

Jacopo Bernardini

Adulti di carta

**La rappresentazione sociale
dell'età adulta sulla stampa**

Laboratorio Sociologico
Ricerca empirica
ed intervento sociale

FRANCOANGELI

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



Direttore Scientifico: Costantino Cipolla

Laboratorio Sociologico approfondisce e discute criticamente tematiche epistemologiche, questioni metodologiche e fenomeni sociali attraverso le lenti della sociologia. Particolare attenzione è posta agli strumenti di analisi, che vengono utilizzati secondo i canoni della scientificità delle scienze sociali. Partendo dall'assunto della tolleranza epistemologica di ogni posizione scientifica argomentata, Laboratorio Sociologico si fonda su alcuni principi interconnessi. Tra questi vanno menzionati: la combinazione creativa, ma rigorosa, di induzione, deduzione e adduzione; la referenzialità storico-geografica; l'integrazione dei vari contesti osservativi; l'attenzione alle diverse forme di conoscenze, con particolare attenzione ai prodotti delle nuove tecnologie di rete; la valorizzazione dei nessi e dei fili che legano fra loro le persone, senza che queste ne vengano assorbite e – ultimo ma primo – la capacità di cogliere l'alterità a partire dalle sue categorie "altre". Coerentemente con tale impostazione, Laboratorio Sociologico articola la sua pubblicistica in sei sezioni: *Teoria, Epistemologia, Metodo; Ricerca empirica ed Intervento sociale; Manualistica, Didattica, Divulgazione; Sociologia e Storia; Diritto, Sicurezza e Processi di vittimizzazione; Sociologia e storia della Croce Rossa.*

Comitato Scientifico: Natale Ammataro (Salerno); Ugo Ascoli (Ancona); Claudio Baraldi (Modena e Reggio Emilia); Leonardo Benvenuti, Ezio Sciarra (Chieti); Danila Bertasio (Parma); Giovanni Bertin (Venezia); Rita Biancheri (Pisa); Annamaria Campanini (Milano Bicocca); Gianpaolo Catelli (Catania); Bernardo Cattarinussi (Udine); Roberto Cipriani (Roma III); Ivo Colozzi, Stefano Martelli (Bologna); Celestino Colucci (Pavia); Raffele De Giorgi (Lecce); Paola Di Nicola (Verona); Roberto De Vita (Siena); Maurizio Esposito (Cassino); Antonio Fadda (Sassari); Pietro Fantozzi (Cosenza); Maria Caterina Federici (Perugia); Franco Garelli (Torino); Guido Giarelli (Catanzaro); Guido Gili (Campobasso); Antonio La Spina (Palermo); Clemente Lanzetti (Cattolica, Milano); Giuseppe Mastroeni (Messina); Rosanna Memoli (La Sapienza, Roma); Everardo Minardi (Teramo); Giuseppe Moro (Bari); Giacomo Mulè (Enna); Giorgio Osti (Trieste); Mauro Palumbo (Genova); Jacinta Paroni Rumi (Brescia); Antonio Scaglia (Trento); Silvio Scanagatta (Padova); Francesco Sidoti (L'Aquila); Donatella Simon (Torino); Bernardo Valli (Urbino); Francesco Vespasiano (Benevento); Angela Zanotti (Ferrara).

Corrispondenti internazionali: Coordinatore: Antonio Maturò (Università di Bologna) Roland J. Campiche (Università di Losanna, Svizzera); Jorge Gonzales (Università di Colima, Messico); Douglas A. Harper (Duquesne University, Pittsburgh, USA); Juergen Kaube (Accademia Brandeburghese delle Scienze, Berlino, Germania); André Kieserling (Università di Bielefeld, Germania); Michael King (University of Reading, Regno Unito); Donald N. Levine (Università di Chicago, USA); Christine Castelain Meunier (Casa delle Scienze Umane, Parigi, Francia); Maria Cecília de Souza Minayo (Escola Nacional de Saúde Pública, Rio de Janeiro, Brasile); Everardo Duarte Nunes (Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, Brasile); Furio Radin (Università di Zagabria, Croazia); Joseph Wu (Università di Taiwan, Taipei, Taiwan).

Coordinamento Editoriale delle Sezioni: Veronica Agnoletti

Ogni sezione della Collana nel suo complesso prevede per ciascun testo la valutazione anticipata di due referee anonimi, esperti nel campo tematico affrontato dal volume.

Alcuni testi di questa collana sono disponibili in commercio nella versione e-book. Tali volumi sono sottoposti allo stesso controllo scientifico (doppio cieco) di quelli presentati in versione a stampa e, pertanto, ne posseggono lo stesso livello di qualità scientifica.

Sezione *Teoria, Epistemologia, Metodo* (attiva dal 1992). *Responsabile Editoriale*: Alberto Ardissonne. *Comitato editoriale*: Agnese Accorsi; Gianmarco Cifaldi; Francesca Cremonini; Davide Galesi; Ivo Germano; Maura Gobbi; Francesca Guarino; Silvia Lolli jr.; Alessia Manca; Emmanuele Morandi; Alessandra Rota; Anna Desimio (FrancoAngeli).

