



Teen Engagement with News in the Social Media Era

News engagement is important for civic awareness and democratic participation, yet adolescents today engage with news in a rapidly changing media environment that includes social media, AI-generated content, and a declining trust in news media. Although researchers have examined teens' news habits, less is known about how news makes youth feel and how they believe coverage of their communities could be improved. This information can provide insights on how to create news that feels relevant and empowering to teens to promote news engagement. Below we present key findings from survey data collected from 323 Tucson teens (average age = 17; 54% girls, 44.4% boys, 1.6% another gender identity, ~70% Latine) between January and May 2025.

Study Findings

How teens get news

These teens primarily get news from family (59%), social media (58%), and friends (56%). Traditional sources such as TV news or newspapers play a secondary role in news engagement.

Social media use is diffused and algorithm-based, not news source-based

67% of teens could not name a specific source of news they follow on social media, suggesting they are relying more on social media algorithms, and not intentionally seeking information from certain sources.

Teens still trust fact-checked and traditional news most

Teens trust news that is fact-checked and provides citations for its sources. They also noted that they trusted news from mainstream media sources, such as news organizations and news outlets, slightly more than news from social media sources. That is, teens are critical and savvy consumers of news even if they rely on social media to stay informed.

Teens notice when news misses the mark

Over one third (37%) of the teens said the news contained misinformation about their community. Teens also noticed when news coverage stereotyped different groups of people, misinterpreted facts, or shared incomplete information.

What teens want from the news

Teens noted that they wanted news to cover more issues focused on immigration (e.g., immigration policies, ICE), the economy (e.g., inflation), and larger global issues (e.g., ongoing conflict and genocides). They also want to see news coverage, from all sources, change its messaging around immigration, Latines, and prejudice in our society.

News makes teens feel both bad and connected to their community

Teens noted that, often, the news made them feel connected to and informed about their community, but they were nearly just as likely to say the news made them feel bad. Teens were more likely to avoid the news if they felt the news made them feel overwhelmed and helpless. Also, teens who said the news made them feel overwhelmed or helpless also tended to report higher rates of depression, anxiety, and lower connection to school.

Key Takeaway

Teens are not disengaged from the news despite low reliance on traditional news sources. They are navigating news on social events and social issues through their relationships, social media personalities and algorithms, and this engagement has real consequences for their well-being and development.

Recommendations for families and community members

Talk to youth about the news

It is important to talk to teens about the news not only to help youth contextualize what is happening in the world around them, but also to help them emotionally process how the news makes them feel.

Model how to evaluate information to build media literacy

Talk with teens about what is credible news, how to tell if something is fact checked, how to tell if news sources are biased, and how diverse perspectives may impact how news events and issues are interpreted. Also, discuss how algorithms work and how they may perpetuate specific perspectives by making information or perspectives feel more common than they are.

Make space for emotional processing and foster agency in teens

Many topics addressed in the news can be emotionally taxing, especially if teens perceive them to affect their sense of belonging and safety, or when they feel they have no control. Talk to teens about their emotions and help teens detect what is within their control and what is not so they can identify actions that they can take, even if small, to create a sense of empowerment.

Recommendations for journalists and news content creators

Meet teens where they are – on social media

If journalists and news organizations want to reach and engage younger audiences, they should prioritize content that engages younger audiences on social media, including partnering with responsible content creators and influencers that represent multiple communities and do not perpetuate stereotypes.

Make credibility clear

Teens want news they can trust. For journalists to stand out in the algorithm as credible voices on topics, such as clearly citing sources and sharing how they work to be fair and accurate. Avoiding stereotypes, like using catch-all labels, and acknowledging how different perspectives inform how a story is told, help signal authenticity and attention to balanced news telling.

Reduce news avoidance by increasing relevance, hope, and agency

To increase a sense of relevance, journalists can contextualize news events. Also, balancing negative stories with action-oriented content can increase teens' sense of agency and connection.

