

# Famiglia e Mass Media

- I capifamiglia (22,6%) e le donne (20,1%) sono preoccupati per il degrado morale e intellettuale che i mezzi di comunicazione producono
- I giovani (16,5%) e i non scolarizzati (18,9%) invece hanno una visione ben diversa di questo argomento

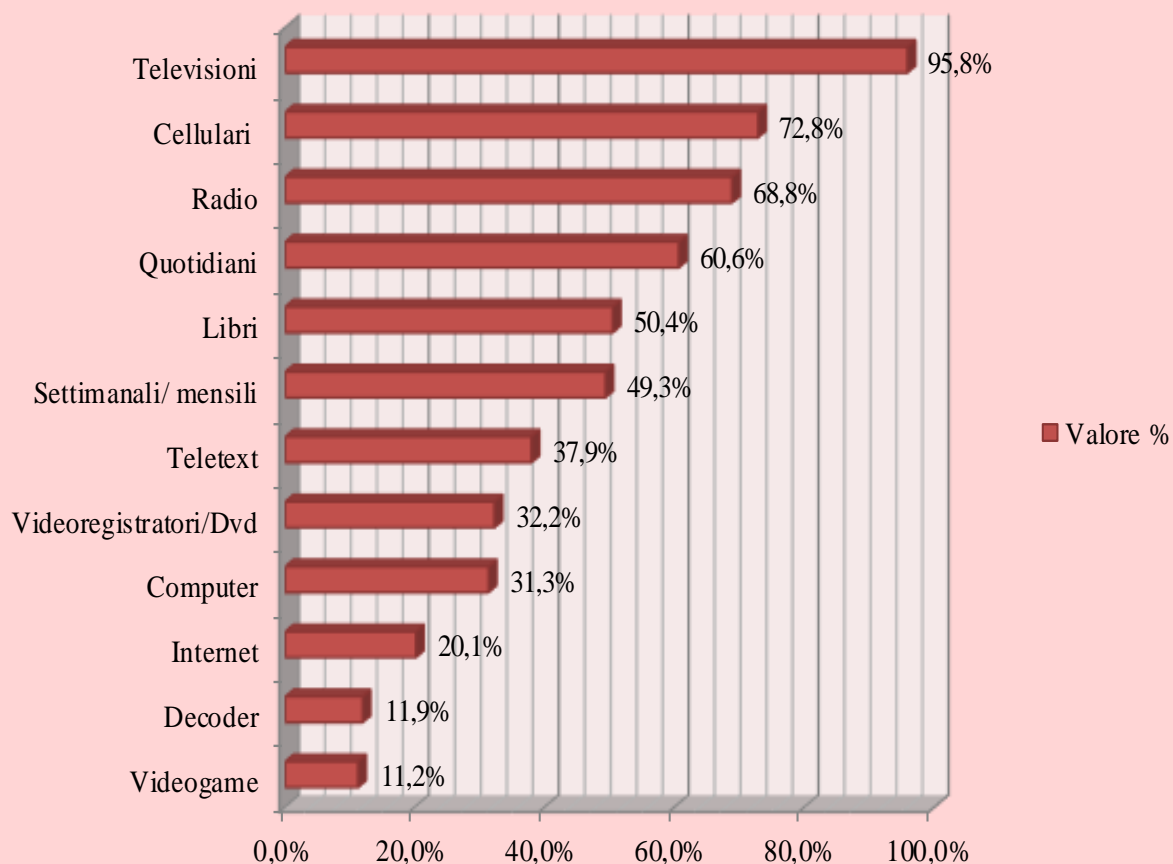
<i>Gli argomenti di cui si parla in famiglia a proposito dei media</i>					
<i>Modalità di risposta</i>	<b>Totale</b>	<b>Giovani con meno di 25 anni</b>	<b>Donne</b>	<b>Capifamiglia</b>	<b>Persone con nessun titolo/licenza elementare</b>
<b>Esempi che presentano ai giovani</b>	35,8%	37,0%	36,1%	34,2%	35,3%
<b>Tempo che sottraggono ad altre attività</b>	20,3%	24,6%	20,4%	18,3%	16,9%
<b>Opportunità di svago e conoscenza che forniscono</b>	23,0%	23,9%	22,6%	22,6%	21,4%
<b>Curiosità che stimolano</b>	22,8%	22,0%	22,7%	23,7%	20,7%
<b>Degrado Morale e intellettuale che incoraggiano</b>	21,1%	16,5%	20,1%	22,6%	18,9%
<b>Vuoto che riempiono</b>	8,9%	9,0%	9,5%	9,8%	7,6%
Il totale non è uguale a 100% perché era possibile indicare più di una risposta					
Fonte: Censis, 2001					

