

Irene Stivala  
LA COMUNICAZIONE, I MEDIA  
E LA QUALITÀ PERCEPITA DAI GIOVANI  
Relatore: prof. Santo Di Nuovo (Psicologia generale)

Una forma di comunicazione che ha molta influenza soprattutto nei giovani è la comunicazione mediale. La ricerca si propone di indagare sull'uso dei media, in particolare dello strumento televisivo, e sulle preferenze televisive, generi e canali più seguiti, giudizio e qualità dei programmi percepita.

Il campione scelto è costituito da 100 soggetti, 50 maschi e 50 femmine, reclutati presso vari gruppi di una comunità parrocchiale e presso altri luoghi di ritrovo dei giovani della città di Catania. L'età dei ragazzi è compresa tra i 13 e i 20 anni, frequentanti tutti la scuola secondaria superiore.

Lo strumento applicato per la ricerca è un questionario, già utilizzato nel 1998 presso il Dipartimento di Sociologia dell'Università «La Sapienza» di Roma, riadattato per la specificità della nostra indagine.

Alla luce dei risultati si è potuto rilevare come i media abbiano «conquistato» il mondo giovanile che, infatti, occupa molte ore del giorno davanti la televisione, ascoltando la radio, usando Internet.

Si è rilevato che, per quanto concerne i programmi di informazione e quelli di attualità (seguiti rispettivamente dal 34% e 30% spesso o addirittura tutti i giorni), le reti preferite sono le emittenti pubbliche, Rai 1 e Rai 2 in particolar modo.

Ma i canali più seguiti in assoluto dai giovani adolescenti del nostro campione sono Canale 5 e Italia 1; gli stessi canali sono preferiti per il genere fiction e di intrattenimento.

Tale genere televisivo, probabilmente, potrebbe offrire facili schemi di identificazione e di soluzione delle problematiche sociali e affettive, particolarmente rischiosi per la formazione giovanile.

Il giudizio complessivo che la maggioranza (il 52%) dei giovani intervistati dà ai programmi televisivi oggi in Italia è 2, considerando che si aveva la possibilità di dare un punteggio da 1 a 4 e che 1 corrisponde a un giudizio del tutto negativo e 4 del tutto positivo.

Tale risultato sta a significare che probabilmente i giovani non sono molto soddisfatti dei programmi televisivi loro proposti o che comunque pretendono di più.

Inoltre, dai dati della ricerca, emerge il fatto che una grossa parte del campione esaminato (il 48% dei ragazzi e il 34% delle ragazze) è abituato a guardare la televisione da solo. Ciò non favorisce i rapporti interpersonali, bensì l'isolamento della persona sia fisico che mentale e psicologico. L'apparecchio televisivo, quin-

di, può diventare anche un ostacolo al dialogo e alla comunicazione, qualora nessuno stimolo esterno desti lo spirito critico dei giovani.

Bisognerebbe assolutamente contrastare la passività di fronte allo strumento televisivo, anche se in un mondo sempre più complesso e stressante è forte il bisogno di rilassarsi e divertirsi passivamente.

Questo dato, infatti, si evince anche dalla nostra ricerca in quanto i giovani riferiscono che un programma deve essere principalmente divertente (in secondo luogo, formativo, educativo, realistico), per considerarsi di qualità.

Ma se per qualità si intende la soddisfazione della domanda dei suoi utenti, ciò significherebbe anche che i programmi di qualità proposti per i giovani dovrebbero essere principalmente divertenti. Probabilmente, però, il compito, soprattutto di un servizio pubblico della televisione, non può limitarsi a questo, ma dovrebbe sempre migliorare le attese dell'utente, renderlo più esigente, più critico. Naturalmente sarebbe bene anche rivalutare l'importanza delle principali agenzie educative, ovvero la scuola e la famiglia, le quali non dovrebbero stare sulla difensiva nei confronti di questo grosso strumento mediale, ma stimolare a farne un corretto uso, ricordando ai giovani che i media non sono una «finestra sul mondo», ma una sua «costruzione» secondo un complesso processo di selezione e montaggio, con influenze anche di fattori estetici, economici, ideologici, culturali.