



C E N S I S

I VALORI DEGLI ITALIANI 2013

Il ritorno del pendolo

Sintesi dei principali risultati

La numerazione delle tabelle segue quella del volume a stampa

Roma, 6 novembre 2013

1. Il ritorno del pendolo: la fine di un ciclo e l'inizio di un altro, ma verso dove?

Abbiamo tutti l'impressione che la vitalità della nostra società stia lentamente scemando, oggi l'interrogativo che in molti si pongono riguarda la natura di questo rallentamento: "Ci stiamo fermando per poi ripartire o rallentiamo e basta? Siamo come un treno che perde pian piano forza, oppure la congiuntura attuale ricorda un pendolo alla fine dell'oscillazione, quasi fermo, ma carico di energia per ripartire in un nuovo ciclo?"

I risultati dell'indagine sui valori degli italiani 2013, ci dicono che la crisi antropologica che ha attraversato il Paese, ha consumato il suo slancio e sta terminando la sua corsa, questo non vuol dire che l'egoismo, la passività, l'irresponsabilità il materialismo e tutti gli aspetti che hanno caratterizzato il degrado sociale degli ultimi anni, stiano improvvisamente svanendo; anzi sono al loro punto massimo, ma mostrano di non avere la forza necessaria per andare oltre.

Mentre le energie per un'inversione di rotta ci sono tutte, si tratta di un'energia potenziale certo, che ancora non si è attivata e che è impossibile sapere dove ci porterà, se cioè verso un ritorno al passato, su sentieri già battuti, alla ricerca di dimensioni più raccolte, più familiari, più protettive e rassicuranti, ma anche meno vitali; oppure verso percorsi nuovi, di reale collaborazione, di autentica riscoperta dell'altro, di un modo nuovo di lavorare e, perché no, di una ricerca effettiva di dimensioni più alte di vita.

2. L'egoismo stanco

Se è possibile vivere il benessere da soli o con la propria famiglia è molto più difficile affrontare la crisi in solitudine.

E così le ambizioni personali lasciano il posto ad altri tipi di gratificazione: il 40,1% degli italiani si dice molto disponibile a far visita agli ammalati (Tab. 1), per contribuire al bene comune del suo territorio, se aggiungiamo che la percentuale di coloro che non se la sentono di fare un'opera del genere si aggira intorno appena al 10%, capiamo quanto questa sensibilità sia forte. È la solidarietà di base che riemerge, l'etica tradizionale, arcaica: non abbandonare l'ammalato se non si vuol correre il rischio di essere abbandonati in condizioni analoghe.

Tab. 1 - Visitare chi sta male, per sesso e età (val. %)

<i>Per il bene comune del suo territorio sarebbe disponibile a visitare chi sta male?</i>	Sesso		Età						Totale
	Maschio	Femmina	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 anni e oltre	
Per niente	2,8	1,7	1,0	1,0	1,7	1,4	2,3	4,4	2,2
Poco	9,4	5,9	9,4	4,2	7,0	7,5	5,6	10,7	7,6
Forse	32,3	25,3	38,4	28,0	26,9	28,3	29,6	26,8	28,7
Abbastanza	19,9	22,9	19,9	27,8	26,2	17,7	19,7	18,2	21,4
Molto	35,5	44,3	31,3	39,0	38,2	45,1	42,9	40,0	40,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2013

Potremmo dire che il nostro è un egoismo stanco: “se non posso più crescere- sembra pensare l’egoista stanco- se non posso più ingrassarmi, se non posso avere ancora più libertà di quella che ho, se il Paese non può darmi più benessere di così, allora vuol dire che il futuro è finito”

3. Voglia di essere altruisti

Non è un caso allora che il 29,5% degli italiani (Tab. 3) affermi che l’idea di aiutare qualcuno in difficoltà gli darebbe moltissima carica. Il fatto che quasi un terzo degli italiani valuti con entusiasmo l’idea di poter aiutare qualcuno e lo consideri un pensiero in grado di dargli una grande carica, dovrebbe far riflettere sulla fame di socialità che c’è in questo momento. Il valore tra l’altro rimane costante in tutte le classi di età, si tratta di un bisogno generalizzato, di una voglia comune di ritrovare l’altro.

