

VIII. Fede e valori religiosi, di Paola Bignardi	p. 211
Nota metodologica, a cura di Ipsos	231
Riferimenti bibliografici	241
Gli autori	257

ALESSANDRO ROSINA
 INTRODUZIONE.
 GENERAZIONE DI VALORE

Le nuove generazioni sono per propria natura diverse dalle generazioni precedenti. Questo non significa che abbiano più valore ma nemmeno che ne abbiano meno. Ogni generazione ha un proprio valore che va riconosciuto, nelle sue specificità, dalle generazioni precedenti e messo nelle condizioni di dar frutto rispetto alle sfide del proprio tempo.

Ma è anche vero che le nuove generazioni non arrivano da Marte. Senza quelle precedenti i giovani di oggi non esisterebbero; senza le risorse materiali e immateriali prodotte e trasmesse dalle generazioni più anziane, ci ritroveremmo ogni volta a ripartire dall'età della pietra.

Serve quindi un reciproco riconoscimento di valore: le nuove devono riconoscere il valore di quello che hanno ricevuto, le vecchie devono riconoscere e aiutare a promuovere il nuovo valore di cui le nuove generazioni sono portatrici.

Ma fino a che punto questo sta avvenendo in Italia? Quale valore hanno i giovani per le aziende italiane? Quale per la politica italiana? Quale per insegnanti ed educatori? Quale per i giornalisti? Per la Chiesa? Per i genitori? Sono prevalentemente manodopera a basso costo di cui ci si può facilmente disfare? Sono potenziali elettori da cui ottenere consenso e cittadini ancora inconsapevoli su cui scaricare i costi di rendite da conservare? Sono studenti con bassa attenzione e alta insoddisfazione verso metodi consolidati? Sono un tema di cui trattare sui quotidiani con facili luoghi comuni da dare in pasto all'opinione pubblica? Sono fedeli da conquistare e contenitori di valori tradizionali da riempire? Sono figli da proteggere contro tutto e contro tutti?

E quale valore hanno i giovani per se stessi? Se vale tutto quello che abbiamo scritto sopra, rischiano di passare in pochi anni da adolescenti desiderosi di accendere

il mondo con le proprie passioni a tardo-ventenni opachi, temporeggiatori, disillusi.

Fortunatamente la realtà italiana è molto più complessa rispetto a questo ritratto. Ci sono aziende che sanno come il proprio successo dipenda dalla valorizzazione del capitale umano delle nuove generazioni. Ci sono politici che considerano i giovani il bene comune principale su cui investire. Ci sono educatori che fanno molto più di quanto loro richiesto per aiutare a tirare fuori il meglio di quello che i ragazzi possono esprimere. Ci sono giornalisti che fanno uno sforzo in più per capire una realtà complessa. Ci sono sacerdoti e suore che operano dal basso per costruire esperienze di valore con adolescenti di ogni credo. Ci sono genitori che sanno stare un passo indietro rispetto alle proprie aspettative sui figli.

Tutto questo però accade ancora in modo troppo occasionale e limitato nel nostro paese. Stenta a diventare sistema. Manca un processo solido che punti con determinazione a porre le nuove generazioni al centro di un paese che si rinnova e che incentiva ogni sua parte a contribuire nel modo migliore. Questo processo era già debole prima della crisi economica, ma risulta incerto anche in questa fase di uscita dalla recessione.

Il 2018 è iniziato confermando segnali positivi sull'occupazione giovanile, ma senza che vi sia una chiara evidenza di recupero del grave svantaggio rispetto (quantomeno) alla media europea. Lo stesso vale per il livello del debito pubblico, altro aspetto rilevante degli squilibri generazionali con vincoli su benessere presente e futuro. Lo scenario politico è quanto mai incerto, non l'ideale per una guida solida, in grado di delineare una visione condivisa sul futuro del paese a cui ciascuno possa contribuire con la sua capacità di generare valore.

Servirebbe una vera ripartenza dopo la crisi – come avvenuto dopo la seconda guerra mondiale – che non punti tanto a ritrovare il benessere perduto, ma a creare nuovo benessere, stabilendo una vera discontinuità con tutto ciò che da troppo tempo frena il contributo delle nuove generazioni nei processi di sviluppo dell'Italia, in coerenza con le grandi trasformazioni del nostro tempo.

