

Bambini e Nuovi Media: una ricerca di People per Terre des Hommes

*Come vedono i new media i bambini? E quanto i genitori sono in grado di capire e normare il rapporto, spesso "caldissimo" dei loro figli con i media? Sfide, criticità e suggerimenti sono contenuti nella nuova ricerca svolta da **People**, società di ricerche di mercato di Milano, per **Terre des Hommes** con il contributo di **Google, Vodafone Italia e Fondazione Ugo Bordoni**.*

Il rapporto dei bambini con i media

Ecco alcuni elementi emersi dalla ricerca:

- **Si inizia sempre più da piccoli ad utilizzare i nuovi media:** il 40% dei bambini inizia a navigare su Internet prima dei 10 anni, il 60% dopo; ci si iscrive ai social network molto prima dell'età minima (13 anni per Facebook), infatti degli intervistati il 16% lo ha fatto addirittura prima dei 10 anni. Il 30% usa già il cellulare prima dei 10 anni.

Che utilizzo dei mezzi viene fatto:

- **Internet:** 78% lo usa per la scuola (ricerche e materiale di studio)
 - Computer condiviso con il resto della famiglia: 69%, computer collocato in camera dei ragazzi: 35%, computer in salotto/soggiorno: 36%
- **Social network:** l'85% usa Facebook, seguito da Messenger (24%). L'1% usa Twitter
- **Cellulare:** è di proprietà del figlio/a nel 78% dei casi, e il 26% dei ragazzi lo tiene acceso quasi tutto il giorno. Il 69% dei bambini della fascia 8-10 anni spende fino a 5 euro al mese per il cellulare, percentuale che scende in media del 40% nella fascia 11-13, per la quale prevale una spesa mensile di 10 euro (35%).
- **Videogiochi:** vengono utilizzati in prevalenza in solitudine (61%); i maschi preferiscono giochi d'azione e avventura, mentre le femmine prediligono giochi di accudimento (cuccioli e simili).
- **Televisione:** il 42% dei figli tende a decidere in autonomia cosa guardare alla televisione, senza chiedere l'autorizzazione agli adulti, anche se solo il 7% possiede una TV nella propria camera. Le preferenze in termini di programmi vanno largamente ai cartoni animati (70%) e ai telefilm per ragazzi (52%), seguiti da un 33% di preferenze per i documentari.

Relazione con i media: dipende dalla fascia di età.

I bambini della fascia 8-10 anni hanno come nucleo centrale d'interesse sé stessi e la propria famiglia, pertanto prediligono mezzi 'individuali' come videogiochi e TV. I ragazzi della fascia 11-13, invece, amano i mezzi che favoriscono la socializzazione, come cellulari e social network.

In linea generale, si rileva una crescente ricerca di mezzi capaci di offrire stimolazioni multisensoriali e una sempre maggiore attitudine ad utilizzare più mezzi in contemporanea, fenomeno che sembra aumentare con l'avanzare dell'età. Riguardo ai singoli media:

Internet: per i più piccoli è un mezzo di scarsa importanza, su cui il controllo dei genitori è piuttosto elevato: ne regolano l'utilizzo e spesso sono presenti alla navigazione.

Il mezzo acquisisce una grande importanza nella fascia 11-13, in quanto strumento di socializzazione, e il controllo da parte dei genitori tende a diventare blando, anche a seguito dell'opposizione dei figli.

Social network: per i più piccoli sono una realtà ancora non presente nella quotidianità, se non verso i dieci anni. Per i più grandi, invece, rivestono il ruolo di palestra della socializzazione; in particolare, le femmine mostrano un coinvolgimento emotivo. Il controllo dei genitori in questo caso sembra essere assente, se non a posteriori (diventando amici dei propri figli sui social network).

I ragazzi mostrano una chiara consapevolezza dei rischi per la sicurezza in cui si può incorrere nella frequentazione di social network e tale consapevolezza determina, per esempio, la loro scelta su quale social network utilizzare e per quale fine. I ragazzi tendono a tutelarsi non accettando richieste di amicizia da parte di sconosciuti.

Cellulare: la fruizione del cellulare sembra essere molto più libera rispetto ad altri media, per nulla limitata temporalmente. Il controllo dei genitori in questo caso sembra mancare, se non per gli aspetti di tipo economico. Per i più grandi lo strumento diventa imprescindibile nella quotidianità e la relazione che si costruisce si può descrivere per analogia con la relazione con il 'cuccio'.

Videogiochi: si tratta del media che i bambini della fascia 8-10 fruiscono di più e con maggior coinvolgimento, insieme alla TV. La fruizione è poco normata a livello temporale, con sessioni piuttosto lunghe, che avvengono spesso in assenza dei genitori. Il mezzo perde invece appeal per la fascia 11-13, che tende a privilegiare Internet e i social network.