# Famiglia e Mass Media

La distribuzione a barre dei media in base all'uso nelle famiglie italiane

Tipologia	Valore %
Videogame	11,2%
Decoder	11,9%
Internet	20,1%
Computer	31,3%
Videoregistratori /Dvd	32,2%
Teletext	37,9%
Settimanali/ mensili	49,3%
Libri	50,4%
Quotidiani	60,6%
Radio	68,8%
Cellulari	72,8%
Televisioni	95,8%

## La distribuzione a barre dei media in base all'uso nelle famiglie italiane



# Famiglia e Mass Media

Argomento molto delicato  $\longleftrightarrow$  Che impaurisce

➤ La maggior parte crede che i *Produttori* devono far attenzione a cosa diffondono

➤ In pochi credono che i bambini devono imparare come è il mondo

<i>Le opinioni sul rapporto tra media e minori</i>					
<i>Modalità di risposta</i>	Totale	Giovani con meno di 25 anni	Donne	Capifamiglia	Persona con nessun titolo/licenza elementare
<b>I produttori devono fare attenzione a cosa diffondono</b>	41,8%	37,1%	42,0%	43,4%	39,8%
<b>Devono essere i genitori a proteggerli</b>	37,8%	32,2%	39,6%	37,2%	41,4%
<b>Deve intervenire lo Stato per tutelare i minori</b>	12,4%	12,7%	11,4%	13,5%	11,8%
<b>È bene che i bambini imparino come è fatto il mondo</b>	9,8%	19,7%	8,7%	7,8%	7,7%
Il totale non è uguale a 100% perché era possibile indicare più di una risposta					
Fonte: Censis, 2001					

# Famiglia e Mass Media

*Le opinioni sul modo in cui i media dovrebbero "rappresentare la realtà"*

<i>Modalità di risposta</i>	Totale	Giovani con meno di 25 anni	Donne	Capifamiglia	Persona con nessun titolo/licenza elementare
<b>Presentarla così com'è, anche nei suoi aspetti più crudi</b>	53,9%	58,3%	52,4%	52,9%	37,6%
<b>Evitare di trattare temi scabrosi</b>	25,7%	15,8%	28,4%	27,2%	37,6%
<b>Seguire i giusti del pubblico</b>	11,5%	13,5%	11,1%	12,3%	15,0%
<b>Usare toni forti per attirare l'attenzione del pubblico</b>	9,7%	12,8%	9,0%	8,4%	10,2%

