



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Facoltà di Scienze Statistiche

Corso di Laurea in Statistica Economia e Finanza

Tesi di Laurea

TELEVISIONE E FELICITÀ DEGLI ITALIANI

UN'ANALISI EMPIRICA

Relatore
Chiar.mo Prof. Paolo Vanin

Laureanda
Chiara Dal Bianco

ANNO ACCADEMICO 2007 / 2008

“ ...inalterabili, mai scelti né respinti, mai veramente nostri, i dominanti schermi ci circondano di felicità non abitata, colpiscono ipocritamente, con falsa neutralità e velenosa indifferenza, creando parodie di sentimenti che evaporano nello spazio di una sigla. Hanno soldi, potenza, ma meno idee di una singola pagina.”

(Stefano Benni, Achille più veloce)

SOMMARIO

INTRODUZIONE.....	4
TELEVISIONE E FELICITA', COSA SAPPIAMO?	6
DESCRIZIONE DEI DATI.....	10
STATISTICHE DESCRITTIVE	13
ANALISI DEI DATI	15
<i>SODDISFAZIONE ECONOMICA</i>	16
<i>SODDISFAZIONE NELLE RELAZIONI FAMILIARI</i>	18
<i>SODDISFAZIONE NELLE RELAZIONI CON GLI AMICI</i>	20
<i>SODDISFAZIONE NEL TEMPO LIBERO</i>	22
CONCLUSIONI	26
ALLEGATO 2	32
TABELLA 1	34
TABELLA 2	35
TABELLA 3	36
TABELLA 4	37
BIBLIOGRAFIA	38

INTRODUZIONE

Negli ultimi trent'anni il tema della felicità è stato oggetto di numerosi studi economici; il primo risultato notevole, che rende l'argomento così interessante, è il paradosso reddito – felicità secondo il quale un miglioramento della condizione economica degli individui non dà origine ad un più elevato grado di felicità.

Molti economisti hanno cercato di dare ragione a questa conclusione e di individuare quali possano essere i fattori che realmente determinano la soddisfazione nella vita delle persone.

Molte strade sono state percorse, una di queste propone di considerare le ore trascorse a guardare la televisione come variabile importante nello spiegare il livello di gratificazione nella vita degli individui.

Questo elaborato cerca di riproporre, utilizzando dati relativi alla popolazione italiana, quanto finora prodotto su dati americani ed europei riguardo la felicità della popolazione e il ruolo che la televisione riveste nella sua determinazione.

Destinata a diventare uno dei mezzi di comunicazione più diffusi e controversi, la televisione nasce negli anni '20 in un periodo storico permeato dalle catastrofiche conseguenze della guerra ma invaso da ottimismo e sviluppo tecnologico. Universalmente accettata, ha progressivamente invaso le famiglie, prima americane e poi europee, condizionandone le abitudini fino ad essere considerata oggi "un inquietante intruso familiare". E' molto più di un mobile animato, è quasi il nuovo

altare laico punto di riferimento spaziale della casa attorno al quale si organizza la vita familiare. Gli dei del focolare romani ne invidierebbero l'autorità.

Gli individui allocano il loro tempo scegliendo tra attività remunerata e tempo libero; guardare la televisione è una delle principali attività nel tempo libero, offre benefici immediati con costi marginali apparentemente molto bassi, non richiede nessuna speciale abilità fisica o cognitiva, non serve organizzarsi con altre persone (si riduce il tempo dedicato alle relazioni interpersonali); allo stesso tempo offre intrattenimento ed è considerata una delle migliori vie per ridurre lo stress. E' necessario ricordare però che il mondo dipinto dalla televisione, i messaggi che trasmette, differiscono significativamente dalla realtà, ne producono una distorsione che influenza le credenze dello spettatore, in particolare di quello accanito o con scarsa capacità critica.

I difensori della soprannominata "scatola vuota" non hanno forse ragione nel considerare il dibattito aperto? Nonostante le catastrofiche conseguenze descritte, i dati si prestano a numerose interpretazioni, non c'è dubbio che il mezzo sia pericoloso ma fino a che punto? Non può ancora essere luogo di aggregazione e socializzazione ad esempio di una famiglia o di un gruppo d'amici? È un male trascorrere tempo con i propri figli guardando un film o una trasmissione comica?

Nell'elaborato si considerano separatamente la soddisfazione economica, la soddisfazione nelle relazioni familiari, la soddisfazione nelle relazioni con gli amici e la soddisfazione nel tempo libero e si cerca di capire come le ore trascorse a guardare la televisione, ma anche molti altri fattori di controllo e di interesse, influenzano le variabili sopra citate.

TELEVISIONE E FELICITA', COSA SAPPIAMO?

Il mezzo di comunicazione di massa di cui stiamo parlando è uno strumento di diffusione di notizie audio-visive che mai così veloci hanno raggiunto le nostre case ed ha un ruolo pervasivo nella società contemporanea. Se da una parte è un'innovazione ricca di effetti positivi quali l'informazione sopra tutte, dall'altra si serve troppo spesso di immagini distorte della realtà, dipinge un mondo pervaso dal benessere, dal materialismo e dall'edonismo, *“trasmette pubblicità profittatrice affidata ai più bassi istinti”* (Giovanni Paolo II).

