

I giovani sono informati dalla Tv sulla crisi economica, ma la maggior parte di loro non ne ha avvertito gli effetti grazie alla 'protezione' offerta dalla famiglia. 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). 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 per i giovani meridionali si registra una maggiore incidenza. Nove ragazzi su dieci, tuttavia, vorrebbero ricevere piu' informazioni sulla crisi economica, mentre il 6% ha detto che l'argomento crisi "non interessa". Dall'analisi risulta anche che la famiglia tende a fare da 'scudo' sui figli: solo la meta' dei genitori, infatti, cerca di coinvolgere i propri figli e di responsabilizzarli sui problemi che la crisi pone. 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. Evasione e paradisi fiscali, assenza di regole e organismi di controllo sono, 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".( Asca)