

## La ricerca

Quali sono i programmi più visti degli ultimi 5 anni dai giovani dai 14 ai 19 anni? E come hanno influito sui comportamenti? Un'indagine delinea pro e contro

GIACOMO GAMBASSI

**È** vero che sono "nativi digitali", che dalla mattina alla sera hanno in mano un cellulare, che sembrano pazzi per Facebook o WhatsApp. Ma, nonostante siano sempre (o quasi) collegati alla Rete, gli adolescenti italiani continuano a preferire la televisione ai social network e la collocano al primo posto della loro "dieta massmediale". Di fatto il piccolo schermo rimane in assoluto il mezzo più amato fra chi ha dai 14 ai 19 anni. E per i ragazzi è ancora una "maestra" di vita: buona, se si considera una fetta del palinsesto che loro adorano; cattiva, direbbe Karl Popper, se si osserva l'altra metà del bicchiere televisivo caro agli adolescenti.

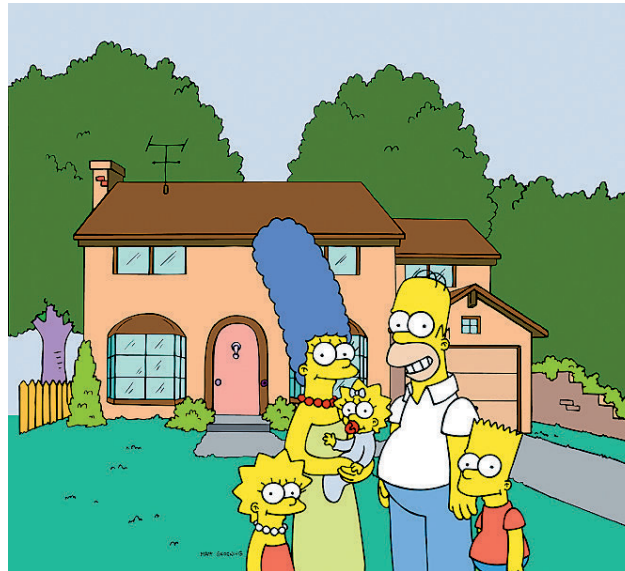
Basta sintonizzarsi sui programmi di maggior successo fra gli under venti andati in onda negli ultimi cinque anni: dalle sitcom *I Cesaroni* e *Un medico in famiglia* ai reality *Amici di Maria De Filippi* e *Uomini e donne* passando per la serie animata *I Simpson* o i teen-drama *Gossip girl* e *I liceali*. Trasmissioni dove i ragazzi possono entrare in contatto con dimensioni positive come l'amicizia sincera, la famiglia, la capacità di perdonare, i rapporti sentimentali stabili e maturi, il rispetto di genitori e anziani. Ma anche programmi dove i giovanissimi si imbattono in input fuorvianti e subdoli: il successo a ogni costo, le relazioni sessuali occasionali, i comportamenti violenti, il conflitto, l'obbligo della prepotenza.

Alle esperienze che la tv fa toccare con mano ai ragazzi dedica un'analisi Rebeca Andreina Papa, ricercatrice in sociologia all'Università del Molise, che con uno sguardo scientifico esamina i valori proposti dai programmi televisivi più popolari fra gli adolescenti. Perché la tv rimane «dotata di una propria autorità morale» e «per i minori è una costante fonte per la formazione della loro identità e per l'apprendimento di norme e modelli», nota Papa fra le pieghe dello studio pubblicato nell'ultimo numero della rivista *Sociologia e politiche sociali* diretta dal sociologo Pierpaolo Donati. Il risultato è che quanto va in onda sul piccolo schermo ha due facce: una educativa, interessante, proficua; l'altra volgare, modaiole, a buon mercato. Così, se è dimostrato che i ragazzi guardano la tv lontano dagli adulti, allora vanno guidati verso un uso accorto del telecomando. «Per attiture, o addirittura impedire, eventuali effetti negativi di una fruizione televisiva acritica», sottolinea la curatrice.

