

Dossier

Dossier

21/02/2025	AskaNews.it		3
<hr/>			
21/02/2025	ilsole24ore.com	<i>Redazione Scuola</i>	4
<hr/>			
21/02/2025	Agensir		6
<hr/>			
21/02/2025	Agensir		7
<hr/>			
22/02/2025	Libero Pagina 18		8
<hr/>			
22/02/2025	Il Piccolo Pagina 12	<i>LORENZO DEGRASSI</i>	9
<hr/>			
21/02/2025	ilpiccolo.it (Trieste)		11

Giovani e fake news: 51% utilizza social come fonte informazione

Ricerca di Ipsos, **Istituto Toniolo** e Parole O_Stili Milano, 21 feb. (askanews) - Le nuove generazioni sono sempre più esposte alle notizie false che circolano in Rete, in particolare sui canali social. Secondo i risultati dell'indagine "Alfabetizzazione digitale & Fake News", infatti, quasi un/una giovane su 3 (il 31%) mette like su una notizia non verificata e il 51% ammette di utilizzare i social come canali di informazione per leggere notizie di interesse. La ricerca, realizzata da Ipsos, Osservatorio Giovani dell'**Istituto Toniolo** e Parole O_Stili con il contributo di Fondazione Cariplo, ha coinvolto oltre 4.800 studenti di scuole secondarie di primo e di secondo grado ed ha voluto indagare non solo il rapporto tra giovani e fake news, ma anche più in generale l'approccio degli under 20 alla comunicazione digitale, quali social frequentino maggiormente, quali siano le competenze che ritengono necessarie, fino al rapporto genitori-figli in termini di mediazione parentale - controllo e supporto - nella gestione della vita online. "Si tratta di una ricerca con una metodologia innovativa - ha detto Elena Marta, professore ordinario di Psicologia sociale e di Psicologia di Comunità all'Università Cattolica e membro del Comitato Scientifico dell'Osservatorio Giovani dell'**Istituto Toniolo** - poiché non solo è stata rilevata l'auto-percezione degli/delle adolescenti in merito alle loro competenze digitali, ma è stata proposta la visione di fake news certificate come tali ed è stato indagato in tempo reale il comportamento dei/delle giovani al riguardo". Lo studio, presentato in occasione del Festival della comunicazione non ostile, la manifestazione organizzata in questi giorni a Trieste da Parole O_Stili, da anni impegnata a contrastare il fenomeno della violenza delle parole off e online offre una fotografia approfondita del rapporto tra giovani e nuove tecnologie, della presenza sui social e delle competenze digitali degli studenti. "Ancora una volta emerge con forza la mancanza di consapevolezza da parte degli adulti sul fatto che virtuale è reale. I ragazzi si trovano spesso soli di fronte al problema delle fake news, così come in molti altri ambiti legati all'uso della Rete, che viene ancora percepita come un mondo a parte, meno rilevante o impattante. Ciò che manca davvero è la consapevolezza da parte degli adulti della responsabilità ad abitare la Rete, a vivere in quella cultura digitale che è propria dei nostri figli e delle nostre figlie. I dati parlano chiaro: solo un genitore su tre affronta il tema di Internet in famiglia, lasciando molti ragazzi senza punti di riferimento in un contesto che invece richiederebbe guida e responsabilità condivisa" ha concluso Rosy Russo, presidente e founder di Parole O_Stili.



Ricerca di Ipsos, Istituto Toniolo e Parole O_Stili Milano, 21 feb. (askanews) - Le nuove generazioni sono sempre più esposte alle notizie false che circolano in Rete, in particolare sui canali social. Secondo i risultati dell'indagine "Alfabetizzazione digitale & Fake News", infatti, quasi un/una giovane su 3 (il 31%) mette like su una notizia non verificata e il 51% ammette di utilizzare i social come canali di informazione per leggere notizie di interesse. La ricerca, realizzata da Ipsos, Osservatorio Giovani dell'Istituto Toniolo e Parole O_Stili con il contributo di Fondazione Cariplo, ha coinvolto oltre 4.800 studenti di scuole secondarie di primo e di secondo grado ed ha voluto indagare non solo il rapporto tra giovani e fake news, ma anche più in generale l'approccio degli under 20 alla comunicazione digitale, quali social frequentino maggiormente, quali siano le competenze che ritengono necessarie, fino al rapporto genitori-figli in termini di mediazione parentale - controllo e supporto - nella gestione della vita online. "Si tratta di una ricerca con una metodologia innovativa - ha detto Elena Marta, professore ordinario di Psicologia sociale e di Psicologia di Comunità all'Università Cattolica e membro del Comitato Scientifico dell'Osservatorio Giovani dell'Istituto Toniolo - poiché non solo è stata rilevata l'auto-percezione degli/delle adolescenti in merito alle loro competenze digitali, ma è stata proposta la visione di fake news certificate come tali ed è stato indagato in tempo reale il comportamento dei/delle giovani al riguardo". Lo studio, presentato in occasione del Festival della comunicazione non ostile, la manifestazione organizzata in questi giorni a Trieste da Parole O_Stili, da anni impegnata a contrastare il fenomeno della violenza delle parole off e online offre una fotografia approfondita del rapporto tra giovani e nuove tecnologie, della

