

UNIVERSITÀ PONTIFICIA SALESIANA

Facoltà di Scienze dell'Educazione

Curricolo di Pedagogia Sociale

**LAVORO DI GRUPPO**

**"Famiglia e società"**

Elaborato scritto per il corso di  
Sociologia della Gioventù

Degli Studenti: Carola TASSINI – Letizia IANNOTTA - Priscilla SALVITTI 20250E –

Federica MARASSI 19768E

Diretto dal Professore: Giuliano VETTORATO

Roma, A.A. 2015/2016

# Famiglie, Mass Media e Società

## **Introduzione**

Con questa ricerca vogliamo affrontare il discorso del rapporto dei giovani con la propria famiglia e tutte le tematiche connesse a questo argomento, rapporto con i media, rapporto genitori/figli e via discorrendo.

Gli obiettivi sono quelli di riportare le ricerche a noi pervenute e confrontarle fra loro.

## **Obiettivi Specifici:**

- Confrontare il rapporto tra le famiglie e i mass media nell'anno 2001 – 2013 (Primo Rapporto Annuale sulla Comunicazione in Italia 2001);
- Rapporto genitori figli nell'anno 2013 (I.G. Toniolo 2013), cercando di sviluppare anche il discorso sul clima familiare e l'impegno dei giovani in quest'ambito nell'anno 2013.

Il lavoro svolto è basato sul reperimento di fonti ufficiali quali Censis, l'istituto Giuseppe Toniolo del 2013 e il Primo Rapporto Annuale sulla Comunicazione in Italia del 2002.

Oltre ad avere basi di ricerche statistiche su cui si fonda la nostra ricerca, riteniamo che gli argomenti che stiamo affrontando siano molto attuali e importanti. Ad esempio il discorso sui Mass Media è fondamentale al giorno d'oggi, perché tutta la vita dei giovani si svolge attorno a questi mezzi di comunicazione e alle volte possono anche creare profonde fratture e disagi nei rapporti familiari e quindi trasformare le stesse relazioni familiari. Di conseguenza l'approccio utilizzato è di tipo culturale.

Una Sotto – Area specifica è quella che riflette il clima familiare e l'impegno dei giovani. La connessione che lega i due argomenti scelti è l'influenza che i Media creano nel rapporto genitori/figli.

Le ricerche statistiche prendono in considerazione l'intera popolazione italiana.

## *CAPITOLO PRIMO*

### **Famiglia e Mass Media**

In questo primo capitolo affrontiamo il tema della relazione sequenziale che si instaura tra Famiglia e Mass Media. Come detto precedentemente, questo è un argomento molto delicato e attuale, poiché questi mezzi di comunicazione si stabiliscono nella vita umana/familiare in maniera inconscia, come un'abitudine prestabilita nel proprio DNA, soprattutto per quanto riguarda le nuove generazioni che crescono in questo Boom Tecnologico. Ed è proprio qui che si fonda il primo problema che andremo ad affrontare.

I nuovi mezzi di comunicazione possono risultare molto utili per alcuni versi ma per altri possono creare una forte dipendenza, con conseguenze alle volte anche disastrose per l'individuo. Una di queste è quella di riuscire a ledere i rapporti interpersonali tra gli esseri umani, e soprattutto tra l'individuo e la sua famiglia d'origine, che non si basa su rapporti superficiali o approssimativi, ma su rapporti stabiliti dal sangue, dall'affetto sincero, se ovviamente e teniamo a sottolinearlo, la famiglia sia sana.

#### **1.1 I media possono rappresentare la realtà? Se ne parla in famiglia**

Nelle tabelle sottostanti abbiamo messo in evidenza il confronto che nasce nelle famiglie sul discorso di come i Media possano o meno rappresentare effettivamente la realtà e di quanto si parli nei contesti familiari di questi mezzi di comunicazione.

<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					

In questa prima tabella si nota che il totale della prima riga, ovvero “gli esempi che presentano ai giovani” ha una media del 35,8%, presente in maniera costante in tutte le categorie presenti. Si osserva in primis che i capifamiglia (22,6%) e in secondo le donne (20,1%) sono particolarmente preoccupati per il degrado morale e intellettuale che i mezzi di comunicazione producono, a differenza dei giovani (16,5%) e dei non scolarizzati (18,9%) che invece hanno una visione ben diversa di questo argomento. È presente anche un grado costante per quanto riguarda il pensiero sulle opportunità di svago e di conoscenza fornite dai Mass Media (23,0% totale) e alla curiosità che essi stimolano (22,8% totale). Nell’ultima riga della tabella ossia “vuoto che riempiono” i dati presenti si riferiscono al 2001 e danno un totale di 8,9%. A distanza di quattordici anni, a parer nostro, e non avendo un'altra tabella per verificare, il valore sicuramente potrebbe essere aumentato notevolmente anche in vista del nascere dei Social Network e lo sviluppo dei Nuovi Media.

