

MEDIATICINO

Consumo dei media e benessere degli adolescenti in Ticino

SCHEDA INFORMATIVA SUL BENESSERE DEGLI ADOLESCENTI

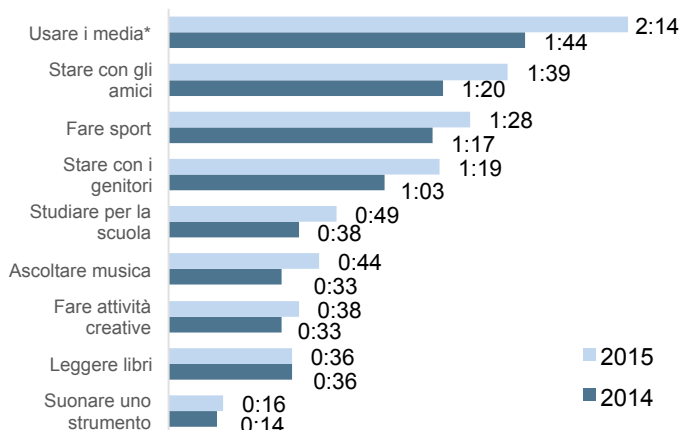
MEDIATICINO è uno studio longitudinale che indaga l'impatto del consumo mediatico sul benessere e il rendimento scolastico degli allievi in Ticino durante il loro passaggio dall'età preadolescenziale (10 anni, quarta elementare) all'età adolescenziale (16 anni, quarta media). Il progetto ha preso avvio nel 2014 nelle quarte elementari e coinvolge un campione di circa 1'000 allievi provenienti da tutto il Cantone.

Vengono usati tre fonti di dati:

1. Un sondaggio annuale tra 1'000 allievi,
2. Un sondaggio biennale tra i genitori,
3. I voti finali degli allievi.

Campione 2014: 1'021 allievi, di cui 516 maschi e 505 femmine.

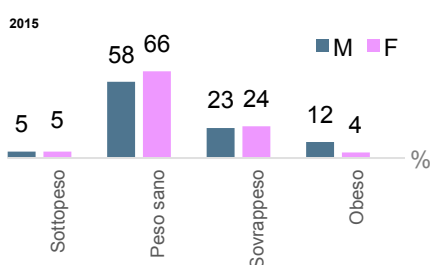
Campione 2015: 1'146 allievi, di cui 572 maschi e 574 femmine.



* L'uso dei media comprende una somma di TV, Internet e videogiochi e non considera l'uso parallelo di questi media.

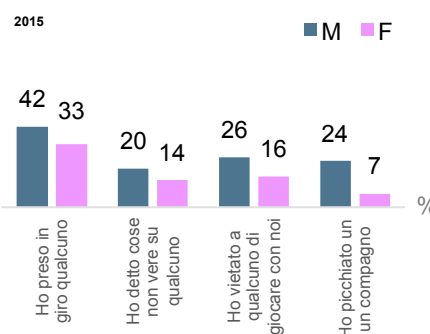
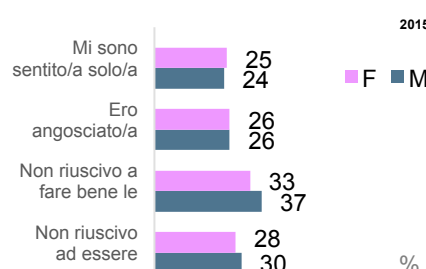
I risultati mostrano che, durante una normale giornata scolastica, un'importante quantità del tempo libero è utilizzata per TV, Internet e videogiochi. Altre attività che impegnano gli studenti sono sport e le relazioni sociali (stare con gli amici o con i genitori), seguite da attività creative, dalla lettura o dallo studio di uno strumento musicale.

Inoltre, non si riscontrano notevoli differenze di genere, tranne per il fatto che i maschi tendano a trascorrere più tempo con gli amici o a svolgere maggiormente attività fisica rispetto alle loro coetanee.



Basandosi sull'IMC, il 32% degli allievi risulta sovrappeso od obeso, sebbene solo il 12% di essi ne sia consapevole.

Femmine e maschi presentano una percezione del proprio benessere psicologico simile.



Le differenze maggiori, tra maschi e femmine, sono state riscontrate a livello della frequenza di comportamenti socialmente «disfunzionali» adottati dagli alunni mentre per quanto riguarda quelli subiti, tendenzialmente non sono state evidenziate differenze di genere.