Giovani e fake news: il 51% utilizza WhatsApp, Instagram e TikTok come fonti di informazione

Redazione Scuola

I risultati presentati a Trieste durante il Festival della comunicazione non ostile. Quasi un giovane su 3 mette un like alle fake news sui social, ma il 70% ritiene di saper riconoscere una fake news. Un genitore su tre non affronta mai il tema di cosa fanno i figli su internet. Le nuove generazioni sono sempre più esposte alle notizie false che circolano in Rete, in particolare sui canali social. Secondo i risultati dell'innovativa indagine "Alfabetizzazione digitale & Fake News", infatti, quasi un/una giovane su 3 (il 31%) mette like su una notizia non verificata e il 51% ammette di utilizzare i social come canali di informazione per leggere notizie di interesse. "Si tratta di una ricerca con una metodologia innovativa - afferma Elena Marta, professore ordinario di Psicologia sociale e di Psicologia di Comunità all'Università Cattolica e membro del Comitato Scientifico dell'Osservatorio Giovani dell'Istituto Toniolo - poiché non solo è stata rilevata l'auto-percezione degli/delle adolescenti in merito alle loro competenze digitali, ma è stata proposta la visione di fake news certificate come tali ed è stato indagato in tempo reale il comportamento dei/delle giovani al riguardo". "Ancora una volta emerge con forza la mancanza di consapevolezza da parte degli adulti sul fatto che virtuale è reale. I ragazzi si trovano spesso soli di fronte al problema delle fake news, così come in molti altri ambiti legati all'uso della Rete, che viene ancora percepita come un mondo a parte, meno rilevante o impattante. Ciò che manca davvero è la consapevolezza da parte degli adulti della responsabilità ad abitare la Rete, a vivere in quella cultura digitale che è propria dei nostri figli e delle nostre figlie. I dati parlano chiaro: solo un genitore su tre affronta il tema di Internet in famiglia, lasciando molti ragazzi senza punti di riferimento in un contesto che invece richiederebbe guida e responsabilità condivisa." spiega Rosy Russo, presidente e founder di Parole O_Stili. Sull'approccio alle fake news emergono, inoltre, alcune differenze significative sia relativamente al genere, le ragazze condividono il 61% in più di notizie non verificate, sia geografiche, con gli adolescenti delle regioni del sud del Paese che, mostrano tassi più elevati sia di condivisioni sia di like rispetto ai giovani del centro e nord Italia. Tra i fattori che influenzano maggiormente la possibilità di contribuire al diffondersi delle fake news, il principale è il tempo che si trascorre sui social media: infatti, chi usa i social 3-4 ore al giorno condivide 5,5 volte più fake news e mette 12 volte più like rispetto a chi invece li usa meno di un'ora. "Neanche una maggiore competenza digitale mette al riparo dalla diffusione delle fake news - afferma Giuseppe Riva, professore ordinario di Psicologia della comunicazione, direttore di Humane Technology Lab all'Università Cattolica - dal momento che, sulla base dei risultati della ricerca, gli studenti che si dichiarano più competenti tendono a condividere e apprezzare più contenuti



I risultati presentati a Trieste durante il Festival della comunicazione non ostile. Quasi un giovane su 3 mette un like alle fake news sui social, ma il 70% ritiene di saper riconoscere una fake news. Un genitore su tre non affronta mai il tema di cosa fanno i figli su internet. Le nuove generazioni sono sempre più esposte alle notizie false che circolano in Rete, in particolare sui canali social. Secondo i risultati dell'innovativa indagine "Alfabetizzazione digitale & Fake News", infatti, quasi un/una giovane su 3 (il 31%) mette like su una notizia non verificata e il 51% ammette di utilizzare i social come canali di informazione per leggere notizie di interesse. "Si tratta di una ricerca con una metodologia innovativa - afferma Elena Marta, professore ordinario di Psicologia sociale e di Psicologia di Comunità all'Università Cattolica e membro del Comitato Scientifico dell'Osservatorio Giovani dell'Istituto Toniolo - poiché non solo è stata rilevata l'auto-percezione degli/delle adolescenti in merito alle loro competenze digitali, ma è stata proposta la visione di fake news certificate come tali ed è stato indagato in tempo reale il comportamento dei/delle giovani al riguardo". "Ancora una volta emerge con forza la mancanza di consapevolezza da parte degli adulti sul fatto che virtuale è reale. I ragazzi si trovano spesso soli di fronte al problema delle fake news, così come in molti altri ambiti legati all'uso della Rete, che viene ancora percepita come un mondo a parte, meno rilevante o impattante. Ciò che manca davvero è la consapevolezza da parte degli adulti della responsabilità ad abitare la Rete, a vivere in quella cultura digitale che è propria dei nostri figli e delle nostre figlie. I dati parlano chiaro: solo un genitore su tre affronta il tema di Internet in famiglia, lasciando molti ragazzi senza punti di riferimento in un contesto che invece richiederebbe guida e responsabilità condivisa." spiega Rosy Russo, presidente e founder di Parole O_Stili. Sull'approccio alle fake news emergono, inoltre, alcune differenze significative sia relativamente al

