

«Non solo tv, i bambini oggi sono multimediali»

I bambini di oggi? Sono molto più esperti dei loro genitori nel districarsi fra varie piattaforme (tv, web, videogames) e la televisione non è più l'unico passatempo preferito. È quanto emerge da «Millennial Kids», lo studio promosso dalla rete per bambini Nickelodeon (visibile su Sky). La ricerca, effettuata da OssCom, il centro di ricerca sui media dell'Università Cattolica di Milano per Mtv Lab (ovvero Mtv e Nickelodeon, il canale per bambini più visto negli Usa, 300 milioni di famiglie in tutto il mondo) ha intervistato 70 bambini italiani fra i 4 e i 14 anni provenienti da famiglie già tecnologicamente attrezzate.

Ne emerge che i «ragazzi del Millennio», sono «uguali e diversi» non solo perché non hanno sempre a disposizione le stesse piattaforme, ma anche soprattutto perché sono guidati in modo diverso

Secondo la ricerca della Cattolica per Nickelodeon i piccoli spettatori creano un loro palinsesto fra video, web e cellulari

dai genitori. «La media di bimbi tecnologizzati in Italia è minore – dice Nicoletta Vittadini ricercatrice di OssCom –. Ma questo campione dà indicazioni interessanti su cosa succederà in un futuro molto vicino». La tv è ancora l'ancora principale del mondo mediale dei più piccoli. Per i bambini tra i 4 e i 7 anni la televisione è un «una vera e propria scatola magica», dove si canta, si disegna e si inventano giochi nuovi. Il 69% dei bambini di quell'età guarda la tv, ma già in età prescolare, sotto la guida dei ge-

nitatori, i bimbi muovono i primi passi sulla rete: il 33% ascolta le sigle dei cartoni su youtube e cerca nuovi giochi online. Per i ragazzi dagli 8 agli 11 anni, la televisione resta il mezzo più utilizzato (92%), e diventa un «punto di riferimento per imparare ad affrontare il mondo», e i personaggi della tv diventano «modelli di comportamento». Il 72% usa la console videogames, il 47% usa un desktop condiviso con i genitori, ma già il 36% usa un proprio computer e ben il 45% ha un cellulare (molti sono già presenti sui social network). Nel caso dei «twens» (tra i 12 e i 14 anni) invece, c'è maggiore diversificazione. E se cresce l'uso individuale del pc e si afferma il cellulare come piattaforma medium fondamentale (55%), la televisione conferma la propria importanza agendo come bussola (59%), favorendo l'interconnessione tra le diverse piattaforme. «I genitori non li

lasciano soli – dice la Vittadini –. Si va dai genitori diffidenti che regolano l'accesso ai media a quelli invece più tecnologici che spiegano e accompagnano. Però i bambini non subiscono più la tv passivamente, ma tendono a crearsi un mondo loro su diverse piattaforme digitali». All'interno di questo panorama Nickelodeon, come spiega la direttrice Daniela Di Maio, «punta molto sull'interazione e sul punto di vista dei bambini». Tra le novità in arrivo la serie *Victorious* su una ragazza canterina e da febbraio una serie, *Anubis*, dedicata al mistero.

Angela Calvini

