

Questo sito utilizza i cookie per migliorare la tua esperienza di navigazione. Chiudendo questo banner o continuando la navigazione sulle pagine di questo sito acconsenti all'utilizzo dei cookie. [Ulteriori informazioni](#)

Fatti&Storie  
Giovedì 18 Mag 2017

 Cerca

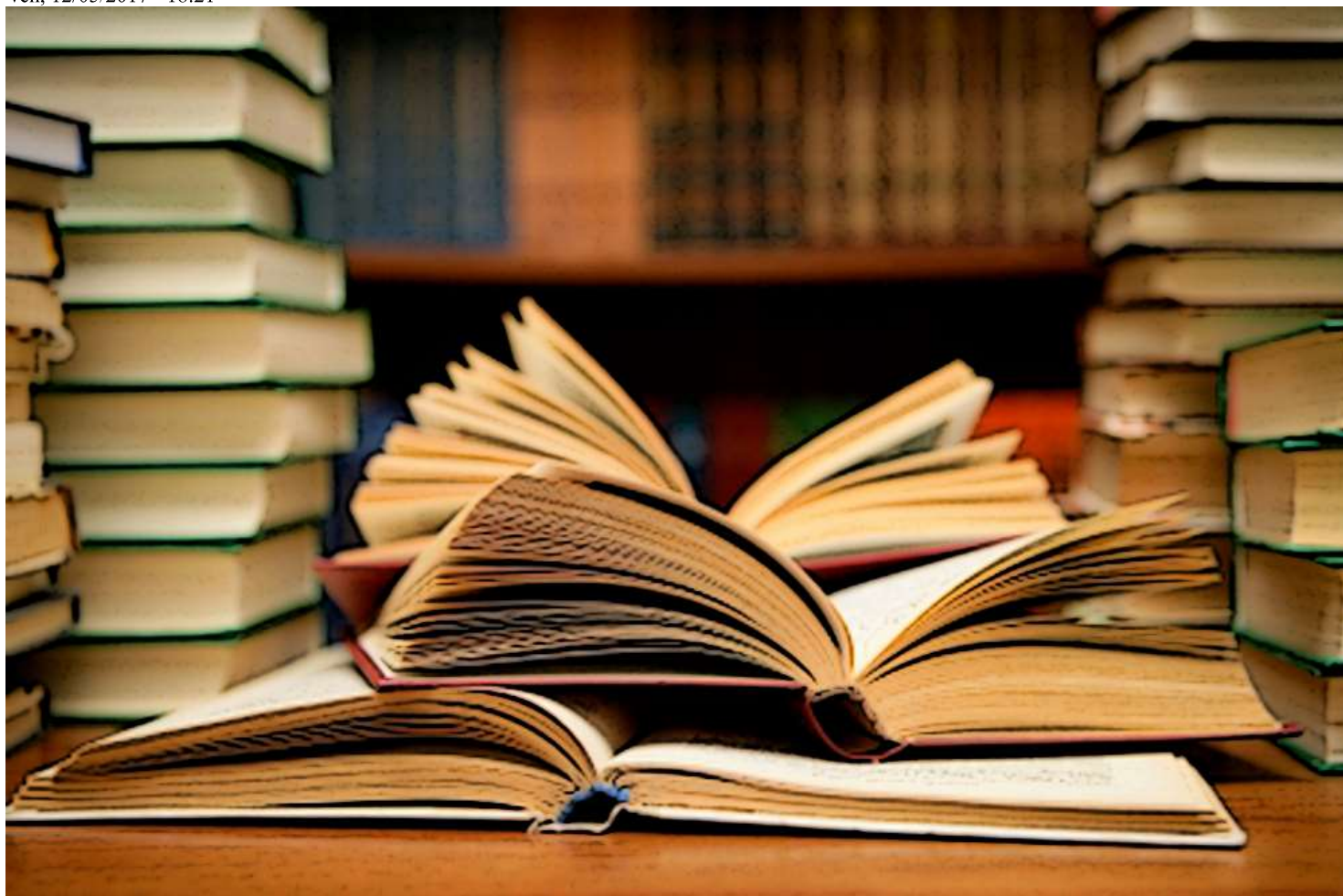
[Roma](#) [Milano](#) [Torino](#) [Speciali](#) [Metro world](#) [Download Metro](#)  
[Home](#) [Chi Siamo](#) [Fatti&Storie](#) [Sport](#) [Spettacoli](#) [Opinioni](#) [Scuola](#) [Club Metro](#) [Metro Video](#) [Mobilità](#) [Altri](#)

- Seguici
- [Facebook](#)
- [Google+](#)
- [Twitter](#)

1. [Home](#)
2. » [Fatti&Storie](#)
3. » [Giovani: futuro fluido, ma la cultura conta](#)

