



ADOLESCENTI

COME CAPIRE ED EDUCARE LA GENERAZIONE Z



ASSOCIAZIONE
CENTRO STUDI ASPERA
Dott. Christopher Cossovel



PROGRAMMA

- Cos'è l'adolescenza
- Il cervello adolescente
- La generazione Z
- Comunicare con un figlio adolescente

COS'È L'ADOLESCENZA



DEFINIRE L'ADOLESCENZA

- **Adolescere: crescere (verso la completezza)**
 - Adolescente: colui che sta crescendo
 - Adulto: colui che è cresciuto
- **Stadio di vita tra infanzia e età adulta**
- **Passaggio da dipendenza ad autonomia**
- **Aspetti biologici e socio-culturali**



CARATTERISTICHE DELL'ADOLESCENZA

■ Ricerca di novità

- + Apertura al cambiamento
- Minimizzare le conseguenze

■ Maggiore intensità delle emozioni

- + Entusiasmo e gusto per la vita
- Impulsività e sbalzi di umore

■ Coinvolgimento sociale

- + Relazioni di sostegno
- Isolamento da adulti

■ Esplorazione creativa

- + Limitare senso di routine
- Crisi di identità, mancanza di scopo

(da «La Mente Adolescente» Siegel, 2014)

CAMBIAMENTI BIOLOGICI



- La pubertà inizia con il menarca o lo spermarca
- Tempi di sviluppo diversi e individuali

Puberty: What Happens?

Height
You get taller.

Face
You may get pimples.

Privates
Your penis and testicles get bigger.

Voice
Your voice deepens.

Sweat
Your armpits sweat.

Hair
Hair grows on your face, arms, legs, chest, armpits, and between your legs.



KidzHealth® All rights reserved.

Puberty: What Happens?

Face
You may get pimples.

Sweat
Your armpits sweat.

Menstruation
Your period begins.

Height
You get taller.

Breasts
Your breasts grow.

Hair
Hair grows in your armpits, on your legs, and between your legs.

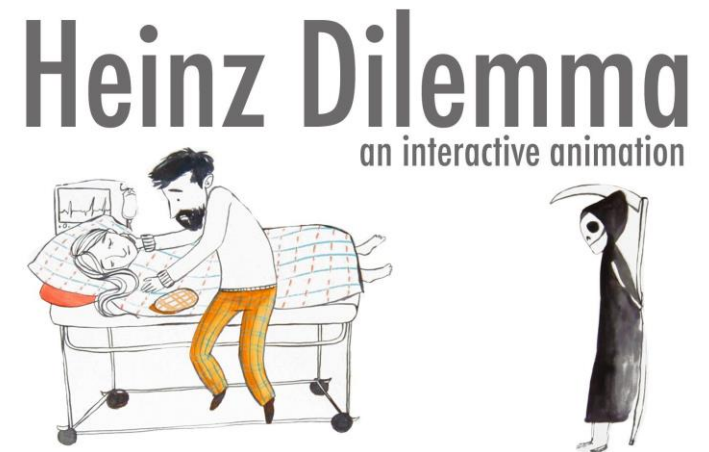
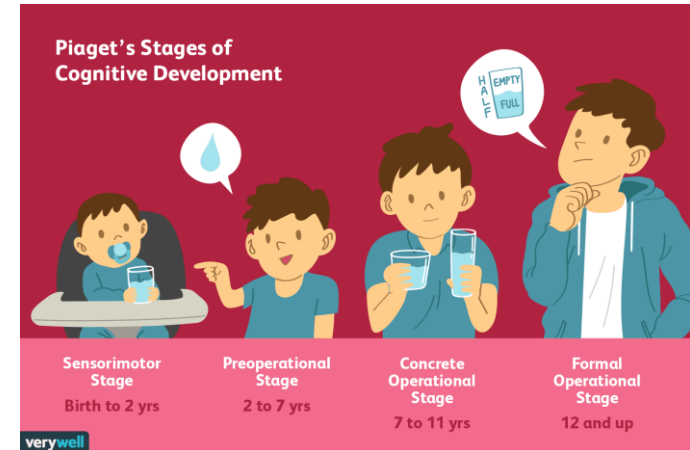


KidzHealth® All rights reserved.



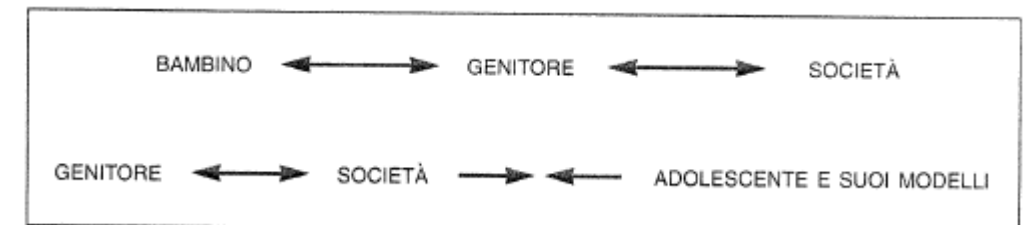
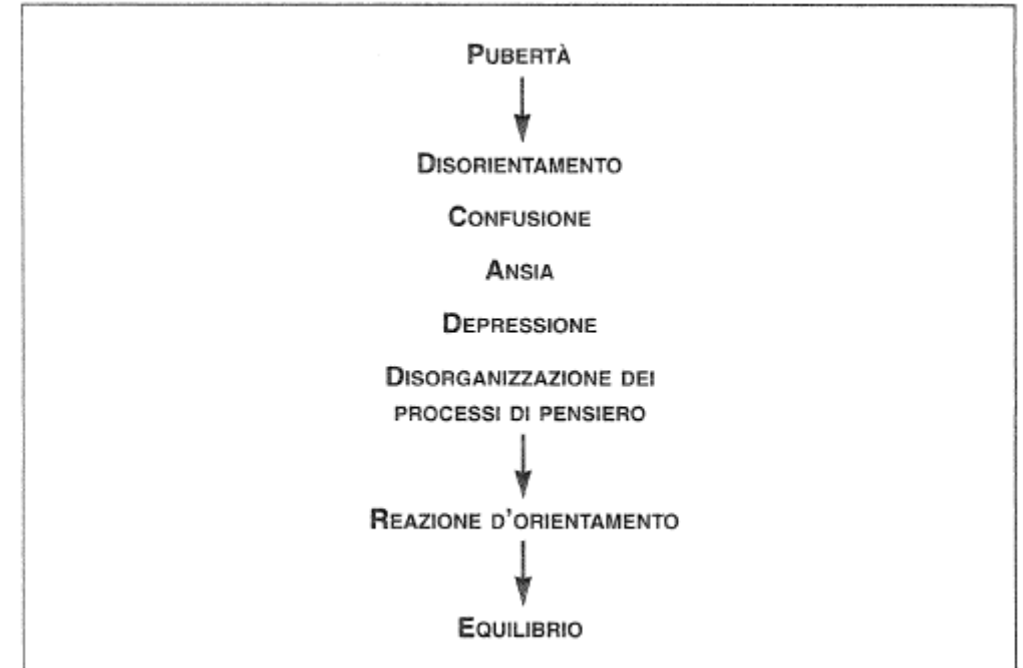
CAMBIAMENTI COGNITIVI

- **Pensiero operatorio formale**
Teoria dello sviluppo cognitivo di J. Piaget
- **Sviluppo di identità in opposizione alla dispersione**
Teoria dello sviluppo psicosociale di E. Erikson
- **Egocentrismo adolescenziale**
Teoria dell'egocentrismo di D. Elkind
- **Moralità convenzionale**
Teoria dello sviluppo morale di L. Kohlberg



CAMBIAMENTI SOCIALI

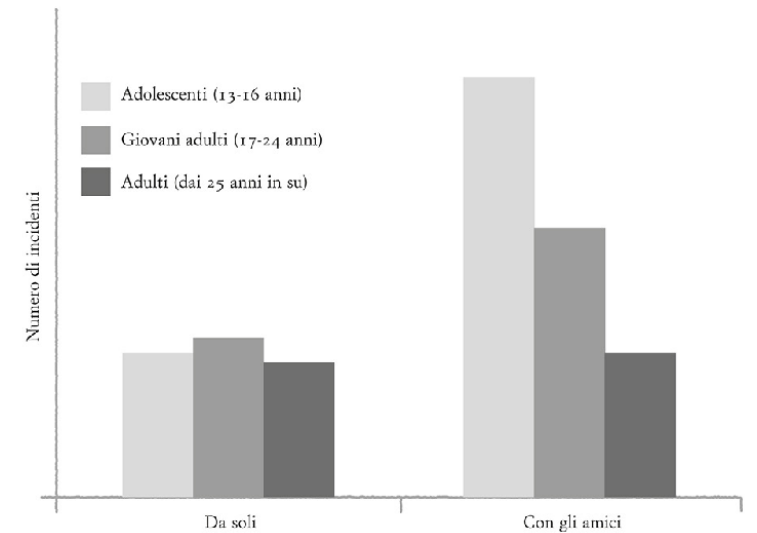
- **FAMIGLIA:**
modificazione legame S-R
- **SCUOLA:**
luogo dove affrontare sfide
- **PARTNERS:**
esperienze affettive/sexuali
- **AMICI:**
ambiente rinforzante



(tratto da «Apprendisti Adulti»)

L'INFLUENZA DEGLI ALTRI

- Identità basata su percezione degli altri (looking-glass self)
- Sovrastima valutazione degli altri: pubblico immaginario (D. Elkind)
- **Stoplight Task** (cosa fare al giallo): adolescenti correvano più rischi se in presenza di coetanei
- La valutazione del rischio è influenzata dall'opinione dei coetanei



Lo *Stoplight Task*. Adolescenti, giovani adulti e adulti corrono all'incirca lo stesso numero di rischi quando guidano da soli, ma adolescenti e giovani adulti corrono molti più rischi quando vengono osservati dagli amici.



L'effetto dell'influenza sociale nella percezione del rischio.

(tratto da «Inventare sé stessi»)

Tipico

1. Maggiore mutevolezza d'umore
2. Maggiore coscienza di sé, maggiore sensazione di agire in prima persona, maggiore attenzione al proprio aspetto fisico
3. Maggiore tendenza a perdere tempo
4. Maggiore conflittualità tra genitori e figli
5. Sperimentazione di droga, alcol e tabacco
6. Maggiore sensazione di invulnerabilità (può portare a un incremento della ricerca di sensazioni forti e a correre dei rischi)
7. Difficiloso passaggio dalle scuole medie al liceo

Non tipico: causa di preoccupazione

- Intense, dolorose e durevoli malinconie; comportamenti rischiosi dipendenti dall'umore, depressione maggiore o attacchi di panico; autolesività o ideazione suicidaria
- Fobia o isolamento sociale; perfezionismo e obiettivi irrealistici; abbuffate, purghe o alimentazione insufficiente; ossessiva o trascurata igiene personale
- Molteplici distrazioni che portano a non essere in grado di portare a termine compiti scolastici o progetti; mancanza di concentrazione che interferisce con attività e mansioni quotidiane; regolarmente in ritardo agli appuntamenti
- Aggressioni verbali o fisiche; fughe
- Abuso di sostanze, spaccio di droghe; uso di sostanze in gruppo con coetanei
- Ripetuti incidenti; scontri a fuoco; azioni eccessivamente rischiose (per esempio, fare surf nella metropolitana,¹ guidare in stato d'ebbrezza o inviare sms mentre si guida); farsi arrestare
- Rifiuto della scuola; praticare o essere oggetto di bullismo; mancanza di comunicazione con la scuola o i coetanei; bocciature, assenteismo o abbandono scolastico

Tipico

8. Maggiore polemicità, idealismo e contestazione; dogmatismo
9. Maggiore maturità sessuale; interesse e sperimentazione sessuale
10. Difficoltà a prendere le decisioni più comuni
11. Maggiore desiderio di privacy
12. Grande interesse per la tecnologia e i social media
13. Disordine nella propria camera
14. Il ciclo del sonno si sposta a ore più tarde (voglia di essere un "animale notturno" e di dormire fino a tardi nei weekend)

Non tipico: causa di preoccupazione

- Contestazione delle regole e delle convenzioni sociali; litigi con i membri della famiglia, gli insegnanti o altre persone che cercano di affermare la propria autorità
- Promiscuità sessuale; partner multipli; pratiche sessuali non protette, gravidanza
- Rimanere paralizzati per l'indecisione
- Isolamento dalla famiglia; interruzione della comunicazione; mentire abitualmente e nascondere le cose
- Trascorrere molte ore al giorno davanti al computer su siti web pericolosi o che potrebbero innescare comportamenti a rischio; incontri casuali con partner online; rivelare troppo (per esempio, inviare messaggi sessualmente espliciti, eccedere nei particolari personali postati su Facebook o altri social media)
- Cibo vecchio o andato a male; incapacità di trovare le cose di prima necessità; abiti sporchi perennemente a coprire il pavimento
- Restare spesso svegli tutta la notte; dormire almeno un'intera giornata durante i weekend; arrivare abitualmente in ritardo a scuola (o restare assenti) a causa del proprio ritmo sonno-veglia

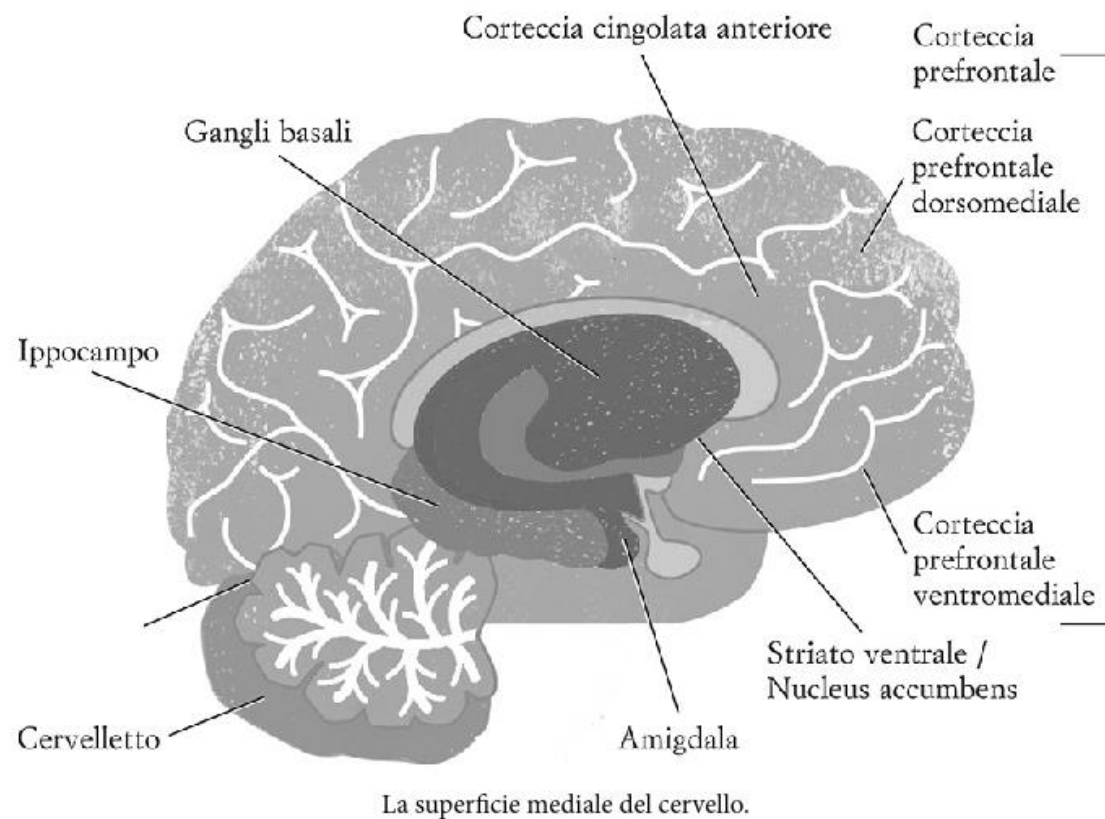
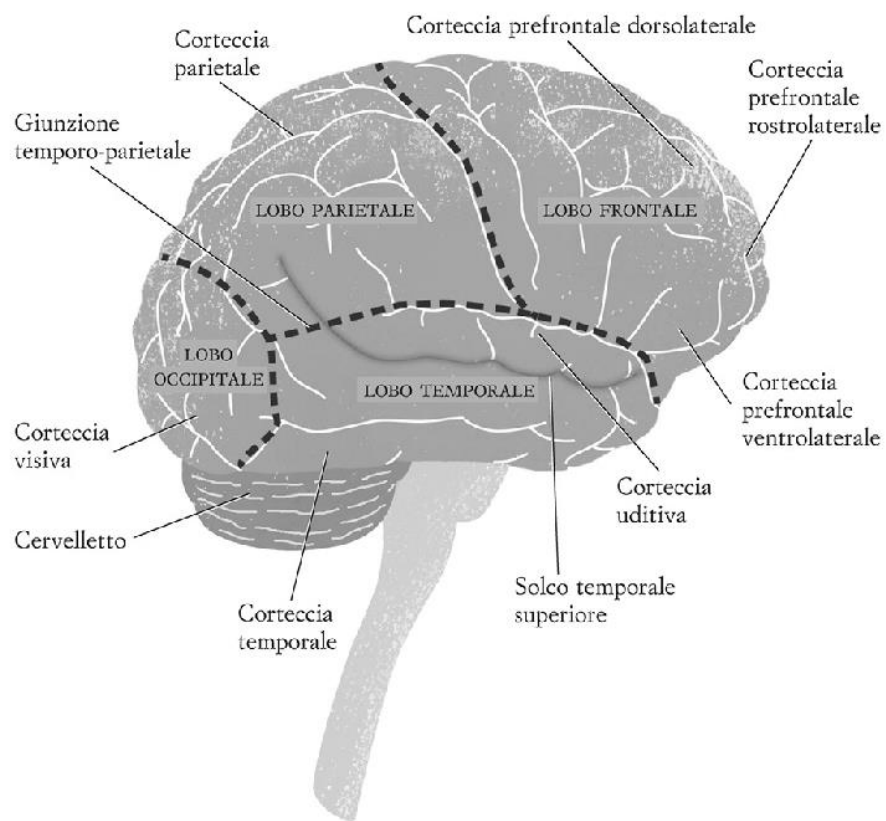
(tratto da «Manuale DBT per Adolescenti»)

IL CERVELLO ADOLESCENTE

(tratto da «Inventare sè stessi»)

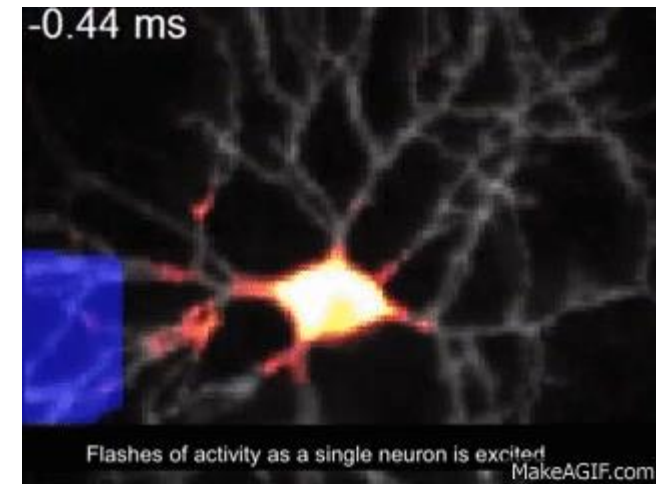
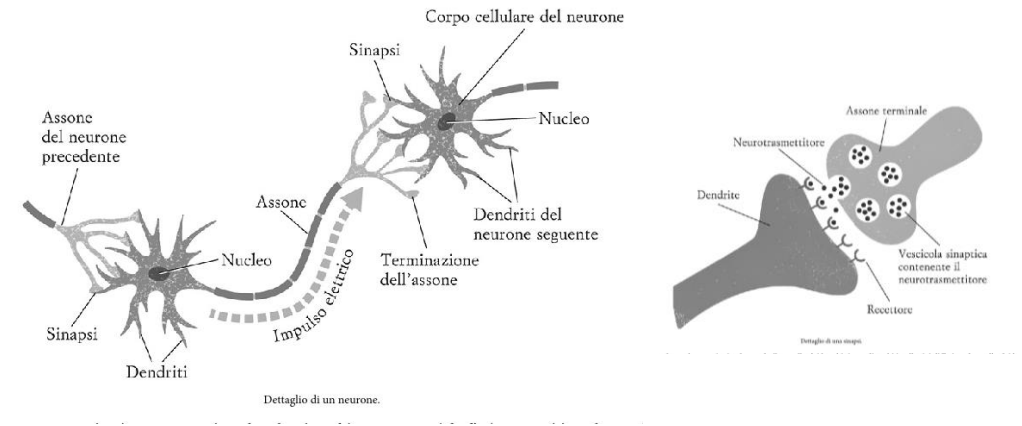


