
I social superano la tv come fonte di notizie

Autore: Giulia Martinelli

Fonte: Città Nuova

L'indagine è stata condotta su 50 mila persone provenienti da 26 Paesi e dimostra che sempre più i giovani preferiscono condividere notizie sui social media, primo tra tutti Facebook, piuttosto che informarsi dalla tv. La tendenza è minore in Italia

I **social network** sono diventati la prima fonte di notizie per i più giovani, superando addirittura la televisione, che fino a questo momento era riuscita a mantenere il primato nella diffusione delle news. È quanto emerge da un'indagine del **Reuters Institute for the study of journalism**, condotta su 50 mila persone provenienti da 26 Paesi.

Tra i giovani dai 18 e i 24 anni, il 28% ammette di informarsi attraverso i social network, superando per la prima volta coloro che invece continuano a informarsi tramite la televisione (24%). **Facebook** è diventato negli anni la piattaforma principale per ricerca, lettura e condivisione delle notizie ed è considerato da più della metà del campione la principale fonte di informazione. Seguono **Youtube**, **Twitter**, utilizzato soprattutto da giornalisti e politici, **Instagram** e **Snapchat**, che permettono agli utenti di accedere gratuitamente alle notizie. I social non sono importanti solo perché permettono la scoperta di notizie, ma perché ne incoraggiano la condivisione e la discussione e proprio per questo, dal 2013 ad oggi, il numero di americani che utilizzano i social media come fonte di notizie è quasi raddoppiato.

La televisione rimane la fonte principale per un pubblico più adulto ma l'usuale appuntamento con il telegiornale mette in crisi quel mondo di nativi digitali abituati alla velocità del web e all'immediatezza delle notizie che arrivano direttamente sul proprio smartphone (infatti **il 53% del campione utilizza lo smartphone per informarsi**). In occasione di eventi importanti, molti giovani vengono a conoscenza del fatto in maniera del tutto casuale, perché sono collegati a un social media e la notizia pubblicata da un amico attira la loro attenzione. Sempre più giovani decidono infatti di condividere notizie sui propri profili creando in questo modo una vera e propria catena di informazione. Di questa tendenza si sono accorti anche gli editori, per questo, molte volte, la *breaking news* pubblicata sul sito viene immediatamente postata sui social, perché è proprio da queste piattaforme che arriva il flusso maggiore di lettori ed è proprio qui che la notizia viene trovata.

In Italia, tale tendenza è meno evidente poiché la penetrazione di Internet è molto più bassa rispetto agli altri Paesi europei. Nella dieta mediatica dei cittadini italiani, la televisione è ancora al primo posto per l'informazione e i telegiornali restano la più importante fonte di notizie, anche se sta crescendo l'uso di Internet e dei social.

Nonostante ciò, in alcuni Paesi **cresce il numero di persone disposto a pagare le informazioni online**. In Italia, ad esempio, nel 2016 è salito al 16% il numero di abbonati online (anche se solo il 4% è abbonato regolarmente, mentre per il restante numero si fa riferimento ad abbonati una tantum interessati ad acquistare solo singole edizioni); questo dimostra come, per le notizie più importanti, i lettori preferiscano affidarsi a quei marchi che sono riusciti a costruirsi nel tempo una reputazione di qualità.