

## EURISPES- TELEFONO AZZURRO

### INDAGINE CONOSCITIVA SULLA CONDIZIONE DELL'INFANZIA E DELL'ADOLESCENZA IN ITALIA - 2010

#### SINTESI

##### Presentazione

##### **BAMBINI E ADOLESCENTI DISORIENTATI E SEMPRE PIÙ SOLI NELLA SOCIETÀ DELLE CRISI**

Cosa significa essere bambini e adolescenti ai nostri giorni? I cambiamenti intervenuti a modificare i modelli sociali, la cultura e l'economia negli ultimi anni, soprattutto in relazione alla massiva presenza di nuovi strumenti tecnologici e di comunicazione, hanno in buona parte ridefinito i concetti dell'infanzia e dell'adolescenza. I mutamenti nelle strutture familiari, i rapidi avanzamenti tecnologici, la grave instabilità economica hanno influito profondamente sul modo in cui i bambini e gli adolescenti vivono, sulle sfide che si trovano ad affrontare, sul modo in cui sono accuditi, educati, aiutati a crescere, sulla speranza con cui possono guardare al futuro.

Nella nostra società non si fa che parlare di bambini e adolescenti, dei loro diritti, della necessità di promuovere la loro partecipazione attiva alle scelte che li riguardano, anche di tipo politico e amministrativo. Tuttavia nessuna azione o iniziativa concreta e di qualità sembra seguire al dibattito, che si è fatto ormai sterile e ripetitivo.

Quando si concede realmente ai bambini il diritto di parola e contemporaneamente si riconosce loro il fondamentale diritto all'ascolto, il quadro che emerge costringe gli adulti - amministratori tra i primi - ad una seria riflessione sulle proprie responsabilità. In un certo senso, potremmo dire che le parole dei bambini mettono nell'angolo gli adulti. Svelando che il re è nudo.

Non si tratta, banalmente, di individuare dei responsabili o di suscitare sensi di colpa: è sotto gli occhi di tutti come gli stessi adulti siano affannati, disorientati, in crisi – non solo nel proprio ruolo genitoriale – di fronte ad un contesto sociale che con i suoi mutamenti li costringe a riformulare aspettative, a riadattare stili di vita, a ricostruire il proprio avvenire in termini personali e professionali. Non è un caso che nella maggior parte delle famiglie italiane la scelta della genitorialità avvenga sempre più tardi, sia spesso limitata ad un solo figlio e, in molti casi, prevalga la rinuncia, per quanto sofferta. La scelta di un figlio all'interno di contesti familiari sempre più parcellizzati, in reti sociali sempre meno supportive, scoraggia i più, in quanto difficilmente sostenibile.

La sfida è invece quella di rispondere concretamente ai bisogni dei bambini e degli adolescenti, con un impegno che non può essere, ovviamente, demandato a singoli - non importa se individui o istituzioni - ma congiunto e composto di un piano integrato di azioni a più livelli: istituzioni ed enti locali ma anche comunità, scuole e famiglie.

Le famiglie non possono occuparsi dei figli se non adeguatamente sostenute da politiche che realmente favoriscano il progetto genitoriale, dalla scuola, e dalle altre istituzioni educative. Con rammarico constatiamo come le risposte ai bisogni dei bambini e degli adolescenti continuino ad essere frammentate e poco incisive: non ci riferiamo solo a cyberbullismo, rischi di Internet o pedofilia.

Parliamo di questioni più ampie, che rischiano di compromettere le fondamenta del benessere dei bambini e degli adolescenti: la promozione delle competenze genitoriali ed il sostegno alla genitorialità, il contrasto all'isolamento dei nuclei familiari più problematici, lo sviluppo di un chiaro progetto educativo nelle scuole, la facilitazione dell'integrazione dei bambini stranieri, la riduzione dei fattori di rischio ambientali, dei traumi e delle altre condizioni che possono accrescere i livelli di disadattamento e malessere dei bambini e degli adolescenti.

Si ripete da anni che i bambini sono il nostro futuro, quando è evidente che le logiche che muovono le singole Amministrazioni sono a breve termine. Ciò è ancor più vero in una società quale quella odierna che stenta ad intravedere e progettare un domani possibile.

Coerentemente con lo scenario appena tratteggiato, nell'indagine realizzata quest'anno – grazie al prezioso contributo offerto dalle scuole che vi hanno preso parte su tutto il territorio nazionale e da 3.100 studenti, dai 7 ai 19 anni di età, delle scuole primarie e secondarie – si è dato ampio spazio al tema della famiglia con uno sguardo alla crisi che la attraversa e ai fattori che incidono sulla possibilità di svolgere la sua funzione educativa.

In questo senso, abbiamo ritenuto importante guardare alla crisi economica - e ai suoi inevitabili strascichi nonostante i segnali di ripresa - con gli occhi dei figli, cercando di capire se e in che modo questa abbia influito su ruoli e compiti genitoriali, rendendoli più gravosi di quanto fossero fino a qualche anno fa, e sul generale clima familiare.

Un adolescente su quattro del campione intervistato dichiara che la propria famiglia è stata colpita dalla crisi economica. Quando poi si chiede ai ragazzi di illustrare la condizione di amici, parenti o conoscenti, il dato si fa ancora più drammatico: la maggioranza assoluta, infatti, corrispondente al 52,3% degli adolescenti, dichiara di conoscere altre famiglie che hanno risentito dalla congiuntura economica negativa.

Quali, allora, gli effetti della crisi economica sul benessere di adulti e bambini? Gli adolescenti dichiarano che le famiglie devono stare più attente per arrivare a fine mese, che hanno ridimensionato le spese per cibo e vestiti. Quasi metà del campione dichiara che la sua famiglia è stata più attenta alle spese extra. Ancora, un adolescente su quattro dichiara che i propri genitori nell'ultimo periodo sono diventati più nervosi. E, dato ancora più interessante, oltre la metà del campione ammette di essere più nervoso che in passato, mentre circa un adolescente su tre litiga più spesso con i propri genitori. Il nervosismo e la conflittualità all'interno del contesto familiare non aiutano i bambini a crescere sereni.

Bambini sempre più soli? I rapporti con i genitori sembrano caratterizzarsi per una marcata ambivalenza. Da un lato cresce la solitudine, il dialogo si riduce spesso ad un'occasione mancata e la condivisione di pensieri, emozioni, interessi e attività divengono sporadici quando non inesistenti. I bambini, ad esempio, riferiscono di raccontare ai genitori episodi relativi alla vita scolastica (72,2%), ma di rado parlano delle proprie paure (35,2%) o aspirazioni (38,2%).

Gli adolescenti, invece, nel 46,5% dei casi hanno un dialogo assente (5,1%) o assai sporadico (41,4%) con i genitori. Pochissimi parlano apertamente con gli adulti di paure (27%), questioni sentimentali (12,8%) o sessualità (8,9%). Se nel caso del periodo adolescenziale il silenzio è riconducibile ad momento di crescita nel quale il rapporto con gli adulti si modifica e nasce il bisogno di creare le basi per la propria individualità, per i bambini questo dato induce a riflettere sulle difficoltà incontrate dai genitori nell'avvicinarsi al mondo dei ragazzi, nel comprenderne il linguaggio, o anche solo nel ritagliarsi spazi di incontro e condivisione. Eppure, e qui emerge l'ambivalenza, i bambini e gli adolescenti temono più di ogni altra cosa - più delle catastrofi

naturali, più della paura di ritrovarsi in condizioni di indigenza, di non trovare in futuro un lavoro oppure l'amore - di deludere i genitori.

A fronte di evidenti difficoltà nell'individuazione di momenti di dialogo, se si sposta l'attenzione sulle questioni materiali, come gli acquisti o il ruolo svolto dagli oggetti all'interno delle relazioni familiari, il modello sembra essere sempre più "bimbo-centrico". Il genitore, per quanto limitate siano le risorse economiche, sembra preoccuparsi soprattutto della rispondenza tra desideri materiali dei figli e soddisfazione degli stessi, in una tendenza all'accumulo di oggetti e di beni con i quali riempire lo spazio fisico e mentale dei bambini e degli adolescenti.

Questo tentativo degli adulti di rispondere, sempre e comunque, alle richieste dei figli, di fatto, alimenta la presenza sui mercati di prodotti sempre più a misura dei baby e young consumer. Non sorprende, allora, constatare che attorno ai desideri dei bambini e degli adolescenti si muova un giro d'affari fiorente che, rispetto ad altri settori, non conosce crisi: l'infanzia e l'adolescenza si sono trasformate in un vero e proprio business.

Come accennato, i mercati, soprattutto quello delle nuove tecnologie, individuano oggi non solo negli adolescenti ma anche nei bambini un target specifico di grande interesse e dalle potenzialità ancora non del tutto sfruttate. Alcune compagnie telefoniche hanno lanciato sul mercato modelli di telefonino semplificati per i bambini. La moltiplicazione dei canali televisivi ha comportato anche un'offerta inedita di canali tematici rivolti all'infanzia e all'adolescenza. È in costante aumento l'offerta di videogiochi, in particolare quelli online; e aumentano i portali web dedicati a queste due fasce d'età.

Chi è bambino oggi guarda con familiarità a new media e moderne tecnologie, ne apprende rapidamente e con facilità l'utilizzo: del resto, pc e Internet sono sempre più presenti nelle case delle famiglie, i cellulari sono oggetti di uso quotidiano, i canali digitali e quelli satellitari hanno già raggiunto una diffusione capillare, i lettori Mp3 hanno praticamente soppiantato i vecchi cd e la lettura digitale si sta rapidamente diffondendo accanto a quella di libri, riviste e giornali. Quasi tre bambini su quattro giocano abitualmente con le consolle per videogiochi, sempre più sofisticate e con un'offerta multiprodotto. Se nel 2009, il 41,1% dei bambini di 7-11 anni non giocava con le consolle, ad un anno di distanza la quota è scesa al 25,8%. I "nativi digitali" sono quindi naturalmente votati a condividere la quotidianità con le tecnologie e rappresentano un target da conquistare e fidelizzare per chi pianifica le strategie di marketing.

Accanto alla diffusione delle nuove tecnologie, del cosiddetto hardware, sia crescono l'attenzione e l'interesse per le modalità di socializzazione che esse supportano.

È il caso del social networking e, più in particolare, del fenomeno Facebook. La rilevazione di quest'anno ci indica che l'84% dei ragazzi dai 12 ai 19 anni ha un profilo su Facebook, nel 2009 erano il 71,1%. In generale, i social network attraggono anche i bambini dai 7 agli 11 anni, che navigando su Internet li usano nel 42% dei casi.

È di grande attualità studiare come le nuove tecnologie stiano profondamente modificando il modo in cui bambini e adolescenti pensano, apprendono, parlano ed esprimono le proprie emozioni. Cambiano le modalità comunicative e il linguaggio: stringato, essenziale, impoverito e sgrammaticato nei cellulari, in Internet si caratterizza per una scarsa focalizzazione su emozioni, sentimenti e aspetti morali, che pure sono indispensabili per lo sviluppo della pro-socialità. Mutano le modalità di apprendimento, sempre più multitasking. Aumentano le possibilità di esplorare il mondo ed ampliare le proprie conoscenze.

