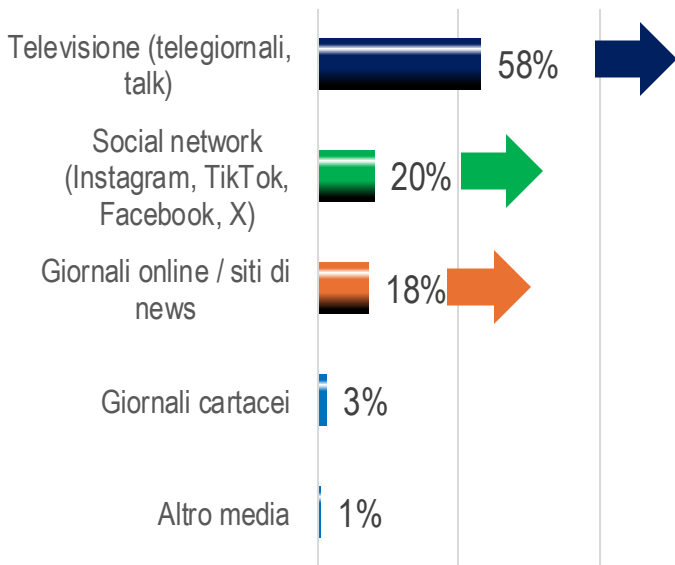




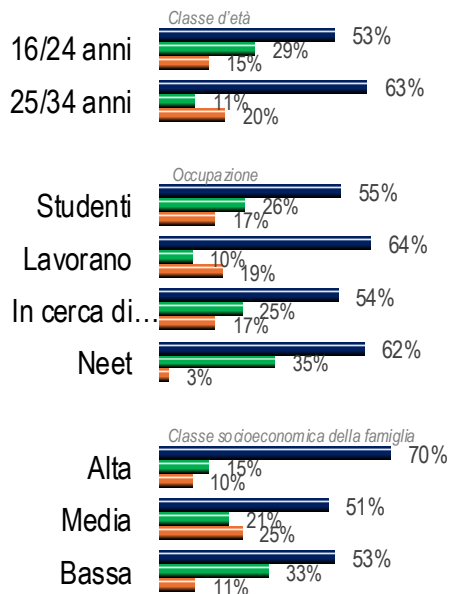
Qual è il principale media attraverso il quale ti informi?

La TV resta il principale canale, ma più per inerzia culturale che per fiducia. È il linguaggio che unisce generazioni, anche quando non le convince. I social dominano il quotidiano ma non hanno ancora la forza del codice comune. La TV è l'abitudine del reale, i social la pratica del presente.



Il media principale per informarsi

per 100 intervistati con le stesse caratteristiche





Quali figure sono molto o abbastanza importanti nell'orientare le tue opinioni e le tue scelte?