falsi". Sempre sul tema delle fake news, secondo il campione le notizie (anche false) sui social influenzano opinioni e comportamenti delle persone. Va però osservato che 7 ragazzi su 10 ritengono di essere in grado di riconoscere una notizia falsa sui social e 3 intervistati su 4 cercano di fare fact checking su fonti affidabili. Per l'80% dei ragazzi e delle ragazze l'educazione scolastica dovrebbe fornire strumenti utili a riconoscere le fake news. In generale, comunque, la condivisione di notizie sui social senza averne prima verificato la veridicità è considerato un comportamento grave. A influire sulla scelta dei social è anche il genere: le ragazze sono infatti più presenti su TikTok e Snapchat, mentre i ragazzi su Telegram, X e Twitch. Analizzando poi il campione per fascia d'età/classe frequentata si evidenzia che 9 studenti di scuola media su 10 hanno un account social, mentre quasi 1 under 14 su 2 (il 46%) è presente su TikTok e Instagram, percentuali che raddoppiano con il passare dell'età. Il canale social sul quale i ragazzi passano più tempo è Tik Tok con una media di 2,4 ore al giorno, seguito da Instagram, WhatsApp (1,8 ore) e Threads (1,6 ore). Meno frequente è invece l'utilizzo "attivo", dal momento che poco più di un ragazzo su 3 (il 36%) ammette di commentare spesso i post dei suoi amici o contatti, mentre poco più di 1 su 4 (il 28%) pubblica proprie foto o video e circa 1 su 5 (il 21%) commenta le notizie. Andando a segmentare il campione per fasce d'età, sono soprattutto gli studenti del biennio (14 - 15 anni) a informarsi sui social: il 64% ammette infatti di ricorrere spesso ai social per leggere le notizie, mentre 1 su 4 (il 25%) le condivide. Nell'ambito della ricerca si è poi scelto di chiedere agli studenti un'autovalutazione delle loro competenze informatiche di base: poco meno di 7 ragazzi su 10 si sentono competenti nel trovare informazioni su beni e servizi o da siti web di enti e servizi pubblici, con un 30% che ammette di essere poco o per nulla competente. Anche riguardo la comunicazione digitale, i giovani non sembrano sentirsi particolarmente competenti, dal momento che una quota rilevante di loro (1 su 2) dichiara di essere poco o per nulla capace di caricare contenuti online, mentre 1 su 3 (31%) non sa partecipare ai social (31%) o utilizzare l'e-mail (29%). I ragazzi si sentono, invece, particolarmente competenti nell'installazione di app e programmi (78%) nella creazione di documenti con immagini e grafici (72%) e negli acquisti online (68%). Un'autopercezione, quella delle proprie competenze tecnologiche, che varia anche a seconda del genere considerato: a fronte di un 94% di ragazzi che si considera consapevole e competente rispetto all'utilizzo di questi strumenti, la percentuale scende a 92% per le ragazze che, nel 12% dei casi, ammettono anche di avere difficoltà a raggiungere gli obiettivi preposti quando si interfacciano con strumenti tecnologici (percentuale che scende all'8% per i maschi). Anche rispetto all'età si registrano differenze generazionali sull'alfabetizzazione digitale, con i Gen Zers che sembrano essere decisamente più competenti rispetto alla generazione successiva ovvero quella Alpha. Inoltre, quello che emerge è una differenza territoriale rispetto all'alfabetizzazione digitale e alle strategie di mediazione parentale con un nord più digitalizzato rispetto alle competenze adolescenziali e una genitorialità digitale meno presente. In generale centro e isole sembrano essere più indietro rispetto alle competenze e più controllanti dal punto di vista della mediazione parentale.