Se il 17% dei bambini fino a 11 anni - che nel 40% dei casi naviga da solo in Internet - dichiara di preferire in Youtube filmati con scene forti, è inevitabile domandarsi che posto occuperanno e come verranno gestiti “mentalmente” dal bambino gli script di azione appresi nei videogiochi e su Internet che non sono codificabili nella vita reale (come war games e combattimenti). E’ sorprendente come i genitori sembrino invece ignorare completamente questi effetti a breve e a lungo termine, adottando comportamenti di acquisto dei videogiochi centrati sulla preferenza del figlio (come dichiarato dal 29% dei bambini). Restando al mondo degli adulti, ci si chiede anche se e in che modo la scuola si stia preparando per affrontare questi importanti cambiamenti nelle strutture cognitive e nelle modalità di apprendimento.

Il discorso sui pericoli di Internet continua ad essere centrato su pedopornografia e rischi di adescamento, mentre si sottovalutano le questioni relative alla salute mentale, allo sviluppo cognitivo, emozionale e relazionale, dimenticando quanto questi aspetti siano strettamente correlati con lo sviluppo fisico. Una delle conseguenze dirette di queste difficoltà emozionali, relazionali e dello sviluppo morale è il fenomeno del cyberbullismo, che sta iniziando a dare, nel mondo virtuale, segnali di sostanziale pervasività, proprio come accade nell’approccio face-to-face dei più giovani con gli episodi e le azioni di bullismo.

Seguendo il trend delle indagini degli scorsi anni, nel 2010 è stato rilevato un aumento in termini quantitativi del bullismo: il 25,3% degli adolescenti italiani è stato più volte vittima di provocazioni e prese in giro da parte di uno o più compagni. Una percentuale pressoché analoga afferma di essere stata offesa ripetutamente e senza motivo (25,2%). Ad essa si aggiungono quanti sono venuti a conoscenza dell’esistenza di informazioni false diffuse sul proprio conto (23,5%). Nel 10,9% dei casi, si sono verificate anche situazioni di esclusione e isolamento all’interno del gruppo di riferimento.

La vittima ideale per il bullo, secondo il parere degli adolescenti, è principalmente un soggetto debole che non ha sviluppato meccanismi di auto-protezione tali da permettergli di reagire al sopruso subito (52,2%).

Coerentemente con i dati internazionali, la nostra indagine indica che nell’ultimo anno sono stati principalmente i bambini ad essere più volte oggetto di offese immotivate da parte di uno o più compagni di scuola (27,8%) o di provocazioni e prese in giro (27,4%). Due bambini su dieci hanno dovuto sopportare la diffusione di informazioni false sul proprio conto (15,2%).

Nella lista di soprusi che spesso i bambini mettono in atto tra loro compaiono, con un valore pari al 16,8%, le azioni volte a provocare danni ad oggetti e le minacce (11,4%). Infine, tra i comportamenti prepotenti permangono le percosse (7,8%), i furti di merendine (9%) e di denaro (4,9%).

Il trend in crescita riguarda soprattutto le prepotenze subite dai ragazzi per via telematica: al 18,1% di essi è capitato almeno una volta di scoprire, navigando in Rete, la presenza di informazioni false diffuse sul proprio conto, al 7,8% di messaggi, foto o video offensivi o minacciosi e il 5,5% è stato invece escluso intenzionalmente da gruppi on line.

Da ultimo, è interessante porre l’attenzione su un aspetto che rappresenta ormai una realtà del nostro Paese: la crescente presenza di immigrati ha come naturale conseguenza la multietnicità della scuola, confermata quest’anno anche dal consistente numero di ragazzi che hanno compagni di nazionalità diversa dalla propria (46%).

La maggior parte dei giovani stranieri che vive in Italia deve convivere con le tante difficoltà generate dall'aver nome, colore della pelle, religione o tradizioni familiari differenti da quelle della maggioranza della popolazione. Deve combattere contro i pregiudizi e l'ignoranza e convivere con una cultura di origine e una circostanza che, a volte, non riescono a trovare un punto di incontro. Sono, dunque, i ragazzi italiani e stranieri che sperimentano in prima persona i limiti e le carenze di una società solo demograficamente multiculturale.

I ritardi del Paese su questo delicato tema rischiano di diventare emergenza soprattutto tra le mura scolastiche. Se non si sapranno valorizzare le differenze culturali, amalgamandole e facendole convivere armoniosamente, difficilmente potrà esistere una società realmente multiculturale, in cui le diversità sono una ricchezza e non causa di divisioni e dissidi.

Questi sono solo alcuni degli spunti che emergono dal lavoro di quest'anno e che ci indicano comunque come siamo arrivati ad un punto di rottura. Il rischio che intravediamo è che la mancanza di una coerente politica educativa nel presente comporti nel lungo periodo costi ben più rilevanti in termini di disadattamento, difficoltà emotive e relazionali, antisocialità, problemi nell'inserimento lavorativo e produttività.

A 150 dall'Unità d'Italia, nella riflessione su come uscire dalla delicata fase economica e sociale che interessa il nostro Paese, recuperando identità e senso del futuro, è indispensabile includere i bambini e gli adolescenti. Il benessere delle nuove generazioni passa da un ripensamento delle azioni a beneficio delle famiglie e delle comunità, e da una ri-valorizzazione delle relazioni a livello sociale che sole possono supportare lo sviluppo morale, la visione del futuro e il benessere.

Ernesto Caffo

Gian Maria Fara

## NOTE METODOLOGICHE

L'indagine campionaria è stata realizzata su un campione probabilistico a grappoli tenendo conto delle seguenti variabili: sesso, età, area geografica, tipologia di scuola e di istituto, classe frequentata.

Sono stati predisposti e somministrati due modelli di questionario, uno destinato all'infanzia, l'altro all'adolescenza.

Il questionario infanzia è stato costruito con l'obiettivo di analizzare opinioni e comportamenti dei bambini ed è stato somministrato a soggetti appartenenti alla fascia di età dai 7 agli 11 anni, frequentanti la terza, quarta e quinta classe della scuola primaria e la prima classe della scuola secondaria di primo grado.

Il questionario adolescenza, finalizzato a delineare l'identikit dell'adolescente, è stato somministrato a ragazzi di età compresa tra i 12 ed i 19 anni, frequentanti la seconda e la terza classe della scuola secondaria di primo grado o una delle cinque classi della scuola secondaria di secondo grado.

La rilevazione sul campo ha coinvolto 39 scuole di ogni ordine e grado.

Sono stati compilati ed analizzati 1.503 questionari per l'infanzia e 1.594 per l'adolescenza.

L'età media dei bambini intervistati nella sezione infanzia è di 9,28 anni con una deviazione standard pari a 1,195, mentre il valore medio relativo all'età degli adolescenti è pari a 14,41 anni con una deviazione standard di 2,144.

La rilevazione è stata realizzata tramite la somministrazione di un questionario semistrutturato ad alternative fisse predeterminate, composto da domande a risposta chiusa. La modalità delle domande chiuse o ad alternativa fissa predeterminata ha consentito di ottenere, oltre ad un elevato tasso di risposta al questionario, una più efficace standardizzazione ed una maggiore facilità di codifica e di analisi delle risposte fornite dagli intervistati.

Il questionario si sviluppa analizzando una serie di aree tematiche: famiglia e rapporto con i genitori (presenza nella vita dei figli, percezione dei figli rispetto a capacità di comprensione, paure, confronti e conflitti, litigi in famiglia, crisi economica e occupazionale); media, Tv e Internet (rapporto con il medium televisivo, frequenza e modalità di utilizzo di Internet, conoscenze nate in Rete e rischi ad esse connessi, videogiochi, social network); telefonino (gestione delle nuove forme di comunicazione tramite telefonino, videofonini e filmati on line); tempo libero, consumi e alimentazione (abitudini di spesa, frequenza di lettura, genere letterario preferito, abitudini alimentari); bullismo (diffusione delle diverse forme di bullismo, atteggiamento nei confronti dei bulli); scuola (rapporto con compagni stranieri).

Solo per gli adolescenti sono state inoltre previste sezioni sui seguenti temi: cyber bullismo (strumento utilizzato); comportamenti (piercing e chirurgia estetica, consumo di droghe, opinione sul vizio del fumo, dell'alcol e sul consumo di droghe leggere).

## **IDENTIKIT DEL BAMBINO (7-11 anni)**

**LA PERCEZIONE DELLA CRISI ECONOMICA.** La lettura trasversale delle domande poste ai bambini di età compresa tra i 7 e gli 11 anni in merito alla situazione economico-lavorativa dei propri genitori, evidenzia dei risultati che confermano le crescenti difficoltà cui un numero sempre maggiore di famiglie italiane deve far fronte nell'attuale contesto di crisi. In particolare il **16,7% dei bambini intervistati pensa che la propria famiglia abbia avuto negli ultimi mesi difficoltà economiche e il 19,8% difficoltà ad arrivare alla fine del mese; ben il 29,6% pensa che la propria famiglia abbia dovuto fare maggiore attenzione alle spese sostenute per l'acquisto di beni alimentari e vestiario e il 29,3% valuta che siano cambiate anche le abitudini della famiglia nel tempo libero** (cene fuori, divertimento, etc.). La paghetta, inoltre, è stata ridotta nell'11,6% dei casi mentre il 14,6% dichiara che la famiglia abbia dovuto rinunciare, negli ultimi mesi, alle vacanze. Dalle risposte dei bambini emerge inoltre che nell'ultimo periodo uno o entrambi i genitori hanno diminuito le ore di lavoro (17%), cambiato attività (12,4%), trovato lavoro in un'altra città (8,7%) e, nel 6,3% dei casi, perso l'occupazione.

**IL CLIMA FAMILIARE: MAGGIORE LITIGIOSITA'.** Riguardo alla percezione che i bambini hanno del rapporto tra i genitori e, più in generale, del clima familiare, emerge che il **18%** ha rilevato un **peggioramento nel rapporto tra i genitori e una maggiore litigiosità tra loro**: 1 bambino su 4, infatti, riferisce che nell'ultimo periodo i genitori hanno litigato più spesso di prima e che hanno manifestato anche un **maggiore nervosismo nel 16,5%** dei casi; per il 22,6% del campione intervistato, inoltre, il clima in famiglia nell'ultimo periodo è peggiorato, **mentre la percentuale dei bambini che dichiarano di essere diventati più nervosi è pari al 21,8%**.

**LA PAGHETTA: QUANTI SOLDI E COME VENGONO SPESI?** In un contesto che vede sempre più spesso il bambino come diretto destinatario di attività di marketing, campagne pubblicitarie e beni di consumo (baby-consumatore) si osserva il diffondersi, anche tra i più piccoli, di una forma, seppur minima, di indipendenza economica. Lo strumento principale attraverso cui quest'ultima viene a manifestarsi è quello della paghetta, di cui è destinatario il 68,2% dei bambini intervistati di età compresa tra i 7 e gli 11 anni, a fronte del 30,9% che dichiara di non avere a disposizione soldi. Relativamente all'importo della paghetta, la maggioranza assoluta dei bambini intervistati (37%) riceve settimanalmente meno di 10 euro, contro il 9,9% che riceve tra 11 e 25 euro, il 7,1% che riceve tra 26 e 50 euro e il 14,2% che dispone di oltre 50 euro. Le scelte di consumo dei bambini che ricevono una paghetta settimanale sono prevalentemente indirizzate all'acquisto di **videogiochi, giocattoli e ricariche telefoniche** (rispettivamente 16,4% e 13,7%), **snack e altri alimenti** (12,4%); alla **lettura** (il 13% acquista prevalentemente libri, il 7% fumetti e riviste).