IL CERVELLO

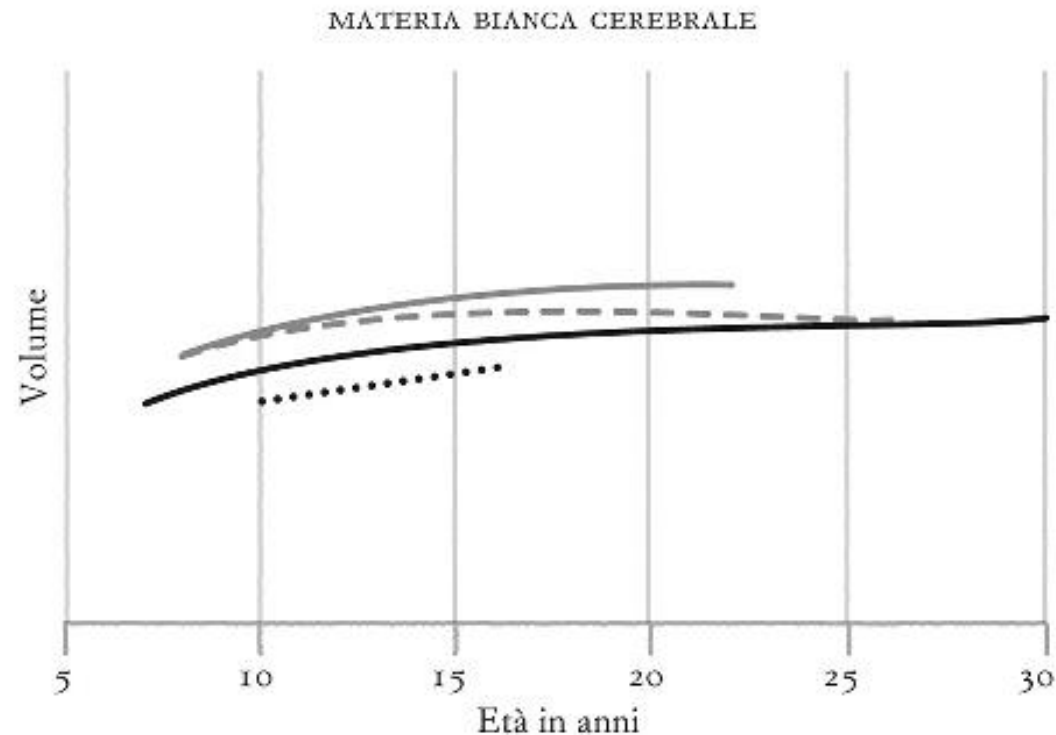
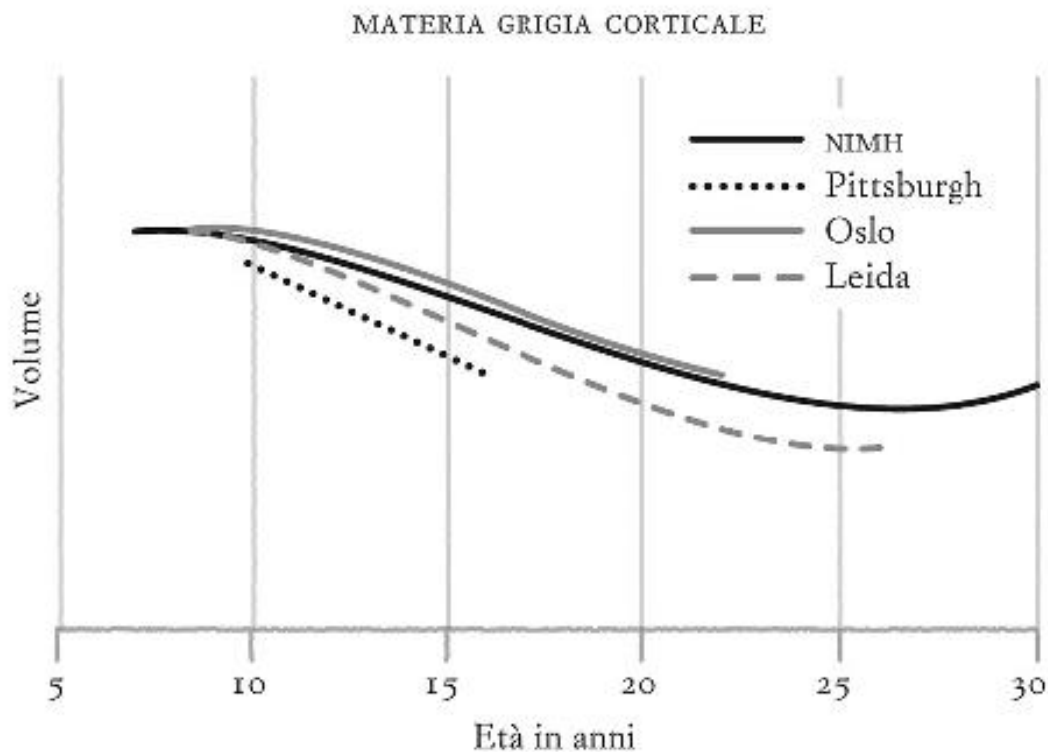


DATI SUL CERVELLO ADULTO

- 1,4 Kg
- 86 miliardi di neuroni (50 nel cervelletto)
- 1 milione di miliardi di sinapsi
- ERP 1/10 di volt – 1 ms

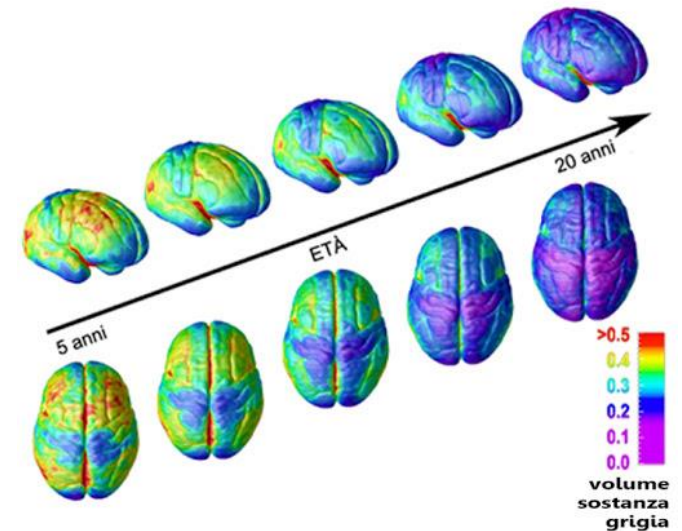
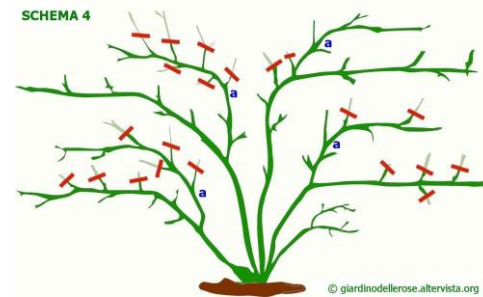


SVILUPPO DEL CERVELLO

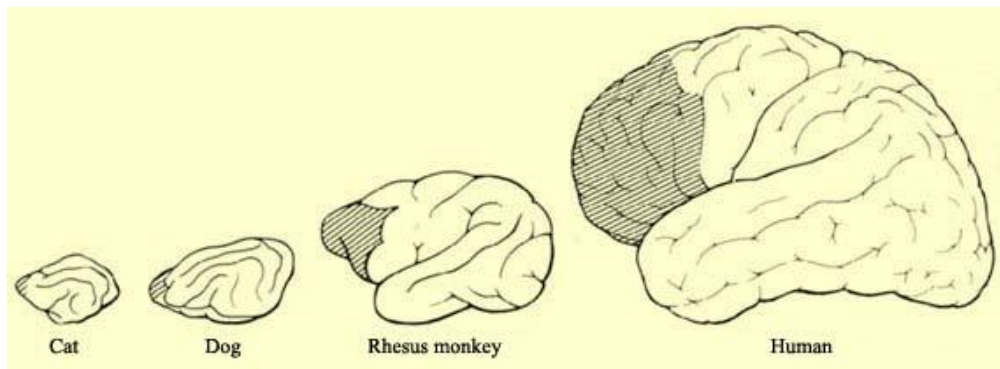


SINAPTOGENESI E PRUNING

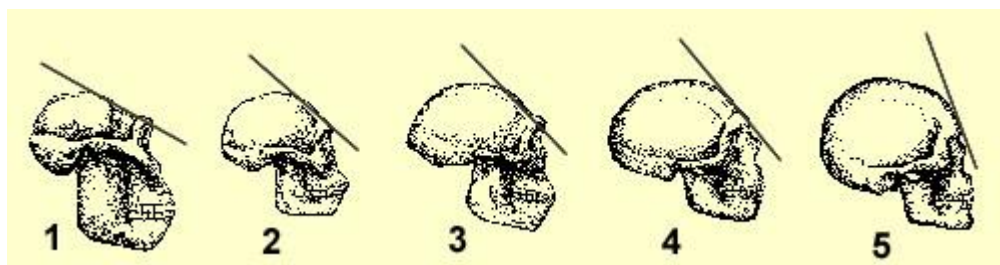
- Connessioni superflue poi rimosse
 - Discriminazione fonetica (<1 anno)
- Corteccia visiva
 - Apice 8-12 mesi
 - Stabile 12 anni
- Corteccia uditiva
 - Apice 3 mesi
 - Stabile 12 anni
- Corteccia prefrontale
 - Apice 3 anni
 - Stabile tarda adolescenza



NEUROANATOMIA DELLE FUNZIONI ESECUTIVE



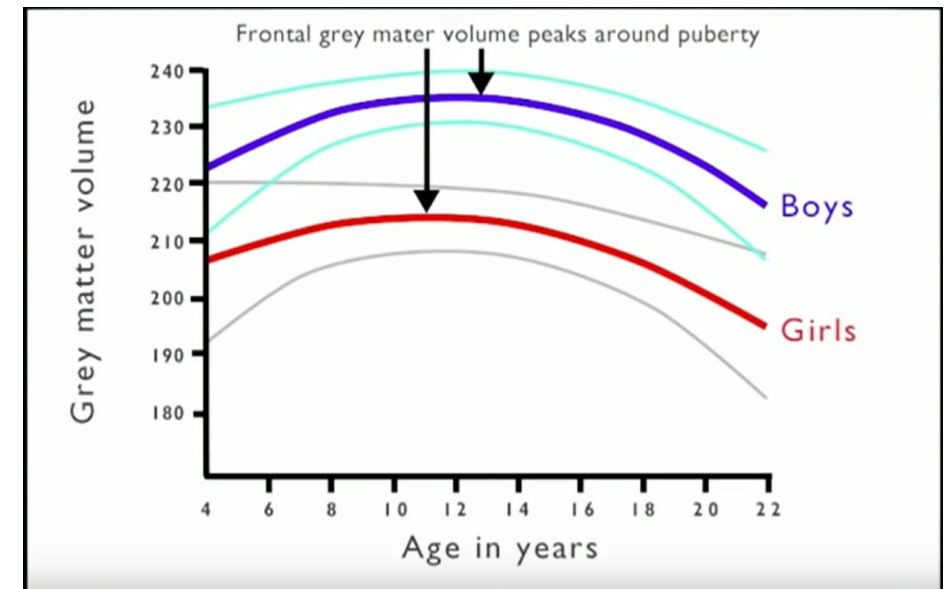
Nell'uomo le aree frontali anteriori (corteccia prefrontale) sono notevolmente più sviluppate rispetto alle altre specie, assieme anche a un notevole incremento delle dimensioni relative della sostanza bianca (Grossi e Trojano, 2007).



Mentre aree corticali filogeneticamente più antiche si sviluppano precocemente, le regioni corticali più recenti come quelle coinvolte nelle FE hanno uno sviluppo tardivo (Gogtay et al., 2004)

FUNZIONI PARTICOLARI CORTECCIA PREFRONTALE

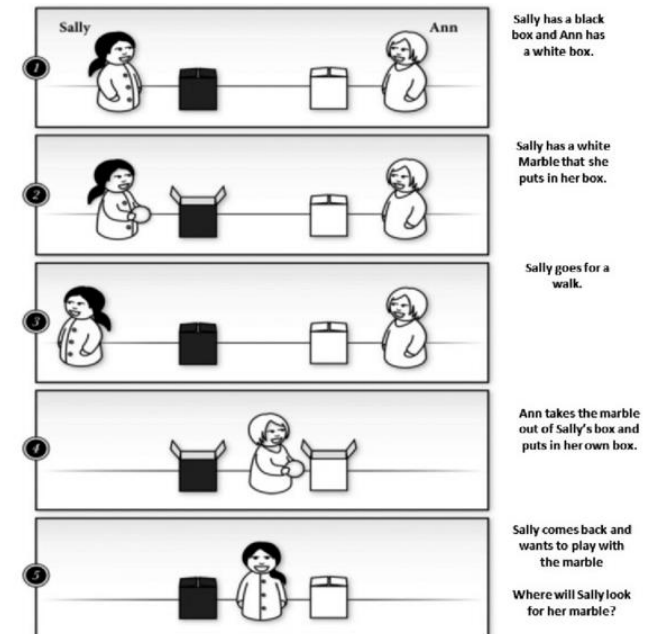
- Introspezione (autovalutazione)
 - Corteccia prefrontale Dorsolaterale Destra (Fleming et al., 2010)
- Senso di sé (autoattribuzione qualità)
 - Corteccia prefrontale dorsomediale – dmPFC (Ochsner, 2002)
 - In adulti attivazione diversa!



https://www.ted.com/talks/sarah_jayne_blakemore_the_mysterious_workings_of_the_adolescent_brain

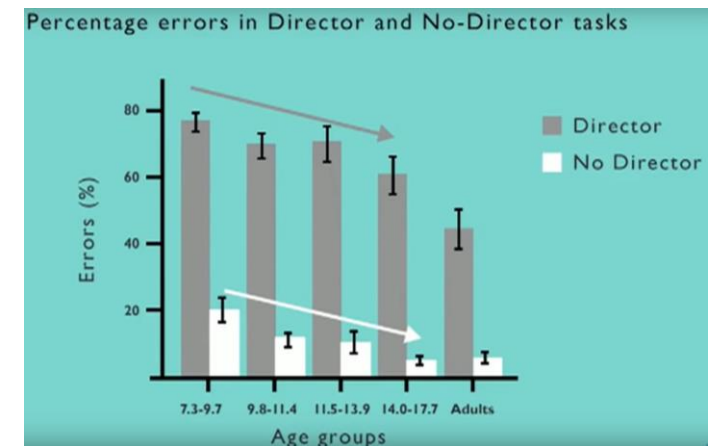
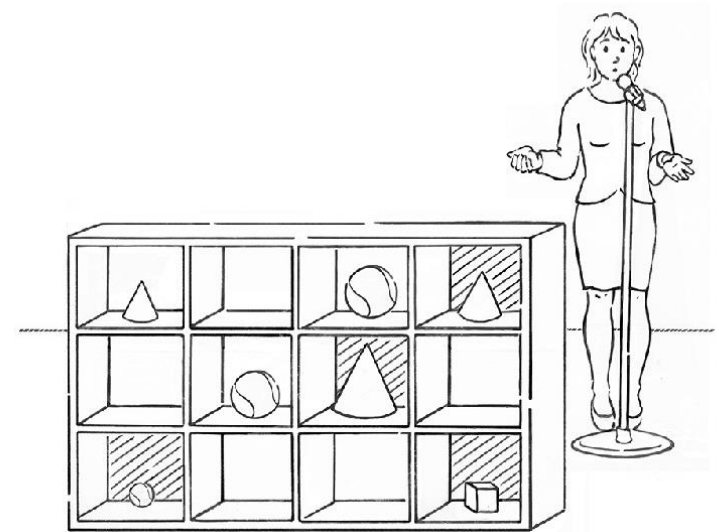
IL CERVELLO SOCIALE

- Riconoscimento di volti, voci, corpi e controllo del movimento
 - Diminuisce intorno ai 2-14 anni e poi migliora
 - Riorganizzazione neurale – Educational Dip?
- Lettura delle emozioni, stati mentali e comprensione punto di vista (mentalizzazione)
 - Entro 9 mesi riconoscimento emozioni
 - Fino a 18 mesi pensiero egocentrico – 3 anni riescono in Sally-Ann



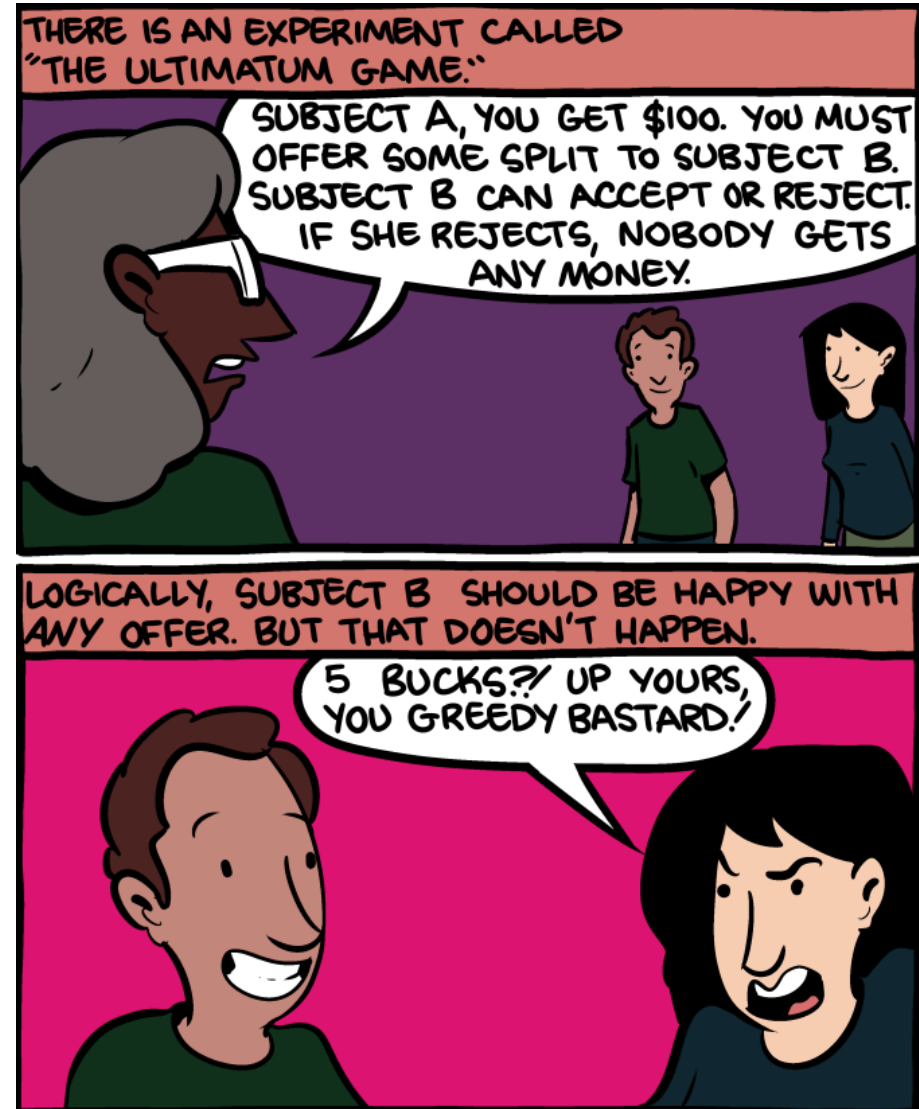
IL CERVELLO SOCIALE

- Director Task (prospettiva altro)
 - Anche adulti sbagliano (50%)
 - Adolescenti sbagliano significativamente di più!
- Non director Task (seguire istruzioni)
 - Nessuna differenza significativa tra adulti ed adolescenti

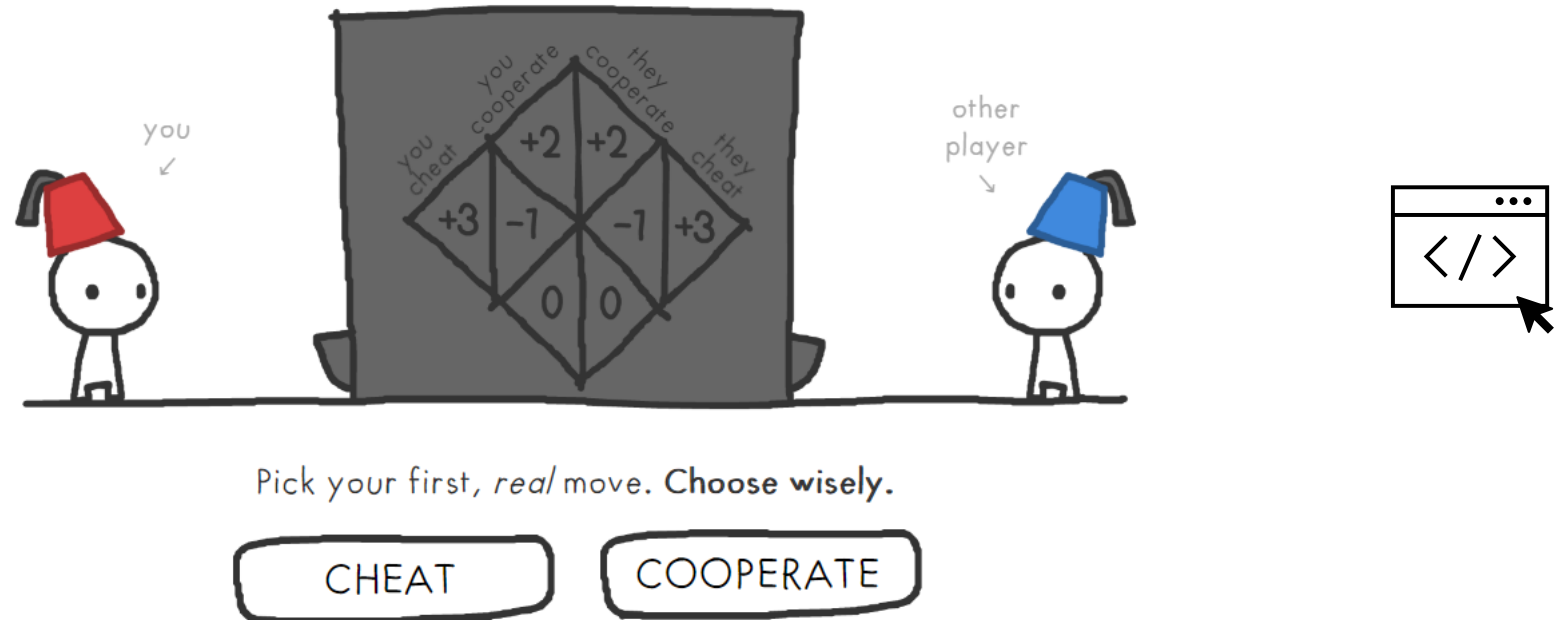


IL CERVELLO SOCIALE

- Ultimate Game
 - Adolescenti rispetto ai bambini più propensi a rifiutare offerte inique se primo giocatore aveva scelta



IL CERVELLO SOCIALE



- Trust Game

- Adolescenti con miglior perspective taking maggior fiducia nell'altro
- Se secondo giocatore iniquo, cambio atteggiamento più marcato

LA GENERAZIONE Z (CENTENNIALS, IGEN, ZOOMER...)