Basta accendere un bottone e il gioco è fatto... Proprio per questo è la principale attività del tempo libero, è la meno faticosa e costosa. E' scelta liberamente, per questo risulta ovvio che se ne tragga beneficio, ma quali sono i costi che ci riserva? Sembra che gli individui non siano in grado di calcolarli a priori, consumando di conseguenza in modo eccessivo questo bene.

Frey riporta nella sua pubblicazione *Does Watching TV Make Us Happy?* un interessante studio di Williams del 1986 che ha per oggetto l'introduzione della televisione in una città canadese priva di segnale fino al 1973; due città nelle vicinanze sono state usate come casi di controllo. L'analisi suggerisce che quest'innovazione tecnologica penalizzò molte altre attività, in particolare quelle svolte fuori casa, ridusse le abilità di lettura e i pensieri creativi dei bambini e favorì comportamenti più aggressivi oltre a idee stereotipate riguardo il ruolo dei sessi. Conseguenze allarmanti in una società in cui, secondo alcuni psicologi, i criminali emulano sempre più spesso

gli eroi negativi dello schermo. Se accanto a questo studio riportiamo anche quanto afferma Popper in *Cattiva maestra televisione* saremmo tentati di chiudere a chiave in qualche armadio il pericoloso schermo. Secondo Popper *“la televisione è diventata un potere politico colossale, potenzialmente si potrebbe dire il più importante di tutti, come se fosse Dio stesso che parla. E così sarà se continueremo a consentirne l’abuso. Essa è diventata un potere troppo grande per la democrazia”*.

Al fine di avere chiaro il quadro entro cui ci muoviamo nella nostra ricerca, dopo questo breve excursus su diverse opinioni, riproponiamo brevemente il contenuto di alcune recenti pubblicazioni che sviluppano in diversi modi il tema sopra ampiamente spiegato.

In *Watching alone: Relational goods, television and happiness*, Luigino Bruni e Luca Stanca mettono in discussione l’incondizionata validità del paradosso reddito – felicità in quanto conta su un’idea particolare di società in cui non si considerano le relazioni interpersonali come fonte di gratificazione per l’individuo. In psicologia, le relazioni interpersonali sono invece chiave determinante dello “stare bene”. Gli autori ipotizzano che il mancato effetto di un livello superiore di reddito sul grado di felicità sia compensato da un minore consumo di beni relazionali. Quest’ultimo trova tra le sue cause proprio l’utilizzo eccessivo del mass media in questione: il tempo trascorso a guardare la televisione è sottratto alla comunicazione con amici e familiari e alla partecipazione sociale, inoltre insinua nello spettatore la credenza che la felicità dipenda dal consumo di beni materiali inducendolo ad accrescere le proprie attività redditizie a scapito di quelle relazionali.

Bruni e Stanca sono autori anche di un’altra pubblicazione, contemporanea alla precedente, *Income Aspiration, Television and Happiness: Evidence from the World Value Survey*. In questo articolo sono le aspirazioni a fornire una spiegazione del paradosso. Le aspirazioni crescono con il livello del reddito, di conseguenza la soddisfazione rimane invariata al migliorare della situazione economica. Vengono qui analizzati gli effetti della televisione sulle aspirazioni degli individui: gli spettatori sono obiettivo di messaggi accattivanti che pubblicizzano prodotti più innovativi rispetto a quelli in loro possesso con l’illusione che possano rendere migliore la vita di chi li possiede; le immagini televisive sono inoltre ricche di personalità facoltose e

particolarmente benestanti, si crea in questo modo un gruppo virtuale di persone con cui lo spettatore si misura, molto diverso da quello reale che lo circonda. Questi “poteri” dello schermo rendono i consumatori meno soddisfatti di quello che possiedono.

Altra voce autorevole è quella di Giacomo Corneo che nella sua pubblicazione, *Work and television*, rileva un’interessante correlazione positiva tra tempo trascorso a guardare la televisione e tempo impiegato nell’attività lavorativa nei diversi Paesi. Nel modello creato coesistono equilibri con limitato tempo libero ma molte ore di lavoro e televisione accanto ad altri con molto tempo libero ma ridotte ore di lavoro e televisione. Nel determinare l’equilibrio entrano in gioco fattori quali il tipo di governo esistente e come la popolazione riesce ad influenzarlo, in particolare distingue tra capitalisti e lavoratori. La correlazione trovata può essere spiegata dal fatto che gli individui possiedono energie limitate, chi lavora molto nel tempo libero sceglierà attività che non richiedono un’eccessiva fatica individuale, come ad esempio guardare la televisione. Altra interpretazione è che gli individui socializzino al lavoro e, se lavorano molto, fuori dall’ambiente lavorativo socializzare diviene meno attrattivo, dedicheranno probabilmente più tempo ad attività solitarie quali guardare la televisione. L’obiezione è che nessuna delle spiegazioni giustifica il motivo per cui a livello individuale questa correlazione non sussista.