Per farlo con successo è necessario, però, partire da quello che le nuove generazioni sono, possono dare e vogliono diventare, ovvero da ciò che in modo specifico le caratterizza riguardo a desideri, capacità, obiettivi di vita. Soprattutto in un mondo sempre più complesso e in continuo mutamento, abbiamo ben chiaro quello che del passato non funziona più, molto più arduo è invece capire che cosa possa funzionare meglio domani. Una cosa però è certa: solo il cambiamento che migliora la capacità di essere e di fare, con responsabilità e valore, delle nuove generazioni va nella direzione giusta e ci aiuta a costruire un futuro migliore.

Il Rapporto Giovani dell'Istituto Toniolo, alla quinta edizione nel 2018, è nato proprio come strumento utile a capire chi siano le nuove generazioni, di quali desideri siano portatrici, che cosa orienti le loro scelte, come costruiscano i propri progetti di vita, che cosa consenta a tali progetti di avere o meno successo.

Oltre ad aggiornare ogni anno il quadro sulla condizione giovanile, su come vengano vissuti gli snodi della transizione alla vita adulta, sulle implicazioni sociali ed economiche, sono proposti approfondimenti su vari temi di attenzione pubblica. Il filo conduttore in questa edizione sono i valori, nella loro accezione più ampia.

Alla base delle analisi qui proposte ci sono i dati della principale indagine nazionale su desideri, atteggiamenti e comportamenti degli under 35. La prospettiva longitudinale, la dimensione internazionale, la combinazione tra *survey* rappresentative e *social media data*, fanno del Rapporto Giovani un Osservatorio privilegiato sulla realtà complessa e in continuo movimento delle nuove generazioni.

L'edizione di quest'anno si apre con un contributo di Alfieri, Barni e Marta (*Valori in salute: giovani, orientamenti valoriali e benessere*, ivi, pp. 17-47). In tale capitolo i profili valoriali sono analizzati e messi in relazione a fattori di promozione del benessere. Sono vari gli elementi di novità rispetto a come il tema viene usualmente trattato nella letteratura scientifica. Riguardo al benessere, esso è trattato come variabile complessa, mettendo assieme l'aspetto soggettivo (felicità e soddisfazione di vita), con

quello psicologico (autostima, autoefficacia e relazionale), oltre a quello comunitario (fiducia negli altri e nella società e attualizzazione sociale). Rispetto ai valori, essi non sono considerati positivi in modo aprioristico e indistinto, ma intesi e analizzati nella misura in cui diventano risorsa specifica a favore dei giovani rispetto a precise dimensioni del benessere. Uno dei risultati principale è l'evidenza, trasversale, di un profilo di fondo decisamente orientato al cambiamento e al valore della relazione (autotrascendenza). Come scrivono le autrici: «Non si sbaglia quindi ad affermare che l'auto-determinazione (in termini di autonomia di pensiero e di azione), la ricerca della novità e il divertimento sono oggi i valori preferiti dai giovani adulti italiani» (Alfieri, Barni e Marta, ivi, p. 42). Insieme a questi, appunto, contano però in modo particolare anche la cura delle relazioni interpersonali e la promozione delle qualità dell'umana convivenza (giustizia, pace, uguaglianza ecc.). Di rilievo, anche se in modo meno trasversale, valori che enfatizzano il successo personale e l'autoaffermazione sociale (dominio, prestigio, denaro ecc.). È interessante infine notare come i livelli più bassi di benessere corrispondano a un sistema valoriale «indifferenziato»: «Come a dire che il non prendere una "posizione valoriale" è di per sé fattore di rischio rispetto al benessere» (Alfieri, Barni e Marta, ivi, p. 46).

Nel capitolo successivo (*Sistemi formativi e di orientamento. Le istanze di cambiamento dei giovani europei*, ivi, pp. 49-78), Mesa e Triani propongono un'analisi del valore dell'esperienza scolastica dei giovani italiani in una prospettiva comparata considerando altri quattro paesi europei (Spagna, Germania, Francia e Regno Unito). I dati mostrano come per i giovani italiani la scuola serva soprattutto ad aumentare conoscenze e abilità, a imparare a ragionare, a stare con gli altri, a sviluppare attitudini e senso di cittadinanza, secondariamente, a saper affrontare la vita e a trovare un lavoro migliore. A grandi linee l'ordine di priorità è affine anche negli altri paesi, ma non mancano significative differenze. In Spagna, Germania e Regno Unito è maggiore l'enfasi sul valore strumentale della scuola (utile per capire come funziona il mondo del lavoro e per trovare

un lavoro migliore), mentre per Italia, Francia e Regno Unito è più alto anche il valore di socializzazione (imparare a stare con gli altri).

