

# I CRE-ATTIVI. GIOVANI *INFLUENCER* DI UNA SOCIETÀ *FOLLOWER*

6° Rapporto di ricerca  
Sintesi dei risultati

Publicato da

**Link LAB – Laboratorio di Ricerca Sociale**

Università degli Studi “Link Campus University”

Via del Casale di San Pio V 44 – 00165 Roma

Copyright © Report n. 1/2018 “I *cre-attivi*. Giovani *influencer* di una società *follower*” – a cura dell’Osservatorio “*Generazione Proteo*”

ISBN: 9788885727014

Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questa pubblicazione può essere riprodotta, archiviata, memorizzata o trasmessa in qualsiasi forma o mezzo – elettronico, meccanico, reprografico, digitale – se non nei termini previsti dalla legge che tutela il diritto d’autore.

## POLITICA

**Non più così lontani.** Distanti dalla politica e dalle Istituzioni, ma non troppo, o per lo meno non così tanto come in passato: se infatti nelle due precedenti edizioni del Rapporto di ricerca la percentuale complessiva di chi si dichiarava “per nulla” e “poco” interessato alla politica sfiorava il 70% delle risposte, in questa 6<sup>a</sup> edizione tale percentuale si abbassa al 60% circa: rappresentano infatti il 15,5% e il 43,7% coloro i quali si dichiarano rispettivamente “per nulla” e “poco” interessati. Per contro, cresce il numero dei giovani che si avvicinano al mondo della politica, complessivamente il 40% circa.

**Tutti alle urne.** Una ritrovata vicinanza alla politica che trova conferma anche nell’elevata risposta dei giovani intervistati nella scorsa tornata elettorale del 4 marzo: l’81% circa degli studenti maggiorenni ha infatti dichiarato di aver esercitato il proprio diritto di voto nelle passate elezioni politiche, a fronte del 16% di chi invece ha deciso di non votare. Chiamati a indicare le motivazioni alla base di tali scelte, tra chi ha deciso di votare prevale ampiamente un senso di responsabilità e di dovere civico espresso dall’80% circa, mentre appare scarsamente diffuso il senso e il concetto di rappresentanza inteso come il riconoscimento tanto in un partito o movimento (10,9%) quanto in un leader politico (4,1%). D’altra parte, tra i motivi della mancata partecipazione alle urne vi è proprio la percezione di non sentirsi adeguatamente rappresentati, espressa dal 42,7%.

**La politica in Rete.** Se il 21% degli intervistati ritiene che la presenza dei politici in Rete consenta una maggiore informazione, complessivamente 1 intervistato su 3 circa (32,7%) ne mette in luce i suoi risvolti negativi, quali la circolazione di messaggi preconfezionati privi di approfondimento (18,9%), o il clima di odio alimentato proprio dalle dichiarazioni, dai “botta e risposta” dei politici sui propri profili social e dalla loro condivisione sul web (13,8%). E ciò è vero soprattutto alla luce del fatto che i social non esercitano alcuna azione di filtro ma danno possibilità di espressione e replica a chiunque, così come indicato dal 16,6%.

**Il manuale del buon politico.** Ma quali sono le istanze avanzate dalla “Generazione Proteo” nei confronti della nuova classe politica all’indomani delle elezioni? In linea con le passate edizioni della ricerca, quando correttezza e integrità rappresentavano le caratteristiche di un *buon* politico, è ancora una volta l’onestà a sveltare in cima alla lista delle richieste nei confronti dei politici che nei prossimi 4 anni saranno chiamati a guidare il nostro Paese. Ma a differenza del passato in cui erano proprio le qualità morali a dominare su quelle professionali, prima fra tutte la competenza, ciò che emerge in questo 6° Rapporto di ricerca è una sorta di compromesso proprio tra onestà e competenza, quest’ultima indicata quale richiesta per la nuova classe politica da 1 intervistato su 4 circa (24,3%).

## IDENTITÀ

**Fiducia e ottimismo.** Se i “fiduciosi” rappresentano il 40,2% degli intervistati, a essere soddisfatti della propria vita sono in tanti, complessivamente circa 4 giovani su 5 (81,8%), il 63,5% “abbastanza”, il 18,3% “molto”; un dato quest’ultimo che ricalca quello registrato nel 2014 ma che supera sensibilmente quello del 2015 quando a essere soddisfatti della propria esistenza erano complessivamente il 76% dei giovani.