<i>Le opinioni sul modo in cui i media dovrebbero "rappresentare la realtà"</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>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					

Nella seconda tabella per la maggioranza degli italiani i Media dovrebbero rappresentare la realtà per come dovrebbe essere veramente anche nei suoi aspetti più crudi e violenti (53,9% totale), anche se c'è da notare una lieve differenza per quanto riguarda i non scolarizzati (37,6%). Questi ultimi, soprattutto, sono anche particolarmente contrari per quanto riguarda i temi scabrosi affrontati dai mezzi di comunicazione (37,6%), probabilmente perché temono un'irruzione nella propria vita di una realtà troppo ostile. Si può anche evidenziare che non sempre i Media però vanno incontro ai gusti del pubblico (11,5% totale), atteggiamento che denota anche una certa sufficienza dei Mass Media verso i cittadini italiani, questo almeno nel 2001. Attualmente nel 2015, possiamo ipotizzare che i Media vanno forse anche troppo verso i gusti di una determinata categoria di persone, mandando in onda programmi come Grande Fratello o Uomini e Donne che fanno parte della tv spazzatura degli ultimi anni. C'è anche da dire che questi programmi di riempimento, anche se abbassano il livello culturale della popolazione, aiutano la gente a non pensare troppo e a staccare la spina dalla mole di informazioni anche negative che accadono nel mondo, vedesi ad esempio la situazione attuale dell'Isis.

### **1.2 I Media: membri "adottati" dalle famiglie**

In questo paragrafo affrontiamo il discorso su come i Media negli anni siano diventati effettivamente dei componenti essenziali del nucleo familiare, sostituendo alle volte le stesse relazioni tra genitori/figli o tra fratelli/sorelle. Già nel 2001 si possono riscontrare dati molto indicativi su come i mezzi di comunicazione abbiano, o meglio, stavano cambiando, i già delicati rapporti tra consanguinei.

Il rapporto delle famiglie italiane con i media												
	Televisione	Cellulare	Radio	Quotidiani	Libri	Settimanali mensili	Teletext	Videoregistratore / DVD	Computer	Internet	Decoder	Videogame
Case in cui sono presenti i media	98,7%	85,1%	95,0%	71,8%	77,7%	59,5%	76,0%	70,2%	43,4%	30,0%	15,0%	26,7%
Individui che non hanno un rapporto di utenza con i media (1)	4,2%	27,2%	31,2%	39,4%	46,0%	50,7%	62,1%	67,8%	68,7%	79,9%	88,1%	88,8%
Individui che hanno un rapporto di utenza con i media	95,8%	72,8%	68,8%	60,6%	54,0%	49,3%	37,9%	32,2%	31,3%	20,1%	11,9%	11,2%
di cui:												
Individui che hanno un rapporto di utenza costante (2)	94,4%	39,3%	58,5%	45,3%	41,9%	30,2%	23,1%	11,0%	23,9%	11,5%	9,1%	5,8%
Individui che hanno un rapporto di utenza non costante (3)	1,4%	33,5%	10,3%	15,3%	12,1%	19,1%	14,8%	21,2%	7,4%	7,6%	2,8%	5,4%
Alla domanda sull'uso dei singoli media:												
(1): Hanno risposto "mai/quasi mai"												
(2): hanno indicato una frequenza settimanale di almeno tre volte (hanno letto almeno tre libri nell'ultimo anno)												
(3): Hanno indicato una frequenza settimanale compresa tra una e due volte (hanno letto uno o due libri nell'ultimo anno)												
Fonte: Censis, 2001												