Generation Z

GIOVANI D'OGGI

«Vorrei che non esistesse quell'età tra i sedici anni e i ventitré o che la gioventù dormisse per tutto quell'intervallo; perché non c'è nient'altro in mezzo se non ingravidare le ragazze, offendere gli anziani, rubare ed azzuffarsi.»

«Un ragazzo è, di tutte le bestie selvagge, la più difficile da trattare»

«Oggi i ragazzi amano il lusso, si comportano male, disprezzano l'autorità, non rispettano gli anziani... Oggi i ragazzi sono dei tiranni, non i servitori della loro casa... Contraddicono i genitori... e tiranneggiano i loro insegnanti!!»

GIOVANI D'OGGI

«Vorrei che non esistesse quell'età tra i sedici anni e i ventitré o che la gioventù dormisse per tutto quell'intervallo; perché non c'è nient'altro in mezzo se non ingravidare le ragazze, offendere gli anziani, rubare ed azzuffarsi.»

Shakespeare (1564 – 1616)

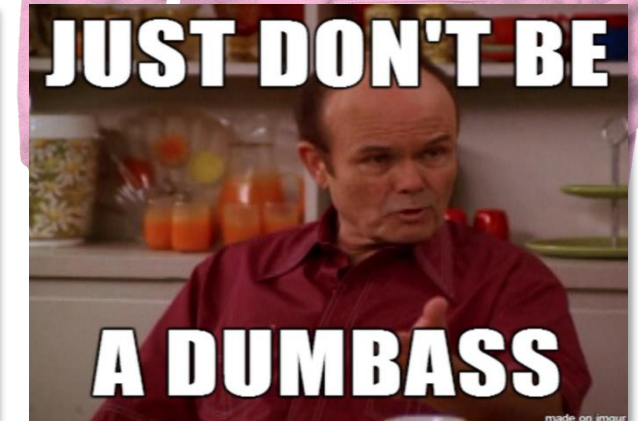
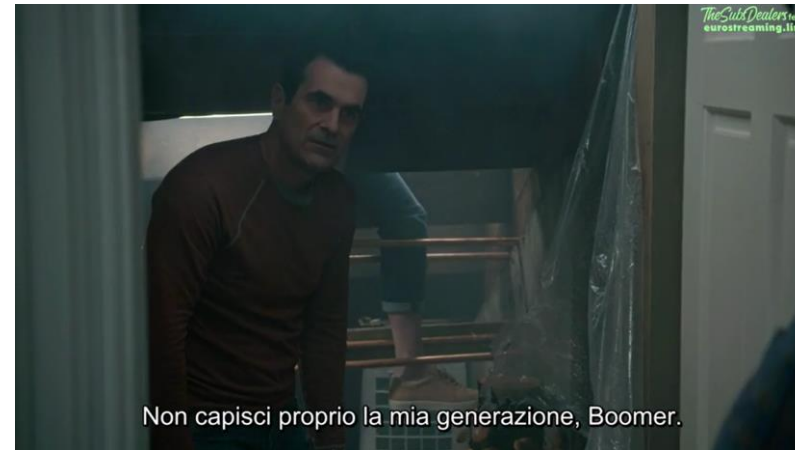
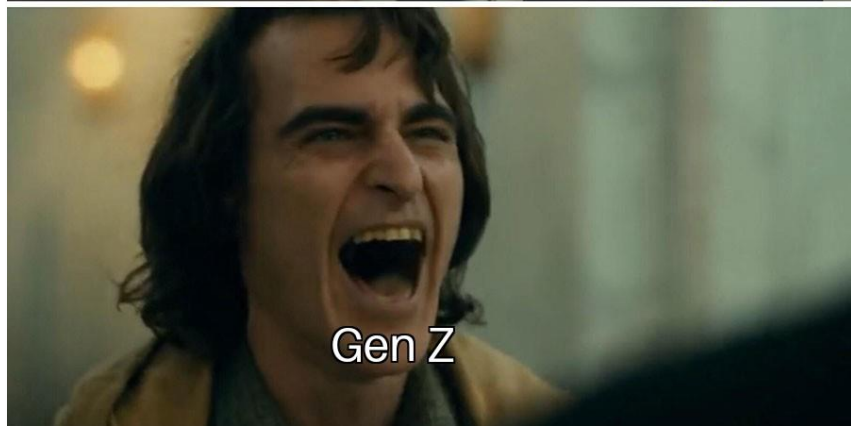
«Un ragazzo è, di tutte le bestie selvagge, la più difficile da trattare»

Platone (427 a.C. – 348 a.C.)

«Oggi i ragazzi amano il lusso, si comportano male, disprezzano l'autorità, non rispettano gli anziani... Oggi i ragazzi sono dei tiranni, non i servitori della loro casa... Contraddicono i genitori... e tiranneggiano i loro insegnanti!!»

Socrate (469 a. C. – 399 a.C.)

MEME GENERATION



QUALI GENERAZIONI?



CARATTERISTICHE GENERAZIONI

McKinsey
& Company

	Baby boomer 1940–59	Gen X 1960–79	Gen Y (millennial) 1980–94	Gen Z 1995–2010
Context	<ul style="list-style-type: none"> • Postwar • Dictatorship and repression in Brazil 	<ul style="list-style-type: none"> • Political transition • Capitalism and meritocracy dominate 	<ul style="list-style-type: none"> • Globalization • Economic stability • Emergence of internet 	<ul style="list-style-type: none"> • Mobility and multiple realities • Social networks • Digital natives
Behavior	<ul style="list-style-type: none"> • Idealism • Revolutionary • Collectivist 	<ul style="list-style-type: none"> • Materialistic • Competitive • Individualistic 	<ul style="list-style-type: none"> • Globalist • Questioning • Oriented to self 	<ul style="list-style-type: none"> • Undefined ID • “Communaholic” • “Dialoguer” • Realistic
Consumption	<ul style="list-style-type: none"> • Ideology • Vinyl and movies 	<ul style="list-style-type: none"> • Status • Brands and cars • Luxury articles 	<ul style="list-style-type: none"> • Experience • Festivals and travel • Flagships 	<ul style="list-style-type: none"> • Uniqueness • Unlimited • Ethical

‘Undefined ID’
“Don’t define yourself
in only one way”



Expressing
individual **truth**

‘Communaholic’
“Be radically
inclusive”



Connecting through
different **truths**

‘Dialoguer’
“Have fewer confrontations
and more dialogue”



Understanding
different **truths**

Realistic
“Live life
pragmatically”



Unveiling the **truth**
behind all things

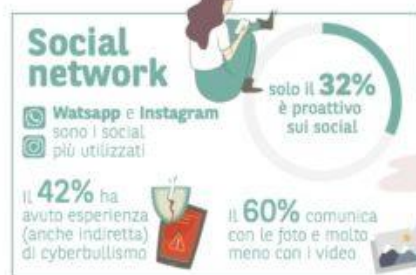
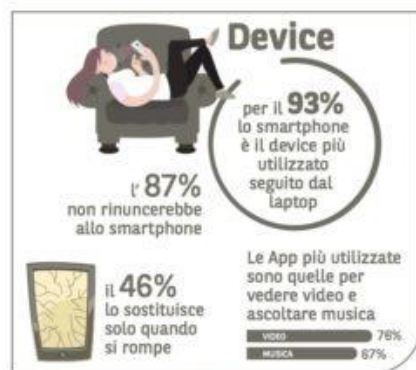
[Leggi l'articolo](#)

CARATTERISTICHE GENERAZIONE Z



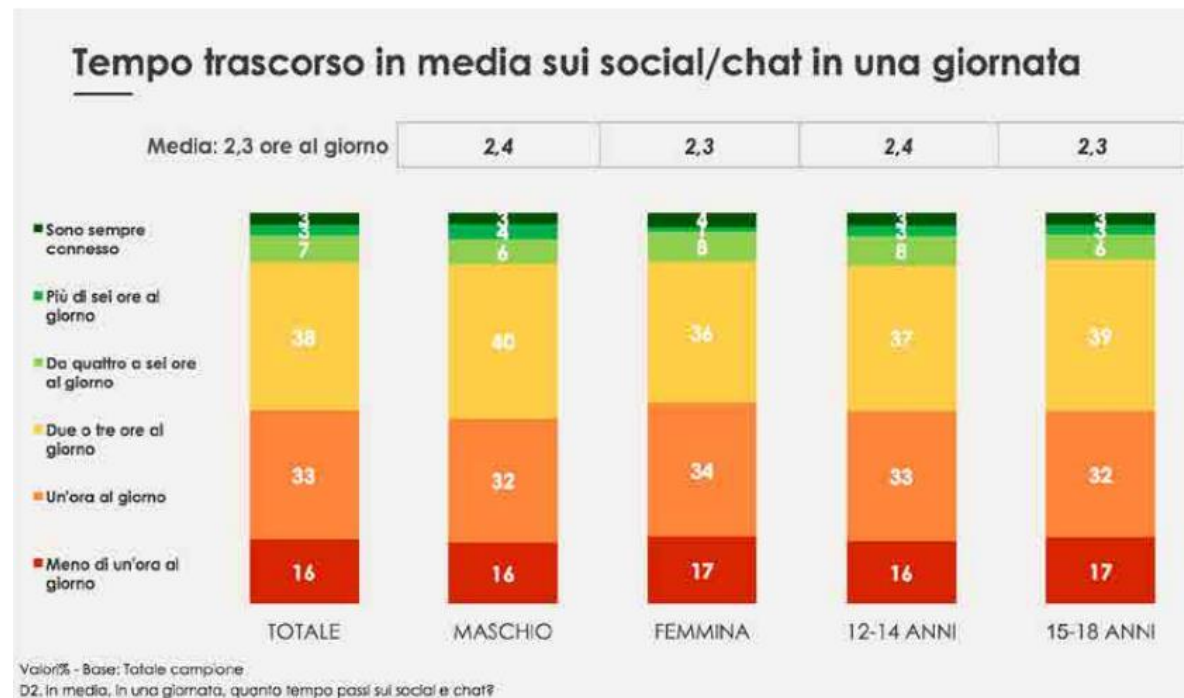
GENERAZIONE Z

un futuro che guarda al passato

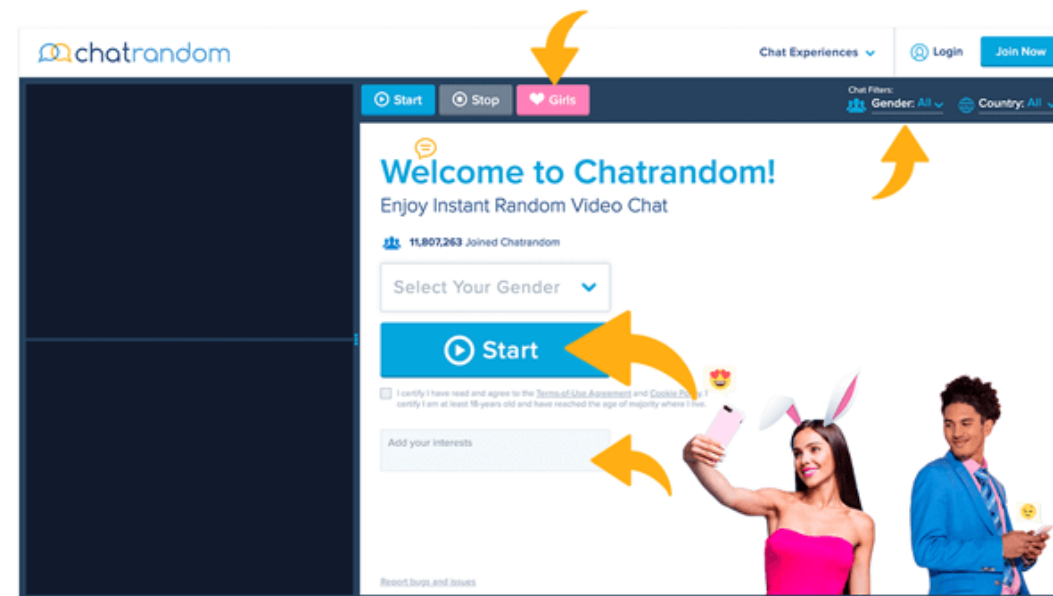


Leggi l'articolo

NUOVE APP E SOCIAL?



VIDEOCHAT, SEXTING E SEXTORTION



FEAR OF MISSING OUT (FOMO)





<https://wearesocial.com/it/blog/2023/02/digital-2023-i-dati-italiani/>

JAN
2023

WATCHING ONLINE VIDEO CONTENT

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO WATCH EACH KIND OF VIDEO CONTENT VIA THE INTERNET EACH WEEK



ANY KIND
OF VIDEO



GWl.

92.8%

YOY: +1.0% (+90 BPS)

MUSIC
VIDEO



50.0%

YOY: -2.7% (-140 BPS)

COMEDY, MEME,
OR VIRAL VIDEO



GWl.

35.8%

YOY: -3.5% (-130 BPS)

TUTORIAL OR
HOW-TO VIDEO



we
are
social

28.7%

YOY: -8.3% (-260 BPS)

VIDEO
LIVESTREAM



29.7%

YOY: -2.3% (-70 BPS)

EDUCATIONAL
VIDEO



Meltwater

27.1%

YOY: -9.1% (-270 BPS)

PRODUCT
REVIEW VIDEO



GWl.

26.4%

YOY: -4.7% (-130 BPS)

SPORTS CLIP OR
HIGHLIGHTS VIDEO



26.7%

YOY: -6.3% (-180 BPS)

GAMING
VIDEO



GWl.

26.2%

YOY: -4.4% (-120 BPS)

INFLUENCER
VIDEOS AND VLOGS



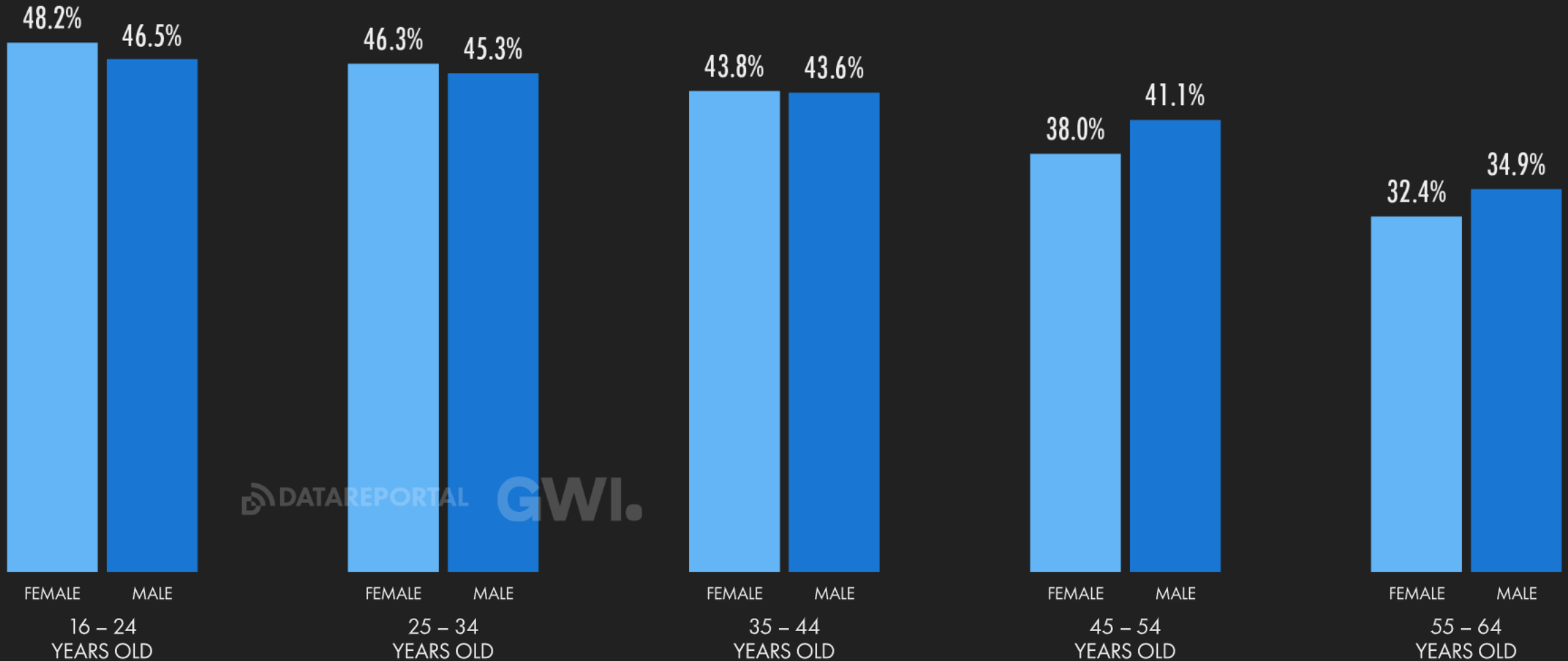
25.5%

YOY: -4.5% (-120 BPS)

JAN
2023

ONLINE VIDEO AS A SOURCE OF LEARNING

PERCENTAGE OF INTERNET USERS WHO WATCH HOW-TO VIDEOS, TUTORIAL VIDEOS, OR EDUCATIONAL VIDEOS EACH WEEK

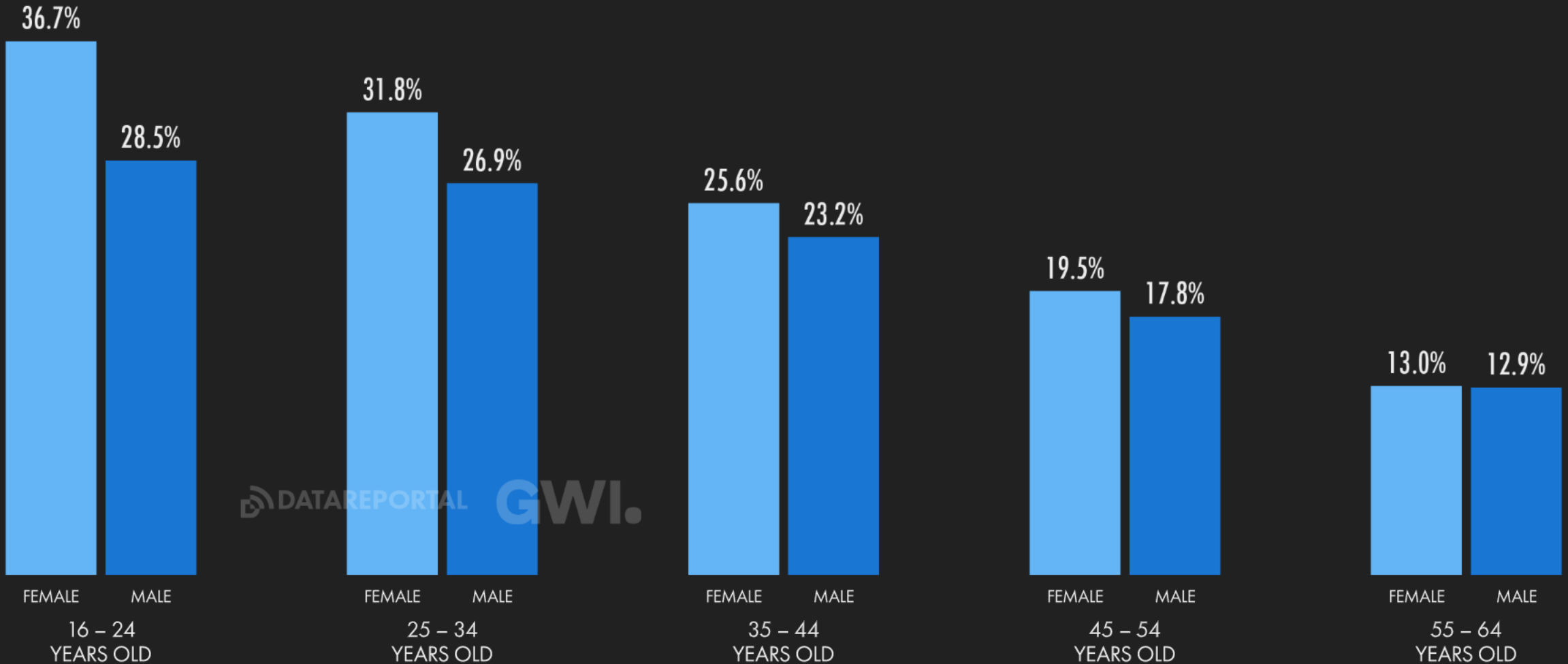


DATA REPORTAL GWI.