Sezione *Ricerca empirica ed Intervento sociale* (attiva dal 1992). *Responsabile Editoriale*: Alice Ricchini. *Comitato Editoriale*: Flavio Amadori; Sara Capizzi; Teresa Carbone; David Donfrancesco; Laura Farneti; Carlo Antonio Gobbatto; Ilaria Iseppato; Lorella Molteni; Paolo Polettini; Elisa Porcu; Francesca Rossetti; Alessandra Sannella; Francesca Graziina (FrancoAngeli).

Sezione *Manualistica, Didattica, Divulgazione* (attiva dal 1995). *Responsabile Editoriale*: Linda Lombi. *Comitato Editoriale*: Alessia Bertolazzi; Barbara Calderone; Paola Canestrini; Raffaella Cavallo; Laura Gemini; Silvia Lolli sr.; Ilaria Milandri; Annamaria Perino; Fabio Piccoli; Anna Buccinotti (FrancoAngeli).

Sezione *Sociologia e Storia* (attiva dal 2008). *Coordinatore Scientifico*: Carlo Prandi (Fondazione Kessler – Istituto Trentino di Cultura) *Consiglio Scientifico*: Nico Bortoletto (Università di Teramo); Alessandro Bosi (Parma); Camillo Brezzi (Arezzo); Luciano Cavalli, Pietro De Marco, Paolo Vanni (Firenze); Sergio Onger, Alessandro Porro (Brescia); Adriano Prosperi (Scuola Normale Superiore di Pisa); Renata Salvarani (Cattolica, Milano); Paul-André Turcotte (Institut Catholique de Paris). *Responsabile Editoriale*: Alessandro Fabbri. *Comitato Editoriale*: Barbara Arcari; Barbara Baccarini; Roberta Benedusi; Elena Bittasi; Pia Dusi; Nicoletta Iannino; Vittorio Nichilo; Ronald Salzer; Anna Scansani; Stefano Siliberti; Paola Sposetti; Claudia Camerini (FrancoAngeli).

Sezione *Diritto, Sicurezza e processi di vittimizzazione* (attiva dal 2011). *Coordinamento Scientifico*: Carlo Pennisi (Catania); Franco Prina (Torino); Annamaria Rufino (Napoli); Francesco Sidoti (L'Aquila). *Consiglio Scientifico*: Bruno Bertelli (Trento); Teresa Consoli (Catania); Maurizio Esposito (Cassino); Armando Saponaro (Bari); Chiara Scivoletto (Parma). *Responsabili Editoriali*: Andrea Antonilli e Susanna Vezzadini. *Comitato Editoriale*: Flavio Amadori; Christian Arnoldi; Rose Marie Callà; Gian Marco Cifaldi; Maria Teresa Gammone; Giulia Stagi; Barbara Ciotola (FrancoAngeli).

Sezione *Sociologia e storia della Croce Rossa* (attiva dal 2013). *Direttori*: Costantino Cipolla (Bologna) e Paolo Vanni (Firenze). *Consiglio Scientifico*: François Bugnion (*presidente* - CICR), Roger Durand (*presidente* - Société "Henry Dunant"), Giuseppe Armocida (Varese), Stefania Bartoloni (Roma III), Paolo Benvenuti (Roma III), Fabio Bertini (Firenze), Paola Binetti (Campus Bio-Medico, Roma), Ettore Calzolari (Roma I), Giovanni Cipriani (Firenze), Carlo Focarelli (Perugia; LUISS), Edoardo Greppi (Torino), Gianni Iacovelli (Accademia di Storia dell'Arte Sanitaria, Roma), Giuseppe Palasciano (Bari), Jean-François Pitteloud (già CICR), Alessandro Porro (Brescia), Giorgio Zanchin (Padova). *Comitato Editoriale*: Giorgio Ceci (coordinatore), Filippo Lombardi (coordinatore), Massimo Aliverti, Nico Bortoletto, Luca Bottero, Virginia Braidà, Carolina David, Antonella Del Chiaro, Renato Del Mastro, Gerardo Di Ruocco, Boris Dubini, Alberto Galazzetti, Livia Giuliano, Laura Grassi, Veronica Grillo, Pier Francesco Liguori, Maurizio Menarini, Maria Enrica Monaco, Gianluigi Nava, Marisella Notarnicola, Marcello Giovanni Novello, Raimonda Ottaviani, Isabella Pascucci, Francesco Ranaldi, Piero Ridolfi, Riccardo Romeo, Anastasia Siena, Calogera Tavormina, Silvana Valcavi Menozzi, Duccio Vanni. *Segreteria Scientifica*: Alberto Ardissonne (responsabile), Alessandro Fabbri (responsabile), Barbara Baccarini, Elena Branca, Michele Cardin, Giovanni Cerino Badone, Emanuele Cerutti, Alessandro D'Angelo, Simona Galasi, Paola Sposetti.

Jacopo Bernardini

Adulti di carta

**La rappresentazione sociale
dell'età adulta sulla stampa**

LABORATORIO SOCIOLOGICO



FRANCOANGELI

Ricerca empirica
ed intervento sociale

La cura redazionale ed editoriale del volume è stata realizzata da Alberto Ardisson.