Il totale non è uguale a 100% perché era possibile indicare più di una risposta

Fonte: Censis, 2001

Programmi che sono tv spazzatura

Servono a riempire

Ma anche

Aiutano la gente a non pensare troppo e a staccare la spina

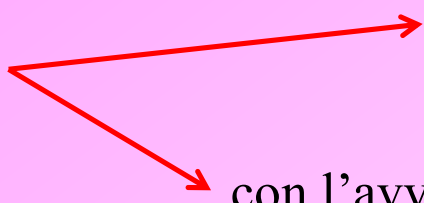
# Famiglia e Mass Media

<i>Cosa piacerebbe fare con il cellulare</i>					
<i>Modalità di risposta</i>	<b>Totale</b>	<b>Giovani con meno di 25 anni</b>	<b>Donne</b>	<b>Capifamiglia</b>	<b>Persona con nessun titolo/licenza elementare</b>
<b>Ascoltare musica</b>	42,9%	70,4%	45,9%	28,5%	35,6%
<b>Svolgere pratiche burocratiche</b>	33,8%	10,2%	32,5%	43,4%	26,0%
<b>Guardare la Tv</b>	22,0%	34,2%	21,5%	18,8%	28,8%
<b>Collegarmi a Internet</b>	21,5%	32,1%	18,7%	19,4%	13,5%
<b>Scambiare immagini, video</b>	20,9%	34,2%	20,1%	17,2%	15,4%
<b>Chattare</b>	17,1%	41,6%	17,5%	7,8%	8,7%
<b>Ascoltare news</b>	16,6%	14,8%	14,2%	19,2%	14,4%
<b>Fare acquisti</b>	15,9%	16,8%	19,5%	12,8%	25,0%
<b>Giocare con i videogames</b>	14,2%	33,9%	12,3%	6,7%	6,7%
<b>Seguire le quotazioni di borsa</b>	9,4%	6,1%	4,6%	16,6%	4,8%
Il totale non è uguale a 100% perché era possibile indicare più di una risposta					
Fonte: Censis, 2001					

✓ Negli anni ha visto crescere a dismisura la sua importanza

✓ Evidente la passione degli italiani soprattutto per la grande varietà di cose che si fanno con i cellulari

# Famiglia e Mass Media

*Nel 2015*  con i nuovi cellulari, gli smartphone  
con l'avvento del 4G si naviga ancora più velocemente

**C'è stata  
una vera e propria rivoluzione**

Oggigiorno è ancora più facile riuscire a vedere i programmi televisivi anche su questo piccolo e potente mezzo e fare molto altro

# I giovani nelle famiglie e nella società

Collegamento tra *rapporti familiari e impiego sociale*

❖ **La comunicazione** con i genitori non emerge molta differenza tra i giovani associati ed i non associati, c'è differenza per quanto riguarda l'intrusività dei genitori nella vita dei ragazzi

❖ **Nel volontariato** non è presente molta differenza

❖ **Gli impegnati in politica** l'unica differenza significativa riguarda la qualità della relazione con i genitori e la comunicazione con la madre

# I giovani nelle famiglie e nella società

*Punteggi medi alle domande relative alle rappresentazioni di famiglia per giovani impegnati e giovani non impegnati*

Fonte: Ist. G. Toniolo 2013	Impegnati	Non impegnati			
<b>La famiglia è semplicemente vivere insieme</b>	1,88%	2,10%			
<b>La famiglia è il luogo dove ciascuno può esprimere se stesso e manifestare il proprio pensiero</b>	3,30%	20,00%			
<b>Nella famiglia si trasmettono e si apprendono i valori della società in cui si vive</b>	3,45%	3,35%			
<b>In famiglia si finisce con il litigare spesso</b>	2,34%	2,37%			
<b>La famiglia è il rifugio dal mondo</b>	2,68%	2,90%			
<b>La famiglia è un luogo di apertura allo scambio con gli altri</b>	2,90%	2,82%			
<b>La famiglia è come una prigione</b>	1,28%	1,37%			
<b>La famiglia è la cellula fondamentale della nostra società e si fonda sul matrimonio</b>	2,89%	2,88%			



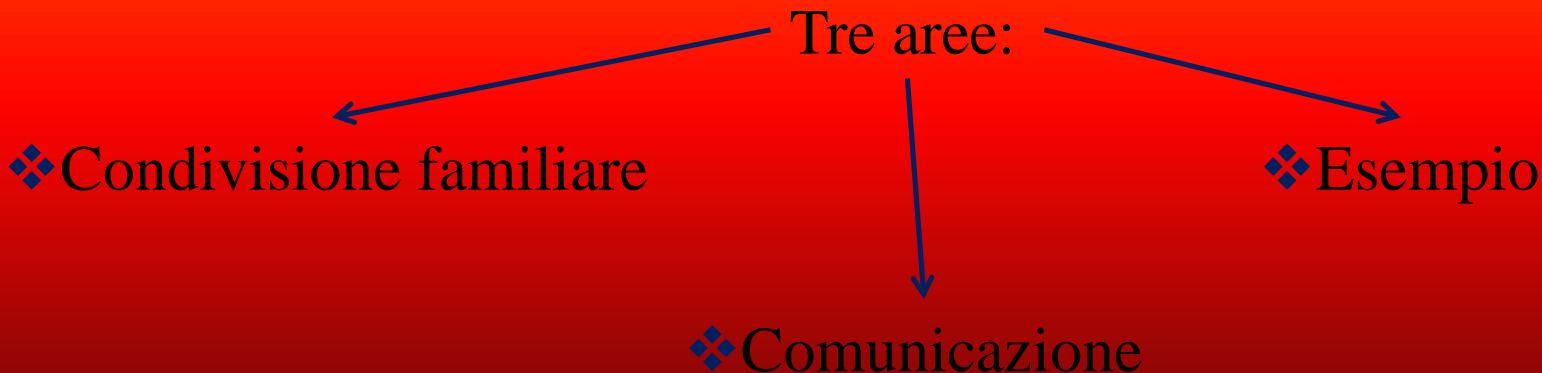
# I giovani nelle famiglie e nella società