## Giovani: futuro fluido, ma la cultura conta

Ven, 12/05/2017 - 18:21



- [Giovani](#)

Vogliono scrollarsi di dosso vecchi cliché che li etichettano come sfiduciati e rassegnati. Anzi, vogliono cambiare passo affidandosi ai valori della cultura di ieri che reinterpretano con un occhio rivolto al domani: la cultura dunque come antidoto all'immobilità del presente. Questa l'istantanea scattata dal Quinto Rapporto di ricerca sui giovani realizzato dall'Osservatorio "Generazione Proteo" della Link Campus University che, quest'anno, ha intervistato circa 20mila studenti italiani, fra i 17 e i 19 anni, e che è stato presentato oggi a Roma, nella sede di via Casal di San Pio V, davanti a 400 studenti provenienti da tutt'Italia. La presentazione del rapporto è stata preceduta da 9 tavoli tematici (bullismo e cyberbullismo, cultura, innovazione, lavoro, giustizia, stili di vita, media e terrorismo, politica e social network) in cui 300 studenti, divisi per gruppi, si sono confrontati, coordinati da docenti Link,

Questo sito utilizza i cookie per migliorare la tua esperienza di navigazione. Chiudendo questo banner o continuando la navigazione sulle pagine di questo sito acconsenti all'utilizzo dei cookie. [Ulteriori informazioni](#)

docente della Link Campus University- che reagisce alla fluidità del presente ancorandosi alla cultura, dalle sue forme più tradizionali alle sue espressioni più nuove e originali quali la street art, i video clip, finanche il cake design, per dare tangibilità alla propria esperienza quotidiana e, nel contempo, per trasformare in futuro quella dimensione temporale coniugata al presente continuo in cui vive”.

**Futuro.** In questo ritorno al futuro -che non è immune dagli eccessi che portano i giovani a sfidare i divieti imposti dal buon senso- la cultura ha dunque un aspetto prioritario ed è basata sulla riscoperta di quei valori cari ai loro genitori. Una cultura che però non è più intesa come ribellione o come divertimento (insieme raccolgono solo il 3,3%): i ragazzi di oggi, lontani dai movimenti di classe dei loro padri o dei loro nonni, sanno bene che essere colti vuol dire innanzitutto conoscere (41,6%), ma anche avere la giusta dose di curiosità (19,4%) e, perché no, mantenere legami con la tradizione (14,9%). Non occorre insomma solo studiare, comunque indispensabile per il 26,2% degli intervistati, perché persone preparate lo si diventa anche viaggiando (21,7%), informandosi su quello che accade nella società (15,3%), venendo a contatto con altre culture (14,9%) e appassionandosi a ogni forma di arte (11%).

**Social.** La cult generation non rifugge però il proprio mondo, che è fatto anche di relazioni virtuali, di cui tuttavia percepiscono i rischi: il 33,9% degli intervistati sa bene infatti che i social possono creare dipendenza e il 29,1% è cosciente che, isolandosi in Rete, ci si disabituava alla vita di tutti i giorni. Ciò nonostante il 17,2% dichiara, senza mezzi termini, che gli è capitato di chiudersi volontariamente in casa e di comunicare solo attraverso la tastiera. Senza però cedere ad atti di autolesionismo: solo il 4,2% sostiene di essersi procurato delle ferite per poi pubblicarne le immagini sui social. “Questa -prosegue il professor Ferrigni- è una generazione costretta a vivere in una realtà sempre più fondata sull’intangibilità. Per questo, i nostri ragazzi cercano sotto varie forme segni concreti che siano capaci di ancorarli in una dimensione vera. Una di queste forme è di certo rappresentata dai selfie. Ma non selfie qualunque: il 53,1% degli intervistati se ne concede uno solo se è accanto alla persona del cuore. Non manca tuttavia lo scatto estremo, come asserisce il 10,9% di chi si selfa in situazioni estremamente pericolose o il 17,9% che lo fa in motorino”. Sullo sfondo, resta il fenomeno del cyberbullismo e dei video offensivi che fanno il giro della Rete. Il 50,9% degli intervistati dice che, se nei filmati la vittima è un amico, sono pronti a avvertirlo ma solo il 15,7% afferma che presenterebbe una denuncia alle Forze dell’Ordine. Il 18,9% dichiara poi di essere stato vittima di questo fenomeno e il 14,3% di avere reagito comportandosi a sua volta da bullo in un vero e proprio effetto domino. Ma quali sono le armi giuste per arginare il cyberbullismo e il bullismo in generale? Il dialogo a scuola e in famiglia, per il 25,5%, ma anche leggi più severe, per il 25,1%.