Copyright © 2013 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Introduzione	pag.	7
1. L'infantilizzazione dell'adulto postmoderno	»	9
1.1. L'infantilizzazione come legge di mercato	»	9
1.2. Una questione storico-generazionale	»	13
1.3. Per una nuova definizione di transizione	»	14
1.4. La nascita di una nuova figura sociale: il <i>kidult</i>	»	16
2. La rappresentazione dell'adulto nella stampa italiana.		
Un'indagine empirica	»	18
2.1. La metodologia dell'indagine	»	19
2.2. Le tipologie di articoli e le frequenze	»	21
2.3. Le frequenze e le categorizzazioni	»	24
3. Le tematiche emerse	»	27
3.1. Il lavoro e la famiglia	»	27
3.2. Altri indicatori di adultità	»	32
3.3. La transizione all'età adulta	»	37
3.4. Per un nuovo paradigma di adultità	»	41
3.5. Gli stadi del ciclo vitale	»	49
3.6. Le trasformazioni sociali	»	52
3.7. Il confronto generazionale	»	58
3.8. Il particolare caso italiano	»	65
3.9. L'incapacità delle figure genitoriali	»	69
3.10. Il fenomeno dell'infantilizzazione	»	72
3.11. Le nuove figure sociali	»	83
3.12. Le nuove forme di famiglia	»	88
3.13. Ragazzi che crescono troppo in fretta	»	92
3.14. Le variabili dell'adultità	»	96
3.15. La visione del futuro	»	100
4. Adultità. Le definizioni, le transizioni, i modelli	»	103
4.1. Le definizioni di adulto e di giovane	»	103
4.2. Le diverse transizioni	»	115
4.3. I modelli interpretativi	»	120

Considerazioni conclusive	pag.	127
Riferimenti bibliografici	»	131

Introduzione

La società contemporanea sta attraversando un periodo in cui il bambino e il *teen-ager* sono l'epicentro della cultura consumistica, influenzando il sistema mediatico e formando i desideri e i comportamenti di un numero sempre crescente di adulti. Postman (1994) li definisce *adult-children*, Epstein (2003) *locked in a high school of the mind individuals*, Tierney (2004) *adultescents*, Cross (2008) *boy-men*. Il concetto è utile a descrivere una realtà sempre più ricorrente: mariti quarantenni che passano ore a giocare gli stessi *videogames* che ossessionano i dodicenni, padri che si azzuffano verbalmente e fisicamente tra loro alla partita in cui gioca il figlio, dirigenti e politici che si comportano come teenager impulsivi, giovani adulti che vivono dai genitori, guardano cartoni animati e vedono nel matrimonio e nella genitorialità un ostacolo alla loro indipendenza. In generale, adulti infantili incapaci di responsabilizzarsi.

Con il presente volume mi propongo di trovare un riscontro empirico alle tesi circa l'infantilizzazione postmoderna emerse in un altro testo da me curato (Bernardini 2012). Scopo di questo lavoro sarà, dunque, analizzare la crescente cultura dell'infantilizzazione che sembra essere diventata uno dei più recenti tratti distintivi della postmodernità, rendendo inattuali e inefficaci i paradigmi *classici* di adultità e maturazione. Cercherò di farlo attraverso un'indagine empirica orientata a cogliere i meccanismi di costruzione e rappresentazione dell'adultità contemporanea nell'opinione pubblica italiana.

Il primo capitolo presenta una premessa teorica: saranno brevemente prese in esame le principali teorie sull'infantilizzazione postmoderna e si tenterà di comprendere quali siano i maggiori indicatori di maturazione sociale ed individuale.

I capitoli successivi saranno dedicati all'analisi della rappresentazione sociale che la stampa italiana utilizza per descrivere ed interpretare la figura dell'adulto e lo stesso fenomeno dell'infantilizzazione. Come verrà illustrato

nel secondo capitolo, infatti, la contraddizione sistemica, per cui la società sembra dettare ferree regole di adultità e allo stesso tempo promuovere atteggiamenti infantili che prescindono dall'età, mostra la sua evidenza proprio nella stampa quotidiana. Di fatto, le scienze sociali – in modo particolare nel panorama scientifico italiano – sembrano non aver ancora colto pienamente l'importanza dei fenomeni relativi all'infantilizzazione, alla *kidultness*, all'instabilità degli indicatori sociali di maturità e, in generale, alla ridefinizione di un paradigma adulto in chiave postmoderna. La stampa mondiale, al contrario, sembra aver dedicato una graduale attenzione nei confronti del mutamento dello status di adulto, parallelamente alla velata consapevolezza che l'attuale paradigma di adultità sia limitativo, datato o in aperto conflitto col corrispettivo modello sociale. Nell'analisi del contenuto, qui condotta, sono stati esaminati 1448 articoli, tratti dalle versioni cartacee, nazionali e locali, di quattro testate – *la Repubblica*, *il Corriere della Sera*, *Avvenire* e *il Manifesto* – nell'arco compreso tra il primo gennaio 2007 e il 31 dicembre 2010.

Nel terzo capitolo verranno analizzati i risultati dell'indagine attraverso la presentazione delle tematiche registrate con maggiore frequenza.

Nel quarto capitolo saranno presi in esame la rappresentazione delle figure dell'adulto e del giovane emerse dalla ricerca, i fattori che agevolano o inibiscono un corretto ingresso nell'adultità e, infine, i modelli interpretativi utilizzati.

1. *L'infantilizzazione dell'adulto postmoderno*

Le tesi che verranno proposte nel corso del volume partono da un presupposto da me affrontato in altre sedi (Bernardini 2011, 2012): l'adulto postmoderno è contraddistinto da un'inedita *indole infantilista*. Insegue, ovvero, l'estetica e gli stili di vita dei giovani, vive in uno stato di presente continuo, pospone od elude le tappe che un tempo contrassegnavano il riconoscimento sociale della maturità, nonché le responsabilità e le preclusioni che queste comportavano.

Il paradigma *classico* di maturità a cui ancora le scienze sociali fanno riferimento, non sembra, dunque, trovare reali corrispettivi comportamentali nell'attuale contesto postmoderno che, non solo ha ridimensionato il senso di riprovazione sociale, ma in cui atteggiamenti infantili e modelli di vita adolescenziali vengono costantemente promossi dai media e tollerati dalle istituzioni.

Nel corso del capitolo tenterò di riassumere tali concetti, rapportandoli ad alcuni fenomeni tipici del mutamento postmoderno, ad esempio l'individualizzazione, il presentismo e la reversibilità degli indicatori canonici di adultità. Una premessa indispensabile alla comprensione dell'indagine empirica che sarà oggetto dei prossimi capitoli.

1.1. **L'infantilizzazione come legge di mercato**

Come ha recentemente asserito Samuelson (in Newsweek 03/11/2003) stiamo vivendo un'epoca in cui appare *normale* il rifiuto di accettare la propria età, contraddistinta da *giovani che desiderano essere adulti e adulti che desiderano essere giovani*. Le tradizionali tappe del ciclo vitale sono state progressivamente posposte ed alterate: l'età dell'infanzia si è accorciata, l'adolescenza oggi comincia ben prima della pubertà e per molti sembra

durare in eterno (Blos 1979; Arnett 1998, 2003), i confini dell'adulthood sembrano, ormai, indefinibili e l'anzianità, da fase vitale, rischia di diventare un concetto individuale. In tale scenario, i media, il mercato, la pubblicità sembrano aver giocato un ruolo fondamentale nella trasformazione delle tappe vitali, abbassando gradualmente, a partire dal secondo dopoguerra sino ai giorni nostri, i criteri di misura della giovinezza (Epstein 2003) ed estendendo le possibilità di una sembianza giovanile a persone sempre più anziane. A favore di tale tesi, i tratti dell'evidenza con cui essa viene assunta nella cultura popolare: i telegiornali danno sempre più spazio a notizie di colore o di cronaca nera; i videogiochi e i giochi di ruolo – da prerogativa giovanile – sono sempre più diffusi tra gli adulti; ogni anno i lungometraggi che riscuotono maggior successo sono cartoni animati o commedie infantili; l'abbigliamento degli adulti è diventato una fotocopia di quello giovanile; il campo della chirurgia estetica e dei prodotti di bellezza è cresciuto sistematicamente. L'attore-consumatore di questo sistema tende alla puerilità senza il piacere, all'indolenza senza l'innocenza, si veste senza formalità, fa sesso senza riprodursi, lavora senza disciplina, gioca senza spontaneità, acquista senza uno scopo, vive senza responsabilità, saggezza o umiltà (Linn 2004; Barber 2007). L'infantilizzazione postmoderna sembra, quindi, coincidere con una sorta di regressione; risultato, in primo luogo, di una stringente logica di mercato. La promozione di quello che Barber (2007) ha recentemente definito un *Ethos infantilista* mettendo in correlazione il posizionamento degli indicatori canonici di maturità con il mercato globale.

La propensione di un capitalismo non più produttivista a plasmare clientele inedite e pseudo-bisogni immaginari (Debord 1967) può dunque essere connessa alla graduale *creazione* da parte del mercato stesso di una nuova figura sociale: l'adulto infantilista o, come lo chiameremo più avanti, il *kidult*. Archetipo di una regressione incoraggiata affinché sia possibile la promozione di beni solo in apparenza indirizzati a giovani e bambini. Ma perché optare per una regressione verso età giovanili o addirittura infantili?

Almeno quattro le motivazioni. In primo luogo perché i bisogni dei giovani e dei bambini sono idealmente e potenzialmente infiniti, mentre quelli adulti è dimostrato essere limitati (Del Vecchio 1997). Se l'adulto sa coscientemente valutare la reale necessità di un oggetto, il giovane tende piuttosto all'accumulo di beni superflui, effimeri, privi di qualunque valore pratico o utilitaristico; similmente il bambino valuta esclusivamente l'aspetto ludico dell'oggetto e non pone volontariamente limiti al desiderio di beni sempre nuovi.

In secondo luogo l'adulto è *già* stato un bambino e un adolescente. Il ricordo di quegli anni è un bagaglio sempre presente nel consumatore che

può continuamente riaffiorare quando il mercato fa leva sull'*effetto-nostalgia*. È uno stratagemma semplice e sempre più diffuso, grazie al quale il consumatore rivive esperienze passate e regredisce verso stadi vitali precedenti. D'altronde, come suggerisce Gary Cross (2008), in una società frenetica ed incerta come quella postmoderna l'individuo riesce a trovare stabilità nel ricordo delle esperienze passate.

La terza motivazione è invece prettamente demografica. Dopo gli anni del *baby boom*, la natalità in tutto il mondo occidentale è diminuita progressivamente e, di conseguenza, si è alzata fortemente l'età media. Una tendenza destinata a persistere¹. I giovani stanno e resteranno altrove: nel secondo e nel terzo mondo, ma non costituiscono ancora un mercato abbordabile.