Nella gerarchia dei “pensieri positivi” è al terzo posto (Tab. 19), sorprende e fa riflettere il fatto che invece solo 16 italiani su 100 sentano la stessa carica, quando pensano all’idea di occuparsi del benessere del proprio corpo, con palestre e massaggi.

Vuol dire che la centralità de “l’Io” come la centralità del proprio corpo, perdono terreno, mentre cresce la voglia di andare incontro agli altri.

4. Paura di competere

Dai dati raccolti sembrerebbe che l’elemento che ha portato allo stallo dell’egoismo sia stata la paura della competizione, della competizione becera dell’uno contro l’altro, del “o si vince o si perde”, la competizione dell’egoista, combattuta cioè da soli, non solo è logorante sul fronte interno del lavoro, dell’ascesa sociale e delle relazioni interpersonali; ma risulta anche perdente sul fronte esterno della concorrenza internazionale, un sistema molto individualista come il nostro infatti, fatica sempre a competere con altri sistemi complessi e ben organizzati.

Il 61,6% non vuole la flessibilità del lavoro in cambio di maggiori opportunità occupazionali; il 70,5% non vuole ospedali più grandi ed efficienti in cambio di ospedali piccoli, ma vicini; il 74% non vuole meno servizi pubblici in cambio di meno tasse; solo per la scuola si desidera più selezione, il 57,5% vota a favore di una scuola più di qualità anche se più selettiva.

Tab. 3 - Voglia di essere altruista, per età e area geografica(val. %)

<i>Quanta carica le darebbe aiutare chi è in difficoltà?</i>	Età						Area				Totale
	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 anni e oltre	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	
Poca	0,0	0,0	0,3	0,4	0,8	0,7	0,3	0,7	0,6	0,3	0,4
Così così	20,1	22,5	25,4	20,5	22,5	29,6	28,5	22,6	23,3	22,3	24,2
Molta	54,0	47,4	48,1	46,2	44,1	40,8	47,5	48,4	45,1	43,3	45,8
Moltissima	25,9	30,1	26,2	32,9	32,6	28,9	23,6	28,4	31,0	34,1	29,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2013

Tab. 19 - La fonte di energia per orientamento religioso

<i>Pensi alla sua vita quotidiana, da 1 a 10 quanta carica le danno/darebbero i seguenti pensieri (% di chi ha risposto 10)</i>	Orientamento religioso					Italia
	Non credente	Credente ma non confessionale (credo a modo mio)	Cattolico praticante	Cattolico non praticante	Altra religione	
Aumentare il benessere della mia famiglia	39,8	31,7	50,3	46,8	27,3	46,2
Vivere una storia d'amore	28,8	30,0	40,9	35,2	33,8	36,9
Aiutare chi è in difficoltà	18,6	21,2	36,1	26,6	22,5	29,5
Guadagnare del denaro grazie al mio lavoro	22,1	27,5	25,6	29,7	9,9	26,6
Stare con gli amici	17,4	26,2	29,1	23,1	22,9	25,3
Protestare contro quello che non mi piace	23,6	24,3	27,2	23,3	26,7	25,2
Seguire la mia fede e la mia spiritualità	6,3	11,1	40,5	15,3	19,2	25,1
Realizzare qualcosa che sia apprezzato dagli altri	19,5	18,0	24,6	24,4	27,1	23,3
Contribuire allo sviluppo del mio territorio	20,2	16,4	23,3	21,5	17,4	21,5
Fare un lavoro importante	18,5	14,0	21,0	24,0	20,6	21,4
Fare qualcosa per il mio benessere (palestra, sport massaggi)	14,1	14,6	16,9	16,3	9,7	16,0
Collaborare bene con i miei colleghi di lavoro	16,1	10,9	16,9	15,2	13,8	15,7

Fonte: indagine Censis, 2013

Gli italiani non vogliono competere come prima e per questo sono pronti a giocare al ribasso, ad accettare un po' di decrescita e di depauperamento del sistema produttivo, sono pronti a tornare indietro, a rintanarsi in cerchie più ristrette, socialmente più omogenee e meno competitive, anzi conservative, prima fra tutte la famiglia.

