

FEoS e Rapporto Cinema 2019: trend della Generazione Zeta, pro-cinema

Generazione Zeta. Un neologismo per indicare la generazione umana dei nativo-digitali, soggetti principe della ricerca condensata nel volume Rapporto Cinema 2019. L' anno Zeta dell' audiovisivo , presentata oggi da Fondazione Ente dello Spettacolo , nell' ambito della XXIII edizione di Tertio Millennio Film Fest, e condotta dall' IstitutoGiuseppeToniolo e dal Dipartimento di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo-SezioneCinema dell' Università Cattolica del Sacro Cuore . Il tavolo dell' incontro, moderato dalla presidente del SNGCI, Laura Delli Colli , ha annoverato mons. Davide Milani - presidente FEoS, mons. Stefano Russo - segretario generale CEI, Francesco Rutelli , presidente Anica, oltre a due docenti dell' Istituto Toniolo e della Cattolica di Milano. 'FEoS ha tra i suoi obiettivi quello di diffondere cultura e i ragazzi presenti in sala sono il terminale di un progetto annuale; l' altro obiettivo è fare cultura anche a proposito del pubblico: studiamo la fruizione cinematografica e abbiamo deciso quest' anno di mettere sotto la lente d' ingrandimento la Generazione Zeta. Papa Francesco l' altro giorno ha raccomandato di vivere il cinema in comunione e con questo spirito abbiamo collaborato anche con gli altri soggetti coinvolti' spiega mons. Milani in principio, dopo l' apertura a cura di Laura Delli Colli: 'È il decimo anno di questo osservatorio, con uno sviluppo in questa edizione molto interessante: combattiamo tutti perché il cinema sia familiare sin dall' età scolare. Questa Ricerca mi rammenta una frase che disse in un' occasione affine Nicola Maccanico: 'il futuro non smette mai di accadere'. Emerge così da questo studio un tratto di ottimismo importante. E colpisce come il film abbia una fascinazione piuttosto forte su questo pubblico, interessante anche in un' ottica di mercato'. Gli Zeta sono distinti per il rapporto, sin 'dalla nascita' - mai precedentemente sussistito - con social network e, in generale, con una neonata modalità di relazione mediatica: sommariamente parlando, pare sempre che gli Zeta siano una generazione distante dal cinema, eppure i dati della Ricerca in questione rivelanouna situazione meno semplice, meno pessimista, con un rassicurante margine di conforto per noi adulti. Il campione su cui è stato condotto lo studio è di 822 persone fra i 10 e i 19 anni ,frazionati tra preadolescenti, 10-13 anni (61,6%), eadolescenti, 14-17 anni (48,4%). La ricerca s' è concentrata sulla Generazione Zeta proprio per le esperienze mediali che assume a partire dai 10 anni: le pratiche di fruizione diventano più autonome, i consumimediali si allargano e riassortiscono, le pratiche identitarie si consolidano, si interpolano con processi di definizione del sé, erivelano le specificitàgenerazionali. In questo quadro, la visione del film rappresenta, per il 69% degli Zeta, una pratica consueta, quasi quotidiana. Il 51% guarda 2/3 film alla settimana e il 19,7% uno al giorno: questi ultimi sono soprattutto maschi (21%, rispetto al 17,9% delle femmine), vivono nel Centro-Sud (25% rispetto al 13,9% degli abitanti delle Regioni

Questo sito utilizza cookie tecnici e di terze parti, profili da cui il sito è personalizzato. Se accetti a un qualunque momento ulteriormente questo...
Per modificare l'utilizzo dei cookie puoi visualizzare il paragrafo "Gestione cookie" e personalizzare i cookie, o la nostra privacy policy, o la nostra...
NEWS
ARTICOLI
Home / Attualità / FEoS e Rapporto Cinema 2019: trend della Generazione Zeta, pro-cinema
FEoS e Rapporto Cinema 2019: trend della Generazione Zeta, pro-cinema
16:16
Benigno: "Per...
Guarino: "Non...
16:22
Papa: "Bergoglio...
leader politico",...
16:46
La Sicilia: il...
indagando: la...
18:18
De Lillo: "Fido...
ritratto di un...
terrorista del...
CINECITTA VIDEO NEWS
Mattioli: "Cinema...
A...
CERCA NEL DATABASE
SELEZIONA UN'AREA DI RICERCA