**Lavoro.** La ricerca di segni concreti si traduce poi nel proprio stile di vita, seguendo la moda o sfidando i divieti, fino allo sballo. Il 52,3% dei ragazzi spiega di aver scelto un tatuaggio per ricordarsi di qualcosa o di qualcuno, mentre il 38,4% sostiene di fare uso di droghe leggere e il 46,7% di bere alcool fino a perdere il controllo, per puro divertimento (49,1%) o per semplice curiosità (30,6%). Il 10,4% dichiara addirittura di aver sperimentato l’eyeballing, di aver cioè ingerito alcool come se fosse collirio per gli occhi. L’impegno è l’altro segno concreto al quale la cult generation dà valore. Il 33% dei giovani intervistati ritiene che sia questo il giusto metro per quantificare il proprio stipendio, mentre il 17,8% spiega che bisognerebbe premiare chi ha maggiori responsabilità. Ma il lavoro bisogna innanzitutto averlo e i ragazzi di oggi sanno che questo non è sempre scontato. La disoccupazione fa certo paura, lo dice il 22,9%, ma quasi 4 giovani su dieci (il 37,5%) hanno una preoccupazione ancora più alta, quella di non poter realizzare i propri sogni. Disposta a fare sacrifici (29,7%), la cult generation è pronta anche ad andare all’estero dove, per il 45,1%, è molto più facile fare impresa. Pronta ma non entusiasta: il 38% degli intervistati sostiene infatti che lasciare l’Italia non gli piacerebbe affatto.

**Media.** Preoccupazione, paura e rabbia tornano prepotenti quando si parla di terrorismo, rischio che, per il 69,3% degli intervistati, esiste anche per l’Italia. Ma, nonostante questo, il 79,8% dei ragazzi intervistati dice di non aver modificato le proprie abitudini: il 35,7% non vuole sottomettersi alle logiche di chi compie queste azioni, il 31,7% ritiene che non ci si può rinchiodare in casa e il 25,6% lo considera inutile perché nessuno può sapere quando ci saranno attacchi. Cosa fare, allora? Ci vogliono più controlli (28%), occorre espellere gli immigrati irregolari (20%), bisogna chiudere le frontiere (17%). Fondamentale poi l’informazione su questi temi e, in modo particolare, il ruolo dei social: il 26% pensa che siano utili per dare notizie in tempo reale. Non mancano però i critici: il 21,8% evidenzia il rischio fake news e il 18,5% dice che, senza la mediazione giornalistica, si può ingenerare il panico.

**Politica.** E, nei tempi che si vivono, la politica resta lontana. Il 67,1% degli intervistati dice che gli interessa poco o per nulla e, questo, per mancanza di fiducia (18,4%) e di modelli credibili (16,5%). Servirebbe, per costruire rinnovato entusiasmo, maggiore onestà (32%) e vicinanza alle esigenze dei cittadini (22,5%). Vicinanza che i giovani intervistati riservano anche agli immigrati: il 37,8% li considera un’emergenza umanitaria, mentre il 24,5% una questione internazionale. Una “società giusta”, del resto è quella in cui si rispetta la legge (26,9%), si tutelano i diritti (25,7%) e si rendono uguali le persone (21,4%). Guai però a sgarrare: il 62,4% degli intervistati (fra chi è favorevole e chi non risponde) non rifiuta la pena di morte, altro segno tangibile in un mondo virtuale, perché chi commette un reato deve pagare con la sua stessa vita (48,7%). Pedofilia (30,6%) e terrorismo (26,2%) sono i reati che, per i ragazzi intervistati, andrebbero puniti con la pena capitale.

**Cultura.** L’esigenza di punti di riferimento finisce con l’intrecciarsi con la cultura, nodo centrale e vera sorpresa della ricerca, che, per il 18,4% degli intervistati, rappresenta uno dei modi in cui declinare il “vivere all’italiana”. Decisivo il ruolo della scuola, sinonimo di crescita per il 40,8% degli intervistati, ma non sufficiente: il 26,2% ritiene infatti che si diventa persone colte anche viaggiando e conoscendo tradizioni diverse. Quello che i ragazzi disegnano non è insomma un’idea o un modello astratto ma un approccio al vivere quotidiano che prende forma nei libri e nelle canzoni che vorrebbero scrivere (rispettivamente il 22,8% e il 16,4%) o, perché no, negli scrittori che vorrebbero avere come professori a scuola (25,2%). “Un modello -conclude il professor Ferrigni- che rappresenta un antidoto all’incertezza del presente perché è capace di offrire ai nostri giovani la forza e la voglia di reagire, magari recuperando quei valori del passato che caratterizzavano la generazione dei loro genitori, rispetto alla quale si sentono pigri (32,2%), indifferenti (21,9%) o ancora individualisti (9,4%)”.

Mi piace 0

Tweet

0 commenti

Ordina per **Meno recenti**


Facebook Comments Plugin