Giovani e fake news: indagine, "un giovane su 3 mette like sotto una notizia non verificata"

Le nuove generazioni sono sempre più esposte alle notizie false che circolano in Rete, in particolare sui canali social. Secondo i risultati dell'innovativa indagine "Alfabetizzazione digitale & fake news", infatti, quasi un/una giovane su 3 (il 31%) mette like su una notizia non verificata e il 51% ammette di utilizzare i social come canali di informazione per leggere notizie di interesse. La ricerca, realizzata da Ipsos, Osservatorio Giovani dell'**Istituto Toniolo** e Parole O_Stili con il contributo di Fondazione Cariplo, ha coinvolto oltre 4.800 studenti di scuole secondarie di primo e di secondo grado ed ha voluto indagare non solo il rapporto tra giovani e fake news, ma anche più in generale l'approccio degli under 20 alla comunicazione digitale, quali social frequentino maggiormente, quali siano le competenze che ritengono necessarie, fino al rapporto genitori-figli in termini di mediazione parentale - controllo e supporto - nella gestione della vita online. "Si tratta di una ricerca con una metodologia innovativa - afferma Elena Marta, professore ordinario di Psicologia sociale e di Psicologia di Comunità all'Università Cattolica e membro del Comitato scientifico dell'Osservatorio Giovani dell'**Istituto Toniolo** - poiché non solo è stata rilevata l'auto-percezione degli/delle adolescenti in merito alle loro competenze digitali, ma è stata proposta la visione di fake news certificate come tali ed è stato indagato in tempo reale il comportamento dei/delle giovani al riguardo". Lo studio, presentato in occasione del Festival della comunicazione non ostile, la manifestazione organizzata in questi giorni a Trieste da Parole O_Stili, da anni impegnata a contrastare il fenomeno della violenza delle parole off e online offre una fotografia approfondita del rapporto tra giovani e nuove tecnologie, della presenza sui social e delle competenze digitali degli studenti. "Ancora una volta emerge con forza la mancanza di consapevolezza da parte degli adulti sul fatto che virtuale è reale. I ragazzi si trovano spesso soli di fronte al problema delle fake news, così come in molti altri ambiti legati all'uso della Rete, che viene ancora percepita come un mondo a parte, meno rilevante o impattante. Ciò che manca davvero è la consapevolezza da parte degli adulti della responsabilità ad abitare la Rete, a vivere in quella cultura digitale che è propria dei nostri figli e delle nostre figlie. I dati parlano chiaro: solo un genitore su tre affronta il tema di Internet in famiglia, lasciando molti ragazzi senza punti di riferimento in un contesto che invece richiederebbe guida e responsabilità condivisa", spiega Rosy Russo, presidente e founder di Parole O_Stili. Scarica l'articolo in pdf txt rtf.



Le nuove generazioni sono sempre più esposte alle notizie false che circolano in Rete, in particolare sui canali social. Secondo i risultati dell'innovativa indagine "Alfabetizzazione digitale & fake news", infatti, quasi un/una giovane su 3 (il 31%) mette like su una notizia non verificata e il 51% ammette di utilizzare i social come canali di informazione per leggere notizie di interesse. La ricerca, realizzata da Ipsos, Osservatorio Giovani dell'Istituto Toniolo e Parole O_Stili con il contributo di Fondazione Cariplo, ha coinvolto oltre 4.800 studenti di scuole secondarie di primo e di secondo grado ed ha voluto indagare non solo il rapporto tra giovani e fake news, ma anche più in generale l'approccio degli under 20 alla comunicazione digitale, quali social frequentino maggiormente, quali siano le competenze che ritengono necessarie, fino al rapporto genitori-figli in termini di mediazione parentale - controllo e supporto - nella gestione della vita online. "Si tratta di una ricerca con una metodologia innovativa - afferma Elena Marta, professore ordinario di Psicologia sociale e di Psicologia di Comunità all'Università Cattolica e membro del Comitato scientifico dell'Osservatorio Giovani dell'Istituto Toniolo - poiché non solo è stata rilevata l'auto-percezione degli/delle adolescenti in merito alle loro competenze digitali, ma è stata proposta la visione di fake news certificate come tali ed è stato indagato in tempo reale il comportamento dei/delle giovani al riguardo". Lo studio, presentato in occasione del Festival della comunicazione non ostile, la manifestazione organizzata in questi giorni a Trieste da Parole O_Stili, da anni impegnata a contrastare il fenomeno della violenza delle parole off e online offre una fotografia approfondita del rapporto tra giovani e nuove tecnologie, della

Giovani e fake news: Riva (Università cattolica), "neanche una maggiore competenza digitale mette al riparo dalla diffusione di notizie false"