**Essere italiani...** D’altra parte la positività e la spensieratezza vengono riconosciute quali caratteristiche del proprio dna, così come l’estro e la genialità: se per il 30,1% degli intervistati, infatti, *essere italiani* significa principalmente essere estroversi e allegri, per il 14,8% l’italianità è associata alla creatività. Ma c’è anche spazio per la solidarietà e l’altruismo (11,7%), così come per il gusto e il senso estetico (6,6%).

**L'io a regola d'arte.** Per ben 2 intervistati su 5 sono le relazioni con l'esterno che definiscono il proprio *io*: secondo il 38,4% sono infatti le persone che si frequentano che contribuiscono a definire la personalità di un ragazzo oggi, quella stessa personalità che complessivamente il 60% circa comunicherebbe attraverso l'arte visiva nelle sue diverse espressioni, chi scattando una foto (28,8%), chi attraverso un video (17,1%), un'opera d'arte (7,9%) o un murales (6,1%). Ma a giocare un ruolo di primo piano nella definizione della propria personalità sono anche altri aspetti che attengono propriamente alla sfera dell'*essere* e che escludono la dimensione dell'*avere*, come il linguaggio utilizzato (26,4%), gli hobby (11,9%) e lo sport praticato (6,5%), mentre un'influenza più ridotta viene attribuita al numero di follower sui social (5,8%), ai dispositivi tecnologici posseduti (1,2%) o all'auto guidata (1,1%).

**Diversi ma uguali.** Quando si parla di personalità e dunque di identità, acquista un ruolo di primo piano anche la percezione della diversità che, quando esasperata, assume i tratti della discriminazione. Circa 1 intervistato su 3 (34,5%) individua nella diversa etnia e provenienza geografica il principale motivo di discriminazione. Nel confronto con il 2017 scende la percentuale di chi individua nell'orientamento sessuale il principale motivo di discriminazione, aspetto quest'ultimo indicato dal 33,4% degli intervistati a fronte del 38,3% fatto registrare lo scorso anno.

**Coppie omosessuali: apertura ma prudenza.** Proprio in tema di orientamento sessuale e, in particolare, di omosessualità, i giovani intervistati lasciano emergere un atteggiamento di grande apertura, cui fa da contrappeso però una buona dose di prudenza: se infatti circa la metà degli intervistati (43,5%) ritiene che le coppie omosessuali debbano avere gli stessi diritti di quelle eterosessuali, circa 1 intervistato su 3 (32,1%) esclude da tale ventaglio di facoltà e benefici giuridici l'adozione di un figlio.

**Bisogno di certezze.** Se tra i diritti rivendicati dalla "Generazione Proteo" svetta la stabilità economica e lavorativa, con la richiesta di un lavoro corrispondente a esigenze e aspirazioni personali (27,3%) e di un reddito adeguato per avere una vita dignitosa (16,1%), è alle stesse Istituzioni che i giovani affidano l'incarico di dare ordine e stabilità a un Paese (36,8%), ma anche di farsi custodi dei valori profondi di una società (19,4%). Ma questo bisogno di sicurezza è evidente anche nell'atteggiamento di quasi 1 intervistato su 2 (46,3%) che farebbe un viaggio nel passato avendo a disposizione una macchina del tempo, rinunciando quindi a un curioso salto nel futuro, preferito invece da *solo* il 22,7% degli intervistati.

## SOLIDARIETÀ

**Giovani volontari.** La "Generazione Proteo" è una generazione che avverte il dovere di impegnarsi nei confronti della società in cui vive e di provare a cambiare il mondo, e per farlo abbraccia i valori della solidarietà, del rispetto e del sostegno verso chi è in difficoltà: circa il 40% degli intervistati svolge infatti volontariato; a questi si somma il 30,5% di chi, pur non essendo attualmente (o non essendo stato) impegnato, vorrebbe in futuro dedicarsi ad attività di volontariato.