To read the full report, follow the link:

https://fmi.arizona.edu/sites/default/files/2026-07/Teen-News-Engagement-Report_v2-1.pdf

Study Authors:

Norma Perez-Brena, Norton School of Human Ecology, University of Arizona

Esther Burson, Department of Psychology, Smith College

Mollie Muchna, Trusting News

Priscila Gámez Hernández, Norton School of Human Ecology, University of Arizona

Valeria Villagrana Martínez, Norton School of Human Ecology, University of Arizona

Maciel M. Hernández, Department of Human Ecology, University of California

Olga Kornienko, Department of Psychology, Georgetown University

Kristia Wantchekon, Department of Psychology, George Mason University

Thao Ha, Department of Psychology, Arizona State University

M. Dalal Safa, Department of Psychology and Neuroscience, The University of North Carolina, Chapel Hill

La Interacción de los Adolescentes con las Noticias en la Era de las Redes Sociales

Interactuar con las noticias es importante para la conciencia cívica y participación democrática, sin embargo, los jóvenes de hoy interactúan con las noticias en un entorno mediático que cambia rápidamente e incluye las redes sociales, el contenido hecho por inteligencia artificial (IA), y una confianza decreciente en los medios de comunicación. Aunque investigadores han examinado los hábitos de noticias de los adolescentes, se sabe menos sobre cómo las noticias hacen sentir a los jóvenes y cómo creen que se podría mejorar la cobertura de sus comunidades. Esta información puede ayudar a crear noticias relevantes que motiven a las y los adolescentes a involucrarse con las noticias. A continuación, presentamos resultados clave de los datos de una encuesta realizada entre 323 adolescentes de Tucson (edad promedio = 17; 54% niñas, 44.4% niños, 1.6% otra identidad de género, ~70% Latine) entre enero y mayo de 2025.

Resultados del Estudio

Cómo los adolescentes obtienen noticias

Estos adolescentes se informan principalmente por medio de la familia (59%), las redes sociales (58%), y los amigos (56%). Las fuentes tradicionales, como noticias de televisión o los periódicos, tienen un papel secundario en su interacción con las noticias.

El Uso de las Redes Sociales es difuso y se basa en algoritmos, no en fuentes

El 67% de los adolescentes no pudo nombrar una fuente de noticias específica que siguen en las redes sociales, lo que sugiere que dependen en los algoritmos de las redes sociales y no buscan información deliberadamente en fuentes concretas.

Los adolescentes siguen confiando más en las noticias tradicionales y verificadas

Los adolescentes confían en las noticias que han sido verificadas y que citan sus fuentes. También señalaron que confían ligeramente más en las noticias provenientes de los medios de comunicación convencionales, como organizaciones y agencias de noticias, que en las noticias que provienen de las redes sociales. Es decir, los adolescentes son consumidores de noticias críticos y avisados, aun cuando dependen de las redes sociales para mantenerse informados.

Los adolescentes se dan cuenta cuando las noticias no dan en el blanco

Más de un tercio (37%) de los adolescentes dijeron que podían identificar cuándo las noticias contenían información errónea sobre sus comunidades. Los adolescentes también notaron cuando la cobertura noticiosa estereotipaba a distintos grupos de personas, malinterpretaba los hechos o transmitía información incompleta.

Lo que los adolescentes esperan de las noticias

Los adolescentes indicaron que quieren que las noticias traten más temas centrados en la inmigración (p. ej., políticas de inmigración, el ICE), la economía (p. ej., la inflación), y problemas globales más grandes (p. ej., conflictos actuales y genocidios). También quieren ver que la cobertura de noticias, de todas las fuentes, cambie su mensaje sobre la inmigración, los Latines, y los prejuicios en nuestra sociedad

Las noticias hacen que los adolescentes se sientan tanto mal como conectados con su comunidad

Los adolescentes indicaron que las noticias suelen hacerlos sentirse conectados con su comunidad e informados sobre ella, pero era casi igual de probable que dijeran que las noticias los hacían sentirse mal. Los adolescentes eran más propensos a evitar las noticias si sentían que estas los hacían sentirse abrumados e indefensos. Asimismo, los adolescentes que afirmaron que las noticias los hacían sentirse abrumados o indefensos también tendían a reportar índices más elevados de depresión, ansiedad y menos conexión con la escuela.

