

COMUNICATO STAMPA

AGCOM: GIOVANI E INFORMAZIONE, UNA RICERCA SUI NUOVI BISOGNI (PIÙ O MENO SODDISFATTI)

Quanta informazione richiedono i giovani? Verso quale tipo di informazione si orientano e cosa, invece, riescono a trovare? Perché i giovani usano sempre più i social e sempre meno i mezzi tradizionali? In altre parole, cos'è che intercetta la domanda e la curiosità informativa dei giovani? Sono alcuni degli interrogativi a cui cerca di dare risposta il [rapporto L'informazione alla prova dei giovani](#), pubblicato oggi dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni. Lo studio, tenendo conto dell'eterogeneità e complessità del mondo giovanile, utilizza una prospettiva innovativa che mette insieme la domanda di informazione e l'offerta presente oggi in Italia.

Il Rapporto di ricerca certifica anzitutto la fuga delle nuove generazioni dai mezzi tradizionali – evidentemente legata a un'offerta che non soddisfa le esigenze informative dei più giovani - e una vera e propria dipendenza tendenziale verso una sola fonte informativa, la rete. L'elevata domanda di informazione tra i giovani si scontra, di fatto, con limiti di confezionamento e stili espressivi appiattiti su un'offerta tradizionale, decisamente troppo poco aggiornata rispetto ai “linguaggi utenti”, favorendo una specie di segregazione dei giovani nel mondo della rete, che diventa troppo spesso l'unico *medium* in grado di dar voce alle loro esigenze informative. È così che i giovani si rifugiano sempre più spesso sui social, e lo fanno per informarsi, svolgere mille attività quotidiane, interagire tra loro, finendo così per appartarsi entro i confini ristretti della generazione di riferimento.

Il Rapporto rileva, inoltre, come l'informazione sia fonte di gratificazione e felicità a tutte le età: leggere, cercare curiosità, informarsi sono attività generatrici di soddisfazione e rappresentano sia uno stimolo che una risorsa antistress per le generazioni mature come per quelle più giovani.

La ricerca chiarisce, inoltre, che non tutta l'informazione si traduce in soddisfazione, ma solo quella che più si attaglia ai punti di vista e agli stili comunicativi delle diverse generazioni: l'informazione tradizionale per le coorti mature, quella in rete per i giovani.

Roma, 6 marzo 2020