



Mercoledì 21 Ottobre 2009 **14:29 - CRISI ECONOMICA: RICERCA SU MEDIA E MINORI, LA FAMIGLIA “SCUDO” RISPETTO AI PROBLEMI**

La famiglia “fa da scudo” e i genitori cercano di proteggere i figli dalle conseguenze della crisi economica, anche quando questa pone “problemi gravi”. Il dato emerge dall’indagine “Minori, mass media e crisi economica” presentata oggi a Firenze e realizzata dal Centro studi minori e media, in collaborazione con l’ateneo del capoluogo toscano. “In questa quarta ricerca (nelle precedenti edizioni si è parlato di videogiochi, telefonia mobile, cultura politica, ndr) su temi attinenti il rapporto dei minori con i media – spiega la presidente del Centro, Laura Sturiale – abbiamo scelto di affrontare la crisi perché è l’«argomento del giorno». Volevano verificare qual è la percezione dei giovani, come vedono il ripercuotersi della crisi in famiglia e se è cambiato il loro stile di vita”. L’indagine ha coinvolto 1.235 ragazzi e ragazze di 17 scuole medie superiori in 9 regioni italiane. Sebbene la quasi totalità delle famiglie segua le notizie sulla crisi economica (e il 73,3% con regolarità), solo la metà dei genitori “cerca di coinvolgere i figli, di responsabilizzarli sui problemi che la crisi economica pone alla famiglia”. E questo nonostante le difficoltà - che si manifestano in una riduzione di viaggi e vacanze, pasti fuori casa, acquisto di vestiti e oggetti elettronici – interessino il 60% delle famiglie. (segue)

14:30 - CRISI ECONOMICA: RICERCA SU MEDIA E MINORI, LA FAMIGLIA “SCUDO” RISPETTO AI PROBLEMI (2)

“Solo il 6% dei giovani ha dichiarato di aver avuto un grosso cambiamento nel proprio stile di vita”, osservano i curatori della ricerca Alberto Marradi, Barbata Saracino e Livia Tosi. Mutamento che è comunque limitato al 30% di coloro le cui famiglie a motivo della crisi hanno “problemi gravi”. La ripartizione territoriale mostra che ad essere maggiormente colpito è il Sud. Ma come s’informano i giovani, e con chi parlano della crisi? Qui, secondo gli esperti, si trova il dato più originale dell’indagine. Il canale d’informazione privilegiato è la tv (75%), mentre i giornali si fermano al 9% (di cui un 4% riguarda la free press) e internet al 7%. “Interlocutori privilegiati” su tale argomento sono i genitori e gli insegnanti. Per i giovani intervistati, le principali cause della crisi sono “l’evasione fiscale”, “la presenza di paradisi fiscali” e “l’assenza di regole e organismi di controllo”. Responsabili, invece, sono governi, banche e multinazionali. “L’aumento del divario tra ricchi e poveri” sarà la conseguenza maggiore di questa crisi, ma, guardando al futuro, vi è pure un 14% di studenti convinto che la vita migliorerà perché “la gente tornerà a dare importanza alle cose essenziali”. Infine, sostegno alle famiglie, a quanti perdono il lavoro e alle imprese sono le misure che, in questo frangente, i giovani chiedono al governo.

14:58 - CRISI ECONOMICA: RICERCA SU MEDIA E MINORI. SULLA STAMPA LINGUAGGIO “INCOMPRESIBILE”

“Nonostante gli sforzi, la stampa non arriva ai ragazzi: il problema riguarda il linguaggio, il mezzo, e anche la fruizione dei giornali attraverso internet per i ragazzi è bassa”. Intervenendo, oggi a Firenze, alla presentazione dell’indagine “Minori, mass media e crisi economica” realizzata dal Centro studi minori e media, la sociologa e preside della Facoltà di scienze politiche “Alfieri” dell’Università di Firenze, Franca Alacevich, commenta così il dato “impressionante, anche se atteso” secondo il quale solo il 9% dei giovani tra i 15 e i 20 anni trova nei giornali il mezzo con cui informarsi sulla crisi economica (e tra questi il 4% attinge solo alla “free press”). La causa, secondo il vicedirettore de “La Nazione”, Mauro Avellini, sta nelle “parole che usiamo per presentare la crisi”. Il linguaggio, infatti, “è quello della politica, incomprensibile ai più e soprattutto ai giovani”. Eppure il giornalista rivendica il ruolo della carta stampata, “in grado di dare un surplus

d'informazione che i tempi televisivi non consentono" e che potrebbe intercettare quella gran parte di giovani (il 71% degli intervistati) che "ne vogliono sapere di più sulla crisi".

14:59 - CRISI ECONOMICA: RICERCA SU MEDIA E MINORI. MIRABELLI, BISOGNO DI "UNA POLITICA SERIA"

I giovani avvertono "il bisogno reale di una politica seria, che non divaghi e affronti i problemi che la gente avverte, e si riappropri del ruolo di guida illuminata di una comunità che consente solo la riconoscibile autorevolezza e non l'uso del potere o le inconcludenti polemiche". Lo ha rilevato Cesare Mirabelli, presidente emerito della Corte costituzionale e presidente del Comitato scientifico del Centro studi minori e media, in un messaggio inviato alla presentazione dell'indagine "Minori, mass media e crisi economica", avvenuta questa mattina a Firenze. A supportare l'affermazione del giurista, due dati emersi dalla ricerca: "Il ruolo delle famiglie, luogo di solidarietà efficace che consente di assorbire le difficoltà, e la responsabilità attribuita ai governi". Luca Toschi, docente di Teoria e tecnica della comunicazione generativa all'Università di Firenze, si è invece concentrato su "pericolo" e "rischio" come due criteri di lettura della crisi, evidenziando come sul primo si concentrino i media. "Ma anche sui social network vi sono richiami alla crisi – ha osservato - allorquando si parla della vita quotidiana", poiché la crisi non è solo un concetto negativo. Infine, rivolto agli studenti presenti in sala, il docente ha espresso un invito a "pretendere un'educazione ai media, a partire da Facebook, strumento che va saputo usare".