**CON CHI VIVONO I BAMBINI.** Il fatto che oggi ci si trovi di fronte ad una crescente variabilità di forme familiari, in cui sembra venir meno una rappresentazione canonica di famiglia, non indica che essa stia scomparendo, ma semplicemente che siamo di fronte ad un processo socio-culturale di differenziazione di tale istituzione, la cui funzione resta comunque basilare in quanto prima struttura affettiva, sociale e culturale. In particolare, rappresenta un punto di riferimento rassicurante, un valore condiviso, un momento di ritrovo e un luogo di protezione. Proprio in virtù della centralità che tale istituzione ricopre all'interno della nostra società, Telefono Azzurro ed Eurispes hanno cercato di indagare il contesto familiare in cui vivono i bambini di oggi. Dai risultati del sondaggio è emerso che, nonostante negli ultimi anni accanto al modello familiare tradizionale si siano formati nuclei familiari "atipici", **i bambini intervistati dichiarano di vivere nell'88,6% dei casi con entrambi i genitori. Vive solo con la mamma il 7,5% e con il papà appena l'1,1%, mentre l'1,6% vive o con un genitore e il suo/la sua nuovo/a compagno/a.**

**DIALOGO IN FAMIGLIA: I BAMBINI PARLANO POCO DI EMOZIONI E PAURE.** In generale, i bambini intervistati hanno un buon rapporto con i loro genitori, tanto da renderli partecipi di fatti ed avvenimenti che riguardano la loro vita quotidiana. Infatti, **i bambini dichiarano di parlare di sé ai propri genitori qualche volta (35,3%), sempre (30,8%) e spesso (29,4%),** preferisce, al contrario, non confidarsi con mamma e papà solo il 3,7% dei piccoli intervistati. Quali sono gli argomenti di cui i bambini discutono maggiormente con i propri genitori? Prevalentemente di **scuola (72,2%), di quello che succede loro durante il giorno (62,8%), degli amici (54,4%), dei problemi (53,2%).** I bambini hanno, invece, più remore a parlare liberamente di **sensazioni profonde che appartengono alla sfera privata.** Infatti, confidano i propri desideri o lo fanno solo in parte rispettivamente il 38,2% ed il 30,2% degli intervistati. Decide, invece, di custodirli segretamente il 23% del campione. Tra le sensazioni più intime vi sono, poi, le **paure** che creano panico e angoscia e che sono svelate totalmente o in parte rispettivamente dal 35,2% e dal 24,4% dei più piccoli. Tra loro si rintraccia, infine, **una significativa percentuale di chi sceglie di non parlare delle proprie paure con i genitori (27,1%).**

**LE PAURE DEI BAMBINI: DELUDERE I GENITORI.** Di che cosa hanno paura i bambini? Le risposte si rivelano articolate quando è in discussione **il timore di essere separati dai propri genitori** (mai 42,3%, raramente 14,6%, qualche volta 16,2% e spesso 21%), di **rimanere da solo** (mai 40,5%, raramente 17%, qualche volta 25,2% e spesso 12,5%), di assistere a **calamità naturali** (mai 39,9%, raramente 14,8%, qualche volta 15,8% e spesso 20,4%). Lo stesso vale quando si prefigura la possibilità di **essere avvicinati da estranei** (mai 39%, raramente 19,1%, qualche volta 19,2% e spesso 14,6%), di **essere rapiti** (mai 37,1%, raramente 15,3%, qualche volta 16,2% e spesso 24,8%) o **perdersi** (mai 31,5%, raramente 23%, qualche volta 21,2% e spesso 17,2%).

**Deludere gli amici** è, invece, una paura che ha raramente il 20,1%, qualche volta il 18,6% e spesso il 15,5% del campione. Infine, è decisamente importante sottolineare come i genitori abbiano un ruolo fondamentale nella vita degli intervistati, tanto che questi ultimi tendono a porsi il problema di **tradire le loro aspettative** (mai 29,5%, raramente 20,3%, qualche volta 22,5% e spesso 19,3%), così come è evidente quanto i più piccoli siano condizionati da una società che li spinge sempre e comunque ad apparire incutendo, di conseguenza, in loro **il timore di fare brutte figure** (mai 25,1%, raramente 23,5%, qualche volta 24,5% e spesso 18,2%).

**DIVIETI, OBEDIENZA E LITIGI.** Più della metà dei bambini intervistati dichiara di fare, **almeno “qualche volta”, qualcosa che è stato proibito dai genitori (53,2%)** e quasi **1 bambino su 10 (8,6%) ammette addirittura di farlo “spesso”,** a fronte del 32,6% che afferma di non farlo mai. Pur non essendo d'accordo con le regole o i divieti imposti dai genitori, **il 42,3% dei bambini afferma, tuttavia, di obbedire senza obiezioni mentre** il 39% si rende conto che i genitori hanno ragione solo dopo aver ricevuto una spiegazione circa le motivazioni della regola o del divieto.

La **causa principale che fa nascere discussioni fra genitori e figli è quella relativa allo studio (29,8%)**. E, se quasi il 18% dei bambini dichiara di non discutere con i propri genitori, **l'11,4%**, al contrario, ammette la propria responsabilità, dichiarando di **rispondere in maniera sgarbata**, tanto da provocare una discussione.

A detta della gran parte dei bambini intervistati, **la reazione che con più frequenza i genitori hanno quando si arrabbiano con loro è quella, forse più immediata, di sgridarli e alzare il tono della voce (44,9%)**. Il 19,8%, invece, riceve una punizione, mentre al 16% viene proibito l'utilizzo di Tv/videogiochi/pc/cellulare, etc. Un'altra metodologia educativa applicata di frequente è la “punizione” che, secondo quanto riportato dai bambini intervistati, viene adottata nel 20% dei casi.

**I GENITORI IDEALI? I PROPRI. MA ANCHE LA COPPIA TOTTI-BLASI...** La coppia ideale, soprattutto agli occhi dei più piccoli, è sempre quella di “mamma e papà” e, difficilmente, i bambini tra i 7 e gli 11 anni sono disposti a sostituirla con un'altra, magari “più ricca e famosa”. **7 bambini su 10 (73,1%),** infatti, **non sembrano riuscire ad immaginare dei genitori diversi dai propri.** C'è, tuttavia, una piccola minoranza di bambini che vorrebbe una mamma e un papà somiglianti a personaggi famosi. **Francesco Totti e Ilary Blasi, rappresentano la coppia di genitori ideale per il 10,8% dei piccoli intervistati.** Brad Pitt e Angelina Jolie superano (5,1%), anche se di un solo punto percentuale, i genitori dei Cesaroni che raccolgono il 4,1% dei consensi.

**DOMINA LA TV, IN CRESCITA L'USO DEI TELEFONINI.** Il media tuttora più popolare presso i bambini rimane la **televisione:** solo il 4,8% del campione, infatti, afferma di non utilizzarla mai. Il consumo televisivo risulta nella maggioranza dei casi moderato: il 37,1% vede la tv fino ad un'ora al giorno, il 30,8% da 1 a 2 ore. I bambini forti consumatori sono una minoranza, che non va però trascurata: **più di un bambino su 10 (il 12,6%) trascorre più di 4 ore al giorno davanti alla Tv.** Al secondo posto, per diffusione tra i bambini, si colloca il **computer.** L'uso giornaliero del pc risulta di durata contenuta: il 41,3% lo utilizza al massimo per un'ora al giorno, mentre il 17,4% da 1 a 2 ore. **La maggioranza dei bambini si collega ad Internet (59,7%),** mentre un terzo ne rimane escluso (33,1%). Anche in questo caso prevale un consumo contenuto: il 31,9% lo usa fino ad un'ora al giorno, il 13% da 1 a 2 ore, **ma un 6,9% dei giovanissimi naviga per oltre 4 ore al giorno.**

**IL BOOM DELLE CONSOLLE.** Quasi tre bambini su quattro giocano abitualmente con le **consolle per videogiochi** (Playstation/PSP/Xbox/Wii), divenute da tempo una sorta di must per i

ragazzi e sempre più ricche e diverse. Il 30,7% le utilizza fino ad un'ora al giorno, il 19% da 1 a 2 ore, ma **1 bambino su 10 addirittura più di 4 ore al giorno**. Nel 2009 il 41,1% dei bambini di 7-11 anni non giocava con le consolle, ad un anno di distanza la quota è scesa al 25,8%, segno di un vero e proprio boom.

**UN USO SOLITARIO DELLE TECNOLOGIE. I bambini utilizzano le apparecchiature elettroniche prevalentemente da soli.** Per quanto riguarda la Tv, la metà del campione la guarda solitamente da solo, quasi un terzo (31,8%) con i genitori ed il 12% con gli amici. Un terzo degli intervistati guarda i dvd da solo, il 23,6% con i genitori ed il 19% con gli amici. La consolle per i videogiochi viene utilizzata prevalentemente dai bambini da soli (39,9%). Per quanto riguarda Internet, **solo il 14,4% del campione riferisce di navigare con i genitori**: il 40,4% naviga da solo e l'11,7% con gli amici. Ciò significa che i bambini sono generalmente privi di controllo da parte degli adulti anche quando usano mezzi di comunicazione potenzialmente insidiosi per i più piccoli.

### **CHE COSA FANNO SU INTERNET: ESPLODONO YOUTUBE E SOCIAL NETWORK.**

Le attività legate all'utilizzo di Internet più diffuse tra i bambini risultano essere: guardare filmati su YouTube (lo fa il 67,8% di chi naviga), giocare con i videogiochi (64,6%), cercare informazioni interessanti (61,7%), scaricare musica/film/giochi/video (58,7%). Se queste attività sono diffuse tra la maggioranza dei piccoli navigatori, risulta non trascurabile anche la quota di chi cerca materiale utile per lo studio (46,6%), chatta (42,2%), utilizza Social Network (42,1%). Quasi un terzo usa la posta elettronica (32,2%) ed il 27,6% partecipa a giochi di ruolo online. Si segnala in particolare la diffusione ormai capillare, anche tra i più giovani, di YouTube, dei Social Network, nonché l'abitudine dilagante, fin dall'infanzia, di scaricare materiali da Internet – spesso in modo illegale.

**In aumento la quota di bambini che guarda filmati da YouTube** (a riprova della crescita travolgente del sito) – **erano 54,7% nel 2009, percentuale salita al 67,8% nel 2010** – e che usano la posta elettronica (27,8% nel 2009 e 32,2% nel 2010). La rilevazione inerente i gusti e le preferenze dei bambini nella scelta di generi di **video guardati su YouTube** ha mostrato una significativa propensione del campione intervistato al **genere musicale, scelto nel 62,9%** dei casi. I filmati divertenti/curiosi ed i pezzi di programmi televisivi preferiti, vengono guardati rispettivamente dal 57,8% e dal 57,5% del campione. **I video con scene forti** (incidenti, violenza, sesso, ecc.) registrano la percentuale più bassa di risposte affermative (**17,1%**), benché si tratti di una percentuale da non sottovalutare considerando il contenuto ed il genere dei video stessi.