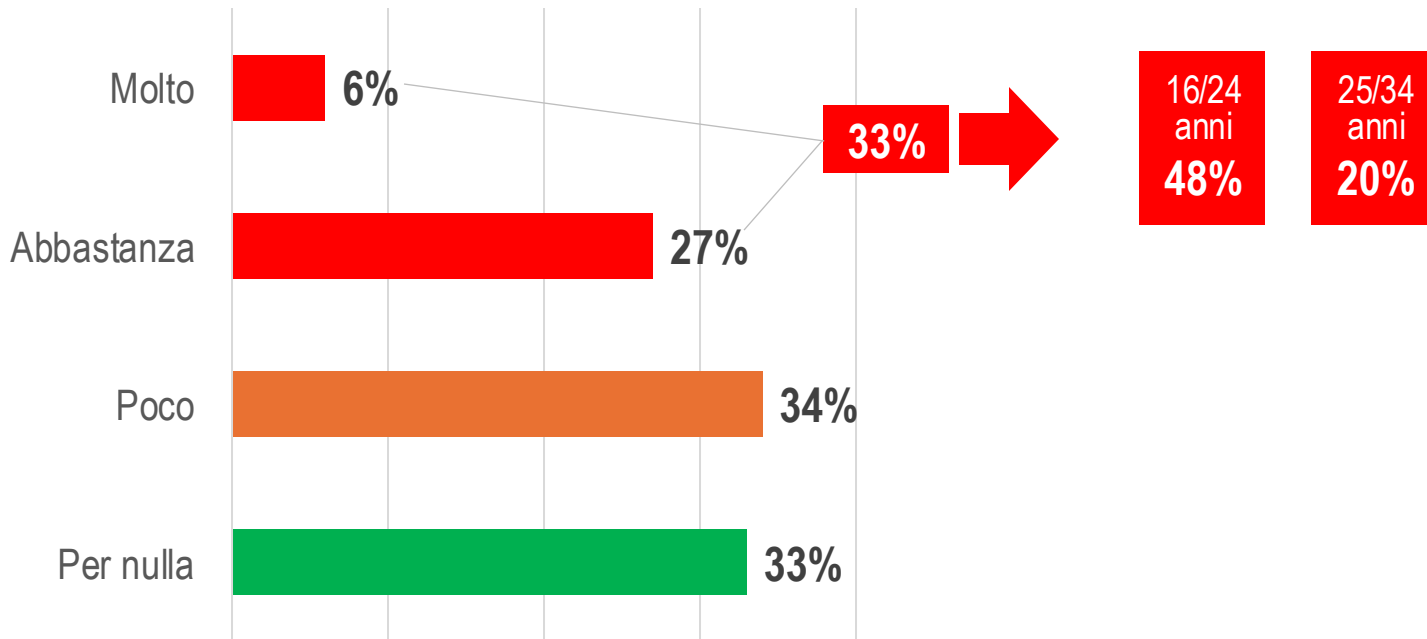
Le figure che orientano i giovani oggi appartengono al mondo della prossimità simbolica. A influenzare comportamenti e scelte sono gli sportivi, i creator e i musicisti, figure che uniscono successo, visibilità e linguaggio condiviso. Gli sportivi (80%) e i guru del fitness rappresentano i modelli del successo disciplinato perché trasformano il corpo in strumento di affermazione identitaria, mentre i cantanti e i trapper (60%) rappresentano la dimensione espressiva dell'“autenticità ribelle” e dell'identificazione emotiva, che rispecchia l'immaginario urbano e giovanile.

			16/24 anni	25/34 anni
Sportivi / atleti professionisti	80%		84%	76%
Fitness / wellness / "guru" della salute	71%		76%	65%
Cantanti / trapper / musicisti	60%		70%	52%
Beauty o fashion creator	60%		70%	50%
Motivazionali o auto-miglioramento	57%		59%	55%
Creator lifestyle / vlog (routine, viaggi, daily life)	51%		59%	44%
Tech reviewer / creator tecnologici	47%		48%	46%
Comici, meme page o satira	41%		47%	36%
Creator di finanza, crypto o "side hustle"	39%		41%	37%
Micro-influencer locali (persone della tua città o scuola)	39%		48%	30%
Streamer o gamer	35%		41%	29%
Politici, attivisti o commentatori	30%		27%	33%



Quanto ti riconosci nei testi di trap, rap o musica pop che parlano di eccesso, soldi o status?

