



fattoremamma



Tra libri di carta per la buonanotte e app per il viaggio: ecco come leggono i bimbi di oggi (secondo mamma e papà)

#NatiDigitali La sintesi

Libro di carta per la buonanotte, app per il viaggio o per intrattenere i bimbi. E' curioso lo spaccato che esce dalla seconda edizione dell'indagine #NatiDigitali dedicata alla lettura dei bambini nell'era digitale. La ricerca - promossa da AIE (Associazione Italiana Editori), AIB (Associazione Italiana biblioteche), Filastrocche.it e Mamamò.it, in collaborazione con FattoreMamma - ha cercato di far luce sulla lettura dei bambini - di età compresa tra 0 e 14 anni - nell'era digitale, basandosi su un campione di circa 700 risposte a un questionario online di mamme e papà (più della metà, a sorpresa, di piccolissimi, tra gli 1 e 5 anni). Cosa ne emerge?

I libri sono di carta, ancora. Ma...: il 72,6% del campione legge libri cartacei* tutti i giorni. C'è però un interessante 16,1% di bambini tra gli 1 e i 14 anni che legge in digitale (almeno una volta alla settimana o tutti i giorni). Aumenta infatti rispetto al 2013 la propensione dei genitori a far leggere ai propri figli libri digitali** (soprattutto app ed ebook): si passa dal 30,3% del 2013 di mamme e papà che affermano di aver utilizzato libri digitali al 34,6% del 2014.

A che età e quanto (spesso) si legge: il 79% della fascia 0-2 anni (ma l'83% dei 3-5 anni, il 71% dei 6-11 e il 28% dei 12-14) legge libri tutti i giorni. In media è il 72,6% che legge tutti i giorni libri di carta. Una parabola discendente al crescere dell'età. E' interessante notare invece come per i libri digitali la parabola sia ascendente: li legge tutti i giorni e almeno una volta alla settimana ben il 56% dei bimbi 0-2 anni, il 51% dei 3-5anni, l'81% dei 6-11enni, l'88% dei 12-14enni. In media è il 16,1%.

I device più utilizzati per i libri digitali? Tablet senza dubbio (73%), seguiti a distanza da eReader (22%) e poi smartphone e computer.

A nanna (78%), con la mamma o il papà (59%), per studio (26%) sono le tre occasioni fondamentali in cui si leggono libri di carta. E i **device digitali?** Si usano soprattutto per intrattenere i bimbi (34,4%), in viaggio (38,6%), in vacanza (26,1%).

Le opinioni sui libri di carta? Leggere è un gioco che si fa insieme, per "rilassarci insieme". E spesso anche in bagno...

Quelle sui libri digitali? Leggere è un gioco, si legge nel tempo libero come si fa con quelli di carta, soprattutto con amici e cuginetti (ma meno con mamma e papà...)

Con chi legge il bambino i libri digitali? Con gli adulti. Ma 1 su 3 li legge da solo. Insieme a un adulto legge libri digitali il 58% dei bambini, con fratelli o altri bambini l'8%. Lo fa da solo il 34% dei bambini.

Che valore si attribuisce oggi al digitale? Più importante di quanto s'immagini. I genitori gli attribuiscono praticamente lo stesso valore educativo del libro di carta, considerandolo persino più divertente e più stimolante in termini di autonomia. Solo sull'immaginazione il libro di carta non ha uguali.

Cosa porta un genitore a comprare un particolare libro di carta? Il passaparola (43%), i consigli del libraio

(39%) o le recensioni (27%) sono le tre “molle” determinanti. Hanno molto meno valore, in base alle risposte, i suggerimenti che arrivano da insegnante e bibliotecario. E’ curioso però che il 15% delle risposte indichi che il motivo dell’acquisto di quel libro in particolare sia una scelta precisa del figlio (ricordiamo che la metà del campione è costituito da piccolissimi). Piccoli insomma ma con le idee molto chiare!

E cosa porta all’acquisto di quel libro digitale in particolare? Più della metà del campione lo sceglie in base a recensioni su blog e siti web. Seguono il passaparola via social network e i suggerimenti delle librerie online.

Libri in italiano o già in lingua straniera? Sorpresa, spazio al mondo fin da piccoli. Il 47% dei genitori dice di far leggere talvolta i libri di carta direttamente in lingua originale. C’è ben un 14% che lo fa spesso. In totale è il 61%. Questo vale allo stesso modo per il digitale: il 55% dei genitori fa leggere talvolta o spesso ebook in lingua straniera.

*Per LIBRI CARTACEI si intendono albi illustrati, pop-up, libri attivi, racconti o romanzi, albi da colorare.

**Con il termine "LIBRI DIGITALI" si intendono app scaricabili su dispositivi mobili come tablet e smartphone, file pdf, file ePub o altri formati leggibili su eReader, formati iBooks, file consultabili tramite browser web.

CHI SONO I PARTNERS DELL’INIZIATIVA

Associazione Italiana Biblioteche (AIB): è la più importante associazione professionale italiana attiva nel settore delle biblioteche. Promuove lo sviluppo delle biblioteche come servizio fondamentale per il cittadino nella società dell’informazione, la diffusione e il coordinamento dei servizi bibliotecari a livello locale e nazionale e la promozione della lettura e dell’accesso al mondo della cultura.

<http://www.aib.it/>

Associazione Italiana Editori (AIE): L’Associazione Italiana Editori è l’associazione di categoria, aderente a Confindustria, **degli editori italiani** – e di quelli stranieri attivi in Italia - di libri, riviste periodiche, di prodotti e contenuti, dell’editoria digitale. AIE rappresenta cioè, sul piano nazionale e internazionale (in cui è presente in diversi board), le imprese che producono contenuti editoriali indipendentemente dal formato (carta, digitale) in cui realizzati e distribuiti. Oltre a costituire un osservatorio attento e aggiornato sul panorama della lettura, dei consumi culturali ed educativi indispensabili alla crescita del Paese.

<http://www.aie.it>

Filastrocche.it: un sito web interamente dedicato ai contenuti per bambini, che raccoglie centinaia di filastrocche, canzoni, racconti, poesie, attività creative e giochi.

<http://www.filastrocche.it/>

Mamamo.it: un sito web che vuole essere una guida nell’universo dei media digitali rivolti ai bambini. Una guida per genitori, ma anche per professionisti, editori, bibliotecari e insegnanti in un mondo in cui la tecnologia gioca un ruolo sempre più importante.

<http://www.mamamo.it/>

Aderisce all’iniziativa:

FattoreMamma: agenzia di comunicazione che crea relazioni tra le mamme e i brand aziendali.

<http://fattoremamma.com/>