La fine dell'incremento del benessere materiale non vuol dire necessariamente la fine della crescita, occorre saper crescere su altri livelli e con altri strumenti e saper interpretare i nuovi bisogni, anche di socialità e di post-consumismo.

5. Quale cultura del lavoro si affermerà: meno competizione o più collaborazione?

Il 35,3% degli imprenditori, contro il 9,5% dei dirigenti, ritiene che collaborare bene con i colleghi gli darebbe molta carica; e così il 30,7% degli artigiani, contro il 18,6% degli impiegati.

Ancora una volta la cultura del lavoro e dell'impresa ci aiutano a capire i differenti stati d'animo del Paese, l'egoista stanco e ribassista, vuole avere rapporti di lavoro e sociali meno tesi, perché fa un ragionamento di questo tipo: "la competizione è una battaglia e io rischio di soccombere, se invece il livello dello scontro si abbassa e tutti cerchiamo di andare d'accordo, la vita sarà più semplice per tutti" ed è questo il rischio involutivo, di una decrescita inappetente e tendenzialmente anoressica; contrapposta ad una mentalità evolutiva in cui la riscoperta dell'altro è un momento di crescita personale e di gruppo.

Il piccolo imprenditore e l'artigiano invece, che nel bene e nel male sono stati un po' il simbolo dello slancio individualista del nostro ciclo di sviluppo, oggi sembrano fare un ragionamento differente: "Negli ultimi cinquant'anni ho lavorato tantissimo, sono cresciuto, è cresciuta con me la mia famiglia e il mio territorio, ho fatto tutto da solo, ho dimostrato quanto valgo, ma adesso, se voglio che tutto ciò continui, se voglio continuare a crescere in un mondo così competitivo, in un mondo che corre tanto rapidamente, non posso più fare tutto da solo, ho sempre più bisogno della collaborazione dei miei colleghi, fin qui il mio lavoro mi ha rappresentato e io mi sono rappresentato in esso, ma adesso se voglio continuare questa avventura, devo dividerla con altri, non solo devo collaborare, ma devo

delegare, devo dare fiducia, devo rinunciare a parte della sovranità, per poter crescere all'interno di una società organizzata e di un mondo complesso.”

Il futuro dipenderà anche da quale cultura della socialità vincerà, se il pendolo ci riporta solo verso dimensioni più protette, come la famiglia, il giro degli amici e la frugalità dei bisogni primari, la tristezza potrebbe essere la cifra dei prossimi anni; ma se il pendolo ci porterà verso una voglia di riscoprire l'altro come alleato e non come competitor, allora c'è un futuro ed è alle porte.

La società italiana sembrava aver metabolizzato quella “perdita di valori” che ne ha caratterizzato la crescita dal dopoguerra in poi. Invece la prima vera crisi non congiunturale dal dopoguerra spinge la società a voler recuperare il suo armamentario valoriale, che però ormai non è più trasponibile e deve in qualche modo essere ripensato.

È esattamente questo il compito di chi oggi volesse fare un ragionamento sui valori: come dar corpo a questa nostalgia, come ripensare l'antico, quali forme, quali parole oggi possono dar sbocco concreto ai bisogni etici che animano oggi la società?

6. Dare una mano al territorio

Circa il 37% degli italiani si dice molto o abbastanza disponibile a dare una mano nella manutenzione delle scuole. Una percentuale che al sud è di 41,2%, vale a dire circa sei punti percentuali maggiore rispetto al nordovest. Evidentemente laddove il bisogno è più forte italiani sono pronti a mettersi in gioco.