La famiglia è il principale contesto di apprendimento

Ruolo famiglia = Complesso



Trasmettere ai figli dei specifici atteggiamenti e valori così da renderli attivamente partecipi all'interno della società



# Vita nella famiglia di origine e rapporto con i genitori

*Crisi economica:* nascita fase giovane-adulto (18-30)



prolungamento dell'adolescenza (lungo periodo moratoria)

*Famiglia:* l'unica e fondamentale certezza in vista di un futuro incerto



diverse rappresentazioni importanza della qualità della relazione familiare e dell'aiuto fornito dai genitori - senso di fiducia

# Vita nella famiglia di origine e rapporto con i genitori

Netta differenza tra maschi e femmine circa l'importanza che viene attribuita alla dimensione relazionale in famiglia

<i>Punteggi medi alle domande relative alle rappresentazioni di famiglia divisi per genere e per età</i>	Fonte: Ist. G. Toniolo 2013					
	M	F	18-20	21-23	24-26	27-30
La famiglia è semplicemente vivere insieme	2,14%	1,98%	2,08%	2,04%	2,06%	2,06%
La famiglia è il luogo dove ciascuno può esprimere se stesso e manifestare il proprio	3,16%	3,28%	3,22%	3,20%	3,23%	3,24%
Nella famiglia si trasmettono e si apprendono i valori della società in cui si vive	3,31%	3,39%	3,31%	3,35%	3,36%	3,39%
In famiglia si finisce con il litigare spesso	2,31%	2,42%	2,46%	2,37%	2,33%	2,29%
La famiglia è il rifugio dal mondo	2,73%	2,93%	2,84%	2,82%	2,81%	2,89%
La famiglia è un luogo di apertura alla scambio con gli altri	2,75%	2,92%	2,79%	2,82%	2,82%	2,90%
La famiglia è come una prigione	1,40%	1,34%	1,39%	1,38%	1,35%	1,36%
La famiglia è la cellula fondamentale della nostra società e si fonda sul matrimonio	2,88%	2,89%	2,90%	2,86%	2,85%	2,93%

# Vita nella famiglia di origine e rapporto con i genitori

*Punteggi medi alle domande relative all'aiuto ricevuto dalla famiglia divisi per genere e per età (la sua esperienza familiare - famiglia d'origine - l'ha aiutata a...)*

	M	F	18-20	21-23	24-26	27-30
Star bene con gli altri	3,13%	3,20%	1,93%	1,96%	1,98%	1,90%
Guardare la vita con fiducia	3,17%	3,18%	3,18%	3,17%	3,17%	3,18%
Saper rispettare le regole	3,51%	3,62%	3,57%	3,56%	3,58%	3,56%
Trovare un modo per affermarsi nella vita	3,12%	3,15%	3,19%	3,12%	3,14%	3,10%
Perseguire i suoi obiettivi	3,24%	3,35%	<b>3,36%</b>	<b>3,29%</b>	<b>3,27%</b>	<b>3,23%</b>
Coltivare le sue passioni	3,19%	3,28%	<b>3,31%</b>	<b>3,23%</b>	<b>3,21%</b>	<b>3,16%</b>

Diminuzione dell'aiuto da parte della famiglia verso i figli  
al variare dell'età degli stessi

Carola Tassini 19504E

Letizia Iannotta 19487E

Priscilla Salvitti 20250E

Federica Marassi 19768E