

Dieta mediatica sbilanciata Abbuffate di video e console

i numeri

52%

STA DAVANTI
ALLA TV 2 ORE
AL GIORNO
IL 20% ARRIVA
FINO A 5 ORE

60%

HA UN
PROFILO SUI
SOCIAL
NETWORK

14%

LEGGE
PERIODICI
O LIBRI TUTTI
I GIORNI

80%

VA AL CINEMA
ALMENO 4
VOLTE L'ANNO

*Nessun limite di orario nell'uso di tivù e pc
L'indagine su 900 studenti da 6 a 20 anni*

LUCA LIVERANI
ROMA

Internet e i suoi derivati sono il loro cibo quotidiano. Ma è un'alimentazione sbilanciata, fatta di intrattenimento, svago e poca, pochissima cultura. Un dietologo parlerebbe di eccesso di zuccheri e grassi, e di carenza di proteine e fibre. Smaliziati e disinvolti nell'uso degli strumenti digitali, sono però sproveduti e un po' ignoranti. È la fotografia scattata ai minori italiani dal rapporto "La dieta mediatica dei nostri figli", indagine voluta dal Moige e curata dall'Istituto di terapia cognitivo interpersonale guidato dal professor Tonino Cantelmi, docente di psicologia alla Lumsa.

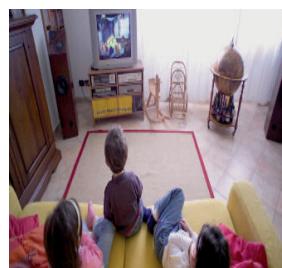
Condotta su un campione di 941 ragazzi dai 6 ai 20 anni in 11 scuole elementari, medie e superiori, lo studio conferma un quadro preoccupante. La metà del campione (52%) afferma ad esempio di dedicare alla tivù fino a 2 ore al giorno, ma un quinto anche 5. Il 38% sta da 1 a 3 ore davanti al monitor del pc. Un decimo lo usa per fare ricerche scolastiche (magari solo col "copia & incolla" da Wikipedia...). Il web serve a svagarsi: il 24% chatta, uno su 5 dice di avere «sempre o spesso» cominciato una relazione su internet. Gli iscritti ai social network sono 6

su 10, di questi quasi tutti (96%) a Facebook. Molti usano gli sms per chiacchierare, non comunicare: il 27% ne manda e riceve oltre 20 al giorno. Il cellulare? Ce l'ha la metà della fascia tra 6 e 10 anni, il 90% tra 11 e 13, i più grandi tutti. E 2 su 10 dicono di non poter stare senza telefonino neanche un'ora. La dedizione ai videogiochi è tale che a volte rasenta l'identificazione coi personaggi. Uno su cinque infatti sta sui videogames da 1 a 3 ore al giorno. Il 57% crede che «videogiocare influenza molto gli atteggiamenti del giocatore». Il 56% tra 6 e 10 anni si identifica con il proprio avatar, cioè il personaggio che impersona.

Abbuffati di tecnologia digitale, questi ragazzi hanno poco tempo e voglia per la lettura: i due terzi non leggono riviste, solo il 14% legge periodici e libri tutti i giorni. Più interessate alla lettura le femmine: il 41% dice di leggere «molto», il 36% «abbastanza». Che cosa? Romanzi (28%) e libri fantasy (26%).

Tengono, un po' a sorpresa, mass-media antichi. Come la radio: 4 su 10 la ascoltano tutti i giorni, musica e sport i tempi più seguiti. E il cinema: ci vanno almeno 4 volte l'anno e - per fortuna - l'80% dice che «è un modo per stare insieme al di là del film da vedere».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I ricercatori: manca controllo da parte dei genitori. I ragazzi usino gli strumenti tecnologici in spazi condivisi

SECONDO NOI

**Figli di qualcuno
figli di nessuno**



Le generazioni germogliano e appassionano. Ma le inchieste su «minori e media» da 30 anni permettono la stessa sentenza: c'è un uso eccessivo e poco «educato» di tv e pc da parte di ragazzi «abbandonati» da adulti assenti o distratti. Tutte prevedibili, tutto come sempre e niente di nuovo? La prima sensazione è che ciò che non sappiamo sia più di ciò che ci sembra di intuire. Un televisore o un pc accesi, per un ragazzo solo in casa, possono anche svolgere un banale, ma efficace, ruolo ansiolitico. Un rumore di fondo, una presenza rasserenante e niente di più. La seconda sensazione è che i figli facciano un uso dei media simile a quello dei loro genitori, incerto o colto, rozzo o raffinato, consapevole o irresponsabile. Saranno pur figli di qualcuno. La terza sensazione, in realtà una certezza, è che qui più che altrove urgono educatori veri, capaci di condurre i minori a un uso critico e consapevole dei media. Affinché non siano figli di nessuno.

Servono più divieti per i nativi digitali

«**E**mergenza educativa». Il Moige non gira intorno al problema: i minori italiani passano ore e ore in compagnia delle tecnologie digitali, senza controllo da parte dei genitori. Perché sono dati allarmanti quelli che emergono dal dossier sulla dieta mediatica dei ragazzi: il 40% di chi ha più di 14 anni non ha mai avuto limiti all'uso dei videogames, altrettanti sono liberi di navigare in rete quanto vogliono, il 25% non ha orari per la televisione.

Non può meravigliare allora che un quarto dei ragazzi in tv vede film non adatti ai minori, il 27% ha visitato almeno una volta pagine web con contenuti non idonei e il 22% ha usato videogiochi sconsigliati per la loro età.

«Sarebbe opportuno - raccomandano i ricercatori - che i nativi digitali potessero fruire di questi strumenti in luoghi condivisi e accessibili a tutta la famiglia come la cucina o il salotto». Invece il 33% ha la consolle dei giochi nella cameretta, il 20% ne ha una portatile, il 40% ha un proprio computer. E lo usa con una certa malizia, se il 24% dice che i propri genitori non conoscono cosa fanno su internet e il 27% cancella la cronologia, per non lasciare tracce dei siti visitati. Va peggior con la tivù: addirittura il 60% ce l'ha in camera da letto. «La tv - si legge nella ricerca - è responsabile dell'ipersessualizzazione precoce dei bambini italiani».

C'è poi quel 60% che confessa di essersi divertito a ricevere o inviare fo-

to o video "spinti" (pratica definita in inglese col neologismo *sexting*, cioè *sex più texting*, invio di messaggi virtuali). Preoccupa la diffusione di pratiche vicine al "cyberbullismo": 6 adolescenti su 10 hanno utilizzato foto o video per prendere in giro qualcuno. Un quinto lo fa «spresso». L'abusivo porta anche dipendenza: il 21% preferisce guardare la tv che uscire con gli amici, un 5% preferisce il web virtuale al reale. Tra gli over 14 poi 4 su 10 accettano in rete amicizie con sconosciuti, 2 su 10 li incontrano. Disinvolto anche l'uso del cellulare: ai genitori che li chiamano, 6 su 10 mantengono sul luogo in cui si trovano o su quello che fanno.

Luca Liverani

© RIPRODUZIONE RISERVATA