

Nomadi e disincantati: i giovani e i media

Pubblicato: Martedì 10 Giugno 2008

Il balzo in avanti nell'uso di Internet da parte dei giovani italiani tra i 14 e i 29 anni è stato enorme: **tra il 2003 e il 2007 l'utenza complessiva (uno o due contatti alla settimana) è passata dal 61% all'83% dei giovani**, e l'uso abituale (almeno tre volte alla settimana) dal 39,8% al 73,8%.

Ma l'indagine sulle relazioni tra giovani e media realizzata per il 7° Rapporto sulla comunicazione Censis/Ucsi registra un aumento generalizzato nell'impiego di tutti i media. Non stupisce tanto che **il cellulare sia usato praticamente da tutti i giovani (il 97,2%)**, quanto constatare che il 74,1% di essi legge almeno un libro all'anno (esclusi ovviamente i testi scolastici) e il 62,1% più di tre libri.

Il 77,7% dei giovani legge un quotidiano (a pagamento o free press) una o due volte alla settimana (il 59,9% nel 2003), mentre il 57,8% legge almeno tre giornali alla settimana. I periodici hanno una utenza complessiva pari al 50% dei giovani (era il 44% nel 2003). E la flessione che si registra nell'uso della televisione tradizionale (dal 94,9% all'87,9%) è ampiamente compensata dall'incremento conosciuto in questi anni dalla Tv satellitare (dal 25,2% al 36,9% dei giovani).

Le differenze di genere si sono notevolmente ridotte, ma non annullate. Nell'utenza complessiva dei media (frequenza settimanale di una o due volte), le femmine ascoltano di più la radio (il 90,3% contro l'83,1% dei maschi) e leggono di più i periodici (il 55,2% contro il 45,3%), i maschi invece leggono di più i quotidiani (l'80,4% contro il 74,6% delle ragazze) e guardano di più la Tv satellitare (il 39,9% contro il 33,6%).

Più marcate appaiono invece le differenze legate alle diverse fasce d'età. I giovanissimi, tra i 14 e i 18 anni, sono i più voraci consumatori di media, ma con due importanti eccezioni: quotidiani e radio. Se il dato relativo all'ascolto della radio riferito a tutti i giovani è in aumento (gli utenti complessivi sono passati dall'82,8% all'86,5%), nella fascia 14-18 anni è in calo al 78,9%. Sono le stesse funzioni e tecnologie del linguaggio radiofonico ad essere profondamente mutate, perché la «colonna sonora» della giornata di un adolescente si compone ormai di pod-cast e download di mp3 dalla rete, telefonini e lettori usati anche come apparecchi radio, playlist scambiate attraverso i blog.

Questo è un esempio della tendenza al nomadismo e al disincanto che caratterizza l'esperienza di vita delle giovani generazioni nel mondo digitale, nel quale si passa da un mezzo all'altro senza badare troppo alla sua natura. È aumentato il numero dei media ed è sempre più difficile tracciare un confine tra i media, grazie soprattutto al ruolo di Internet. I giovani si trovano a loro agio in questo contesto e hanno elaborato strategie di adattamento. «La molteplicità dei media a disposizione li spinge a passare da uno all'altro – da detto Giuseppe Roma, direttore generale del Censis – secondo un nomadismo mediatico che si accompagna al disincanto dovuto all'assenza di una vera prospettiva gerarchica tra i media». I consumi mediatici dei giovani sono molto ricchi e articolati, prevedono il contatto non solo con i nuovi media (Internet e cellulari), ma anche con i più antichi (libri e quotidiani), senza però attribuire importanza decisiva a nessuno di essi (è indifferente informarsi tramite i quotidiani, la televisione o Internet).

I giovani italiani assomigliano ai giovani europei, ma non sono del tutto uguali. Ovunque si fa un grande uso del telefonino, ma solo in Italia il 96,5% dei giovani lo adopera in maniera

davvero abituale. Negli altri paesi gli utenti abituali oscillano tra l'89,3% della Germania, l'83,9% della Gran Bretagna, l'83,7% della Spagna, per scendere al 73,8% della Francia. Per i giovani inglesi e tedeschi Internet riveste un ruolo ancora più importante che in Italia, visto che l'uso abituale della rete raggiunge il 77,7% in Gran Bretagna e il 76,5% in Germania (contro il 73,8% in Italia). I ragazzi spagnoli e francesi non solo usano meno Internet (rispettivamente il 69,5% e il 65,7%), ma leggono anche meno libri dei coetanei europei: almeno tre libri all'anno per il 43,3% degli spagnoli e il 48,1% dei francesi, rispetto al 60,7% dei tedeschi, al 62,1% degli italiani e al 64,5% dei britannici.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it