JAN
2023

WATCHING VLOGS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS WHO WATCH VLOGS EACH WEEK

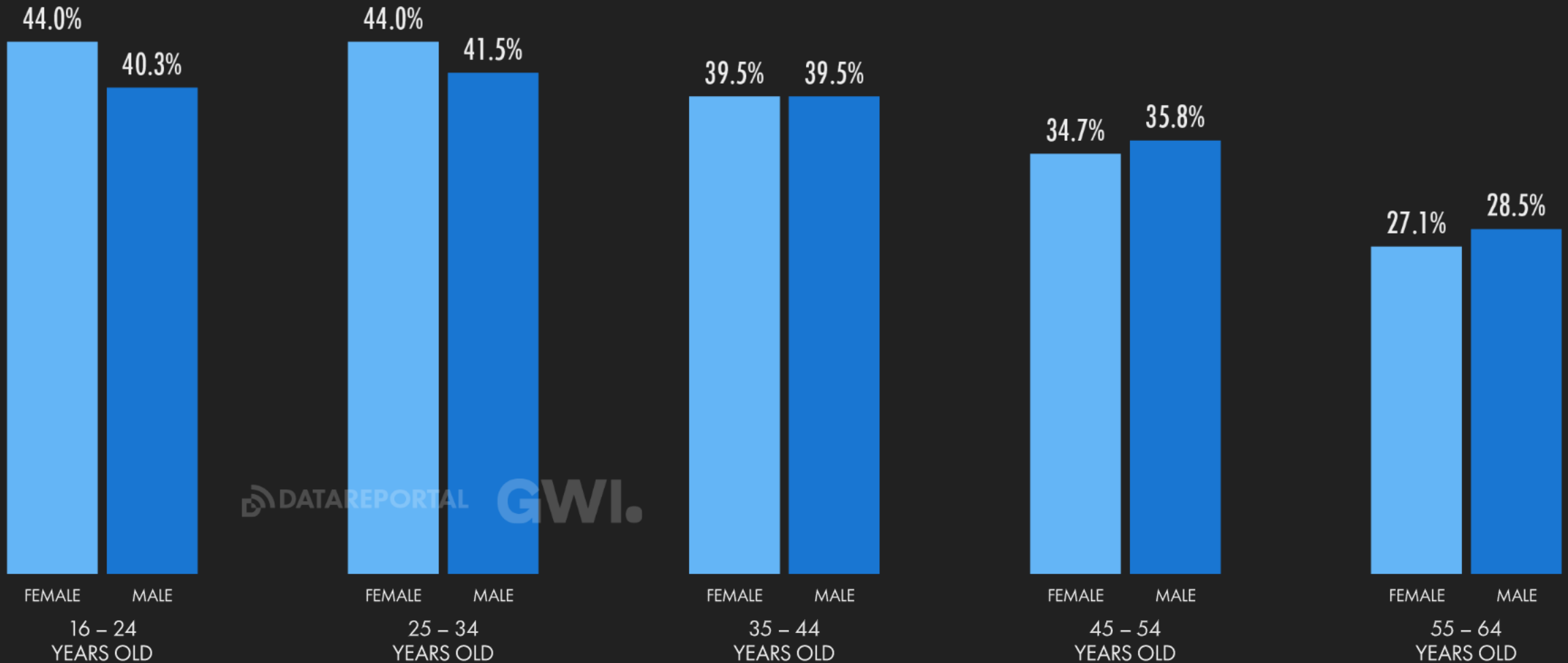


DATA REPORTAL GWI.

JAN
2023

LISTENING TO STREAMING MUSIC

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO LISTEN TO MUSIC STREAMING SERVICES EACH WEEK



DATA REPORTAL GWI.

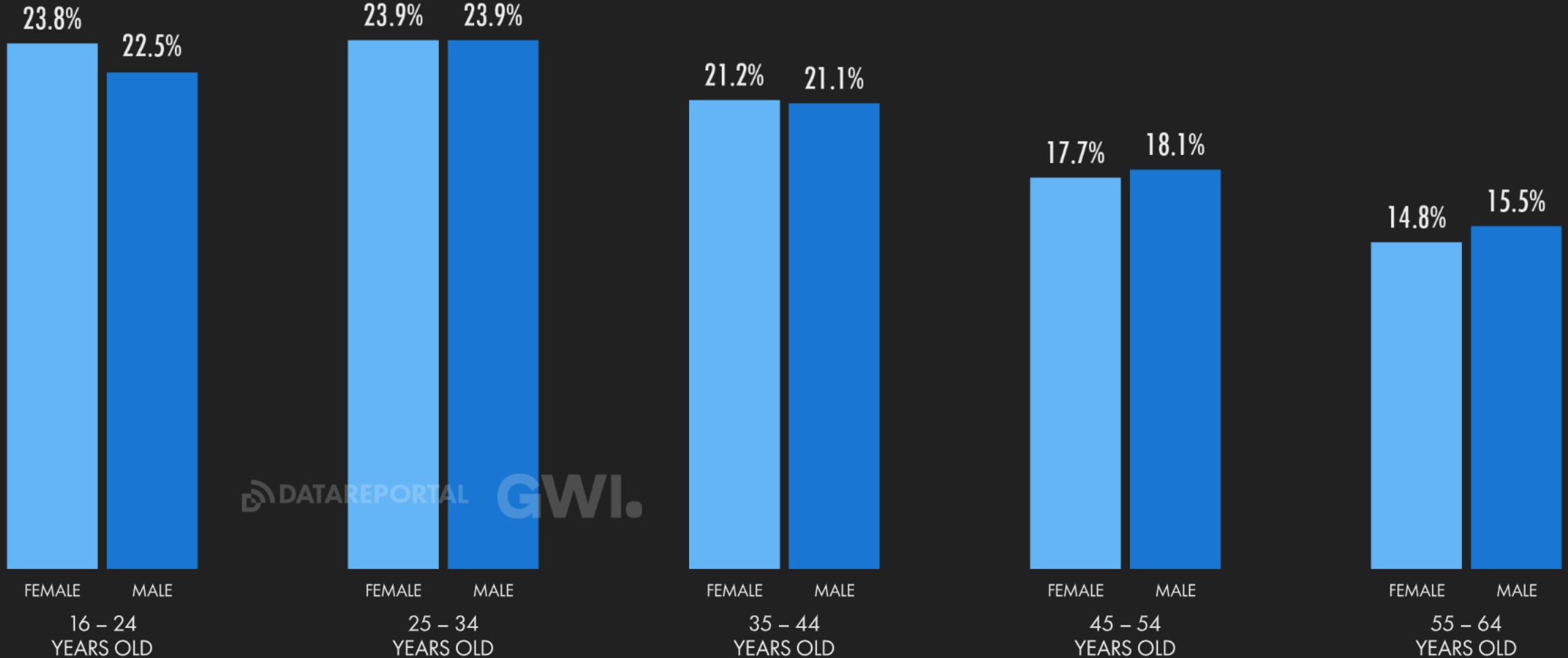
JAN
2023

LISTENING TO PODCASTS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS WHO LISTEN TO PODCASTS EACH WEEK



GLOBAL OVERVIEW

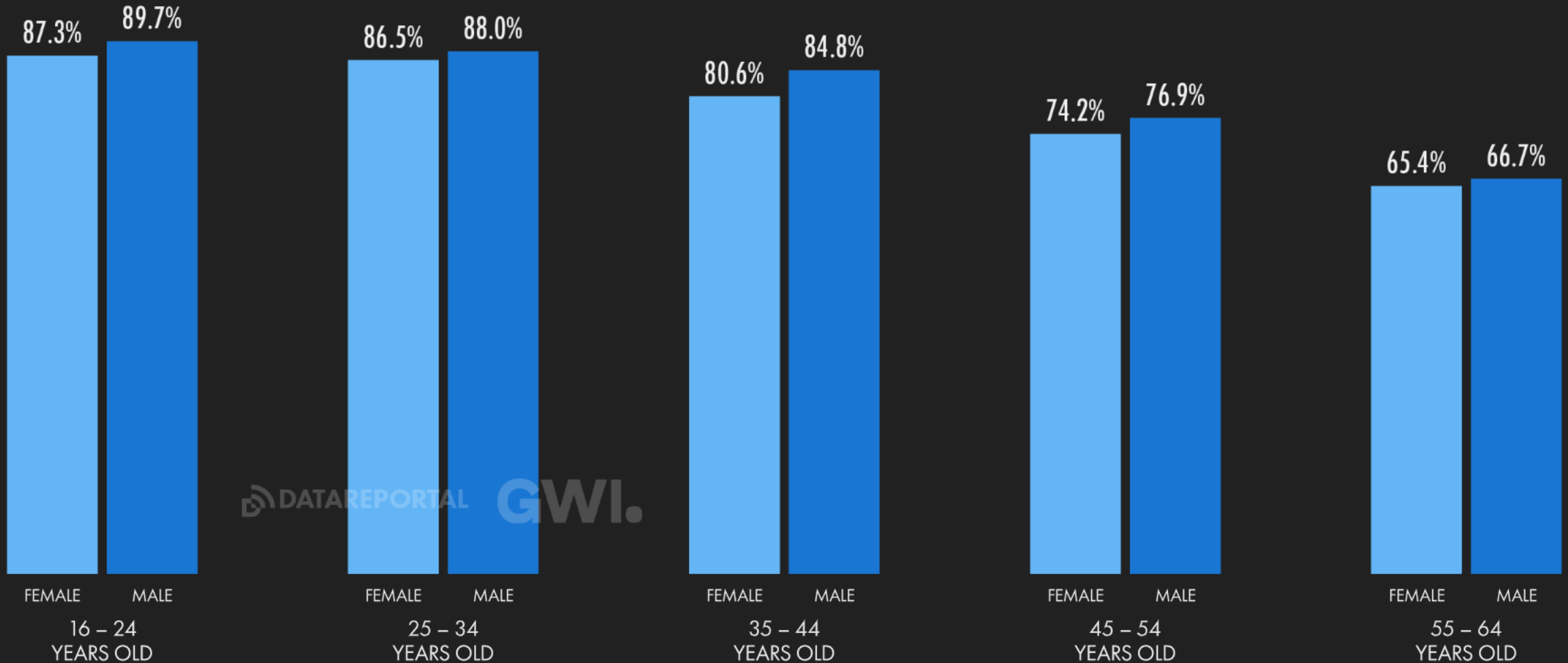


DATA REPORTAL GWI.

JAN
2023

PLAYING VIDEO GAMES

PERCENTAGE OF INTERNET USERS WHO PLAY VIDEO GAMES ON ANY DEVICE

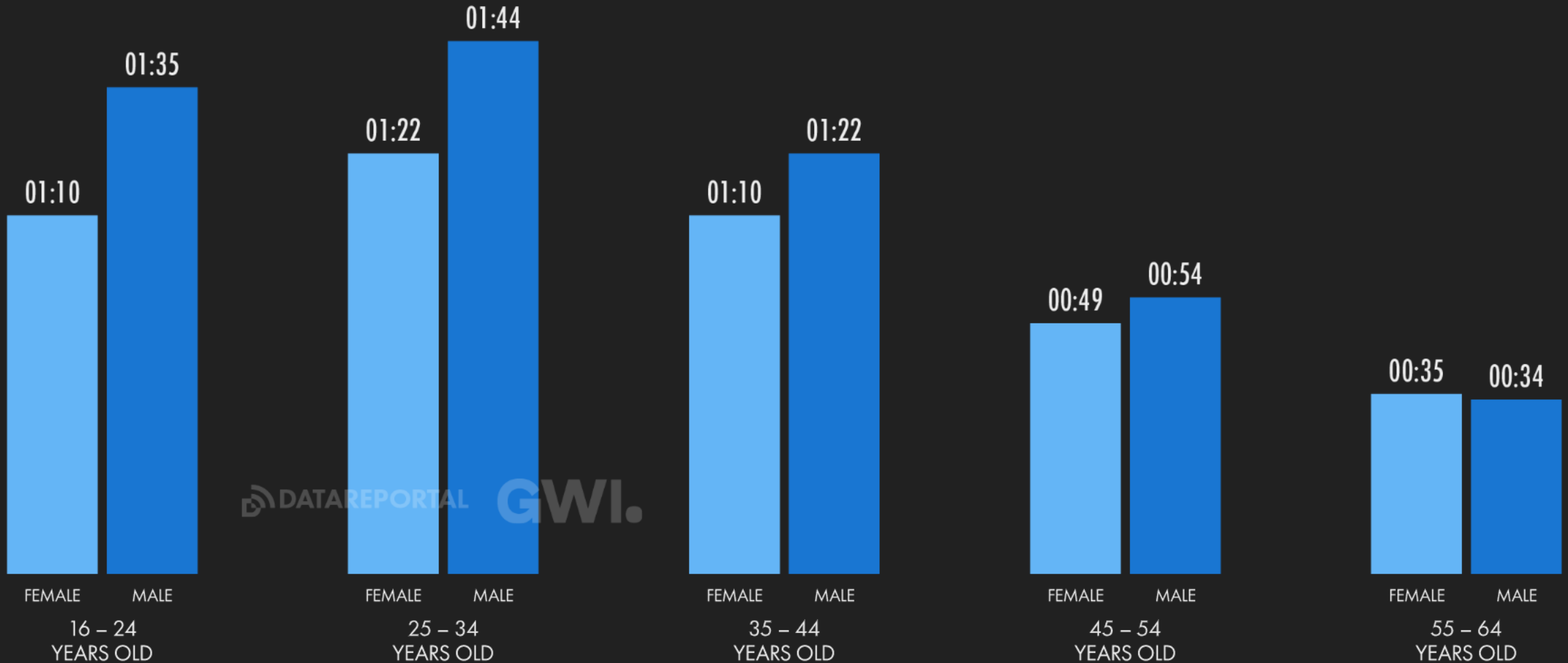


DATA REPORTAL GWI.

JAN
2023

DAILY TIME SPENT USING A GAMES CONSOLE

AVERAGE AMOUNT OF TIME (IN HOURS AND MINUTES) THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND USING A GAMES CONSOLE EACH DAY

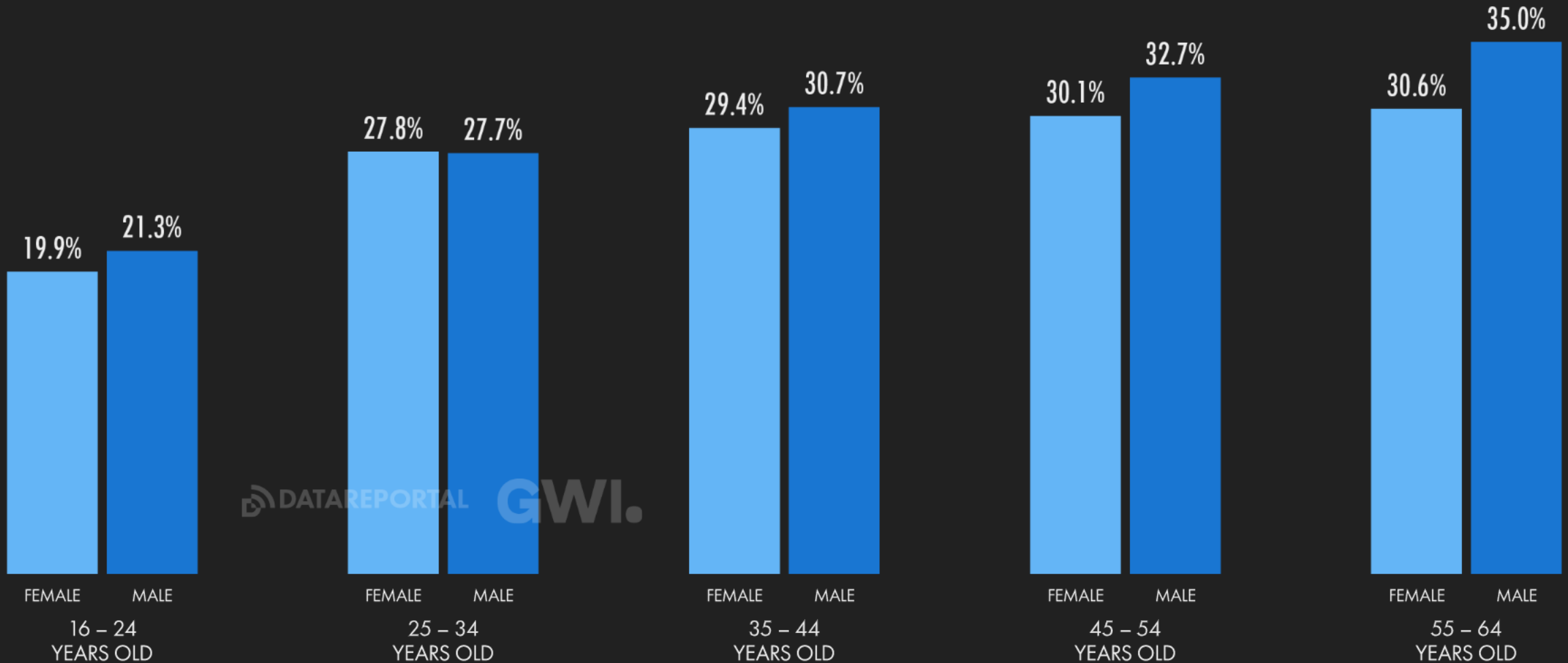


DATA REPORTAL GWI.

JAN
2023

USE OF ONLINE FINANCIAL SERVICES

PERCENTAGE OF INTERNET USERS WHO USE A BANKING, INVESTMENT, OR INSURANCE WEBSITE OR APP EACH MONTH

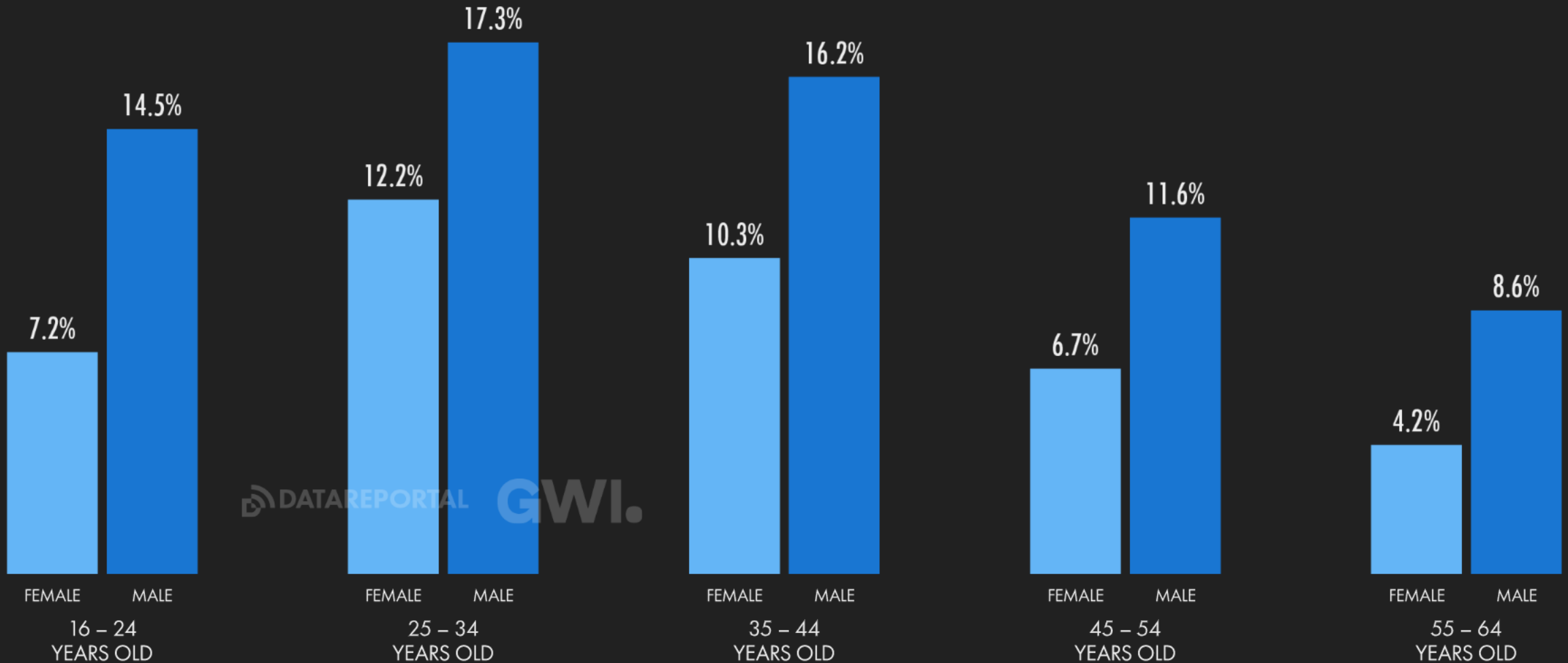


DATA REPORTAL GWI.

JAN
2023

OWNERSHIP OF CRYPTOCURRENCY

PERCENTAGE OF INTERNET USERS WHO OWN SOME FORM OF CRYPTOCURRENCY



DATA REPORTAL GWI.

JAN
2023

TOP WEBSITES: SEMRUSH RANKING

SEMRUSH'S RANKING OF THE MOST VISITED WEBSITES, BASED ON WEBSITE TRAFFIC BETWEEN 01 SEPTEMBER AND 30 NOVEMBER 2022



#	WEBSITE	TOTAL VISITS (MONTHLY AVE.)	UNIQUE VISITORS (MONTHLY AVE.)	AVERAGE TIME PER VISIT	AVERAGE PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	1.95 B	148 M	22M 58S	3.5
02	YOUTUBE.COM	937 M	92.2 M	30M 57S	5.5
03	PORNHUB.COM	290 M	51.8 M	9M 36S	6.9
04	FACEBOOK.COM	272 M	58.6 M	20M 49S	2.9
05	WIKIPEDIA.ORG	238 M	54.8 M	11M 17S	2.1
06	AMAZON.IT	171 M	51.2 M	13M 16S	4.9
07	REPUBBLICA.IT	166 M	24.0 M	16M 50S	2.8
08	GOOGLE.IT	158 M	24.1 M	19M 16S	3.9
09	CORRIERE.IT	152 M	21.0 M	19M 54S	3.3
10	GAZZETTA.IT	147 M	13.9 M	22M 49S	3.1

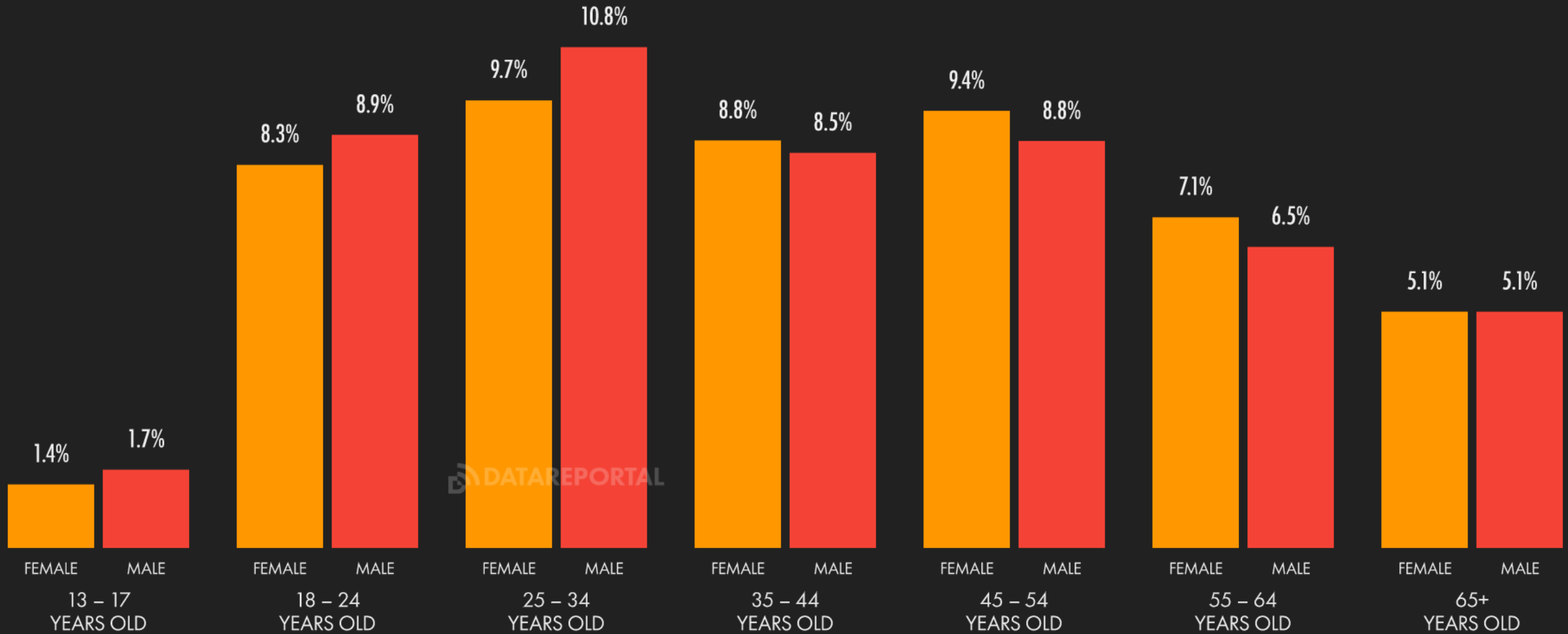
#	WEBSITE	TOTAL VISITS (MONTHLY AVE.)	UNIQUE VISITORS (MONTHLY AVE.)	AVERAGE TIME PER VISIT	AVERAGE PAGES PER VISIT
11	ANSA.IT	143 M	18.5 M	14M 09S	2.2
12	XVIDEOS.COM	123 M	29.1 M	11M 40S	7.1
13	ANIMEWORLD.TV	116 M	9.85 M	18M 25S	2.5
14	INSTAGRAM.COM	99.2 M	34.5 M	16M 53S	2.2
15	ILFATTOQUOTIDIANO.IT	95.5 M	12.3 M	17M 21S	2.4
16	TWITTER.COM	93.1 M	31.4 M	21M 47S	1.7
17	MEDIASET.IT	91.1 M	16.1 M	17M 12S	2.9
18	XNXX.COM	79.0 M	20.8 M	10M 13S	7.3
19	XHAMSTER.COM	69.8 M	18.6 M	14M 29S	6.2
20	SUBITO.IT	60.4 M	15.9 M	15M 31S	4.7

SOURCE: SEMRUSH. FIGURES REPRESENT TRAFFIC VALUES FOR THE PERIOD BETWEEN 01 SEPTEMBER AND 30 NOVEMBER 2022. **NOTE:** VALUES IN THE "UNIQUE VISITORS" COLUMN REPRESENT THE NUMBER OF DISTINCT "IDENTITIES" ACCESSING EACH SITE, BUT MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS, AS SOME PEOPLE MAY USE MULTIPLE DEVICES OR BROWSERS. FIGURES ENDING IN "B" REPRESENT BILLIONS; FIGURES ENDING IN "M" REPRESENT MILLIONS. TIME SHOWN IN MINUTES AND SECONDS. **ADVISORY:** SOME WEBSITES FEATURED IN THIS RANKING MAY CONTAIN ADULT CONTENT. PLEASE USE CAUTION WHEN VISITING UNKNOWN DOMAINS. **COMPARABILITY:** SOURCE METHODOLOGY CHANGES. VALUES ARE NOT COMPARABLE WITH PREVIOUS REPORTS.

JAN
2023

DEMOGRAPHIC PROFILE OF META'S AD AUDIENCE

SHARE OF COMBINED, DEDUPLICATED POTENTIAL ADVERTISING REACH ACROSS FACEBOOK, INSTAGRAM, AND MESSENGER, BY AGE AND GENDER



JAN
2023

DEVICES USED TO PLAY VIDEO GAMES

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO PLAY VIDEO GAMES ON EACH KIND OF DEVICE



ANY DEVICE



GWl.

81.9%

YOY: -2.0% (-170 BPS)

SMARTPHONE



we
are
social

66.2%

YOY: -2.8% (-190 BPS)

LAPTOP OR DESKTOP



GWl.

37.9%

YOY: +3.0% (+110 BPS)

GAMES CONSOLE



25.3%

YOY: -1.9% (-50 BPS)

TABLET



Meltwater

16.5%

YOY: -4.1% (-70 BPS)

HAND-HELD GAMING DEVICE



GWl.

13.1%

YOY: -3.7% (-50 BPS)

MEDIA STREAMING DEVICE



KEPIOS

9.4%

YOY: -3.1% (-30 BPS)

VIRTUAL REALITY HEADSET



8.7%

YOY: UNCHANGED

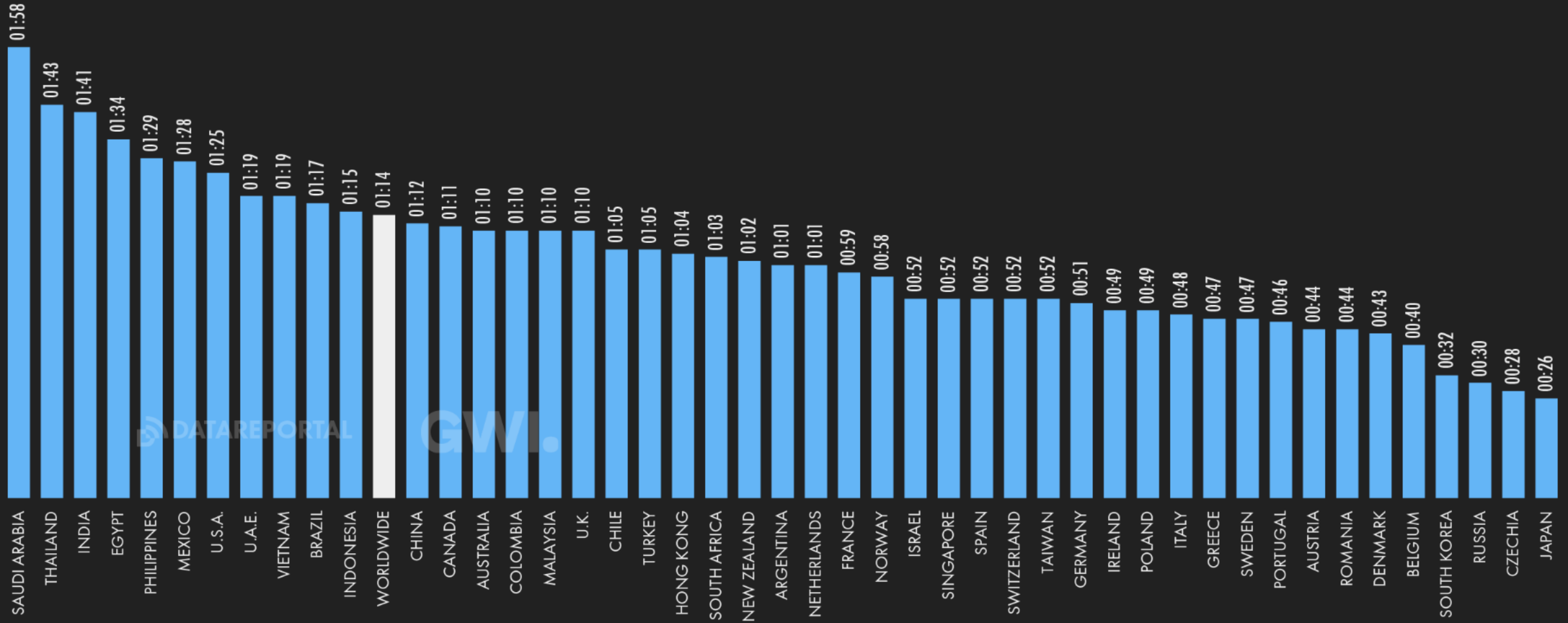
JAN
2023

DAILY TIME SPENT USING A GAMES CONSOLE

AVERAGE AMOUNT OF TIME (IN HOURS AND MINUTES) THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND USING A GAMES CONSOLE EACH DAY



GLOBAL OVERVIEW



DATAREPORTAL

GW

**JAN
2023**

MOST POPULAR VIDEO GAME FORMATS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS WHO PLAY VIDEO GAMES EACH MONTH WHO ALSO PLAY EACH GENRE OF VIDEO GAME ON ANY DEVICE



16 TO 24 YEARS OLD		25 TO 34 YEARS OLD		35 TO 44 YEARS OLD		45 TO 54 YEARS OLD		55 TO 64 YEARS OLD	
SHOOTER	66%	SHOOTER	64%	SHOOTER	56%	ACTION ADVENTURE	44%	ACTION ADVENTURE	33%
ACTION ADVENTURE	62%	ACTION ADVENTURE	60%	ACTION ADVENTURE	54%	SHOOTER	43%	SHOOTER	32%
SIMULATION	43%	RACING	45%	SPORTS	42%	PUZZLE PLATFORM	34%	PUZZLE PLATFORM	31%
M.O.B.A.	42%	SPORTS	44%	RACING	41%	RACING	32%	SPORTS	24%
SPORTS	41%	M.O.B.A.	43%	PUZZLE PLATFORM	40%	SPORTS	31%	RACING	23%
RACING	40%	SIMULATION	43%	STRATEGY	39%	STRATEGY	30%	SIMULATION	22%
BATTLE ROYALE	40%	STRATEGY	43%	SIMULATION	38%	SIMULATION	29%	STRATEGY	22%
STRATEGY	40%	PUZZLE PLATFORM	41%	ACTION PLATFORM	35%	ACTION PLATFORM	26%	ACTION PLATFORM	20%
PUZZLE PLATFORM	36%	FIGHTING	38%	M.O.B.A.	35%	FIGHTING	25%	ONLINE BOARD GAMES	19%
FIGHTING	34%	ACTION PLATFORM	37%	FIGHTING	34%	M.O.B.A.	24%	M.O.B.A.	18%

GWI.

GWI.

GWI.

GWI.

GWI.

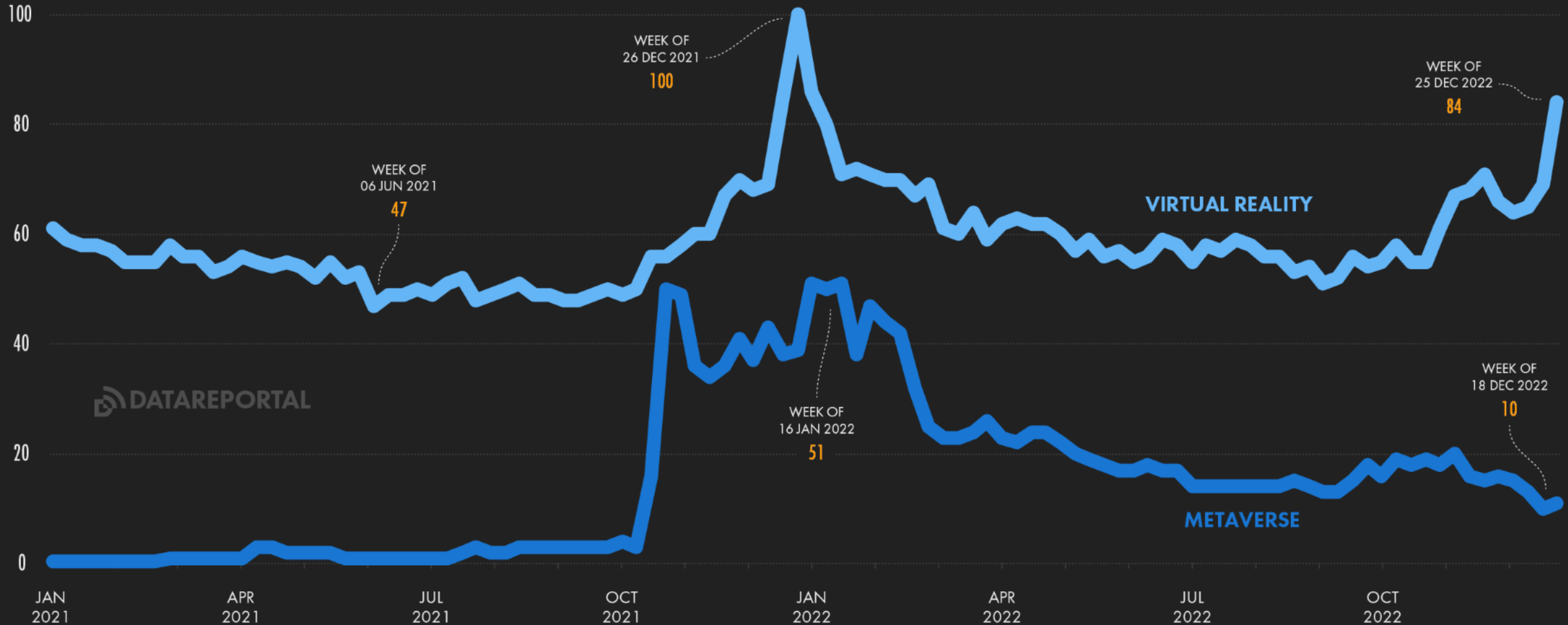
JAN
2023

INTEREST IN VIRTUAL WORLDS AND VR DEVICES

WORLDWIDE GOOGLE SEARCH VOLUMES FOR TOPICS RELATED TO THE "METAVERSE" AND "VIRTUAL REALITY"



GLOBAL OVERVIEW



DATA REPORTAL

SOURCE: GOOGLE TRENDS, BASED ON WORLDWIDE GOOGLE SEARCH ACTIVITY BETWEEN 01 JAN 2021 AND 31 DEC 2022. FIGURES REPRESENT SEARCH VOLUMES FOR OVERALL "TOPICS", RATHER THAN EACH TERM AS A STANDALONE QUERY. **COMPARABILITY:** GOOGLE TRENDS USES DYNAMIC SAMPLING, SO INDEX VALUES MAY VARY DEPENDING ON WHEN THE TOOL IS ACCESSED, EVEN FOR THE SAME SEARCH QUERIES AND TIME PERIOD. AS A RESULT, READERS MAY NOT BE ABLE TO REPLICATE THE RESULTS SHOWN HERE. VALUES REPORTED IN GOOGLE TRENDS ARE INDEXED TO THE HIGHEST SEARCH VOLUME FOR THE INCLUDED TOPICS DURING THE CHOSEN PERIOD, AND VALUES SHOWN HERE MAY NOT IDENTIFY ALL-TIME HIGHS OR LOWS.

JAN
2023

POPULAR METAVERSE GAMING WORLDS

ACTIVE USERS OF SOME OF THE WORLD'S MOST POPULAR "METAVERSE" (VIRTUAL WORLD) GAMES



FORTNITE: MONTHLY
ACTIVE PLAYERS



251.7
MILLION



ROBLOX: MONTHLY
ACTIVE PLAYERS



203.1
MILLION



MINECRAFT: MONTHLY
ACTIVE PLAYERS



172.8
MILLION



AXIE INFINITY: MONTHLY
ACTIVE PLAYERS



468.8
THOUSAND

SANDBOX: MONTHLY
ACTIVE PLAYERS



201
THOUSAND



HORIZON WORLDS:
MONTHLY ACTIVE PLAYERS



200
THOUSAND



DECENTRALAND:
MONTHLY ACTIVE PLAYERS



56.7
THOUSAND



SECOND LIFE: DAILY
ACTIVE PLAYERS

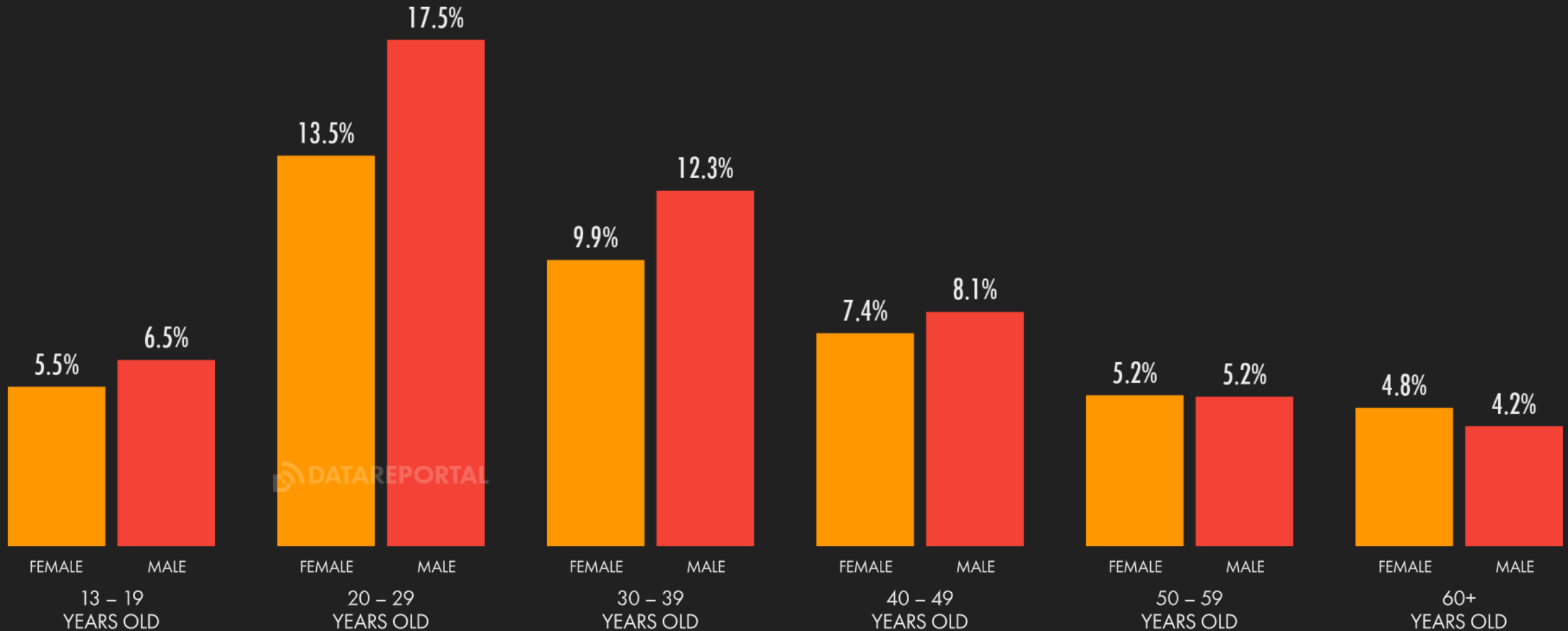


200
THOUSAND

JAN
2023

SHARE OF GLOBAL SOCIAL MEDIA USERS

ACTIVE SOCIAL MEDIA USERS IN EACH DEMOGRAPHIC GROUP AS A PERCENTAGE OF TOTAL GLOBAL ACTIVE SOCIAL MEDIA USERS

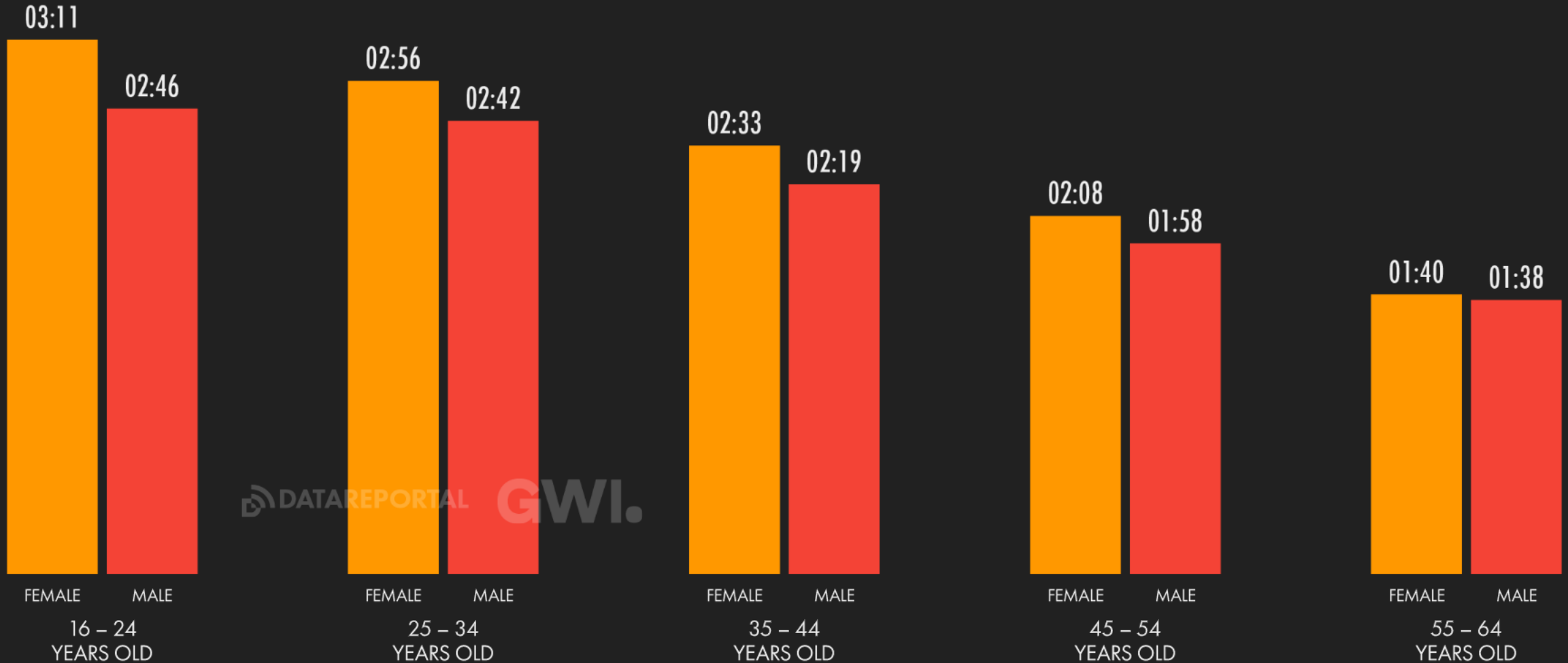


SOURCES: KEPIOS ANALYSIS; COMPANIES' ADVERTISING RESOURCES; CNNIC. **NOTES:** MOST SOCIAL MEDIA COMPANIES DO NOT ALLOW CHILDREN TO USE THEIR PLATFORMS, SO WHILE THERE MAY BE SOCIAL MEDIA USERS BELOW THE AGE OF 13, THEY DO NOT FEATURE IN THE AVAILABLE DATA. SOURCE DATA ARE ONLY AVAILABLE FOR "FEMALE" AND "MALE". **ADVISORY:** USERS MAY MISSTATE THEIR ACTUAL AGE, WHICH MAY RESULT IN DISTORTIONS IN THE SOURCE DATA. **COMPARABILITY:** DUE TO VARIATIONS IN DATA AVAILABILITY, NOTE THAT THE AGE GROUPS USED ON THIS CHART ARE NOT THE SAME AS THE AGE GROUPS USED FOR MANY OF THE INDIVIDUAL SOCIAL MEDIA PLATFORM AUDIENCE PROFILES FEATURED ELSEWHERE IN THIS REPORT. SOURCE DATA REVISIONS; SEE [NOTES ON DATA](#) FOR FURTHER DETAILS.

JAN
2023

DAILY TIME SPENT USING SOCIAL MEDIA

AVERAGE AMOUNT OF TIME (IN HOURS AND MINUTES) THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND USING SOCIAL MEDIA EACH DAY



DATA REPORTAL GWI.

JAN
2023

TIME SPENT USING SOCIAL MEDIA APPS

AVERAGE TIME PER MONTH THAT USERS SPEND USING EACH PLATFORM'S ANDROID APP, RANKED BY CUMULATIVE TIME ACROSS ALL ANDROID USERS



GLOBAL OVERVIEW

01: YOUTUBE



23H 09M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-2.3% (-32 MINS)

02: FACEBOOK



19H 43M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+0.7% (+8 MINS)

03: WHATSAPP



17H 20M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-6.7% (-1H 15M)

04: INSTAGRAM



12H 00M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+6.9% (+46 MINS)

05: TIKTOK



23H 28M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+19.7% (+3H 51M)

06: FACEBOOK MESSENGER



3H 07M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+5.5% (+10 MINS)

07: TELEGRAM



3H 57M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+33.2% (+59 MINS)

08: TWITTER



5H 28M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+6.7% (+21 MINS)

09: LINE



10H 59M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-5.5% (-39 MINS)

10: SNAPCHAT



3H 10M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+7.0% (+12 MINS)

JAN
2023

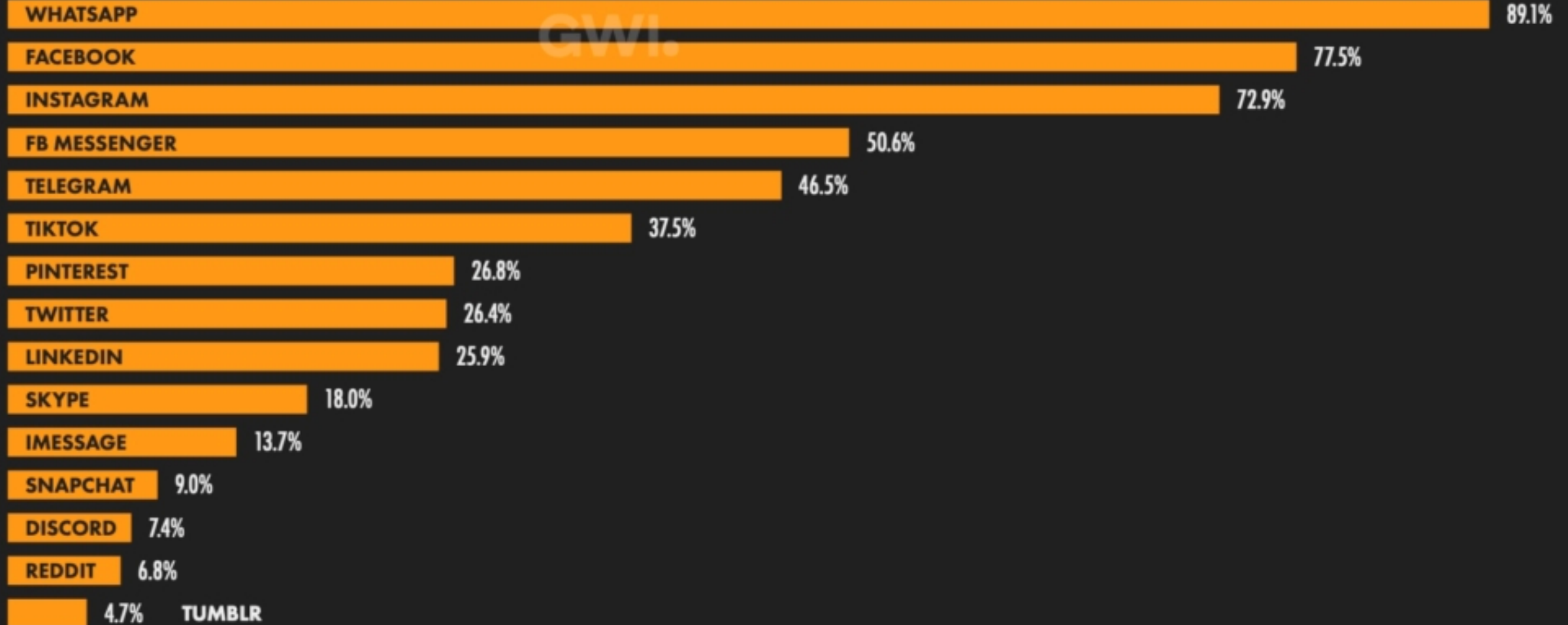
MOST USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE EACH PLATFORM EACH MONTH

NOTE: YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY, SO IT WILL NOT APPEAR IN THIS RANKING

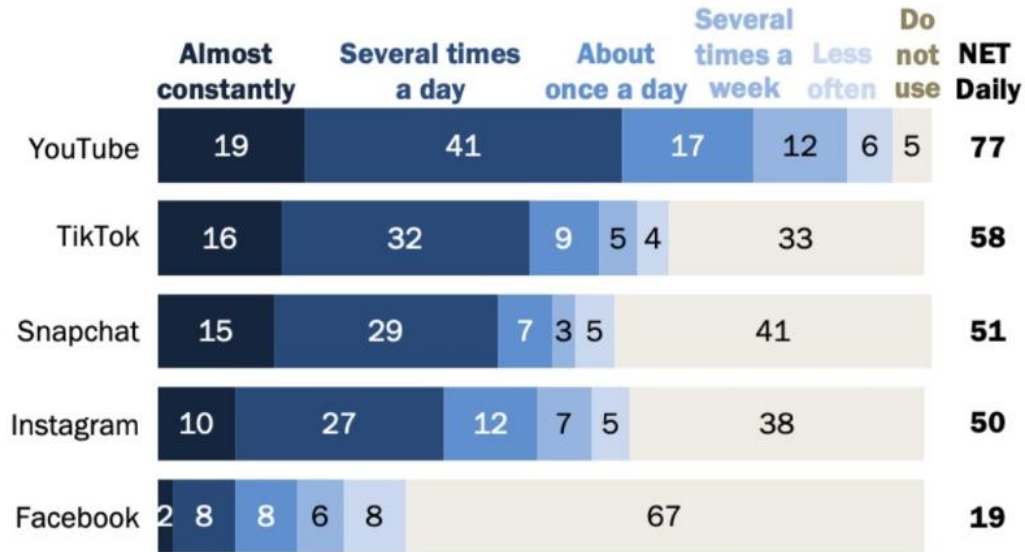


ITALY



SOURCE: GWI (Q3 2022). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com) FOR FULL DETAILS. **NOTE:** YOUTUBE IS **NOT** OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY. **COMPARABILITY:** A VERSION OF THIS CHART THAT APPEARED IN OUR PREVIOUS REPORTS WAS BASED ON A PREVIOUS QUESTION IN GWI'S SURVEY THAT INCLUDED YOUTUBE AS AN ANSWER OPTION. GWI'S CURRENT SURVEY FEATURES A REVISED VERSION OF THIS QUESTION THAT DOES **NOT** INCLUDE YOUTUBE AS AN ANSWER OPTION, WHILE OTHER CHANGES TO THE QUESTION'S WORDING MAY MEAN THAT THE VALUES AND RANK ORDER SHOWN HERE ARE **NOT DIRECTLY COMPARABLE** WITH THOSE SHOWN ON A SIMILAR CHART IN PREVIOUS REPORTS.

% of U.S. teens who say they visit or use each of the following sites or apps ...

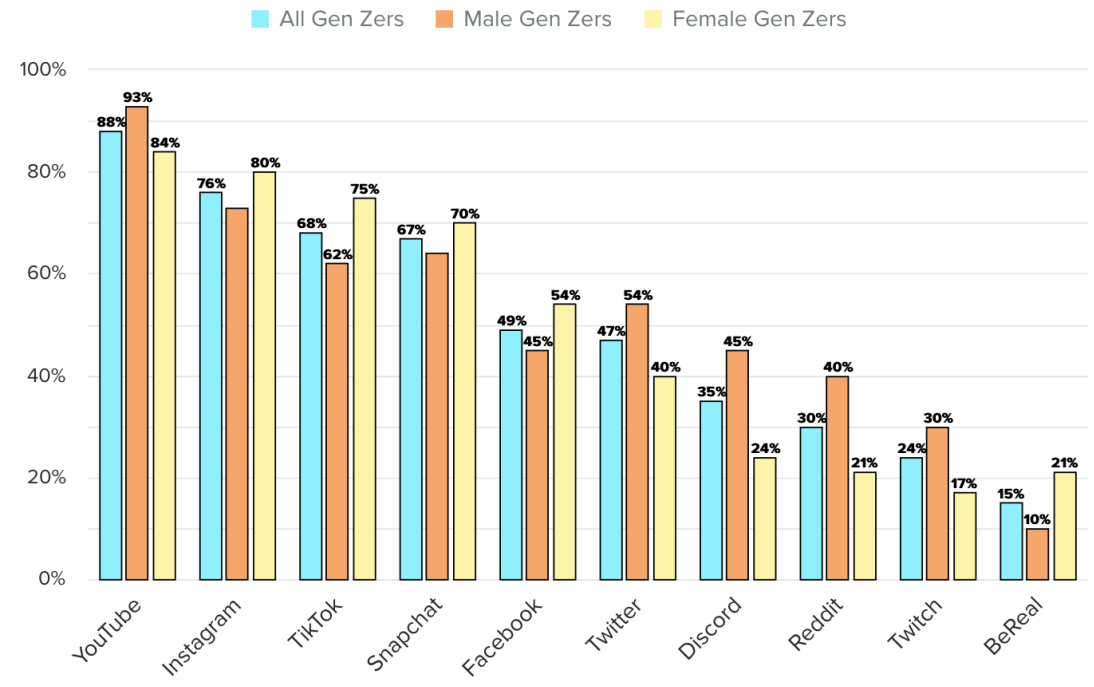


Note: Teens refer to those ages 13 to 17. Those who did not give an answer are not shown. Figures may not add up to the NET values due to rounding.
 Source: Survey conducted April 14-May 4, 2022.
 "Teens, Social Media and Technology 2022"

PEW RESEARCH CENTER

YouTube Stands Out as Gen Z's Most-Used Platform

The shares of Gen Zers between the ages of 13 and 25 who said they use the following social media platforms:

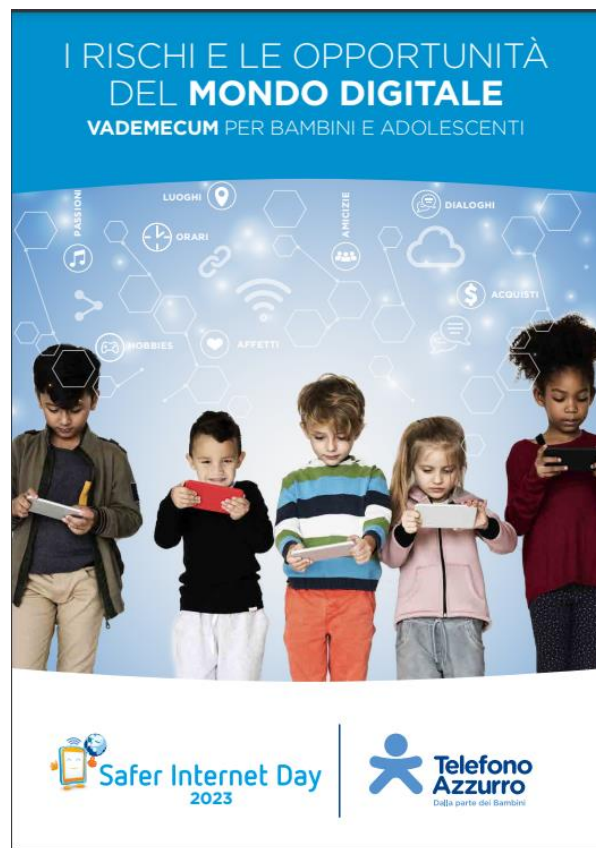


<https://later.com/blog/gen-z-social-media-usage/>

ADOLESCENTI E DIGITALE NEL 2023



https://www.testomniacomunicazione.it/azzurro/wp-content/uploads/2023/02/TA_SID23_Dossier-Doxa_web.pdf



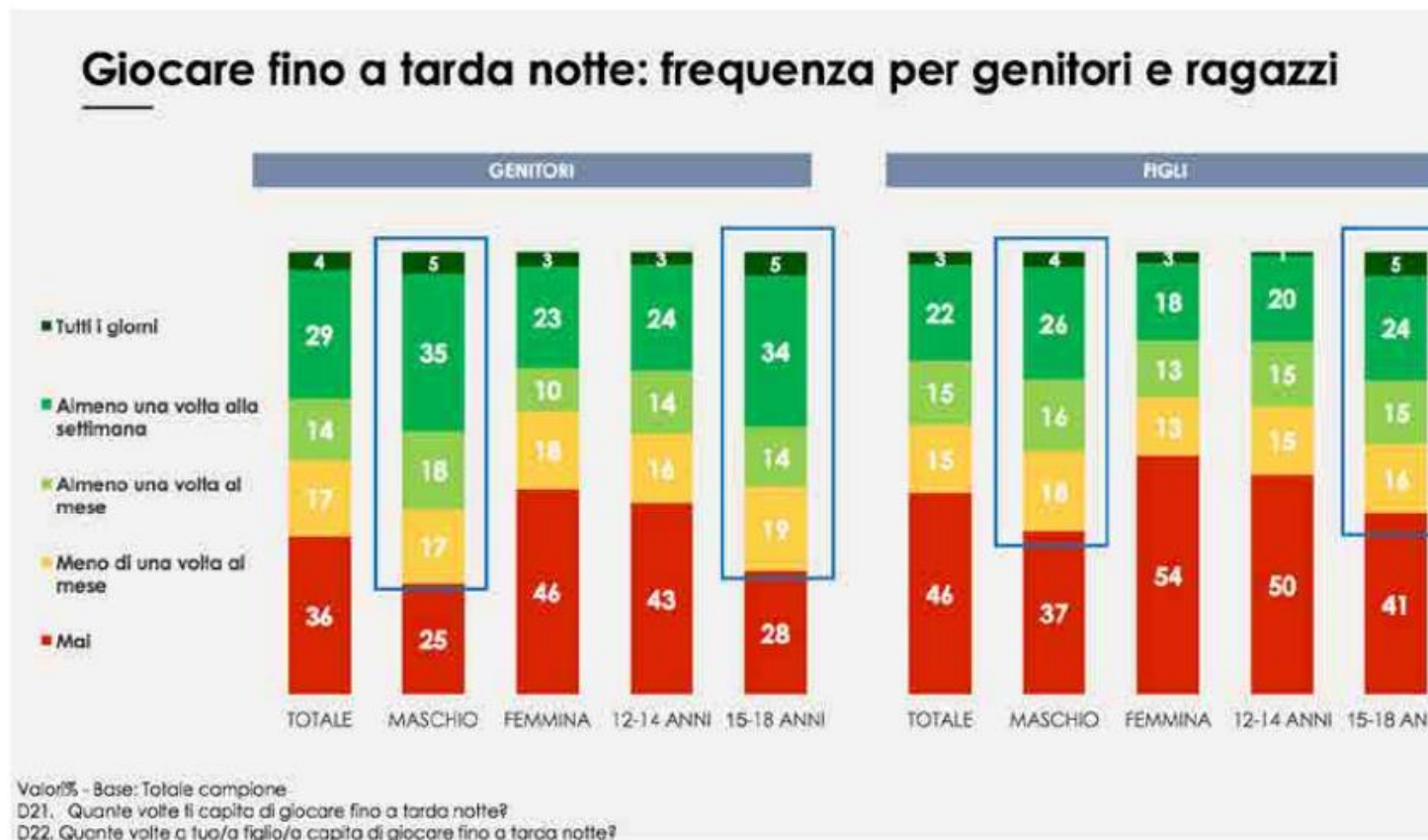
https://www.testomniacomunicazione.it/azzurro/wp-content/uploads/2023/02/TA_SID23_RAGAZZI_web.pdf



https://www.testomniacomunicazione.it/azzurro/wp-content/uploads/2023/02/TA_SID23_genitori_web.pdf

TRA REALTÀ E METAVERSO

- Oltre due terzi dei 12-18enni hanno paura che i dati da loro stessi condivisi quotidianamente online vengano utilizzati senza il loro consenso.
- **Un ragazzo su 4 suggerisce come il gaming possa essere utile nell'aiutare ad affrontare le difficoltà psicologiche**
- **Il 65 per cento dei ragazzi intervistati teme di essere contattato da estranei adulti**
- A quasi 1 ragazzo su 2 (48 per cento, 53 per cento nel caso di ragazzi 15-18 anni) è capitato di incappare in contenuti poco appropriati e nel 25 per cento i contenuti apparsi li hanno turbati e impressionati.
- Il 27 per cento dei giovani intervistati dichiara di sentirsi ansioso o agitato senza l'utilizzo dei social (29 per cento in un range di età dai 15-18 anni e 26 per cento dai 12-14) mentre il 22 per cento si sentirebbe perso.



NUOVI MODELLI CULTURALI?



NUOVI MODELLI CULTURALI?