NewsCinecitta

Rapporto Cinema 2019

settecentrali) frequentano scuole tecnico-professionali (32% istituti tecnici, 22,5% frequenza il liceo). Regna in cima la televisione gratuita, tra gli strumenti scelti per guardare i film: il 58,6%. Seguono le piattaforme SVOD, come Netflix e Amazon Prime (36%), e la tv a pagamento (34,4%). La frequentazione della sala è per il 29% del campione, e YouTube è usato dal 21,5% degli intervistati. Solo il 4,4% dichiara di far uso ricorrente di modalità illegali di visione: il 10,5% 'qualche volta', e questo sottolinea un cambiamento delle modalità di fruizione non theatrical, favorito dalla diffusione delle piattaforme e dalla moltiplicazione dei mezzi di accesso alle storie per il cinema. Per quanto concerne strettamente la familiarità con la sala, se si sommano gli intervistati che hanno dichiarato di vedere i film al cinema 'spesso', più coloro che hanno dichiarato di vederli 'qualche volta', la quota sale all' 88,2%, collocando la sala al secondo posto fra i 'touch point' dei film, immediatamente dopo la tv gratuita (90%). Sono informazioni che restituiscono il valore e le opportunità che la sala conserva anche per i pubblici di ultima generazione. In una scala di preferenza da 0 a 5, la visione in sala ottiene 4,34 punti: 3,93 per la visione dei film in tv; 3,45 per quella su Netflix e piattaforme analoghe; 2,57 assegnati alla visione sullo smartphone. Nel raccontare la propria esperienza del cinema, gli Zeta fanno sapere che il film visto in sala è associato a valori di 'piacere, divertimento, emozioni, amici, momenti speciali, esclusività'. Il film visto in tv significa 'famiglia, Italia, cultura, impegno, valori positivi'; i film guardati sul web sono 'cool, internazionale, novità'. Gli Zeta si recano al cinema con gli amici (83,8%) e con i genitori (79,8%), che sono anche gli 'influencer' principali per la scelta del film, più delle recensioni, degli Youtuber o di un suggerimento scolastico. Generi action e fantasy sono prediletti dal pubblico maschile; film interpretati da attori giovani sono preferiti dalle femmine. Film storici, d' autore, e che trattano tematiche di attualità, non suscitano grande fascinazione sul pubblico Zeta. La scelta della sala viene fatta su base di dotazione tecnologica, e per la possibilità di scegliere fra più titoli. 'La ricerca ha trovato sostegno da parte di importanti istituzioni, anche del MiBACT. Il rapporto tra Chiesa e cinema può essere letto in vari modi, tra cui quello del dialogo che dura da oltre un secolo, che oggi non può ignorare la Generazione Zeta', per mons. Russo, che richiama parole papali precise: ' Papa Giovanni Paolo II disse che non bisogna trascurare di dare al cinema il posto che gli spetta, sollecitando chi lo realizza a non sottovalutare l' impatto sociale di cui è capace. Tutto ciò è il solco di una memoria viva: ricordiamo l' incontro pionieristico di Leone XIII con il cinematografo. Proprio in questi giorni abbiamo festeggiato il 70mo dell' Accademia e poi c' è il contributo fondamentale di FEDS che opera dal '46. Papa Francesco, nei giorni scorsi, riferendosi al cinema ha parlato di un grande strumento di aggregazione, con comunione, creatività e visione, necessari per avvicinarsi alla GZ. Senza comunione all' aggregazione manca l' anima', per il Santo Padre. 'La fotografia della Ricerca ci restituisce l' immagine di una Generazione affamata di cultura, e il cinema come cortile di relazione che intercetta il messaggio papale', conclude il segretario generale CEI. 'Questo Rapporto è uno dei lavori più accurati e utili per chi lavora nell' industria del cinema', afferma Francesco Rutelli, per cui 'L' integrazione tra i modi della

NewsCinecitta

Rapporto Cinema 2019

visione è una realtà tra gli Zeta: il numero più bello della Ricerca è la voce 'emozione', quale motivo più accreditato per andare al cinema, un tema che sfida anche l'industria. Ricollegandomi alla riflessione di Papa Francesco : non c'è dubbio che sia il verbo, come 'parola', che ci unisce come esseri umani. E la Chiesa cattolica è sempre stata attenta al rapporto con l'immagine in modo moderno e creativo, non come forma di indottrinamento. Questa è la permanente modernità della Chiesa'. La ricerca commissionata da FEdS riflette una Generazione Zetapro-cinema , con una cultura filmica estesa ma monotematica, perché centrata su generi e linguaggi precisi, prediletti quando capaci anche di muoversi attraverso una pluralità di piattaforme e percorsicrossmediali .