

# Giovani, 36% promuove i Tg ma 32,5% disincentivato da infodemia - Zerouno TV

Tempo di Lettura: 3 minuti



**ROMA (ITALPRESS)** – In coincidenza con la 55° Giornata delle Comunicazioni Sociali, “Generazione Proteo”, l’Osservatorio permanente sui giovani della Link Campus University, fornisce una anticipazione dei risultati del proprio 9° Rapporto di ricerca nazionale, che anche quest’anno contiene un focus specifico sui consumi informativi dei giovani italiani nonché sul loro rapporto con i media digitali.

«A un anno di distanza dall’inizio della pandemia – afferma il professore Nicola Ferrigni, direttore di “Generazione Proteo” – il nostro Osservatorio torna a interrogarsi sul rapporto tra i giovani, l’informazione e i media digitali. Un piccolo “assaggio” di quella generazione che andremo a descrivere in tutte le sue sfaccettature in occasione della conferenza stampa di presentazione del 9° Rapporto di ricerca annuale sui giovani, alla presenza del Ministro dell’Istruzione Patrizio Bianchi».

Il 9° Rapporto di ricerca conferma la riscoperta dei news media tradizionali nella dieta informativa dei giovani italiani. Contrariamente ai luoghi comuni, nel corso dell’ultimo anno il 36,1% si è infatti informato principalmente attraverso i telegiornali, così come si mantiene stabile la lettura di quotidiani cartacei e online (13,7%), mentre i social si attestano al 28,7%. Sebbene ci si informi principalmente attraverso quotidiani e telegiornali, i giovani italiani manifestano tuttavia un giudizio critico nei confronti dei news media tradizionali: uno su tre (31,2%) pensa infatti che tg e quotidiani raccontino solo “ciò che ci vogliono raccontare”, mentre il 22,9% rinfaccia loro di aver contribuito ad alimentare il senso di paura e di insicurezza.

«Al di là degli interessanti spunti circa i consumi informativi e mediiali – dichiara la professoressa Marica Spalletta, vicedirettore dell’Osservatorio “Generazione Proteo” – il dato più significativo che quest’anno emerge dalla ricerca riguarda la centralità dell’informazione nell’esperienza quotidiana dei nostri giovani. I giovani si mostrano infatti coscienti della necessità di tenersi informati quotidianamente (come dichiara il 28,9% degli intervistati) e altrettanto consapevoli dell’importanza di un costante approfondimento. Quotidianità d’informazione e approfondimento costituiscono altresì il principale antidoto alle fake news, per “governare” le quali anche il Santo Padre richiama la necessità di una “maggiore capacità di discernimento” e di un “più maturo senso di responsabilità”, da cui i giovani sono tutt’altro che esentati».

Sono circa 7 su 10 i giovani italiani che confermano di essersi imbattuti in fake news nel corso dell’ultimo anno. Ma è la reazione a preoccupare: ben un intervistato su cinque (21,2%) ammette infatti di essersi reso conto della falsità della notizia solo dopo un pò di tempo.

Consapevoli della straordinarietà del momento storico che stiamo vivendo, i giovani italiani ritengono tuttavia che vi sia stato un eccesso di informazione sulla pandemia (per il 32,5% se n’è parlato troppo e in maniera esagerata) ma, soprattutto, che anche laddove la quantità di informazione era quella giusta, i modi non sono stati corretti, essendo spesso caduti nell’inutile allarmismo (41,2%). Non positive nel breve periodo, fake news e infodemia diventano addirittura un disincentivo all’informarsi in una prospettiva di lungo periodo, stante il complessivo 58,6% di intervistati che ammette di aver avuto più volte voglia, nel corso dell’ultimo anno, di smettere di seguire le notizie sulla pandemia.

I giovani rimarcano luci e ombre delle scelte social dell’attuale premier Mario Draghi e dal suo predecessore Giuseppe Conte. La scelta di Conte di trasmettere le proprie conferenze stampa su Facebook viene infatti complessivamente promossa dagli intervistati, che la ritengono efficace (stante la centralità dei social nella vita quotidiana dei giovani, 56,9%) e sintomo di una politica al passo con i tempi (19,1%), sebbene non manchino voci dissidenti che la considerano invece una forma di esibizionismo (15,1%).

Stesso approccio per quanto concerne la scelta dell'attuale premier di non essere invece presente sui social: secondo gli intervistati, infatti, se da una parte tale scelta impedisce il rapporto diretto con i cittadini (36,6%), essa viene tuttavia giudicata "opportuna" rispetto alla situazione attuale (25,7%), e ancor più come un "cambio di rotta" (per il 16,2% "non se ne può più della politica sui social").

«Nel suo messaggio – conclude Spalletta – Papa Francesco richiama i giornalisti a "consumare le suole delle scarpe", così da garantire un'informazione capace di rifuggire all'adagio shakespeariano del "parlare all'infinito e non dire nulla". La stessa esortazione vale anche per i giovani, che la pandemia esorta a non risparmiare le suole delle proprie scarpe, selezionando nel vasto e variegato universo dell'infodemia, quelle "parole parlanti" espressione di un'informazione autentica e funzionale alla crescita della nostra società».

(ITALPRESS).