Infine, la standardizzazione dello stile di vita giovanile. Come appurato da numerosi studi (McNeal 1992; Walker 1996; Barber 2007), se le culture adulte sono pluraliste e distintive, quella giovanile è straordinariamente universale. Secondo una logica prettamente economica, dunque, il giovane – reale o presunto che sia – rappresenta il target più redditizio in quanto permette la vendita di prodotti identici in realtà necessariamente diverse.

Da un lato, quindi, la logica del capitalismo globale prevede una sovrapproduzione di prodotti in un mercato ormai saturo. Dall'altro i consumatori, terminati gli anni del *boom* economico, hanno acquistato una forte diversificazione nei desideri d'acquisto e, in particolar modo negli attuali anni di crisi economica, sono apparentemente meno propensi a comprare beni che non siano di prima necessità. È in tale scenario che il bambino acquista un inedito valore di marketing e diviene figura prototipica del consumo.

¹ L'età media della popolazione mondiale è salita notevolmente negli ultimi cinquant'anni e si ipotizza che continuerà a crescere. Se nel 1950 coloro che avevano 14 anni o meno costituivano oltre un terzo della popolazione mondiale, oggi questi sono appena il 13,5% e tra 40 anni si stima che saranno l'8,6%. Negli Stati Uniti si è passati da un'età media di 25 anni nel 1960 ad una di 38 nel 2010. Secondo una recente ricerca dell'*Economist*, inoltre, è ipotizzato che entro il 2050 negli Stati Uniti il numero di ultrasessantenni sarà maggiore di quello dei *teen-agers* (AA.VV. in the *Economist* 21/12/2000). Lo scenario europeo riflette tale tendenza in misura ancor più evidente: in Francia l'età media è 39,7 anni, in Spagna 41,5, in Italia 43,7 e in Germania 44,3 (fonte: The world factbook, Central Intelligence Agency, 2010). L'Italia, oltre ad essere il terzo paese al mondo con la più alta età media, è anche il secondo paese con la più alta aspettativa di vita alla nascita, 82 anni, preceduto solo dal Giappone (fonte: Census of Gibraltar).

Il bambino è facilmente suggestionabile, tende a volere oggetti che non hanno nessuno scopo utilitaristico, è mosso da desideri individualistici, irrazionali e quasi esclusivamente ludici, non prende in considerazione i bisogni degli altri e non presenta una rilevante diversificazione nei gusti (Bernardini 2012).

Il mercato non ha, tuttavia, deviato la produzione verso il cliente-bambino, ha piuttosto trovato nella natura irrazionalmente consumistica del bambino il cliente ideale. Il target principale resta l'adulto per due ragioni essenziali: la disponibilità economica e la massiccia presenza nella popolazione. La promozione dell'infantilizzazione da parte del mercato ha, quindi, questa aspirazione: far regredire i desideri del consumatore al fine di renderli più compatibili con una logica capitalistica basata sul surplus produttivo e sull'uguaglianza dei prodotti.

Non solo. Come ho recentemente mostrato (Bernardini 2012), la promozione economica di un ethos infantilista ha largamente influenzato i maggiori ambiti sociali e mass-mediatici. Il palinsesto televisivo, ad esempio, ha gradualmente perso il suo originario spessore pedagogico e culturale a favore del divertimento e dello spettacolo; l'industria cinematografica è sempre più improntata sui *kidult movie*, i sequel, i remake, gli eroi di fumetti e cartoni animati a scapito della complessità di trama e dialoghi; l'editoria, su libri motivazionali e romanzi apparentemente indirizzati a bambini o adolescenti (si pensi al fenomeno *Harry Potter*); l'uso di internet, da parte degli adulti, sembra essere sempre più legato a motivazioni ludiche, in misura particolare attraverso i social network, mentre quello dei videogiochi ha assunto una funzione nostalgico-escapista che promuove la regressione del maschio adulto ad un utopico mondo di fantasia e virilità, con una conseguente fuga dai doveri familiari e dalle responsabilità sociali. In ambiti prettamente istituzionali, il dibattito politico è sempre più improntato all'individualismo, alla privatizzazione, al narcisismo e all'interesse. Gli uomini politici, inoltre, sembrano avere assunto, nel tempo, ruoli patriarcali e pedagogici nei confronti dell'elettorato e dedicato attenzioni sempre maggiori alla propria immagine. Gli eventi sportivi sono gradualmente mutati a favore del puro spettacolo; il sistema bancario ha semplificato all'inverosimile la modulistica e il linguaggio; la secolarizzazione ha comportato una progressiva rivisitazione delle istituzioni religiose in direzione della disgregazione sociale e dell'individualismo. Inoltre, negli ultimi anni si è assistito alla proliferazione di sette religiose e Movimenti del Potenziale Umano che combinano mitologie e superstizioni con la moderna cultura popolare di stampo, perlopiù, fantascientifico, cercando di far regredire la razionalità del credente ad un'irrazionalità tipicamente infantile.

Analoghi indizi riconducibili a pratiche infantilizzanti possono essere, inoltre, riscontrati nell'iconologia e l'iconografia moderna, nel linguaggio, nelle forze dell'ordine, nella gestione degli ospedali e nell'organizzazione degli eventi.