Televisione: si conferma un mezzo molto utilizzato, in particolare il più fruito nella fascia 8-10, con scarso controllo genitoriale e uso quotidiano prolungato.

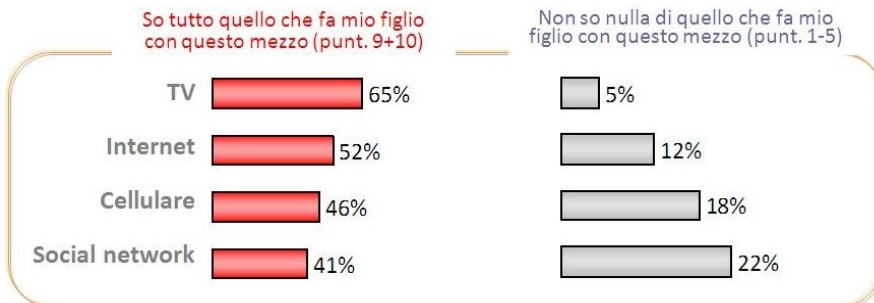
Dalla fase qualitativa della ricerca sono emerse due tendenze principali:

- **Il dominio del click & play:** dando per scontato che tutto funzioni con un click, quando vengono smentiti dalla realtà i bambini lo vivono come un fatto estremamente frustrante e ingiusto. Questa dinamica (insieme ad altri fattori, quali la tendenza dei genitori a dare continue gratificazioni anche in assenza di un merito/di un motivo evidente o esplicitato) determina una mancata capacità di gestione dei propri desideri: i bambini pretendono un'immediata gratificazione e risultano pressoché incapaci di gestire qualunque situazione di attesa/frustrazione.
- **Il dominio del "fare":** i bambini crescono in un mondo pieno di stimoli, sono esposti a una continua e massiccia stimolazione, per cui da un lato non riescono a gestire la noia e i tempi morti, dall'altro ricercano un livello di stimolazione sempre maggiore: fanno più cose insieme, cercano di coinvolgere più sensi. Questo contesto rischia di limitare lo sviluppo della capacità di concettualizzare e strutturare un pensiero astratto.

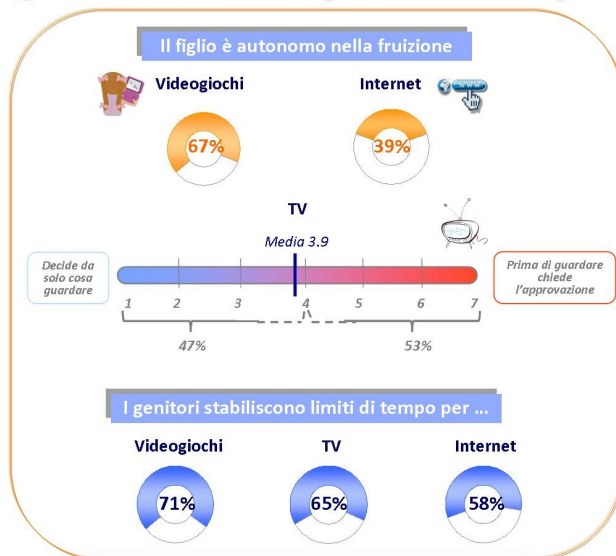
Genitori: come gestiscono il rapporto dei figli con i media?

La ricerca ha analizzato in dettaglio il ruolo dei genitori nell'accompagnare e normare l'utilizzo dei mezzi da parte dei figli.

I due terzi dei genitori intervistati dichiara di conoscere bene come il proprio figlio utilizza la tv, la % si riduce decisamente quando si parla di Internet, cellulare e soprattutto Facebook.



I figli sono autonomi? Vengono date delle regole?



I genitori cosa pensano che rappresentino i media per i figli?

