

BAMBINI: UN MESE L'ANNO LO PASSANO DAVANTI ALLA TV

(AGI) - Roma, 20 dic. - Per colpa della televisione i bambini "si perdono" un mese di gioco e divertimento ogni anno: infatti in media stanno davanti alla tv almeno due ore al giorno, come dire 30 giorni l'anno. Lo sottolinea Marina D'Amato, ordinario di sociologia presso la facoltà di scienze della formazione di Roma Tre, secondo la quale fra il 24 dicembre e Santo Stefano la "dose" di tv che i nostri figli si sorbiranno sarà di almeno 15 ore.

La sociologa è curatrice della ricerca "Bambini multimediali", appena pubblicata nei Quaderni del Centro nazionale di documentazione e analisi per l'infanzia e l'adolescenza (di cui è presidente).

"I ragazzi della società dell'informazione in cui viviamo sono nati per 'immersione' nel mondo dei media – spiega all'Agf. - È dalla televisione, dal cinema, da internet che imparano a conoscere per esperienza mediata il mondo che li circonda". Per i bambini i media sono l'ambiente familiare, sono un'agenzia formativa al pari della famiglia, ed è necessario analizzare con attenzione l'offerta di 'immaginario simbolico' e la rappresentazione che dei più piccoli viene data da ogni singolo media.

Dall'indagine risulta che i bambini in tv abitano soprattutto la pubblicità: ben il 94 per cento delle presenze infantili censite si ritrovano negli spot pubblicitari, e il target preferito dalla pubblicità è quello delle ultime due classi delle elementari (7-9 anni, 30%) e quello degli adolescenti (12-16 anni, 31%). Peraltro solo un quarto dei programmi per bambini hanno un bambino come protagonista.

"Questo la dice lunga, se la televisione è lo specchio della realtà, della vera idea che dei bambini si ha oggi, quella di consumatori e mediatori di consumo, usati in modo strumentale per poter deviare sul prodotto le qualità che nell'immaginario collettivo i bambini riassumono: bontà, sincerità, bellezza", spiega D'Amato.

Nel 73 per cento dei casi, stando all'indagine, i bambini compaiono in televisione per meno di un minuto, solo nell'uno per cento per più di un'ora, e il ruolo che impersonano più spesso è quello della vittima: l'infanzia televisiva viene usata per suscitare sentimenti ed emozioni nei grandi, più che per dare conto della sua effettiva identità e normalità. (AGI)