Davie504 •
@Davie504
12,7 Mln di iscritti

Abbonati

Iscriviti

HOME VIDEO SHORTS DAL VIVO PLAYLIST COMMUNITY CANALI INFORMAZIONI >



0 STRINGS BASS SOLO
19.596.143 visualizzazioni • 7 anni fa

Caricamenti recenti

I più popolari



24 STRINGS BASS SOLO
36 Mln di visualizzazioni • 5 anni fa



30 MUSIC MEMES in 2 MINUTES
22 Mln di visualizzazioni • 4 anni fa



Coffin Dance but it's on BASS
21 Mln di visualizzazioni • 2 anni fa



DEADMAU5 said this Bassline is IMPOSSIBLE...
20 Mln di visualizzazioni • 5 anni fa



0 STRINGS BASS SOLO
19 Mln di visualizzazioni • 7 anni fa



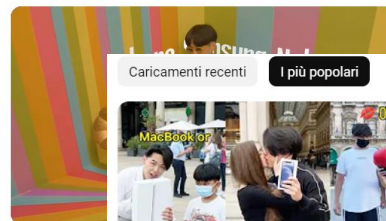
100 Amazing Bass Lines
18 Mln di visualizzazioni • 8 anni fa



PANDA BOI •
@PANDABOI
17,2 Mln di iscritti

Iscriviti

HOME VIDEO SHORTS DAL VIVO PLAYLIST COMMUNITY CANALI INFORMAZIONI >



Panda Boi - Iphone Samsung Nokia (Official Music Video) Pro...
697.814 visualizzazioni • 9 mesi fa



Different People Different Choices What Will They Choose- MacBook OR ..? @PANDABOI...
4,8 Mln di visualizzazioni • 1 anno fa



iPhone or New Shoes, What Would The Boy Choose? Panda Boi New Tiktok Videos |...
1,9 Mln di visualizzazioni • 1 anno fa



He Chose an iPhone Over His Girlfriend | Funny and Entertaining Tiktok Videos |...
1,3 Mln di visualizzazioni • 1 anno fa











Spider Man or Naruto ? Panda Boi New and Entertaining Tiktok Videos | @PANDABOI...
1 Mln di visualizzazioni • 1 anno fa











Funny Lollipop Prank With People | @PANDA BOI Entertaining Videos Part-2
973.074 visualizzazioni • 1 anno fa



The Girl Did Not Know The Capital of Her Country! Panda Boi Latest Tiktok Videos
941.307 visualizzazioni • 1 anno fa

RANK	USERNAME	INFLUENCING	FOLLOWERS	ENG	EFF	TOTAL LIKES	FOLLOWERS INCREASE
1	 khaby.lame Khabane lame	45,70min	154,10min	1,9%	29,7%	2,50mid	+130min
2	 pietro_morello Pietro Morello	38,90min	3,50min	25,3%	111,4%	91,70min	+
3	 urbantheory_ Urban Theory	21,90min	20,50min	2,3%	106,8%	184,00min	+
4	 letwins Letwins	16,30min	18,20min	0,5%	89,6%	485,80min	+
5	 gianlucavacchi Gianluca Vacchi	11,70min	21,40min	1%	54,7%	239,40min	0
6	 carloandsarah carloandsarah	11,30min	4,60min	12,6%	245,7%	244,80min	+
7	 lionfieldmusic lionfield	10,90min	6,30min	5,9%	173%	263,40min	+
8	 una_giulia_artistica una giulia artistica	8,70min	1,80min	22,2%	483,3%	40,70min	+1

RANK	USERNAME	INFLUENCING	FOLLOWERS	ENG	EFF	TOTAL LIKES	FOLLOWERS INCREASE
1	 khaby.lame Khabane lame	78,70min	154,80min	1,5%	51,5%	2,40mid	+700.000
2	 arnaldomangini Arnaldo Mangini	2,80min	30,50min	0,1%	9,2%	198,10min	+1,90min
3	 mercuri_88 Manuel Mercuri	3,20min	23,10min	0,5%	13,9%	403,20min	+200.000
4	 gianlucavacchi Gianluca Vacchi	18,70min	21,70min	1,8%	86,2%	244,10min	+300.000
5	 gzfoodgood Foodgood by Giallozafferano	6,40min	21,20min	0,6%	30,2%	367,90min	+800.000
6	 urbantheory_ Urban Theory	660.400	20,50min	0,1%	3,2%	184,80min	0
7	 letwins Letwins	3,90min	18,40min	0,2%	21,2%	469,20min	+200.000
8	 paky__official paky	731.500	17,50min	0,1%	4,2%	455,20min	+100.000

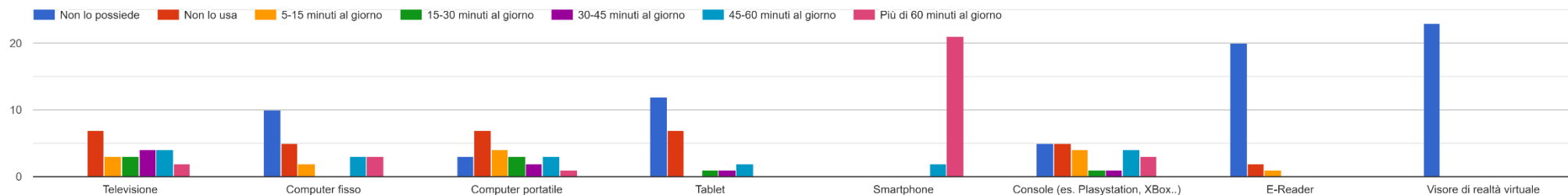


A SCUOLA COME VA? DATI PRELIMINARI



A SCUOLA COME VA? (GENITORI)

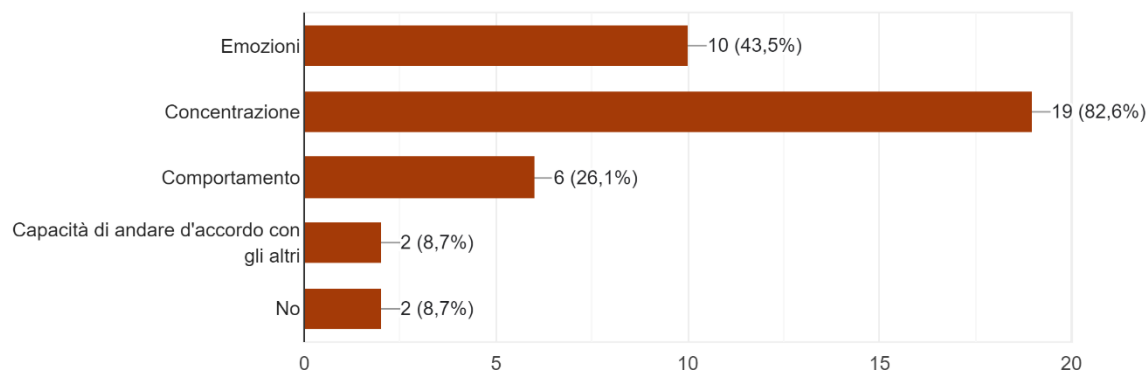
In media, vostro figlio quanto tempo passi sui seguenti dispositivi



In generale, pensate che vostro figlio abbia delle difficoltà in alcune delle seguenti categorie?

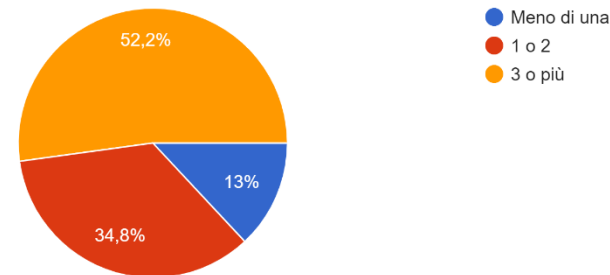
(segnare una o più risposte)

23 risposte



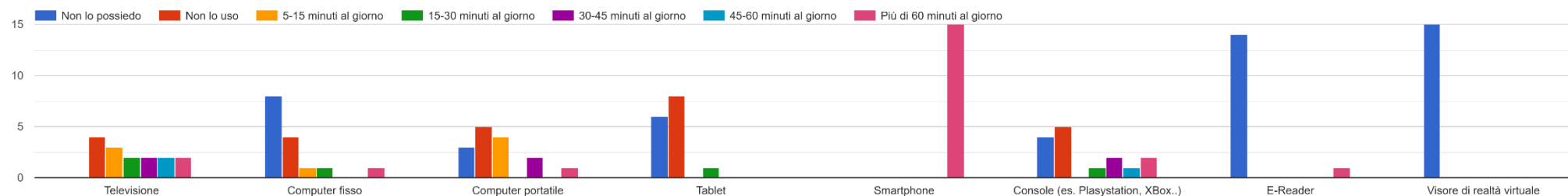
Più o meno, quante volte alla settimana il vostro bambino gioca o fa altre cose con gli amici al di fuori degli orari scolastici (non includere fratelli e sorelle)?

23 risposte



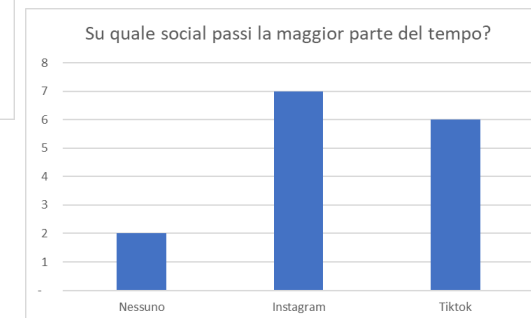
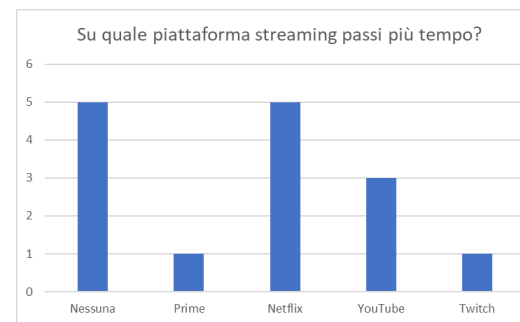
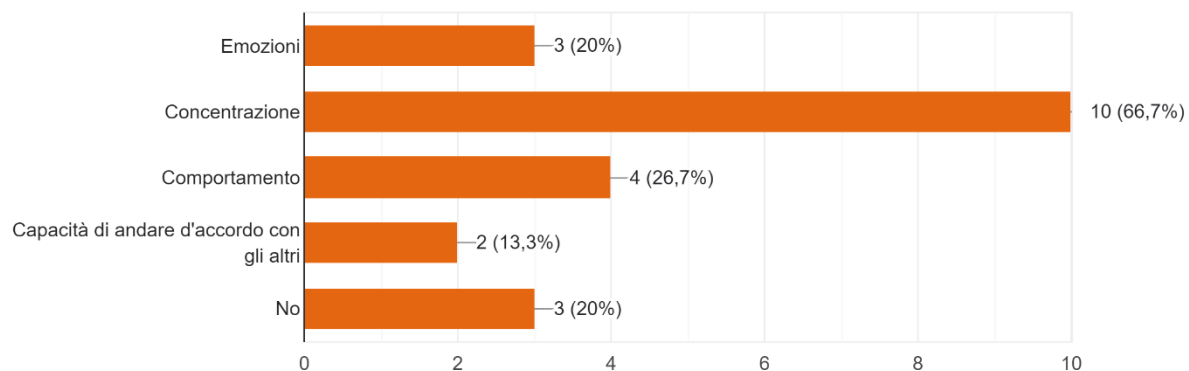
A SCUOLA COME VA? (STUDENTI)

In media, quanto tempo passi sui seguenti dispositivi



In generale, pensi di avere delle difficoltà in alcune delle seguenti categorie? (segna una o più risposte)

15 risposte



COMUNICARE CON UN FIGLIO ADOLESCENTE



COME COMUNICARE CON UN FIGLIO ADOLESCENTE?

Comunicare con un figlio adolescente può essere una sfida, ma ci sono alcune cose che puoi fare per creare un ambiente di comunicazione aperto e costruttivo. Ecco alcuni suggerimenti



1. Ascolta attivamente
2. Evita di giudicare
3. Sii disponibile
4. Usa il giusto tono
5. Sii onesto
6. Impara a lasciare andare
7. Cerca un terreno comune
8. Fai domande aperte
9. Accetta le emozioni di tuo figlio
10. Impara a chiedere scusa

COME COMUNICARE CON UN FIGLIO ADOLESCENTE? (SECONDO CHAT GPT)



come Comunicare con un figlio adolescente?

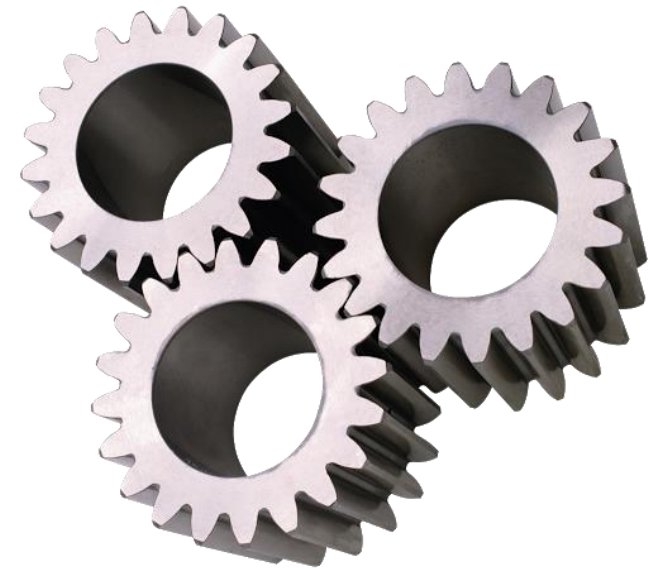


Comunicare con un figlio adolescente può essere una sfida, ma ci sono alcune cose che puoi fare per creare un ambiente di comunicazione aperto e costruttivo. Ecco alcuni suggerimenti:  

1. Ascolta attivamente: cerca di capire ciò che tuo figlio vuole dire e fai domande aperte per aiutarti a comprendere meglio la sua prospettiva. Fai attenzione al linguaggio del corpo e alla tonalità della voce.
2. Evita di giudicare: fai del tuo meglio per evitare di giudicare il tuo figlio quando parla. Se il tuo adolescente sente di essere giudicato, potrebbe diventare difensivo o ritirarsi.
3. Sii disponibile: fai in modo che tuo figlio sappia che sei sempre disponibile per parlare, anche se sei occupato. Riserva del tempo regolare per parlare con tuo figlio e ascoltare

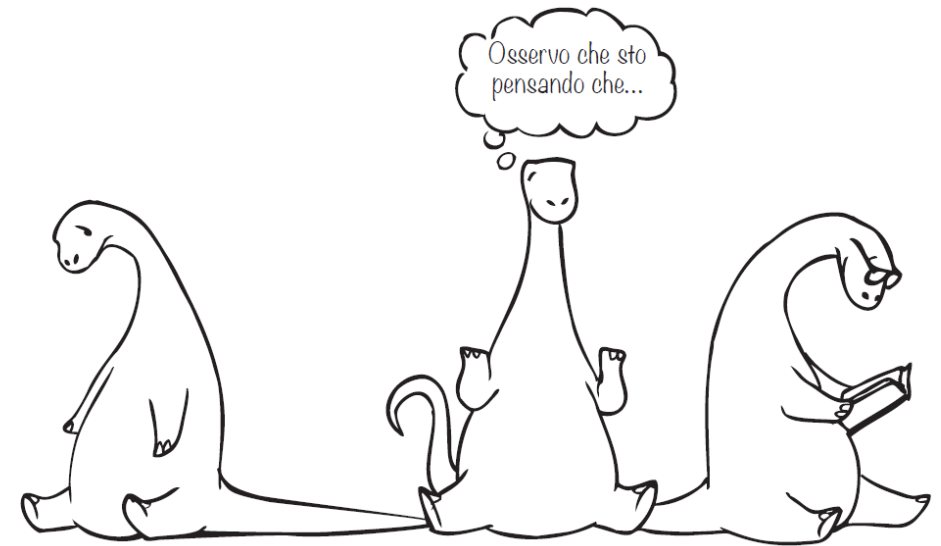
MIGLIORARE LA RELAZIONE EDUCATIVA

- Essere mindful
- Conoscere meglio proprio figlio
- Ripensare al proprio stile educativo
- Modificare le pratiche educative
- Modificare la comunicazione



ESSERE MINDFUL

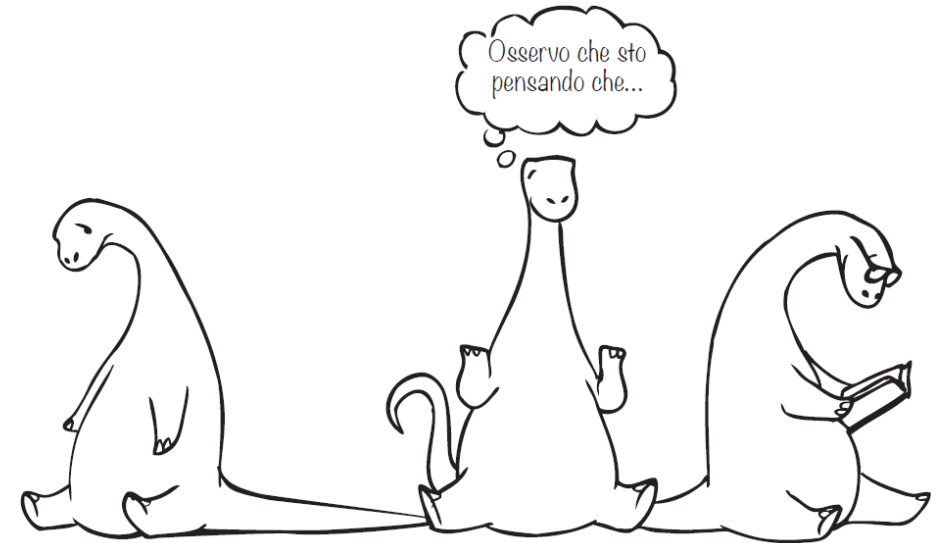
- **PIENA CONSAPEVOLEZZA**
(mente aperta): Sii consapevole del momento presente (cioè di pensieri, emozioni e sensazioni fisiche) senza giudicarlo o cercare di cambiarlo.
- **CONTROLLO DELL'ATTENZIONE**
(mente concentrata): Rimani concentrato su una sola cosa per volta



(tratto da «Manuale DBT per Adolescenti»)

ESSERE MINDFUL PUÒ...

- 1.** Darti maggiori possibilità di scegliere e controllare il tuo comportamento. Ti aiuta a rallentare e osservare emozioni, pensieri e impulsi (cioè aumenta la consapevolezza di sé) e ti aiuta a scegliere un comportamento più riflessivo, invece di agire impulsivamente e peggiorare le situazioni.
- 2.** Ridurre la tua sofferenza emotiva e aumentare la tua soddisfazione e il tuo senso di benessere.
- 3.** Aiutarti a prendere decisioni importanti (e riequilibrare quelle eccessivamente emotive o razionali).
- 4.** Aiutarti a focalizzare l'attenzione (cioè, ad avere il controllo della tua mente invece di lasciare che essa controlli te) e, quindi, renderti più efficace e produttivo.
- 5.** Aumentare l'empatia e la comprensione verso te stesso e gli altri.
- 6.** Attenuare il dolore, la tensione e l'angoscia che provi e, di conseguenza, migliorare la tua salute.



(tratto da «Manuale DBT per Adolescenti»)

CONOSCERE MEGLIO PROPRIO FIGLIO

1.	Chi è il suo migliore amico?
2.	Chi è il suo attore preferito?
3.	Di che colore vorrebbe dipingere la propria camera?
4.	Che cosa lo mette di più in imbarazzo?
5.	Che cosa teme di più?
6.	Quali tra questi sport preferisce: pallacanestro, nuoto, tennis, corsa?
7.	Che genere di musica preferisce?
9.	Qual è la materia scolastica che più detesta e quale quella che preferisce?
10.	Fra le cose che riesce a fare, di quale è più orgoglioso?
11.	Che cosa rimprovera di più ai suoi genitori?
12.	Qual è il tipo di film che preferisce?
13.	Quando si arrabbia veramente?
14.	Se avesse una notevole somma di denaro da spendere, come la utilizzerebbe?
15.	Chi è il suo insegnante preferito?

16.	Si sente benvoluto dai suoi compagni?
17.	Che cosa vorrebbe fare da adulto?
18.	Qual è stata la sua più grande delusione in quest'ultimo periodo?
19.	Fra i regali che ha ricevuto ultimamente, a quale tiene di più?
20.	Se dovesse scegliere una vacanza gli piacerebbe di più: andare in campeggio, un viaggio all'estero, una crociera per ragazzi?
21.	Quali di questi lavori domestici detesta di più: mettere in ordine la sua camera, apparecchiare la tavola, spazzare il pavimento?
22.	Quale cibo detesta di più?
23.	Fra le cose che possiede cosa gli sta più a cuore?
24.	Cos'è che vorrebbe cambiare nel suo aspetto fisico?
25.	Con quale soprannome lo chiamano i suoi compagni?