**VIDEOGIOCHI: COSA ORIENTA L'ACQUISTO?** Nel **29%** dei casi (la percentuale più alta di risposte affermative) i bambini hanno dichiarato che quando viene comprato loro un **videogioco**, questo è **scelto perché piace**. Il secondo fattore di scelta nell'acquisto (23,5% dei casi) risulta essere quello dell'attenzione, da parte dei genitori, al fatto che il videogioco sia adatto all'età del bambino. Il **13% dei bambini intervistati afferma di acquistare videogiochi da solo**, il 10,6% riconduce l'acquisto di un videogioco da parte dei genitori al fatto che il prezzo sia basso e solo il 6,7% dei bambini ha attribuito al valore educativo del videogioco il motivo di scelta. I bambini ai quali non vengono comprati videogiochi sono il 9,6% del campione e quelli che identificano altre ragioni di acquisto e di scelta sono il 4,9%.

**AUMENTANO I BAMBINI CHE POSSIEDONO IL CELLULARE.** Le indagini effettuate negli ultimi anni da Telefono Azzurro ed Eurispes hanno messo in luce come il telefono cellulare abbia avuto un progressivo incremento di diffusione. Se nel 2009 la percentuale di bambini in possesso di un telefono cellulare si attestava al 53,7%, **il 2010 fa registrare un ulteriore incremento della percentuale dei bambini che possiede un telefono cellulare: complessivamente il 62,4%**, contro il 33,2% che non ne dispone ancora. Nello specifico il 34,5% dichiara di possedere un cellulare semplice, il **18,6% un smart-phone o un video-telefonino, il 9,3% di averne più di uno**.

**2 BAMBINI SU 3 LO USANO PER FARE FOTO E FILMATI.** L'attrattiva maggiore dei cellulari, specie negli ultimi anni, è data dal fatto che le funzionalità messe a disposizione degli utenti sono tante e tali da consentire una scelta sempre maggiore di possibilità comunicative.

Dai risultati dell'indagine emerge tuttavia che **il telefonino viene utilizzato soprattutto per assolvere alla sua funzione basilare**: il 76,2% dei bambini utilizza il telefonino per chiamare ed essere chiamato dai genitori. Si può inoltre constatare che il telefonino è sicuramente percepito dai più piccoli come uno strumento di comunicazione che permette di relazionarsi in breve tempo e in modo diretto con i propri amici (66,3%). La tendenza viene confermata anche dall'uso frequente che i bambini fanno degli sms (54,7%). Probabilmente a causa del loro costo maggiore rispetto agli sms, risulta molto meno diffuso lo scambio degli mms (28,3%). Si registra, rispetto alle rilevazioni degli altri anni, un aumento considerevole dei bambini che utilizzano il telefonino per la **navigazione su Internet: 23,1%** rispetto all'8,5% del 2007, al 12,8% del 2008 e al 20,3% dello scorso anno. **Molto diffuso l'uso del telefono per fare fotografie o filmati** (66,1%) o per giocare (59%). In quest'ultimo caso si registra una flessione rispetto ai risultati dell'indagine condotta lo scorso anno, da cui risultava che la percentuale dei bambini che utilizzava il cellulare per giocare era pari al 69,9%.

**IL PIACERE DI LEGGERE.** I dati emersi dal sondaggio condotto da Telefono Azzurro ed Eurispes dimostrano come **la maggioranza dei bambini legge a prescindere dai doveri scolastici**. Solamente il 13,5% degli intervistati, infatti, dichiara di non leggere alcun libro in un anno oltre a quelli indicati a scuola, mentre il 36,6% ne legge tra 1 e 3, il 19,5% tra 4 e 10, il 7,7% tra 11 e 15, e **circa un quinto degli intervistati (20,9%) ha indicato di leggerne più di 15**. Le ragioni prevalenti degli intervistati sul perché piace loro leggere sono il **divertimento** (24,2%), il **poter viaggiare con la fantasia** (23,6%) e il **poter imparare cose nuove** (20,2%). Il 10,2%, invece, lo considera un **buon modo per passare il tempo** e il 6%, infine, trova nella lettura la possibilità di **vivere nuove emozioni**. Solo il 14,2% dei bambini dichiara di non trovare piacere nella lettura.

**STRANIERI IN CLASSE, FENOMENO IN CRESCITA.** La necessità di affrontare in modo adeguato la questione è comprovata dai dati che emergono dal sondaggio. **Il 43,6% dei bambini, infatti, afferma di avere tra i compagni di classe tra 1 e 3 bambini stranieri**, a fronte del 39,4% che non ne ha nessuno, dell'8,7% che condivide il proprio percorso formativo con un numero di bambini non italiani compreso tra 4 e 7, e del 2,2% che afferma di avere da 8 a 10 compagni di classe di altra nazionalità. Relativamente alla distribuzione geografica, gli intervistati residenti al Sud e nelle Isole sono quelli che nella maggioranza dei casi non hanno compagni di classe stranieri (rispettivamente 68,4% e 51,3%), mentre **sono i loro coetanei del Nord-Est (56,3%) e del Centro (55,2%) a indicare in percentuale maggiore di condividere l'aula con bambini stranieri** (da 1 a 3), dati di poco superiore a quanto rilevato a Nord-Ovest (48,2%), ma sensibilmente più alti rispetto alle regioni meridionali (25,5%) e insulari (32,3%).

**SENTIMENTI POSITIVI VERSO I BAMBINI STRANIERI.** Molti bambini, dunque, si trovano a trascorrere una parte consistente della propria giornata in un contesto multiculturale e tra di loro prevalgono **sentimenti positivi** (76,4%) nei confronti dei compagni di nazionalità diversa. Il 34,2%, infatti, prova curiosità, il 28,8% simpatia, il 7,1% fiducia e il 6,3% interesse. **Il 7,8% dei bambini intervistati, invece, dichiara di provare indifferenza. Una minoranza, infine, prova sentimenti negativi (9,2%)** per i compagni di nazionalità diversa: il 3,2% è diffidente, il 2,2% ha paura, l'1,9% prova pietà (un sentimento che comunque pone chi lo prova in una posizione di presunta superiorità) e l'1,9% arriva a provare odio e disprezzo

**A SCUOLA OLTRE 1 BAMBINO SU 3 VITTIMA DI BULLISMO.** Il bullismo, com'è noto, è un fenomeno che si manifesta prevalentemente all'interno dell'ambito scolastico. È qui, infatti, che bambini e ragazzi più prepotenti possono facilmente individuare i soggetti sui quali riversare le proprie azioni. I dati testimoniano infatti che **nelle scuole italiane una percentuale consistente di bambini ha assistito in prima persona a episodi di questo genere (39,1%).**

**LE MILLE FACCE DEL BULLISMO E LE DIFFERENZE DI GENERE** Dai risultati dell'indagine svolta, risulta che la maggior parte dei bambini, nell'ultimo anno, è stata oggetto di **offese immotivate** da parte di uno o più compagni di scuola (27,8%) o, nel 27,4% dei casi, di **provocazioni e prese in giro**. Particolarmente elevata è, inoltre, la percentuale di quanti hanno dovuto sopportare la **diffusione di informazioni false** sul proprio conto (20,4%) e l'**esclusione dal gruppo dei pari** (15,2%). Nella lista di soprusi che spesso i bambini mettono in atto tra loro compaiono, con un valore pari al 16,8%, le azioni volte a provocare **danni ad oggetti** e le **minacce** (11,4%), oltre che le **percosse** (7,8%). Infine, tra i comportamenti prepotenti si dimostrano ancora in auge i furti di merendine (9%) e di denaro (4,9%). La ripartizione del dato in funzione del genere di appartenenza mette in evidenza che le **bambine** subiscono, più frequentemente dei compagni dell'altro sesso, **offese immotivate** (30,4% vs 25,1%). Sensibile è anche la differenza percentuale che esiste tra i due sessi per quanto riguarda la diffusione di **notizie diffamanti o di cattiverie**. Ad esserne maggiormente vittima sono le bambine (22% contro il 18,6% dei compagni), che vengono anche più frequentemente escluse dal gruppo di appartenenza (17,3% vs 13,1%). I **bambini**, invece, sembrano subire più spesso delle compagne il **danneggiamento di oggetti** (18,9% vs 14,8%) e le **minacce** da parte dei più prepotenti (12,2% vs 10,6%).

**PIU' DEL 10% SOSTIENE IL BULLO IN MANIERA DIRETTA O INDIRETTA.** Di fronte alle sopraffazioni perpetrate da compagni più prepotenti ai danni dei più deboli, il **30,3%** ha avvertito dentro di sé un **forte senso di rabbia**, dettato probabilmente dalla voglia quasi inconsapevole di voler difendere il compagno vittima dei soprusi. Per contro, in molti dichiarano di aver avuto **paura (25,7%)** Particolarmente alta è anche la percentuale di coloro che hanno manifestato un **sentimento di pena** per colui che era oggetto delle prepotenze (**19,7%**).

**Da non sottovalutare il dato per cui più del 10% del campione, assistendo a situazioni di bullismo, prova emozioni che portano a sostenere il bullo** in maniera più o meno diretta: dall'indifferenza (3,4%) al divertimento (3,1%), fino a sentimenti di ammirazione e invidia per colui che gioca la parte del più forte (rispettivamente l'1,7% e il 2,7%).

**CHI NON SA DIFENDERSI E' LA VITTIMA PRINCIPALE DEL BULLO.** Ai bambini è stato chiesto, infine, di indicare in base alla loro esperienza e alle loro opinioni personali, verso quali soggetti i bulli indirizzano più frequentemente le prepotenze. È dunque emerso che è altamente probabile che **a diventare vittima di episodi di bullismo siano quei bambini che non sono in grado di difendersi (30,4%)**. Inoltre, per il **13,4%** del campione, **andare bene a scuola** è un motivo valido per attirare le attenzioni dei compagni più aggressivi. Talvolta, secondo l'opinione rilevata tra i piccoli, anche avere un **difetto fisico**, più o meno grave, può far diventare un bambino un soggetto "debole" (**6,7%**). Allo stesso modo, **essere stranieri** può influire sulle mire di arroganza e prevaricazione che muovono il comportamento del bullo (**6,3%**). Agli occhi di una parte più esigua del campione, **seguire o meno la moda nel vestire** può essere un altro dei motivi per cui uno o più compagni più forti decidono di infierire sulle vittime prescelte (**4,6%**), così come per il **3,2%** degli intervistati i bulli se la prendono con chi ha delle ambiguità di comportamento legate all'**identità sessuale**.

**QUASI LA META' DEI BAMBINI "COSTRETTI" ALLA DIETA.** Un dato allarmante, relativamente alle abitudini alimentari dei bambini italiani, è quello che rileva che quasi la metà

segue, perché costretto da motivi di salute, o per auto-imposizione, un particolare regime alimentare. Se il 53,9% dei bambini intervistati afferma, infatti, di non seguire una particolare dieta alimentare, **il 15,3%** degli stessi dichiara, al contrario, di dover seguire un particolare regime alimentare, su parere del medico, a causa di **motivi di sovrappeso**. La medesima cosa avviene per il **7,3%** dei bambini intervistati, ma per opposti motivi, legati all'**eccessiva magrezza**. Il **7,9%** **dichiara di seguire una dieta particolare per motivi legati all'auto-percezione**, in quanto **si considera troppo grasso**, mentre **il 7,6%** segue ugualmente un regime dietetico particolare, ma perché, al contrario, **crede di essere troppo magro**. Il problema delle allergie o delle intolleranze alimentari obbliga, invece, a diete particolari quattro bambini su cento tra quelli intervistati.

