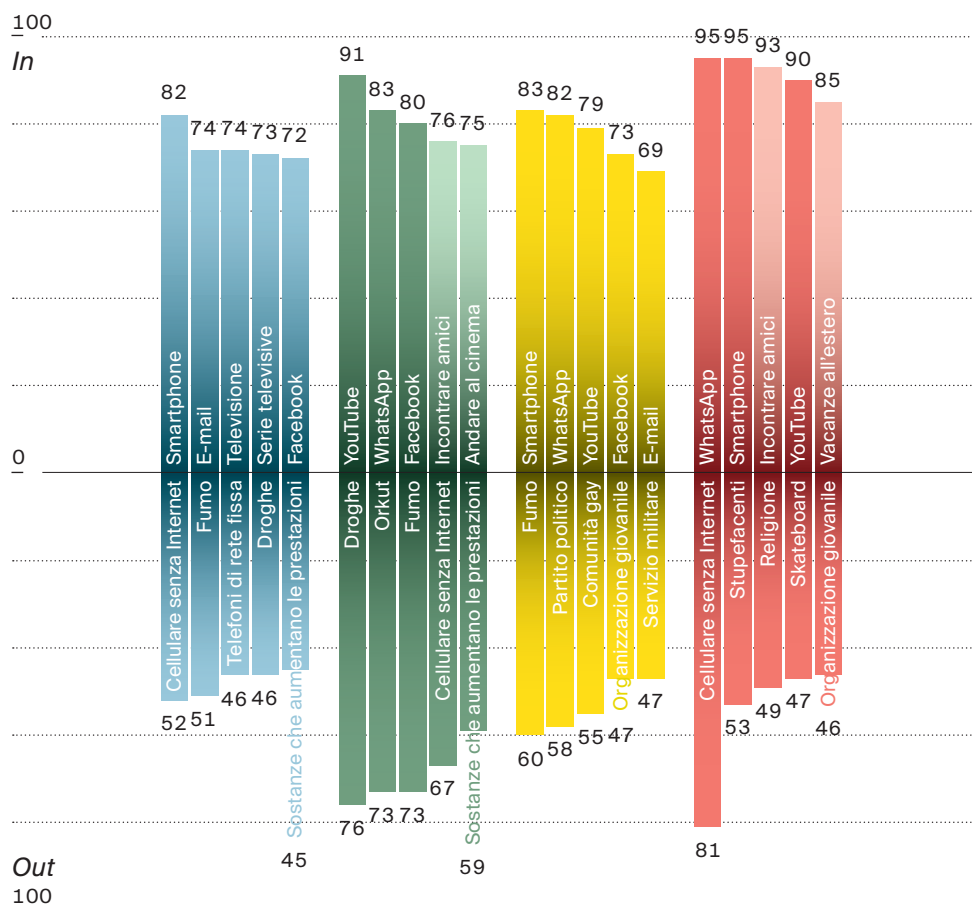
## # 3.1 Trend

### Il digitale è *in*, la vita associativa e le droghe sono *out*

Solo quattro sono i *like* assegnati dai giovani alle cose analogiche:

«Andare al cinema» (Brasile), «Vacanze all'estero» (Svizzera), «Incontrare amici» (Brasile e Svizzera).

«Abbiamo riportato qui un elenco composto da elementi della vita molto diversi fra loro. Valuti se sono *in* o *out* nella sua cerchia privata e, allo stesso tempo, se li utilizza.», *in percentuale*



mezzo d'informazione più importante per il 62% dei giovani tra i 16 e i 25 anni per consumo di notizie, ma nel 2010 lo erano ancora per il 75%. La concorrenza dei siti web dei giornali e le app di informazione aumenta costantemente. Nel caso di «20 Minuten» e «Blick am Abend» dovrebbe trattarsi solo di un cambio di canale: al posto del giornale stampato si leggono i titoli in modo digitale.

Desta poca sorpresa il fatto che la televisione abbia perso popolarità negli ultimi sei anni. È interessante notare come adesso anche la radio stia per la prima volta perdendo indici d'ascolto: per anni circa la metà degli intervistati in Svizzera aveva indicato di ascoltare la radio, ma adesso sono solo il 42%. Una spiegazione potrebbero essere i servizi di streaming, tramite i quali ognuno può compilare la propria play list. Negli altri paesi non si osserva questo trend, ma lì la radio non aveva mai raggiunto la stessa importanza. In compenso, Facebook diventa sempre più un canale di informazione; nel 2010 solo il 35% dei giovani utilizzava questa piattaforma per le notizie, mentre oggi sono il 47%.