"In media, il 31% dei giovani utenti mette like alle fake news presentate, mentre una percentuale molto minore pari al 7% le condivide, suggerendo una netta distinzione tra engagement passivo e attivo. Delle 10 fake news proposte, il 73% degli studenti non ne condivide nessuna, mentre il 5% è responsabile di quattro o più condivisioni. Per i like, la distribuzione è più uniforme: il 35% non ha mai messo like, mentre il 34% ne ha messi quattro o più". È quanto emerge dall'indagine "Alfabetizzazione digitale & fake news", realizzata da Ipsos, Osservatorio Giovani dell'Istituto Toniolo e Parole O_Stili, con il contributo di Fondazione Cariplo. Sull'approccio alle fake news emergono, inoltre, alcune differenze significative sia relativamente al genere, le ragazze condividono il 61% in più di notizie non verificate, sia geografiche, con gli adolescenti delle regioni del sud del Paese che mostrano tassi più elevati sia di condivisioni sia di like rispetto ai giovani del centro e nord Italia. Tra i fattori che influenzano maggiormente la possibilità di contribuire al diffondersi delle fake news, il principale è il tempo che si trascorre sui social media: infatti, chi usa i social 3-4 ore al giorno condivide 5,5 volte più fake news e mette 12 volte più like rispetto a chi invece li usa meno di un'ora. "Neanche una maggiore competenza digitale mette al riparo dalla diffusione delle fake news - afferma Giuseppe Riva, professore ordinario di Psicologia della comunicazione, direttore di Humane Technology Lab all'Università Cattolica - dal momento che, sulla base dei risultati della ricerca, gli studenti che si dichiarano più competenti tendono a condividere e apprezzare più contenuti falsi". Sempre sul tema delle fake news, secondo il campione le notizie (anche false) sui social influenzano opinioni e comportamenti delle persone. Va però osservato che 7 ragazzi su 10 ritengono di essere in grado di riconoscere una notizia falsa sui social e 3 intervistati su 4 cercano di fare fact checking su fonti affidabili. Per l'80% dei ragazzi e delle ragazze l'educazione scolastica dovrebbe fornire strumenti utili a riconoscere le fake news. In generale, comunque, la condivisione di notizie sui social senza averne prima verificato la veridicità è considerato un comportamento grave. A fronte di un 96% di intervistati che conferma di avere almeno un account social, il 94% ha un account WhatsApp; il 74% uno su Instagram e il 68% su TikTok. Meno di un giovane su due ha invece accesso agli altri canali social, considerato che solo il 31% dichiara di avere un account su Telegram, il 28% Snapchat, 26% Twitch. Chiudono la classifica Threads e X, piattaforme sulle quali meno di un giovane su due dichiara di avere un account. A influire sulla scelta dei social è anche il genere: le ragazze sono infatti più presenti su TikTok e Snapchat, mentre i ragazzi su Telegram, X e Twitch. Scarica l'articolo in pdf txt rtf Italia.



L'INDAGINE

I giovani si informano sui social

Per il 51% dei giovani sono i social i principali canali di informazione. È quanto emerge dall'indagine "Alfabetizzazione digitale & Fake News", secondo cui uno su tre mette un like a notizie non verificate. La ricerca, realizzata da Ipsos, Osservatorio Giovani dell'Istituto Toniolo e Parole O_Stili con il contributo di Fondazione Cariplo, ha coinvolto oltre 4.800 studenti di scuole secondarie di primo e di secondo grado ed ha voluto indagare soprattutto sull'approccio degli under 20 alla comunicazione digitale, su quali social frequentino maggiormente, quali siano le competenze che ritengono necessarie, fino al rapporto genitori-figli in termini di mediazione parentale - controllo e supporto - nella gestione della vita online. Ne emerge anche che un genitore su tre non affronta mai il tema di cosa fanno i propri figli su internet, che il 96% di intervistati ha almeno un account social (94% WhatsApp; 74% uno su Instagram e il 68% su TikTok). Meno di un giovane su due ha, invece, invece accesso agli altri canali social, considerato che solo il 31% dichiara di avere un account su Telegram, il 28% Snapchat, 26% Twitch. Chiudono la classifica Threads e X, piattaforme sulle quali meno di un giovane su due dichiara di avere un account. A influire sulla scelta dei social è anche il genere: le ragazze sono infatti più presenti su TikTok e Snapchat, mentre i ragazzi su Telegram, X e Twitch. Analizzando poi il campione per fascia d'età/classe frequentata si evidenzia che 9 studenti di scuola media su 10 hanno un account social, mentre quasi 1 under 14 su 2 (il 46%) è presente su TikTok e Instagram, percentuali che raddoppiano con il passare dell'età. Ma il social s cui i ragazzi passano più tempo è Tik Tok con una media di 2,4 ore al giorno.



