

*Nel futuro*: che tipo di vita immaginano di fare da adulti, tra vent'anni, un gruppo di preadolescenti emiliano-romagnoli appartenenti alla *Generazione Z*? Quale lavoro immaginano di svolgere? Con chi vorranno convivere e cosa faranno nel loro tempo libero? *Nel presente*: quali media e quali generi di contenuti fruiscono maggiormente? Chi sono i loro personaggi mediatici preferiti in cui identificarsi e proiettarsi?

Nel volume vengono presentati i risultati di una ricerca quali-quantitativa sul rapporto tra immaginario, reale e media in cui sono stati coinvolti 268 bambine e bambini di Bologna e Parma. L'immaginario è inteso in senso fenomenologico come una dimensione non "altra" rispetto al reale, ma complementare e funzionale a "costruire" rappresentazioni sociali della realtà. Dalle rappresentazioni sociali e dai progetti di vita delineati dai preadolescenti emergono le caratteristiche e i valori della società odierna: dal confronto con una ricerca analoga svolta dalle stesse autrici un quarto di secolo fa (*Una baby-sitter a Beverly Hills. Immaginario, media e dintorni*, FrancoAngeli, 1998), si rilevano passi in avanti in direzione della *parità di genere*, soprattutto per quanto riguarda la dimensione lavorativa, e la famiglia immaginata è sempre più sganciata dalla tradizione; si sogna con più insistenza una vita all'insegna di *bellezza, ricchezza e fama*, e, al contempo, si ravvisa un maggiore impegno sociale, dalla *solidarietà* nei confronti delle persone emarginate all'*ecologismo*; inoltre, le nuove professioni menzionate, digitali e nel settore della robotica, ci proiettano nel prossimo futuro. Un libro utile a coloro che sono interessati all'universo giovanile (genitori, insegnanti, educatrici/tori, studiose/i).

**Saveria Capecchi** è professoressa associata presso il Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali, Università di Bologna. Insegna Sociologia della cultura, Sociologia dei media e della comunicazione e Comunicazione e genere. Ha scritto libri e saggi e svolto ricerche su: teorie dei media, Audience Studies, Media and Gender Studies, Media Education, violenza di genere. Tra le sue pubblicazioni: *L'audience attiva. Effetti e usi sociali dei media*, Carocci (nuova ed. 2015), *La comunicazione di genere. Prospettive teoriche e buone pratiche*, Carocci (2018).

**Maria Grazia Ferrari** è professoressa a contratto presso l'Università di Parma. Insegna Sociologia dei processi culturali e comunicativi e Sociologia della salute e della comunicazione. Ha scritto libri e saggi e svolto ricerche su: comunicazione efficace, processo comunicativo, organizzazione della conoscenza, didattica speciale e codici comunicativi, comunicazione e disabilità, comprensione e comunicazione. Tra le sue pubblicazioni: *È possibile comunicare?*, Unicopli (2009), *Comprensione e semplificazione dei testi. L'organizzazione della conoscenza in un allievo con difficoltà di apprendimento*, Universitas Studiorum (2020).

**FrancoAngeli**  
La passione per le conoscenze

€ 21,00 (U)



1420.225 S. Capecchi, M.G. Ferrari L'INVENTRICE DI ROBOT E LO YOUTUBER

Saveria Capecchi  
Maria Grazia Ferrari

# L'inventrice di robot e lo youtuber

Presentazioni di  
Pina Lalli e Chiara Scivoletto



FrancoAngeli

**“È il ventidue aprile duemilaquarantuno, il mio adorato cane Foxy mi sveglia abbaiando, gli dò da mangiare e mi preparo per andare a lavorare alla R.C.M.I. che sta per Robotic, Costume, Mascotte, Industry; un'azienda che fabbrica robot con sembianze animali chiamati “animatronics”. Esco di casa e passeggio per le vie di New York City, arrivo in ufficio e lavoro alla progettazione di un robot chiamato Mangle”;**

**“Sarò uno streamer/youtuber famoso. Vivrò a New York, una città bellissima, la mia casa sarà molto bella, tecnologica, moderna e di lusso. Vivrò con Khaby Lame, Tommaso Cassi e Cristiano Ronaldo. Passerò le mie giornate streammando e facendo live su YouTube con i miei fan”.**

## UNA RICERCA SULL'IMMAGINARIO PREADOLESCENZIALE

Un gruppo di **260 bambine e bambini (di 10-11-12 anni) di Bologna e Parma** immagina la propria vita da adulti, tra vent'anni: **una vita caratterizzata da un mix di elementi ordinari** - ad esempio, volta a inseguire la realizzazione professionale, il benessere economico, una stabilità affettiva - e **di elementi straordinari**, come immaginare di essere famosi come Khaby Lame, il tiktokker più seguito al mondo, o come il calciatore Cristiano Ronaldo, oppure di abitare in una villa con piscina e di vivere in metropoli come New York, Los Angeles o Dubai identificate con la *ricchezza e l'innovazione tecnologica*.

## OBIETTIVI DELLA RICERCA

L'intento principale della **ricerca quali-quantitativa**, svolta nella primavera del 2021 (in piena emergenza Covid-19): **analizzare il rapporto tra l'immaginario di bambine e bambini di un'età compresa tra i 10 e i 12 anni, e l'influenza che su di esso possono avere le varie agenzie di socializzazione (famiglia, scuola, gruppo dei pari, media, ecc.), ponendo particolare attenzione all'ecosistema mediale in cui sono immersi.**

Adottando un punto di vista fenomenologico e costruttivista (Berger, Luckmann, 1966), per **“immaginazione”** abbiamo inteso *l'insieme delle rappresentazioni elaborate a livello individuale e collettivo, sulla base delle quali tendiamo ad agire nel nostro reale contesto di vita.*

Secondo questa prospettiva, “reale” e “immaginario” possono essere considerate come dimensioni complementari, anziché antitetiche in senso ontologico: il *reale* perde la sua valenza di oggettività, veridicità e ordinarietà, mentre l'*immaginario* quella di falsità, pura fantasticheria e straordinarietà.

**L'immaginario la consideriamo dunque una dimensione strettamente intrecciata al reale ed estremamente importante nella vita degli individui:** le fantasie, i sogni e i desideri sono il motore di progetti di vita che in seguito possono realizzarsi concretamente nella realtà.

**L'ipotesi principale di ricerca è stata quella di ritenere che i “sogni ad occhi aperti” dei preadolescenti riflettano gli stili di vita, i pregiudizi, gli usi, i costumi, le regole (LA CULTURA) della società contemporanea, nonché l'immaginario collettivo che si sovrappone alla stessa cultura: l'obiettivo è stato quello rilevare le rappresentazioni sociali e medialì che caratterizzano prevalentemente il loro/nostro immaginario.**

Sono stati rilevati **gli stereotipi (tra cui gli stereotipi di genere), i modelli di riferimento, le credenze, i valori** in modo da individuarne la fonte: **se appartenenti soprattutto al mondo reale, a quello prettamente fantastico o principalmente a quello della quasi-realtà, tipica della comunicazione mediale.**

Ci interessava indagare se nei loro sogni prevalgono azioni, personaggi e stili di vita **stereotipati e omologati** - come quelli proposti dai contenuti dei media maggiormente in voga -, oppure più **originali e fantasiosi**, il che evidenzerebbe la loro capacità di rielaborare creativamente la realtà in cui sono immersi e in particolare l'insieme degli stimoli culturali ricevuti nel contesto di vita in cui sono cresciuti.

## METODOLOGIA DELLA RICERCA

Al fine di indagare il **rapporto tra immaginario, reale e media**, ci siamo avvalse di due strumenti somministrati in classe.

- 1) **Un elaborato dal titolo “Un sogno ad occhi aperti...sono passati vent'anni da oggi. Una mattina ti svegli e...prova ad immaginare cosa farai da grande. Quale lavoro farai? Dove vivrai? Con chi vivrai? Come passerai le tue giornate? E cosa farai nel tuo tempo libero?”.**
- 2) **Un questionario sull'uso del tempo libero e in particolare sulla fruizione mediale.**

I risultati emersi dall'analisi degli elaborati e dal questionario ci hanno offerto spunti per comprendere in particolare **i valori di riferimento e gli stili di vita che definiscono la**

## **SUBCULTURA del nostro gruppo di preadolescenti, appartenenti alla cosiddetta *Generazione Z*.**

Nell'analisi è stata data particolare importanza alle **differenze di genere**, al fine di valutare da un lato l'eventuale presenza di stereotipi e gap di genere, dall'altro gli aspetti che vanno invece in direzione della *parità di genere*.

Sono state considerate anche le **differenze di ceto**, dal momento che ipotizziamo che quanto più ricco e stimolante sia il contesto di vita in cui si cresce dal punto di vista dell'offerta culturale, tanto più ricca, creativa ed elaborata sarà l'attività immaginativa.

Inoltre, sono state evidenziate le peculiarità emerse nei sogni di alcuni **preadolescenti migranti di seconda generazione**.

**I risultati emersi sono stati confrontati con quelli di un'analoga ricerca sull'immaginario preadolescenziale svolta dalle stesse autrici nel 1995**, a distanza di 26 anni, in cui erano stati coinvolti **590 bambine e bambini di Milano e Bologna** appartenenti alla generazione dei *Millennials*: Saveria Capecchi, Maria Grazia Ferrari, *Una baby-sitter a Beverly Hills. Immaginario, media e dintorni*", Franco Angeli, 1998.

### **RISULTATI IN BREVE DELLA RICERCA**

I racconti relativi alla vita immaginata da adulti rendono conto di alcuni **cruciali cambiamenti attraversati dalla società italiana in un quarto di secolo**:

- 1) **passi in avanti in direzione della *parità di genere***, soprattutto per quanto riguarda la dimensione del lavoro,
- 2) **cultura della libera scelta** relativa alla dimensione affettiva,
- 3) **mutato scenario mediale e tecnologico**.

Immaginario stimolato nel 1995 dalla TV, nel 2021 dai social: **youtuber/influencer e personaggi del mondo dello spettacolo e dello sport** (che spesso sono influencer).

Questa maggiore offerta e possibilità di personalizzare la propria dieta mediale, oltre che le nuove modalità di partecipazione al processo comunicativo, **non necessariamente corrisponde a un arricchimento dell'attività immaginativa**.

Il racconto seguente di una bambina di Parma, futura cantante, racchiude in sé gli "ingredienti" più desiderati, ossia **successo professionale, ricchezza, fama e l'amore "vero"**:

**"vorrei vivere in una villa gigante con il mio vero amore, vorrei che tutto il mondo mi conoscesse, vorrei diventare famosissima...vorrei che la mia vita fosse perfetta, con una famiglia perfetta, una casa perfetta...Inizialmente diventerò famosa mettendo i video su Youtube, e dopo spero di entrare in un programma televisivo famoso...Sono indecisa su dove vivere...vorrei vivere a New York perché lì ci sono molti cantanti famosi, ma anche a Milano perché ci sono i miei youtuber preferiti"**.

## L'IMMAGINARIO

***Cos'è l'immaginario? È, fondamentalmente, ciò che ci permette di sognare, a livello individuale, e ciò che, a livello collettivo, serve a concretizzare il processo di socializzazione che ci porta ad assumere, prima in termini fantastici e poi reali, la cultura, i valori, gli ideali, le norme, gli stereotipi, i pregiudizi, le rappresentazioni sociali e medialità dei modelli di riferimento principali per ciascuno/a di noi e per il nostro gruppo di appartenenza.***

***L'immaginario è come se fosse una "palestra" in cui possiamo esercitarci per assumere ruoli sociali, per "consolarci" di fronte a frustrazioni, per capire i limiti esistenti fra realtà e fantasia, per mettere in atto comportamenti prima solo sognati e, in un secondo tempo e se si riesce, da realizzare.***

***In tal senso, l'immaginario è il volano da cui prende vita il progetto di vita di ciascuno/a di noi.***

***Questa concezione di immaginario suppone una visione fenomenologica e costruttivista del nostro diventare attori sociali (Berger, Luckmann *La realtà come costruzione sociale* (1966).***

***L'attore sociale ha la capacità di agire attivamente nel reale, il che ci allontana da una visione piuttosto passiva dell'essere umano - che presuppone che questo sia in grado, per lo più e soltanto di "reagire" agli stimoli che riceve dall'ambiente.***

***Secondo l'approccio costruttivista, la realtà sociale è il prodotto dell'interazione dialettica tra individuo e società: la realtà - ossia l'insieme dei fenomeni che noi riconosciamo come indipendenti dalla nostra volontà -, è costruita socialmente e dunque prodotta collettivamente.***

***In ogni società sono diffuse conoscenze e rappresentazioni della realtà condivise e date per scontate dai suoi membri, affinché ci si possa capire gli uni con gli altri, al fine di pervenire a un senso comune (Schutz, 1932).***

***Berger e Luckmann (1966) ci ricordano però che, anche se la realtà fin dalla nascita ci appare per lo più "oggettiva" e immutabile, dal momento che sono gli esseri umani a costruirla, essi possono continuamente modificarla.***

***Il mondo sociale è oggettivo perché si presenta all'uomo come qualcosa di esterno a lui. La questione decisiva è se egli conserva o no la consapevolezza del fatto che, per quanto oggettivo, il mondo è opera sua, e può quindi essere modificato da lui (Berger, Luckmann, 1966, p. 128).***

## CON CHI VIVRO'?

Circa la metà delle bambine e dei bambini, proiettandosi nel futuro quando avranno trent'anni si immagina **sposata/o: il 49%** (48%F-50%M).

**Il 21% si immagina invece fidanzata/o** (20%F-23%M). Si pensa **in coppia il 70% dei preadolescenti**.

**Una coppia prevalentemente con figli (nel 76% dei casi)**, rigorosamente eterosessuale (un solo bambino allude all'omosessualità: "suppongo di vivere con mia moglie se non sarò gay").

Inoltre, si tratta di **una relazione per lo più idilliaca**, senza litigi o screzi, e non si accenna mai in maniere esplicita a separazioni o divorzi, (alcune bambine parrebbero alludervi: "Quando troverò il ragazzo giusto, se non farà la fine di mio padre ci farò una figlia, le insegnerò ad andare a cavallo come vedo nei film"; "vivrò con le mie due figlie e mio figlio e le amiche che non mi hanno mai lasciata nei momenti più brutti").

Per quanto riguarda la formalizzazione dell'unione di coppia, si evidenzia che nessuno/a specifica se si è sposato/a con rito religioso o civile, né viene narrato il matrimonio come evento speciale nella vita. **Il matrimonio non sembra essere considerato il coronamento del "sogno d'amore" secondo la tradizionale ideologia dell'amore romantico**; piuttosto, in alcuni casi si accenna alla **speranza di trovare il mitico vero amore o l'anima gemella**.

Si esprime così una visione della relazione tra uomini e donne "moderna", sempre basata sull'investimento emotivo reciproco, ma che rispetto al passato presuppone maggiore parità tra partner (Giddens, 1992).

Più sposati a Bologna rispetto a chi vive a Parma (+20 punti percentuali). Considerando anche le differenze di genere, **a Bologna sono di più le femmine a immaginarsi sposate** (65%F-58%M), **viceversa a Parma sono di più i maschi** (43%M-32%F). **Il dato eclatante riguarda le bambine di Parma: rispetto alle bolognesi le future spose sono circa la metà**.

Tra chi specifica di volere convivere con il *fidanzato/a*, a Bologna sono poco di più le femmine (20%F-18%M), mentre a Parma molto di più i maschi (28%M-19%F). **Nel complesso, considerando sia gli sposati sia i fidanzati, a Bologna sono di più le bambine a desiderare la vita di coppia (+9), mentre a Parma sono molto di più i bambini (+20)**.

**Il 15% del nostro gruppo immagina invece di vivere da sola/o**, soprattutto coloro che vivono a Parma (22%F-18%M) piuttosto che a Bologna (7%F-12%M). **Le parmensi che vivranno da sole sono il triplo delle bolognesi**.

**Il 12% vorrebbe vivere con amici/amiche**. Le parmensi risultano essere circa il quadruplo rispetto alle bolognesi (23%PR-6%BO), sovrastando numericamente anche i maschi di entrambe le città.

**Solo l'1% vorrebbe vivere con fratelli/sorelle, cugini/e o con i genitori**.

**In entrambe le città, la quasi totalità di chi si pensa sposata/o immagina di avere figli (87%):** si tratta di un binomio (matrimonio+figli) ancora consolidato nell'immaginario collettivo.

Tuttavia, **sogna di avere figli la metà di chi si pensa fidanzata/o (51%)**, condizione che sembra essere considerata un'alternativa al matrimonio piuttosto che una tappa in vista della formalizzazione dell'unione (solo in sporadici casi viene ipotizzato un matrimonio a seguito della nascita dei figli).

Molto importante la **presenza degli animali**, visti come completamento della famiglia o come compagnia indispensabile nel caso di chi vorrebbe vivere da solo/a. **Circa il 40% dei preadolescenti**, con una leggera prevalenza delle bambine in entrambe le città: **uno o più cani (68%), sia cani sia gatti (18%), uno o più gatti (14%)**.

**La famiglia sognata è più spesso nucleare (genitori+figli)**: c'è poco spazio per i parenti, anche quelli più stretti. Al tempo stesso è **idealizzata: la famiglia unita e felice**.

Circa la metà dei preadolescenti - considerando i *fidanzati* e *chi vivrà da solo/a, con amici/amiche o con genitori/altri parenti* - dipinge **una famiglia “sganciata” dalla tradizione e dall'istituzione matrimoniale, basata sulla libera scelta** (di convivere con qualcuno o meno, di sposarsi o meno, di avere figli o meno).

**Frasi di bambini**: “vivo da solo, ma ho una fidanzata”, “vorrei vivere con la mia futura compagna, ma non sposarmi”, “troverò una ragazza che forse successivamente diventerà mia moglie”, “vivrò da solo, ma spero nel corso degli anni di trovare la mia anima gemella”.

**Frasi di bambine**: “vivrò da sola con il mio cane, non voglio avere bambini”, “vorrei convivere con qualcuno, non per forza uniti in matrimonio”, “vivrò forse con un fidanzato, mai e poi mai con un marito”, “vivo con i miei figli e una coinquilina”, “voglio vivere con le amiche, forse adotterò un bambino”, “vivo con il mio fidanzato e mia figlia, forse mi sposerò”, “da grande (se trovo l'anima gemella) vorrei vivere con il mio ragazzo, il mio cane, un gatto e magari anche un po' di pesciolini”.

Il declino costante dei matrimoni e delle nascite e, al contempo, l'aumento dell'instabilità coniugale, delle famiglie ricostituite, delle famiglie di fatto, delle nascite fuori dal matrimonio e degli individui che vivono da soli hanno portato all'emergere di **numerosi modi di fare ed essere “famiglia”** (Zanatta, 2008; Saraceno, Naldini, 2021).

## LE BAMBINE E LA COPPIA

Tra le bambine, prevale una visione della relazione di coppia **PARITARIA**: tutte hanno immaginato di lavorare, spesso proiettandosi in professioniste di alto livello; pertanto, **nessuna ha espresso il desiderio di essere mantenuta dal marito, né ha usato per definirsi il termine “casalinga”**.

Solo un quarto (26%) ha menzionato la professione del futuro partner esprimendo talvolta luoghi comuni e stereotipi di genere:

**Una poliziotta dell'FBI è sposata con un militare “perché è un bellissimo lavoro e così è forte”;** **una dottoressa è sposata con “il capo di un'azienda famosa così guadagnerà tanto”;** **una maestra della scuola materna è sposata con un poliziotto “così ci fa sentire al sicuro”**.

Tra i lavori del partner compaiono sovente i mestieri tradizionali: l'imprenditore, l'avvocato, il medico, ecc. Si può comunque osservare che spesso si tratta di una coppia a “doppia carriera”. A bilanciare questi stereotipi, si segnalano inoltre casi di **bambine che immaginano di svolgere un lavoro più importante del partner**:

**Una regista è sposata con “un addetto agli effetti sonori”; una neurochirurga è fidanzata con “un ricercatore in ambito medico”; una dottoressa, “la più brava dell’ospedale”, è sposata con “un signore che lavora in ufficio”.**

Qualche caso di rovesciamento dei ruoli tradizionali in cui è la donna a “mantenere la famiglia”:

**Una pasticcera sposata con due figli: “vorrei guadagnare tanti soldi per mantenere la famiglia”; una calciatrice della squadra femminile della Juve sposata con due figlie: “vorrei diventare ricca perché mi immagino un futuro migliore per me e i miei figli...gli comprerò tutto ciò che vogliono”.**

Alcune bambine (10%) descrivono l’aspetto fisico del futuro marito o fidanzato, a dimostrazione della sempre maggiore importanza nelle società occidentali assunta dall’aspetto estetico, anche per il genere maschile:

**Una cantante è sposata con un “modello, con occhi color nocciola, capelli mori e fisico perfetto”; una tennista ha un marito “abbastanza alto ma non troppo, muscoloso, il ciuffo biondo, gli occhi azzurri e le labbra carnose”; un’artista vive a Los Angeles con il suo ragazzo “alto 1,89 cm, biondo, capelli un po’ lunghi, occhi verdi e carnagione scura ma non troppo”; una chef è sposata con un imprenditore dagli “occhi azzurri e capelli biondi, muscoloso”.**

Il modello corporeo maschile descritto è in linea con l’ideale di bellezza maschile dominante: il *corpo tonico e muscoloso* (Capecchi, 2009).

## I BAMBINI E LA COPPIA

Per quanto riguarda i **bambini**, l’immaginario relativo alla dimensione affettiva sembra essere più **TRADIZIONALISTA: pochi (solo il 9% di chi si immagina in coppia) accennano al lavoro svolto dalla partner**: un aspetto ritenuto poco importante e che fa pensare al modello di sostentamento familiare *male-breadwinner*, in cui sono solo gli uomini a guadagnare il salario familiare. In questi sporadici casi si tratta però di lavori di alto livello, vengono immaginate coppie “a doppia carriera”:

**Il “fondatore di un’azienda famosa in tutto il mondo” è sposato con una donna “bionda e bella, sarà avvocatessa”; un calciatore di serie A: “ho due lauree, una in matematica e una in fisica; invece mia moglie gestisce un’azienda ed ha una laurea in matematica”; un avvocato è “sposato con una bellissima giornalista”.**

Inoltre, se è molto poco citata la professione della partner, d’altro canto **nessun bambino la definisce “casalinga” o esprime aspettative esplicite in tale senso, ad esempio immaginando di tornare a casa dal lavoro e trovare la cena pronta.**

Più sovente del lavoro della partner, sembra contare l’aspetto fisico (14%), in linea con l’ideale di bellezza femminile dominante della *snellezza*:

**Un calciatore, “il più forte di tutti”, è sposato con “una donna che ha i capelli biondi e gli occhi verdi”; un avvocato ha una moglie “abbastanza alta, magra, mora, occhi azzurri e una bella famiglia abbastanza ricca”; un calciatore della Juventus vivrà con una modella; un futuro “trentenne di piacevole aspetto”, famoso pasticcere a Parigi: “avrò una stupenda e affettuosa compagna italiana”.**

## L'ORGANIZZAZIONE FAMILIARE E DOMESTICA DELLE BAMBINE

**Il 41% delle bambine sposate o fidanzate con figli accenna all'organizzazione quotidiana relativa alla cura dei figli e della casa**, soprattutto le bolognesi, più propense delle parmensi a mettere su famiglia (+29 punti percentuali). Queste bambine specificano come riescono a **conciliare lavoro e famiglia coinvolgendo il partner**, sebbene si possa osservare che la divisione dei compiti immaginata sia sbilanciata a loro sfavore:

**Un'arredatrice d'interni porta e riprende i figli da scuola e prepara il pranzo: “quando mio marito porta i figli al parco lavoro al computer...quando tornano dal parco preparo la merenda e pulisco la casa...mentre i figli giocano torno a lavorare al computer”, infine prepara la cena; una professoressa: “al pomeriggio vado a prendere i miei figli da scuola e li porto al parco a giocare, mentre correggo i compiti degli alunni. Tornati a casa mi faccio la doccia e riordino la casa, intanto mio marito è tornato e prepara la cena. Quando abbiamo finito di mangiare vanno a giocare con i videogiochi mentre io sparecchio”; una fantina accompagna e va a prendere i figli da scuola, pulisce la casa e cucina, mentre “il marito sparecchia e prepara i bambini per la notte”; una professoressa: “mio marito porta a scuola i bambini e il cane dalla nonna”, poi lei va a prendere i figli da scuola, prepara il pranzo, li aiuta a fare i compiti, alla sera prepara la cena e “arrivato a casa mio marito, correrei nelle sue braccia”.**

Alcune bambine esprimono il desiderio di fare ricorso ad un aiuto esterno: la **baby-sitter (6 casi)**, **i nonni (4 casi)**, **i robot (2 casi)**:

**Una maestra sposata con due figli, vorrebbe “un robot perché mi può aiutare a cucinare, fare le pulizie o a prendersi cura dei miei bambini”; una carabiniere “con una grande famiglia” creerà lei stessa un robot per i lavori domestici.**

## L'ORGANIZZAZIONE FAMILIARE E DOMESTICA DEI BAMBINI

A confronto con le femmine, sono molto pochi i bambini sposati o fidanzati con figli che fanno riferimento all'organizzazione familiare e domestica (10%M-41%F).

**Un calciatore del Liverpool sposato con due figli: “dovrò portare a scuola i miei figli e andare a riprenderli”; un programmatore informatico: “gioco con mio figlio, quando arriva mia moglie tutti insieme prepariamo la cena”; un impiegato sposato con due figli: “per cena cucino io perché mi piace cucinare”; un inventore dei Lego sposato con due figli: “quando me lo chiedono do una mano ai miei figli a fare i compiti”.**

In compenso, spesso esprimono un forte sentimento di paternità che si traduce nel dedicare tempo ai figli.

**Uno sviluppatore di videogiochi che vive con “l'amore della mia vita” in una villa con piscina “stile Los Angeles”, vuole “essere un ottimo padre ed esserci sempre per la mia famiglia”; un calciatore professionista sposato con quattro figli desidera avere con loro “un rapporto speciale”.**

**DIFFERENZE DI GENERE:** sono soprattutto le bambine ad auspicare la realizzazione di un'effettiva *parità di genere*. In primo luogo, hanno immaginato la loro futura professione, obiettivo che porta buona parte di loro a immaginare come conciliare lavoro e famiglia.



Pur richiedendo il coinvolgimento del partner, **la cura dei figli e i lavori domestici sono però responsabilità che esse si accollano in larga misura**, influenzate dall'esempio offerto dalle loro madri (così come i bambini sono influenzati dai loro padri nel **non sentirsi in dovere** di svolgere cura dei figli e lavori domestici).

## VITA DA SINGLE

**È single la quasi totalità di chi vuole vivere da solo/a, con amici/amiche o con genitori/altri parenti: il 29% dei preadolescenti;** in buona misura appartenenti al ceto medio/alto. Prevalgono le bambine (+8 punti percentuali) e tra loro soprattutto le parmensi (48%PR-15%BO).

FEMMINE: tra le bambine emerge un **forte desiderio di indipendenza, sia legato alla soddisfazione di mantenersi da sole, senza dipendere da un uomo, sia alla volontà di sentirsi libere, senza responsabilità e vincoli familiari e affettivi.**

L'inventrice di robot che vive assieme a un cane: **“penso di essermi presa una cotta per Mike, il ragazzo che lavora con me. Mah!...Sto meglio single”**; un'assistente di volo: **“preferirei vivere da sola e mantenermi da sola”**; una doppiattrice di film che vivrà con la sua migliore amica, sua sorella e due gatti: **“innanzitutto non voglio sposarmi...voglio farmi la mia vita da sola”**. Una dottoressa: **“voglio vivere da sola perché mi voglio mantenere da sola e non voglio dipendere da nessuno”**; una biologa vivrà con le sue migliori amiche per **“fare ciò che vogliamo”**; un'avvocata: **“non voglio vivere con un fidanzato o un marito e neanche avere figli, ma vorrei soltanto vivere con il mio gatto e nel tempo libero fare shopping con le amiche”**.

MASCHI: per quanto riguarda i bambini (24%, di cui 21%BO-28%PR) i motivi di questa scelta sono meno esplicitati, sembrerebbero legati al desiderio di concentrarsi sul lavoro e/o potrebbero essere legati alla sfiducia nel rapporto di coppia o nelle relazioni in generale.

Uno youtuber: **“starò bene da solo”**; un impiegato in banca sarà **“single, senza amici, solo conoscenti”**; un bambino che vuole fare **“un lavoro che sia utile al mondo”** e che esclude **“lavori comuni che queste generazioni sognano come lo youtuber o il calciatore,”** vuole **“vivere da solo senza nessuno...nessuna distrazione”**; un imprenditore di siti **“come Netflix o tipo Amazon”** vivrà da solo a Dubai.

## ATTIVITA' DA SVOLGERE NEL TEMPO LIBERO DA ADULTI

Alcune attività sono comuni a entrambi i generi: **vedere le amiche/amici, viaggiare, giocare con i figli, passare del tempo in famiglia, giocare con il cane (o altri animali), vedere le serie tv su Netflix o YouTube.** Emerge nuovamente il lavoro *mal diviso* tra partner: **per le bambine il tempo libero è in buona parte occupato dai lavori domestici e dalle attività più “noiose” legate della cura dei figli (accudirli e aiutarli a fare i compiti).**

**“Nel tempo libero sistemerò la casa visto che sarà un disastro considerando di avere una figlia e un cane, e andrò anche a fare shopping con le mie amiche”**; **“Nel mio tempo libero dipingo, ascolto la musica o pulisco la casa”**; **“Nel tempo libero vado in palestra per tenermi in forma, cucino o faccio le faccende di casa, che noia!”**; **“Nel tempo libero giocherò con i figli, gli aiuterò a fare i compiti, leggerò e andrò a fare dei giri in centro con le amiche”**.

**FEMMINE: attività che fanno riferimento all'area espressiva e/o che consentono di connettersi alla dimensione interiore** (come leggere libri, disegnare, dipingere, ascoltare la musica, cantare e ballare) e “fare shopping”.

**MASCHI: attività associate al movimento e alla competizione: lo sport, i videogiochi,** spesso assieme agli amici, i **mezzi di trasporto**, dalle biciclette alle auto sportive di lusso (come Lamborghini, Ferrari, Porsche).

Lo *shopping* e lo *sport* paiono simboleggiare, alla stregua dei colori *rosa* e *azzurro*, la “femminilità” e la “mascolinità”: un padre: **“a John ho trasmesso la passione del basket e ci alleniamo insieme, con Giulia vado a fare shopping”**. Una madre: **“Quando Sofia è impegnata vado allo stadio con Federico e quando Federico è impegnato vado con Sofia a fare shopping”**.

### CAMBIAMENTI NELLA COPPIA/FAMIGLIA: 1995-2021

- 1) **Diminuiscono le/gli SPOSATI (-16 punti percentuali); aumentano le/i FIDANZATI** (dal 5% al 21%, +16). **I preadolescenti che immaginano di fidanzarsi e avere figli passano dallo 0% nel 1995 al 51% nel 2021.**

**Si è giunti all'epoca della libera scelta:** rispetto ad alcuni decenni fa non si è più socialmente sanzionati se si decide di non formalizzare l'unione di coppia, di sciogliere il matrimonio o di non avere figli.

2) **più parità di genere: “fine” del termine e della condizione immaginata della casalinga** (sebbene nella realtà tutte le donne lavoratrici continuano, nella sostanza, ad esserlo, come molte bambine hanno ben compreso).

### CHE LAVORO FARO'?

- 1) *lavori tradizionali* (+ riconducibili a una dimensione realistica e ordinaria, 61%)
- 2) *lavori legati al mondo dello spettacolo e dello sport* (+ riconducibili a una dimensione spettacolare e straordinaria, 32%).
- 3) *lavori digitali e nel settore della robotica*, ossia i lavori dell'epoca contemporanea e del prossimo futuro (7%).

**BAMBINE EMANCIPATE: nessuna bambina sogna di diventare una casalinga.** Le aspirazioni lavorative risultano elevate sia da parte femminile sia maschile, aspetto che evoca la *parità di genere*. Si tendono a immaginare professioni di alto livello che richiedono **studio, impegno e passione** (vengono citati università, dottorato, master) **a cui dedicarsi a tempo pieno durante la giornata.**

Alcune bambine aspirano a svolgere professioni tradizionalmente associate al genere maschile – **dalla chirurga alla poliziotta, dalla giudice alla pilota d'aereo, dalla regista alla calciatrice.**

## I LAVORI DELLE BAMBINE

salute (26%),  
 spettacolo/moda (18%),  
 istruzione (13%),  
 STEM (8%),  
 sport (7%),  
 arte/design (5%),  
 media digitali/robotica (3%).

## I LAVORI DEI BAMBINI

sport (27%),  
 media digitali/robotica (13%),  
 STEM (11%),  
 salute (6%),  
 spettacolo/moda (4%),  
 arte/design (3%).

STEREOTIPI DI GENERE: salute, spettacolo e istruzione ritenuti “più adatti alle femmine”, mentre sport, media digitali/robotica e STEM “più adatti ai maschi”. Percezioni che riflettono dati di realtà per quanto riguarda i percorsi universitari scelti da M e F.

Lavori F 2021	%	Lavori M 2021	%
<b>dottorssa</b>	11	<b>calciatore</b>	16
maestra	8	avvocato	5
attrice	5	<b>videogamer</b>	4
stilista	4	ingegnere	4
professoressa	4	poliziotto	3
<b>chirurga</b>	3	cuoco	3
cantante	3	giocatore basket	3
<b>regista</b>	3	pilota Formula 1	3
pasticcera	3	<b>programmatore PC</b>	3
poliziotta	3	dentista	3
Lavori F 1995	%	Lavori M 1995	%
<b>veterinaria</b>	9	<b>calciatore</b>	13
maestra	7	giocatore basket	5
professoressa	7	medico	4
parrucchiera	4	ingegnere	4
stilista	4	avvocato	4
attrice	3	pilota	4
avvocata	3	scienziato	4
modella	3	meccanico	3
baby-sitter	2	archeologo	2
giornalista	2	attore	2

---

## I lavori ex-“M” delle bambine 2021

---

*Uguali al 1995*

chirurga  
architetta  
astronauta  
poliziotta  
avvocata  
ingegnera  
scienziata  
archeologa

*Diversi rispetto al 1995*

neurochirurga  
neuroscienziata  
astronoma  
zoologa  
biologa marina  
giudice  
carabiniere  
agente FBI  
regista  
pilota d'aereo  
progettatrice di robot  
videogamer su YouTube  
campionessa di equitazione  
fantina  
campionessa di nuoto  
calciatrice  
tennista

---

## CAMBIAMENTI NEL LAVORO: 1995-2021

**BAMBINE:** se alcune bambine nel 1995 si immaginavano come casalinghe, nel 2021 nessuna si immagina in tale ruolo. Inoltre, anche le bambine di ceto medio/basso esprimono aspirazioni professionali elevate.

Aumento: *salute* (+11 punti percentuali), *mondo dello spettacolo/moda* (+9), *sport* (+6), *media digitali/robotica* (da 0% a 3%). Simile *istruzione* (-3) e *STEM* (+2).

**BAMBINI:** simile mondo dello sport come prima scelta (23% nel 1995 e 27% nel 2021), *STEM* (-2), *mondo dello spettacolo/moda* (+2).

Novità: *media digitali/robotica* (+13).

Simile scarso interesse nei confronti di professioni nell'ambito della *salute* e soprattutto in quello dell'*istruzione*: si ipotizza che vengano percepiti come settori altamente “femminilizzati”.

**FEMMINE** nel 1995: **istruzione** (la *maestra* e la *professoressa*), **salute** (la *veterinaria*), il **mondo dello spettacolo/moda** (*stilista, attrice e modella*).

Nel 2021: **salute** (la *dottoressa*), **spettacolo/moda** (*stilista, attrice, regista e cantante*), **istruzione**.

MASCHI nel 1995: **sport** (calciatore e il giocatore di basket), **STEM** (ingegnere, scienziato, architetto, ecc.).

Nel 2021: **sport** (calciatore), **media digitali e della robotica** (videogamer), **STEM**.

**Grande importanza dei social media nella vita dei preadolescenti:** + spettacolo/moda per le F, novità dei videogamer per i M.

## I SOGNI DI BAMBINE E BAMBINI

Tab.10 I "sogni" delle bambine e dei bambini di Bologna e Parma

Sogni	F BO	M BO	F PR	M PR	Totale
Iperrealistico	65	51	48	44	52
Bellezza/ricchezza/fama	20	35	37	35	32
Ecologico/naturista	9	5	5	3	6
Spaziale/tecnologico	2	7	3	11	5
Esploratrice/tore	3	2	1	5	3
Scienziata/o	1	-	6	2	2
TOTALE	100	100	100	100	100
	(69)	(57)	(73)	(61)	(260)

### 1) Il sogno "iperrealistico" (52%)

PIU' FEMMINE (+9 punti percentuali), soprattutto di Bologna (+ 17 punti rispetto alle parmensi).

**Prevalenza elementi ordinari.** Vita routinaria, basata sullo svolgimento della propria professione (per lo più si tratta di **lavori tradizionali**) e, nella maggior parte dei casi, sulla formazione di una famiglia tradizionalmente intesa (coppia+figli+ eventuali animali domestici): **il sogno della realizzazione professionale e della famiglia unita e felice.**

Spesso si tratta di **famiglie a doppia carriera**, benestanti, che abitano per lo più in case grandi; in misura più contenuta, in ville con giardino e piscina.

Il luogo dove vivere: più spesso la città in cui già si abita (**Bologna o Parma**), con minore frequenza **Milano, Roma, Parigi, Londra, New York.**

**L'iperrealismo:** esasperazione della routine quotidiana e dei comportamenti più ovvi e ordinari, oltre che accento posto sugli aspetti materiali e visivi, come **fornire l'elenco dettagliato delle attività svolte durante la giornata**, con tanto di orari, o **descrivere in maniera minuziosa le stanze della casa.**

Alcuni sogni *iperrealistici* delle bambine:

**"Oggi è il 22 aprile del 2041, mi alzo e vado a fare colazione, vivo a Nizza nella mia villa sul mare con mio marito e miei due figli Tommaso e Anna. Mi preparo ed esco, lavoro a Parigi nella mia clinica, lavoro come dottoressa (specializzata in fisioterapia), aiuto i miei pazienti con la fisioterapia, a pranzo faccio una piccola pausa...ricomincio a lavorare alle 14:30...Alle 17:00 chiudo la clinica e vado all'università di Parigi dove insieme ad altri dottori spieghiamo come fare il nostro lavoro. Alle 18:00 torno a casa dove mio marito e i miei figli mi attendono per cena. Dopo cena mio marito esce perché oggi ha il turno di notte (anche lui è un dottore); dopo che mio marito esce, io e miei figli guardiamo un film e quando vanno a letto mi preparo per gli appuntamenti di domani, poi vado a letto".**

**“Da grande immagino di fare la giudice e di vivere a New York in una casa con tante finestre, un giardino e una piscina molto grande, vorrei che ci fossero stanze grandissime e anche una stanza benessere. Poi vorrei che la mia camera da letto abbia un bagno suo dove ci sia anche una vasca e che il letto sia matrimoniale con le lenzuola bianche ricamate. Vivrei con il mio gatto che avrebbe una camera piccola ma tutta sua e che possibilmente fosse Vintage, poi vivrei anche con Samuele nonché il mio ragazzo”.**

Alcuni sogni *iperrealistici* dei bambini:

**“Siamo nel 2041, mi sveglio presto verso le 6 del mattino, vado in cucina e preparo la colazione, dopo farò un po’ di allenamento nella palestra che avrò. Poi andrò a svegliare i miei figli perché dovrò portarli a scuola. Poi andrò dove si allena la mia squadra di calcio, giocherò nel campionato inglese, il Liverpool...vivrò in una villa in collina con mia moglie e i miei due figli e un cane. La casa avrà un bel giardino con una grande piscina e una vista sulla città e anche un grande campo da calcio. Dopo l’allenamento andrò a riprendere da scuola i miei figli per riportarli a casa”.**

**“Io, nel 2041 sarò un impiegato di banca addetto alla statistica per fare pubblicità, sostanzialmente marketing. Credo che vivrò da solo, senza amici ma solo conoscenti...abiterò a Roma o Milano...La mia routine sarà: 6:00 sveglia; 7:20/7:40 vado al lavoro; 8:15 inizio a lavorare; 19:00 finisco di lavorare; 19:45 torno a casa. Dalle 20:00 alle 21:00 guardo notifiche e penso al basket (la mia vera passione); 21:05 cena; 22:30 dormo. Nel week end dalle 9:30 alle 12:30 faccio le faccende di casa”.**

Tratti: *elevate aspirazioni lavorative, l’efficientismo, il desiderio di possesso;*

Valori: *dedizione per il proprio lavoro, la parità di genere (soprattutto da parte delle bambine), l’amore per la famiglia, la ricchezza, il desiderio di serenità, tranquillità, felicità, l’impegno sociale* che consiste in attività di volontariato e di beneficenza e/o nel battersi per *cambiare il mondo in meglio*:

**Un poliziotto, sposato con due figli: “nel tempo libero faccio volontariato, aiuto i bambini che vivono situazioni difficili”; un’ostetrica sposata con figli: “mi piacerebbe cambiare il mondo in meglio e fare in modo che in tutti i paesi ci siano gli stessi diritti”; un calciatore che vive a Miami sposato con figli: “i soldi li donerò ai bambini poveri e agli ospedali”.**

## **2) Il sogno di “bellezza, ricchezza, fama” (32%)**

**Prevalenza di elementi “straordinari”, spettacolari, iperbolici, in buona misura ispirati ai contenuti mediali.**

**PIU’ MASCHI: (+6 punti percentuali). Tra le bambine più le parmensi (+17).**

**STEREOTIPI DI GENERE: Le bambine tendono a prediligere professioni inerenti al mondo dello spettacolo (cantanti, registe, attrici, ecc.), i bambini a quello dello sport (calciatori, giocatori di basket, piloti di Formula 1, ecc.) e ai media digitali.**

**Le aspirazioni lavorative sia dei bambini sia delle bambine sono altissime, il tratto dominante è l’ambizione. La casa in cui abitare è spesso “gigante” e “accessoriata”: si tratta per lo più di una villa con giardino, piscina, campi da calcio e da basket.**

Nella descrizione della casa affiorano stereotipi legati alle attività genderizzate dello *shopping* e dello *sport*: **le bambine sognano enormi cabine armadio per contenere il risultato di uno shopping sfrenato; i bambini, invece, sognano enormi campi sportivi e garage che possano contenere auto sportive di lusso come Lamborghini, Ferrari, Porsche.**

Luogo in cui vivere: **New York e Los Angeles**, città dove vivono le “persone famose”, come gli attori e le attrici di Hollywood. Anche **Dubai** è entrata nell’immaginario collettivo per i miliardari e i grattacieli futuristici. Le città italiane più citate sono le metropoli di **Milano e Roma**.

Alcuni sogni di *bellezza, ricchezza e fama* delle bambine:

**“Fra vent’anni farò la regista, sono quasi sicura che andrò in America, se ci andrò sicuramente vivrei a Hollywood in una grande villa assieme a due cani, quattro gatti e a mio marito e i miei quattro figli, i maschi si chiameranno Luke e Cameron e le femmine Lucy e Katy...La villa avrà una cucina abitabile, balcone, cinque camere da letto, una stanza giochi, giardino, piscina, 4 bagni”.**

**“Vorrei diventare una famosa cake designer e creare dei nuovi dolci. Vorrei vivere a New York in una villa a tre piani con giardino per farci giocare i miei figli, anche con la piscina per rilassarmi...Vorrei avere anche una Ferrari (macchina) per sfrecciare con gli amici per le strade”.**

**“Il lavoro che farò da grande è l’attrice, lo so, sono una ragazza ambiziosa...Vorrei che i miei fan gridassero Agata! Agata! Agata! Vivrò in un appartamento molto grande con la mia migliore amica...nella mia stanza ci sarà un’enorme cabina armadio, oh che meraviglia!”.**

Alcuni sogni di *bellezza, ricchezza e fama* dei bambini:

**“Sarò uno streamer/youtuber famoso. Vivrò a New York, una città bellissima, la mia casa sarà molto bella, tecnologica, moderna e di lusso. Vivrò con Khaby Lame, Tommaso Cassi e Cristiano Ronaldo. Passerò le mie giornate streammando e facendo live su Youtube con i miei fan. Nel mio tempo libero starò con gli amici, farò passeggiate per New York, andrò al McDonald, giocherò alla playstation e forse dormirò”.**

**“Ciao mi chiamo Bryan e ho 30 anni, vivo con una moglie e sei figli...Ho una casa gigantesca con quattro piani, con una sala giochi gigantesca e un salotto gigantesco, praticamente tutto gigantesco. Fuori da casa ho un campo da calcio, una piscina e un campo da basket...Vivo a Los Angeles e sono il più ricco del paese. Come cucciolo ho una pantera che è agile, veloce e forte. Gioco nella squadra di calcio Santos e sono il più forte di tutti”.**

**“Come prima cosa faccio una buonissima colazione nella mia grande villa a Dubai, controllando il denaro accumulato grazie ai miei numerosi servizi e prodotti, ovviamente forniti dai miei fantastici lavoratori e collaboratori provenienti da tutto il mondo. Siti streaming come Netflix, siti dove si può acquistare ogni singolo prodotto tu voglia come Amazon; io sono questo tipo di imprenditore. Ma devo dire grazie a coloro che mi hanno ispirato come ad esempio Steven Jobs, senza di lui probabilmente non sarei qui e neanche a Jeff Besos, il fondatore di Amazon ma più di tutti a mia madre. Finita la colazione mi reco in studio per vedere come migliorare l’esperienza dei nostri clienti in caso di recensioni negative; dopo di che faccio un po’ di riunioni online con gli altri collaboratori. Dopo vado al ristorante nominato ben cinque**

volte “migliore del mondo”, bensì quello del mio vecchio amico Fabrizio per la sua meravigliosa cucina italiana”.

Talvolta affiora l'*impegno sociale*:

**“Quando avrò 30 anni vorrei essere il general manager dei New York Knicks, una squadra di basket. Vorrei avere uno studio grandissimo ma soprattutto una vetrata con tutti i grattacieli... Vorrei fare un'associazione di nome “planet of tree” per salvare gli alberi e donerei all'Unicef tutto il ricavato. In poche parole, vorrei rendere il mondo un posto migliore”.**

**“Vivrò a Barcellona... voglio fare il calciatore nel Barcellona...la mia casa sarà su due piani e sarà grande, avrò palestra, due piscine, una all'interno e una all'esterno con un panorama molto bello...Avrò tre macchine, una Lamborghini, una Ferrari e una Porsche e donerò soldi alle persone che ne hanno bisogno”.**

## 2) *Il sogno “ecologico/naturista” (6%)*

**Amore per la natura e per gli animali. Più femmine (+3 punti percentuali).** Tra le bambine, più le bolognesi (9%BO-5%PR); anche tra i bambini prevalgono i bolognesi (5%BO-3%PR).

Luogo in cui vivere: **campagna o montagna**, lontano dalla città e dall'inquinamento.

AIUTARE GLI ALTRI: volontà di aiutare le persone discriminate, i malati in Paesi in cui sono carenti gli ospedali, chi nasce in contesti di povertà. Nel sogno caratterizzato dal valore *dell'ecologismo emerge in maniera vistosa una profondità e sensibilità d'animo* non sempre ravvisabile negli altri affreschi di vita futura.

Alcuni sogni *ecologici/naturisti* delle bambine:

**Una veterinaria sposata con due figli: “mi piacerebbe fare la veterinaria perché se vedrò cani, gatti o altri animali abbandonati li curerò e li metterò in adozione”.**

**Una toelettatrice di animali single: “Mi ricordo che nel 2021 dicevano che più o meno in questi anni il mondo sarebbe stato distrutto a causa dell'inquinamento e, effettivamente, fino a cinque anni fa eravamo in una situazione pessima, ma finalmente oggi tutti abbiamo le macchine elettriche e ora l'inquinamento sta diminuendo...faccio la toelettatrice di animali. Ho aperto un negozio con mia cugina...Ho un cane, una femmina, si chiama Layla. L'ho trovata in strada abbandonata...faccio volontariato in un centro LGBT+. Cerchiamo di curare i traumi causati dagli insulti”.**

**Una dottoressa single che vive in Kenya assieme a un asinello: “A me piace molto il mio lavoro perché mi sento di potere aiutare la gente e di essere utile nella società...A Lamu c'è mancanza di medici. Con l'aiuto della gente del posto abbiamo costruito un ospedale dove tutte le persone che non si sentono bene possono venire e ricevere cure...Nel mio tempo libero mi dedico alla natura piantando alberi che è molto importante per l'ambiente...quando sono a contatto con la natura e con gli animali è come se mi sentissi più viva...Quasi tutti a Lamu sono amanti degli animali, io mi sento a casa qui. Lamu mi piace molto di più rispetto alle grandi città, per questo io qui sono felice”.**

Alcuni sogni *ecologici/naturisti* dei bambini:



Un “salvatore di animali” che vive in campagna con la fidanzata: “Vivo in campagna con la mia fidanzata, dove c’è aria pulita. Sono un salvatore di animali, li salvo dai bracconieri cattivi. Passo le giornate nella natura”.

Uno scienziato che vive solo vicino a un bosco: “sono un animalista, non sopporto la violenza sugli animali, lo stiamo estinguendo con la plastica e il riscaldamento climatico causato da noi con il petrolio usato per le macchine, le fabbriche e gli aerei...con il riscaldamento visto che il polo sud non sarà più molto freddo gli animali che ci sono lì si estingueranno o si evolveranno e non saranno in grado di sopravvivere, perciò non ci saranno più le foche, i pinguini”.

### 3) *Il sogno “spaziale e delle nuove tecnologie” (5%)*

Si tratta del sogno di chi ha la *passione per le nuove tecnologie* e si lancia ad immaginare il mondo del prossimo futuro, popolato da robot e macchine volanti.

Più maschi (+7 punti percentuali), leggermente di più i parmensi (11%PR-7%BO).

Un’inventrice di robot single: “È il ventidue aprile duemilaquarantuno, il mio adorato cane Foxy mi sveglia abbaiando, gli do da mangiare e mi preparo per andare a lavorare alla R.C.M.I. che sta per Robotic, Costume, Mascotte, Industry; un’azienda che fabbrica robot con sembianze animali chiamate “animatronics”. Esco di casa e passeggio per le vie di New York City, arrivo in ufficio e lavoro alla progettazione di un robot chiamato Mangle, una volpe tutta bianca con il petto e una parte del muso rosa...Mi ci sono voluti anni per costruirla”.

Un ingegnere robotico single: “mi occuperò di ingegneria robotica perché costruire robot gatti è sempre stato il mio sogno. Io personalmente vivrò in una casa a forma di gatto perché a me i gatti piacciono un casino. Io vorrei vivere con qualcuno su cui contare e centomila gatti”.

Un ingegnere meccanico single: “Cerco di creare una macchina mai vista prima, una macchina che grazie all’energia solare riesce leggermente a elevarsi e andare in tutte le direzioni”.

Uno sviluppatore di app sposato con un figlio: “Arrivato al lavoro accendo il computer e inizio a programmare un’app che permette alle persone di viaggiare nel mondo restando nello stesso punto, ma a trecentosessanta gradi”.

### 4) *Il sogno “dell’esploratrice e dell’esploratore” (3%)*

Desiderio di esplorare, di avventura, di conoscere luoghi nuovi e di fare scoperte emozionanti.

Più maschi (+2 punti percentuali), specie parmensi (5%PR-2%BO).

Un’archeologa, sposata senza figli: “faccio l’archeologa. Ho appena chiuso la fossa davanti alla chiesa, quella di marmo bianco...sto camminando verso casa con la mia tuta arancione piena di macchie grigie e il fango incastrato su scarpe e capelli. Arrivata a casa c’è mio marito Gabriele che ha preparato la cena, risotto ai funghi con vino rosso...Per lavoro sto facendo un disegno realistico, 3D e in bianco e nero; sono abbastanza soddisfatta...è la rappresentazione di un vecchio castello altomedievale”.

Uno storico che vive con due amici: “vivrei in Giappone con due amici e un robot subacqueo che mi aiuta a fare le ricerche e a passarmi le informazioni su dove si possono trovare i relitti delle navi da battaglia, le portaerei e i sottomarini impiegati durante la seconda guerra Mondiale”.

Fare scoperte importanti può condurre alla *fama*, un *fil rouge* rintracciabile in quasi tutti i sogni:

**Un archeologo sposato con due figli e un leopardo come animale domestico “ormai diventato un terzo figlio”:** “Seguo gli scavi di una tomba di un importantissimo imperatore in Egitto. Sono specializzato in archeologia e tra un po' sarò specializzato in scavi egizi. Sono arrivato in Egitto, al Cairo, fa molto caldo, e poco dopo raggiungo un'immensa piramide. Sono entrato all'interno entusiasta con delle bombole d'ossigeno e ho cominciato a vedere dei colori magnifici e vivaci. In mezzo alla sala c'è una tomba decorata con dei disegni con la raffigurazione del dio tra il passaggio dalla vita alla morte. Era la scoperta più grande della storia. Porterò la tomba nel museo del Cairo e verrò premiato!”.

**Un esploratore single:** “scoprirò templi sommersi, relitti di gigantesche navi, tesori enormi, collane con poteri mistici, fino alla tomba di Tutankhamon, i tesori del mondo saranno svelati...scendo al piano terreno con una fune, prendo il cappello di Indiana Jones...sono diventato l'esploratore più famoso del mondo!”.

#### **6) Il sogno “della scienziata e dello scienziato” (2%)**

Più femmine (+3 punti percentuali), specialmente le parmensi (6%PR-1%BO).

**Una biologa marina che vivrà da sola:** “da grande sarò una biologa marina, guarderò pesci, delfini e tanti altri animali nel loro habitat naturale. Scoprirò i segreti delle creature che vivono negli abissi e cercherò di andare sul fondo della Fossa delle Marianne”.

**“Tra vent'anni vorrei essere un'astronoma perché i pianeti mi hanno sempre affascinata. Vorrei studiarli meglio e magari scoprirò qualcosa di molto importante per l'essere umano...Se scoprirò una cosa importantissima potrò diventare ricca! Con i soldi potrei andare a vivere in un bel posto tipo Dubai, New York, Parigi e Los Angeles. Vorrei anche viaggiare per il mondo, vedere posti sempre nuovi sarebbe emozionante”.**

#### ***I sogni dei migranti di seconda generazione***

Si tratta di 24 preadolescenti in tutto (il 9% sul totale), equamente suddivisi tra maschi e femmine, 15 abitano a Bologna, 9 a Parma.

Emergono alcuni tratti specifici.

- 1) **una certa indecisione sul luogo in cui immaginare di andare a vivere e a lavorare da grandi: si oscilla tra l'Italia e il Paese d'origine dei genitori. Incertezza di appartenenza culturale e identitaria**
- 2) emerge il tema del *riscatto sociale* (studiare e svolgere una professione di buon livello, ossia sfruttare le opportunità offerte dal nuovo contesto di vita)
- 3) il desiderio di *aiutare gli altri*, in questo caso il desiderio di contribuire a risollevare le sorti di una popolazione che ha scarse risorse economiche
- 4) sono più spesso nominati familiari e parenti come zii e nonni: *rete familiare estesa*.

Alcuni sogni di bambine migranti di seconda generazione:

**“Io sono una dottoressa e lavoro in ospedale. Ho scelto questo lavoro perché desidero aiutare le persone a stare meglio. Lo pensavo fin da piccola che sarei diventata una dottoressa e, dopo**

**tanto studio, ci sono riuscita. Nel mio ospedale ci sono ancora malati di Covid, ma ora grazie alle cure è solo una semplice influenza. Per diventare dottoressa ho studiato in Italia, all'università, ma ancora sono indecisa se continuare a vivere qui o tornare in Perù. Le mie amiche infatti sono un po' in Italia e un po' in Perù...Io vivo ancora con mia mamma e mio fratello ma in futuro vorrò avere una mia famiglia e dei figli...Il marito non importa se sarà italiano o peruviano, l'importante è che mi voglia bene”.**

**“Ho trentadue anni e ho finito l'università di scienze. Ho trovato lavoro in un ospedale in Pakistan e ho dovuto lasciare Bologna e i miei genitori. Ho comprato un ospedale con i soldi che avevo risparmiato con il mio vecchio lavoro...i miei genitori volevano che diventassi una dottoressa...ora vivo sola perché i miei genitori vivono ancora in Italia e non vogliono arrivare qui...ho trovato una casa molto grande con una piscina e un giardino. La casa ha 12 cucine, 15 camere e in ogni camera c'è il bagno. Ho anche un garage e tre macchine ...ringrazio i miei genitori che mi hanno fatto studiare così tanto ed è anche merito loro che oggi sono diventata una dottoressa”.**

Alcuni sogni di bambini migranti di seconda generazione:

**“Io lavoro con i computer. Fin da quando ero piccolo ammiravo mio zio Randy che in Libano faceva il programmatore. Ora sono riuscito a convincerlo a tornare in Italia e a lavorare con me a Bologna: ho scelto questa città perché qui ho i miei amici e le mie zie...Vivo con i miei zii Boyet e Melda che hanno dei cani...In questo momento sto cercando una moglie bellissima con gli occhi chiari...in realtà la conosco già, ma non è ancora mia moglie e lei vive ancora in Libano”.**

**“Sono avvocato perché guadagno tanto bene...vivo in Albania in una casa bellissima costruita dai miei nonni...vivo con mio cugino, i miei genitori, mia moglie e i figli”.**

### *Il sogno della “fine della pandemia”*

**Un pilota di Formula 1: “Il Coronavirus è sparito e così si può uscire fuori regione, stato e unione europea...nessuno usa più le mascherine e i gel”.**

**Un calciatore: “Sono rimasto a bocca aperta quando ho visto il mondo di fuori, non ci sono più le macchine a benzina ma solo quelle elettriche, e poi ora il covid è solo una semplice influenza e nessuno per strada gira più con la mascherina”.**

**Un radiologo: “ho già idea dei viaggi di lavoro che vorrei fare: vorrei andare in Germania principalmente a Stoccarda, vorrei anche andare in Russia a Mosca, vorrei andare a conoscere la prima persona che è stata positiva al Covid-19”.**

**Una neuroscienziata: “Ora vivo in un appartamento a Milano e vado spesso a trovare i miei genitori e mio fratello senza paura di attaccare loro il Covid-19, la pandemia è sotto controllo già da tempo, perché ormai siamo tutti vaccinati e abbiamo così raggiunto l'immunità di gregge di cui tanto si parlava quando ero bambina”.**

**Una dottoressa: “Passati 20 anni secondo me sarà già finita la pandemia, io mi sarò già procurata un lavoro che sarà la dottoressa e mi occuperò di persone e bimbi che non stanno bene”.**

## CAMBIAMENTI NEI SOGNI: 1995-2021

Nel 2021 **diminuisce il “sogno iperrealistico”** (-10 punti percentuali), **aumenta quello di “bellezza, ricchezza e fama”** (+12).

Rispetto ai sogni minori, leggero calo del “sogno ecologico/naturista”, “dell’esploratrice/tore” e “della scienziata/o”, mentre aumenta lievemente quello “spaziale/tecnologico”.

Nel 2021 il **“sogno di bellezza, ricchezza e fama”** è espresso da **preadolescenti di ogni ceto d’appartenenza**, mentre nel 1995 lo immaginava per lo più chi apparteneva a un ceto medio/basso.

Nel 2021 **ridimensionamento degli elementi “straordinari” e “fantastici”**. Ad esempio, per quanto riguarda il “sogno spaziale e delle nuove tecnologie” nel 1995 più invenzioni immaginate: ad esempio, il *casco-pensatore*, il *letto sospeso*, la *camicia impermeabile anti-incubo* da infilarsi prima di andare a dormire, il *computer spara-bomboloni* per la colazione, le *trasmissioni televisive intergalattiche*, il *velocipid-bus*, le *macchine volanti non inquinanti*, ecc.

Nel 2021 **più realismo, conformismo e desiderio di ricchezza: fantasia più scarna**, compensata da un **forte desiderio di viaggiare** - alimentato dalle/dagli stessi youtuber/influencer -, sia *per moda* sia per genuino *desiderio di esplorare il mondo*.

Nel 2021 più **impegno sociale**: temi d’attualità come *l’ecologismo, l’animalismo, i diritti civili, la disabilità, l’emarginazione, la povertà, la necessità di curare chiunque sia “in difficoltà”* (una sensibilità acuita durante la pandemia) e **in generale il desiderio di migliorare il mondo**.

## **TEMPO LIBERO, MEDIA E IMMAGINARIO**

**Questionario sull'uso del tempo libero**, a prevalenza di domande chiuse e alcune aperte, **hanno risposto 268 preadolescenti**: 8 in più rispetto a chi ha svolto l'elaborato. La maggior parte di loro ha dieci (34%) e undici anni (54%), alcuni dodici (12%). Il 9% è di origine straniera.

**Il 37% appartiene al ceto medio/alto e il 32% al ceto medio/basso**; nel 31% dei casi non è stato possibile calcolarlo per via di indicazioni imprecise o assenti.

**Le scuole di centro e di prima periferia sono maggiormente frequentate da chi appartiene al ceto medio/alto, mentre quelle di prima periferia e di periferia da chi appartiene al ceto medio/basso.**

**Il ceto della famiglia è tendenzialmente più elevato tra chi vive a Bologna.**

Tra le **attività "fisse"** in ordine decrescente: **corsi di sport, musica, lingue straniere, attività laboratoriali erogate in ambito scolastico.**

Per quanto riguarda le differenze di genere emerge un maggiore interesse femminile ad apprendere le lingue straniere (+11 punti percentuali) e a frequentare i laboratori (+10)

**Altre attività "fisse" sono comuni a entrambi i generi: le bambine fanno sport in misura simile ai maschi e i bambini amano suonare gli strumenti musicali in pari misura rispetto alle femmine.**

**Chi appartiene al ceto medio/basso, rispetto a chi appartiene al ceto medio/alto, segue meno corsi di sport (-12) e di musica (-8), mentre per le lingue straniere vi è parità.**

**Le attività svolte abitualmente a piacere nel tempo libero:**

- **guardare i contenuti postati da youtuber/influencer sui social,**
- **giocare ai videogiochi,**
- **leggere/inviare messaggi/foto/video e fare videochiamate,**
- **postare contenuti sui social.**

Inoltre, molti **guardano la tv** - ma anche film e serie televisive su piattaforme streaming on demand come Netflix, Amazon Prime e Disney+, **ascoltano la musica e vanno al parco a giocare.** Attività tradizionali come disegnare, dipingere o ritagliare, leggere libri e fumetti e fare giochi di società vengono invece svolte da un numero piuttosto contenuto di preadolescenti.

**Differenze di genere.** Rispetto ai maschi, **molte più bambine ascoltano la musica (+25 punti percentuali), svolgono attività manuali come disegnare e dipingere (+26) e leggono libri (+13):** si tratta di attività espressive e/o che permettono di connettersi alla dimensione interiore.

Rispetto alle femmine, **molti più bambini giocano ai videogiochi (+50)** e, tra le attività legate ai social, **guardano i contenuti postati da youtuber/influencer (+22).**

Osservando le **differenze d'età**, **guardare la televisione e giocare al parco** sono attività svolte più spesso a dieci anni rispetto ai ragazzini e alle ragazzine più grandi, mentre le attività legate ai social vengono svolte sempre più man mano si cresce.

**Per quanto riguarda le differenze di ceto, chi appartiene al ceto medio/alto legge di più rispetto a chi appartiene al ceto medio/basso (+13).**

**Dati relativi al possesso e all'utilizzo dello smartphone.** Lo possiede la maggioranza dei preadolescenti (74%) in misura maggiore chi vive a Parma rispetto a chi vive a Bologna (+11). Alcuni l'hanno avuto fin dagli *otto anni o meno* (17%), quasi un terzo sui *nove/dieci anni* (31%), un po' meno di un terzo a *undici anni o più* (27%) - il 25% non ha risposto.

**Lo possiedono soprattutto i preadolescenti che appartengono al ceto medio/basso rispetto a quelli di ceto medio/alto (+19).** Inoltre, chi appartiene al ceto medio/basso ha ricevuto il suo primo smartphone più spesso a *nove/dieci anni* piuttosto che a *11 anni e più*.

**La maggioranza dei bambini e delle bambine (71%) afferma che i genitori pongono loro delle limitazioni all'uso dello smartphone:** il motivo principale (59%) è legato alle **preoccupazioni dei genitori per la salute** (affatica la vista, "rimbambisce", alimenta l'aggressività, provoca dipendenza); inoltre (20%), perché **toglie spazio ad altre attività** giudicate dai genitori più importanti come lo studio, lo sport e la socializzazione, compresi i giochi all'aria aperta; alcuni preadolescenti (21%) asseriscono invece di non subire limitazioni perché lo usano poco e si sanno regolare, di conseguenza i genitori si fidano.

**Motivi per cui, secondo i preadolescenti, i genitori pongono dei limiti all'uso dello smartphone:** "fa male agli occhi"; "mi rovino la vista e divento stupida"; "non vogliono che mi rovini il cervello, che diventi dipendente"; "dicono che fa male alla salute"; "pensano che alimenti l'aggressività"; "non vogliono che passi le giornate a usare il telefono trascurando lo studio"; "ci tengono a istruirmi bene e a non farmi diventare scemo"; "preferiscono che viva nella vita reale, non virtuale"; "non vogliono che perda le capacità sportive e manuali". **Motivi per cui, secondo i preadolescenti, i genitori non pongono dei limiti all'uso dello smartphone:** "sanno che sono abbastanza responsabile"; "vogliono farmi sentire libera, senza nessuna regola"; "si fidano di me"; "credono che io sia già grande".

La maggioranza dei preadolescenti (78%) afferma di *amare lo smartphone* principalmente perché **consente di comunicare con i propri amici/amiche** e con i parenti che vivono lontani (57%) e anche perché è un **piacevole passatempo** (28%), usato in particolare per giocare ai videogiochi e guardare i video, mentre una minima parte (15%), afferma di non amarlo affatto perché distoglie da altre attività ritenute più interessanti.

Lo smartphone permette anche di **negoziare con i genitori margini più ampi di autonomia:**

**Motivi per cui ai preadolescenti piace avere lo smartphone:** "posso chattare con gli amici"; "posso fare videochiamate con le amiche e divertirmi con i videogiochi"; "è come un fratello"; "posso chiamare, giocare, guardare i social"; "posso andare in giro da sola (se mi trovo in difficoltà chiamo)"; "se mi perdo posso chiamare mia mamma"; "se vuoi uscire con gli amici i genitori ti possono chiamare"; "da quando ho lo smartphone mi sento libera". **Motivi per cui ai preadolescenti non piace avere lo smartphone:** "per colpa dello smartphone non riesco a leggere perché mi distrae"; "fa male, quando sarò grande mi servirà, adesso è inutile"; "da quando l'ho avuto non mi godo più le cose come prima".

La maggioranza dei preadolescenti (77%) afferma di avere *uno o più account sui social*. In ordine decrescente: **YouTube, TikTok, Snapchat, Instagram, Twitch e in minima misura su Facebook.**

Rispetto alle femmine molti più **bambini** hanno un account su YouTube (+21), Twitch (+17) e Instagram (+13).

Le **bambine** hanno account soprattutto su TikTok, YouTube, Snapchat e Instagram; superano numericamente i maschi solo su Snapchat (+7).

**Lo spartiacque tra chi usa poco o molto i social sembra avvenire nel passaggio tra la classe quinta della scuola primaria e la classe prima della scuola secondaria di primo grado.** A dieci anni si hanno account, in ordine decrescente, soprattutto su YouTube, Snapchat e TikTok, mentre a undici/dodici anni aumenta l'uso di TikTok, YouTube, Snapchat e in maniera netta quello di Instagram e Twitch.

Secondo i preadolescenti, **i genitori limitano l'uso dei social** principalmente per **motivi di salute** (31%), poi (18%) **perché temono che i figli facciano incontri pericolosi e/o che ne venga lesa la privacy** ("non vogliono che parli con persone sconosciute"; "mio padre ha paura che mi rubino i dati"), e in quanto **toglie spazio ad altre attività giudicate più importanti** (12%). Nella loro percezione, il 39% dei genitori non pone invece alcuna limitazione nell'uso dei social.

La maggior parte dei preadolescenti (84%) **ama guardare i video su YouTube** soprattutto per **passare il tempo e divertirsi** (65%) e in parte per **informarsi, scoprire cose nuove** (24%); pochi (11%) affermano di non amare YouTube perché non trovano video che li possa interessare e in generale perché non amano troppo i social.

**Motivi per cui ai preadolescenti piace guardare i video su YouTube:** "mi strappano sempre un sorriso"; "sono divertenti e imparo cose nuove"; "ci sono cose curiose e interessanti"; "per acculturarmi su qualunque cosa"; "alcuni insegnano cose importanti"; "vorrei diventare uno youtuber"; "mi fa sentire al passo con l'umanità". **Motivi per cui ai preadolescenti non piace guardare i video su YouTube:** "non trovo nulla che mi interessi, preferisco leggere"; "mi piace di più giocare con gli altri all'aperto"; "mi sembrano inutili"; "spesso mi annoiano".

Le **categorie di youtuber/influencer preferite** dai nostri preadolescenti risultano, in ordine decrescente:

- videogamer,
- comici/comiche,
- illustratori/trici,
- cantanti,
- sportivi/e,
- viaggiatori/trici,
- attori/attrici,
- food influencer,
- fashion influencer,
- beauty influencer,
- influencer che seguono particolari stili di vita,
- fitness influencer.

Le differenze di genere: **preferenza maschile per i videogamer (+55 rispetto alle femmine)**; i personaggi sportivi (+16), quelli comici (+8) e youtuber/influencer che raccontano i loro viaggi (+7).

Le bambine, più dei maschi amano seguire influencer abili a disegnare (+16), attori/attrici (+16), influencer di moda (+15), di bellezza (+15), cantanti (+8) e coloro che seguono particolari stili di vita (+5).

**Stereotipi di genere:** *competitività* (videogiochi, sport) e *l'avventura* (viaggi), aspetti tradizionalmente associati al genere maschile, *attività espressive* (disegno, recitazione, canto) e *bellezza* (moda, trucco, fitness), ambiti associati soprattutto al genere femminile.

## Youtuber/influencer preferiti:

MASCHI: *videogamer* come **Lyon (24%), Stef&Phere, denominati anche Two Players One Console (17%), Gabby16bit (16%), Kendal (10%), Favij (9%), ilMasseo (7%), Bellafaccia (6%), Mattiz (5%).**

FEMMINE: *influencer* come **Chiara Ferragni (13%), Charli d'Amelio (11%), Fraffrog (5%) ClioMakeUp (2%); youtuber/influencer maschi di bell'aspetto** come il cantante, youtuber e tiktokker **Valerio Mazzei, Davide Moccia** (che ha partecipato al docu-reality *Il Collegio*) e **i gemelli Nicholas e William Lapresa** (che hanno partecipato al reality *La Caserma*).

Nella categoria dei *personaggi comici*, citati più dalle femmine, troviamo le coppie **Ninna e Matti (3%)** e **Me contro Te (2%)** e, citati più dai maschi, **IPantellas (2%)**.

Le *attività culturali* tradizionalmente intese svolte abitualmente sono: **cinema (45%), incontri sportivi (35%), biblioteca (23%), musei (20%), teatro (8%) e concerti (8%).**

Differenze di genere: molti più maschi, rispetto alle femmine, assistono ad eventi sportivi (+17), mentre più femmine frequentano la biblioteca (+6).

Alcune differenze di ceto: **i preadolescenti di ceto medio/alto frequentano più spesso di quelli appartenenti al ceto medio/basso i musei (+10), la biblioteca (+5) e il teatro (+5).**

## *Lettura dei libri e dei fumetti*

**Circa la metà dei preadolescenti (49%) afferma di leggere un po' tutti i giorni, quasi un quarto (23%) 2/3 volte alla settimana; più di un quarto (28%) poco o quasi mai.**

I *generi di libri e di film preferiti*, sia dalle femmine sia dai maschi, sono principalmente **avventura, fantasy e comico.**

Differenze di genere: **le bambine leggono di più rispetto ai bambini.**

Differenze d'età: crescendo aumenta l'uso dei social, al contempo diminuisce la lettura.

Differenze di ceto: **leggono di più i preadolescenti di ceto medio/alto rispetto a quelli di ceto medio/basso.**

Stereotipi di genere: **le femmine più romanticismo, storie di vita quotidiana** (letteratura per ragazzi e ragazze), **i maschi più storie horror e di fantascienza.**

## *Personaggi preferiti dei media*

**Al primo posto youtuber/influencer (50%, di cui 23%F-77%M).**

Principali sottocategorie: **videogamer** - nei tre quarti dei casi da parte maschile -, e per le **influencer negli ambiti della moda, del ballo, del disegno e del trucco** solo da parte femminile. Tra i videogamer **Lyon, Stef&Phere/Two Players One console, Gabby16bit, Kendal, Favij, ilMasseo, Bellafaccia, Mattiz** a cui si aggiungono, tra i più citati, i twitcher **Pizfn e Xiuder.**



Tra le *influencer* Chiara Ferragni, la *tiktoker* Charli D'Amelio, le *youtuber* Fraffrog e ClioMakeUp a cui si aggiungono la *youtuber* e *tiktoker* Valeria Vedovatti, la *tiktoker* e *instagrammer* Aurora Baruto, la modella e *influencer* Giulia Salemi (tra le concorrenti del *Grande Fratello Vip* edizione 2020/21) e la *tiktoker* Marta Losito.

Infine, tra i *personaggi comici su YouTube* spiccano Frank Matano, Tommy Cassi e IPantellas, preferiti dai maschi, e le coppie Ninna e Matti e Me contro Te, preferite dalle femmine.

Al secondo posto *attori/attrici e cantanti* (28%, di cui 51%F-49%M). Emma Watson (interprete di Hermione nella saga cinematografica tratta dai libri di Harry Potter) preferita dalle bambine, e Tom Holland (interprete di Peter Parker in alcuni recenti film della saga di Spiderman) più apprezzato dai bambini. Le bambine amano anche attrici protagoniste di serie televisive come Alessandra Mastronardi (*I Cesaroni*), Maia Reficco (*Pretty Little Liars*), la coppia di innamorati Blair e Chuck (*Gossip Girl*), e alcuni attori di bell'aspetto: ad esempio, Leonardo Di Caprio, KJ Apa (l'interprete di Archie Andrews in *Riverdale*) e Cole Sprouse (*Zack e Cody al Grand Hotel*). I maschi apprezzano anche classici attori muscolosi e spericolati come Tom Cruise e Sylvester Stallone, il wrestler Dwayne Johnson e il divertente protagonista della sitcom Henry Danger. Tra le cantanti più citate dalle femmine troviamo Ariana Grande, Billie Eilish, Dixie D'Amelio e Selena Gomez e tra i cantanti, citati sia da maschi sia da femmine, Sangiovanni, Sfera Ebbasta, Fedez e Harry Styles.

Al terzo posto *personaggi di libri e fumetti* (16%, di cui 68%F-32%M). Harry Potter, Topolino e Geronimo Stilton.

Al quarto posto *personaggi comici in tv e nel cinema* (3%, di cui 75%F-25%M), maggiormente preferiti dalle femmine, Aldo, Giovanni e Giacomo, Checco Zalone, Maurizio Crozza, Paolo Bonolis. L'unica donna comica citata è Paola Cortellesi.

Al quinto posto *personaggi di videogiochi* (2%, di cui 37%F-63%M) come Mario e Luigi, da parte dei bambini, Principessa Peach e Lara Croft, da parte delle bambine.