I prodotti di informazione facilmente accessibili come i giornali gratuiti sono graditi agli intervistati. Questo non significa però che non vengono posti requisiti di qualità. Quando viene chiesto di quali mezzi di informazioni si fidano, indicano per primi SRF, «NZZ» e «Tages-Anzeiger». I canali puramente digitali sono in fondo alla classifica: YouTube, Facebook e Twitter. □

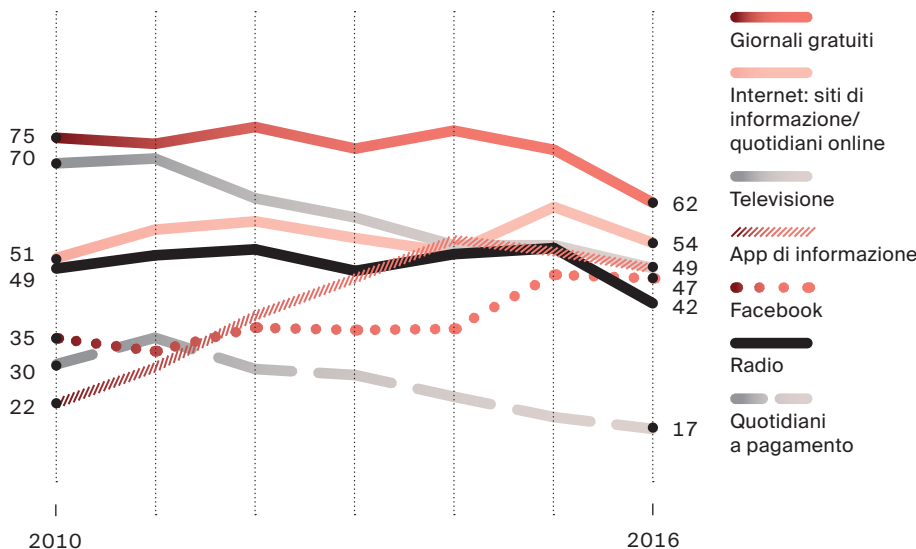


**34%**

Molti si definiscono agnostici/atei/aconfessionali:  
US **34%**, BR **28%**,  
SG **29%**, CH **22%**.

### # 3.2 CH: informazioni sui fatti quotidiani

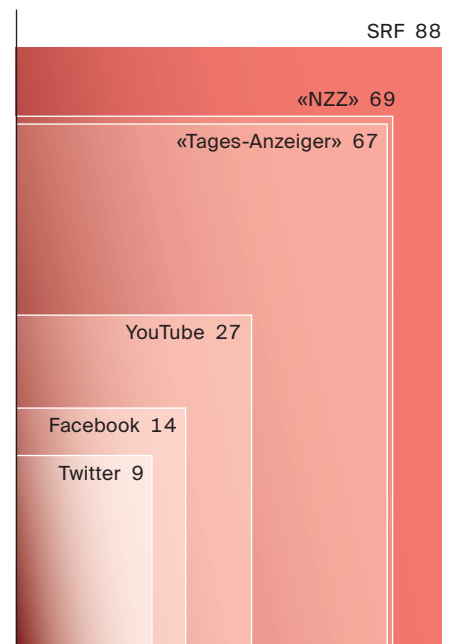
## Facebook si afferma come canale di informazione



«In che modo si informa sull'attualità quotidiana?», in percentuale

### # 3.3 CH: fiducia nei media

## Tradizionale



«Quanto si fida delle fonti di informazione seguenti?», prime e ultime tre, in percentuale

# Lavoro, finanze e carriera

• Abitazione propria (soprattutto per le donne) e azioni anziché conto di risparmio. Più debiti per i cellulari in Svizzera. Lavoro: meglio se indipendente o home office.

Il difficile contesto economico degli ultimi anni lascia il segno. L'abitazione propria è il più grande sogno in termini finanziari in tutti i paesi – ciò potrebbe dipendere da una maggiore necessità di sicurezza finanziaria e/o dai tassi d'interesse più bassi: le ipoteche sono «economiche» e investire altrove il denaro in modo redditizio è sempre più difficile.

