



TELEVISIONE

Giovani, media e crisi economica

È la tv che racconta ai giovani della crisi economica. E loro chiedono più informazione e un linguaggio più semplice e chiaro. Lo rivela l'ultima indagine dell'Osservatorio Media & Minori dal titolo *Minori, mass media e crisi economica*. Frutto di un'indagine realizzata su un campione di 1235 ragazzi, dai 15 ai 20 anni, distribuiti fra Nord e Sud Italia, il rapporto offre un quadro inatteso. Lo descrive Isabella Poli, coordinatrice della ricerca: «Ciò che emerge dallo studio è anzitutto un dato sorprendente: più del 75 per cento dei giovani apprende informazioni sulla crisi dalla tv, non da familiari o amici, e ciò stupisce perché parliamo di ragazzi delle scuole medie e superiori che guardano poco la televisione».

Una generazione di nativi digitali che considera l'informazione dei media sulla crisi «interessante, comprensibile, utile e completa», anche se in fondo – precisa lo studio – ciò che emerge è

piuttosto «scarso interesse e approfondimento». Felice o infelice che sia, la scelta in favore della tv – continua la Poli – porta i giovani a «discutere della crisi coi propri genitori, in genere coloro che li affiancano nella visione di programmi e tg, o talvolta con i professori, ma non coi propri coetanei. Con loro comunicano attraverso il web e i social network, che restano dunque canali riservati ai rapporti personali».

Ma proprio Internet, cellulari e videogiochi sono fra i primi «beni» a cadere sotto la scure dei tagli imposti dalla crisi; anche se, a dire la verità, riguardano solo una piccola fetta dell'universo giovanile: appena «il 6,9 per cento degli intervistati riferisce di esser stato costretto a ridurre «molto» le spese relative all'acquisto di ricariche telefoniche e solo il 13,9 ha dovuto rinunciare in molte occasioni all'acquisto di i-pod, pc» e simili. Dati che, a ben vedere, trovano coerenza nel più ampio quadro relativo alle tendenze dei consumi, che fra i giovani rileva una riduzione minima delle spese: solo

il 2,3 per cento degli intervistati riferisce una riduzione significativa dei consumi, soprattutto su abbigliamento e oggetti elettronici.

La crisi sfiora appena i giovani? Sembrerebbe proprio così, giacché a tutelarli dalle ristrettezze ci pensano i genitori, sia che patiscano la difficile congiuntura economica, sia che se la passino allegramente.

Ciò che emerge dall'indagine è infatti una diffusa tendenza a voler «risparmiare» ai propri figli sacrifici e rinunce, come pure la consapevolezza che la propria famiglia attraversi un momento di difficoltà. Ma scudi parentali a par-



te, i sentimenti si fanno sentire e differenze emergono fra i giovani del nord e sud del Paese: se «al nord è diffusa indifferenza o senso di impotenza, al sud prevale una tendenza al ribellismo – precisa Isabella Poli –, mentre è diffusa, ma concentrata soprattutto al sud, la preoccupazione per il futuro. E proprio il futuro incerto sollecita un interrogativo: e se anche i giovani si allenassero fin d'ora a far quadrare i conti?».

COMPUTER

Un pc per gli over 60

Ha icone giganti e pochi comandi per collegarsi ad Internet, mandare email, lanciare chat, gestire documenti e aggiornare un profilo personale per fare social networking. Si chiama *Simplicity*, in vendita, per ora, solo nel Regno Unito.

VIDEO

In arrivo la tv in 3D

Sembrerà di stare al cinema, nel bel mezzo di un set televisivo o nel salotto di un talk show. La tv in 3D, in arrivo per il 2010, accelera la rottamazione dei più moderni schermi Hd.

WEB

I giovani dei social network più socievoli

Una ricerca Usa demolisce l'ultimo dei luoghi comuni: chi utilizza le web-community ha più amici, è più tollerante e aperto alle diversità e ha maggiori probabilità di intrecciare relazioni sociali. E, udite udite, comunque predilige i rapporti faccia a faccia.

Claudia Di Lorenzi