Al sesto posto, citati solo dai maschi, i *calciatori* (1%) come Cristiano Ronaldo e Ansu Fati.

- **FEMMINE:** *attori/attrici, cantanti* (58 preferenze), *youtuber, tiktoker, instagrammer, influencer* (45), *personaggi di libri e fumetti* (43)
- **MASCHI:** *youtuber/influencer* (154 preferenze, il triplo rispetto F), *attori/attrici e cantanti* (54, quasi pari F) e *personaggi di libri e fumetti* (20, meno della metà F).

*Fraasi di bambini:* “mi piacciono i videogamer perché sono divertenti e simpatici”, “Favij e ilMasseo mi fanno ridere”, “gli youtuber mi mettono di buon umore”, “Stef&Phere non dicono parolacce ma riescono a farmi sorridere”, “Stef&Phere mi divertono e mi danno informazioni”, “mi piacciono i comici perché mi tirano su il morale”, “Harry Potter mi piace per il suo coraggio”, “Topolino è avventuroso”, “Geronimo Stilton è unico”.

*Fraasi di bambine:* “Favij, Lyon e Gabby16bit sono divertenti e simpatici”, “I gemelli Lapresa sono divertenti e carini”, “Chiara Ferragni è il top della moda e parla di argomenti interessanti”, “Chiara Ferragni e Charli D'Amelio ci indicano un nuovo stile di vita da seguire”; “sono una fan delle storie di Harry Potter, Tom Felton ha interpretato Draco Malfoy e io ne

sono ossessionata anche fuori da quel ruolo”, “Harry Potter, Hermione Granger e Ron Weasley li vedo come degli eroi”, “Emma Watson è molto coraggiosa, forte ed empatica, per me è una specie di idolo”, “Archi Andrius recita bene ed è molto bello”, “Checco Zalone e Paola Cortellesi mi fanno ridere”, “Crozza fa umorismo su molte persone che non conosco e posso documentarmi per conoscerle meglio”, “Geronimo Stilton mi istruisce su cose che non sapevo”.

**Personaggi femminili citati circa un terzo rispetto a quelli maschili e quasi esclusivamente menzionati dalle bambine** (mentre i personaggi maschili sono spesso citati da entrambi i generi).

Negli ultimi decenni: **incremento di personaggi e protagoniste femminili e progressiva “modernizzazione” rispetto a ruoli tradizionali** come quelli della “principessa che vive in attesa di incontrare il Principe Azzurro” o della “damigella in pericolo”. Ad esempio, nella **produzione cinematografica Disney**, eroine determinate e avventurose (Riva, Bignamini, Turuani, 2020); nell’ambito dei **videogiochi** cominciano a essere ideate protagoniste femminili forti e indipendenti, anche se sono ancora molto poche in rapporto all’aumento esponenziale delle utenti di genere femminile.

#### CAMBIAMENTI NELL’USO DEL TEMPO LIBERO: 1995-2021

Per quanto riguarda le attività “fisse” svolte dopo la scuola, **diminuzione dell’attività sportiva (-12 punti percentuali), a favore dei corsi di musica (+7) e soprattutto dei corsi di lingue straniere (+10)**, dal momento che conoscere una o più lingue straniere oggi è diventato indispensabile per trovare lavoro.

Differenze di genere: **aumentate le bambine che fanno sport (+12), e che svolgono corsi di lingue straniere (+10)**. Un’altra novità: **anche i bambini desiderano imparare a suonare uno strumento musicale** (nel 1995 i maschi che svolgevano corsi di musica erano la metà delle femmine, nel 2021 vi è parità).

**Cambiamento *personaggi medial* preferiti: l’ingresso degli/delle *youtuber/influencer* nella quotidianità dei preadolescenti.**

Personaggi in carne ed ossa che diventano ***modelli di ruolo*: divertono e al contempo insegnano come comportarsi “da grandi”, impartendo “lezioni” sullo slang giovanile, l’abbigliamento e il modello corporeo ed estetico più “alla moda”.**

Contribuiscono a diffondere i valori di ***bellezza, ricchezza e fama*** fungendo da riferimento ideale per il lavoro che svolgono, che appare oltremodo appetibile: **guadagnare divertendosi.**

**Nel 2021 nella vita dei preadolescenti i social sembrano avere il sopravvento rispetto alla tv, divenendo i nuovi *storyteller* (Gerbner et al., 1986).**

#### CONCLUSIONI

**Il possesso del primo smartphone avviene per lo più tra i dieci e gli undici anni: rituale di passaggio dall’infanzia alla pre-adolescenza.**

Ulteriore spinta al **fenomeno dell’*adultizzazione precoce*** avviato dai media tradizionali: **bambini e bambine accedono precocemente a contenuti un tempo riservati agli adulti. Inoltre, indipendentemente dall’età, si segue un medesimo stile di vita e si adottano simili abitudini di**

**consumo. Oggi lo stile di vita che accomuna generazioni differenti contempla in particolare l'uso dei social.**

I preadolescenti hanno uno o più account soprattutto su YouTube, TikTok, Snapchat, Instagram e Twitch. **Ed è nel passaggio dalla scuola primaria alla scuola secondaria di primo grado che - grazie soprattutto al possesso dello smartphone -, dai contenuti diffusi dal mezzo televisivo l'attenzione tende a spostarsi sui social.**

**Se i personaggi social hanno in buona misura sostituito il genere dell'intrattenimento televisivo, la tv non scompare dalle abitudini di fruizione mediale dei preadolescenti:** cartoni animati, film, serie televisive e programmi comici sono contenuti molto amati e sempre più fruiti tramite le piattaforme di streaming on demand e le pay tv.

**Anche la lettura di libri e fumetti non viene soppiantata dai social:** dalla ricerca risulta che circa la metà di loro, soprattutto le bambine, *legge un po' tutti i giorni*; si presume in buona misura grazie all'impegno profuso da parte della classe insegnante. I generi letterari e cinematografici preferiti in assoluto, sia dai maschi sia dalle femmine, sono risultati *avventura, fantasy e comico*.

**Il web 2.0 ha fatto emergere nuove modalità di fruizione che implicano una partecipazione sempre più "attiva" al processo di comunicazione** (cfr. Capecchi, 2015): la possibilità di esprimere la propria opinione sui social in relazione ai contenuti fruiti o ai personaggi preferiti; di confrontare le proprie opinioni con quelle altrui; di avviare uno scambio comunicativo con i personaggi seguiti sui social; **di creare contenuti da diffondere tramite i social** - possibilità che implica anche l'apprendimento di strategie di *presentazione del self* (Goffman, 1959) sulla ribalta dei social via via che si cresce sempre più raffinate, per quanto spesso omologate a ciò che va di moda.

**I valori e i tratti caratterizzanti la subcultura dei preadolescenti:** *amicizia, desiderio di realizzarsi, ricchezza, fama, bellezza, amore per la famiglia, l'avventura, i viaggi, le lingue straniere, lo sport, il gioco e il divertimento*.

Inoltre, *parità di genere, inclusione, altruismo, amore per gli animali e la natura, ecologismo*.

Differenze di ceto: **chi appartiene al ceto medio/alto vive in un contesto più ricco di stimoli culturali - ad esempio legge di più e frequenta più corsi di sport e musica -, chi appartiene a un ceto medio/basso "frequenta" un po' di più i social** (legge di meno e fa meno corsi).

A Bologna, città in cui il *ceto della famiglia* è leggermente più elevato, si legge di più e si fa più sport, mentre a Parma si svolgono di più le attività legate ai social. Differenze che si riflettono nel tipo di vita futura prefigurata: **i/le bolognesi tendono a prediligere il "sogno iperrealistico" e quello "ecologico/naturista", mentre i/le parmensi il "sogno di bellezza, ricchezza e fama" e quello "spaziale e delle nuove tecnologie".**

L'ipotesi che avanziamo al riguardo è che **guardare assiduamente i contenuti pubblicati da youtuber/influencer alimenti i sogni di "grandezza", il desiderio di ottenere successo professionale che pare essere "alla portata di tutti".**

Differenza tra le bolognesi e le parmensi: le prime molto più orientate verso il "sogno iperrealistico" e le seconde verso quello di "bellezza, ricchezza e fama".

**Le parmensi, oltre ad essere molto meno propense a formare una famiglia rispetto alle bolognesi, paiono dunque più edoniste, centrate su se stesse e indipendenti: vere interpreti del processo di individualizzazione femminile che vede le donne inseguire il sogno della parità di genere, e al tempo stesso essere "vittime" o "complici" del mercato nel momento in cui, in ottica postfemminista (un mix di principi e valori sia femministi sia antifemministi), si concentrano su**

**progetti di vita individuali che contemplan in buona misura il *consumismo* (McRobbie, 2004; Gill, 2007).**

Differenze rispetto alla ricerca del 1995: **il “sogno di bellezza, ricchezza e fama” è aumentato e al contempo è diminuito quello “iperrealistico”. Complice, si ipotizza, la crisi economica attraversata dal nostro Paese negli ultimi decenni. Al tempo stesso, non si può trascurare l’influenza degli/delle influencer con il loro stile di vita glamour esibito sui social (tra case “da sogno”, viaggi e shopping sfrenato, corpi snelli, muscolosi e tatuati).**

**Dal confronto tra le due ricerche emerge che nel 2021 vi è un calo di fantasia, una minore presenza di elementi prettamente “fantastici” e “straordinari”. Tende a predominare il *realismo*, e il desiderio di *ricchezza e fama*.**

Si può ipotizzare a tale proposito che **i social “rubano tempo” ai media tradizionali svuotando l’immaginazione, in quanto sui social tutto è svelato e “messo in vetrina”, dal corpo denudato alle vicende e ai pensieri più intimi (Codeluppi, 2021).**

In compenso, nel 2021 vi è un **incremento del valore della *parità di genere*** (espresso soprattutto dalle femmine ma anche da parte dei maschi a confronto con la ricerca del 1995).

Inoltre, si ravvisa **molto più *impegno sociale e solidarietà*** nei confronti delle persone emarginate, povere o in difficoltà (espressi sia dalle femmine sia dai maschi) e **più *desiderio di viaggiare***, sete di esplorare il mondo.

## MEDIA EDUCATION

**Sono ancora molti gli *stereotipi di genere* sedimentati nel *senso comune* (Jedlowski, 1994; Lalli, 2000) che potrebbero essere decostruiti, dal momento che gli esseri umani possono continuamente modificare la *realtà* che essi stessi hanno costruito (Berger, Luckmann, 1966).**

Sarebbe utile incrementare i corsi di ***Media Education e di educazione alle differenze*** (Biemmi, Satta, 2017; Capecchi, 2018; Ghigi, 2019) **nelle scuole di ogni ordine e grado** per fare riflettere su temi come *gli stereotipi di genere, l’essere preda del mercato, il conformismo, la dipendenza dai social, la percezione negativa del proprio aspetto fisico dovuta al continuo confronto con i corpi “perfetti” esibiti sui social, fenomeni come il cyberbullismo, l’hate speech e il “revenge porn”, l’esposizione a fake news, ecc.*