Questa tesi è corroborata anche da un altro risultato. I giovani in età compresa tra i 16 e i 25 anni, alla domanda su cosa farebbero con un regalo di 10000 unità della loro valuta locale, hanno risposto che verserebbero molto meno soldi sul loro conto di risparmio rispetto al 2015. Negli USA 1338 dollari in meno, a Singapore -1536 dollari di Singapore, in Brasile -1483 reais, in Svizzera -98 franchi. In tutti i paesi questo resta ancora l'importo più consistente, ma sono diventate più importanti anche altre cose: risparmiare per comprare casa (US, SG), comprare azioni e fondi (US, BR, SG), andare in vacanza (BR, SG, CH) e investire nella famiglia (US, BR, SG).

Un grande cambiamento riguarda anche il livello di indebitamento in Svizzera. Aumentano i giovani che affermano di essere indebitati nei confronti di un gestore di telefonia mobile. L'anno scorso erano il 3%, oggi sono il 7%, più del doppio ma sempre pochi nel raffronto: US 20%, BR 28%, SG 19%. Tuttavia, in nessun altro paese questo tipo di debito è aumentato così tanto come in Svizzera e allo stesso tempo per il 33% degli intervistati gli impegni finanziari rappresentano un onere grande o molto grande (12 punti percentuali in più rispetto al 2013).

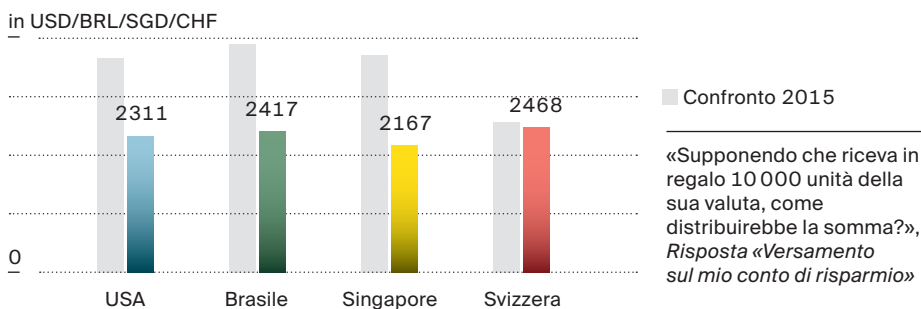
Per quanto riguarda le aspirazioni e i sogni di carriera, i giovani sembrano molto influenzati dalle storie di successo di Mark Zuckerberg e dei milionari e miliardari di altre start-up. Alla domanda su chi sia il datore di lavoro preferito molti rispondono di voler essere indipendenti – tranne che in Svizzera. Forse questo dipende dal fatto che qui mancano (ancora) dei modelli oppure sono poco conosciuti. >

Il **94%**  
desidera un'abitazione  
propria in Brasile  
US **89%** SG **91%** CH **83%**



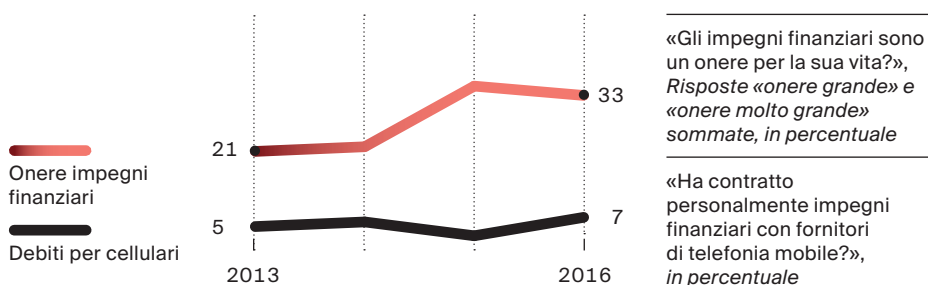
## # 4.1 Finanze

### Versare meno sul conto di risparmio



## # 4.2 CH: impegni finanziari

### I debiti pesano e aumentano



In Svizzera il datore di lavoro preferito è Google, la società californiana di Internet che dal 2004 ha sede anche a Zurigo, dove gestisce il maggior centro di sviluppo al di fuori dell'America settentrionale. Seguono a ruota le FFS, forse perché nel

# #1

Essere «indipendente» negli USA, in Brasile e a Singapore è al 1° e 2° posto quando si tratta di elencare i datori di lavoro preferiti.

periodo del sondaggio in occasione dell'apertura della galleria di base del Gottardo sono state spesso citate positivamente nei media. Le posizioni dal 3° al 5° posto sono occupate da tre società svizzere internazionali: Novartis, Roche e Credit Suisse.