Anche per la manutenzione delle spiagge e dei boschi, più di un terzo degli italiani si dice pronto a collaborare (34,3%), Anche in questo caso al sud l'energia potenziale sembra essere maggiore (36,3%), rispetto al Nordest (32,7), dove pur essendoci una forte tradizione in questo senso, evidentemente l'emergenza è meno sentita.

È lo schema che vale un po' in tutto il Paese, si prepara una reazione al degrado, reazione che però aspetta di essere incanalata e condotta..

Il 36,6% degli italiani si dice assolutamente pronto a rendersi disponibile in caso di calamità.

7. Stati d'animo

Certamente non tutti gli italiani dormono sonni tranquilli: l'85%, infatti, si dice preoccupato (Tab. 14) e il 71,2% indignato. La preoccupazione accomuna tutti, sia al Nord che al Sud, l'indignazione un po' meno, sembrerebbe una situazione esplosiva, ma in realtà la miccia, se è stata accesa, sembra ancora molto lunga. Infatti "solo" il 13,2% degli italiani si dice "disperato", quindi sono meno del 15% quelli che hanno visto trasformare la loro preoccupazione in disperazione. Al Sud e nelle Isole raggiungono percentuali più preoccupanti (17,7%), ma complessivamente non sembra un dato catastrofico.

Se però appena 26,5% dice di sentirsi frustrato, vuol dire che il 73,5% di italiani afferma di NON sentirsi frustrato e quindi di sentirsi in qualche modo soddisfatto. Su questo dato le differenze geografiche non sono particolarmente significative. È la fotografia di un Paese che cerca, e che in buona parte trova, un suo equilibrio, un *modus vivendi* non entusiasmante, ma nemmeno particolarmente frustrante, certamente in attesa di tempi migliori,

Quattro italiani su dieci dimostrano di credere ancora in loro stessi e nel loro avvenire, sentono di avere un futuro e vogliono occuparsene. È un sentimento che scema con l'età, ma questo è del tutto naturale. Fino a 45 anni, la maggior parte degli italiani dice di avere un progetto per il suo futuro; c'è quindi un'energia e una vitalità che non riescono ad approdare a una fase progettuale.

Per avere progettualità bisogna prima di tutto avere un'identità ed è questa forse che manca, più che i valori. Il sentimento etico che oggi vediamo ribollire, somiglia ancora a un "brodo primordiale", ha difficoltà a differenziarsi, a scrivere una sua storia, a dare identità e senso di appartenenza.

Tab. 14 – Gli stati d’animo, per area geografica (val. %)

<i>Quali sentimenti prova in questo momento?</i>	<i>Area</i>				Totale
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	
Preoccupazione	82,9	84,1	86,0	86,4	85,0
Indignazione	69,9	67,8	70,2	74,9	71,2
Frustrazione	25,0	25,5	25,2	29,1	26,5
Disperazione	10,6	10,9	11,3	17,7	13,2
Progetto il mio futuro	40,4	40,6	37,5	41,6	40,3

Fonte: Censis, 2013

8. Vitalità inespressa: “vorrei fare qualcosa ma non so cosa”

Sorprende, invece, sapere che il 59,4% degli italiani si senta vitale; la preoccupazione e l'indignazione quindi, non solo non si sono mutate in disperazione e frustrazione, ma non hanno intaccato più di tanto la vitalità individuale. Il Paese è tutt'altro che spento. Semmai è in attesa di un segnale, magari proprio della conferma che la sua vitalità non è un fatto isolato, minoritario, ma che caratterizza la maggior parte della popolazione; che la vitalità non riguarda pochi sopravvissuti, ma è un fatto collettivo, per quanto misconosciuto, addirittura il 47,7% degli over 65 anni afferma di sentirsi vitale, mentre in tutte le altre fasce d'età la percentuale supera il 60.

Non è un caso, allora, che il 45,8% degli intervistati ammetta di trovarsi nella condizione in cui vorrebbe fare qualcosa, ma non sa cosa. C'è evidentemente un patrimonio di vigore che non è ancora andato del tutto perduto, ma latita, perché non è orientato, al contrario è disorientato.

9. La gerarchia dei valori

Per capire quali sono gli elementi vitalizzanti degli italiani, abbiamo chiesto loro: “cosa ti dà la carica? Quali pensieri ti trasmettono energie positive?”. I valori, infatti, vivono anche di motivazioni; se un pensiero è in grado di “dare la carica”, vuol dire che è capace di attivare e di muovere le coscienze.

Nella tabella 19 è riportata la percentuale di coloro che si sentono in massimo grado mossi da alcune specifiche motivazioni (su una scala da 1 a 10, coloro che hanno risposto 10) .

Ebbene l'idea di fare qualcosa per aumentare il benessere della propria famiglia, è certamente il pensiero che raccoglie e convoglia su di sé maggiori energie: il 46,2% degli italiani ritiene infatti che un pensiero di questo tipo gli darebbe moltissima energia. Il pensiero di vivere una storia d'amore darebbe moltissima energia al 36,9% di italiani. La dimensione privata quindi, sembra essere quella in grado di mettere in campo più forze. È una dimensione privata, ma non solipsistica: l'idea di fare qualche cosa per il proprio benessere come andare in palestra o ricorrere ai massaggi, infatti, darebbe moltissima carica ad appena il 16% degli italiani.

La domanda era volutamente formulata facendo leva sull'immaginazione – “pensi alla sua vita quotidiana e dica quanta carica le darebbero seguenti pensieri” – e fa quindi riflettere che al terzo posto di questa “classifica” ci sia la risposta “aiutare chi è in difficoltà”: per il 29,5% degli italiani l'altruismo, l'idea di fare qualche cosa per gli altri, di riequilibrare le disparità sociali, è una grande fonte di energia.

Effettivamente sorprende pensare che gli italiani “entusiasti” all'idea di fare qualcosa per il prossimo in difficoltà siano il doppio di quelli che invece si entusiasmerebbero all'idea di andare in palestra o di farsi fare dei massaggi.

Si tratta pur sempre di una proiezione, di un'ambizione, magari anche un po' velleitaria, ma in fondo rappresenta quello che sta avvenendo oggi nel Paese: la solidarietà rassicura, perché rinsalda i legami, mentre il rafforzamento e il potenziamento di sé, sotto sotto rende più fragili, in un momento di crisi o comunque di transizione come quello attuale, in cui il vero problema è non sapere cosa ci attende, la paura è quella di rimanere isolati e concentrare troppe energie su sé stessi rischia di aumentare il senso di isolamento.

L'idea di guadagnare del denaro con il proprio lavoro rappresenta un pensiero fortemente positivo per il 26,6% degli italiani e stare con gli amici è una grande fonte di energia per circa un quarto degli italiani (25,3%), due dati che confermano la tendenza domestica delle motivazioni attuali: il benessere della propria famiglia è più importante di quello individuale e vivere una storia d'amore è più importante che stare con gli amici. Il superamento dell'io si realizza nei rapporti interpersonali stretti, nella cerchia familiare o nel rapporto di coppia, più che in un contesto ampio come quello di una cerchia di amici.

Anche il lavoro ha perso la sua centralità, l'idea di fare un lavoro importante darebbe il massimo della carica al 21,4% degli italiani e collaborare bene con i colleghi di lavoro appena al 15,7%.

10. Papafrancescanesimo

Sorprendente il dato che riguarda la spiritualità e l'interiorità: quasi il 59% degli italiani associa a questo pensiero una discreta fonte di energia- 33,5% abbastanza e il 25,1% moltissima, tra i cattolici praticanti la percentuale arriva al 40,5- La figura del Papa sta risvegliando l'interesse non solo per la

fede, ma più in generale anche per la vita spirituale e il gusto per una certa frugalità dei costumi.

È da notare come i credenti, sia che si tratti di un credo confessionale o non confessionale, sia che si tratti di praticanti o non praticanti, hanno, più dei non credenti, la capacità di coltivare pensieri positivi nel loro animo.