La ricerca passa al vaglio otto programmi che dal 2009 a oggi sono in vetta agli ascolti fra gli adolescenti. E individua i valori comunicati, affidandosi al metodo di studio elaborato dallo psicologo sociale d'origine ebraica ma americano d'adozione Shalom H. Schwartz. Un programma che piace è *Un medico in famiglia* trasmesso da Raiuno e giunto alla nona edizione (la decima è già in lavorazione). «Qui l'importanza data a sfere come l'amicizia, le relazioni interpersonali, l'aiuto vicendevole è chiara - scrive la studiosa -. E anche quando questi valori vengono negati, con litigi o tradimenti, sono riaffermati alla fine». Più complesso il caso de *I Simpson* in onda su Italia 1. Definiti diseducativi, irriverenti e cinici, sono - secondo l'indagine - il trampolino di un'«affermazione straordinaria di valori» che contemplan

# ADOLESCENTI

## Così la tv li ha plasmati



### CARTOON

Secondo lo studio della ricercatrice Papa "I Simpson" in onda su Italia 1, definiti diseducativi, irriverenti e cinici, sono il trampolino di un'«affermazione straordinaria di valori» che contemplan «l'uguaglianza, la giustizia, il rispetto dell'ambiente, l'amicizia, la famiglia»

### PREFERITI

#### I SIMPSON IDOLI DEI TEENAGER

Incollati alla tv ogni giorno e da soli. In Italia gli adolescenti non hanno abbandonato il piccolo schermo. Secondo l'Eurispes, quasi la metà dei ragazzi fra i 14 e i 19 anni guarda la televisione da una a due ore al giorno, mentre un quarto arriva alla soglia delle quattro ore. Un consumo quotidiano che avviene senza gli adulti. Telecomando in mano, i ragazzi si tuffano nei palinsesti in beata solitudine. Ma quali trasmissioni preferiscono? Il programma più amato è il cartoon americano «politicamente scorretto» *I Simpson* che fra i teenager ha un ascolto medio del 40% con picchi fino al 60%. Racconta le buffe avventure di papà Homer Simpson e della sua strampalata famiglia. Negli ultimi cinque anni una trasmissione molto apprezzata è stata la serie *I Cesaroni* con uno share adolescenziale del 46%. Particolare successo anche per *I liceali* (33%) e *Un medico in famiglia* (25%). Fra le fiction straniere che hanno conquistato gli under venti c'è *Gossip girl* con un ascolto medio del 31%. Altrettanto attraenti per i ragazzi sono *Uomini e donne* (40% di share fra gli adolescenti), *Amici* (36%) e il *Grande fratello* (34%). (G.Gamb.)

guaglianza, la giustizia, il rispetto dell'ambiente, l'amicizia, la famiglia». «Tale affermazione - si evidenzia - passa spesso attraverso la negazione, lo sbeffeggiamento, la demolizione e mediante un costante conflitto morale fra i personaggi o all'interno di ciascun personaggio». Il tutto con una «lettura ironica» del quotidiano ma «non superficiale». Avverte Papa: «È un prodotto televisivo utile per intraprendere percorsi di "media education" improntati sulla riflessione».

All'estremo opposto vengono collocati *Il grande fratello* e *Uomini e donne*, entrambi trasmessi da Canale 5. Si fondano sulle «emozioni forti», sull'idea di «affrontare in forma di intrattenimento le questioni personali», su «litigi e offese». Non solo. Un campanello di richiamo è l'erotismo, si legge nell'indagine, con «continui primi piano su momenti di intimità». E vengono anche presentati «comportamenti al limite della convivenza civile». Il talent *Amici*, tornato in onda sabato su Canale 5 e ogni giorno su Real Time con la sua quattordicesima edizione, ha al centro l'«automiglioramento». Concetto in sé apprezzabile, ma «nella competizione fra i partecipanti non sono importanti tanto le capacità artistiche quanto il personaggio televisivo che essi sono in grado di creare». Ed è solo il «successo televisivo a essere valorizzato».

Vogliono raccontare i teenager le serie *Gossip girl* andata in onda su Italia 1 e *I liceali* di Canale 5. Spiega lo studio che gli adolescenti sono presentati come «egoisti, materialisti, con comportamenti esagerati e orientati al rischio» tanto da essere coinvolti in problemi di droga e alcol oppure appaiono come «scontroso nei rapporti con professori e genitori». Ne deriva una «rappresentazione fortemente stereotipata» di questa età ma anche «un ritorno all'adolescenza degli adulti» per cui «padri e madri sono completamente incapaci di assumere il ruolo di guida».

La conclusione dell'indagine non ha però un tono amaro. Non è sufficiente considerare la tv dei giovanissimi un «mezzo di fuga dalla noia». Il piccolo schermo è usato dai ragazzi per «comprendere meglio il mondo e le relazioni». Perciò, se è davvero un «mediatore didattico», serve una mappa per «una giusta decodifica e interpretazione» di ciò che viene trasmesso. E l'esito di un approccio intelligente al televisore può trasformare il piccolo schermo anche in una cattedra di valori. Ma di valori buoni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA