

**PROGETTO REGIONALE  
ADA - UIL Pensionati  
«Giovani e anziani di fronte alla crisi»**

Indagine sulla percezione della crisi economica dei giovani e degli anziani in regione

**Rapporto di ricerca**

Da diverso tempo ormai nella nostra società si parla di crisi: questa attraversa i diversi ambiti, e dunque crisi economica, politica, sociale. D'altra parte la crisi si manifesta anche in maniera verticale a partire dalle istituzioni fino al singolo individuo.

In un'epoca di trasformazioni continue gli individui, le istituzioni e la società sono in crisi. E dunque anche i giovani sono in crisi: vivono la crisi, la subiscono o cercano di difendersi da essa?

La parola crisi deriva dal greco "*krino*", separare, ma anche discernere, giudicare e valutare. Nell'uso comune questo significato ha assunto un senso negativo, con riferimento agli aspetti di peggioramento di una situazione. Ma se pensiamo bene alla parola troviamo anche un significato positivo del termine, perché la crisi comporta un momento di riflessione, di valutazione, di scelta critica, di cambiamento di uno status quo e può sicuramente portare ad un miglioramento.

Nei momenti di crisi spesso si guarda ai giovani che per le loro caratteristiche interne ben riflettono i mutamenti e le trasformazioni continue come delle "spie" di allarme. I giovani ci portano a riflettere sul disagio della società, sulle difficoltà degli adulti; sono loro i "segnalatori" di fenomeni già esistenti nella società, ma li sentono con un certo anticipo, rispetto alle altre categorie sociali o di età.

Essi rappresentano uno specchio di un qualcosa che in realtà è già in atto, ma che non appare con la stessa evidenza nei comportamenti degli altri soggetti.

Ciò che rende gli adolescenti così "anticipatori" è una loro componente intrinseca al tempo/età che vivono. Nell'età adolescenziale il processo di sviluppo dell'identità è il frutto di un costante confronto/scontro con i principali punti di riferimento, ovvero la famiglia, la scuola, le due principali agenzie educative del nostro sistema sociale. All'interno di tali microsistemi sociali avviene un percorso di crescita reale e simbolico fatto di riti di passaggio in grado di sviluppare nell'adolescente sia le capacità adattive che le capacità creative in modo da creare un'identità personale e sociale "desiderabile" composta di codici iscritti nella convivenza civile tra le persone.

La relazione umana rimane l'unica dimensione di duraturo e reale apprendimento delle competenze trasversali di una persona, sia essa adolescente sia essa adulta. Le competenze trasversali, o competenze di vita, costituiscono la nostra Intelligenza Emotiva, la nostra capacità di ponderare, scegliere, creare percorsi di vita coerenti e armonici con la nostra personalità e talenti e la realtà sociale nella quale viviamo.

Qualunque altra forma di rappresentazione della relazione umana, sia essa mediatica o virtuale provoca a lungo andare un eccesso di simbolizzazione dei processi di relazione che, se prevalente, conduce ad un impoverimento delle risorse relazionali e delle competenze emotive necessarie per una formazione dell'identità sia essa personale, sia essa sociale. In quest'ottica si leggono e si interpretano i segnali di una crescente instabilità e senso di frustrazione, nonché di pensiero pessimista che alberga nelle giovani generazioni. Il progressivo allontanamento dalla reale relazione umana e sociale genera una categorizzazione del pensiero irrigidito su posizioni soggettive e incapace di creare una dimensione di immaginario collettivo nel quale il soggetto risulta compartecipe e cor-responsabile.

Il significato che noi diamo a noi stessi è strettamente correlato con la qualità delle relazioni che instauriamo nel tempo, siano esse generate in contesti formali come la scuola, siano esse generate da contesti non formali come il nucleo familiare, la famiglia parentale, il gruppo di amici, le relazioni di vicinato. Tutti questi contesti alimentano in buona parte l'immagine che ci facciamo di noi stessi e in tali contesti la persona trova la chiave per mettere in gioco la sua personalità, le sue capacità, le sue competenze.

In presenza di relazioni di basso profilo di tenore emotivo, la persona tenderà ad assumere pensieri, idee e comportamenti frutto della personale speculazione, carente pertanto della capacità di mettersi in scambio-confronto-cambiamento con altre posizioni.

La finalità che la ricerca si è posta rientra nella visione e nella convinzione che la qualità delle relazioni umane migliori il benessere personale e sociale di tutti i componenti di un micro sistema. Il poter portare al di fuori di noi le proprie convinzioni discutendole, stimola la nostra capacità di mettere insieme, mediare, cercare soluzioni condivise e durature che vanno al di là del benessere economico o personale. L'incontro tra generazioni non contigue, ovvero adolescenti e anziani, ci ha dato la possibilità di scardinare una visione di appartenenza che permea quelle fasce d'età spesso stereotipate.

In più occasioni in precedenti progetti abbiamo messo fianco a fianco queste due generazioni di persone con risultati sorprendenti in termini di capacità di relazione, ascolto, confronto, fiducia.

In questo periodo piuttosto esteso di crisi, la nostra intenzione è stata quella di mettere in collegamento i giovani con gli anziani affinché dal dialogo, dalla reciproca conoscenza potesse scaturire una fiducia nel leggere e interpretare il presente e il futuro, vedendo il cambiamento come occasione di crescita e miglioramento.

Da queste basi nasce la nostra ricerca, che ha coinvolto 194 tra ragazze e ragazzi delle scuole medie e superiori della regione Emilia-Romagna e 100 nonni e nonne e vicini di casa delle classi coinvolte.

Il lavoro del progetto ha visto una prima fase di incontro con le classi, e quindi di laboratori di discussione con i ragazzi e i docenti presenti, a seguito del quale abbiamo distribuito un questionario per la rilevazione del loro punto di vista sulla crisi. Una seconda fase è stata attivare i ragazzi nel coinvolgere e intervistare in prima persona i nonni o altri parenti o vicini di casa sempre sul tema della crisi, dando loro un canovaccio di sei domande da seguire durante l'intervista.

Per quanto riguarda gli incontri in classe, c'è stata, come prevista, una notevole differenza tra le scuole medie (110) e le superiori (84) in termini di preoccupazione per il futuro lavorativo, pertinente per lo più ai ragazzi delle superiori pari al 52% del campione delle superiori, e il 39% tra le medie. Entrambi i target d'età hanno un discreto dialogo in famiglia circa la crisi, appresa per lo più per mezzi di informazione, mentre per i ragazzi delle superiori a tali dati si aggiunge quello delle discussioni con la famiglia.

Dato interessante è che a dialogare sul tema della crisi i ragazzi segnalano non solo la famiglia (38%), ma anche i professori a scuola (27%). Il 18% condivide questo tema anche con gli amici. Il 74% del campione delle superiori avverte una forte preoccupazione circa sia il tenore di vita che il benessere.

In entrambi i target il sentimento suscitato da questa situazione è di tensione, preoccupazione, incertezza. Nel campione delle medie il sentimento che emerge in prevalenza è comunque la "Reazione" per il 66%, ovvero la convinzione che ad ogni problema c'è una soluzione da trovare e praticare con determinazione.

Durante gli incontri in classe con i ragazzi abbiamo parlato molto delle aspirazioni professionali, ambizioni sociali e personali che ciascuno di loro vorrebbe raggiungere. Il clima in generale è molto positivo, nel senso che confidano molto nel futuro al di là di una situazione critica presente. C'è da dire che per quanto riguarda le medie, spesso le famiglie riescono a non coinvolgere i figli nella dimensione emotiva di possibile preoccupazione, lasciando così ai ragazzi di potersi raffigurare percorsi di vita e crescita non condizionati troppo dalla realtà presente. Per quanto riguarda il clima nelle scuole superiori, i ragazzi tendono molto a mantenere una visione reattiva con un latente pessimismo circa la possibilità di coltivare i propri talenti e le proprie abilità. C'è molta disponibilità in entrambi i target a viaggiare, spostarsi per lavoro o per una generale ricerca di nuove mete personali.

Da qui la considerazione che hanno fatto entrambi i target circa la definizione che loro danno della parola "crisi". E' emerso negli incontri che alcuni ingredienti della crisi sono dettati da elementi culturali e sociali che limitano lo sviluppo civile e cooperativo della società e che in momenti di

crisi economica tornano a galla come nodi irrisolti.

Questa riflessione scaturita dai ragazzi è stata molto argomentata e discussa tra loro e un comune denominatore alla discussione è stato che la crisi è stata una lente di ingrandimento attraverso la quale vedere ciò che non va nella nostra società. Permane un dato, che si ritrova anche nel questionario, (“*La crisi economica e la modifica delle aspettative del futuro*”: *NO* 15%; *POCO* 24%; *ABBASTANZA* 37%; *MOLTO* 15%; *MOLTISSIMO* 8%), che l'aspettativa per il proprio futuro non risentirà troppo della crisi attuale. Questo dato si può interpretare come una visione piuttosto positiva, in quanto mette in rilievo la convinzione che questo campione possiede sulle proprie capacità e potenzialità.

Questo dato introduce un elemento alla ricerca molto interessante. Ovvero la percezione che il campione ha di sé, delle proprie capacità e potenzialità per migliorare, arricchire la società in cui vivono. In un senso più profondo, il campione rispecchia l'ingrediente fondamentale per accedere ad un cambiamento, ovvero la capacità di sprigionare la creatività per reinventare nuovi modi di vivere alla luce di un benessere sociale e personale.

E in tempi di crisi questo vuol dire essere particolarmente responsabili e “creativi”. La creatività costituisce l'ingrediente fondamentale per fare in modo che il processo di innovazione si metta in moto. Lo sviluppo, la crescita, il cambiamento hanno tutte in comune la creatività; la vivacità intellettuale per fare nuove cose richiede creatività e responsabilità. I giovani dunque possono partire da un percorso di riappropriazione del percorso di crescita e consapevolezza.

Il 2012, stando al Rapporto Eurispes, «evidenzia segnali di maggiore difficoltà e di fragilità delle famiglie», rispetto alla rilevazione del 2010, dove la situazione lavorativa dei genitori era cambiata solo in pochi casi: oggi più di un bambino su cinque (22,2%) riferisce la difficoltà della propria famiglia ad arrivare alla fine del mese. Nel 2012 più di un adolescente su quattro riteneva che la crisi economica avesse colpito la propria famiglia (29%), oggi ben la metà dei ragazzi (50,1%) si dice consapevole della difficile situazione economica che vive in prima persona nella propria famiglia. Sebbene nel 64,9% la situazione professionale dei genitori complessivamente appaia invariata, in quasi una famiglia su tre (30,9%) la crisi economica ha costretto a dei cambiamenti nella condizione lavorativa.

I dati che abbiamo raccolto in questa indagine (da gennaio a marzo 2013) si allineano, ovviamente considerando le proporzioni dei campioni, con quanto emerso dall'Eurispes relativamente al 2012.

Un dato da introdurre per qualificare l'entità di tale contrazione economica, risiede nella richiesta che abbiamo rivolto al campione circa la modifica dei consumi rispetto a quelli abituali. Tra questi ai primi posti, le uscite serali, siano esse fatte con la famiglia (per il campione delle medie), sia esse fatte con amici (per le superiori); l'acquisto di nuove tecnologie e l'abbigliamento. Questa contrazione dei consumi rispecchia ciò che sta accadendo in rilevazioni molto ampie a livello nazionale. Il campione dei ragazzi quando abbiamo parlato della loro personale riduzione dei consumi, molti di loro hanno sottolineato la somiglianza tra il loro comportamento e quello raccontato dai nonni. Questo passaggio molto importante ha avvalorato la nostra ipotesi di ricerca, ovvero, quale affinità, somiglianze, punti di contatto ci sono tra le due generazioni. Molti interventi dei ragazzi hanno riportato i racconti fatti dai nonni circa il loro stile di vita, i sacrifici e la tenacia con i quali hanno convissuto e che tuttora sono l'impronta nel presente. Il messaggio di fondo che accomunava i loro dialoghi si basava su concetti basilari quali l'onestà morale, la tenacia nel voler raggiungere gli obiettivi e la visione collettiva. Quest'ultimo elemento è quello maggiormente minacciato tra i giovani. La capacità di tessere relazioni non strutturate finalizzate a creare senso di comunità, di appartenenza, sono la chiave di volta per mettere in moto un volano di “ri-costruzione”. Questo termine, se per i loro nonni era identificabile con gli orrori della guerra e il processo di ricostruzione fisica, economica e sociale, oggi per i giovani significa la “ri-costruzione” di un'identità sociale di appartenenza basata sulla fiducia e la moltitudine. **L'azione di cambiamento dunque risiede nell'azione di molti, nell'azione sociale, mentre in seme del**

## **cambiamento risiede in ognuno di noi.**

Molta letteratura sociologica contemporanea suggerisce un elemento di analisi interessante che ben si collega alle ipotesi della nostra ricerca.

La crisi che connota l'Italia in questi anni corrisponde ad un'aumentata instabilità sia dell'organizzazione lavorativa (vedi il concetto di flessibilità così strettamente connesso al termine precarietà), che dell'organizzazione sociale (vedi il concetto di globalizzazione in senso esteso). Tale condizione alimenta nelle giovani generazioni una visione centrata sul *hic et nunc*, sul presente, in quanto diminuendo la certezza determinata da strade oggi non più percorribili da tutti (quali un lavoro fisso, una stanzialità abitativa, una famiglia allargata), aumenta proporzionalmente la quota di rischio nelle scelte che compiamo siano esse in ambito di studi, professionale, abitativo, familiare. Il grado di incertezza e variabilità della realtà economica e sociale offre da un lato un livello di complessità maggiore, che a sua volta ha bisogno di una più efficace capacità di leggere, interpretare e scegliere la strada migliore, dall'altro necessita di un rafforzamento sulle capacità di rischiare e puntare sulla capacità di coltivare e mettere a frutto talenti e competenze personali per costruirsi un percorso che poco rassomiglia alle condizioni e stili di vita condotti dalla generazione precedente. Un elemento che qualifica questo punto di vista risiede nel grado di partecipazione che i giovani oggi rivolgono alla vita pubblica in senso tradizionale. Molti contesti di partecipazione e impegno sociale sono l'evocazione e la coerente rappresentazione di un sistema organizzativo che contemplava al suo interno il concetto di stabilità a lungo termine. Oggi la realtà spinge nel senso opposto, generando sia impotenza, sia frustrazione, sia adattamento alle nuove condizioni.

Il convivere in una società dove il cambiamento si fa repentino, genera un pensiero ad esso adeguato, che porta in sé il valore dell'instabilità come principale protagonista.

In tale contesto sociale, culturale ed economico, le giovani generazioni stanno e devono mettere a punto strategie nuove basate sulla loro personalità, risorse, capacità e voglia di rischiare per cambiare. Questo continuo dinamismo mette a dura prova la nostra capacità di reagire in tempi brevi per cercare soluzioni alternative e innovative.

Qui risiede il nodo cruciale della nostra indagine e riflessione che porta in sé una domanda: quanto stiamo facendo per preparare le nuove generazioni ad avere fiducia in sé stessi e allenarli ad una nuova consapevolezza di sé e del mondo in cui viviamo, affinché ogni scelta sia compiuta per progredire e non per regredire? La sfida a nostro parere risiede proprio qui.

I dati derivati dall'analisi dei questionari e dagli incontri svolti con i ragazzi fanno emergere una volontà di cambiare in cui loro sono attori e protagonisti di un nuovo sistema. Dall'altro, elemento molto importante, portano con sé la fiducia e la capacità adattiva già messa in atto dalla generazione dei nonni, entrambi legati dal concetto di ri-costruzione di una visione del mondo che esplora il "benessere" come stile di vita consapevole delle complessità e sempre attivo e aperto al cambiamento, al rischiare e al mettersi in gioco in prima persona.

*Dott.sa Valentina Maciariello*

## QUESTIONARIO PER GLI STUDENTI

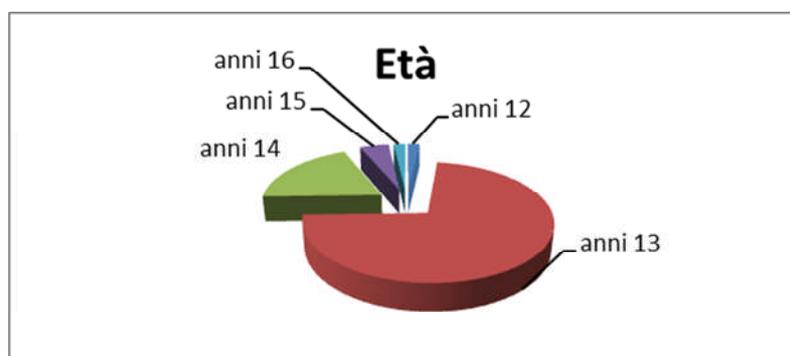
### MEDIE INFERIORI

Istituto comprensivo “Agostino Casaroli”, Piacenza;

Istituto comprensivo “Galileo Galilei”, Marzabotto (BO)

Schede processate	110
Maschi	58
Femmine	50
Non dichiara	2

Età	
anni 12	2
anni 13	80
anni 14	21
anni 15	5
anni 16	2



Pensi che la tua famiglia sia stata colpita dalla crisi?			
6	55	42	6
5%	50%	38%	5%

Considerazioni : aggregando a due a due i termini (no, poco)(abbastanza, molto) risulterebbe che la crisi colpisce la metà delle famiglie. Ma questa è solo la percezione che i ragazzi hanno, della loro situazione familiare, non è detto che sia quella reale.



### I tuoi genitori seguono le notizie sulla crisi?

SI	NO	Quando capita	NON SO
75	1	30	4
68%	1%	27%	4%

Considerazioni: emerge una stragrande maggioranza di famiglie che segue l'andamento della crisi

### Quali sono le tue fonti di informazioni sulla crisi? (% sulle risposte)

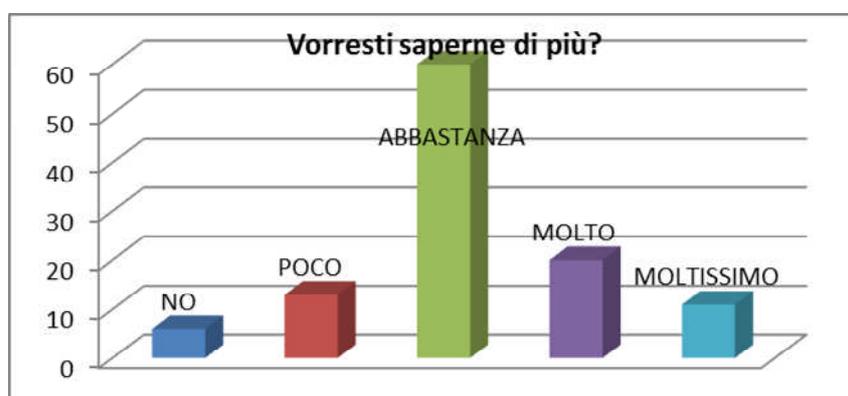
TG	GIORNALI	DIBATTITI Radio TV	DISCUSSIONI in famiglia	AMICI	PARENTI
38%	18%	15%	18%	4%	8%

Considerazioni: la fonte televisiva risulta essere la maggiore sorgente in assoluto delle notizie sulla crisi, anche per i ragazzi. Resta da vedere se la domanda è stata interpretata bene, perché le risposte sembrerebbero più considerare la fonte di informazione dei genitori che quella dei ragazzi. Quel 18% di informazione tramite giornali mi fa venire dei dubbi per dei ragazzi di 13 anni circa.

### Sulla crisi ti interesserebbe saperne di più?

NO	POCO	ABBASTANZA	MOLTO	MOLTISSIMO
6	13	60	20	11
5%	12%	55%	18%	10%

Considerazioni: un 5% non sembra interessato a saperne di più, c'è una grande maggioranza di "abbastanza" che a mio parere è un'area grigia che non prende posizione. Invece un 28% che è fortemente interessato all'informazione ed è l'unico gruppo che dimostra una chiara volontà di informazione.



## La crisi economica sta ponendo problemi alla tua famiglia?

SI	SI, MA NON TROPPO	NO	NON SO
17	55	24	14
15%	50%	22%	13%

Considerazioni: se confrontiamo questo risultato con quello della prima domanda si hanno risultati completamente diversi: l'13% dichiara di non saperlo e il 15% ha la percezione che la famiglia abbia problemi veri (il "si" non ammette dubbi), mentre la stragrande maggioranza ammette che qualcosa è cambiato, mentre il 22% non ha dubbi che tutto sia rimasto come era. Quindi il 65% dei ragazzi percepisce che qualcosa è cambiato, rimettendo in discussione la prima risposta.

## La crisi ha influito sul lavoro dei tuoi genitori?

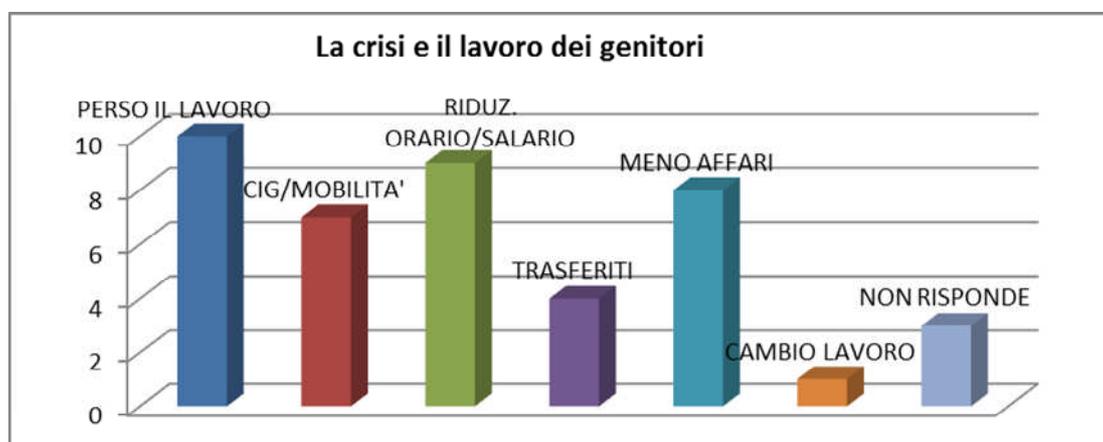
SI	NO	Non risponde
39	55	16
35%	50%	15%

Considerazioni: il problema del lavoro c'è anche se non drammatico, vedremo con gli incroci dedicati a questa categoria come cambiano per loro gli stili di vita.

### Se SI perché:

Ha perso il lavoro	E' a CIG mobilità	Riduzione orario o salario	Trasferiti in altra città	Meno affari	Cambio lavoro	Non risponde
10	7	9	4(*)	8	1	3
9%	6%	8%	4%	7%	1%	3%

\*)Uno si è trasferito in altra nazione.

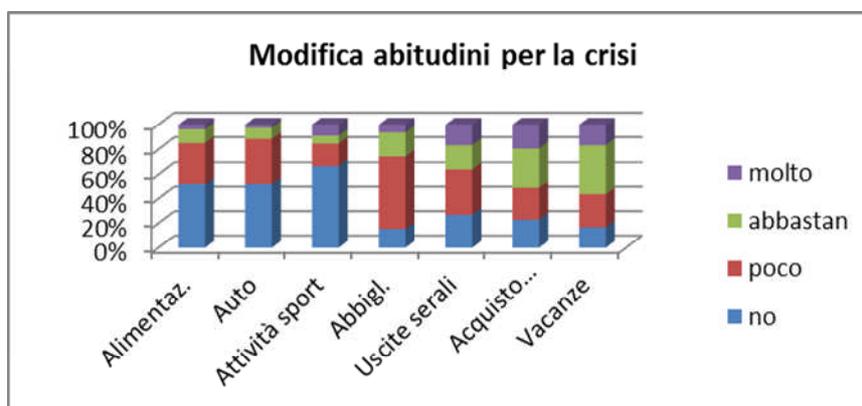


## La famiglia ha modificato le abitudini a causa della crisi?

(% sulle risposte)

	<b>NO</b>	<b>POCO</b>	<b>Abbastanza</b>	<b>MOLTO</b>
<i>Alimentazione</i>	52%	33%	11%	4%
<i>Auto</i>	52%	36%	9%	3%
<i>Attività sportive</i>	67%	18%	6%	9%
<i>Abbigliamento</i>	15%	59%	19%	6%
<i>Uscite serali</i>	27%	37%	19%	17%
<i>Acquisto apparati elettronici</i>	23%	26%	32%	19%
<i>Vacanze</i>	17%	27%	40%	17%

Considerazioni: aggregando a due a due i termini (no, poco)(abbastanza, molto) si ricaverebbe che i ragazzi percepiscono alcuni cambiamenti nelle abitudini familiari, ma che ancora a loro il messaggio non sia arrivato completamente. Alimentazione, auto e attività sportive non sembra esserci grossi problemi, per l'abbigliamento sta cambiando qualcosa (c'è un 59% che qualcosa avverte) così per le uscite serali, mentre il dato sulle vacanze registra un cambiamento più marcato. Vedremo che andando ad analizzare in dettaglio le famiglie che risentono della crisi che i dati cambieranno.



## Conosci altre famiglie che hanno disagi a causa della crisi?

<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>Non risponde</b>
46	34	30
42%	31%	27%

Considerazioni: l'alto numero di non risposte è dovuto a coloro che dalla domanda 5 sono andati alla domanda 6 direttamente

## A causa della crisi ti hanno ridotto la paghetta?

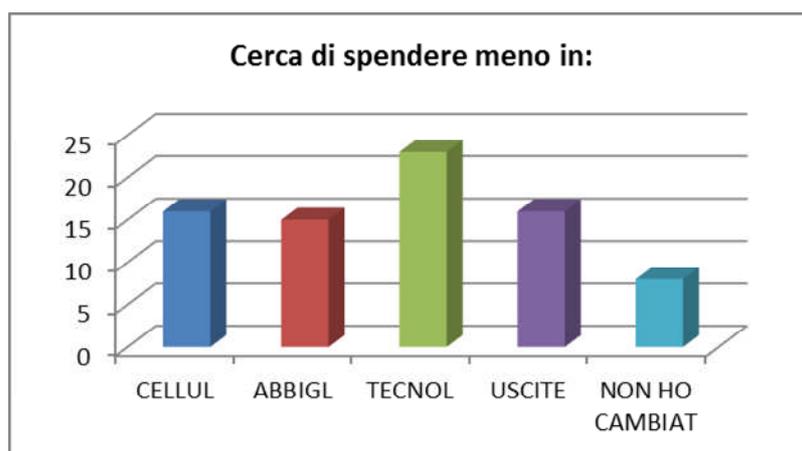
<i>SI, un poco</i>	<i>SI, non me la danno più</i>	<i>No, è uguale a prima</i>	<i>Mai avuta</i>
23	1	31	25
21%	1%	28%	23%

Considerazioni: 25 ragazzi hanno tenuto a sottolineare che loro la paghetta non l'avevano mai avuta, probabilmente i genitori intervengono su richiesta

## Comunque per fronteggiare la crisi cerca di spendere meno

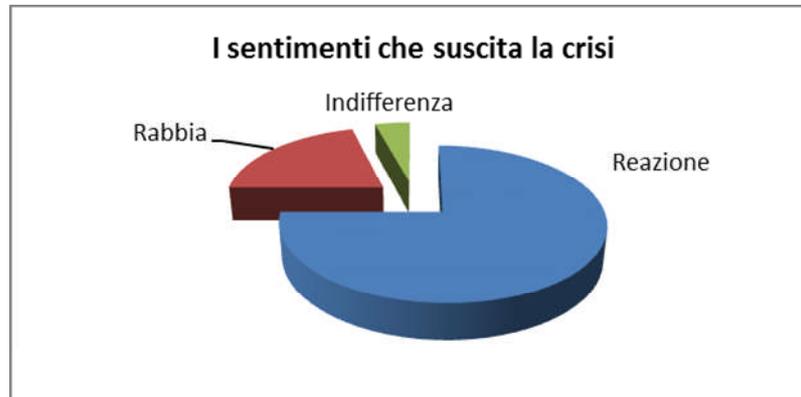
(% sulle risposte):

<i>Cellulare</i>	<i>Abbigliamento</i>	<i>Nuove tecnologie</i>	<i>Per uscire</i>	<i>Nessun cambiamento</i>
19%	21%	28%	19%	14%



### I sentimenti suscitati dalla crisi:

<i>Reazione</i>	<i>Rabbia</i>	<i>Indifferenza</i>
73	21	16
66%	19%	15%

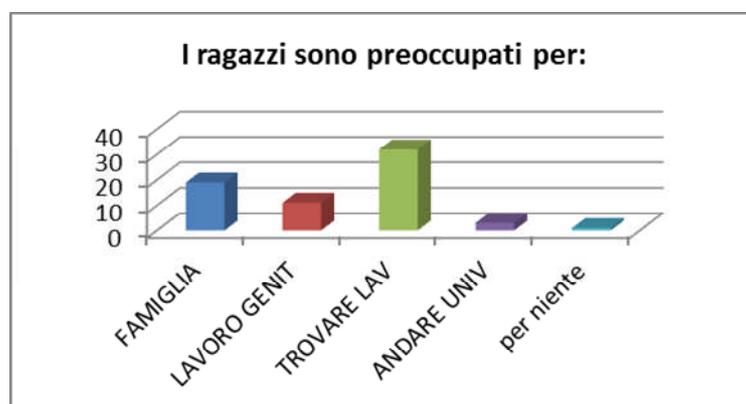


### I ragazzi dichiarano di essere preoccupati per:

(% sulle risposte)

<i>Difficoltà economiche della famiglia</i>	<i>Lavoro genitori</i>	<i>Trovare lavoro</i>	<i>Andare università</i>
24%	13%	56%	7%

Considerazioni: trovare lavoro è già una preoccupazione a questa età, l'università è troppo lontana per preoccuparsene, comunque il 38% considera i problemi della famiglia importanti. E guarda caso è molto vicino a quel 39% di ragazzi che dichiarano che i genitori hanno problemi di lavoro.



## ANALISI DETTAGLIATA SULLE FAMIGLIE IN DIFFICOLTA'

**Alla domanda 1.** – “Pensi che la tua famiglia si stia colpita dalla crisi” rispondono (*abbastanza e molto*) un totale di **48 famiglie** (pari al 44% del totale).

Di queste **29 famiglie** hanno problemi di lavoro (pari al 60% di chi dichiara essere in crisi). Questo significa che anche un 40% che non ha problemi sul lavoro (o almeno i ragazzi non lo percepiscono) comunque “emettono segnali” che i ragazzi percepiscono come *crisi*.

Ma c'è un dato che non è coerente, siccome le famiglie che i ragazzi dichiarano avere *problemi di lavoro sono 39*, significa che *10 ragazzi* pur denunciando che i genitori hanno problemi di lavoro non considerano questo motivo di crisi.

Comunque seguitiamo ad analizzare le 48 famiglie iniziali e vediamo come si comportano. Di ogni item prendiamo *abbastanza e molto* e vediamo cosa succede:

### Hanno ridotto i consumi su:

<i>Alimentazione</i>	<i>Uso auto</i>	<i>Sport</i>	<i>Abbigliamento</i>	<i>Uscite serali</i>	<i>Acquisti elettron</i>	<i>Vacanze</i>
17%	17%	21%	40%	44%	56%	56%

Ma se andiamo a confrontare questi dati in maniera omogenea: le 48 famiglie sulla percentuale di quelle che dichiarano che hanno ridotto *abbastanza e molto* otteniamo questi risultati:

<i>Alimentazione</i>	<i>Uso auto</i>	<i>Sport</i>	<i>Abbigliamento</i>	<i>Uscite serali</i>	<i>Acquisti elettron.</i>	<i>Vacanze</i>
100%	89%	83%	95%	75%	68%	61%

Considerazioni: *come si può vedere la riduzione delle spese le prime quattro voci è appannaggio quasi esclusivo delle famiglie che si dichiarano in crisi, ma comincia ad esserci anche una percentuale significativa delle altre che comunque sulle ultime tre voci comincia a risparmiare (25% sulle uscite serali, 32% acquisti apparati elettronici, 39% sulle vacanze, regali, ecc.)*

Vediamo ora come si comportano i ragazzi di queste famiglie:

Vuole saperne di più				
<i>NO</i>	<i>POCO</i>	<i>ABBASTANZA</i>	<i>MOLTO</i>	<i>MOLTISSIMO</i>
0	5	24	13	6
0%	38%	40%	65%	55%

Le percentuali sono fatte su coloro che hanno dato quel tipo di risposte, per cui, il 55% di coloro che sono interessati *moltissimo* a saperne di più sono ragazzi che considerano le loro famiglie

toccate dalla crisi, ed ugualmente il 65% di coloro che si dichiarano *molto interessati*. Le condizioni familiari mi sembra che giochino molto sull'interesse dei ragazzi, anche se non è esclusivo, il 45% dei ragazzi di famiglie che non sono considerate in crisi comunque dichiara di essere *moltissimo* interessato a saperne di più.

Dichiarano di **spendere meno** in:

<i>Cellulare</i>	<i>Abbigliamento</i>	<i>Nuove tecnologie</i>	<i>Uscite serali</i>	<i>Non ha cambiato abitudini</i>
16	15	23	16	8
53%	45%	52%	53%	36%

Anche queste percentuali sono fatte su coloro che hanno dato quella risposta. Sembra che una buona metà dei ragazzi abbia cambiato abitudini indipendentemente dai problemi familiari percepiti.

Sono preoccupati per:

<i>Economia familiare</i>	<i>Lavoro genitori</i>	<i>Trovare lavoro</i>	<i>Andare università</i>	<i>Per niente</i>
19	11	32	3	1
53%	58%	39%	30%	100%

Per i ragazzi delle famiglie che si sentono in crisi il problema principale è quello immediato, più del 50% dichiara di essere preoccupato per le condizioni economiche della famiglia e per il lavoro dei genitori. L'orizzonte è limitato al presente, tanto è vero che solo il 39% di coloro che hanno paura per il lavoro futuro appartiene a queste famiglie, questi ragazzi stanno pensando all'oggi. Uno di loro si dichiara esplicitamente di non avere preoccupazioni, scrivendolo in chiaro sul questionario.

## MEDIE SUPERIORI

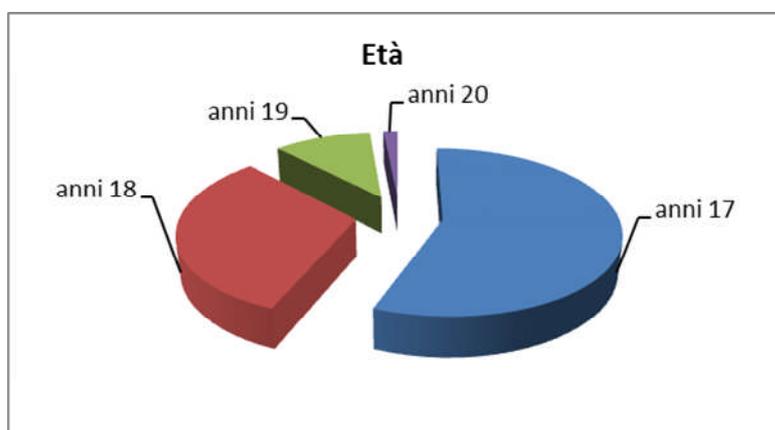
Istituto Professionale per servizi alberghieri “Pellegrino Artusi”, Forlimpopoli (FC)

Liceo Soci-psico-pedagogico “V. Carducci”, Folimpopoli (FC)

Istituto tecnico “Gaetano Salvemini” – Casalecchio di Reno (BO)

<b>Schede processate</b>	84
<i>Maschi</i>	31
<i>Femmine</i>	53

Età	
<i>anni 17</i>	37
<i>anni 18</i>	21
<i>anni 19</i>	7
<i>anni 20</i>	1



Quali sono le tue fonti di informazioni sulla crisi? (% sulle risposte)					
<i>PARENTI</i>	<i>TG</i>	<i>GIORNALI</i>	<i>DIBATTITI Radio TV</i>	<i>DISCUSSIONI in famiglia</i>	<i>AMICI</i>
35,00%	15%	11%	20%	5%	13%

Considerazioni: la fonte televisiva risulta essere la maggiore sorgente in assoluto delle notizie sulla crisi, anche per i ragazzi. Le percentuali rispecchiano grosso modo quelle dei ragazzi più piccoli, anche se non è da sottovalutare quel 5% in più sui “parenti”

### I tuoi genitori seguono le notizie sulla crisi?

<i>SI</i>	<i>NO</i>	<i>Quando capita</i>	<i>NON SO</i>
71	1	12	0
85%	1%	14%	0%

Considerazioni: *quasi la totalità delle famiglie segue l'andamento della crisi. La percentuale è superiore a quella della famiglie dei più piccoli (oppure è solo una differenza di percezione)*

### I tuoi genitori parlano della crisi economica?

NO	Si, ma mi tengono fuori	Si, ma non mi coinvolgono	Si, mi coinvolgono
13	0	17	54
15%	0%	20%	64%

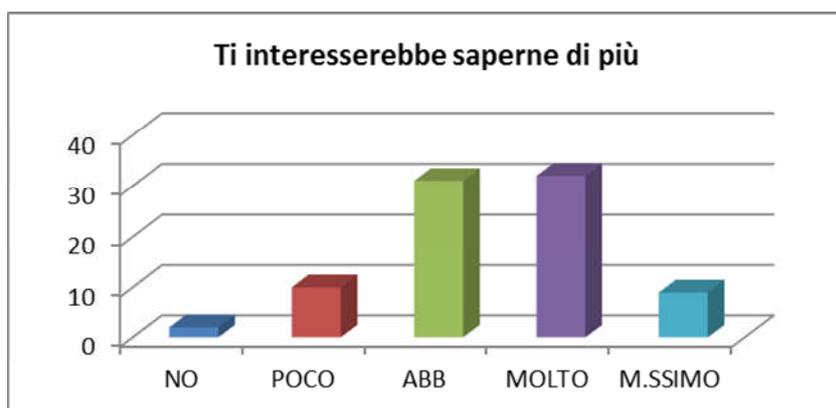
Considerazioni: *una grande maggioranza di famiglie parla delle conseguenze che la crisi economica può avere sulla propria famiglia, e la maggioranza di loro cerca di coinvolgere i figli.*



### Sulla crisi ti interesserebbe saperne di più?

NO	POCO	ABBASTANZA	MOLTO	MOLTISSIMO
2	10	31	32	9
2%	12%	37%	38%	11%

Considerazioni: *l'età ovviamente conta se il 49% vorrebbe saperne di più, e la differenza con i piccoli è sensibile, si riduce l'area grigia degli "abbastanza" e l'interesse è più motivato.*



### Pensi che la tua famiglia sia stata colpita dalla crisi?

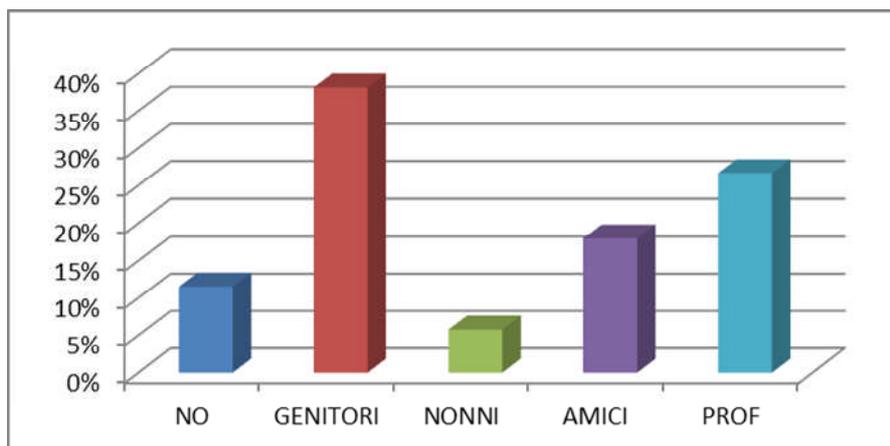
<i>NO</i>	<i>POCO</i>	<i>ABBASTANZA</i>	<i>MOLTO</i>
6	55	42	6
5%	50%	38%	5%

Considerazioni : *aggregando a due a due i termini (no, poco)(abbastanza, molto) risulterebbe che la crisi colpisce la metà delle famiglie. Ma questa è solo la percezione che i ragazzi hanno della loro situazione familiare, non è detto che sia quella reale.*

### Parli con qualcuno della crisi? (% sulle risposte)

<i>NO</i>	<i>GENITORI</i>	<i>NONNI</i>	<i>AMICI</i>	<i>PROF</i>
12%	38%	6%	18%	27%

Considerazioni: *i genitori e i professori sono di gran lunga i soggetti con i quali si confrontano, non è poco.*



### Definisci l'impatto della crisi economica sulle persone?

(% sulle persone)

<i>E' una opportunità</i>	<i>Non ha ridotto il tenore di vita</i>	<i>Tenore di vita ridotto poco</i>	<i>Tenore di vita molto cambiato</i>	<i>A rischio il benessere</i>
4%	1%	21%	41%	33%

Considerazioni: *il 74% delle risposte denunciano una forte preoccupazione*

## La crisi economica sta ponendo problemi alla tua famiglia?

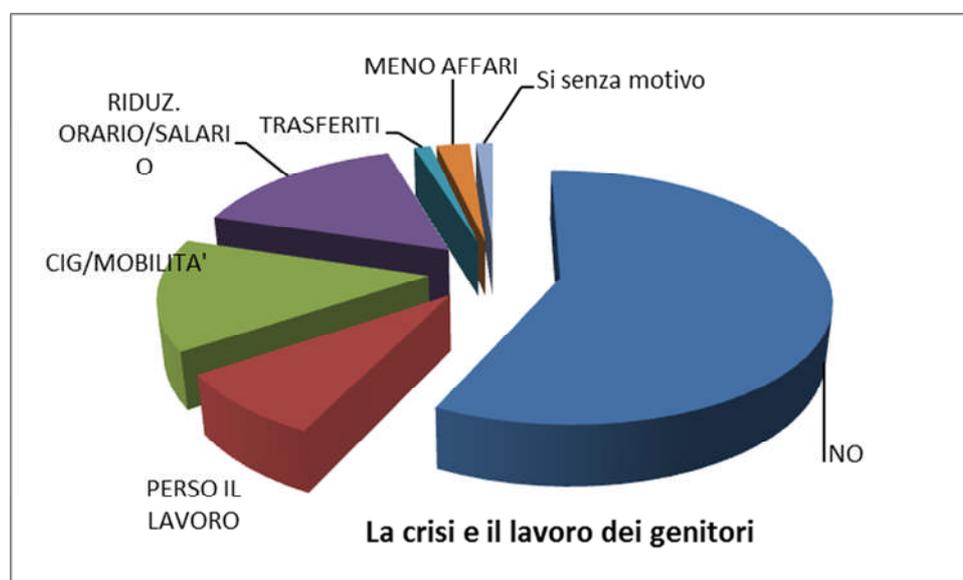
SI	SI, MA NON TROPPO	NO	NON SO
14	44	16	10
17%	52%	19%	12%

Considerazioni: c'è una maggioranza che sente "sfiorata" dalla crisi, mentre un 17% è consapevole di esserci dentro. Il risultato non è molto discosto da quello dei ragazzi più piccoli.