Di nuovo l’interesse si posa sulla relazione tra televisione e materialismo in *Television’s Cultivation of Material Values* di Shrum. L’autore identifica nell’attenzione e nell’elaborazione due variabili che facilitano la codifica del messaggio televisivo. Ci si aspetta che la correlazione positiva riscontrata tra televisione e materialismo sia più elevata per coloro che prestano più attenzione a quanto lo schermo offre o che elaborano con più facilità l’informazione trasmessa, inoltre chi presta più attenzione dovrebbe essere capace di un livello superiore di elaborazione. Dalle regressioni implementate risultano confermate le ipotesi e si evidenzia una correlazione negativa tra attenzione e ore trascorse a guardare la televisione; questo potrebbe significare che chi ha uno sguardo critico verso il mass - media tende ad evitarne l’uso e l’abuso ma la poco rilevante intensità dell’effetto suggerisce che una sostanziale porzione di individui con un buon grado di attenzione guarda molta televisione.

Does Watching TV Make Us Happy?, emblematico è il titolo di questa pubblicazione di Bruno Frey. Secondo l'autore la teoria delle preferenze non può essere pienamente applicata in quest'ambito, in quanto in molti guardano più tv di quella che considerano ottimale. Diverse persone ammettono di essere affette da un problema di autocontrollo nei confronti della televisione e questo non è spiegabile considerando la visione economica classica dell'allocazione del tempo e del consumo di beni. I dati sembrano verificare le ipotesi formulate: risulta che chi guarda molta tv presenta un livello inferiore di soddisfazione nella propria vita; per chi ha un significativo costo opportunità del tempo, le ore trascorse davanti al televisore riducono la sua utilità; inoltre guardare la tv è positivamente correlato con le aspirazioni materiali e negativamente correlato con la soddisfazione finanziaria dell'individuo. Frey affronta anche il problema della causalità, la sua interpretazione può essere valida, ossia alcune persone trascorrono troppo tempo davanti al televisore e sperimentano una perdita di utilità, ma potrebbe avvenire anche l'inverso e cioè che le persone infelici semplicemente guardano più televisione. Il dibattito è sicuramente aperto.

L'originalità del nostro elaborato è racchiusa in pochi fondamentali particolari: la disaggregazione della variabile relativa alla soddisfazione ci permette di cogliere sfaccettature finora tralasciate, inoltre lo studio di quest'argomento su dati italiani è un'ulteriore novità che avvicina alla nostra percezione questo argomento interessante e particolarmente attuale. Ci concentreremo sugli effetti non monotoni che un'analisi approfondita del campione ci permette di individuare e spiegare.

DESCRIZIONE DEI DATI

I dati utilizzati nell'elaborato provengono dall'*Indagine Multiscopo sulle Famiglie* relativa all'anno 2002. Suddetta indagine è stata avviata dall'*Istat* nel 1993 e consiste nella rilevazione, alla fine di ogni anno, degli aspetti fondamentali della vita quotidiana delle famiglie italiane e dei loro comportamenti relativi all'anno in corso. I nuclei tematici su cui vertono i questionari proposti, permettono di cogliere come vive la popolazione e in particolare la sua soddisfazione relativa ai servizi di pubblica utilità che contribuiscono alla qualità della vita.

Ogni indagine ha raggiunto circa 20.927 famiglie per un totale di 55.294 individui.

Le variabili selezionate sono le variabili dipendenti, una serie di fattori di controllo, le variabili relative all'utilizzo del tempo (in particolare il tempo libero).

Le variabili dipendenti sono *soddecon*, *soddfam*, *soddamici* e *soddtempolib*, esprimono la soddisfazione dell'individuo nell'ultimo anno trascorso in alcuni aspetti della sua vita, in particolare aspetti relazionali. I dati sono stati raccolti ponendo ad ogni intervistato con età superiore ai 14 anni la seguente domanda: "Pensi agli ultimi 12 mesi. Lei si ritiene soddisfatto dei seguenti aspetti che hanno riguardato la sua vita?". Gli ambiti oggetto dell'intervista erano la situazione economica, le relazioni familiari, le relazioni con gli amici, il tempo libero e la salute. Per ognuno di essi vi erano quattro possibilità di risposta: molto, abbastanza, poco, per niente.

Nel nostro elaborato abbiamo considerato i primi quattro aspetti della vita degli individui e per rendere le variabili qualitative interpretabili, abbiamo creato quattro dummies che assumono valore 1 se l'intervistato è molto o abbastanza soddisfatto e 0 altrimenti.

Sono state poi private dei valori mancanti in modo che le quattro regressioni fossero riferite allo stesso campione di individui e quindi confrontabili. Come in ogni analisi empirica anche nella nostra ci sono dei limiti, non possiamo essere certi che i rispondenti siano stati pienamente sinceri nel compilare il questionario e che abbiano usato un metro comparabile. Noi utilizziamo degli indicatori di soddisfazione rappresentativi del campione che aggregano le risposte degli intervistati, se questi ultimi usano scale diverse l'indicatore è affetto da errore. Questo problema non ha una soluzione nel nostro elaborato ma prendiamo atto di uno dei limiti dell'analisi.

I fattori di controllo possono essere suddivisi in cinque categorie (come in Bruni L., Stanca L. (2005). *Watching Alone: Relational Goods, Television and Happiness*): fattori demografici, condizioni socio-economiche, caratteristiche personali, caratteristiche ambientali, consumo di beni relazionali.

Tra i fattori demografici rientrano l'età (*eta*), l'età al quadrato per verificare gli effetti non lineari sulla soddisfazione (*eta2*), il sesso (*sessu*), lo stato civile (*statocivile*).

Nelle condizioni socio-economiche troviamo il confronto con la situazione economica dell'anno precedente (*confrontoannoprima*), la condizione professionale ricodificata con tre dummy (*occupazione, disoccupazione, inattivi*).

Tra le caratteristiche personali rientrano il titolo di studio ricodificato con quattro dummy (*analfabeta, scuola obbligo, scuola superiore, laurea*), la percezione dello stato di salute (*percstatsalute*), la frequenza con cui l'individuo si reca in un luogo di culto (*chiesa*).

Nelle caratteristiche ambientali troviamo la ripartizione codificata con cinque dummy (*nordovest, nordest, centro, sud, isole*), il dominio codificato con sei variabili dummy (*metropoli, periferia, comuni2, comuni10, comuni50, comuni*).

Nella categoria consumo di beni relazionali classifichiamo la frequenza con cui si incontrano gli amici suddivisa in tre variabili dummy (*amicihigh, amicimediam, noamici*).

Le altre variabili che compaiono nelle regressioni, e rientrano sempre nella categoria consumo di beni relazionali, sono relative alle principali attività che un individuo svolge nell'arco della sua giornata, focalizzando in particolare l'attenzione sulle ore trascorse davanti al televisore e sulla partecipazione sociale come attività da svolgere nel tempo libero.

Le variabili selezionate sono infatti il tempo dedicato alla televisione ogni giorno (*oretv*), la frequenza con cui viene praticato lo sport (*sport*), la lettura di libri negli ultimi 12 mesi (*libri*), la lettura di quotidiani (*quotidiani*), la vita sociale (*vita sociale*). Ci sono poi una serie di dummy relative alla partecipazione sociale: partecipazione a riunioni di associazioni o a gruppi di volontariato (*partvolont*), partecipazione a riunioni di associazioni ecologiche, per i diritti civili o per la pace (*partecopace*), partecipazione a riunioni di associazioni culturali, ricreative o di altro tipo (*partasscult*), attività gratuita per associazioni o gruppi di volontariato (*attgratassvolont*), attività gratuita per una associazione non di volontariato (*attgratassnonvolont*), partecipazione con tempo o soldi ad associazioni di volontariato, ecologiche, per i diritti civili e per la pace, culturali o ricreative (*partputnam*) che sintetizza le precedenti, partecipazione con tempo o soldi a partiti, sindacati o associazioni professionali o di categoria (*partolson*). Il tempo che un individuo ha a disposizione è vincolato dalle ore lavorate e per questo sono state introdotte altre due variabili che sono *tempolavoro* e *tempolavdom*, rispettivamente le ore lavorate settimanali e le ore di lavoro domestico settimanali. Una più dettagliata descrizione delle variabili è riportata in ALLEGATO 1.

Il campione di dati a disposizione contava 55.294 unità statistiche ma includeva un gran numero di dati mancanti, è stato quindi ridotto in seguito all'eliminazione dei missing sulle variabili dipendenti (come sopra spiegato) e all'eliminazione dei missing relativi a *oretv*, *tempolavoro* e *tempolavdom*, necessaria per poter includere le variabili nelle regressioni. Il campione risultante conta 30.076 records.

STATISTICHE DESCRITTIVE

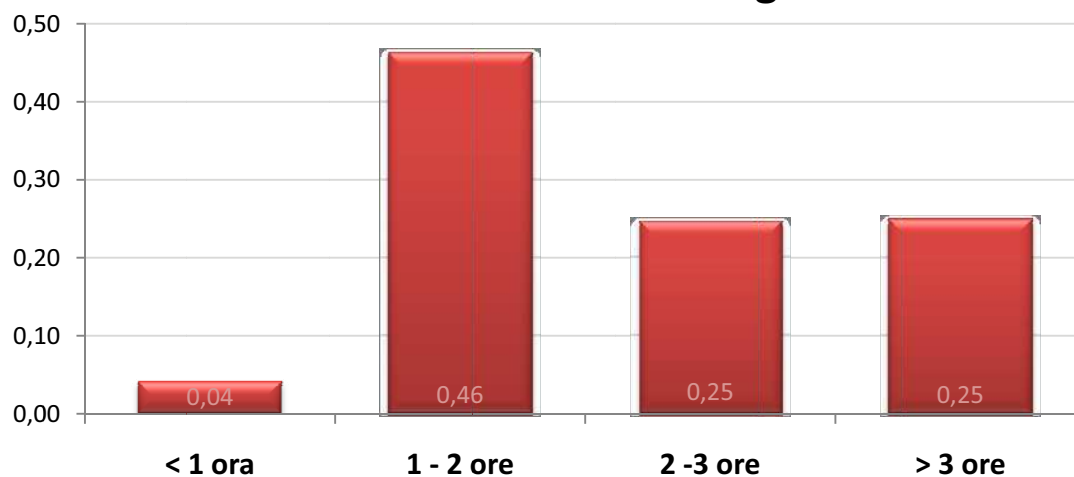
Riportiamo nella tabella in ALLEGATO 2 alcune statistiche che descrivono i valori assunti delle variabili utilizzate. L'età media del campione è di circa 47 anni, il 51% sono donne e il 57% risulta coniugato. Tra gli individui con età compresa tra i 16 e i 70 anni, il 52% sono occupati, il 6% disoccupati e il 42% inattivi. Gli occupati dedicano al lavoro in media 40 ore settimanali. Le donne con età superiore ai 20 anni destinano in media 29 ore settimanali al lavoro domestico.

Prendendo in esame il grado di soddisfazione dei rispondenti, soltanto il 60% è soddisfatto della propria situazione economica, saliamo al 68% per il tempo libero e all'87% per le relazioni con gli amici, mentre le relazioni familiari sembrano appagare particolarmente gli italiani, infatti il 94% dichiara di esserne soddisfatto.

Nel tempo libero l'88% degli intervistati incontra gli amici e il 52% si reca in chiesa più di qualche volta al mese; sono inferiori al 10% le percentuali di coloro che partecipano attivamente ad associazioni di volontariato, culturali ed ecologiche.

Dato interessante è quello relativo al tempo trascorso a guardare la televisione, in media un individuo spende 168 minuti davanti allo schermo. Riportiamo un semplice istogramma dal quale si evince che solamente il 4% degli individui del campione guarda meno di un'ora di tv al giorno.

Ore di ascolto della tv al giorno



I nostri dati assumono valori leggermente inferiori ai numeri riportati da Bruni e Stanca in *Watching alone: Relational goods, television and happiness*, scrivono infatti che la media giornaliera di televisione per gli adulti è di 217 minuti nell'Europa dell'ovest, 228 minuti nell'Europa dell'est e 290 minuti negli USA; "a 75 anni un europeo ha trascorso 12 anni della sua vita davanti allo schermo".

Il fenomeno televisivo è di rilevante importanza nella nostra società ed è giusto cercare di capire se e in quale modo condiziona la nostra vita.

ANALISI DEI DATI

Per cercare di capire come la televisione e altri importanti fattori influiscono sulla felicità degli italiani, abbiamo analizzato quattro regressioni, una per ogni variabile di soddisfazione disponibile; le pubblicazioni sopra citate riportano regressioni che hanno come variabile dipendente un indicatore di soddisfazione complessivo mentre nel nostro elaborato è disaggregato, permettendo così un'analisi per certi aspetti più fine.

Le variabili relative alla soddisfazione, come già visto nella descrizione dei dati, sono dummies che assumono valori 0 e 1. Alla luce di questa considerazione, non è corretto usarle come dipendenti di un modello di regressione lineare in quanto dovrebbero essere continue e approssimativamente normali; una variabile binarizzata non rispetta queste condizioni. Si utilizza quindi un modello binario il cui obiettivo è 'scegliere' tra due alternative discrete. Indicate con y_i le variabili dipendenti e con x_i le esplicative, si pone

$$P(y_i = 1|x_i) = G(x_i, \beta)$$

Questa equazione stabilisce che la probabilità di osservare $y_i = 1$ dipende dal vettore x_i che contiene le caratteristiche individuali. La funzione $G(\cdot)$, dovendo assumere valori nell'intervallo $[0,1]$, può essere sostituita da una funzione di ripartizione, nei casi

più comuni quella normale. A questa definizione corrisponde il modello probit utilizzato nell'analisi di questi dati.

I parametri β , ottenuti dalla stima del modello, non sono direttamente interpretabili ad eccezione del loro segno. L'effetto marginale si può ottenere considerando la derivata parziale della probabilità che y_i sia pari a 1 rispetto ad una variabile esplicativa continua.

In ogni regressione sono state eliminate alcune variabili e mantenuta la costante, in particolare per ogni variabile qualitativa compare un numero di dummies pari al numero di attributi diminuito di uno. Questo per evitare di cadere nella cosiddetta "trappola delle dummy". Le modalità eliminate e di riferimento sono *noamici*, *laurea*, *inattivi*, *isole* e *comuni*.

SODDISFAZIONE ECONOMICA

In TABELLA 1 riportiamo i risultati della regressione di *soddecon* su tutti i regressori. Risulta che la partecipazione religiosa (*chiesa*), la percezione dello stato di salute (*percstatsalute*), lo sport e le ore lavorate (*tempolavoro*) sono positivamente correlati con la dipendente; gli individui che hanno una vita sociale attiva, che vivono al centro-nord piuttosto che al sud o in comuni piuttosto che in metropoli, sembrano essere più soddisfatti economicamente. La partecipazione ad associazioni di volontariato (*partputnam*) non influisce sulla soddisfazione. Dato importante per la nostra analisi è la non significatività del parametro relativo a *oretv*; non si evidenzia correlazione negativa o positiva tra il tempo trascorso a guardare la televisione e la soddisfazione economica.