1.2. Una questione storico-generazionale

Secondo alcuni studiosi (ad es. Paul 2006; Mitchell 2006; Cross 2008), la *cultura dell'immatùrità* venutasi a consolidare nella postmodernità più che a fattori economici va connessa a motivazioni di tipo storico-generazionale. A sostegno di tale tesi, evidenziano che il fenomeno dell'infantilizzazione riguarda in misura quasi esclusiva gli attuali trentenni e quarantenni, etichettati, un tempo, come *generazioni X e Y* e contrassegnati dal significativo contrasto valoriale e comportamentale rispetto ai loro padri, i *babyboomers*. Tuttavia, è proprio nella generazione del boom economico e demografico che possono essere riscontrate le principali cause dell'infantilizzazione odierna: una generazione che ha preferito respingere e disconoscere la cultura dei più anziani – le cosiddette *great generations* – ed esaltare il valore che stava assumendo la fase vitale della giovinezza, piuttosto che creare una nuova e migliore accezione di maturità. I *babyboomers*, a differenza dei loro padri, non sono stati in grado di produrre sufficienti stili di maturità ed hanno fatto della nostalgia della giovinezza un modello di divertimento e libertà (Cross 2008). Nel respingere i modelli comportamentali e gli indicatori tradizionali delle *great generation*, hanno lasciato ai propri figli una figurazione vaga e affievolita di crescita, maturazione e adultità. L'intento era, indubbiamente, quello di diventare partner e genitori migliori dei propri, rifiutando una cultura basata sull'autoritarismo, il patriarcato e la mascolinità; non sono, tuttavia, stati in grado di proporre un modello alternativo di maturità. Un modello che i figli avrebbero potuto seguire o cui si sarebbero potuti, anch'essi, ribellare, trovando nel comune rifiuto una qualche identità adulta.

Secondo una prospettiva prettamente storica, dunque, il problema dell'immatùrità postmoderna ruota intorno a tre figure generazionali, ognuna a suo modo complice. Gli anni del boom economico e demografico hanno segnato la fine definitiva del patriarcato vittoriano, la nascita del femminismo, la crescita dell'innovazione tecnologica, l'innalzamento complessivo del livello d'istruzione. Tra gli anni Sessanta e gli anni Ottanta la transizione all'età adulta delle coorti post *baby boom* è stata contrassegnata da un individuale rifiuto della precedente struttura valoriale e, parallelamente, da

un marketing che cominciava a celebrare la giovinezza e il futile. Le strategie pubblicitarie cambiano: non si promuove più la responsabilità familiare, la competenza ed il machismo, ma l'identità giovanile e il desiderio personale. Vengono proposti nuovi beni di consumo che promettono il distacco dal conformismo e dall'autoritarismo delle *great generation* per celebrare piuttosto il tempo libero, la vitalità della giovinezza, l'espressione e la soddisfazione dell'individuo. Nasce una controcultura economica che sembra attaccare il consumismo in generale, ma che in realtà cavalca l'onda della ribellione giovanile per osteggiare il consumismo utilitaristico degli anni Cinquanta e promuovere i personalissimi interessi del singolo, un tempo repressi.

Tali fattori hanno portato a due principali conseguenze: l'allontanamento dell'attenzione sociale ed individuale dai due principali indicatori canonici di adultità – il lavoro e la famiglia – e l'abbandono dei tradizionali ideali e modelli di responsabilità familiare, lavorativa e comunitaria, lasciando alle generazioni future un significativo vuoto valoriale, in particolare modo sullo stesso concetto di maturità.

1.3. Per una nuova definizione di transizione

Come già appurato in diversa sede (Bernardini 2011, 2012), le concrezioni classiche di adultità e maturazione fanno largamente riferimento ad un preciso periodo storico: la cosiddetta *Età dell'Oro* di Hobsbawn (1995), un tempo compreso tra il secondo dopoguerra e i primi anni Settanta. Un periodo in cui il mondo occidentale ha registrato una crescita economica e industriale senza precedenti. È in questa cornice spazio-temporale che nasce il *modello standard di adultità* (Lee 2001), un modello a cui ancora oggi ci riferiamo fortemente, per quanto inadeguato alla contemporaneità. L'ingresso nell'età adulta viene, classicamente, fatto coincidere con il superamento di determinate soglie: il disporre di un lavoro fisso, le relazioni stabili, l'indipendenza abitativa e la genitorialità. Questi indicatori sociali di adultità sono, tutt'oggi, saldamente fissati nella struttura della valutazione e del riconoscimento sociale dei paesi occidentali e forniscono quei punti di riferimento essenziali nell'attribuzione dello status di adulto. A livello psicologico il modello standard di adultità prevede una maggiore auto-comprensione e fiducia in se stessi, derivante dall'accumulo di esperienze e competenze e dalla validazione sociale che ne consegue. L'adultità in quanto prototipo della stabilità, dell'esperienza e della sicurezza è stata tramandata nel tempo, ma oggi questa rappresentazione, da idea, si è trasformata

in *puro ideale* (Arnett 1997). Infatti, numerosissimi studi hanno mostrato che il modello standard di aduldtà persiste largamente nelle società occidentali, nonostante il diversissimo contesto in cui è iscritto oggi. Persiste sia come rappresentazione sociale, che come paradigma nelle scienze sociali.

Gli indicatori classici di maturità, dunque, permangono nell'era postmoderna, seppur siano stati gradualmente posticipati, ridimensionati nel valore sociale ed individuale attribuito, e sempre maggiormente relegati ad un piano ideale ed astratto.