**L'ECESSIVO CONSUMO DI DOLCI, SNACK E MERENDINE.** Accanto ad un regime alimentare che prevede tutti i cibi tipici della dieta mediterranea, quali pasta, verdure, formaggio, carne e frutta, **i bambini di oggi consumano con frequenza elevata cibi poco sani quali snack, merendine o dolci.** I dolci sono un alimento presente una o due volte la settimana nella dieta alimentare dei bambini intervistati nel 33,3% dei casi, "spesso" nelle abitudini del 32,9% del campione considerato, tutti i giorni nell'alimentazione del 15,6% dei bambini e "mai" nel 10% dei casi. Gli **snack** e le **merendine** rappresentano un alimento pienamente integrato nelle abitudini alimentari dei bambini italiani: il 28,7% dei bambini li mangia infatti una o due volte a settimana, il 27,5% spesso, il 21% tutti i giorni, mentre il 15,4% non ne consuma mai.

#### IDENTIKIT DELL'ADOLESCENTE (12-19 anni)

**ADOLESCENTI PIU' CONSAPEVOLI DELLA CRISI RISPETTO AI BAMBINI.** I risultati dell'indagine evidenziano, anzitutto, che **più di un adolescente su quattro ritiene che la propria famiglia sia stata colpita in una certa misura dalla crisi economica** (29% del totale). Una risposta che può essere inficiata da vari fattori, come ad esempio la desiderabilità sociale o la difficoltà ad ammettere che la propria famiglia sta vivendo una situazione problematica. Una risposta più oggettiva si ha probabilmente quando la domanda è riferita alle famiglie di parenti, amici e conoscenti: in questo caso infatti **la percentuale di chi afferma di conoscere altre famiglie colpite dalla crisi sale al 52,3%**. In particolare, il 18,9% degli adolescenti, quasi uno su cinque, ritiene che la situazione lavorativa sia cambiata. Il 7,5% dichiara la perdita del lavoro da parte di uno o entrambi i genitori; il 7% che uno o entrambi i genitori si trovano in cassa integrazione e l'8,3% che uno o entrambi i genitori hanno dovuto trovare lavoro in un'altra città.

**MENO SOLDI PER LE SPESE QUOTIDIANE E IL TEMPO LIBERO.** I risultati dell'indagine evidenziano **una più diffusa percezione degli effetti della crisi tra gli adolescenti rispetto ai bambini** (cfr. Identikit del bambino): circa un adolescente su tre (33,2% del totale) ritiene che la propria famiglia si sia mostrata, negli ultimi mesi, più attenta **alle spese per cibo e vestiario**. La stessa percentuale sale al 45,7% del totale (poco meno di un adolescente su due) per quel che riguarda **la maggiore attenzione per spese extra relative al tempo libero** (cene fuori, divertimenti, etc.); il 16,2% degli adolescenti ha riscontrato **difficoltà della famiglia ad arrivare alla fine del mese** e il 19,9% ritiene che la propria famiglia abbia avuto, negli ultimi mesi, **difficoltà economiche**; il 17,1% degli adolescenti ritiene che la crisi abbia indotto la propria famiglia a rinunciare alle vacanze.

**IL CLIMA FAMILIARE: IN AUMENTO LE LITI CON I GENITORI.** Un ulteriore aspetto analizzato nell'indagine campionaria riguarda gli eventuali cambiamenti recentemente riscontrati dagli adolescenti nei rapporti interpersonali all'interno della famiglia. **Un adolescente su quattro**

**circa dichiara un maggior nervosismo dei genitori** nell'ultimo periodo (25,3% del totale, contro il 69,8% che non ritiene vi siano stati cambiamenti). Risultano **inoltre in aumento sia i litigi tra i genitori** (13,5%), sia quelli **tra genitori e figli** (28,7% del totale), dichiarati da più di un adolescente su quattro. Parallelamente ad un peggioramento dei rapporti intrafamiliari, si rileva anche un **maggior nervosismo degli intervistati stessi, riscontrato nel 39,6% del campione.**

**LA PAGHETTA NON RISENTE DELLA CRISI.** I risultati evidenziano come **la quasi totalità degli intervistati** (83,2% del totale, 4 adolescenti su 5) **dispone settimanalmente di soldi**, contro il 15,1% che non ha nulla a disposizione. È interessante rilevare come la maggioranza assoluta degli intervistati che dichiarano di possedere dei soldi esprimono un giudizio positivo sull'adeguatezza di quanto ricevono settimanalmente rispetto alle loro esigenze (per il 56,3% sono quanto serve). **Il 27,9% ritiene che i soldi a disposizione siano più di quanto effettivamente gli occorra**; solo una minoranza ritiene che siano inadeguati alle proprie esigenze di consumo (per il 14,6% sono meno di quel che occorre). Poco più di un adolescente su dieci, tra chi possiede settimanalmente dei soldi, ha dichiarato di guadagnarli con piccoli lavoretti (13,3% del totale).

**I MASCHI SPENDONO SOPRATTUTTO NELLE USCITE CON GLI AMICI, LE FEMMINE NELLO SHOPPING. MA SOLO 1 ADOLESCENTE SU 10 È ATTENTO A RISPARMIARE.** Le preferenze degli intervistati in merito alle scelte di consumo dei soldi disponibili ogni settimana, rilevano una netta propensione degli adolescenti verso tutto ciò che ha attinenza **con la socialità, la comunicazione e la moda.** Infatti, la maggioranza assoluta di chi riceve dei soldi settimanalmente li destina prioritariamente alle **uscite con gli amici (41,1%), all'acquisto di prodotti di abbigliamento e accessori (10,7%) e di ricariche telefoniche (10,6%).** Meno diffuse sono le preferenze espresse relativamente ad altri prodotti di consumo, quali generi alimentari e videogiochi (privilegiati, rispettivamente, dal 5,9% e dal 4% di chi riceve settimanalmente dei soldi), mentre **circa un adolescente su dieci mostra un'attitudine al risparmio** (il 13,9% di chi riceve settimanalmente dei soldi li mette prevalentemente da parte). Come nell'infanzia, anche nell'adolescenza le preferenze di consumo dei soldi disponibili settimanalmente si differenziano notevolmente in funzione del sesso. In particolare **i maschi privilegiano maggiormente le spese destinate alle uscite con gli amici** (43,8% contro il 38,8% delle femmine), all'acquisto di videogiochi (8,2% contro lo 0,4% delle femmine), di **fumetti e riviste** (2% contro l'1,3% delle femmine). **Le femmine privilegiano maggiormente le spese per l'acquisto di abbigliamento e accessori** (16% contro il 4,4% dei maschi), **di ricariche telefoniche** (12,7% contro l'8,1% dei maschi), **sigarette** (4,4% contro il 3% dei maschi), **libri** (2,1% contro l'1,4% dei maschi).

**RESISTE LA FAMIGLIA TRADIZIONALE..** In una società atomizzata, mutevole, plurale e, spesso, percepita come precaria, la ricerca di stabilità e di certezze nella vita di un adolescente è inevitabilmente legata alle mura domestiche. I dati emersi mostrano che, nonostante l'aumento dei divorzi nel nostro Paese, **l'85% degli adolescenti vive con entrambi i genitori**, mentre **il 9,8% solo con la mamma** (cui nella maggior parte dei casi di separazione viene dato l'affidamento), **l'1,1% con il papà** e **l'1% con nonni o altri familiari.** È interessante il dato secondo cui **il 2,4% vive con un genitore e l'attuale compagno/a**, una tipologia di famiglia allargata che va sempre più diffondendosi. Solo lo 0,3%, infine, è affidato ad un istituto o comunità.

**DIALOGO IN FAMIGLIA: SCUOLA E AMICI GLI ARGOMENTI PRINCIPALI.** Solo il **5,1% dei ragazzi dichiara di non parlare mai con i genitori** delle cose che lo riguardano, a fronte del 18,3% che lo fa sempre e del 34,8% che lo fa spesso. La quota maggiore, tuttavia, è costituita da **chi lo fa solo qualche volta (41,4%).** Il principale argomento di conversazione di adolescenti e genitori è la **scuola** (ne parla sempre il 75% del campione e il 22% almeno in parte). Altro oggetto di discussione ampiamente diffuso sono gli **avvenimenti che riguardano la vita del ragazzo/a** (il

41%, sempre e il 44,9% almeno in parte, a fronte del 12,7% che non lo fa mai). Gli **amici** sono tema di confronto per l'85,5% degli intervistati (il 45,2% abitualmente e il 40,3% di farlo in parte). Un altro campo di discussione è quello dei **desideri** dei ragazzi, che li esprimono nel 39,6% dei casi e, almeno in parte, nel 41,4%. Circa 3/4 del campione si confronta con i genitori per ciò che concerne **i propri problemi** (il 34,1% risponde sì e il 42,7% in parte).

**PAURE, SESSO E SENTIMENTI PER MOLTI SONO UN TABU'**. Minore è il dialogo familiare su quelle che sono le **paure dei ragazzi**: solo il 27% ammette di parlarne e il 36,3% di farlo in parte, a fronte del 34,6% che non lo fa per nulla. Per ciò che concerne più prettamente la **vita privata**, il confronto con i genitori è diffuso solo tra una minoranza dei ragazzi. Infatti, **solamente il 12,8% degli adolescenti parla abitualmente di questioni sentimentali**; il 30,2% ha indicato di farlo in parte, mentre **il 54,6% di non farlo**. Se, dunque, la vita sentimentale dei ragazzi rimane fuori dalle mura domestiche, **il vero e proprio tabù rimane la sessualità, tema affrontato solo nell'8,9% dei casi** e in parte dal 21,4% del campione. **La maggioranza degli adolescenti (66,7%), quindi, non parla con i propri genitori di questo argomento così "delicato"**.

**LA PAURA PRINCIPALE: NON ESSERE ALL'ALTEZZA DELLE ASPETTATIVE**. La domanda seguente ha voluto indagare quali siano oggi le principali paure degli adolescenti. I dati mostrano **che la maggioranza degli intervistati teme di non risultare conforme alle aspettative di altri**, un primato figlio della società dell'apparenza ormai consolidatasi. Tra i ragazzi, infatti, **al 56,6% è capitato di aver paura di deludere i genitori** (qualche volta 34,1% o spesso 22,4%), **al 52,4% di fare brutta figura** (qualche volta 31,9% o spesso 20,5%) e **al 45,3% di deludere gli amici** (qualche volta 28,8% o spesso 16,5%). La crisi economica e sociale che sta colpendo dal 2008 il Paese, invece, è percepita con preoccupazione dal 36,5% dei ragazzi, che ammette di aver **paura di non trovare un lavoro** (il 23,8% qualche volta e il 12,7% spesso). Le **catastrofi naturali** che si sono avute in Italia negli ultimi anni sono percepite dal 29,6% degli adolescenti come una paura reale. Il 19,3% degli intervistati, infatti, ammette di averle temute qualche volta e il 10,3% di temerle spesso. Un'ulteriore paura con cui convive circa un quarto degli intervistati è relativa alla sfera affettiva e, più genericamente, sociale: la **paura di rimanere solo** colpisce qualche volta o spesso il 29,4% dei ragazzi. Ci sono poi **la paura di non trovare un/a fidanzato/a** (27,1%) e di **essere separato dai genitori** (25,1%). Da non trascurare la maggiore paura, tra le **femmine**, di **essere avvicinati da estranei** (33,4% a fronte del 15,3% dei maschi).