**N.B.** Vedere meglio in File Excel "Lavoro di gruppo (tabelle)"

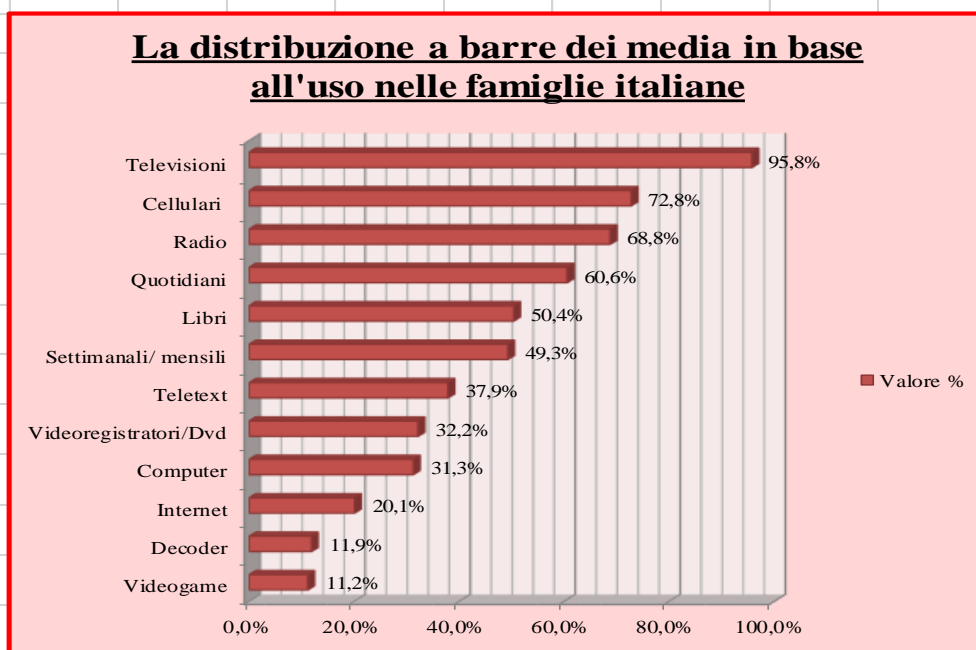
In questa tabella si evidenzia come all'interno delle case italiane i media non mancano. Infatti il 98,7% delle famiglie ha un televisore. La cosa sorprendente risulta anche dalla massiccia presenza di libri, quotidiani, giornali e via discorrendo, superando di gran lunga anche le aspettative. Ciò che varia positivamente è l'utilizzo tra i "costanti" e quelli "non costanti", infatti i primi sono, sia per i libri che per i quotidiani superiori al 41%. La tabella risulta anche suddivisa tra i "costanti" (chi guarda la televisione per almeno 3 volte la settimana o chi ha letto almeno 3 libri nell'ultimo anno) ed i "non costanti" (chi guarda la televisione ½ volta la settimana e legge un solo libro l'anno). Il quadro viene completato con le persone che sono totalmente estranee a qualunque rapporto o uso di questi mezzi.

Per quanto riguarda l'uso dei cellulari è presente un'anomalia tra i "costanti" ed i "non costanti", infatti all'interno dei primi è presente anche una notevole percentuale di persone che non ne fa un utilizzo eccessivo. La differenza tra la presenza e l'utilizzo dei videoregistratori e DVD è minima. Molto più evidente è quella tra l'uso e la presenza dei decoder nelle case, presenti nel 15%, ma vengono utilizzati dall'11,9%. Non risulta disprezzabile neanche la presenza di computer ed internet nelle case, ma il loro impiego risulta essere faticoso. Riprendendo il discorso affrontato precedentemente, essendo passati 15 anni la situazione è nettamente cambiata, ad esempio se prima l'utilizzo del decoder era facoltativo oggi risulta indispensabile, così come l'uso del computer o dei Tablet.

### 1.3 L'uso dei media nelle famiglie italiane

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%



Fonte: Censis, 2001

Nella tabella viene riportato in percentuale (%) l'utilizzo di determinati media nelle famiglie italiane nel 2001.

Il grafico a barre al fianco della tabella mostra in modo decrescente, cioè partendo dal più utilizzato per arrivare a quello meno utilizzato, che al primo posto si situa la televisione con il 95,8% e che nell'ultimo posto si trovino i videogames con un utilizzo del 11,2%. Importante da notare è il poco utilizzo dei computer e di internet che sono rispettivamente il 31,3% e il 20,1%, che al giorno d'oggi sembrano molto poco verosimili.

Un dato da sottolineare è che nel 2001 il materiale cartaceo era ancora entro le prime 10 posizioni. Infatti i quotidiani, i libri e i settimanali e i mensili si trovano al 4-5-6 posto, con le seguenti percentuali i quotidiani con il 60,6% di impiego, i libri con il 50,4% e i settimanali e i mensili al 49,3%.

