

13 marzo 2012

Eurobarometro 76 – Rapporto Nazionale Italia

Scheda:

Gli italiani e l'Europa: crisi, sviluppo, informazione

Sulle azioni necessarie per uscire dalle difficoltà c'è un ampio consenso: la stragrande maggioranza, infatti, degli intervistati (72%) ritiene essenziale una riforma del mercato del lavoro che miri a ridurre la disoccupazione. Inoltre, secondo gli italiani, gli elementi sui quali l'UE dovrebbe concentrare le proprie azioni per superare la crisi sono la lotta alla povertà, il mercato dell'industria e l'economia verde.

L'alto tasso di disoccupazione giovanile, che in Italia ormai da settembre 2011 si colloca al di sopra del 30%, spinge gli intervistati ad una scelta quasi scontata in materia di politiche giovanili: il 51%, infatti, ritiene che l'Unione debba intraprendere delle misure finalizzate a favorire l'occupazione dei giovani, senza tuttavia trascurare il miglioramento della qualità dell'istruzione e l'ulteriore promozione di programmi come l'Erasmus, che permettono di studiare all'estero.

A proposito degli effetti della crisi economica sulla vita quotidiana, il 57% degli italiani afferma di avere problemi nell'affrontare le spese correnti. Di questi, l'11% confessa di incontrare quasi costantemente delle difficoltà ad arrivare alla fine del mese: un dato preoccupante ma in linea con i risultati rilevati a livello europeo (8%).

L'Italia detiene invece la più alta percentuale di individui che dichiarano di non cercare attivamente informazioni sull'Unione europea: il 20% contro il 10% della media europea e l'8% registrato nel nostro Paese nel Novembre 2010. Questo dato è riconducibile alla grande copertura che i media nazionali danno alle questioni europee, soprattutto a seguito della crisi economica. Questa notevole quantità di informazioni disponibili si scontra con una parallela mancanza di qualità delle stesse: il 74% del campione ritiene infatti che i cittadini non siano correttamente informati sulle tematiche europee di attualità.

Per gli italiani (83%) e per gli europei (86%) la televisione rimane il mezzo di comunicazione di massa più utilizzato anche se con alcune differenze percentuali legate all'età, al genere e alla provenienza geografica degli intervistati. A seguire troviamo la radio, anche se meno di un terzo degli italiani afferma di accenderla una volta al giorno (in Europa oltre la metà degli intervistati invece dichiara di farne un uso quotidiano) e la carta stampata, che vede il dato sul suo utilizzo giornaliero da parte degli italiani in ulteriore calo rispetto a un anno fa (dal 29% al 25%). La televisione risulta essere attendibile nel presentare le notizie europee anche se, proprio come la radio e la stampa, il dato sul grado di fiducia in essa riposto è in calo.

Infine, qualche considerazione sul trend della rete. Gli utenti di internet sono in aumento: circa il 39% degli italiani dichiara infatti di connettersi quotidianamente. Inoltre, per ottenere informazioni sull'Unione europea vengono consultati principalmente i siti dei quotidiani o dei settimanali; a seguire troviamo le pagine istituzionali, i blog e altri siti di condivisione. L'utilizzo dei social media per ricercare informazioni rimane ancora marginale, ma la maggior parte degli intervistati ritiene che siano funzionali ad una maggiore partecipazione politica dei cittadini.