**IL CONFLITTO CON I GENITORI: DISOBBEDISCE IL 24,2% DEI RAGAZZI**. Il conflitto genitori-figli diventa palese nel momento in cui si verifica una divergenza di opinioni. Le cause delle divergenze possono essere molteplici e, spesso, un dissidio contingente può nascondere o far nascere incomprensioni più profonde. Ma qual è la reazione dei ragazzi agli "scontri" con i genitori? In un terzo dei casi (34,3%) gli adolescenti affermano che in caso di disaccordo i genitori spiegano i motivi della decisione fino a far comprendere al figlio le loro ragioni. **C'è però un 24,2% che disobbedisce facendo ugualmente ciò che vuole**: il 13,4% dopo essersi mostrato accondiscendente e il 10,8% sfidando apertamente l'autorità genitoriale, esprimendo la propria contrarietà al divieto posto. Il 20,1% del campione si limita a fare ciò che gli viene detto, senza chiedere e ricevere alcuna spiegazione, mentre il 16,4% del campione invece afferma di riuscire a convincere i genitori di aver ragione.

**È LO STUDIO IL PRINCIPALE ARGOMENTO DI DISCUSSIONE**. Il **principale argomento di discussione e scontro tra genitori e figli è lo studio** (32,3%), mentre le altre cause di confronto maggiormente frequenti sono più legate alla sfera prettamente educativa: **il 18,1%** degli adolescenti discute con i genitori **quando risponde male**, il **12,4%** per gli **orari di rientro e uscita** e il **10,7%** perché **non fa ciò che gli viene detto di fare**. È più frequente che siano le **femmine** a rispondere male (23,1% rispetto al 12,2% dei ragazzi) e **ad avere momenti di**

**confronto sugli orari** (14,8% vs 9,6%), dato probabilmente dovuto alla maggiore libertà concessa ai maschi ritenuti, forse, meno soggetti a pericoli di sorta.

**FUGHE DA CASA: CI PENSA 1 ADOLESCENTE SU 3.** Durante l'adolescenza, periodo di ribellione e ricerca (a volte anche ostentata) di autonomia e indipendenza, possono verificarsi fughe da casa, gesto estremo di un ragazzo deciso a ribellarsi all'autorità paterna e materna e a rivendicare l'essere adulto. Dal sondaggio emerge **che circa un terzo degli intervistati ha preso in considerazione l'eventualità di scappare di casa (33,1%)**. La propensione a scappare di casa è maggiore tra le **femmine**, che ammettono di aver pensato ad una simile eventualità nel **37,9%** dei casi, a fronte del 27,5% dei maschi.

**LA TV HA CEDUTO IL PASSO AL PC.** Gli strumenti tecnologici di più largo utilizzo fra gli adolescenti risultano essere il **computer** (lo usa il 92,8% del campione) e la **televisione** (92,7%). Il pc eguaglia dunque, per diffusione, la popolarissima e sempre accessibile Tv, a riprova della quasi totale alfabetizzazione informatica delle nuove generazioni. **Il pc supera la Tv anche per intensità dei consumi: il 12,5% lo usa per oltre 4 ore al giorno**, a fronte dell'8,1% dei forti consumatori televisivi. La maggior parte degli adolescenti, comunque, guarda la televisione ed usa il computer con moderazione, fino a 2 ore al giorno. Al terzo posto, fra le tecnologie più diffuse tra i ragazzi, si colloca poi **Internet, usato da quasi il 90% del campione. Oltre un terzo degli adolescenti naviga più di 2 ore al giorno, il 13% più di 4 ore.**

**UN QUARTO DEGLI ADOLESCENTI USA IL CELLULARE PER PIU' DI 4 ORE AL GIORNO.** L'85% dei ragazzi usa il telefonino, sebbene resista un 14,2% che ancora non lo possiede. Da sottolineare che un quarto degli adolescenti (24,5%) utilizza il cellulare per oltre 4 ore al giorno. È dunque questo lo strumento tecnologico che si presta al **consumo più intenso da parte dei 12-19enni**. Molto diffuso è anche il lettore Mp3/iPod (70,6%), ma caratterizzato da consumi più contenuti (il 38,1% lo usa al massimo per un'ora al giorno). La maggioranza del campione utilizza il lettore dvd (59,2%) e le consolle per videogiochi (Playstation/PSP/Xbox/Wii) (56,2%), per intervalli di tempo medio-brevi. I dati indicano, in modo abbastanza sorprendente, che ben il 60,7% degli adolescenti non ascolta mai la radio, evidenziando che, almeno per i giovanissimi, questo storico e suggestivo mezzo di comunicazione è stato oggi messo in secondo piano da tecnologie più moderne, senza dubbio da lettori Mp3 e iPod, ma anche da Internet

**IL BOOM DELLA CONSOLLE.** Sebbene siano meno diffuse che fra i bambini, le consolle per videogiochi hanno comunque fatto segnare nell'ultimo anno un vero boom fra gli adolescenti: nel 2009 non le usava il 68,9% del campione, quest'anno solo il 42,8%, segno del fatto che l'offerta nel settore è stata particolarmente ricca e capace di intercettare i teen agers.

**OLTRE 7 RAGAZZI SU 10 NAVIGANO DA SOLI.** La maggior parte dei ragazzi tendono ad utilizzare da soli quasi tutte le apparecchiature tecnologiche. **In particolare, usa Internet da solo il 72,7% del campione**, mentre il 13,5% naviga con gli amici. **Appena il 4,5% lo fa con i genitori.** Anche nel caso della Tv prevalgono gli **spettatori solitari** (46,6%), ma risulta significativa la quota di chi la guarda con i genitori (38,5%). Tale percentuale risulta elevata soprattutto al Sud. Per quanto riguarda invece il **lettore dvd** e le **consolle per videogiochi**, tra gli adolescenti prevale l'abitudine di utilizzarle **in compagnia degli amici** (rispettivamente il 30,9% ed il 33,4%). Si tratta infatti di strumenti che si prestano maggiormente ad un utilizzo collettivo: guardare film o giocare con la consolle insieme agli amici rappresentano occasioni non solo di intrattenimento ma anche di socialità. I ragazzi, più ancora dei bambini, godono quindi di larga autonomia nell'utilizzo delle tecnologie, dal cellulare alla Rete, con tutte le sue potenziali insidie.

**IL 14,8% DEI RAGAZZI CERCA O SCARICA MATERIALE VIETATO.** Gli adolescenti utilizzano Internet soprattutto per cercare **informazioni di loro interesse** (lo fa l'83,1% dei navigatori), **guardare filmati su YouTube** (81,3%), **chattare** (78,1%), **utilizzare Social Network** (78%), **scaricare musica/film/giochi/video** (75,3%), **cercare materiale utile per lo studio** (72,9%). La netta maggioranza usa anche la posta elettronica (59,4%) e quasi la metà gioca con i videogiochi (49%). Molto meno comuni, tra i ragazzi, le altre applicazioni della Rete: il 29,4% legge un Blog, il 19,9% partecipa a giochi di ruolo, il 19,8% fa acquisti online, il 15,4% legge/scrive su un forum, **il 14,8% cerca/scarica materiali proibiti/vietati**. I dati descrivono un utilizzo di Internet da parte dei teen agers legato soprattutto all'evasione e allo svago, ma anche alla socialità, senza però dimenticare la Rete come fondamentale fonte di ogni tipo di informazioni, anche quelle utili allo studio.

**SI INNAMORA SU INTERNET IL 17,3% DEGLI ADOLESCENTI.** Chiedendo agli adolescenti intervistati se è mai capitato loro di **conoscere una persona su Internet e di innamorarsene**, è emersa una notevole maggioranza (l'80,3% del campione) di coloro i quali non hanno mai avuto un'esperienza di questo tipo, **vissuta invece dal 17,3% degli adolescenti intervistati, con una maggioranza dei maschi (20,8%) rispetto alle femmine (14,3%)**. Notevoli le differenze per area geografica: gli intervistati che hanno conosciuto una persona su Internet e se ne sono innamorati sono, infatti, l'8,4% al Nord-Est ed il 23% al Sud; tra questi due "estremi" si collocano il 16,7% degli intervistati del Nord-Ovest che hanno vissuto tale esperienza, il 17,4% del Centro ed il 20,2% delle Isole. **Il 58,5% degli intervistati si esprime in maniera positiva rispetto all'utilizzo di Internet per incontri sentimentali:** il 31,2% del campione elogia la facilità con la quale è possibile conoscere persone sul web, per il 15,3% è positivo il fatto di poter essere più disinibiti e svincolati da giudizi esterni e per il 12% è importante l'opportunità di decidere quanto e come esporsi. È comunque alta la percentuale di coloro – il 37,8% del campione – che ha mostrato un giudizio tendenzialmente critico, non identificando in tale ambito alcun aspetto positivo e segnalando, pertanto, una tendenza piuttosto marcata alla prudenza nell'utilizzo di Internet sotto tale aspetto.

**IL RISCHIO LEGATO ALLA FINZIONE PREOCCUPA LA META' DEI RAGAZZI.** Gli adolescenti si confermano critici anche nelle risposte riguardanti gli aspetti negativi legati all'uso di Internet in amore; soltanto il 4,3% degli intervistati non ne rintraccia alcuno, mentre ben il 92,3% ne identifica diversi. I pareri negativi a riguardo derivano, soprattutto, dal **rischio costituito dalla possibilità di finzione che caratterizza gli incontri sul web (nel 51,9% dei casi) ed in secondo luogo dalla difficoltà a fidarsi di chi non si conosce faccia-a-faccia (per il 16,9%)**. Il 9,9% degli intervistati sostiene che la conoscenza virtuale di una persona non possa essere profonda, il 7,3% teme una forte delusione al momento dell'incontro faccia-a-faccia, il 6,3% è scoraggiato dalla freddezza e dalla scarsa emotività trasmessa dagli incontri su Internet. Ma come si fa a capire se ci si può fidare di una persona che si conosce in Rete? Intervistati su tale quesito, **il 39,8% di essi sostiene che non si possa avere fiducia e che sia meglio essere prudenti ed il 38,6% afferma che si capisce che ci si può fidare di una persona solo se la si incontra dal vivo**. Tra coloro i quali si dimostrano maggiormente possibilisti a riguardo, il 10,9% sostiene che sia possibile capire se ci si può fidare facendo alcune domande e solo il 7,7% si affida, in tal senso, al proprio istinto.