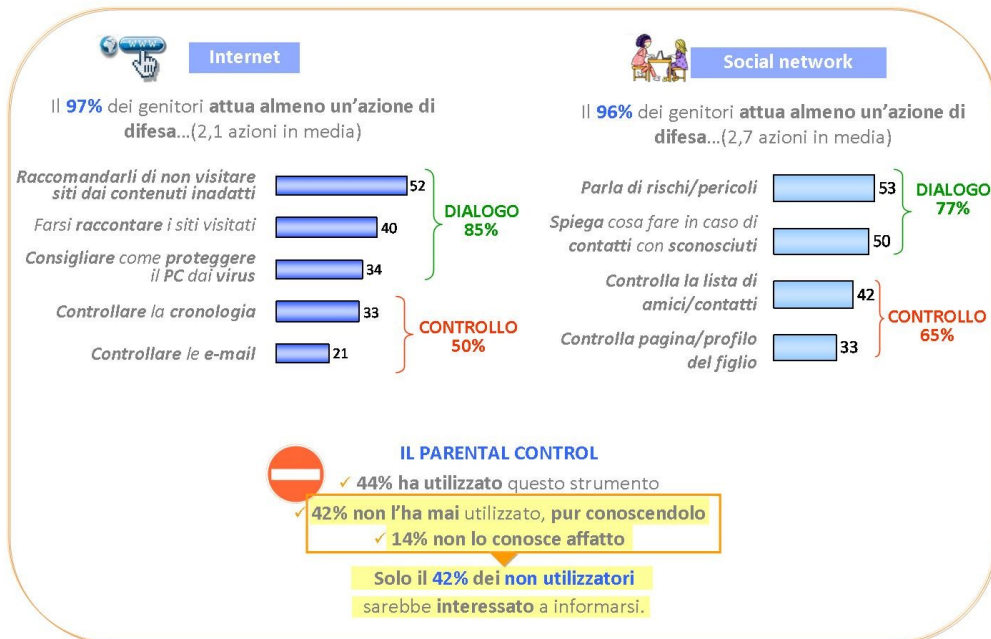


Il modo in cui i genitori percepiscono il tipo di legame affettivo tra i propri figli e i media risulta

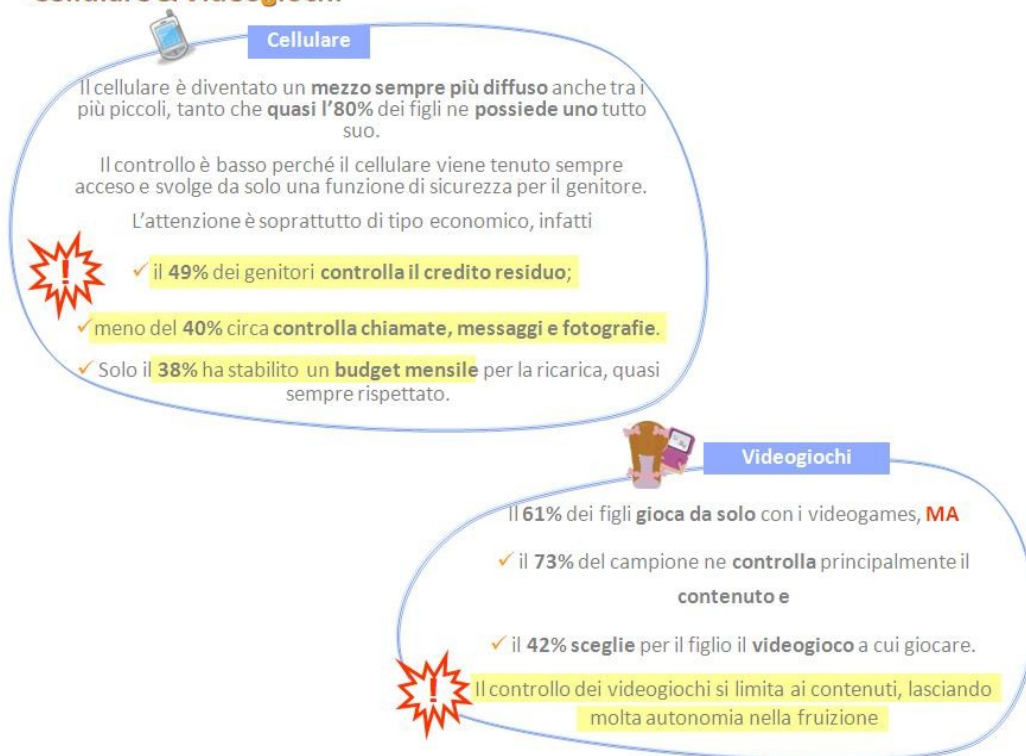
molto distante da quanto emerso presso i bambini (specialmente di quelli più grandi), che considerano cellulari e pc come migliori amici, o addirittura come fidanzatini!

Il controllo sull'uso dei media

Come controlla (se lo fa) il genitore? Internet & Social Network



Come controlla (se lo fa) il genitore? Cellulare & Videogiochi



I genitori si fanno in quattro

La ricerca ha anche tracciato **quattro tipologie di genitori** rispetto al loro atteggiamento nei confronti del rapporto tra figli e new media.

- ANSIOSI (pari al 35% degli intervistati)

- Sono i genitori più preoccupati dall'avvento dei nuovi media perché non si sentono sufficientemente competenti, usano poco internet e nessun social network. Sono soprattutto mamme casalinghe e diplomate. I loro figli sono quelli che usano di più i vecchi media (tv, radio e giornali).

- Per tutelare i figli dai rischi dei new media impongono loro molti divieti e regole di utilizzo, senza però essere sempre in grado di argomentarli.

- COMPIACIUTI (26%)

- Sono contenti che i propri figli sappiano destreggiarsi tra i nuovi media, lo vivono come un motivo di orgoglio in quanto è un segnale tangibile delle capacità dei ragazzi (spesso migliori delle proprie!).

