

# ***Comunicazione & Giornalismo -*** *Giovani e notizie: l'alibi dei social e l'addio ai media tradizionali*

**Roma** - 30 mar 2026 (Prima Notizia 24) **L'analisi del Reuters Institute fotografa una generazione "social first" che fugge da siti e TV: Instagram, YouTube e TikTok sono le nuove rotte dell'informazione. I 18-24enni chiedono meno neutralità su clima e razzismo, mentre l'IA diventa una risorsa quotidiana per riassumere la complessità.**

Il rapporto tra le nuove generazioni e il mondo dell'informazione è stato "stravolto in 10 anni", portando i nativi digitali ad allontanarsi progressivamente da "tv, stampa e siti di informazione per diventare social first". È quanto emerge dall'analisi 'How young people get their news' del Reuters Institute, condotta su un campione di giovani tra i 18 e i 24 anni in nove paesi, tra cui l'Italia. I dati certificano un sorpasso storico: oggi il 39% dei ragazzi si informa prioritariamente sui social (erano il 21% nel 2015), mentre crollano i siti di news (dal 36% al 24%) e la televisione (dal 28% al 21%). La crisi della carta stampata e della radio appare ormai irreversibile in questa fascia d'età, ferme entrambe a un marginale 4%. Il nuovo ecosistema informativo è dominato da piattaforme visuali. Instagram guida la classifica con il 30%, seguita da YouTube (23%), TikTok (22%) e X (20%), mentre si registra il tracollo di Facebook, passato dal 53% al 16% in meno di dieci anni. In questo scenario, il 64% dei giovani dichiara di leggere notizie quotidianamente, ma il consumo avviene "più in maniera casuale che intenzionale, con lo scrolling dei social": solo il 14% accede direttamente a un sito o a un'app di informazione. La fiducia si sposta dalle testate ai volti: sui social, i giovani ammettono di prestare "maggiore attenzione ai singoli creators" (51%) rispetto ai "tradizionali brand di informazione" (39%). L'approccio tecnologico segna un'ulteriore distanza generazionale. Il 15% dei giovani usa l'intelligenza artificiale per accedere alle news settimanalmente (contro il 3% degli over 55) e il 43% mostra un "atteggiamento positivo nei confronti del giornalismo assistito dall'IA". La tecnologia viene vista come un "aiuto alla spiegazione di notizie complesse" o uno strumento utile per il "riassunto". Emerge inoltre una diversa sensibilità tematica: l'interesse per la politica tradizionale è basso (solo il 35% si dice molto interessato), mentre l'attenzione si sposta su scienza, tecnologia e salute mentale.  Un dato politico rilevante riguarda la pretesa di impegno: il 32% del campione pensa che "non abbia senso che i mezzi di informazione siano neutrali su determinate questioni" come il cambiamento climatico o il razzismo. Il rapporto evidenzia infine un profondo scollamento tra l'offerta editoriale e le aspettative dei giovani, che denunciano una "carenza dei più giovani nelle newsroom". Il 31% ritiene di non essere sufficientemente rappresentato dai media tradizionali. "La nostra ricerca documenta un maggiore senso di alienazione in questo segmento di pubblico. Alcuni trovano le notizie tradizionali irrilevanti, difficili da comprendere o ingiustamente distorte rispetto al loro gruppo demografico", sottolinea il Reuters Institute. La sfida per il futuro è esistenziale: "Soddisfare le esigenze di questo segmento è cruciale

non solo per l'attuale stabilità dell'industria del giornalismo, ma anche per il futuro delle società democratiche".

*(Prima Notizia 24) Lunedì 30 Marzo 2026*



Sede legale : Via Costantino Morin, 45 00195 Roma
E-mail: redazione@primanotizia24.it