### 1.4 E i minori?

Questo è un argomento molto delicato. E' indubbio che la tecnologia abbia contribuito a rendere la vita meno monotona, basti pensare ai videogame, alla televisione, o come abbia contribuito a rendere più facile lo scambio di informazioni e abbia facilitato soprattutto le relazioni tra gruppi familiari e gruppi dei pari, basti pensare a Internet, e ai suoi programmi più famosi Skype o al più recente WhatsApp, per non parlare dei Social Network che oltre a farti rimanere in contatto con parenti anche molto lontani, ti permette di fare amicizia con persone esterne al tuo paese di origine. Tutto questo è molto interessante, ma fa sorgere anche più di una domanda ossia: "E i minori in tutto questo che ruolo hanno?" "Come possono essere protetti?", "Chi deve proteggerli?".

<i>Le opinioni sul rapporto tra media e minori</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>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					

In questa tabella sono state evidenziate le idee degli italiani sul delicato rapporto che intercorre tra i Media e i Minori. Il 41,8% (totale) ritiene indispensabile che siano i produttori a dover prestare attenzione a quello che diffondono, e qui si gioca una prima differenza tra l'opinione dei capifamiglia che si attesta sul 43,4% e quella dei ragazzi che si ferma sul 37,1%. Il 37,8% (totale) dichiara invece che debbano essere gli stessi genitori a dover prestare attenzione ai propri figli, proteggendoli dai pericoli di messaggi che



potrebbero turbare la loro sensibilità. Il picco maggiore è dato dall'opinione di coloro non scolarizzati (41,4%).

Non è nemmeno da trascurare il 12,4% (totale) di coloro che sono dell'opinione che debba essere lo Stato a contribuire alla protezione dei minori, e di come i ragazzi pensino che sia invece molto importante che i bambini imparino fin da subito a capire come è fatto il mondo (19,7%).

Come dicevamo prima, questo tema è molto difficile e delicato perché è come se camminassimo su un campo minato. E' vero che i ragazzi fin da subito devono essere abituati all'uso delle tecnologie, ma è altrettanto vero che non si possono permettere loro certe libertà. Questo non vuol dire che gli adulti vogliano limitare i ragazzi, o non vogliano far conoscere loro il mondo (ovviamente si stanno prendendo ad es. adulti e famiglie nella media), ma è altrettanto vero, che i bambini sono sempre bambini e non hanno ancora i mezzi, mentali o fisici, per affrontare certi argomenti. Quindi è giusto che lo Stato, i genitori e i produttori cerchino in tutti i modi di proteggere questi ragazzi, e di permettere loro di crescere in modo sano senza bruciare le tappe troppo in fretta.

### 1.5 Focus: L'uso del cellulare

Come ultimo tema abbiamo deciso di focalizzarci sull'uso del cellulare, un mezzo di comunicazione che negli anni ha visto crescere a dismisura la sua importanza.

<b>Cosa piacerebbe fare con il cellulare</b>					
<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					

Nella tabella qui sopra è abbastanza evidente la passione per gli italiani verso questo mezzo di comunicazione evidenziata soprattutto dalla grande varietà di cose che quest'ultimi vorrebbero fare con questo oggetto. Al primo posto si colloca la possibilità di ascoltare musica (42,9% sul totale con una punta del 70,4% sui giovani), e molti sono dell'opinione che tramite il telefonino potrebbero assolvere più facilmente agli obblighi burocratici (33,8% in totale, con oscillazioni tra i giovani del 10,2% e il 43,4% dei capifamiglia) utilizzando la funzione di Internet. Si evidenzia ancor di più l'importanza che la Grande Rete occupa nella vita degli italiani, infatti il 21,5% (totale) dichiara apertamente che vorrebbe collegarsi alla "rete delle reti", soprattutto i giovani (32,1%), vorrebbe chattare (17,1% totale e il 41,6% dei giovani), scambiare immagini video (20,9% totale e 34,2% dei giovani) e fare acquisti (15,9% totale, con indice maggiore sui non scolarizzati che si attesta sul 25%).

Per concludere un dato significativo è dato dal 22% (totale) di persone che vorrebbero, tramite il telefonino, guardare la Tv, che conferma ancora una volta come, nonostante l'avvento del cellulare, esso rimane il mezzo di comunicazione più importante proprio per le sue proprietà di unificare e sintetizzare tutti gli usi dei Media.