Il Piccolo Istituto Giuseppe Toniolo

La prima giornata del Festival della comunicazione non ostile a Trieste Oltre 400 persone su 30 tavoli per un confronto fra diverse generazioni

Inclusione e rispetto nel neologismo Netily La "parola del futuro" unisce rete e famiglia

LORENZO DEGRASSI

L'evento Lorenzo Degrassi Si scrive "Netily" ed è una parola che mette insieme i termini "rete" e "famiglia". È questo il neologismo coniato nel corso della prima giornata del Festival della comunicazione non ostile, promosso da Parole O_stili, in svolgimento in questi giorni a Trieste al Generali Convention Center.

Un'edizione proiettata al futuro ma con uno sguardo ancora legato al presente. Si intitola infatti "Le parole danno forma al futuro" la settimana edizione dell'evento che vede quest'anno quale protagonista la generazione Z, ovvero uomini e donne nati tra la seconda metà degli anni Novanta e il 2015.

I giovani, insieme ai partecipanti di altre età, sono stati suddivisi su 30 tavoli nell'ampio salone della sala convegni del Porto vecchio. Qui, all'unisono, nelle quattro ore della mattinata a loro riservate, sono stati chiamati a definire quella "parola del futuro" che possa rappresentare al contempo i valori di inclusività, rispetto e diversità. A prendere parte a questo gigantesco brainstorming oltre 400 fra studenti, dirigenti scolastici e insegnanti, ceo, manager, responsabili delle risorse umane e della comunicazione di grandi aziende, personalità delle istituzioni, del giornalismo, della comunicazione, della scienza e dell'associazionismo. Il termine creato e scelto come "parola del futuro" è quindi Netily, una parola che mette insieme i concetti di rete (net in inglese) e famiglia (family), declinandosi così nella famiglia allargata costituita dalle persone che ogni persona si sceglie, ovvero non necessariamente dei propri parenti ma anche dagli amici, i colleghi e i vicini di casa: insomma quella rete di supporto che si crea oltre la famiglia biologica.

Confuso fra le centinaia di partecipanti, giovani e meno giovani, c'era anche il vescovo di Trieste, monsignor Enrico Trevisi, anch'egli "costretto" a lavorare sul neologismo da produrre. «Dobbiamo pensare che anche al centro della fede cristiana c'è una parola - ha ricordato -: una parola che parla di grazia e di salvezza e mai come in questo periodo abbiamo bisogno di recuperare termini che ci aprono alla speranza e che ci consentano di tessere relazioni nelle quali ognuno di noi si riconosce come un dono l'uno per l'altro. Ecco perciò che in questo festival dove si parla di parole che danno forma al futuro è presente anche la speranza di non tradire tutto ciò che ci è stato donato da Dio, a partire dalle nostre radici».

Nel corso della giornata sono stati anche presentati i risultati della ricerca realizzata da Ipsos, Osservatorio Giovani dell'Istituto Toniolo e Parole O_Stili con il contributo di Fondazione Cariplo, sul rapporto tra giovani e fake news. Dall'indagine emerge preoccupante la notizia che le nuove



Il Piccolo

Istituto Giuseppe Toniolo

generazioni sono sempre più esposte alle notizie false che circolano in rete, in particolare sui canali social. Quasi un giovane su tre (il 31%), infatti, mette il like su una notizia non verificata e il 7% le condivide, mentre ben il 51% ammette di utilizzare i social come canali di informazione per leggere notizie di vario interesse. «Ancora una volta emerge con forza la mancanza di consapevolezza da parte degli adulti sul fatto che virtuale è reale - ha spiegato la fondatrice di Parole O_Stili Rosy Russo -. I ragazzi si trovano spesso soli di fronte al problema delle fake news, così come in molti altri ambiti legati all'uso della rete, che viene ancora percepita come un mondo a parte, meno rilevante o impattante.

Ciò che manca davvero è la consapevolezza da parte degli adulti della responsabilità ad abitare la rete, a vivere in quella cultura digitale che è propria dei nostri figli e delle nostre figlie. I dati parlano chiaro: solo un genitore su tre affronta il tema di internet in famiglia, lasciando molti ragazzi senza punti di riferimento in un contesto che invece richiederebbe guida e responsabilità condivisa».

