



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? Sembra 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-

tura 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-

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.



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?».

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