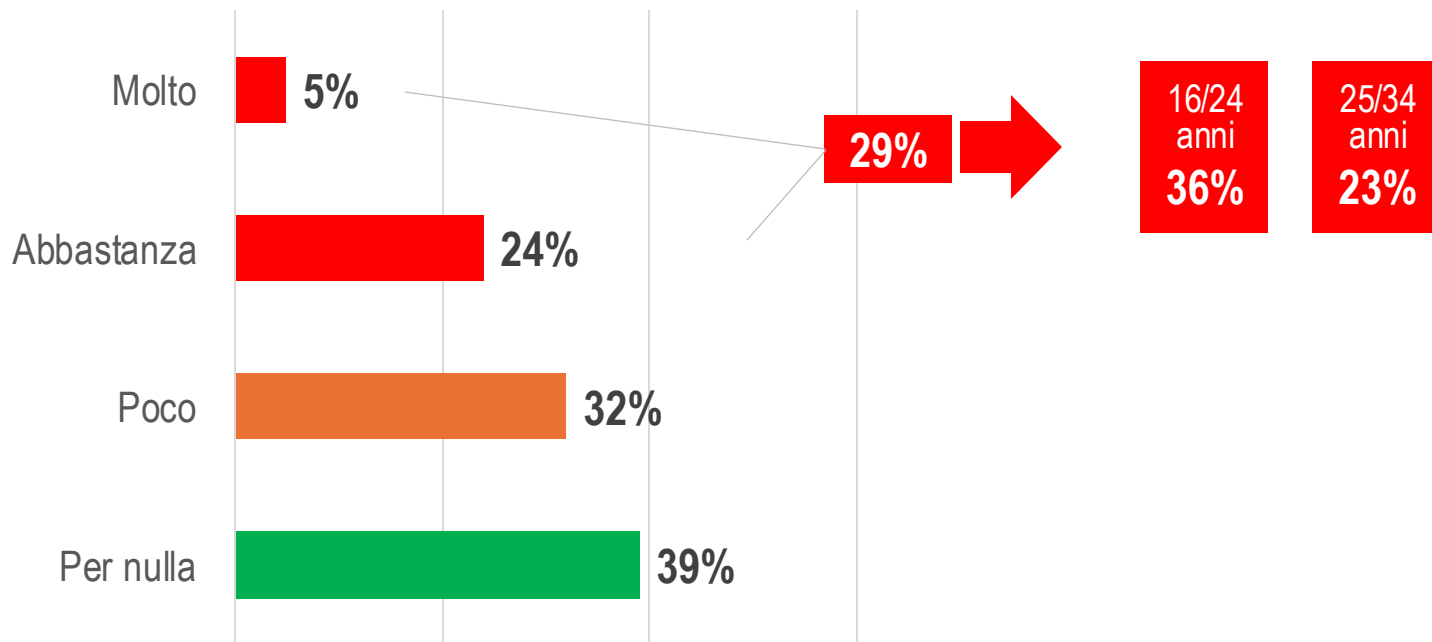
Un giovane su tre si riconosce nei testi trap, rap o pop che parlano di eccesso, soldi e status. Non è più solo intrattenimento, ma una identificazione simbolica che trasforma il desiderio di riscatto e visibilità in modello di vita. I più giovani sono i più esposti a questa estetica dell'eccesso, che nelle classi alte diventa gioco di stile e nei contesti fragili illusione di riscatto. L'eccesso smette di essere finzione e diventa normalità e nella sua ricerca videnza, droga e alcol non appaiono come un salto di pericolo, ma un passo naturale dentro la stessa scena.





I testi che esaltano droghe, alcol o violenza quanto influenzano il tuo modo di vedere la realtà?

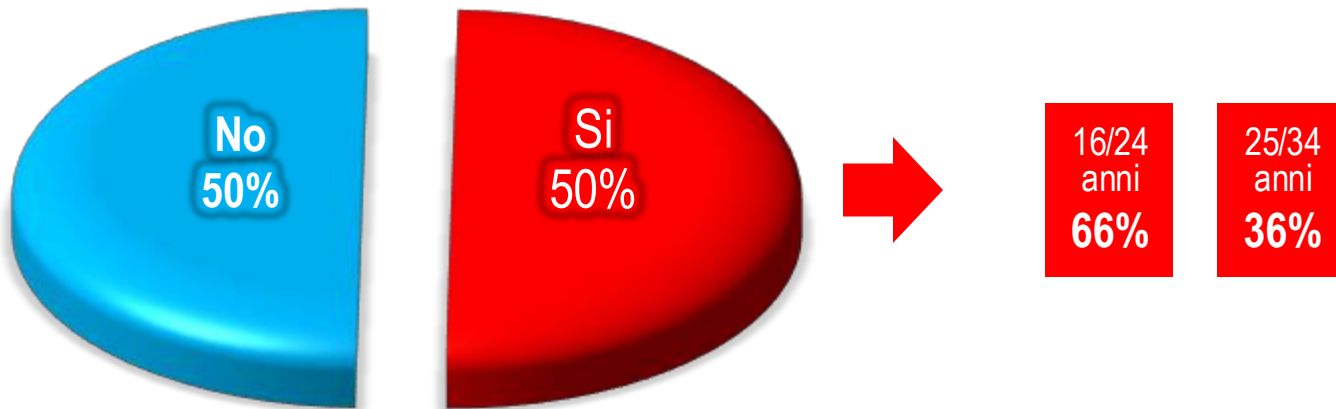
Quasi un giovane su tre riconosce che i testi che esaltano droghe, alcol o violenza influenzano il proprio modo di vedere la realtà — e tra i più giovani l'impatto è ancora maggiore. Non si tratta solo di linguaggio: è un adeguamento progressivo nello stile di vita, dove ciò che nasce come racconto diventa riferimento comportamentale.





Ti capita di usare modi di parlare, vestire o atteggiarti tratti da personaggi, canzoni o videoclip?

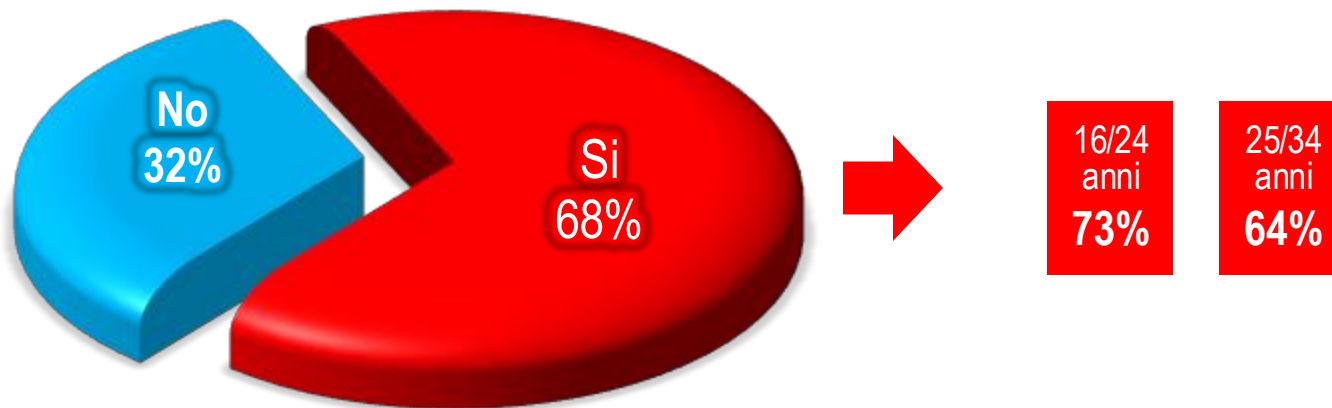
Un giovane su due ammette di riprendere modi di parlare, vestire o atteggiarsi da personaggi, canzoni o videoclip. Tra i più giovani questa influenza è ancora più forte e riguarda due ragazzi su tre. La rappresentazione non si guarda più da fuori: si vive fino a diventare parte della sceneggiatura. In questo processo, la distinzione tra sé e ciò che si imita si assottiglia fino a scomparire.





Pensi che alcuni artisti spingano all'emulazione di stili di vita rischiosi?

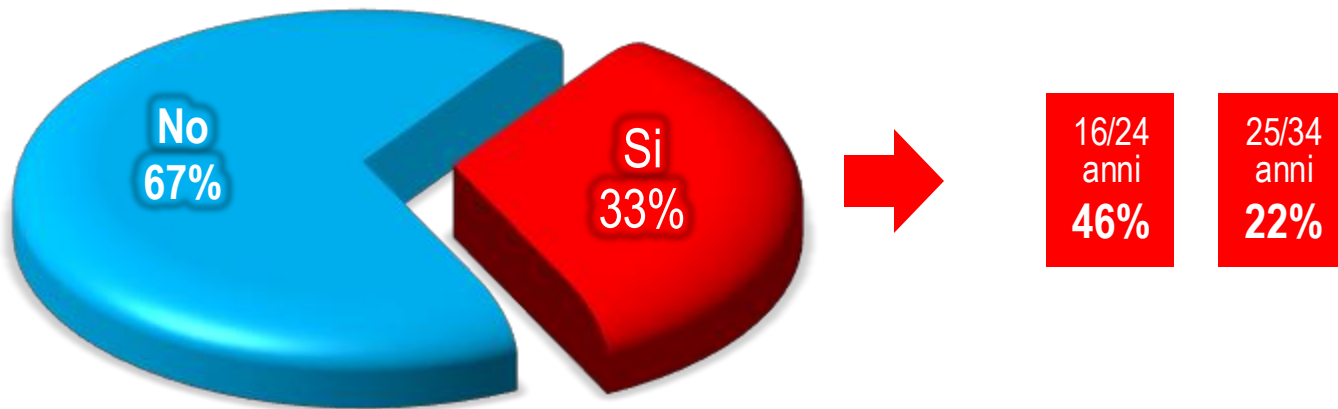
Quasi sette giovani su dieci pensano che molti artisti spingano a comportamenti rischiosi — un dato che non indica solo una percezione, ma la presenza concreta di modelli pericolosi nella cultura giovanile. I più giovani sono i più esposti e tendono a interpretare l'eccesso non come deviazione, ma come segno di autenticità o coraggio. Quando la trasgressione diventa valore estetico, l'imitazione smette di essere gioco e diventa adesione.





Ti capita di partecipare a feste o eventi per paura di restare fuori?

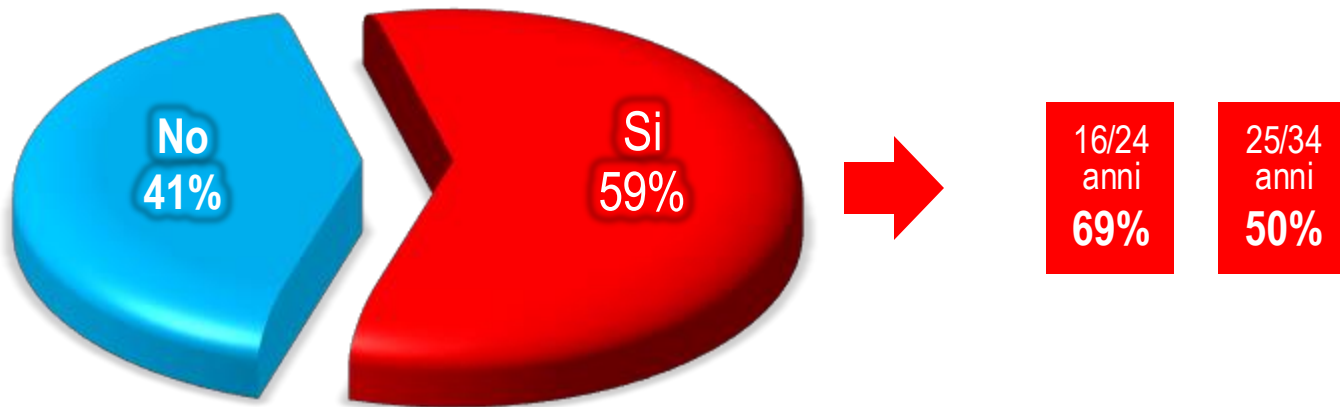
Un giovane su tre ammette di partecipare a feste o eventi per paura di restare fuori, e tra i più giovani la quota cresce fino a uno su due. La socialità diventa obbligo di presenza, più che scelta di relazione: si partecipa per non scomparire. La paura dell'esclusione sostituisce il desiderio di appartenenza. Essere presenti conta più che esserci davvero.





Ritieni che lo sballo sia parte “normale” della socialità giovanile?

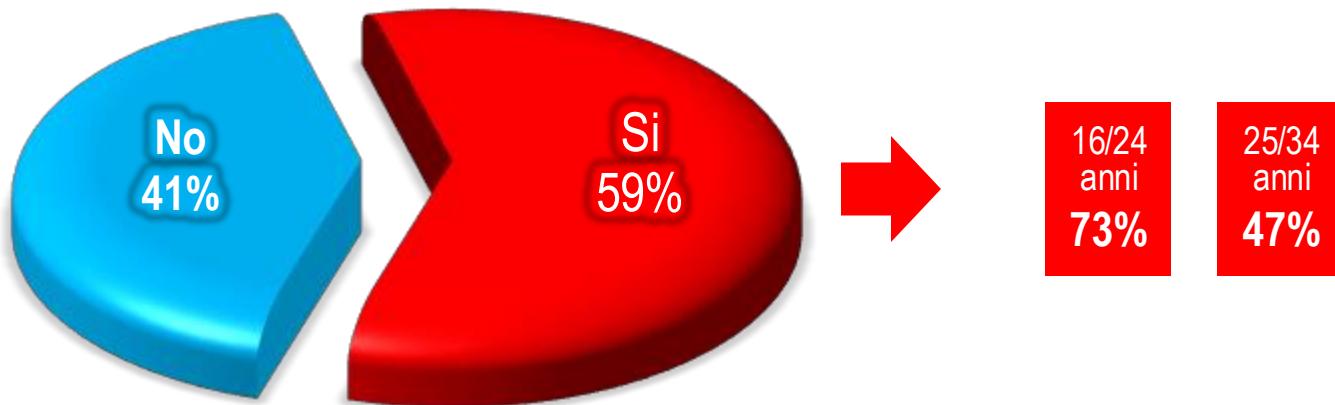
Sei giovani su dieci considerano lo sballo una parte “normale” della socialità giovanile, e tra i più giovani questa idea è ancora più diffusa. Ciò che un tempo segnava il limite oggi definisce l'appartenenza: sballarsi è diventato linguaggio del gruppo. La perdita di controllo è ormai una componente accettata del divertimento, un'abitudine che ha spento la percezione del pericolo e apre scenari ancora più rischiosi, in cui la trasgressione non ha più confini né conseguenze.