**1 ADOLESCENTE SU 10 RITIENE ACCETTABILE CHE UN COETANEO SI SPOGLI IN INTERNET.** In relazione ai comportamenti degli adolescenti nel loro utilizzo di Internet, è interessante comprendere quali siano gli orientamenti di valore e i giudizi nei confronti di atteggiamenti e comportamenti messi in atto on line dai coetanei. Nei confronti di **coetanei che su Internet si spogliano**, sebbene il giudizio sia prevalentemente negativo (74,5%), fa riflettere il fatto **che un adolescente su dieci (9,8%) lo ritenga accettabile**. Altri comportamenti largamente reputati in modo negativo sono la **diffusione di informazioni non vere** (negativo per il 69% dei

casi) e la **falsificazione dell'identità** (64,3%). I comportamenti che, invece, registrano il maggior numero di **giudizi positivi** sono lo **scaricare musica senza pagare** (azione valutata positivamente dal 20,6% degli intervistati e accettabile da un altro 20,9%) e il **mettere on line le fotografie dei propri amici** (giudicato positivamente dal 19,6% e accettabile dal 21,5%). Infine, gli adolescenti intervistati esprimono la propria **indifferenza** per i comportamenti di **coetanei che sono sempre su Internet** (40,7%) o nei riguardi di **quelli che lasciano il proprio indirizzo o il numero del proprio cellulare su Internet** (38,7%). **Ciò mostra come spesso i ragazzi non siano completamente consapevoli dei pericoli della Rete** e non colgano, in particolare, i rischi legati allo sviluppo di una dipendenza da Internet e alla divulgazione dei dati personali.

**MUSICA E FILM SEMPRE PIU' SCARICATI DAL WEB.** L'acquisizione attraverso Internet è senz'altro il sentiero ormai spianato per quanto riguarda la **musica**: gli adolescenti intervistati la scaricano dal web nel **68,2% dei casi** (la percentuale sale al 76,5% per i 16-19enni). Per quanto concerne i **film**, li scarica da Internet il **44,3% dei ragazzi** (51,8% dei 16-19enni), mentre i **videogiochi** sono scaricati dal **30,3%** (33,9% dei 16-19enni).

**VIDEOGIOCHI: L'AVVENTURA E IL GENERE SPORT VINCONO RISPETTO AGLI "SPARATUTTO".** Per quanto riguarda la scelta dei videogiochi, **emerge una propensione verso il genere d'avventura** (23,8% del campione), cui seguono il **genere sportivo** (21,4%), i videogiochi di **guerra/sparatutto** (17%) e quelli di strategia (8,3%). Dunque, contrariamente a quanto ci si potrebbe aspettare da numerosi studi, articoli e ricerche sulla violenza giovanile rafforzata dall'utilizzo di videogiochi di natura violenta, i videogiochi di quest'ultimo genere (giochi di guerra e "sparatutto") sono utilizzati in misura inferiore di 6,8 punti percentuali rispetto a quelli di avventura. Sorprendentemente, inoltre, risulta di discrete dimensioni la parte del campione che ha dichiarato di **non preferire alcun videogioco** (15,6% dei casi). Infine, il 12,6% degli intervistati predilige videogiochi di altro genere.

**1 ADOLESCENTE SU 3 NON AMA LEGGERE.** Secondo i risultati del sondaggio i ragazzi si mostrano nel complesso dei discreti lettori: **il 38% afferma di leggere da uno a tre libri l'anno, il 22,5% arriva ad un numero che oscilla fra i 4 ed i 10** e l'8,1% supera i 20 libri in un anno. L'8,3% legge mediamente dagli 11 ai 20 libri all'anno. **Ben il 22,7% dei giovani afferma, invece, di concentrarsi esclusivamente sui testi scolastici**, escludendo dalle proprie letture tutti gli altri libri: percentuale più alta tra i **maschi** (27%) che tra le **femmine** (19%), che si dimostrano maggiormente appassionate alla lettura. Nonostante gli adolescenti intervistati si siano mostrati discreti lettori, dall'indagine emerge che **a quasi un adolescente su tre (29,2%) la lettura non piace.**

**UNA PASSIONE NATA DALL'INTERESSE PERSONALE.** Per il **60%** degli adolescenti intervistati, la voglia di leggere deriva da una **forte curiosità personale**. La motivazione alla lettura, pertanto, nasce interiormente in maniera del tutto autonoma e solo in pochi casi viene trasmessa da altri: dalla famiglia (6,5%), dagli insegnanti (3,7%) o dagli amici (3,4%). Per un consistente numero di ragazzi, **uno dei fattori che incuriosiscono maggiormente è la visione di un film che è stato tratto da un libro (11,7%)** e che fa "venir voglia di leggere" quasi quanto la "presenza di libri in casa" (8,8%). Infine, per il 4,1% dei ragazzi il desiderio alla lettura matura grazie a suggerimenti "pescati" nella Rete.

**CLASSI SEMPRE PIU' MULTIETNICHE, SOPRATTUTTO NEL NORD-OVEST.** La crescente presenza di immigrati ha come naturale conseguenza la multietnicità della scuola. **Il 46% degli adolescenti, infatti, dichiara di dividere le mura scolastiche con compagni stranieri:** il 31,1% con un numero compreso tra 1 e 3, l'11,9% tra 4 e 7, l'1,9% tra 8 e 10, e, infine, una piccola percentuale (1,1%) con più di 10 alunni di origine non italiana. L'analisi per area geografica pone in

evidenza una disparità territoriale nella presenza di alunni di origine straniera nelle scuole. Gli adolescenti residenti nel Nord-Ovest, infatti, dichiarano che ci sono studenti non italiani nella loro classe nell'81,8% dei casi, seguiti dagli abitanti del Nord-Est (50,1%) e delle Isole (38,4%). Al Centro e al Sud, le percentuali sono inferiori, rispettivamente il 31,8% e il 25,1%.

**CURIOSITA' E SIMPATIA I SENTIMENTI PREVALENTI VERSO LO STRANIERO IN CLASSE. MA IL 2,3% PROVA ODIIO E DISPREGGIO.** Che cosa provano gli adolescenti nei confronti dei loro compagni di classe di origine straniera? Quanto sono influenzati dalle cronache quotidiane e dagli allarmi sociali? **Il 30,7% dichiara di provare curiosità**, un sentimento indice di apertura verso mondi sconosciuti, fatti di tradizioni, pratiche e culture differenti da quelle note. Altro impulso positivo lo sente il **19,9%** che è mosso da **simpatia** e il **12,4%** da **interesse** a conoscere persone estranee alla cultura maggioritaria e dominante. Il **23,2%**, invece, si dice **indifferente**, mentre il **2,3%** arriva a esprimere **odio e dispreggio**. Una percentuale simile a chi, al contrario, prova **incondizionata fiducia (2,4%)**.

**UN FENOMENO PERVASIVO E ARTICOLATO.** A partire dagli anni Novanta, il bullismo ha cominciato ad essere considerato, anche nel nostro Paese, una delle forme attraverso le quali si esprime il disagio giovanile. Alle **forme dirette** (prevaricazione fisica e verbale verso la vittima) e **indirette** (più subdole e sottili, attuate con l'esclusione di alcuni soggetti dal gruppo dei pari, nella manipolazione dei rapporti di amicizia, nelle calunnie e nella diffusione di notizie false sul conto di soggetti più deboli) **se n'è aggiunta recentemente una terza – il cyberbullismo** – che si avvale del fascino esercitato dalle nuove tecnologie sui giovani per raggiungere lo scopo di perseguitare le vittime. Prese in giro, offese, umiliazioni, minacce, esclusioni e diffusione di pettegolezzi non avvengono più solo faccia a faccia, ma accadono sempre più spesso nella realtà virtuale del cyberspazio. Considerando la sostanziale pervasività del fenomeno, Telefono Azzurro ed Eurispes hanno collaborato, negli anni, al fine di indagare queste particolari manifestazioni di disagio giovanile, fornendo una base di ricerca quali-quantitativa, che fosse la più completa possibile, a coloro che si interessano direttamente di tali problematiche.

**DANNI E FURTI SUBITI DAL 26% DEI RAGAZZI, OFFESE E PROVOCAZIONI DA OLTRE IL 25%.** Da quanto rilevato attraverso l'elaborazione dei dati, si nota che il **25,3%** degli adolescenti italiani è stato più volte vittima di **provocazioni e prese in giro** da parte di uno o più compagni (in particolare i 12-15enni con il 29,7%, rispetto al 19,8% dei 16-19enni). Una percentuale pressoché analoga (**25,2%**) afferma di essere stata **offesa ripetutamente e senza motivo** (in particolare il 28,9% degli 11-15enni e il 20,5% dei 16-19enni). Ad essa si aggiungono quanti sono venuti a conoscenza dell'esistenza di **informazioni false diffuse sul proprio conto (23,5%)**. Nel **10,9%** dei casi si sono verificate anche **situazioni di esclusione e isolamento** all'interno del gruppo di riferimento. Particolarmente elevata (26%) appare, nel complesso, la frequenza con la quale molti dei ragazzi intervistati hanno dichiarato di aver subito **danni ad oggetti personali** (12,5%) e **furti** (13,5% di cui: 9,5% di cibo/oggetti; 4% di denaro). Infine, il 12% ha affermato di essere stato **minacciato** (7%) e **picchiato** (5%) da qualche compagno più prepotente. Come per i bambini, anche per gli adolescenti **la scuola resta lo scenario dove spesso e volentieri il bullo agisce ai danni dei compagni più deboli**: il 43% del campione sostiene di essere stato testimone diretto di fenomeni di questo tipo all'interno degli istituti scolastici (in particolare i 12-15enni, con il 50,9%, rispetto al 33,1% dei 16-19enni).

**RABBIA, EMPATIA CON LA VITTIMA, DISAPPROVAZIONE SONO I SENTIMENTI PIU' COMUNI.** Dall'analisi dei dati rilevati si evidenzia che, nella maggior parte dei casi (32,5%), i ragazzi provano un **forte senso di rabbia** nei confronti di chi prevarica fisicamente o psicologicamente un compagno. Una percentuale particolarmente elevata dimostra che, tra gli adolescenti, **è molto alto il grado di empatia** che essi riescono a stabilire in circostanze di questo

tipo: il 26,8% degli intervistati, infatti, afferma di provare pena per la vittima o di disapprovare completamente il comportamento del bullo (16,4%). La **paura** è un altro dei sentimenti che dominano l'animo dei ragazzi, così come si può osservare dal 12,4% del campione che ha indicato questo item di risposta. Tale reazione può talvolta spingere alcuni soggetti a orientarsi verso un **atteggiamento di indifferenza** (9,6%), per evitare un coinvolgimento diretto in situazioni spiacevoli nelle quali è difficile prendere posizione. Sentimento in particolare prevalente tra i maschi (13,9%) rispetto alle femmine (5,7%). Non superano l'1,5% tutte quelle risposte emozionali volte a incoraggiare le prepotenze messe in atto: solo l'1,1% si diverte nell'assistere allo "spettacolo" e lo 0,3% prova ammirazione (0,1%) e invidia (0,2%) per il bullo. **Eppure, quando si chiede di riferire il comportamento dei compagni, la percentuale di quanti si divertono sale al 15,2% e di quanti restano indifferenti al 15,6%:** un dato che lascia riflettere.

**LE VITTIME DEL BULLO: CHI NON SA DIFENDERSI, GLI STRANIERI E CHI HA DIFETTI FISICI.** La vittima ideale per il bullo, secondo il parere degli adolescenti italiani, è principalmente un **soggetto debole** che non ha sviluppato meccanismi di auto protezione tali da permettergli di reagire all'abuso subito (**52,2%**). A tale punto di vista fanno seguito percentuali meno marcate di ragazzi per i quali le prepotenze toccano maggiormente i **compagni stranieri** (**6,5%**), quelli che presentano qualche **difetto fisico evidente** (**5,5%**), nonché quanti si distinguono per il **buon rendimento scolastico** (**5,1%**). Anche un **atteggiamento più effeminato da parte di un ragazzo o il modo di fare tendenzialmente mascolino di una adolescente** può essere un pretesto valido per il bullo per scaricare la propria violenza (**4,8%**).

