

ITALIA
RICERCHE

Nuove generazioni e coronavirus: la tv preferita ai social per informarsi. L'indagine di Cimiciurri

Il Next Gen Lab ha realizzato una survey sui giovani tra i 13 e i 35 anni per capire come i giovani italiani stanno vivendo e affrontando questo periodo di emergenza e quarantena

La normalità tornerà tra un paio di mesi e non si sottovaluteranno più le emergenze sanitarie: sono due tra i segnali più forti che emergono dalla survey realizzata dal Next Gen Lab della [neonata agenzia Cimiciurri](#), che ha interrogato i giovani sul loro rapporto con l'emergenza Coronavirus, ottenendo più di 6.500 risposte. Tra le evidenze emerse: le ragazze sono più preoccupate dei ragazzi (90% vs 55%), al terzo posto delle attività svolte durante l'isolamento c'è lo studio (64,37%) e, soprattutto, per informarsi la tv è al primo posto superando anche i social.

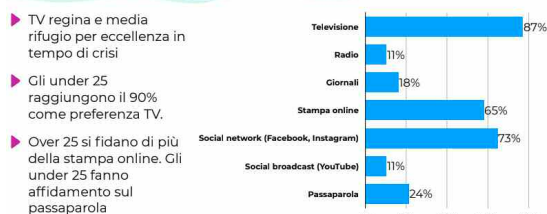
LA DIETA MEDIATICA - Per la generazione della web tv e dei social media, al primo posto per quanto riguarda le attività preferite durante l'isolamento ci sono le maratone film e serie tv (70%), lo studio e i social media (64% per entrambe). Seguono la musica (48%), i videogiochi (42%) lo sport in casa (40%) e la lettura (38%). Il Coronavirus ha portato una mini rivoluzione anche nella scelta dei media per informarsi: la televisione asurge a mezzo preferito dalla new generation (90%) per informarsi in tempo di Coronavirus, i social seguono al secondo posto (73%), tallonati dalla stampa online (al 65%).

"Questo è uno dei dati più interessanti

e in controtendenza - commenta Sandro Marchetti, amministratore di Cimiciurri -. Molto spesso data per spacciata, la tv resta protagonista assoluta come media di riferimento. Influencer, Youtuber e TikTok sono e restano pietre miliari per il target, ma quando si tratta di emergenze, la televisione diventa medium rifugio per tutte le generazioni, con una credibilità e un'autorevolezza massima. Abbiamo riscontrato inoltre il dato basso relativo alla fruizione di YouTube (inferiore anche a quello dei social peer 2 peer (FB e IG): un altro chiaro segnale che ci racconta della scarsa credibilità della piattaforma quando si parla di informazioni verificabili e serie. La GenZ lo sa e utilizza il social come prima fonte di intrattenimento, ma per informarsi cerca altro".

L'OTTIMISMO DEI GIOVANI - Nonostante le loro giornate siano cambiate radicalmente dall'inizio dell'emergenza, dalla ricerca emerge forte e chiaro il senso di ottimismo verso il futuro. Il 48% degli intervistati è infatti convinto che saremo fuori dalla pan-

Quali mezzi d'informazione ho utilizzato per seguire lo sviluppo dell'emergenza? (max 5 risposte)



- ▶ TV regina e media rifugio per eccellenza in tempo di crisi
- ▶ Gli under 25 raggiungono il 90% come preferenza TV.
- ▶ Over 25 si fidano di più della stampa online. Gli under 25 fanno affidamento sul passaparola

demia tra due mesi e che, superata la situazione, ci saranno una maggiore considerazione delle emergenze sanitarie (55,8%) e un accresciuto senso di unione e compattezza (36,4%), anche se difficilmente si dimenticherà la sensazione di sentirsi isolati o di fuggire da un pericolo imminente (50,7%). Tra i vincoli imposti dalla quarantena, a pesare di più per il 58,6% dei giovani è il divieto di spostamento, e quindi anche viaggi, vacanze e gite fuori porta; seguono la chiusura di ristoranti, bar e pub per il 41,4%, di scuole e università per il 37,9% e infine la chiusura di impianti sportivi e palestre (29,6%). Se la mancanza di svago e divertimenti si fa sentire, colpisce l'attenzione che però al 3° posto delle attività durante l'isolamento c'è lo studio (64,37%).

SCARICA LA RICERCA