Lavorare da casa, il cosiddetto «home office», è sempre più richiesto: Stati Uniti +6 punti

percentuali (pp) dal 2010, Brasile +15 pp, Svizzera +14 pp. Solo a Singapore questo desiderio è rimasto costante, ma si attesta già al livello più alto di tutti i paesi intervistati. È interessante notare come in questo paese le differenze tra sessi siano scarse. Se si osservano i risultati relativi a professione e datori di lavoro, si potrebbe concludere che i giovani sono alla ricerca di un lavoro flessibile, moderno e internazionale.

Alla domanda su quali siano i loro obiettivi nella vita, i giovani stendono un lungo elenco, i cui elementi non sono tutti conciliabili. I seguenti obiettivi hanno ottenuto il 50% e più dei consensi in tutti i paesi: mantenere un equilibrio tra tempo libero e professione, seguire i propri sogni, abitazione propria, assecondare le proprie inclinazioni, provare e scoprire tante cose diverse, avere una carriera professionale, famiglia e figli, conoscere molti paesi e culture. Considerando questi obiettivi in base alle differenze tra sessi, colpiscono due elementi: per le donne l'abitazione propria è più importante che per gli uomini in tutti i paesi. In compenso, gli uomini indicano più spesso come obiettivo «far parte della cerchia dei VIP» in tutti i paesi.

I giovani del 2016 non sono peggiori o migliori di qualsiasi altra generazione prima di loro. La maggiore differenza rispetto alle altre generazioni consiste nel fatto che gli intervistati sono cresciuti dopo la rivoluzione digitale e non sanno cos'è la vita senza Internet e smartphone. Ma, come tutti noi, devono ancora capire qual è il modo ottimale per gestire le nuove tecnologie. La sociologa Sherry Turkle ha un'idea piuttosto critica a tal riguardo (si veda l'intervista di fianco) e sostiene che bisognerebbe riporre il cellulare e parlarsi direttamente. E non si riferisce solo ai nostri figli. □

#### # 4.3 CH: l'occupazione desiderata

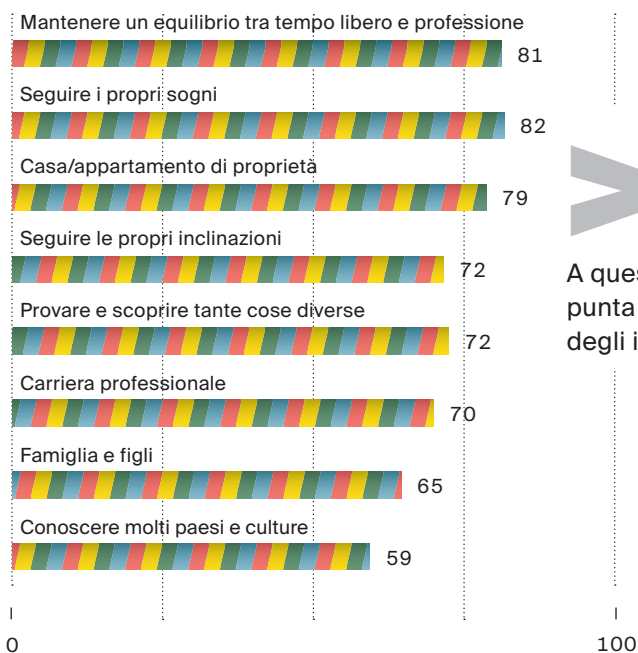
### Hit parade dei lavori

- 1 **Google**
- 2 **FFS**
- 3 **Novartis**
- 4 **Roche**
- 5 **Credit Suisse**
- 6 **Apple**
- 7 **Migros**
- 8 **Scuola**
- 9 **UBS**
- 10 **Confederazione**
- 11 **Nestlé**
- 12 **Ospedale**

«Per quale impresa svizzera preferirebbe lavorare?»