**Perché aiutare gli altri?** Chiamati a esprimersi sulle motivazioni che spingono a compiere gesti di solidarietà, complessivamente oltre la metà degli intervistati pone l'accento sull'importanza dell'impegno individuale e della responsabilità di ognuno nei confronti tanto di ciò che ci circonda quanto della società nel suo complesso: nello specifico, il 28,3% indica l'esigenza di fare qualcosa di concreto per la società, il 23,8% la necessità di provare a cambiare il mondo che abbiamo attorno. C'è poi chi ne ricerca ragioni più individualistiche, quali il desiderio di una forte e significativa esperienza di vita (20,3%) o di un appagamento personale (13,7%), e chi invece ci intravede motivazioni meno nobili, quali l'esigenza di sentirsi la coscienza a posto (7,1%) o di farsi bello agli occhi degli altri (3,4%).

## SCUOLA

**La scuola che vorrei.** In che modo la scuola risponde (o dovrebbe rispondere) alle aspettative dei ragazzi e ai cambiamenti sociali? Ciò che il 6° Rapporto di ricerca “Generazione Proteo” lascia emergere è una sostanziale asimmetria tra le richieste dei ragazzi e talune rappresentazioni sociali secondo le quali per avvicinarsi al mondo dei giovani è necessario utilizzare come codice comunicativo quello della tecnologia e della Rete. In realtà, un utilizzo più intensivo delle tecnologie a scuola non è certamente tra le priorità degli studenti (aspetto, questo, indicato solo dal 6,2%) che piuttosto vorrebbero una scuola in cui ci si prepara adeguatamente al mondo del lavoro (26,7%) e in cui si cerca di seguire e accompagnare le loro aspirazioni (25,3%). Un intervistato su 5 (20%), inoltre, vorrebbe una scuola in cui si approfondisce l’attualità, un aspetto quest’ultimo su cui risulta invece carente, così come dichiarato dal 30,5% degli studenti.

**Perché la scuola non ci ascolta?** Chiamati a segnalare le ragioni sottese a tale scarsa attenzione, i giovani studenti pongono nuovamente l’accento sul peso di quelle sovrastrutture che ostacolano la loro incredibile corsa, così come già registrato nel 3° Rapporto di ricerca “Generazione Proteo”: per il 40% circa la motivazione di un così limitato interesse da parte della scuola per tali tematiche è da ricercarsi infatti nella presenza di programmi ministeriali troppo rigidi. Tra le altre cause, anche se meno segnalate, emergono il disinteresse della scuola verso i principali interlocutori, ovvero gli studenti (15%), ma anche la sua scarsa capacità di stare al passo con i tempi (14,8%).

## BULLISMO E CYBERBULLISMO

**Ancora vittime.** In linea con quanto registrato nell’edizione 2017 del Rapporto di ricerca, le risposte dei giovani intervistati lasciano emergere, ancora una volta, dati preoccupanti sulla diffusione del fenomeno del bullismo tra i 17-19enni: se infatti circa 1 intervistato su 10 (9,3%) è stato autore di episodi di violenza, 1 studente su 4 (25,3%) ne è stato vittima. Sul fronte delle violenze e delle offese attuate e subite tramite dispositivi tecnologici e social network, se si mantiene stabile la percentuale di coloro che si sono resi protagonisti di episodi di cyberbullismo, scende invece quella relativa alle vittime passando dal 18,9% dello scorso anno all’11,1% in questa edizione della ricerca. I bersagli preferiti dei bulli, secondo 1 intervistato su 4 circa (24,2%), sono soprattutto i timidi.

**Tendenza a sdrammatizzare.** Diversamente dallo scorso anno quando la tendenza generale delle vittime era quella di minimizzare l’accaduto non dando peso alle violenze subite (dal 28% al 24,5% nel 2018), in questa edizione del Rapporto di ricerca sale la percentuale di quanti decidono di fidarsi con genitori e/o insegnanti chiedendo loro sostegno nel fronteggiare la situazione (32,1%). Quella degli studenti si rivela però complessivamente nella metà dei casi (50,2%) una richiesta di aiuto che non riceve una adeguata risposta da parte di genitori e insegnanti che hanno sdrammatizzato sulle violenze (46,1%) o hanno intimato loro di sbrigarsela da soli (4,1%).