La fine degli studi – primo indicatore classico che dovrebbe essere raggiunto nel corso di vita – ha riscontrato un sistematico posponimento in tutte le società occidentali già a partire dagli anni Cinquanta. Non solo: nel contesto postmoderno la formazione in età avanzate ha assunto un ruolo inedito, sia per la necessità di continui aggiornamenti formativi in realtà occupazionali sempre più specialistiche, sia per la stessa maturazione individuale (Knowles 1996).

L'indipendenza abitativa ed economica sono due indicatori che, da un lato, hanno subito una graduale posticipazione nel tempo, dall'altro hanno perso, nella società contemporanea, il carattere della stabilità. Il fenomeno dei *boomerang kid* (Okimoto, Stegall 1987; Goldscheider, Goldscheider 1999; Mitchell 2006) è sempre più frequente: contrariamente ai loro predecessori, i giovani adulti di oggi spesso sperimentano minore permanenza e maggiore movimento dentro e fuori numerosi status lavorativi e sistemazioni abitative. Le difficoltà socio-psicologiche legate al processo di separazione dalla casa dei genitori (Mitchell 2006) e la nascita di sistemazioni abitative *semi-autonome* (Goldscheider, Goldscheider 1999) hanno incentivato, in misura sempre più frequente, il fenomeno del ritorno alla casa d'origine. Similmente, politiche lavorative sempre più legate alla precarietà e alla flessibilità e strategie di assunzione aziendali improntate in misura crescente sull'indeterminatezza hanno sistematicamente messo in discussione i caratteri dell'irreversibilità occupazionale e della stabilità economica in età adulta.

Anche il matrimonio e la costruzione di un nucleo familiare sono indicatori classici, attraverso cui avviene il riconoscimento sociale dell'età adulta, che hanno subito un significativo e continuo ritardamento. Nello scenario postmoderno, inoltre, la centralità di tali indicatori è messa largamente in discussione. Non solo il sistematico aumento dei divorzi e delle separazioni ha indebolito l'irreversibilità dello stato coniugale; la graduale affermazione di forme di famiglia non tradizionali sta contrassegnando il matrimonio

come *opzione* individuale piuttosto che come concreto *obbligo* sociale (Bernardini 2012).

1.4. La nascita di una nuova figura sociale: il *kidult*

La postmodernità sta, dunque, attraversando un profondo processo di infantilizzazione che tocca, praticamente, ogni campo ed istituzione e che ha fortemente influenzato il valore e la tempistica dei maggiori indicatori di adultità. Un processo conseguente ai mutamenti sociali legati ai fenomeni dell'individualismo, del presentismo, della globalizzazione, del multiculturalismo e alla dilatazione delle dimensioni dell'incertezza e della velocità. È in tale scenario che, a mio avviso, prende forma un'inedita figura sociale: il *kidult*. Come recentemente appurato in diversa sede (Bernardini 2012), esso rappresenta l'immagine prototipica dell'immaturità, contrassegnata dall'inquietudine, dall'insicurezza, dall'impulso, dall'esplorazione, dall'incapacità di *amare e lavorare* (Freud 1905). È l'adulto emergente di Arnett (2004, 2005) che rimane durevolmente ingabbiato in uno stadio vitale privo di obblighi e responsabilità, il *boomerang kid* che ha fatto dell'instabilità affettiva, occupazionale ed abitativa una scelta più che una costrizione, è l'*homo ludens* predetto da Huizinga (1944, 1962), teso a rifugiarsi sistematicamente nella dimensione del *gioco*. Un adulto-bambino che rifugge gli obblighi sociali legati alla famiglia e al lavoro, senza per ciò sentirsi inadeguato nel collettivo; conscio che i canonici indicatori di maturità che hanno contraddistinto le precedenti generazioni sono ormai caduti.

Il *kidult* non progetta la sua esistenza lungo una linea che va dal passato al futuro, ma prende le sue decisioni *giorno per giorno*, sulla base di esigenze e desideri legati alla situazione e al contesto (Rosa 2003). Vive una giovinezza artificiale come *potenzialità infinita*, abita in un universo nel quale è stata sottratta ogni valenza alla diversità tra giovane e adulto e in cui, al contrario, la loro indistinzione è divenuta elemento caratterizzante (Bonazzi, Pusceddu 2008).

Il *kidult* può essere, dunque, considerato il culmine evolutivo dei mutamenti postmoderni legati all'infantilizzazione socio-mediatica, alle lacune di un modello valoriale adulto come conseguenza storico-generazionale e alla riproposizione sociale e psicologica di un *ethos* infantilista e giovanilista.

Stilarne un profilo, tuttavia, non è impresa facile. Se gli studi accademici in materia di infantilizzazione sono pochissimi, quelli sul fenomeno dei *kidults* sono praticamente inesistenti. In alcune pubblicazioni di carattere

storico, economico e sociologico (Linn 2004, Schor 2004, Barber 2007, Aberdeen 2008) si accenna brevemente al fenomeno senza mai approfondirlo; la stampa, al contrario, ed in particolar modo quella statunitense, ha tentato di analizzarlo in numerosissimi articoli mettendolo tuttavia quasi sempre in correlazione con altri avvenimenti.