(tratto da «Intervento Cognitivo
Comportamentale in Età Evolutiva»)

RIPENSARE AL PROPRIO STILE EDUCATIVO

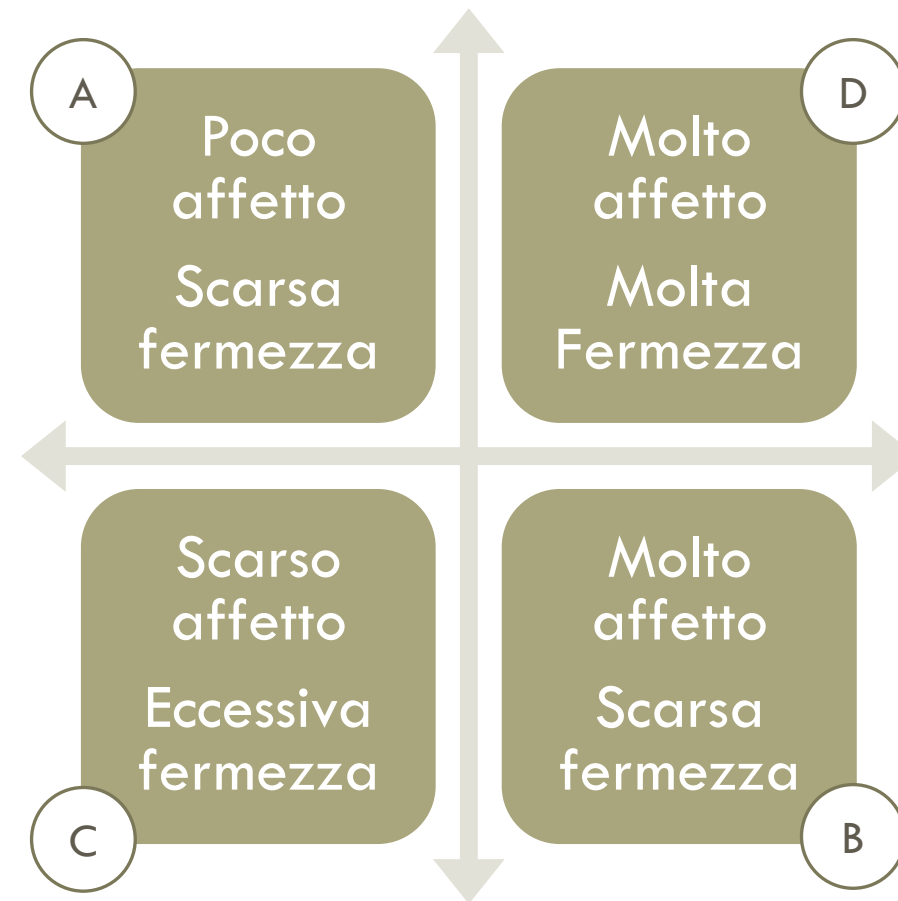
ESEMPIO DI CONVINZIONI

A: Mio figlio deve imparare ad arrangiarsi da solo

B: I figli non devono provare frustrazione

C: La rabbia aiuta a portare a compimento le cose

D: Farò del mio meglio ma so che non posso essere perfetto



MODIFICARE LE PRATICHE EDUCATIVE

STUDIOCOSSOVEL HOME SERVIZI BLOG CHI SONO CONTATTI

PERCHÉ SAREBBE MEGLIO NON PUNIRE?

Come appena illustrato il meccanismo della punizione ha delle regole molto precise che, sinceramente, risultano di difficile applicazione soprattutto se le pensiamo applicate all'educazione. Come ricordano Galeazzi e Franceschina (2004) lo stesso Skinner (1953) aveva messo in discussione la punizione in quanto inibisce solo temporaneamente il comportamento vincolando la presenza di chi dovrebbe erogare la punizione.

Ecco allora alcune riflessioni sui lati negativi della punizione:

- **INIBISCE LA PERFORMANCE, NON ESTINGUE UN COMPORTAMENTO**

Il fatto che un soggetto non metta in essere un comportamento in un dato contesto non significa che non lo emetterà in contesti diversi. In altri termini la punizione non garantisce la generalizzazione.

- **CREA DISADATTAMENTO E CONFLITTUALITÀ INTERNA**

La punizione crea disagio. È probabilmente per questo che funziona ma la conseguenza è la creazione di una condizione di conflittualità per il soggetto che la riceve che da una parte vorrebbe fare una cosa ma dall'altra non vorrebbe ricevere la punizione.

- **CREA SENTIMENTI NEGATIVI NEI CONFRONTI DI CHI L'HA SOMMINISTRATO**

Il soggetto che riceve la punizione potrebbe associare facilmente le sensazioni negative conseguenti alla persona che ha somministrato la punizione. In un contesto educativo familiare o scolastico questa associazione diventa deleteria tanto dal punto di vista della relazione tanto dal punto di vista dell'apprendimento. Possiamo facilmente immaginare che la maestra che sgrida un bambino per un compito di matematica sbagliato sta agendo negativamente sia sul suo rapporto con il bambino sia sul rapporto del bambino con la matematica.

- **TENDE A FISSARE UN COMPORTAMENTO**

È un po' la vecchia questione dell'elefante rosa: nessuno solitamente pensa all'elefante durante la giornata finché qualcuno gli dice di non pensarci. Punire un comportamento porta l'attenzione su quel comportamento che diventa saliente all'interno del repertorio comportamentale del soggetto.

- **DIPENDE DAL GRADO DI DEPRIVAZIONE E SOPPORTAZIONE**

Abbiamo detto che lo stimolo punitivo può essere soggetto ad assuefazione. Tuttavia se pensiamo ad un animale particolarmente affamato non ci è difficile immaginare quanto sia disposto a sopportare pur di soddisfare il suo bisogno. Parimenti potremmo chiederci quanto siano disposti a sopportare alcuni soggetti pur di raggiungere i propri scopi.

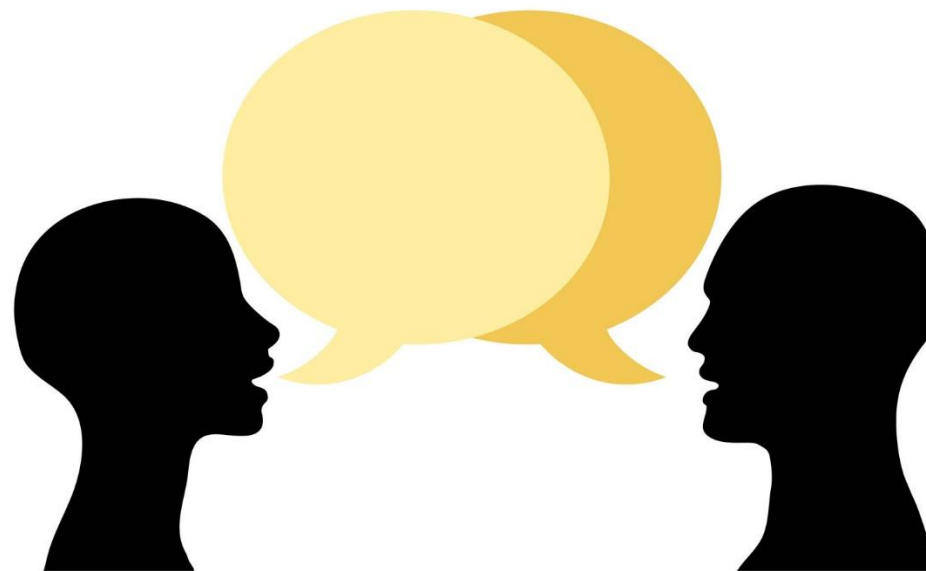
- **IL COMPORTAMENTO SOSTITUITO PUÒ ESSERE PEGGIORE DI QUELLO SOSTITUITO**

La semplice punizione di un comportamento non garantisce la creazione di un comportamento maggiormente gradevole. Ad esempio punire lo sputare per terra di uno studente potrebbe spingerlo tanto a seguire la lezione con maggior interesse quanto a dare pizzicotti alle compagne.

	STIMOLO PIACEVOLE	STIMOLO AVVERSIVO
SOMMINISTRAZIONE	RINFORZO POSITIVO	PUNIZIONE TIPO A
SOTTRAZIONE	PUNIZIONE TIPO B	RINFORZO NEGATIVO

MODIFICARE LA COMUNICAZIONE:

- **Domande aperte**
- **Sostenere**
- **Ascolto riflessivo**
- **Riassumere**



DOSO ARIA

MODIFICARE LA COMUNICAZIONE: OSTACOLI ALLA COMUNICAZIONE (T. GORDON)

1. Ordinare
2. Minacciare
3. Avvertire
4. Dare soluzioni
5. Argomentare con la logica
6. Giudicare
7. Apprezzare
8. Etichettare
9. Interpretare
10. Rassicurare
11. Investigare
12. Cambiare argomento

MODIFICARE LA COMUNICAZIONE: 4 CAVALIERI DELL'APOCALISSE (J. GOTMAN)

- Criticare
- Disprezzare
- Stare sulla difensiva
- Porre un muro

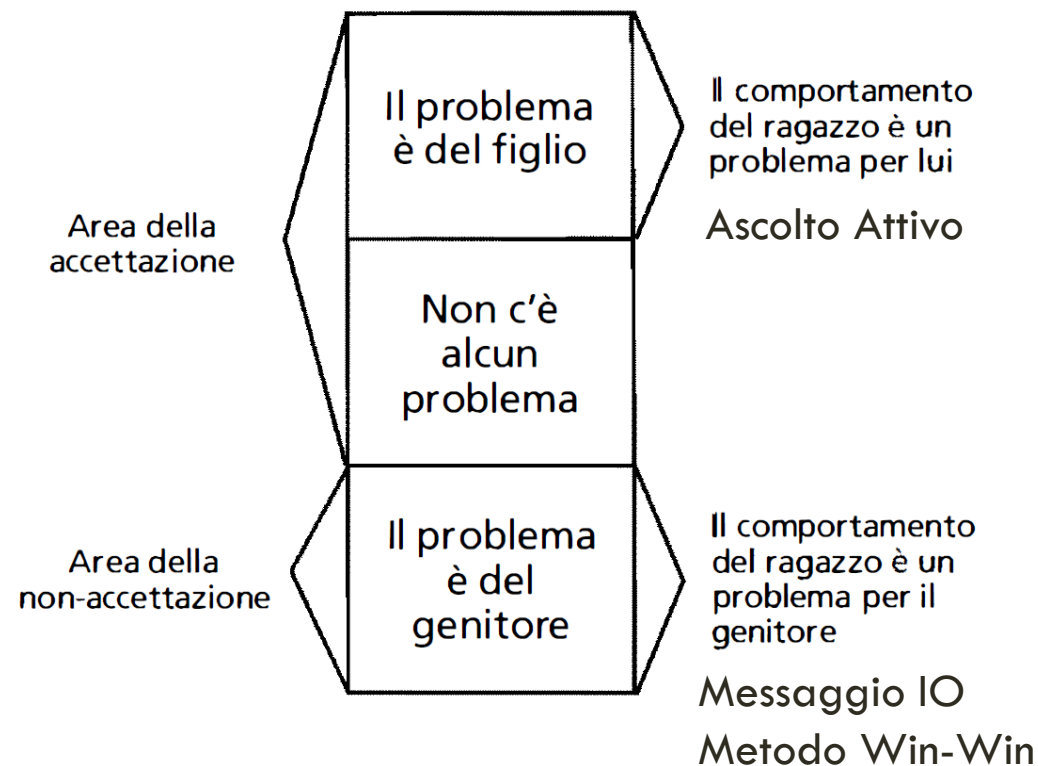


MODIFICARE LA COMUNICAZIONE: GENITORI EFFICACI (T. GORDON)

Tutti i possibili
comportamenti
di vostro figlio

Area dell'
accettazione

Area della non-
accettazione

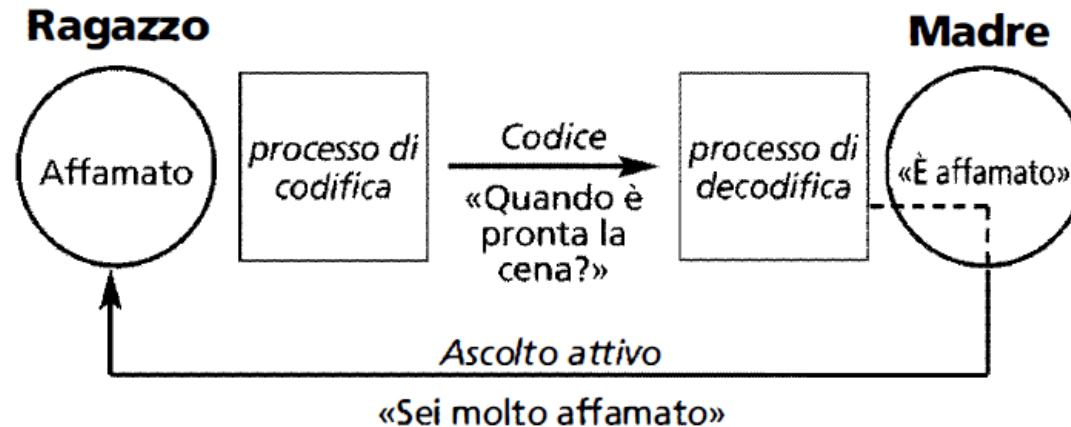


MODIFICARE LA COMUNICAZIONE: PRESUPPOSTI PER L'ASCOLTO ATTIVO

1. Dev'essererci la volontà di ascoltare
2. Avere la sincera volontà di aiutarlo in quel momento
3. Sentirsi genuinamente in grado di accettare il suo stato d'animo
4. Avere una profonda fiducia nella sua capacità di gestire i propri sentimenti
5. Aver chiaro che gli stati d'animo sono transitori
6. Considerare vostro figlio una persona distinta da voi

(T. Gordon 1997, pag. 42)

MODIFICARE LA COMUNICAZIONE: PRATICARE L'ASCOLTO ATTIVO



Figlio: Accidenti, quest'anno mi è toccata una professoressa insopportabile. Non mi piace proprio. È una vecchia brontolona.

Genitore: Sembri proprio deluso della tua professoressa.

Ragazzo: Eccome se lo sono.

Figlia: Papà, quando eri giovane, che tipo di ragazze ti piacevano? Cos'è che ti piaceva veramente in una ragazza?

Genitore: Vorresti sapere cosa ci vuole per piacere ai ragazzi, vero?

Figlia: Già, mi sembra di non piacere ai ragazzi e non so perché.

(tratto da «Genitori Efficaci»)

MODIFICARE LA COMUNICAZIONE: ESSERE VALIDANTI

- **VALIDAZIONE:** comunica a un'altra persona che, in una particolare situazione, i suoi stati d'animo, i suoi pensieri e le sue azioni hanno senso e che tu li puoi comprendere.
- **AUTOVALIDAZIONE:** significa renderti conto che, in una particolare situazione, i tuoi stati d'animo, i tuoi pensieri e le tue azioni sono sensati, corretti e accettabili.
- **INVALIDAZIONE:** comunica (intenzionalmente o no, attraverso parole o azioni) che, in una particolare situazione, gli stati d'animo, i pensieri e le azioni di un'altra persona non hanno senso, sono "manipolatori", "stupidi", una "reazione eccessiva" o non valgono il tuo tempo, il tuo interesse o il tuo rispetto

Ricorda: Validazione ≠ Approvazione

Validazione non significa necessariamente che ciò che un'altra persona sente, pensa e fa ti piace o che lo approvi. Significa che tu ne capisci l'origine.

MODIFICARE LA COMUNICAZIONE: ACCORDO DI DISCUSSIONE POSITIVA

Ci impegniamo a utilizzare una comunicazione positiva quando affrontiamo una discussione su qualche problema.

Tale comunicazione positiva prevede l'applicazione delle seguenti regole.

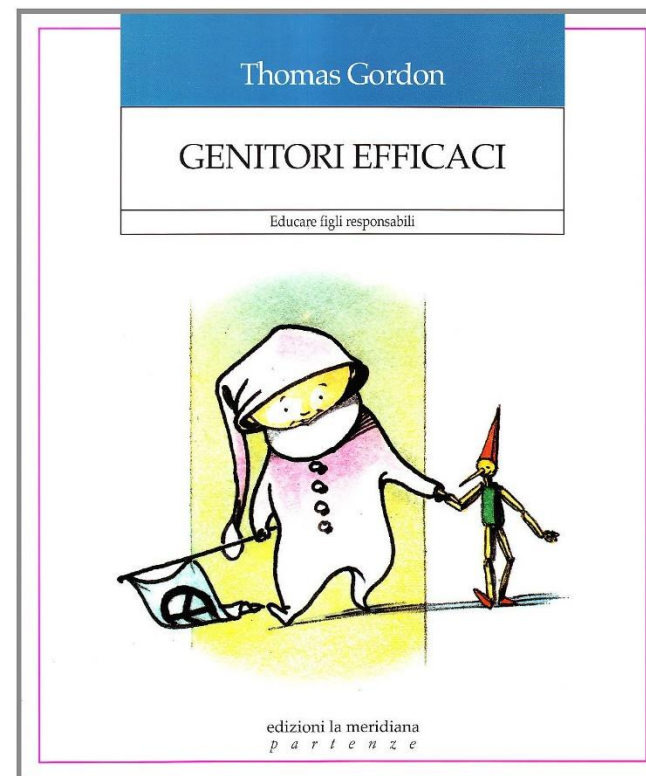
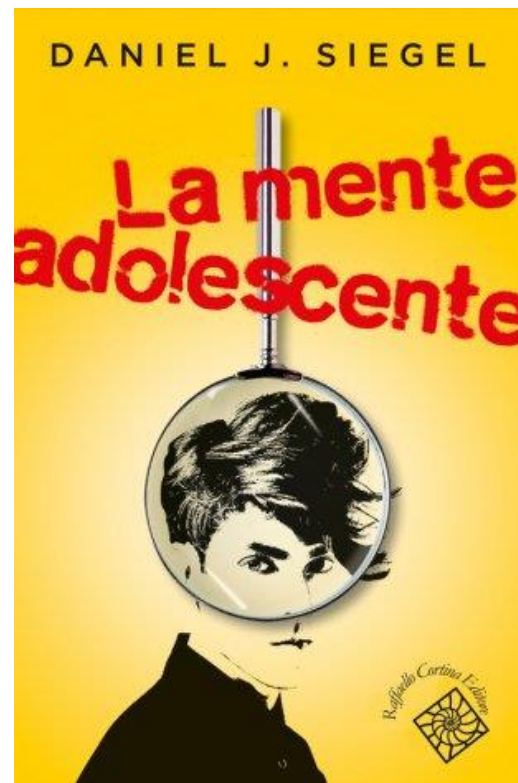
1. Chiedere all'altro se è disposto ad ascoltare; se non lo è, indicare l'ora in cui lo sarà.
2. Uno dei due comincia a parlare e l'altro si limita ad ascoltare.
3. Le lamentele vanno espresse in questi termini:
 - descrivere fatti concreti;
 - evitare di offendere o svalutare l'altra persona;
 - chiedere cambiamenti concreti;
 - descrivere i propri sentimenti.
4. In ogni discussione va affrontato un solo problema.
5. Dopo che è stato raggiunto un accordo, l'altra persona dovrebbe ripetere con le proprie parole la conclusione a cui si è arrivati.
6. Si invertono i ruoli: chi ha parlato per primo adesso resta ad ascoltare.
7. A turno, genitore e figlio esprimono come vorrebbero che l'altro si comportasse.

Errori da evitare

Fare un segno sulla riga corrispondente quando l'altra parte commette uno di questi errori.

Interrompere	
Insultare	
Discutere più di un problema	
Alzare la voce	
Rievocare le cose passate	
Andare fuori argomento	
Usare le parole «sempre», «mai» e «devi»	

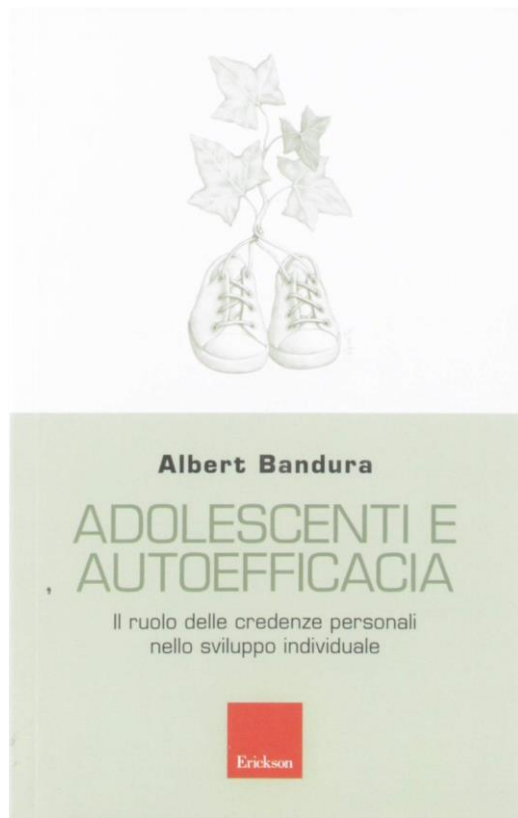
LETTURE CONSIGLIATE



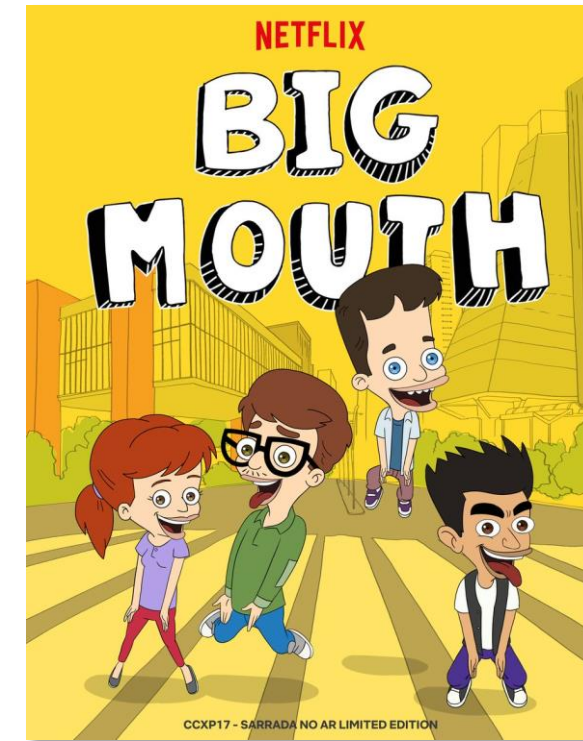
LETTURE CONSIGLIATE



LETTURE CONSIGLIATE



VISIONI CONSIGLIATE



CONTATTI



Centro Studi ASPERA

- ▶ www.ripetizionipadova.org
- ▶ Associazione.aspera@gmail.com
- ▶ Tel: 3928785913
- ▶ FB: /centrostudiaspera



Dott. Christopher Cossovel

- ▶ www.christophercossovel.it
- ▶ Christopher.cossovel@gmail.com
- ▶ Tel: 3487036240
- ▶ FB: [/lpsicologodellascuola](https://www.facebook.com/lpsicologodellascuola)
- ▶ IG: [/lpsicologodellascuola](https://www.instagram.com/lpsicologodellascuola)