

(ANSA) - FIRENZE, 21 OTT - Le notizie sulla crisi economica per il 75,3% dei giovani passano attraverso la televisione, per il 7% da internet, per il 5,1% dalla free-press, per il 4,1% dai giornali e per l'1,6% dalla radio e solo il 6% ha dichiarato di avere avuto un grosso cambiamento nel proprio stile di vita dovuto alle conseguenze della crisi. E' la fotografia che emerge dalla ricerca 'Minori, mass media e crisi economica', realizzata dal Centro Studi Minori e Media di Firenze, che ha coinvolto oltre 1.200 ragazzi, tra i 15 e i 20 anni, in 17 scuole di 9 regioni italiane.

Nella ricerca, inoltre, si evidenzia che la famiglia tende a fare da 'scudo' ai propri figli. Il 73,3% del campione ha affermato che i genitori seguono le notizie sulla crisi economica regolarmente (mentre non le seguono nello 0,7% dei casi), ma il 51,3% di loro cerca di non coinvolgere i propri figli su questioni legate alla situazione economica, anche nel caso in cui questa pone problemi gravi al sostentamento della famiglia. (ANSA).

CRISI: 75% GIOVANI SI INFORMA DA TV; SOLO 6% CAMBIA VITA/ANSA INDAGINE IN NOVE REGIONI SU 1200 STUDENTI TRA 15 E 20 ANNI

(ANSA) - FIRENZE, 21 OTT - Le informazioni sulla crisi economica per il 75,3% dei giovani arriva dalla televisione, mentre il 7% si informa attraverso internet, il 9,2% dai giornali (di cui il 5,1% da free-press) e l'1,6% dalla radio. Il 73,3% dichiara che i genitori seguono regolarmente le notizie sulla crisi, ma solo il 6% dice di avere avuto un grosso cambiamento nel proprio stile di vita, anche se nei giovani meridionali si registra una maggiore incidenza. E' quanto emerge dalla ricerca 'Minori, mass media e crisi economica', condotta dal Centro Studi Minori e Media di Firenze, che ha coinvolto 1.235 studenti tra i 15 e i 20 anni di 17 scuole di 9 regioni italiane (Piemonte, Lombardia, Veneto, Toscana, Lazio, Campania, Puglia, Sicilia, Sardegna).

Nove ragazzi su dieci, tuttavia, vorrebbero ricevere pi informazioni sulla crisi, mentre il 6% ha detto che l'argomento "non interessa". Dall'analisi risulta poi che la famiglia tende a fare da 'scudo' verso i figli: solo la metà dei genitori, infatti, cerca di coinvolgere i propri figli e di responsabilizzarli sui problemi che la crisi pone: in caso di problemi gravi il 21,3% dei genitori cerca di non coinvolgerli, anche se nel 60% dei casi la crisi ha conseguenze sulla famiglia (ad esempio, minori acquisti, meno vacanze). Di crisi economica i ragazzi ne parlano soprattutto con i genitori, pochissimo con i compagni di scuola (4,4%). Risulta poi che solo il 30% dei ragazzi, la cui famiglia ha problemi gravi, ha avuto un grosso cambiamento nel suo stile di vita. Il 6% ha rinunciato alla discoteca, il 9% a fare sport, il 10% ad andare a mangiare fuori. L'83% del campione ha ridotto "poco" o "per niente" l'acquisto dei beni come scarpe, vestiti, libri, riviste, musica, ricariche del cellulare, oggetti elettronici. Un terzo

degli intervistati, in questo momento, pensa che la propria vita rimarrà la stessa, la metà teme invece che peggiori, il 14% convinto che migliorerà, perché "la gente tornerà a dare importanza alle cose essenziali".

Evasione fiscale, presenza di paradisi fiscali e assenza di regole e organismi di controllo: sono queste, per i giovani intervistati, le principali cause della crisi, mentre i primi "responsabili sono i governi, che per uscire dalla crisi dovrebbero "sostenere le famiglie che non arrivano alla fine del mese, anche per evitare il rischio dell'aumento del divario tra ricchi e poveri". Il 65% ritiene infine che la crisi influenzerà "poco" o "per niente" le scelte per il proseguimento degli studi e per la professione futura (qualche preoccupazione in più al Sud).

Lo studio è stato presentato oggi da Laura Sturlese, presidente del Centro Studi Minori e Media, da Isabella Poli, direttore scientifico del Centro e da Alberto Marradi, docente dell'Università di Firenze e curatore dell'indagine. Tra gli altri sono intervenuti Mauro Avellini, vice direttore del quotidiano La Nazione, Franca Alacevich, preside della Facoltà di Scienze Politiche di Firenze, Luca Toschi, ordinario di Teoria e Tecnica della Comunicazione Generativa a Firenze e Agostino Fragai, assessore regionale alle riforme istituzionali. (ANSA).