#### # 4.4 Tutti i paesi: obiettivi nella vita

### Vogliamo tutto!



# >50%

A questi obiettivi di vita punta oltre il 50% degli intervistati in tutti i paesi.

«Pensando ai suoi obiettivi di vita, quali sono le sue aspirazioni?», risposte «aspiro assolutamente a» e «aspiro tendenzialmente a» sommate, media di tutti i paesi, in percentuale



# «Stato confusionale»

Siamo sempre connessi eppure perdiamo la capacità di parlare tra di noi.

Parola della sociologa Sherry Turkle, una delle prime ricercatrici a occuparsi di cultura digitale. Oggi guarda con preoccupazione alle conseguenze del nostro essere sempre più connessi.

di Helene Laube

Signora Turkle, dal barometro della gioventù emerge che negli Stati Uniti la maggior parte dei giovani tra i 16 e i 25 anni si sente più parte della propria community online che della società americana o di un gruppo religioso. Come mai?

È una conseguenza naturale e del tutto positiva del fatto che i social media consentono di mantenere una relazione quando vengono a mancare altre forme di contatto. Ma dal mio punto di vista i social media dovrebbero servire innanzitutto a valorizzare gli incontri di persona.

## Perché?

Molte persone attribuiscono erroneamente alle relazioni via social la stessa qualità emozionale e sociale di un incontro reale. Ciò comporta rischi. Nei confronti delle persone che conosciamo solo online non percepiamo lo stesso impegno e senso di responsabilità. Ci si può sentire parte di un gruppo, condividerne le opinioni e provare orgoglio per questa appartenenza, ma allo stesso tempo non sentirsi responsabili per gli altri.

A eccezione del Brasile, in tutti i paesi gli intervistati hanno dichiarato di essere loro stessi i responsabili della propria sicurezza online. Hanno più senso di responsabilità di quanto non crediamo?

Giustamente i giovani sanno di dover essere loro stessi i responsabili, >



Ogni tanto i giovani devono spegnere il cellulare e vivere esperienze insieme, dice la professoressa Turkle. In foto: ragazzi al Paléo Festival di Nyon, luglio 2015.

perché nessun altro può tenerli d'occhio o assumersi questa responsabilità.

Ciò non significa che, nei fatti, agiscano in modo responsabile.

Sappiamo che spesso non è così. Gli automobilisti, per esempio, possono dire che quando guidano non devono messaggiare, cosicché non spetti alle case automobilistiche bloccare automaticamente i cellulari. Ma ciò non implica che gli automobilisti si comportino davvero da responsabili e non messaggiino al volante.

**Lei è stata tra i primi studiosi a occuparsi di comunicazione informatica ed era entusiasta dei collegamenti tramite Internet. Negli ultimi anni il suo giudizio si è fatto molto più critico.**

**Cos'è successo?**

C'è un aspetto in particolare che ha influenzato il mio pensiero. Prima, quando volevamo passare del tempo online, accendevamo il PC. Adesso abbiamo i cellulari che sono sempre accesi e che portiamo sempre con noi. In poche parole siamo sempre connessi. La nostra attenzione è perennemente divisa fra le persone che possiamo raggiungere col cellulare e chi è fisicamente con noi in quel momento. Così facendo le procuriamo uno stato confusionale.

**Quali sono per lei gli effetti più preoccupanti di questa «attenzione in stato confusionale»?**

Non saprei da dove iniziare. I cellulari ci interrompono di continuo limitando la nostra capacità di stare soli, cosa che di tanto in tanto è necessario fare. Nella solitudine troviamo noi stessi, ci prepariamo a capire chi abbiamo davvero di fronte quando parliamo con gli altri. Non solo quanto vogliamo loro bene o quanto abbiamo bisogno di loro.

**La maggior parte degli intervistati per il barometro della gioventù dichiara di trascorrere ogni giorno due o più ore online, oltre alla scuola o al lavoro: non vogliono stare soli!**

La capacità di stare soli con se stessi è fondamentale per l'empatia. Dobbiamo essere in pace con noi stessi per poter ascoltare ciò che hanno da dire gli altri. Stare da soli è inoltre importante per sviluppare consapevolezza di sé. Se impariamo ad ascoltare gli altri, impariamo ad ascoltare noi stessi. Parlando con gli altri sviluppiamo la riflessione su noi stessi, mettiamo in atto un confronto con la nostra persona che è basilare per la nostra crescita e che prosegue durante tutta la vita.