**Perché il cyberbullismo?** Chiamati a dare la propria lettura sul fenomeno e in particolare sulla diffusione del cyberbullismo, le risposte degli intervistati lasciano emergere una sorta di inconsapevolezza delle violenze e dei soprusi esercitati, connessa alla natura stessa del fenomeno: se per il 33,6%, infatti, il cyberbullismo appare così diffuso perché “sembra quasi un gioco”, il 32,9% ne attribuisce la responsabilità alla sua “facilità d’uso” rispetto al bullismo, in considerazione anche del fatto che il cyberbullismo può essere esercitato tanto dagli uomini, quanto dalle donne (4,2%). E se circa il 15% cerca le ragioni nella garanzia

dell'anonimato, ben 1 intervistato su 10 circa (9,3%) tende a elevare il fenomeno a una sorta di *talent show* per cui la violenza diventa un modo per diventare famosi in Rete.

## LAVORO E CREATIVITÀ

**Il mondo ha bisogno di persone competenti.** La richiesta di preparazione ed esperienza non è un appello che i giovani rivolgono alla sola classe politica, ma alla società nel suo complesso: circa 1 intervistato su 4 (25,3%) ritiene infatti che il mondo abbia bisogno di persone che siano innanzitutto competenti. E se il 10,4% ritiene che il mondo abbia oggi bisogno di persone generose, l'11,7% vorrebbe più creativi, persone che i giovani intervistati identificano nel 40,4% delle risposte con chi ha un sacco di idee, ma nel 31,4% semplicemente con chi fa le cose in modo nuovo.

**Come si diventa creativi.** Se allo sviluppo della creatività contribuisce principalmente una buona dose di curiosità (37,3%), insieme alle attività cui ci si dedica nel tempo libero, come viaggi e hobby (16,6%), per il 13,5% non v'è dubbio che si tratti di una dote naturale e di una predisposizione che si ha dalla nascita. Che sia acquisita o ereditata, si tratta comunque di una qualità che si riconosce soprattutto ai professionisti dell'arte visiva, in primo luogo ai pittori (22,7%), ma anche a stilisti (11,7%), designer (10,4%), registi (10%), e a fotografi (8,3%).

**Prove di creatività.** Ma come si applica il concetto di creatività a quello di lavoro? La risposta dei giovani intervistati non lascia alcun dubbio: attraverso la passione e l'originalità: se oltre 2 intervistati su 5 (42,7%) ritengono infatti che "creare" un lavoro oggi significa innanzitutto investire in qualcosa che appassiona, per 1 intervistato su 3 circa (29,2%) significa invece essere originali. Ancora una volta, passano in secondo piano le potenzialità della Rete (7,6%) che appaiono slegate dall'opportunità di inventare e inventarsi un nuovo lavoro. Ed è proprio la passione a guidare i sogni e i desideri riguardanti la propria futura attività lavorativa: il 30,6% degli intervistati infatti auspica un lavoro che consenta di realizzare i propri sogni, il 25,8% invece un'attività professionale che garantisca gratificazione e soddisfazione personale.

## TERRORISMO

**Minacce per il futuro.** Chiamati a esprimersi su quelle paure che mettono a rischio certezze personali e speranze per il futuro, i giovani intervistati lasciano emergere un desiderio di sicurezza e legalità: ben il 26,8% dichiara infatti di sentirsi maggiormente minacciato dalla criminalità, il 21,1% dalle problematiche ambientali, mentre il 25,4% teme il terrorismo più che la povertà (15%).

**Le immagini del terrorismo.** La paura del terrorismo viaggia insieme al disappunto rispetto a quanto sta accadendo e alle tragiche immagini veicolate dai media relative ai sanguinari attentati compiuti dai terroristi negli ultimissimi anni, soprattutto in Europa: il 31,8% degli intervistati dichiara infatti che dinanzi alle immagini diffuse dai media ha provato rabbia per l'accaduto. Una rabbia cui si accompagna però un senso di impotenza, avvertito dal 20,2%, che però non frena la voglia di saperne di più e di informarsi su quanto accade e su un fenomeno che desta sempre più preoccupazione (14,7%).

**Perché l'Italia no?** L'ingerenza e la diffusione della criminalità nel nostro Paese ritorna nelle parole dei giovani intervistati allorché si chiede loro di indicare le ragioni per le quali l'Italia non è stata fino ad oggi vittima di attentati terroristici: ben 1 intervistato su 3 circa (31,4%) ritiene infatti che la motivazione

risiede nel fatto che il territorio italiano sia presidiato e controllato dalle organizzazioni criminali. Ma c'è anche chi ne fa una questione di caso o fortuna (23,5%) e chi sminuisce il ruolo e il peso dell'Italia nello scenario internazionale (18,6%). Solo il 16,1% invece plaude al lavoro del nostro servizio di intelligence/sicurezza.