Chi ha fatto dei giovani il proprio core business è Tiktok, presente alla settima edizione del festival di Parole O_stili con la propria head of communication Adela Leka, che ha spiegato come il target di questa piattaforma nata solo 6 anni fa sia già cambiato in così poco tempo. «Su Tiktok sono presenti più di 21 milioni di italiani - spiega - e possiamo dire che questo social network ormai sta diventando lo specchio della società moderna. Perché su Tiktok non sono presenti più soltanto giovani e giovanissimi, ma anche adulti. Pochi sanno infatti che oggi il 67% dei nostri iscritti ha più di 25 anni». Tiktok quindi come nuovo social intergenerazionale? «Il messaggio che ho voluto portare qua oggi - prosegue Leka - rivolgendomi soprattutto ai giovani, è che troppo spesso ci si etichetta nelle generazioni. A noi in Tiktok piace invece pensare che esiste la generazione trasversale interessata a un prodotto comune. Emblematico è il caso del canale Booktok, all'interno del quale si possono trovare booktoker di 16 anni che conversano o commentano un libro assieme a persone di 80. Perché sono gli interessi che accomunano le persone e non le età.

In pratica - conclude la social manager - quello che sperimentiamo oggi a Parole O_Stili, noi su Tiktok lo vediamo quotidianamente».

- © RIPRODUZIONE RISERVATA Fra i partecipanti il vescovo Trevisi: «Abbiamo bisogno di recuperare termini che ci aprono alla speranza» La responsabile della comunicazione di Tiktok, Leka: «Pochi sanno che oggi il 67% dei nostri iscritti ha più di 25 anni» al generali convention center a destra, i tavoli del festival in basso il vescovo trevisi. foto bruni.

Inclusione e rispetto nel neologismo Netily: a Parole Ostili la "parola del futuro" unisce rete e famiglia

La prima giornata del Festival della comunicazione non ostile a Trieste: oltre 400 persone su 30 tavoli per un confronto fra diverse generazioni Lorenzo Degrassi Si scrive "Netily" ed è una parola che mette insieme i termini "rete" e "famiglia". È questo il neologismo coniato nel corso della prima giornata del Festival della comunicazione non ostile, promosso da Parole O_stili, in svolgimento in questi giorni a Trieste al Generali Convention Center. Un'edizione proiettata al futuro ma con uno sguardo ancora legato al presente. Si intitola infatti "Le parole danno forma al futuro" la settima edizione dell'evento che vede quest'anno quale protagonista la generazione Z, ovvero uomini e donne nati tra la seconda metà degli anni Novanta e il 2015. Generazione Z e Intelligenza Artificiale: il Festival Parole O_Stili mette al centro il linguaggio del futuro Oltre 2mila gli iscritti alla settima edizione del Festival della Comunicazione non ostile: il 21 e 22 febbraio da Trieste partirà il primo Manifesto dell'era dell'Intelligenza artificiale I giovani, insieme ai partecipanti di altre età, sono stati suddivisi su 30 tavoli nell'ampio salone della sala convegni del Porto vecchio. Qui, all'unisono, nelle quattro ore della mattinata a loro riservate, sono stati chiamati a definire quella "parola del futuro" che possa rappresentare al contempo i valori di inclusività, rispetto e diversità. A prendere parte a questo gigantesco brain storming oltre 400 fra studenti, dirigenti scolastici e insegnanti, ceo, manager, responsabili delle risorse umane e della comunicazione di grandi aziende, personalità delle istituzioni, del giornalismo, della comunicazione, della scienza e dell'associazionismo. Aurora Leone a Parole Ostili: «Il linguaggio comico può farci riflettere su temi difficili» Leone sarà sabato a Trieste al festival della Comunicazione non ostile: «La risata è condivisione. E qualsiasi trauma può diventare divertente» Il termine creato e scelto come "parola del futuro" è quindi Netily, una parola che mette insieme i concetti di rete (net in inglese) e famiglia (family), declinandosi così nella famiglia allargata costituita dalle persone che ogni persona si sceglie, ovvero non necessariamente dei propri parenti ma anche dagli amici, i colleghi e i vicini di casa: insomma quella rete di supporto che si crea oltre la famiglia biologica. Confuso fra le centinaia di partecipanti, giovani e meno giovani, c'era anche il vescovo di Trieste, monsignor Enrico Trevisi, anch'egli "costretto" a lavorare sul neologismo da produrre. «Dobbiamo pensare che anche al centro della fede cristiana c'è una parola - ha ricordato -: una parola che parla di grazia e di salvezza e mai come in questo periodo abbiamo bisogno di recuperare termini che ci aprono alla speranza e che ci consentano di tessere relazioni nelle quali ognuno di noi si riconosce come un dono l'uno per l'altro. Ecco perciò che in questo festival dove si parla di parole che danno forma al futuro è presente anche la speranza di non tradire tutto ciò che ci è stato donato da Dio, a partire dalle