I credenti mostrano maggiore vitalità dei non credenti non solo per quanto riguarda la vita religiosa, ma anche quando si tratta di aiutare chi è in difficoltà o di fare un lavoro importante, di realizzare qualcosa che sia apprezzato dagli altri; non di moltissimo ma comunque anche quando si tratta di guadagnare del denaro o di fare qualcosa per il proprio benessere.

Sembrerebbe che l'abitudine a una vita spirituale, a un'interiorità forse anche all'appartenenza religiosa, abbia creato una predisposizione al "pensiero positivo".

11. Dalla mucillagine al vagone fermo

Anni fa per descrivere la disgregazione della società italiana, la fondazione Censis usò l'espressione "mucillagine", ossia elementi vegetali che non si saldano mai tra loro e restano uno accanto all'altro. Si voleva rappresentare in tal modo l'idea che viviamo uno accanto all'altro senza interagire e quando gli elementi che compongono la società non si fondono, non diventano vitali, non hanno sinergie alla fine diventano poltiglia come ciascuno sa quando vede il degrado della mucillagine nelle nostre lagune.

Questa descrizione è ancora valida per la società italiana dopo anni di crisi? Una possibile metafora per rappresentare efficacemente la società contemporanea italiana, da questo punto di vista, può leggersi in ciò che avviene all'interno di una carrozza di un treno ad alta velocità, quando si verifica un problema tecnico: i viaggiatori che fino a quel momento erano completamente assorbiti dai loro strumenti elettronici, all'improvviso si destano; quello che prima gli dava sicurezza – "sto viaggiando a 300 km all'ora, sto navigando in Internet, sto lavorando, sto telefonando", all'improvviso viene bruscamente interrotto, il treno rallenta o si ferma; dopo un primo momento di sbandamento i passeggeri cominciano a guardarsi l'un l'altro, nessuno vuol darlo a vedere, ma tutti si sentono un po' insicuri. Nasce così in ciascuno il bisogno di comunicare, di non sentirsi soli; i prodigiosi strumenti della tecnologia che fino a pochi minuti prima sembravano potentissimi, all'improvviso appaiono svuotati di significato e

mandare quella mail in ufficio o fare quella telefonata non è più così importante come prima, mentre parlare con il vicino, ignorato fino a quel momento, sembra l'unico modo per uscire da un clima di insicurezza.

Se il bisogno del vicino, dell'altro, è solo consolatorio, ossia serve unicamente a tentare di superare il momento di impasse, aspettando che il treno riparta, il grande bisogno di socialità che i nostri dati hanno rilevato, rischia addirittura di essere regressivo.

Se invece il bisogno di rivolgersi al vicino nasce anche dal desiderio di conoscerlo, di approfittare dell'imprevisto momento di stasi per fare comunque un'esperienza a livello umano e riscoprirne l'importanza, allora la socializzazione sarà un momento di crescita. Rimanendo nella metafora ferroviaria, forse non servirà a far ripartire il treno, ma almeno il tempo trascorso stando fermi, non sarà tempo perso.

12. Manca solo una regia

Tutto questo altruismo è forse solo un riposizionamento ideale, una voglia di recuperare i beni morali come "beni rifugio" in un contesto che percepiamo come degradato, ma il movimento è in atto, l'italiano ha capito che se rimane concentrato solo su sé stesso "perde", ma ancora non ha capito come può "vincere". È un passaggio non immediato né facile, necessita di un accompagnamento e di una regia che sembrano invece mancare totalmente nel panorama nazionale, il 67,1% degli italiani non si sente rappresentato da nessuno.

La spinta ideale mostra di avere sufficiente energia per poter partire, per far sì che il ritorno del pendolo sia un percorso evolutivo e non involutivo, la maggior parte degli italiani dice di sentirsi vitale, di essere preoccupato, ma non disperato, di progettare il proprio futuro, ma non sa dove proiettare questa vitalità, "vorrebbe far qualcosa, ma non sa che cosa".