Conclusión principal

Los adolescentes no están desconectados de las noticias, aunque dependan menos de las fuentes tradicionales de información. Se informan sobre acontecimientos sociales a través de sus conocidos, los creadores de contenido y figuras públicas que siguen en redes sociales, y las recomendaciones algorítmicas. Esta interacción tiene consecuencias reales para su bienestar y desarrollo.

Recomendaciones para las familias y los miembros de la comunidad

Habla con los adolescentes sobre las noticias

Es importante hablar con los adolescentes sobre las noticias, no solo para ayudarles a contextualizar lo que sucede en el mundo a su alrededor, sino también para ayudarlos a procesar emocionalmente cómo les hace sentir las noticias.

Demuestra cómo evaluar la información para fomentar la alfabetización mediática

Habla con los adolescentes sobre qué es una noticia fiable, cómo determinar si la información ha sido verificada, cómo detectar si las fuentes noticiosas son parciales, y cómo distintas perspectivas pueden influir la interpretación de los acontecimientos y temas sociales. Además, habla sobre cómo funcionan los algoritmos y cómo pueden perpetuar perspectivas específicas al dar la impresión de que cierta información o punto de vista parezca más común de lo que es.

Crea un espacio para que los adolescentes procesen sus emociones y fomente su autonomía

Muchos temas que se tratan en las noticias pueden resultar emocionalmente agotadores, sobre todo si los adolescentes perciben que afectan su sentido de pertenencia y seguridad, o cuando sienten que no tienen control. Habla con los adolescentes sobre sus emociones y ayúdalos a detectar que aspectos están en su control y cuáles no, para que puedan identificar acciones que, aunque sean pequeñas, pueden tomar para crear un sentido de empoderamiento.

Recomendaciones para periodistas y creadores de contenido informativo

Acércate a los adolescentes allí donde se encuentran – en las redes sociales

Si los periodistas y medios de comunicación quieren llegar a las audiencias más jóvenes e involucrarlas, deberían priorizar al contenido que las atraiga en las redes sociales, incluyendo asociarse con creadores de contenido e influencers responsables.

Deja clara la credibilidad

Los adolescentes quieren noticias en las que pueden confiar. Para que los periodistas se posicionen como voces creíbles en los entornos digitales, deben citar claramente sus fuentes y explicar cómo trabajan para garantizar la imparcialidad y la precisión. Evitar los estereotipos, como el uso de etiquetas generales, y reconocer cómo distintas perspectivas informan cómo se cuenta una historia, ayuda a transmitir autenticidad y a reflejar una cobertura informativa más equilibrada.

Minimiza el rechazo de las noticias aumentando la relevancia, la esperanza y la capacidad de actuar

Para aumentar el sentido de relevancia, periodistas pueden contextualizar los acontecimientos noticiosos. Asimismo, equilibrar las noticias negativas con contenido orientado a la acción pueden reforzar en los adolescentes su sentido de agencia y de conexión.

Para leer el informe completo, sigue el enlace:

https://fmi.arizona.edu/sites/default/files/2026-07/Teen-News-Engagement-Report_v2-1.pdf.

Autores del Estudio:

Norma Perez-Brena, Norton School of Human Ecology, University of Arizona

Esther Burson, Department of Psychology, Smith College

Mollie Muchna, Trusting News

Priscila Gámez Hernández, Norton School of Human Ecology, University of Arizona

Valeria Villagrana Martínez, Norton School of Human Ecology, University of Arizona

Maciel M. Hernández, Department of Human Ecology, University of California

Olga Kornienko, Department of Psychology, Georgetown University

Kristia Wantchekon, Department of Psychology, George Mason University

Thao Ha, Department of Psychology, Arizona State University

M. Dalal Safa, Department of Psychology and Neuroscience, The University of North Carolina, Chapel Hill