**IL BULLISMO PASSA ANCHE DAL CELLULARE.** Gli studi condotti da Telefono Azzurro ed Eurispes evidenziano la tendenza da parte di alcuni adolescenti del nostro Paese a perpetrare attraverso l'uso sbagliato del telefonino o di Internet veri e propri atti di violenza psicologica nei confronti di soggetti "deboli". I dati rilevati a riguardo mostrano che il 4,3% del campione ha utilizzato spesso (1,8%) o qualche volta (2,5%) **il cellulare o il web per escludere una persona da gruppi della realtà virtuale** o, nel 4% dei casi, **per diffondere massivamente informazioni false e cattiverie** ai danni di qualche compagno (qualche volta: 2,4%; spesso: 1,6%). Si ferma al 3%, invece, la percentuale di coloro ai quali è capitato di inviare sms, foto o video offensivi. Coloro che svolgono un ruolo da protagonista attivo nella scena del cyberbullismo dichiarano, con una frequenza pari al 39,4%, di **prediligere il cellulare come strumento di diffusione di contenuti che possono ledere la dignità di un compagno**, ferire la sua personalità e distruggere la considerazione che gli altri hanno di lui. Si tratta infatti di un mezzo di comunicazione con una copertura capillare tra le nuove generazioni, il che assicura la pervasività del messaggio diffuso. Non va però trascurato il **14,3% che sceglie i Social Network per compiere prepotenze** che, sebbene abbiano inizio in un contesto virtuale, hanno ricadute importanti nella vita reale dell'adolescente che ne è vittima. Su livelli analoghi si collocano le **chat**, scelte dal 10,6% del campione dei cyberbulli. Giochi di ruolo (4%) e spamming via e-mail (4%) sono le armi di cui si serve complessivamente l'8% dei prepotenti che agiscono nell'ombra del cyberspazio.

**SUL WEB LA DIFFUSIONE DI INFORMAZIONI FALSE COLPISCE IL 7,4% DEI RAGAZZI.** Come evidenziato dall'elaborazione delle risposte fornite dai ragazzi, al **7,4% del campione è capitato di scoprire, navigando in Rete, la presenza di informazioni false diffuse sul proprio conto** (qualche volta: 5,5%, spesso: 1,9%). A tale percentuale si aggiungono quanti hanno ricevuto messaggi o altri contenuti medialti (video, foto, ecc.) a carattere offensivo o di minaccia (3,2%, di cui: qualche volta 2,4% e spesso 0,8%). Infine, il 2,4% degli adolescenti ha subito l'esclusione intenzionale all'interno di gruppo sorto su Internet.

**RICORRE AL BISTURI PER RAGIONI ESTETICHE IL 5,3% DEGLI ADOLESCENTI.** Nella società del narcisismo, della ricerca della visibilità, del potere dell'immagine, i giovani, di

fatto, sono i soggetti che con più facilità finiscono per sottostare all'obbligo di essere belli, addirittura modificando il loro corpo con interventi di chirurgia estetica. Secondo l'indagine condotta da Telefono Azzurro ed Eurispes, **si è sottoposto ad un intervento di chirurgia estetica il 5,3% degli adolescenti**, percentuale minoritaria ma non insignificante se si considera che gli intervistati hanno un'età compresa fra i 12 ed i 19 anni. Per quanto riguarda invece gli altri interventi di manipolazione del proprio corpo più in voga tra i giovani, i dati indicano che **il 15,5% è ricorso al piercing ed il 6,5% al tatuaggio**. Il piercing risulta quindi più apprezzato, forse anche perché non necessariamente permanente. **Il piercing risulta più diffuso tra le femmine che tra i maschi** (19,9% vs 10,4%). **Il tatuaggio, invece, risulta leggermente più frequente tra gli intervistati di sesso maschile** (7% vs 6%), mentre quasi identica è la quota di ragazze e ragazzi che per correggere difetti fisici sceglie di sottoporsi ad interventi di chirurgia estetica, a testimonianza di quanto oggi l'attenzione all'estetica sia prerogativa di entrambi i sessi (5,5% vs 5%).

**QUASI IL 28% DICHIARA DI BERE SUPERALCOLICI.** L'adolescenza è l'età dell'attrazione nei confronti dei pericoli e di ciò che è oggetto di divieto. Da qui la frequente attrazione per l'alcol, le sostanze stupefacenti ed il fumo: comportamenti "da grandi", che gli adulti "proibiscono" e definiscono dannosi. Dall'indagine emerge che gli intervistati dichiarano di stare a debita distanza da sostanze pericolose come droghe, alcol e psicofarmaci, mostrando così un comportamento responsabile. La larghissima maggioranza degli adolescenti afferma di non aver mai fatto uso di eroina (94,9%), di lsd/ allucinogeni e ecstasy/acidi (in entrambi i casi 94,5%), di psicofarmaci (92,6%), di cocaina (92,2%), di hashish/marijuana (86,6%). Quasi la metà del campione non beve mai vino e birra, ma non va sottovalutato che oltre un terzo (36,8%) lo fa occasionalmente, e ben l'11,7% lo fa spesso. È importante poi sottolineare **l'esistenza di una discreta percentuale di ragazzi intervistati a cui capita di bere superalcolici** (occasionalmente il 21% e spesso il 7,8%), spinti forse, visto la loro giovane età, dalla curiosità di assaporare il gusto del "proibito" che spesso cela, tuttavia, pericoli da non sottovalutare. Per quanto concerne gli psicofarmaci, il 92,6% degli adolescenti non li usa mai, il 2,3% occasionalmente, l'1,6% spesso. **Va tuttavia sottolineato che gli intervistati hanno maggiore facilità a dichiarare che gli altri – piuttosto che loro stessi – adottano tali tipi di comportamenti.** Se, ad esempio, gli adolescenti dichiarano di fare uso di droghe leggere occasionalmente o spesso nel 10,3% dei casi, **la percentuale di amici che fa uso di tali hashish/marijuana sale al 33,4%**. Allo stesso modo, se il 5,9% dei ragazzi dichiara di fare uso occasionalmente o spesso di eroina/cocaina, **ben l'11,1% dichiara di avere amici che fanno uso di droghe pesanti e il 9,2% che assumono pasticche:** dati senza dubbio preoccupanti.

**IL 17,6% GIUDICA POSITIVO O ACCETTABILE UBRIACARSI.** Come giudicano gli adolescenti una serie di comportamenti che possono rivelarsi dannosi per la salute? Sebbene l'indagine mostri che la larga maggioranza del campione considera negativo fare uso di droghe leggere (73,2%) e pesanti (87,3%) o assumere ecstasy/acidi (87%) e psicofarmaci (79,2%), non va sottovalutato che viene ritenuto accettabile o addirittura positivo: **fumare** da più di un adolescente su cinque (21,9%); **ubriacarsi** dal 17,6%; fare uso di **droghe leggere** dal 9,9%; fare uso di **droghe pesanti** dal 4,2%; assumere **extasy/acidi** dal 4,4%; ma anche sottoporsi a **doping** per migliorare le prestazioni sportive (5,6%).

**UNA DIETA ABBASTANZA EQUILIBRATA.** Dall'indagine effettuata emerge che l'alimentazione dei ragazzi dai 12 ai 19 anni appare, nel complesso, piuttosto equilibrata. **La pasta o il riso rappresentano il pasto principale**, tanto da essere mangiati "tutti i giorni" dal 42,7% dei ragazzi e "spesso" dal 34,4%. Insieme ai carboidrati (pasta e riso) anche la frutta viene assunta "tutti i giorni" e "spesso" rispettivamente dal 42,4% e dal 29,8% dei giovani intervistati. La carne non fa parte dell'alimentazione quotidiana (il 16,2% dichiara di mangiarla "tutti i giorni") ma viene, comunque, mangiata "spesso" (56,2%) o "una/due volte la settimana" (23,7%). Il pesce, invece, viene inserito nella dieta dei 12-19enni "una/due volte la settimana" (57,5%) e "spesso" solo nel

22,6% dei casi. La verdura, come la frutta alimento portatore per eccellenza di vitamine e sali minerali, è assunta tutti i giorni solo dal 29,1% degli intervistati, mentre il 35,4% la consuma spesso e il 20,6% almeno una o due volte a settimana. Il formaggio, invece, è consumato con frequenza dal 53,1% (il 17,3% lo fa quotidianamente e 35,8% spesso), mentre il 45% solo saltuariamente o mai (rispettivamente il 29,9% e il 15,1%). **Circa la metà degli intervistati (52,3%), inoltre, assume frequentemente dolci** (il 19,2% quotidianamente e il 33,1% spesso), mentre il 38% occasionalmente durante la settimana e il 7,6% mai. **Gli snack, infine, fanno parte della dieta abituale degli adolescenti nel 58,9% dei casi**, a fronte del 27,7% che li consuma solo una o due volte a settimana e dell'11,2% che non li mangia mai.

**IL 16% DELLE RAGAZZE È A DIETA PERCHÉ SI SENTE GRASSO.** Il 73% dei ragazzi dichiara di non seguire una particolare alimentazione, mentre un adolescente su 10 ammette di mangiare secondo una dieta particolare perché si considera grasso. **Un dato che sale al 16% tra le ragazze** (mentre i maschi si fermano al 4,7%). Il 5,5% degli adolescenti è costretto ad un'alimentazione particolare perché secondo il parere dei genitori o del medico ha necessità di dimagrire, mentre il 4,8% segue una alimentazione particolare con l'obiettivo di ingrassare. Solo il 3% circa degli adolescenti dichiara di seguire una dieta particolare a causa di problemi di salute effettivi (allergie, intolleranze, etc.).

**MANGIARE FUORI: AL PRIMO POSTO LA PIZZERIA, AL SECONDO IL FAST-FOOD.** Durante l'adolescenza i ragazzi cominciano ad avere una vita sociale articolata, fatta non più solo di ciò che è predisposto dai genitori, ma anche di uscite serali con gli amici (sempre più frequentemente con l'innalzarsi dell'età). È, dunque, interessante indagare quali siano le abitudini alimentari degli adolescenti fuori dalle mura domestiche. I dati emersi dal sondaggio mostrano come i ragazzi prediligano uno dei luoghi di ristorazione tipici della cucina nazionale: **il 56,4% degli intervistati, infatti, mangia spesso (49,7%) o sempre (6,7%) in pizzeria**, e il 37,6% vi si reca almeno qualche volta. **Seconda mèta più frequentata è il fast food**, di cui sono pochi i clienti assidui (il 9% ci va spesso o sempre), ma numerosi quelli occasionali (56,9%). **Tra i cibi "etnici" il più consumato risulta essere il Kebab**, con il 9,8% degli adolescenti che lo mangia spesso o sempre e il 34,3% che lo fa qualche volta, mentre meno successo hanno i ristoranti cinesi e la cucina giapponese (scelti, in entrambi i casi, dal 4,8% che ci va assiduamente e dal 21% e 10,8% che ci va solo qualche volta).