Ti senti mai spinto a superare i tuoi limiti per non essere giudicato?

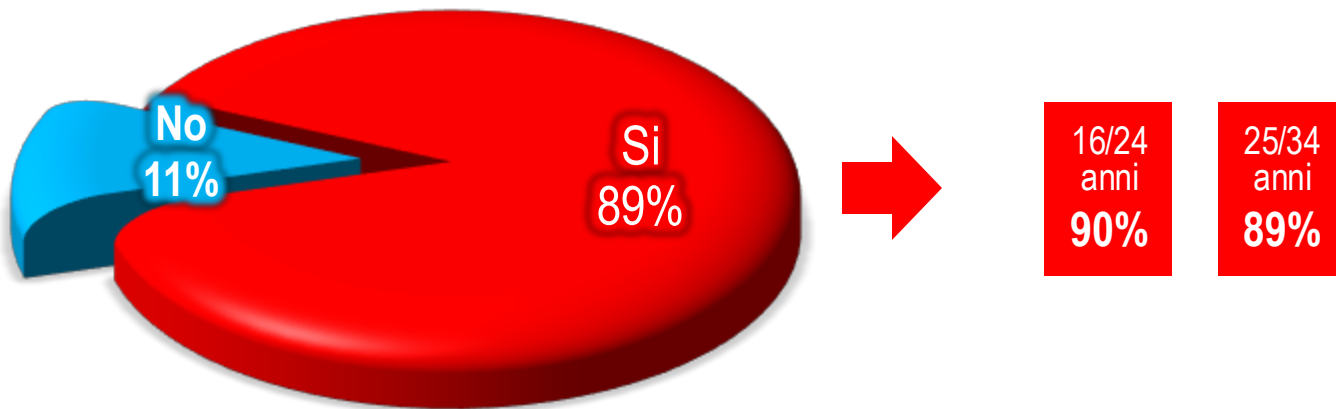
Sei giovani su dieci ammettono di spingersi oltre i propri limiti per non essere giudicati, e tra i più giovani la quota sale a tre su quattro. La pressione del gruppo e la paura di apparire fragili o “fuori tono” alimentano un conformismo del rischio: si eccede per sentirsi accettati e quando il giudizio degli altri sostituisce il proprio, il rischio diventa una componente dell'identità.





Ti capita di bere alcolici?

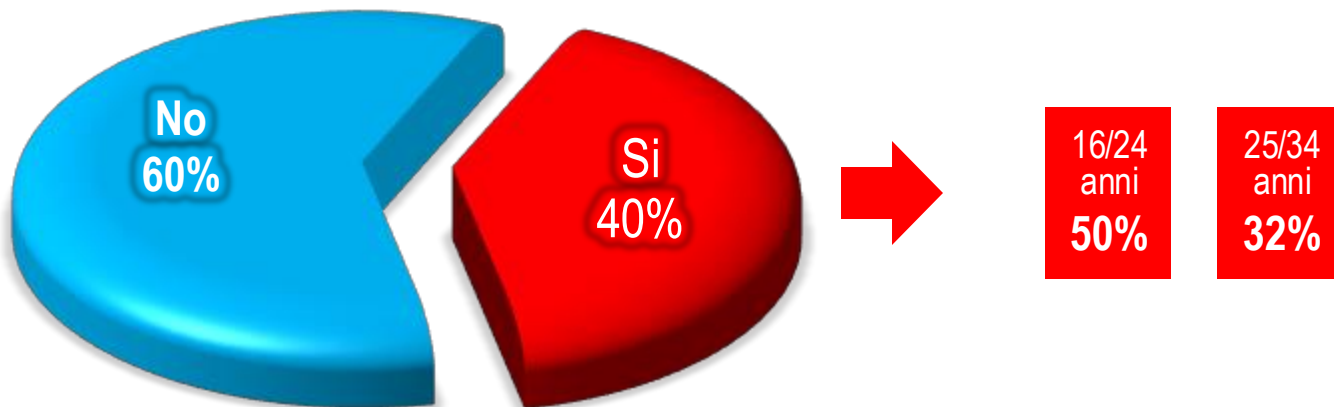
Nove giovani su dieci dichiarano di bere alcolici, un dato che rivela la portata preoccupante del fenomeno e la sua accettazione sociale ormai totale. L'alcol non è più percepito come rischio, ma come parte integrante del divertimento e delle relazioni, un gesto automatico che segna la normalità del gruppo. Proprio la sua diffusione lo rende più pericoloso: quando tutto è "normale", nessuno si accorge di quanto sia diventato eccesso.





Nel tuo ambiente ubriacarsi è considerato “normale”?

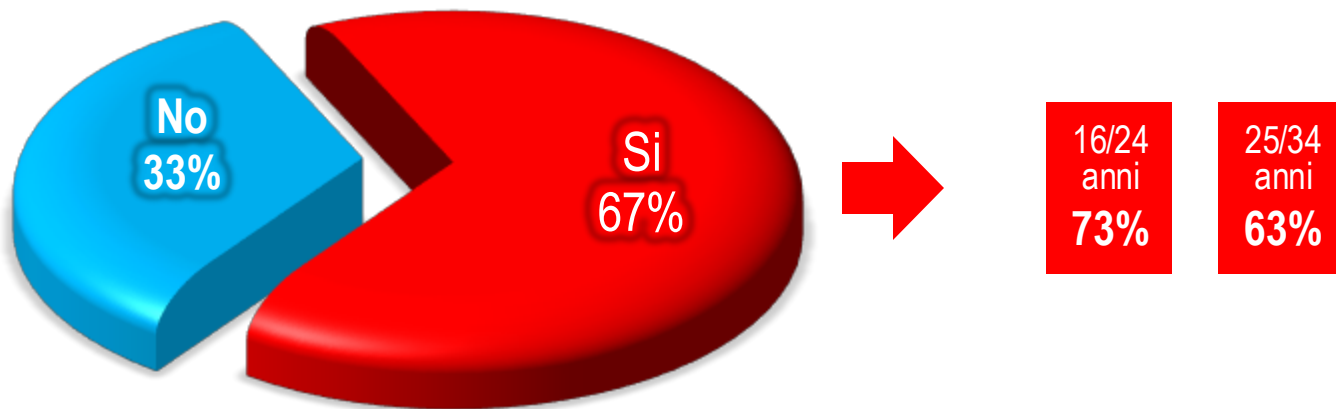
Quattro giovani su dieci affermano che ubriacarsi è considerato “normale” nel proprio ambiente, e tra i più giovani la percentuale cresce ancora. Il dato è allarmante perché segna il passaggio dalla tolleranza all'approvazione sociale: l'ubriacatura non è più deviazione, ma rito condiviso. Nella cultura giovanile l'eccesso diventa linguaggio di appartenenza, una forma di socialità che confonde integrazione e perdita di controllo





Le droghe leggere ti sembrano socialmente accettate?

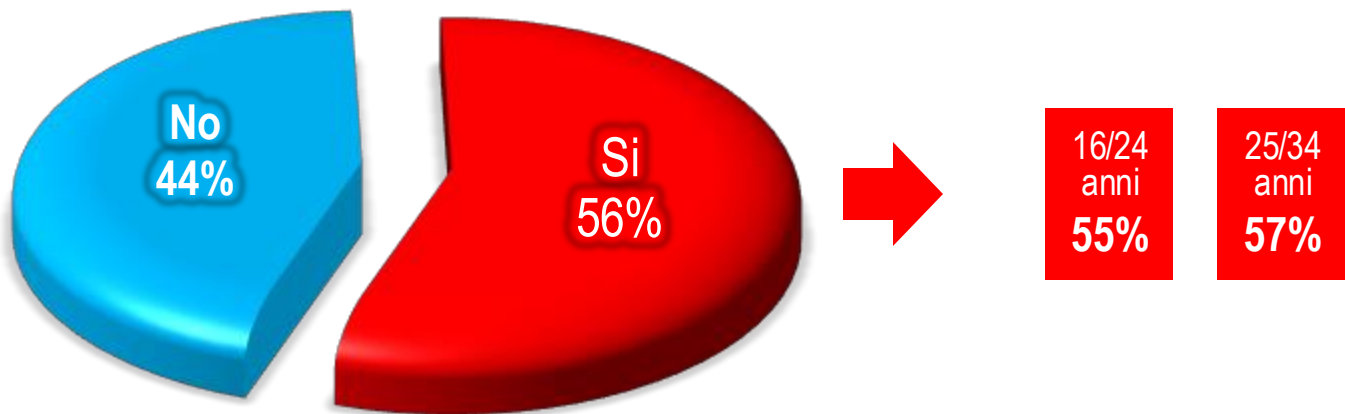
Due giovani su tre ritengono che le droghe leggere siano socialmente accettate, un dato che mostra quanto la percezione del rischio sia ormai erosa. Ciò che un tempo era considerato trasgressione è oggi percepito come comportamento ordinario, parte del linguaggio generazionale.





Pensi che online si parli con leggerezza dell'uso di droga?

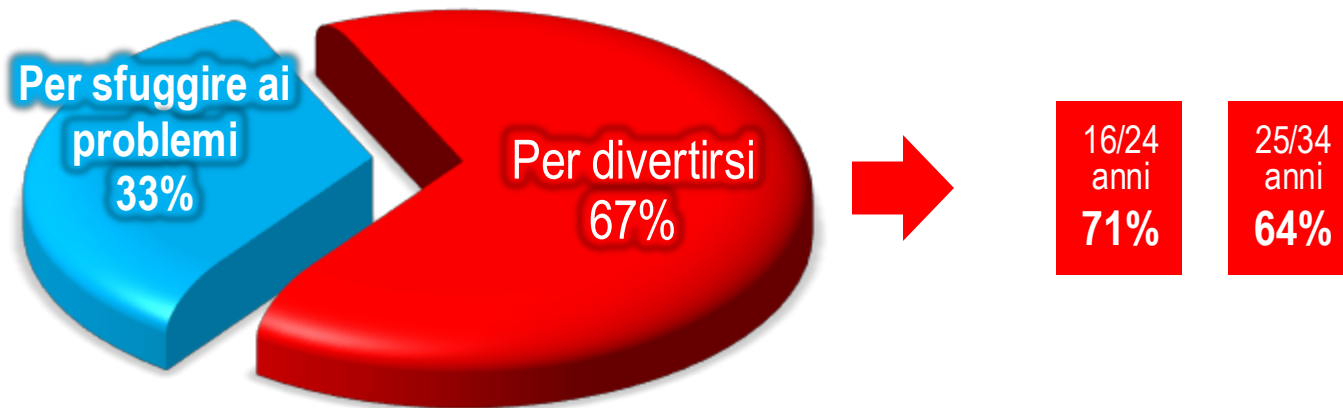
Oltre la metà dei giovani pensa che online si parli con leggerezza dell'uso di droga, e tra gli studenti la quota sale fino all'80%. La rete contribuisce così a normalizzare il consumo, trasformando l'uso in tema di conversazione o intrattenimento. La leggerezza diventa nuova forma di legittimazione sociale, un modo per cancellare la percezione del rischio e dell'illecito. Quando la droga diventa racconto, smette di sembrare pericolosa.





Secondo te i giovani usano sostanze più per divertirsi o per sfuggire a problemi?

Due giovani su tre pensano che le sostanze vengano usate per divertirsi, segno di una deriva culturale che banalizza il rischio e trasforma lo sballo in passatempo. L'uso di droga non è evasione, ma comportamento irresponsabile reso accettabile da un contesto che confonde libertà e perdita di controllo. Quando il divertimento passa per la fuga, il degrado diventa stile di vita.





Su 10 giovani come te, quanti:

Tra i giovani si afferma una normalizzazione dell'eccesso: alcol, droghe e modelli trasgressivi non sono più margine ma parte della quotidianità. Musica e social alimentano un'estetica del rischio, dove l'eccesso è la grammatica dell'appartenenza.

			16/24 anni	25/34 anni
bevono alcolici ogni settimana	69%		72%	66%
si ispirano ai trapper o a cantanti che parlano di sballo, soldi o successo facile	61%		66%	56%
pensano che bere o usare droghe faccia parte del "divertimento normale"	61%		66%	56%
si ubriacano almeno una volta al mese	60%		64%	56%
seguono modelli che ostentano lusso, potere o forza come simboli di successo	59%		64%	56%
seguono influencer o creator che promuovono stili di vita estremi o trasgressivi	59%		64%	55%
hanno provato droghe leggere almeno una volta	57%		62%	53%
sono spinti da musica e social a cercare esperienze sempre più estreme	56%		61%	52%
fanno uso abituale di droghe leggere	51%		55%	46%
mescolano alcol e sostanze	48%		53%	44%
hanno provato droghe pesanti almeno una volta	47%		53%	43%
fanno uso abituale di droghe pesanti	43%		48%	38%