- Tale motivazione, unita alla mancanza di competenze utili a svolgere un'efficace azione di tutela, fa sì che questi genitori operino uno scarso controllo. Sono soprattutto papà con un profilo medio-basso d'istruzione, vivono in piccoli centri urbani del sud e delle isole, leggono poco i giornali e usano poco Internet. I loro figli invece sono patiti di internet (spesso posseggono un computer personale) e social network.

- PERMISSIVI (21%)

- Sono indulgenti e considerano giusto che i loro ragazzi comincino ad approcciarsi ai media in modo autonomo. Da una parte vedono la tecnologia come una normale conseguenza dei tempi, dall'altra per loro è importante che i media riempiano il tempo libero dei ragazzi, senza richiedere impegno ai genitori (ai quali spesso mancano tempo, energia e voglia per stare con loro e per spiegarli come evitare i pericoli e come cogliere al meglio le opportunità offerte dai mezzi di comunicazione!).

- Non impongono limiti o divieti. Sono soprattutto papà delle città del nord, di istruzione media: impiegati e imprenditori, che usano molto internet e videogiochi.

- ESPERTI (18%)

- Dei nuovi media conoscono potenzialità, rischi e modalità di utilizzo da parte dei figli; allo stesso tempo insegnano loro come gestirne la fruizione. Sono soprattutto mamme, laureati e genitori con professioni qualificate (liberi professionisti, dirigenti e insegnanti).

- Definiscono regole, ma utilizzano anche il dialogo per rendere i figli più consapevoli, svolgendo un ruolo di tutela costruttiva.

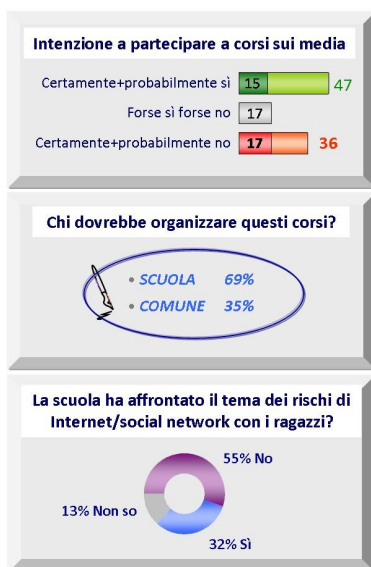
Ne deriva che solo una minoranza dei bambini/ragazzi può essere considerato

veramente tutelato (i figli degli Esperti). La maggior parte è invece esposta a rischi più o meno elevati: gli Ansiosi impongono divieti ma non sono sempre in grado di trasmettere conoscenza in materia, i figli di Permissivi e Compiaciuti hanno forte libertà di azione senza avere la giusta tutela.

Come accade in altre situazioni, grazie al forte legame con i figli e, soprattutto, alla maggiore presenza in casa, le mamme sembrano essere più dei padri in grado di svolgere un ruolo di tutela (nonostante siano meno "tecnologiche" rispetto ai padri).

Questa situazione non appare facilmente sanabile, anche perché **non vi è una grande volontà da parte dei genitori di migliorare la propria conoscenza dei nuovi media**: solo il 15% degli intervistati dichiara che parteciperebbe sicuramente a corsi sui media, se la scuola (l'ente a cui la maggior parte di loro demandano questo tipo di corsi) li organizzasse. Dall'altro estremo, il 36% non ha affatto intenzione di parteciparvi.

Quanto i genitori sarebbero interessati ai corsi sui nuovi media? Cosa fa la scuola?



Alla luce di quanto scaturito dalla ricerca, oggi più che mai appare necessaria una formazione “di base” sui principi fondamentali che dovrebbero normare l’utilizzo dei media per:

- Sensibilizzare chi ha una considerazione ancora limitata del problema (non bisogna dare per scontato che tutti abbiano compreso che c’è un problema)
- Dare informazioni di base, dato che un’ampia parte dei genitori sa poco/nulla dei nuovi media.
- Limitare il livello potenziale di compiacimento dei genitori: comunicare che l’utilizzo precoce/disinvolto dei mezzi non è necessariamente un segnale di “intelligenza/capacità” superiori.
- Dare una visione del tema a più ampio respiro: spiegare che, **a medio-lungo termine, è l’uso regolato dei media che rende la vita di genitori e figli più tranquilla**, non il “parcheggiare” i figli davanti ad essi, che dà vantaggi solo a brevissimo termine.

Metodologia

La ricerca ha avuto una fase esplorativa con colloqui con diadi e triadi di bambini, seguita da 502 interviste telefoniche a un campione rappresentativo di genitori (vedi dettagli a pag. 18 del Dossier “Proteggere i Minori, Tutelarne l’Immagine”).