**E questa crescita è disturbata dai dispositivi mobili?**

Certamente. Ormai intendiamo la nostra vita come un «feed» continuo, un flusso di informazioni, SMS, e-mail, chat, foto, video, tweet, post di Facebook e Instagram. Siamo sempre meno capaci di sopportare la solitudine. Studi dimostrano che le persone sono in grado di stare sole con i propri pensieri per meno di sei minuti, poi subentra il disagio. In un esperimento di due anni fa, alcuni studenti universitari sono stati fatti rimanere seduti da soli per 15 minuti senza cellulare. Prima dell'inizio dell'esperimento è stato chiesto loro se fossero disposti a ricevere scosse elettriche pur di interrompere la noia. Tutti risposero di no, anzi che avrebbero persino pagato per evitarle. Ma in quel breve lasso di tempo che hanno trascorso da soli con i propri pensieri e senza cellulare, il 67 per cento dei ragazzi e il 25 per cento delle ragazze ha preferito sottoporsi a scosse elettriche pur di non continuare a pensare.

**L'esito dell'esperimento l'ha sorpresa?**

Non direi. Basta osservare la gente in fila alla cassa del supermercato o ferma al rosso del semaforo. Entrano in panico ed estraggono subito un qualche dispositivo dalla tasca. È qui che sta il problema:

## Protezione dei dati

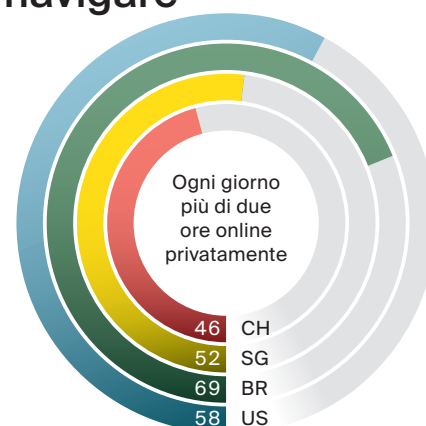
### Chi è responsabile? Io!

USA	Brasile	Singapore	Svizzera
1 Il singolo utente	1 Il fornitore di servizi Internet	1 Il singolo utente	1 Il singolo utente
2 Il fornitore di servizi Internet	2 L'Internet provider	2 Il fornitore di servizi Internet	2 Scuole/centri di formazione
3 L'Internet provider	3 Imprese	3 L'Internet provider	3 Stato/politica

«Quanto ritiene importante il ruolo dei seguenti attori per la tutela dell'individuo e dei suoi dati personali?», in percentuale

## Utilizzo di Internet

### Navigare, navigare e navigare



«Utilizza Internet per scopi privati in media per più di due ore al giorno?», in percentuale

se non prestiamo alcuna attenzione a noi stessi è difficile prestare attenzione agli altri.

### **È un problema diffuso in particolare tra i giovani perché sono cresciuti con dispositivi digitali?**

L'azione di questi strumenti è la stessa, sui giovani come su noi tutti.

La crisi dell'attenzione ha causato una crisi dell'empatia.

### **Ma i giovani non hanno un rapporto diverso con i dispositivi digitali?**

Forse gli adolescenti sono una categoria speciale perché sono cresciuti con la tecnologia, non hanno conosciuto un mondo che ne sia privo. Ma l'effetto distrazione riguarda tutti, l'età è abbastanza irrilevante: gli studenti messaggiano durante le lezioni, i genitori mentre siedono a cena con la famiglia o sono al parco giochi con i figli.

I ragazzini preferiscono inviarsi messaggi piuttosto che parlare tra loro, guardare il cielo o sognare a occhi aperti. Vogliamo stare assieme alla gente, ma allo stesso tempo anche essere in collegamento con altre persone e luoghi tramite cellulare. Poter controllare a chi o cosa destinare attenzione è ormai diventato il nostro bene più prezioso.

### **Quali comportamenti relativamente nuovi nascono da questo contesto?**

Un esempio: la sola presenza di uno smartphone cambia l'atmosfera.

È preoccupante come da recenti studi sia emerso che basta un cellulare appoggiato sul tavolo a influenzare gli argomenti di conversazione. Anche se è spento. Si affrontano argomenti superficiali e si allacciano relazioni in cui il grado di empatia è minore.