Dagli studi da me condotti, di fatto, emerge come tale figura sia caratterizzata dalla predominanza – più o meno netta – di alcuni indicatori di infantilità su un corrispettivo antitetico tipico di una concezione standard di maturità: l'impulso sulla riflessione, il senso di dipendenza su quello d'indipendenza, l'incertezza sulla certezza, il dubbio sul dogmatismo, la giocosità sull'impegno lavorativo, la ricerca del piacere istantaneo sulla felicità a lungo termine, l'irrazionalità sulla razionalità, l'egocentrismo sull'abnegazione, il diritto sull'obbligo, la sfera privata su quella pubblica, il narcisismo sulla socievolezza, l'aggressività sull'autocontrollo, l'apatia sul dinamismo, il presentismo sulla temporalità, l'istantaneità sulla progettualità, la provvisorietà sulla stabilità, le immagini sulle parole, l'individualismo sulla collettività, l'insicurezza sulla sicurezza, l'angoscia sulla tranquillità, l'ambizione sull'umiltà, il conformismo sulla diversità, la ricerca del facile, del veloce e del semplice sul difficile, il lento e il complesso.

2. *La rappresentazione dell'adulto nella stampa italiana. Un'indagine empirica*

La contraddizione sistemica per cui la società sembra dettare ferree regole di adultità e allo stesso tempo promuovere atteggiamenti infantili mostra tutta la sua evidenza nel mondo mediatico. Ma se i media freddi, in particolar modo la televisione, sembrano quasi unicamente pubblicizzare una sorta di giovanilismo amorale, nei media caldi, i quotidiani in primis, è sempre più frequente un razionale interrogativo su chi sia oggi effettivamente adulto.

Come già accennato in precedenza, infatti, negli ultimi anni è andato gradualmente crescendo l'interesse di quotidiani e settimanali nei confronti dello status dell'adulto contemporaneo, parallelamente alla velata consapevolezza che il paradigma di adulto a cui si guarda oggi sia limitato, datato o in aperto conflitto col corrispondente modello sociale. È stata, inoltre, la stampa a coniare numerosi termini per descrivere le nuove figure di perenni adolescenti di cui abbiamo discusso nel primo capitolo: in Inghilterra e Stati Uniti sono stati definiti *kidults*, *rejuveniles*, *twixters* e *adultescents*, in Germania *nesthocker*, in Giappone *freeter*, in India *zippies*, in Francia *tanguys* e *puéricultures*.

Se le scienze sociali sembrano non aver ancora colto pienamente l'importanza del fenomeno, la stampa mondiale lo ha invece riconosciuto, studiato e approfondito. Il fenomeno stesso dell'infantilizzazione, che abbiamo approfondito nel corso del volume, è stato rilevato pressoché in esclusiva da storici, economisti e, soprattutto, giornalisti. Già nel 1981 David Ansen, giornalista di *Newsweek*, metteva in guardia dalla “*widespread infantilization of pop culture*” (Ansen in *Newsweek* 15/06/1981). Più recentemente Maureen Dowd ha affermato che “*Hollywood is significantly responsible for the infantilization of America*” (Dowd in the *New York*

Times 16/08/1997) e Philip Hensher che “*the signs that adult culture is being infantilized are everywhere*” (Hensher in the Independent 25/01/2000). George F. Will (in Newsweek 15/12/2004) ha addirittura avanzato la tesi che “*the infantilism of the American public*” è stato la causa principale della vittoria di Bush alle elezioni presidenziali del 2004. Non solo quotidiani; anche le più importanti riviste mondiali hanno spesso dedicato al fenomeno dell’infantilizzazione e all’inattualità del tradizionale modello interpretativo di adulto le proprie prime pagine; ad esempio il *Times* con l’articolo “*They just won’t grow up*” (Grossman in the Times 16/01/2005) o il *New York Magazine* con “*Forever youngish: why nobody wants to be an adult anymore*” (Sternbergh in New York Magazine 03/04/2006). Una recente e determinata attenzione che riguarda in modo particolare gli Stati Uniti, ma è presente in misura considerevole anche in Europa e che, come si cercherà di mostrare nel corso dei prossimi capitoli, comincia a manifestare una certa evidenza nella stessa stampa italiana.

2.1. La metodologia dell’indagine

L’indagine si propone la rilevazione della rappresentazione sociale dell’adulità nella stampa italiana, identificata come luogo attendibile di espressione e produzione della stessa.

La metodologia utilizzata è stata di tipo qualitativo e quantitativo, attraverso le procedure della tecnica dell’analisi del contenuto come inchiesta (Rositi 1970; Losito 1996). Essa prevede un’analisi “secondo gruppi di problemi” (Rositi 1970, p. 19) articolati in una scheda di rilevazione appositamente predisposta.

L’indagine è avvenuta attraverso la selezione di quattro testate italiane: *la Repubblica*, il *Corriere della Sera*, il *Manifesto* e *Avvenire*, nelle loro versioni cartacee nazionali e locali. Le prime due sono state scelte in quanto testate a maggiore tiratura in Italia. *Il Manifesto* e *Avvenire*, invece, in quanto quotidiani che esprimono posizioni di mondi e opzioni ideali diverse, autodefinendosi in modo esplicito comunista, il primo, cattolico, il secondo. Il totale degli articoli analizzati è 1448: 540 localizzati nel quotidiano *la Repubblica*, 385 nel *Corriere della Sera*, 358 in *Avvenire* e 165 nel *Manifesto* (tab. 1).

La rilevazione ha avuto luogo nel periodo compreso tra il 1 Gennaio 2007 e il 31 Dicembre 2010.