Un secondo versante trattato riguarda la valutazione dei propri insegnanti. Su tale aspetto in quasi tutti gli *item* considerati, i giovani italiani esprimono giudizi mediamente più negativi dei coetanei degli altri paesi. In particolare sono la capacità di coinvolgimento, di tener conto delle esigenze degli studenti, di adattarsi alle situazioni, di motivare allo studio a essere maggiormente oggetto di critica da parte degli studenti italiani. Sul piano propositivo, i giovani italiani si distinguono per una maggior domanda di cambiamento su quasi tutte le dimensioni prese in esame. Più forte, rispetto ai coetanei europei, è, infine, anche la domanda di un maggior orientamento scolastico e professionale.

Nel terzo capitolo, Poy, Rosina e Sironi (*Il valore delle «soft skills» per le nuove generazioni*, ivi, pp. 79-107) si occupano delle competenze trasversali (*soft skills*) e del valore assegnato all'interno dei propri percorsi professionali, di vita e nelle relazioni sociali. Si tratta di competenze non limitate alle capacità e al saper fare di una data professione, ma utili per affrontare in modo versatile e aperto l'impegno in vari contesti e su compiti diversi. È crescente la consapevolezza da parte dei giovani stessi che la scuola solo in parte riesca a formare e rafforzare in modo adeguato le *soft skills* e che la loro carenza, al netto del titolo di studio, renda più fragili nel capire il mondo (non solo del lavoro) che cambia e nell'agire con successo al suo interno. I dati analizzati mostrano come il rafforzamento di tali competenze stia alla base di una mutua relazione virtuosa tra imparare e fare. Scade nella condizione di Neet (giovani che non studiano e non lavorano) e rischia di rimanervi intrappolato chi non riesce a inserirsi in tale circuito virtuoso. Tale rischio è maggiore per chi vive in un contesto familiare meno supportivo e in un contesto sociale che offre meno occasioni di esperienze utili anche a migliorare, imparando dai propri errori.

L'alternanza scuola-lavoro poteva essere un'occasione straordinaria per una mappatura delle *soft skills* possedute dagli studenti italiani e di valutazione di impatto dell'e-

sperienza di alternanza (quali condizioni, in quali contesti, per quali competenze) sul percorso formativo inteso in senso ampio. Rendere consapevole ciascun giovane delle potenzialità e fragilità delle proprie competenze trasversali e fornire indicazioni su quali esperienze (di alternanza e oltre) gli siano utili per rafforzarle ulteriormente è una sfida che questo paese non ha (ancora) fatto propria.

Segue un contributo di Bonanomi, Migliavacca e Rosina (*Domanda di rappresentanza e orientamento politico*, ivi, pp. 109-136) che affronta la questione dello scollamento tra nuove generazioni, rappresentanza sociale e offerta politica attuale. Uno scollamento allo stesso tempo causa e conseguenza della discrasia tra giovani e mercato del lavoro, ma ancor più in generale dell'indebolimento del ruolo delle nuove generazioni nei processi di crescita economica, sociale e culturale del paese. Come viene sottolineato in tale capitolo, da un lato l'Italia ha bisogno di giovani più di quanto non riesca (per molti motivi intrecciati) a dimostrare, d'altro lato i giovani stessi hanno bisogno di mettersi alla prova e di esercitare un proprio impatto sulla realtà più di quanto riescano nei fatti a esprimere. L'esito, come documentano i dati, è una crescita di disillusione e sfiducia nei confronti della politica e della classe dirigente in generale.

Eppure nei giovani stessi è forte la consapevolezza che i singoli abbandonati a se stessi possano solo difendersi e adattarsi al ribasso rispetto alle difficoltà del presente e ai grandi cambiamenti nella società e nel mondo del lavoro. Emerge, infatti, una grande domanda di rappresentanza collettiva e di azione politica in grado di migliorare le opportunità delle nuove generazioni, ma sindacati e partiti attuali sembrano non in grado, per i giovani intervistati, di fornire risposte credibili e convincenti. Nell'attesa dominano confusione e disillusione.

Nel quinto capitolo («*Eu Young Onlines*». *Il termometro dell'ostilità in rete*, ivi, pp. 137-168), Introini e Pasqualini usano i dati di un approfondimento internazionale per trattare il tema del valore dato alle parole nelle relazioni con gli altri. I *social network*, in particolare, offrono nuove opportunità di interazione e scambio di informazione, ma

l'interazione non sempre offre relazione autentica e le interazioni scambiate non sempre sono affidabili. Sul *web* è anche più facile mascherarsi, restare anonimi, sentirsi più liberi e in qualche maniera anche autorizzati a comportarsi con più leggerezza, postando contenuti personali non sempre «idonei» o commentando *post* di altri con un linguaggio ostile. L'analisi condotta mostra come sia diventato comune per i giovani imbattersi in messaggi verbalmente violenti, con contenuto d'odio e denigrazione verso specifiche persone o categorie. Per la grande maggioranza l'*hate speech* rispecchia anche le tensioni nella società reale, oltre ad essere legato alla «maleducazione» delle singole persone.

I giovani intervistati sembrano in larga misura consapevoli delle ferite e del danno provocato, ma non tutti ne sono pienamente convinti (quasi 1 su 3 non la considera una forma grave di aggressione). Emerge un'ampia esigenza di un codice di comunicazione, che aiuti a esprimersi meglio, ma anche a non cadere nella trappola dell'ostilità come reazione verso chi ci accusa o aggredisce verbalmente. Serve anche un codice per reagire quando le vittime sono altre persone, più o meno vicine a noi. Alta è, infatti, la solidarietà verso le vittime dell'*hate speech*, e la disponibilità ad attivarsi, ma spesso non è ben chiaro come farlo (il «non so» coinvolge 1 giovane su 4).

Una delle categorie maggiormente vittima dell'ostilità *online* e *offline* è quella degli stranieri. L'immigrazione è uno dei fenomeni di maggior rilevanza e impatto in questo secolo. Non è mai stato così elevato il numero di abitanti del pianeta che vivono in un paese diverso da quello in cui sono nati (oltre 250 milioni secondo le stime delle Nazioni Unite). La mobilità internazionale è favorita da una maggior facilità di spostamento rispetto al passato e la sua crescita è legata sia a fattori più o meno imprevedibili (instabilità politica e instabilità del clima) sia a motivi più strutturali come gli squilibri demografici ed economici (mai stati così ampi tra le varie aree del mondo). Il nostro paese e l'Europa hanno conosciuto negli ultimi decenni flussi di arrivo particolarmente rilevanti. Durante la crisi economica il numero di residenti stranieri ha subito un significativo

rallentamento, ma è cresciuta l'emergenza profughi. Da un lato, paesi come il nostro hanno bisogno di immigrazione per rispondere agli squilibri prodotti da decenni di denatalità, dall'altro le difficoltà legate alla crisi economica, gli attentati terroristici e i limiti nella gestione dell'emergenza profughi, hanno peggiorato il clima sociale e accentuato reazioni di ostilità indifferenziate. Un riscontro chiaro di tutto questo è la difficoltà dell'approvazione della legge sulla cittadinanza dei figli degli immigrati.

Nel loro capitolo (*Immigrazione e multiculturalismo: il valore della diversità*, ivi, pp. 169-182), Bichi e Rubin confermano la presenza di un atteggiamento ambivalente delle nuove generazioni: percepiscono con preoccupazione la possibile concorrenza sul lavoro in un paese in cui i giovani si sono trovati sempre più ad adattarsi al ribasso, ma sono anche consapevoli che nel complesso l'immigrazione, se ben gestita, aiuta la nazione a crescere. Se l'atteggiamento verso l'immigrazione è largamente negativo, quando si chiede in modo esplicito di esprimersi verso la componente regolare, solo circa 1 intervistato su 3 mantiene una posizione negativa (sulla sicurezza e sull'economia). Si conferma, inoltre, il ruolo della conoscenza del fenomeno e del livello culturale dell'intervistato, che riducono sensibilmente l'ostilità verso gli stranieri e aumentano il potenziale riconoscimento del valore della diversità.

Altro tema delicato trattato in questa edizione del Rapporto Giovani è quello della procreazione medicalmente assistita (Pma). Scabini, Canzi e Lombi (*La risposta all'infertilità di coppia nella percezione dei giovani italiani*, ivi, pp. 183-210) hanno sondato il livello di conoscenza e l'atteggiamento delle nuove generazioni su fecondazione omologa, eterologa e maternità surrogata. I *Millennials* sono la prima generazione nata dopo la nascita di Louise Brown, la prima bambina concepita «in provetta». Come evidenziano le autrici, «il fenomeno della procreazione medicalmente assistita (Pma) indubbiamente rappresenta la rivoluzione più consistente relativamente alla filiazione e tocca in modo specifico le giovani generazioni» (ivi, p. 183). I dati mostrano soprattutto un modesto livello di conoscenza e

una rilevante percentuale di chi non ha opinioni a riguardo. In generale l'atteggiamento risulta favorevole, pur con alcune contraddizioni che derivano anche dalla complessità del tema e dalla sfera intima e di identità che coinvolge. Esiste, inoltre, come ci si può aspettare per questioni così delicate, una forte connessione con gli orientamenti di valore ed emergono anche spiccate differenze di genere. I maschi tendono un po' di più a privilegiare l'ottica di coppia (più propensi ad accettare di non avere figli), mentre le femmine tendono ad essere più accondiscendenti verso chi ricorre alla fecondazione assistita, pur di riuscire ad avere un figlio.