## GIUSTIZIA

**Per una società giusta.** Il peso delle disuguaglianze sociali assume un'importanza significativa nella vita dei più giovani: chiamati a esprimersi sugli strumenti più efficaci per la costruzione di una società "giusta", il 23,4% ne individua il principale nella garanzia di pari opportunità (lavoro, casa, ecc.) – in netto aumento rispetto al 18,2% registrato nella passata edizione del Rapporto di ricerca – e il 15,4% nella eliminazione delle disuguaglianze sociali. D'altra parte il concetto di giustizia stesso è associato in larga parte all'uguaglianza tra le persone (24,3%) e alla tutela dei diritti (23,6%), nonostante ci sia anche chi lo ricollegge al rispetto della legge (22,8%) e alla certezza della pena (13,2%).

**Pena di morte.** La decisa enfasi sul rispetto della legge e sulla certezza della pena si accompagna a un atteggiamento risoluto dei giovani quando si parla di pena di morte: rappresentano ben il 34,5% (circa tre punti percentuali in più rispetto allo scorso anno) gli intervistati che la appoggiano. I contrari sono invece il 41,4%. Tra le motivazioni a supporto dell'appoggio alla pratica della pena di morte, l'idea che il reo paghi con la sua stessa vita il crimine compiuto (47,5%), ma anche la convinzione che si tratti di uno strumento che garantisce la giustizia per le vittime e per i loro familiari (23,7%) e che funzioni da deterrente (17,5%). La pena capitale viene invocata in modo particolare per i reati di pedofilia (29,1%), omicidio (24,8%) e violenza sessuale (21,6%).

**Violenza sulle donne.** Proprio a proposito di violenza e, in modo particolare, di violenza sulle donne, è stato chiesto ai giovani di indicare le ragioni alla base dell'aumento negli ultimi anni dei casi di maltrattamento e abuso: oltre 1 intervistato su 4 (26,6%) ritiene che il motivo risieda nel fatto che molti uomini faticano ad accettare l'emancipazione delle donne, mentre il 15,9% ne attribuisce la responsabilità all'escalation di violenza che ha investito l'intera società e di cui tutti quotidianamente viviamo le drammatiche immagini. Vi è poi quel 21,4% secondo il quale sono in realtà i media ad aver amplificato un fenomeno già esistente in passato e nelle stesse proporzioni.

## SOCIAL NETWORK

**Il potere delle Fake news.** I giovani intervistati sono stati chiamati a esprimersi anche su un fenomeno sempre più diffuso e che ha costretto tanto le Istituzioni quanto i gestori e proprietari di alcuni *social network sites* a correre ai ripari: stiamo parlando delle fake news, ritenute in un caso su 4 (24,4%) come responsabili del danno alla reputazione delle persone. Il tono degli studenti non è però certo di condanna nei confronti di un fenomeno che se qualcuno ritiene sia sempre esistito, solo che mediaticamente meno diffuso (13%), altri considerano pericoloso solo se le notizie riguardano argomenti "seri" (19,3%). E se c'è chi pensa che sia solo un modo per fare soldi (14,4%), c'è anche chi non crede al loro potere di persuasione giacché "chiunque dovrebbe essere in grado di riconoscerle" (13%).

Sulle ragioni alla base della così massiccia diffusione, il 22,1% degli intervistati indica la superficialità della condivisione dei contenuti online che caratterizza sempre più utenti e su argomenti diversi, il 18,8% la scarsa capacità di informazione e il 14,9% l'esigenza di screditare gli altri.



Link LAB – Laboratorio di Ricerca Sociale  
Università degli Studi “Link Campus University”  
Via del Casale di San Pio V 44 – 00165 Roma

[osservatorioproteo@unilink.it](mailto:osservatorioproteo@unilink.it)

[linklab@unilink.it](mailto:linklab@unilink.it)

<http://osservatorioproteo.unilink.it/>

<https://www.facebook.com/osservatoriogenerazioneproteo/>

<http://linklab.unilink.it>