## La crisi ha influito sul lavoro dei tuoi genitori?

NO	PERSO IL LAVORO	CIG/MOBILITA'	RIDUZ. ORARIO/SALARIO	TRASFERITI	MENO AFFARI	SI, senza motivo
48	7	12	13	1	2	1
57%	8%	14%	15%	1%	2%	1%

Considerazioni: la maggioranza non denuncia problemi sul lavoro e la percentuale è paragonabile a quello delle medie inferiori (e quindi anche territori diversi) e quindi si spiega anche quel "SI, ma non troppo" della risposta alla domanda precedente.

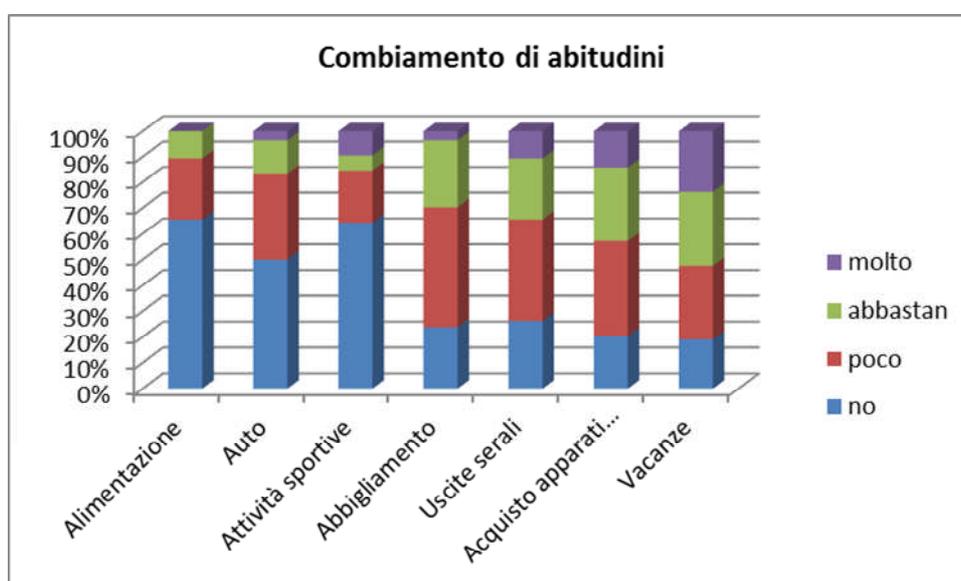


## La tua famiglia ha modificato le abitudini a causa della crisi?

(% sulle risposte)

	<i>NO</i>	<i>POCO</i>	<i>Abbastanza</i>	<i>MOLTO</i>
<i>Alimentazione</i>	65%	24%	11%	0%
<i>Auto</i>	50%	33%	13%	4%
<i>Attività sportive</i>	64%	20%	6%	10%
<i>Abbigliamento</i>	24%	46%	26%	4%
<i>Uscite serali</i>	26%	39%	24%	11%
<i>Acquisto apparati elettronici</i>	20%	37%	29%	14%
<i>Vacanze</i>	19%	29%	29%	24%

Considerazioni: aggregando a due a due i termini (no, poco)(abbastanza, molto) si ricaverebbe che i ragazzi percepiscono alcuni cambiamenti nelle abitudini familiari, ma che ancora a loro il messaggio non sia arrivato completamente. Solo il dato sulle vacanze registra un cambiamento più marcato.



## Fai qualcosa per fronteggiare la crisi?

(% sulle risposte):

<i>NO</i>	<i>Meno spese personali</i>	<i>Meno cellulare</i>	<i>Meno abbigliamento</i>	<i>Meno nuove tecnologie</i>	<i>Meno uscite</i>	<i>Faccio piccoli lavoretti</i>
11%	4%	13%	19%	19%	23%	9%

## Sei preoccupato?

<i>SI</i>	<i>NO</i>
63	21
75%	25%

Considerazioni: direi che la preoccupazione è concreta



## I ragazzi dichiarano di essere preoccupati per: (% sulle risposte)

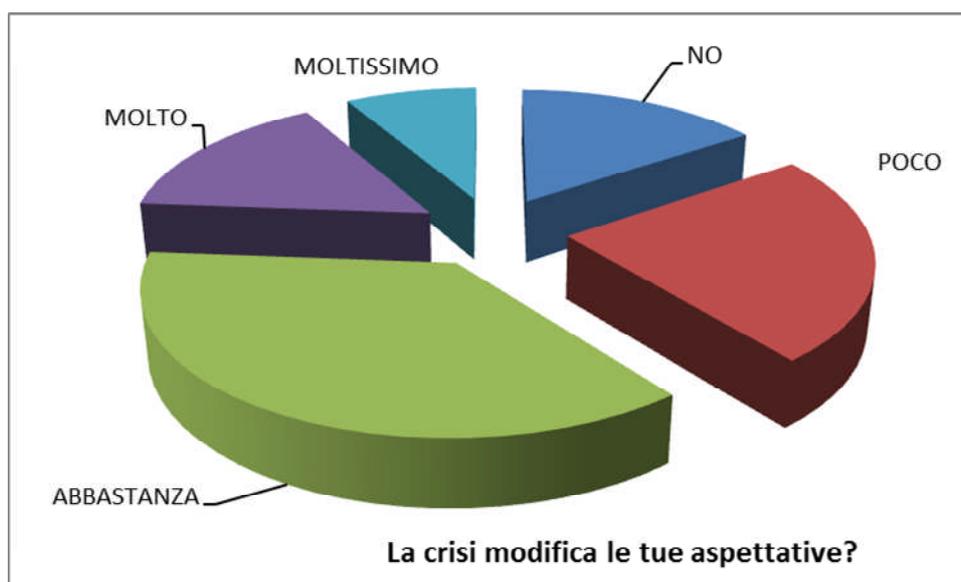
<i>Difficoltà economiche della famiglia</i>	<i>Lavoro genitori</i>	<i>Trovare lavoro</i>	<i>Andare università</i>
26%	15%	52%	7%

Considerazioni: trovare lavoro è già una preoccupazione, l'università non è vista come una prospettiva visto la tipologia di scuole che abbiamo consultato (mancano i Licei).

## La crisi economica e la modifica delle aspettative del futuro

<i>NO</i>	<i>POCO</i>	<i>ABBASTANZA</i>	<i>MOLTO</i>	<i>MOLTISSIMO</i>
13	20	31	13	7
15%	24%	37%	15%	8%

Considerazioni: ovviamente c'è quel 37% che sceglie una via non del tutto negativa (o non del tutto positiva), per cui poi, alla fine, il futuro non è poi così brutto, solo il 23% è pessimista.