Non sorprende pertanto se negli ultimi 30 anni la capacità empatica tra gli studenti universitari è scesa del 40 per cento. I ricercatori collegano questo trend negativo all'ascesa della comunicazione digitale.

### **Come possono questi dispositivi avere un'influenza così marcata sulle persone?**

I nostri smartphone ci fanno tre promesse. La prima è che possiamo dirigere la nostra attenzione

dovunque lo vogliamo. La seconda che non dobbiamo più stare soli. La terza che c'è sempre qualcuno che ci ascolta. Ma, come dicevo, se possiamo guidare la nostra attenzione ovunque, non prestiamo più attenzione gli uni agli altri. Saper stare in solitudine è importante per poter sviluppare l'autoriflessione e l'empatia. Ma siamo così impegnati a cercare ascolto che ci riesce sempre più difficile ascoltare gli altri.

### **Come si insegna ai propri figli a stare da soli?**

Stando «soli» con loro. Un tempo i genitori portavano i figli a passeggiare nel silenzio della natura. Prima o poi il bambino imparava a sentirsi a proprio agio solo nella natura. Oggi c'è praticamente sempre un cellulare di mezzo. I bambini non sanno com'è

## **«In cucina e sala da pranzo lo smartphone rimane spento.»**

stare da soli con un genitore, figurarsi con un genitore in silenzio, che gli mostra il rispetto per la riflessione silenziosa. Parlo con così tanti bambini che mi raccontano di come non abbiano mai fatto una passeggiata senza che il papà o la mamma avessero con sé il cellulare e che questo interrompesse il loro dialogo.

### **E a casa sua? Quali regole ha dato a sua figlia?**

Le stesse che consiglio a tutti. In cucina e sala da pranzo lo smartphone rimane spento in tasca. In altre parole: niente smartphone quando si mangia. E nemmeno in auto. Questi sono luoghi da sfruttare per dialogare.

### **Altre regole? L'età media in cui i bambini ricevono il loro primo cellulare si riduce sempre più, in America è di dieci anni.**

Prima dei tredici anni non si dovrebbe mai permettere loro di portare in

camera il cellulare quando vanno a letto. Se ci si sveglia di notte la tentazione di messaggia è grande. Poi per loro è difficile riaddormentarsi.

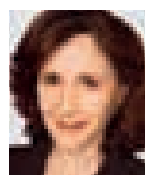
Il più grande favore che possiamo fare alla nostra famiglia? Regalare a ognuno una sveglia vecchio stile.

### **Cosa pensa di chi proibisce i cellulari?**

Non dico che dobbiamo rifuggire dai nostri dispositivi, ma sono per un utilizzo autocritico. Sono ottimista, siamo resilienti. Bastano solo pochi giorni lontano da uno schermo perché i bambini reimparrino a riconoscere i sentimenti altrui e quindi a essere empatici.

### **Da entusiasta della tecnologia non si è dunque trasformata in detrattrice?**

Non sono contraria alla tecnologia, ma favorevole al dialogo. Il dialogo e l'incontro sono le basi dell'essere umano. Allora guardiamoci più spesso negli occhi e parliamo. □



**SHERRY TURKLE**, 68 anni, è docente di «Social Studies of Science and Technology» al Massachusetts Institute of Technology (MIT). Ha pubblicato diversi bestseller, tra cui il

più recente «Reclaiming conversation: The power of talk in a digital age». I suoi studi sono incentrati sulle relazioni tra esseri umani e tecnologia, in particolare i computer.



Su una somma donata pari a **10 000 dollari**, i giovani americani metterebbero nel loro conto di risparmio 1338 dollari in meno rispetto all'anno scorso. Sono aumentate, tra l'altro, le voci «risparmiare per una casa» e «investire in azioni/fondi».



Il **75%** dei giovani brasiliani si preoccupa a causa della corruzione nel loro paese. Quattro anni fa era solo il **50%**.

Il **64%** dei giovani di Singapore è del parere che Facebook, Twitter e i commenti online rendano la politica più emozionante e vicina.



A dispetto di tutte le apprensioni, i giovani guardano al futuro con ottimismo. Il **59%** dei giovani svizzeri pensa che andrà tutto bene.