In un volume dedicato ai valori non può mancare un capitolo che si occupa di approfondire la dimensione della trascendenza, l'orientamento religioso e la pratica dei giovani (*Fede e valori religiosi*, ivi, pp. 211-229). Bignardi, usando sia dati quantitativi sia qualitativi originali, esplora alcuni aspetti della trasformazione profonda in corso nelle nuove generazioni sul modo di vivere la religione. Poco più della metà dei giovani intervistati dichiara di credere alla religione cattolica. Quasi 1 su 4 afferma di non credere in una realtà trascendente. La grande maggioranza non frequenta i riti religiosi (e solo 1 su 5 lo fa almeno una volta al mese).

Partecipazione (religiosa) e senso di appartenenza (Chiesa) non funzionano più come per le generazioni di nonni e genitori. Tradizione e regole non valgono di per sé, ma «se ne capisco il valore» (se sento che aumentano il mio benessere, se fanno parte coerente e arricchente del mio sviluppo personale). Come scrive l'autrice, la porta di ingresso per il dialogo con le nuove generazioni è «quella delle loro domande sulla vita, della loro ricerca di una spiritualità che conduca verso la propria interiorità e permetta di recuperare un rapporto con se stessi armonioso e sereno» (Bignardi, ivi, p. 229).

I giovani continuano a essere grandi cercatori di senso e arte in loro un grande desiderio di dar valore alla propria vita, ma sempre meno riescono a trovare risposta attraverso la trasmissione di una fede codificata. Ecco allora che più

VALORI IN SALUTE: GIOVANI,
ORIENTAMENTI VALORIALI E BENESSERE

1. *Introduzione*

Avere dei valori fa bene alla salute? Ci sono dei valori che supportano il benessere della persona e altri che lo ostacolano? Aspetti differenti del benessere sono influenzati dai valori in maniera diversa? Il presente capitolo si propone di rispondere a queste domande, ponendo in relazione i valori dei giovani, definiti e misurati in accordo con il modello psicosociale di Schwartz [1992; 1996], con il loro benessere individuale.

Diversi sono gli elementi di novità del lavoro. In primo luogo, l'assunzione di una prospettiva di analisi positiva, di salutogenesi anziché di patogenesi, in cui i valori sono trattati come fattori di promozione del benessere, piuttosto che come fattori di protezione dal disagio e dalla devianza. In secondo luogo, il concepire il benessere come una variabile complessa, a più facce: soggettivo, psicologico, sociale e fisico. Infine, l'esaminare la relazione valori-benessere tra i giovani, tenendo conto di una serie di variabili socio-demografiche (genere, età, occupazione, area geografica di residenza) teoricamente rilevanti per valori e benessere e potenzialmente capaci di moderarne la relazione. Dunque, i valori saranno analizzati non come panacea, benefici sempre e indistintamente, bensì come risorsa specifica per i giovani, in relazione a precise dimensioni del benessere.

Nel capitolo verrà presentata in primo luogo la letteratura sui valori in ambito psicologico, con particolare riferimento al modello di Schwartz (par. 2) e alla fase del ciclo di vita del giovane adulto (par. 3). Il paragrafo 4 sarà dedicato invece alla trattazione del benessere e il paragrafo 5 alla relazione tra quest'ultimo e i valori. Il paragrafo 6 presenterà la ricerca che si pone, come obiettivo generale,

che contro la religione, si rischia veder crescere e maturare una generazione che si adatta alla sua «assenza» nella propria vita.

Per capire meglio la realtà delle nuove generazioni è necessario andar oltre i luoghi comuni e questo significa meno giudizio dall'alto su ciò che le rende diverse rispetto alle generazioni precedenti (e alle loro aspettative) e più attenzione dal basso per comprendere il nuovo di cui sono portatrici (in coerenza con il proprio tempo). Ma per costruire un futuro migliore – aperto alla speranza e non schiacciato in difesa – serve anche più impegno comune nel mettere il nuovo nelle condizioni migliori per trasformarsi in valore aggiunto a beneficio di tutto il paese.

Questo è possibile solo con un diverso approccio culturale, abbandonando l'idea passiva del cambiamento come ciò che ci porta via qualcosa rispetto a ieri, per passare a considerarlo come un impegno attivo, che consenta al domani di offrirci qualcosa in più (di valore) rispetto a oggi.