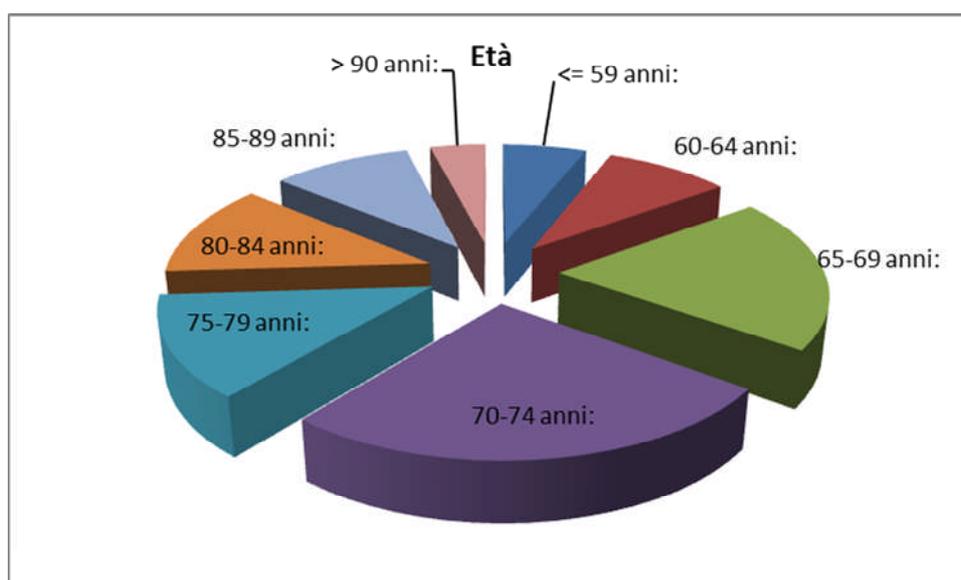


## INTERVISTA DEGLI STUDENTI AGLI ANZIANI

I questionari analizzati sono 100. Questi sono stati predisposti con una serie di domande sulle quali non si era preconstituita nessuna risposta. Si lasciava quindi agli intervistati la libertà di argomentare la loro opinione per cui, alle domande le cui risposte si potevano codificare con un SI o un NO le percentuali riportate sono analiticamente corrette, per le altre si è cercato di individuare delle “parole sentinella” riportandone la loro ricorrenza e cercando di trarre dalla loro frequenza le opinioni o gli stati d’animo degli intervistati. In quest’ultimo caso la somma delle percentuali non può essere il 100%

Per la seconda e la sesta domanda oltre ad un’analisi quantitativa si è cercato di fare anche un’analisi qualitativa che viene riportata in allegato.

Età	
<= 59 anni:	6%
60-64 anni:	9%
65-69 anni:	20%
70-74 anni:	26%
75-79 anni:	13%
80-84 anni:	12%
85-89 anni:	10%
> 90 anni:	4%



### Domanda 1. «Sei d'accordo con le fonti di informazione quando parlano di crisi economica?»

Rispondono SI: 84%

Rispondono NO: 16%

#### Fra chi risponde SI:

Il 47% si dichiara d'accordo senza argomentare;

Il 23% rispondono di SI, ma lo condizionano: *la crisi non è uguale per tutti; non ci dicono tutta la verità; i politici sono impreparati; anche se non siamo arrivati in fondo; la cosa mi deprime; non sanno come risolverla; esagerano un po'; parlano troppo e fanno poco; ecc.*

5% la attribuiscono al poco lavoro

#### Fra chi risponde NO:

Il 23% non argomentano

Il 38% non ci credono perché: *dicono bugie; non dicono tutta la verità; ecc.*

Il 23% sostiene che è *costruita a livello mondiale; sfiducia nei politici e nell'informazione.*

#### Domanda 1bis. «Secondo te le fonti d'informazione sono chiare quando parlano di crisi?»

Rispondono NO: 65% perché: *27% non dicono la verità; 45% sono contraddittorie; usano linguaggi difficili; troppe opinioni a confronto; ecc.*

Rispondono SI: 35% perché: *50% sono chiare; 50% anche se: c'è anche la crisi politica, potrebbero coinvolgerci di più, non si parla d'altro, ecc.*

---

#### Domanda 2. «Ricordi altri periodi in cui si sono verificate altre crisi economiche?»

Rispondono NO: 26%

Rispondono SI: 74%

#### Risponde NO:

62% non ne ricordano altre, anche se qualcuno ne ha sentito parlare.

31% non le hanno subite perché: *i suoi erano contadini e comunque mangiavano; i genitori avevano un impiego statale; erano comunque solo più poveri; questa è la peggiore; ecc.*

#### Risponde SI e individua i periodi di crisi:

La guerra: 24%

Il dopo guerra: 22%

Gli anni '60-'70: 22%

Non specifica quali: 11%

Ce ne sono state ma non ricorda quali: 5%

Ai loro paesi prima di venire in Italia: 7%

Il 2009 per la CIG dei figli: 1%

#### Risponde SI e dice come l'ha affrontata:

**Vedi allegato.**

---

#### Domanda 3. «La crisi ha inciso sul modo di vivere della tua famiglia? Se SI in quali settori»

Rispondono NO: 30%

Rispondono SI: 70%

#### Rispondono NO:

67% no perché...; no, ma ...: *mi basta la pensione; comunque i figli hanno problemi; hanno comunque ridotto le spese; ha sempre risparmiato e non ha cambiato; i figli hanno il lavoro; ecc.*

7% comunque: *i prezzi sono aumentati; stiamo attenti; ecc.*

## Rispondono SI

Hanno ridotto:	
Abbigliamento:	49%
Vacanze:	29%
Alimentazione:	30%
Svaghi:	3%
Bollette:	4%
Salute e medicine:	7%
Si avvale di sconti e offerte:	7%

Nota a margine: *teniamo conto che mentre la presenza di un dato fornisce la certezza di un fenomeno, la mancanza del dato non significa l'assenza del fenomeno. Esempio: il ricorso agli sconti è citato da pochissimi, ma non vuol dire che anche gli altri che non li nominano non vi facciano ricorso. Lo stesso vale per tutti gli altri termini (vacanze, svaghi, bollette, ecc.) per i quali la percentuale è bassa, ma ci si può solo essere dimenticati di citarla.*

---

### Domanda 4. «Quali e quanti aiuti ritieni di poter dare o stai dando a figli o nipoti?»

24%	aiuti economici
4%	i figli/nipoti non hanno bisogno, ma all'occorrenza ...
8%	non possono dare niente (si desume che avrebbero loro bisogno di aiuto)
1%	per le spese scolastiche
28%	quelle possibili
4%	alimentazione
3%	anche morali
7%	aiuta già figli in difficoltà

---

### Domanda 5. «Sei ottimista o pessimista riguardo al lavoro dei figli o nipoti?»

Ottimista: 42%: Anche se (29%): *ai miei tempi c'era più lavoro; molto dipende dai politici; i giovani non vogliono lavori pesanti; c'è poca solidarietà.*  
(21%): *Le cose miglioreranno; il mondo cambierà; ce l'abbiamo fatta noi ce la faranno anche loro;*  
(7%) : *è convinto senza specificare.*

Pessimista: 58% Perché: *manca il lavoro (69% dei pessimisti); incertezza per il futuro; scarsa fiducia nei giovani; poco spirito di adattamento; troppa tecnologia; ecc.*

---

### Domanda 6. «Suggerimenti ai giovani»

32%	studiare
30%	accettare qualunque tipo di lavoro
24%	risparmiare, non spendere in cose inutili
5%	rimboccarsi le maniche
4%	impegnarsi
2%	andare anche all'estero

**Vedi allegato**