### ***1.5.1 Confronto Personale con il 2015***

Nel 2015 possiamo però sottolineare che i nuovi cellulari, gli smartphone, abbiano generato una vera e propria rivoluzione, innanzitutto perché sono dotati di funzioni utili e interessanti e perché con l'avvento del 4G si può navigare ancora più velocemente, quindi se si possiede un buon abbonamento con le compagnie telefoniche, oggi è ancora più facile riuscire a vedere i programmi televisivi anche su questo piccolo e potente mezzo. Non bisogna però trascurare che negli ultimi anni la televisione è meno vista dai ragazzi, soprattutto dall'avvento dello streaming che permette di vedere tramite pc, tablet o cellulari tutto quello che vogliamo, e sempre a portata di mano, perché non più legati all'orario fisso della programmazione. E non solo: il cellulare permette di entrare sui propri social network, farsi foto e video da condividere in contemporanea con gli amici, e con risoluzioni sempre più nitide, e poi c'è lui, il re delle chat che ha spodestato anche il caro vecchio Messenger. WhatsApp, vera icona delle nuove generazioni e anche delle vecchie,

usato praticamente da tutti coloro che possiedono un cellulare di ultima generazione, ti permette di restare in contatto con gli amici e di poter creare anche dei gruppi con un limite di 100 persone. Una vera e propria rivoluzione, anche particolarmente positiva, perché permette al giovane di rimanere in contatto anche con i propri genitori, e chissà col tempo potrà aiutare sempre di più a creare nuovi dialoghi e legami familiari e a superare certe barriere che all'epoca dividevano i giovani dagli adulti. Basta avere un telefonino no?

## CAPITOLO SECONDO

### I giovani nelle famiglie e nella società

Questo capitolo si propone di mettere in luce alcuni aspetti della vita relazionale tra i giovani e la famiglia. Si inizierà descrivendo il tipo di influsso/relazione che troviamo tra un giovane impegnato all'interno della società con la sua famiglia ed un giovane che non ha alcun tipo di impegni a livello sociale; si passerà poi a parlare di quanta percentuale di giovani partecipano attivamente nella società e per concludere si affronta il tema di quanto sia importante il ruolo della famiglia per i giovani. Le tabelle e il materiale da cui abbiamo preso spunto per questa piccola ricerca è I.G. Toniolo 2013.

#### 2.1 Partecipazione e Relazioni Familiari

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

	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%			

Fonte: I.G Toniolo 2013

In questa tabella si cerca di evidenziare se c'è qualche collegamento tra i rapporti familiari, ossia con la madre ed il padre, e l'essere impegnati in qualche tipo di impiego sociale. Dai dati emerge quindi che: non c'è differenza tra i giovani impegnati ed i non impegnati riguardo a due rappresentazioni familiari quali le discussioni in famiglia e l'importanza di essa all'interno della società. Per quanto riguarda gli item legati alle dimensioni relazionali emerge che i giovani non impegnati percepiscono la famiglia come un semplice luogo dove vivere insieme o una prigione, quelli impegnati invece come un luogo dove esprimere se stessi.

Se come variabile indipendente consideriamo il volontariato non è presente molta differenza tra chi oggi è impegnato nel volontariato con chi lo era nel passato venendo così uniti in un solo gruppo.

Per quanto riguarda 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: se ne registra di meno nella vita dei ragazzi associati, uguale risultato se la variabile partecipazione viene sostituita con volontariato.

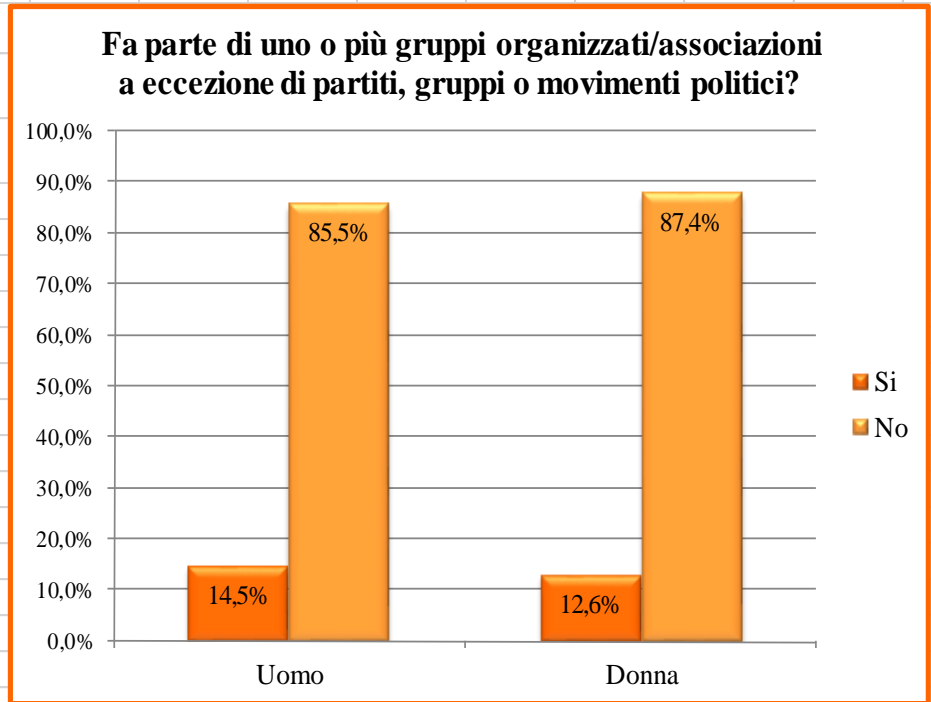
Riguardo i ragazzi impegnati in politica l'unica differenza significativa riguarda la qualità della relazione con i genitori e la comunicazione con la madre: i ragazzi impegnati in politica riportano punteggi più bassi rispetto ai coetanei non impegnati circa la qualità della comunicazione con la madre.

