

THE EMERGING MEDIA TODDLERS

Maria Dolores Souza y Patricio Cabello (eds.)
Universidad de Gotemburg. 2010. Gotemburgo.

Romina Mazzotta
Universidad de Calabria (Italia)

In linea con gli ambiti d'interesse dell'International Clearinghouse on Children, Youth and Media, che da tempo raccoglie ricerche e altre informazioni sul children's and young media environment, viene pubblicato un nuovo studio *The emerging media toddlers*, curato dagli esperti del CNTV Maria Dolores Souza e Patricio Cabello. Con la stessa sinteticità di un taccuino per gli appunti vengono riportate cifre, riflessioni e interviste a studiosi di diverse nazionalità, su concetti come digital divide, social diversity, e mediated world. A destare preoccupazione è il fenomeno sempre più crescente –i dati lo confermano- dell'uso di tecnologie audiovisive da parte dei prescolari.

Nella prima parte del libro, quattro letture analizzano in prospettiva interculturale come i nuovi media possono esser usati nelle diverse aree geografiche, in contesti sociali e culturali distanti e quale valore formativo viene loro riconosciuto dalle varie istituzioni: famiglia, autorità e producers.

I media sono un'esperienza condivisa da tutti i bambini del mondo. I digital native crescono circondati dai media, utilizzano il pc con la stessa facilità con cui si muovono in casa, sono più precoci, hanno maggior self-confidence, abilità e competenza. A due anni ascoltano musica, guardano la tv da soli o in compagnia, a cinque utilizzano senza nessun tipo di assistenza dvd e video-games e una piccola percentuale fa uso di giochi interattivi on-line. Nell'era digitale i bambini sono consumatori e possessori di tecnologia, incidono sulle decisioni familiari e socializzano con chi vive dall'altra parte del globo.

Mentre in Cile, ai media viene riconosciuto un valore culturale ed educativo, in Francia guardare o non guardare la Tv è più una questione di salute. Il ricercatore messicano Juan E. Huerta-dell'Università di Monterrey offre una lucida analisi sull'efficacia delle misure adottate dal Conseil Supérieur de l'Audiovisuel francese nel 2008, per proteggere i più piccoli dagli effetti negativi della Tv e incoraggiare i genitori a spegnerla e dedicar più tempo all'interazione con i propri figli. Illuminante l'osservazione di Potter "Different programs affect different people differently". E' una questione di contents. Gli studi condotti hanno dimostrato che attractive educational television programs producono effetti positivi sullo sviluppo cognitivo del pubblico speciale.

"Learn more about the world from Tv than from any other socializing agent"-così si apre il terzo articolo, degli studiosi neozelandesi Mary Jane Shuker e Geoff Lealand. Considerando i profondi mutamenti sociali, economici e culturali che hanno determinato il carattere eterogeneo della società neo zelandese, la ricerca esamina l'offerta locale ed evidenzia l'attenzione che il New Zealand Television environment rivolge alla produzione e importazione di programmi educativi che puntano a stimolare una language, learning and culture awareness rispettando il bi-culturalismo del paese. I bambini sono curiosi, creativi e hanno una grande immaginazione e il mondo contenuto in Internet offre loro grandi possibilità. Will children start to use the Internet when they start walking? Leggendo i dati delle statistiche svedesi, il professore Olla Findahl analizza il trend progressivo dell'uso di Internet in età precoce, individua fasi, descrive attività, contenuti e quali generi di contatti prendon luogo nella rete.

Il libro incorpora in appendice interviste a illustri esponenti: Daniel Anderson, Victor Fuenmayor, Angharadd Valdivia, i quali offrono il loro punto di vista sulle tematiche affrontate, incoraggiando la ricerca e la produzione di programmi televisivi educativi, sottolineando il valore della Media Literacy. Di fronte ad un paesaggio che acquista nel suo stesso processo di definizione una dimensione nuova la Media education può essere capace di affrontare con successo la sfida della società attuale creando con spirito critico percorsi adeguati e concreti, capaci di orientare i digital native nel mediascape e trasformarli in consumatori di qualità.