02/21/2025 20:49

La prima giornata del Festival della comunicazione non ostile a Trieste: oltre 400 persone su 30 tavoli per un confronto fra diverse generazioni Lorenzo Degrassi Si scrive "Netily" ed è una parola che mette insieme i termini "rete" e "famiglia". È questo il neologismo coniato nel corso della prima giornata del Festival della comunicazione non ostile, promosso da Parole O_stili, in svolgimento in questi giorni a Trieste al Generali Convention Center. Un'edizione proiettata al futuro ma con uno sguardo ancora legato al presente. Si intitola infatti "Le parole danno forma al futuro" la settima edizione dell'evento che vede quest'anno quale protagonista la generazione Z, ovvero uomini e donne nati tra la seconda metà degli anni Novanta e il 2015. Generazione Z e Intelligenza Artificiale: il Festival Parole O_Stili mette al centro il linguaggio del futuro Oltre 2mila gli iscritti alla settima edizione del Festival della Comunicazione non ostile: il 21 e 22 febbraio da Trieste partirà il primo Manifesto dell'era dell'Intelligenza artificiale I giovani, insieme ai partecipanti di altre età, sono stati suddivisi su 30 tavoli nell'ampio salone della sala convegni del Porto vecchio. Qui, all'unisono, nelle quattro ore della mattinata a loro riservate, sono stati chiamati a definire quella "parola del futuro" che possa rappresentare al contempo i valori di inclusività, rispetto e diversità. A prendere parte a questo gigantesco brain storming oltre 400 fra studenti, dirigenti scolastici e insegnanti, ceo, manager, responsabili delle risorse umane e della comunicazione di grandi aziende, personalità delle istituzioni, del giornalismo, della comunicazione, della scienza e dell'associazionismo. Aurora Leone a Parole Ostili: «Il linguaggio comico può farci riflettere su temi difficili» Leone sarà sabato a Trieste al festival della Comunicazione non ostile: «La risata è condivisione. E qualsiasi trauma può diventare divertente» Il termine creato e scelto come "parola del futuro" è quindi Netily, una parola che mette insieme i concetti di rete (net in

nostre radici». Nel corso della giornata sono stati anche presentati i risultati della ricerca realizzata da Ipsos , Osservatorio Giovani dell'Istituto Toniolo e Parole O_Stili con il contributo di Fondazione Cariplo, sul rapporto tra giovani e fake news. Dall'indagine emerge preoccupante la notizia che le nuove generazioni sono sempre più esposte alle notizie false che circolano in rete , in particolare sui canali social. Quasi un giovane su tre (il 31%), infatti, mette il like su una notizia non verificata e il 7% le condivide, mentre ben il 51% ammette di utilizzare i social come canali di informazione per leggere notizie di vario interesse. «Ancora una volta emerge con forza la mancanza di consapevolezza da parte degli adulti sul fatto che virtuale è reale - ha spiegato la fondatrice di Parole O_Stili Rosy Russo -. I ragazzi si trovano spesso soli di fronte al problema delle fake news , così come in molti altri ambiti legati all'uso della rete, che viene ancora percepita come un mondo a parte, meno rilevante o impattante. Ciò che manca davvero è la consapevolezza da parte degli adulti della responsabilità ad abitare la rete, a vivere in quella cultura digitale che è propria dei nostri figli e delle nostre figlie. I dati parlano chiaro: solo un genitore su tre affronta il tema di internet in famiglia, lasciando molti ragazzi senza punti di riferimento in un contesto che invece richiederebbe guida e responsabilità condivisa». Chi ha fatto dei giovani il proprio core business è Tiktok, presente alla settima edizione del festival di Parole O_stili con la propria head of communication Adela Leka , che ha spiegato come il target di questa piattaforma nata solo 6 anni fa sia già cambiato in così poco tempo. «Su Tiktok sono presenti più di 21 milioni di italiani - spiega - e possiamo dire che questo social network ormai sta diventando lo specchio della società moderna. Perché su Tiktok non sono presenti più soltanto giovani e giovanissimi, ma anche adulti. Pochi sanno infatti che oggi il 67% dei nostri iscritti ha più di 25 anni». Tiktok quindi come nuovo social intergenerazionale? «Il messaggio che ho voluto portare qua oggi - prosegue Leka - rivolgendomi soprattutto ai giovani, è che troppo spesso ci si etichetta nelle generazioni. A noi in Tiktok piace invece pensare che esiste la generazione trasversale interessata a un prodotto comune. Emblematico è il caso del canale Booktok, all'interno del quale si possono trovare booktoker di 16 anni che conversano o commentano un libro assieme a persone di 80. Perché sono gli interessi che accomunano le persone e non le età. In pratica - conclude la social manager - quello che sperimentiamo oggi a Parole O_Stili, noi su Tiktok lo vediamo quotidianamente». - Argomenti: cronaca Riproduzione riservata © Il Piccolo.