## **2.2 Giovani e Partecipazione alle Attività della Società**

Prima di iniziare a parlare dell'argomento che vogliamo presentare, diamo un rapido sguardo alla partecipazione a organizzazioni o associazioni, fatta eccezione per quanto riguarda il discorso dei partiti politici.

**Percentuale di risposta alla domanda: " Fa parte di uno o più gruppi organizzati/associazioni a eccezione di partiti, gruppi o movimenti politici?" Divisi per genere**

	Uomo	Donna
Si	14,5%	12,6%
No	85,5%	87,4%



Fonte: I.G. Toniolo 2013

Il grafico fa riferimento ai giovani dai 18 ai 30 anni. Gli uomini partecipano solo per il 14,5% (totale) mentre le donne il 12,6% (totale). La conseguenza è che l'85,5% dei primi e l'87,4% delle donne non fa parte né di associazioni, né di organizzazioni. Si evince dal grafico sovrastante quindi che vi è poca partecipazione da parte di entrambi i sessi.

### **2.3 L'impegno dei Giovani nelle Famiglie (ruolo della famiglia)**

La famiglia è il principale contesto di apprendimento, una base alla quale si è legati anche nella giovinezza, lungo tutto l'arco della vita essa si pone come contesto privilegiato di apprendimento di credenze, modelli, valori ecc... ciò avviene tramite il processo di trasmissione tra le generazioni/stirpi infatti ogni generazione è legata indissolubilmente a quelle precedenti.

Il ruolo della famiglia è dunque complesso: è abilità propria delle famiglie il trasmettere ai figli dei specifici atteggiamenti e valori così da renderli attivamente partecipi all'interno della società; sono tre le aree grazie alle quali ciò avviene:

- Condivisione familiare
- Comunicazione
- Esempio

## *CAPITOLO TERZO*

### **Vita nella famiglia di origine e rapporto con i genitori**

#### **3.1. Giovani in famiglia: risorsa o rifugio?**

A causa della crisi economica che ha investito il nostro Paese (e molti altri), si assiste all'emergere di un nuovo periodo dell'esistenza umana, che viene fatto corrispondere con la fase del giovane-adulto (18-30 anni).

Tale fase consiste fondamentalmente in un prolungamento dell'adolescenza in cui la famiglia viene considerata come un ammortizzatore, che mette il giovane al riparo dagli squilibri che caratterizzano una realtà ormai sempre più complessa, ma nello stesso tempo come fonte di un'ambigua stabilità intergenerazionale in quanto, portando il giovane ad avere un lungo periodo di moratoria, non gli consente di imparare a farsi carico delle responsabilità e dei vincoli che sono alla base dell'esperienza affettiva e lavorativa.

Avendo come riferimento il modello relazionale-simbolico, l'obiettivo principale è quello di cogliere gli aspetti sociali, di contesto, il senso e la dinamica dei legami tra le varie generazioni, considerando i giovani non più come una moltitudine di persone ma bensì come il frutto dello scambio tra le generazioni. Anche per questa ricerca, tabelle e materiale sono state prese da I.G. Toniolo 2013.

#### **3.2. Rappresentazioni di famiglia nei giovani-adulti**

Partendo dall'avviso che il giovane-adulto di fronte ad un futuro incerto vede nella famiglia d'origine l'unica e fondamentale certezza, nella tabella sottostante abbiamo comparato tra di loro le varie rappresentazioni o modi di vedere la famiglia, per meglio esplicitare la visione che i giovani hanno della stessa e l'importanza che attribuiscono alla dimensione relazionale. Dopo aver preso visione dei dati riportati, sarà possibile cogliere come molti aspetti evidenziati da tali risultati possono essere riscontrati anche ai giorni nostri (2015), caratterizzati da una sempre maggiore varietà di relazioni e da nuovi modelli familiari.



<i>Punteggi medi alle domande relative alle rappresentazioni di famiglia divisi per genere e per età</i>						
	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%

Fonte: I.G. Toniolo 2013

Dai dati raccolti in questa tabella costituita da otto item relativi ai diversi modi in cui i giovani vedono la famiglia, e da quattro classi relative al genere e all'età (18-20; 21-23; 24-26; 27-30), emerge che i maschi hanno la tendenza a vedere la famiglia come semplice luogo in cui vivere (2,14%) e come prigione (1,40%) non curando quello che è la dimensione relazionale, a differenza delle femmine che vedono la famiglia come luogo di espressione di sé stessi (3,28%), di scambio (2,92%) e trasmissione dei valori (3,93%), all'interno del quale vi possono essere conflitti e divergenze di opinioni (2,42%) che mettono in evidenza quelli che sono gli aspetti critici alla base della relazione stessa, dando maggiore importanza alla dimensione relazionale.

### 3.3. Supporto e influenza della famiglia d'origine nella transizione all'età adulta

In relazione a quanto già detto in merito alle rappresentazioni di famiglia, nelle tabelle sottostanti abbiamo raccolto e comparato tra loro i dati relativi all'influenza che la famiglia ha sul giovane per quanto riguarda la costruzione di una propria identità adulta e la progettualità della vita. Tali risultati, contenuti nelle due tabelle sottostanti, ci consentono di notare che a distanza di due anni (nel 2015) la famiglia, anche se con modalità a volte travagliate e non sempre esplicite, costituisce un riferimento nella confusione e nel caos che caratterizza la società odierna, fornendoci una panoramica dei cambiamenti che vi sono stati in merito alla transizione alla vita adulta.

*Punteggi medi alle domande relative all'importanza della famiglia divisi per genere e per età (in che misura la sua famiglia d'origine è stata importante per lei nel decidere...)*

	M	F	18-20	21-23	24-26	27-30
Il partito per cui votare	1,92%	2,00%	1,93%	1,96%	1,98%	1,90%
Fare o non fare volontariato	1,88%	1,98%	1,93%	1,93%	1,93%	1,93%
Di sposarsi o di non sposarsi	<b>2,08%</b>	<b>2,32%</b>	2,15%	2,18%	2,20%	2,26%
Il percorso di studio	2,52%	2,53%	2,65%	2,52%	2,45%	2,47%
Di credere o non credere in Dio	2,46%	2,58%	2,49%	2,50%	2,51%	2,58%
La sua carriera professionale	2,42%	2,37%	2,49%	2,40%	2,33%	2,35%
Fonte: I.G.Toniolo 2013						

Dai dati raccolti in questa tabella costituita da sei item relativi all'influenza della famiglia sulla vita dei giovani, e da quattro classi relative al genere e all'età (18-20; 21-23; 24-26; 27-30), emerge che le femmine vedono maggiormente la famiglia come un

riferimento nel prendere delle decisioni e fare delle scelte (partito – 2,00%; fare o non fare volontariato – 1,98%; sposarsi – 2,32%; credere in Dio – 2,58%) e ne sono influenzate negli atteggiamenti, a differenza dei maschi che la vedono come riferimento esclusivamente nella carriera professionale (2,42%). In merito all'influenza della famiglia nella scelta del percorso di studi, non vi sono differenze sostanziali tra maschi e femmine (M – 2,52%; F – 2,53%).

<i>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...)</i>						
	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>
Fonte: I.G.Toniolo 2013						

Dai dati raccolti in questa tabella costituita da sei item relativi all'aiuto che i giovani ricevono dalla famiglia, e da quattro classi relative al genere e all'età (18-20; 21-23; 24-26; 27-30), emerge che le femmine vedono maggiormente nell'azione della famiglia un incentivo allo star bene con gli altri (3,20%), al saper rispettare le regole (3,62%), al perseguire i propri obiettivi (3,35%) e a coltivare le proprie passioni, a differenza dei maschi che la vedono come un incentivo esclusivamente per quanto riguarda il perseguire i

propri obiettivi (3,24%) e il saper rispettare le regole (3,51%). In merito al guardare la vita con fiducia (M – 3,17%; F – 3,18%) e al trovare un modo per affermarsi (M – 3,12%; F – 3,15%), non vi sono differenze sostanziali tra maschi e femmine. Tale comparazione è stata effettuata in relazione al variare dell'età inteso in questo caso come fattore di diminuzione.

### **3.4. Qualità delle relazioni**

Importante ed essenziale è approfondire quella che è la relazione che il giovane instaura con la propria madre e il proprio padre, in quanto è da essa che dipende la qualità della comunicazione e il formarsi nel giovane di un senso di fiducia e considerazione come individuo autonomo, consentendo la sua piena realizzazione. Nella tabella sottostante abbiamo comparato tra di loro i dati relativi al rapporto del giovane con i propri genitori, considerando il livello di supporto e intrusività degli stessi. Prendendo visione di quanto in essa riportato, è possibile cogliere che tale tematica è oggi (nel 2015) molto sentita e molto delicata, soprattutto a causa del numero sempre maggiore di divorzi che porta il giovane sin dall'infanzia ad essere disorientato, sentendosi in qualche modo utilizzato come tramite tra due fuochi.

<b>Punteggi medi alle domande relative alla qualità delle relazioni con padri e madri divisi per genere e per età</b>						
	<b>Madre</b>					
	<b>M</b>	<b>F</b>	<b>18-20</b>	<b>21-23</b>	<b>24-26</b>	<b>27-30</b>
<b>Comunicazione</b>	3,30%	3,29%	3,31%	3,30%	3,29%	3,27%
<b>Supporto</b>	3,61%	3,67%	3,67%	3,64%	3,64%	3,60%
<b>Qualità relazione</b>	3,22%	3,24%	3,21%	3,22%	3,24%	3,25%
<b>Intrusività</b>	2,20%	2,18%	2,25%	2,20%	2,16%	2,18%
	<b>Padre</b>					
	<b>M</b>	<b>F</b>	<b>18-20</b>	<b>21-23</b>	<b>24-26</b>	<b>27-30</b>
<b>Comunicazione</b>	2,91%	2,86%	2,89%	2,86%	2,87%	2,91%
<b>Supporto</b>	3,43%	3,48%	3,47%	3,45%	3,50%	3,40%
<b>Qualità relazione</b>	2,96%	2,96%	2,93%	2,93%	2,99%	2,99%
<b>Intrusività</b>	2,07%	2,02%	<b>2,10%</b>	<b>2,04%</b>	<b>2,02%</b>	<b>2,03%</b>

Fonte: I.G.Toniolo 2013

Dai dati raccolti in questa tabella costituita da quattro item relativi al rapporto dei giovani con le figure genitoriali, e da quattro classi relative al genere e all'età (18-20; 21-23; 24-26; 27-30), emerge che da ambo i sessi vi è un'elevata comunicazione con la figura materna (il livello di entrambe le variabili rimane invariato), che viene considerata come maggiormente intrusiva nella vita del giovane (M – 2,20%; F – 2,18%), mentre per quanto riguarda la comunicazione con la figura paterna il discorso è nettamente diverso, in quanto la qualità della relazione è di gran lunga inferiore (M – 2,96; F – 2,96), e l'intrusività è percepita maggiormente dai maschi (2,07%). In merito al supporto, è importante sottolineare che è maggiormente sentito dalle femmine (3,67% + 3,48%) più che dai maschi (3,61% + 3,43%), in quanto più portate a sviluppare come già accennato in precedenza la dimensione relazionale. Da tale comparazione scaturisce che la variabile qualità aumenta con l'aumentare dell'età, mentre la variabile intrusività diminuisce all'aumentare dell'età.

## **Conclusione**

Non è stato semplice prendere in esame ciò che riguarda le dinamiche che si sviluppano all'interno delle famiglie e le loro conseguenze nelle relazioni familiari.

Abbiamo tentato di rimanere il più possibile oggettive trascrivendo ciò che emerge dalle ricerche già precedentemente effettuate riguardo i mass-media, i cellulari e le relazioni fra genitori e figli (viste anche sotto l'ottica dei rapporti che si creano in famiglia tra i figli impegnati socialmente e quelli non impegnati socialmente con i genitori), cercando da parte nostra, di vederne sia gli aspetti positivi sia gli aspetti negativi che quest'ultimi hanno all'interno del nucleo familiare, arrivando alla conclusione che non è dannoso il possedere oggetti elettronici di ultima generazione, la dannosità risiede nell'uso spropositato che se ne fa di quest'ultimi arrivando addirittura a chiedersi se durante i pasti il cellulare va tenuto alla destra con il coltello o alla sinistra con la forchetta?!