Bruni e Stanca in *Watching alone: Relational goods, televisione and happiness*, non ricercano un effetto diretto della televisione sulla soddisfazione, ma ritengono che l'utilizzo di questo mezzo di comunicazione e intrattenimento abbia un effetto sulle "attività relazionali" e attraverso queste si ripercuota indirettamente sulla soddisfazione. Le *relational activities* sono misurate con l'utilizzo di due gruppi di indicatori: il primo si riferisce alle attività di volontariato, sia l'attivo coinvolgimento

che il semplice aderire ad associazioni religiose, sportive, artistiche, ambientali, professionali, ad unioni di lavoratori e partiti politici. Il secondo set si riferisce al tempo speso per le relazioni con genitori, parenti, amici, colleghi di lavoro, persone che partecipano alle vita della chiesa e alle varie associazioni.

Nel nostro elaborato riproponiamo su dati italiani quanto presentato dai due autori su dati americani. Consideriamo solo il primo gruppo di indicatori, per il secondo infatti l'*Analisi Multiscopo* non ci fornisce dati equivalenti.

Costruiamo le due variabili *partecipazione* e *attivitagrattuita*, di cui si riporta la descrizione in ALLEGATO 1, che indicano rispettivamente la semplice partecipazione ad una associazione di volontariato e l'attività gratuita all'interno dell'associazione stessa. Regrediamo prima *partecipazione* e poi *attivitagrattuita* su *oretv* e tutti i regressori, quello che troviamo sono correlazioni negative e significative tra *oretv* ed entrambe le dipendenti.

Variabile dipendente	<i>oretv</i>
<i>partecipazione</i>	-0,03 (-4,86)
<i>attivitagrattuita</i>	-0,03 (-4,81)

Note: regressione probit. L'intero set di regressori è quello riportato in TABELLA 1 con esclusione di *partputnam* e *partolson*. Tra parentesi si riporta lo z-value.

I risultati coincidono per segno con quelli americani con la differenza che Bruni e Stanca suddividono in classi le ore trascorse davanti alla televisione e considerano separatamente le diverse fasce di spettatori, quello che ottengono sono correlazioni negative più consistenti per gli spettatori accaniti; questo significa che, secondo la loro analisi, le persone che guardano con maggior frequenza la televisione hanno meno probabilità di partecipare ad associazioni di volontariato. Nei loro risultati inoltre l'effetto della televisione appare più ampio e maggiormente significativo per l'attivo coinvolgimento nell'associazione che per la semplice partecipazione, differenza che non emerge nella nostra analisi.

Possiamo concludere che al crescere delle ore dedicate allo schermo diminuisce il tempo dedicato alle attività relazionali, queste ultime, rappresentate da *partputnam* e *partolson*, non hanno però una correlazione significativa con la dipendente, di conseguenza non sussiste l'effetto negativo delle ore di televisione sull'appagamento derivante dalla propria situazione economica.

SODDISFAZIONE NELLE RELAZIONI FAMIGLIARI

In TABELLA 2 riportiamo i risultati della regressione di *soddfam* su tutti i regressori. Anche in questo caso si evidenzia una correlazione positiva tra la dipendente e la partecipazione religiosa, la percezione dello stato di salute, lo sport e lo stato civile. Di nuovo gli individui che incontrano gli amici più spesso sono più soddisfatti inoltre le ore dedicate alle faccende domestiche sono negativamente correlate alla soddisfazione familiare. La variabile relativa alla partecipazione sociale (*partputnam*) ha parametro significativo e con segno negativo, probabilmente il tempo dedicato ad associazioni di volontariato è tempo tolto alle relazioni familiari. Dato importante per l'analisi è la significatività del parametro relativo alle ore trascorse a guardare la televisione, in questa regressione ha segno positivo.

Questo risultato inaspettato si contrappone a tutte le riflessioni fatte su dati americani dai diversi autori citati, non si evidenzia infatti l'influenza negativa della televisione sulla soddisfazione da loro riscontrata. Il vantaggio nel nostro elaborato è proprio quello di poter distinguere tra le varie componenti della soddisfazione mentre negli articoli vi è un unico indicatore. Abbiamo cercato di verificare se per gli individui che guardano più di 3 ore di tv al giorno, il parametro fosse ancora significativo e positivo, ci aspettiamo che un abuso dello schermo danneggi le relazioni familiari. Ma in questa regressione il parametro relativo a *oretv* non risulta significativo (p-value 0,50) mentre è significativo e positivo lo stesso parametro nella regressione in cui si considerano gli individui che guardano meno di 3 ore di tv al giorno. I risultati si mantengono anche se usiamo come discriminate tra i due campioni 2 ore di tv invece di 3.

Questa differenza è particolarmente interessante, con questo genere di scissioni del campione riusciamo a cogliere il primo effetto non monotono del nostro elaborato. La televisione ha una conseguenza “benefica” sulle relazioni familiari se consumata con moderazione, è occasione per stare insieme e trascorrere tempo in famiglia; ma se utilizzata in eccesso un suo effetto diretto sulla soddisfazione non sembra esistere.

Bruni e Stanca in *Watching alone: Relational goods, television and happiness*, riscontrano un interessante risultato riguardo la relazione tra famiglia e televisione, infatti nel regredire il tempo dedicato alle relazioni familiari sulle ore spese davanti alla tv, ottengono una correlazione positiva per chi dedica ogni giorno più di due ore allo schermo. Questo risultato è consistente alla luce di quanto affermano alcuni observers secondo i quali la televisione può favorire una maggiore interazione tra i membri della famiglia perché fornisce loro una delle poche opportunità per trascorrere del tempo assieme. Proprio riguardo questo tema è interessante citare una pubblicazione risalente al 1949 di Riley intitolata *Some Observations on the Social Effects of Television*; gli autori cercarono di cogliere gli effetti dell'introduzione della televisione in una cittadina industriale americana di circa 35000 abitanti. Intervistarono tutte le famiglie dotate di televisione (278) e un campione di quelle prive di essa (278) residenti accanto alle precedenti; da un'analisi sui nuovi interessi sviluppati dalle famiglie, dopo aver accolto in casa la televisione, risultò che per chi la possedeva da più di 6 mesi cominciavano a crescere significativamente i momenti liberi trascorsi in casa e il tempo dedicato ai figli. Agli albori dello sviluppo sorprendente di questo mass media, veniva accolto come nuovo centro degli interessi familiari, con l'importante possibilità di dare origine a nuove occasioni di dialogo tra i membri della famiglia, di aiutare la famiglia a trascorrere più tempo assieme e di creare un ponte tra adulti e bambini.

Le opinioni degli studiosi sono molto cambiate con il passare degli anni anche in seguito ad un sensazionale sviluppo della televisione; oggi è difficile vederle riconosciute queste virtuose influenze da parte di qualche esperto.

In conclusione non sembrano confermati su dati italiani i risultati di Bruni e Stanca se consideriamo che tempo dedicato alle relazioni familiari e soddisfazione familiare siano in qualche modo paragonabili (all'aumentare dell'uno aumenta anche l'altro).

Nel nostro campione un eccessivo utilizzo della tv non ha ripercussioni dirette sulla soddisfazione familiare, mentre trascorrere meno di 3 ore o, ancor meglio, meno di 2 ore davanti allo schermo contribuisce ad aumentare l'appagamento nelle relazioni con i familiari. Quest'effetto non monotono è un dato originale e curioso fornito dal nostro lavoro.

SODDISFAZIONE NELLE RELAZIONI CON GLI AMICI

In TABELLA 3 riportiamo i risultati della regressione di *soddamici* su tutti i regressori. Ancora una volta la partecipazione religiosa, la percezione dello stato di salute, lo sport e lo stato civile sono positivamente correlati con la dipendente. Anche per la soddisfazione nelle relazioni con gli amici sembrano essere più soddisfatti gli italiani residenti al centro-nord piuttosto che i meridionali e nei piccoli comuni piuttosto che nelle grandi città. *Partputnam* non è significativa; anche se consideriamo una regressione in cui compaiono le singole variabili che compongono l'aggregato in questione, i parametri non sono significativi al 5%: la partecipazione sociale non sembra essere un fattore determinante nelle relazioni con gli amici. Il parametro relativo ad *oretv* non è significativo. Molto interessante è quello che emerge da due successive regressioni su due particolari sottocampioni; se consideriamo gli individui che guardano la televisione per più di 3 ore al giorno, quello che otteniamo è una correlazione tra *oretv* e *soddamici* significativa e negativa, ma guardando a coloro che consumano il bene televisione per meno di 3 ore al giorno la stessa correlazione è significativa e positiva.

Variabile dipendente	<i>oretv</i> ≤ 3	<i>oretv</i> > 3
<i>Soddamici</i>	0,07 (5,07)	-0,03 (-3,04)

Note: regressione probit. L'intero set di regressori è quello riportato in TABELLA 3. Tra parentesi si riporta lo z-value.

Questo andamento non monotono si presta a curiose interpretazioni: potrebbe essere che trascorrere davanti alla televisione un numero moderato di ore permetta di acquisire conoscenze, curiosità, notizie che arricchiscono le relazioni con gli amici, accrescono il bagaglio culturale-nozionistico della persona e le rendono più facile relazionarsi con chi gli vive intorno. Un abuso nel consumo di questo bene ha invece un effetto in controtendenza perché favorisce l'isolamento dello spettatore dal resto del mondo.

Quest'evidenza econometrica sembra confermare quanto affermato da Bruni e Stanca, scrivono infatti che la televisione crea, apparentemente senza costi e alcuna fatica, non soltanto un rilassante e conveniente intrattenimento, ma anche un luogo virtuale di relazioni e interazioni, completamente artificiali e illusorie, che tende a diventare un sostituto delle reali relazioni sociali. Proprio questo ci suggeriscono i dati: per gli accaniti spettatori la televisione e le relazioni con gli amici sono beni sostituti.

E' importante anche ricordare quanto scrive Corneo: per creare rapporti di amicizia è necessario dedicare tempo alla ricerca di persone compatibili, individuarle ed essere individuati, la probabilità di successo aumenta all'aumentare del tempo dedicato alla ricerca. Per mantenere le relazioni con le persone incontrate è necessario uno sforzo da entrambe le parti per coltivare il rapporto nato e approfondirlo perché possa essere di qualità. I nostri risultati sembrano dare conferma anche a questa interpretazione delle relazioni amicali: il mezzo televisivo se adoperato con parsimonia favorisce l'incontro e lo scambio di opinioni; permette all'individuo di "stare nel mondo", perché ne conosce le vicissitudini e può esprimere le sue opinioni a riguardo. Ma un abuso penalizza una più profonda conoscenza, porta ad un isolamento dello spettatore accanito che vive "fuori dal mondo" in un realtà virtuale, inesistente.

Un'ulteriore analisi porta a distinguere tre sottocampioni: individui che incontrano gli amici più di una volta a settimana (*amicihigh*), da una a quattro volte al mese (*amicimedium*), meno di una volta al mese (*noamici*). Implementando la regressione di partenza su questi sottocampioni si ottengono correlazioni non significative tra *soddamici* e *oretv* per *amicihigh* e *amicimedium*, mentre è significativa e negativa la correlazione tra *soddamici* e *oretv* per *noamici* (-0,02). Ma l'entità dell'effetto marginale (-0,01), non ci porta a risultati rilevanti.

Le variabili *vitasociale* e *divertimento*, che assumono valore 1 se l'individuo va a più di 3 spettacoli fra cinema, teatro, musica ed eventi sportivi e va a ballare più di 3 volte all'anno, sono buoni indicatori delle occasioni di incontro con gli amici. Abbiamo considerato gli individui per cui queste due variabili sono congiuntamente uguali a 1 o congiuntamente nulle ma non abbiamo individuato risultati consistenti e interessanti.

Concludiamo che, secondo la nostra analisi, la televisione è un bene che porta benefici se utilizzato con intelligenza e parsimonia e scatena le sue conseguenze negative nel momento in cui se ne fa, non uso, ma abuso. E' interessante in questa riflessione riprendere quanto afferma Frey in *Does Watching TV Make Us Happy?*, molto spesso le persone guardano più tv di quella che sarebbe per loro ottimale e presentano un problema di autocontrollo. Ricorrono a mezzi di auto disciplina disponendo ad esempio la tv in un mobile chiuso o posizionando una poltrona scomoda davanti allo schermo; tutto questo appare molto irrazionale ma ci aiuta a contestualizzare i nostri risultati e a capire quanto delicato ed importante sia il tema trattato.

Guardando nuovamente alla pubblicazione di Frey, un'obiezione alle nostre affermazioni e a quelle dell'autore è plausibile e doverosa: la causalità può muovere verso due direzioni: chi guarda troppa tv è penalizzato nelle proprie relazioni con gli amici oppure chi ha una vita sociale inesistente semplicemente sceglie di trascorrere molto tempo davanti alla televisione? La questione è aperta.

SODDISFAZIONE NEL TEMPO LIBERO

In TABELLA 4 riportiamo i coefficienti della regressione di *soddtempolib* su tutti i regressori. Come nelle precedenti regressioni la partecipazione religiosa, la percezione dello stato di salute e lo sport sono positivamente correlati con la dipendente. La variabile relativa alla partecipazione politica (*partolson*) è significativa e negativa invece quella relativa alla partecipazione sociale (*partputnam*) non è significativa; regredendo *soddtempolib* su tutti i regressori e su *partputnam* disaggregata in due variabili relative alla semplice partecipazione e all'attivo coinvolgimento nelle associazioni, si evidenzia una correlazione positiva tra la dipendente e l'attività

gratuita. Le due variabili relative alle ore settimanali di lavoro rispettivamente stipendiato e domestico (*tempolavoro* e *tempolavdom*), sono significative e hanno segno negativo, sono infatti ore tolte al tempo libero. Di nuovo riscontriamo una maggiore soddisfazione per chi risiede al centro-nord e in piccoli comuni. Il parametro che più ci interessa è relativo a *oretv* che in questo caso è significativo e con segno positivo.

E' noto da tempo che una delle principali attività nel tempo libero è guardare la televisione: è poco costosa, comoda perché ognuno di noi la può tranquillamente vedere in casa, non è un'attività che richiede particolari doti e grandi energie, inoltre è ritenuta terapeutica perché rilassante.

Alla luce di quanto riscontrato è curioso verificare se quanto afferma Corneo in *Work and television* può essere confermato dai dati italiani. L'autore appura un'interessante correlazione positiva tra ore lavorate e ore trascorse davanti al televisore nei diversi Paesi del mondo. Sembra che chi lavora di più, guardi anche più tv.

Due semplici regressioni ci svelano una connessione tra le nostre conclusioni e quelle di Corneo: consideriamo due sottocampioni di individui, rispettivamente coloro che lavorano più o meno di 40 ore settimanali; eseguiamo la regressione di partenza sui due gruppi, quello che otteniamo sono correlazioni positive e significative tra *oretv* e *soddtempolib* ma con diversi effetti marginali.

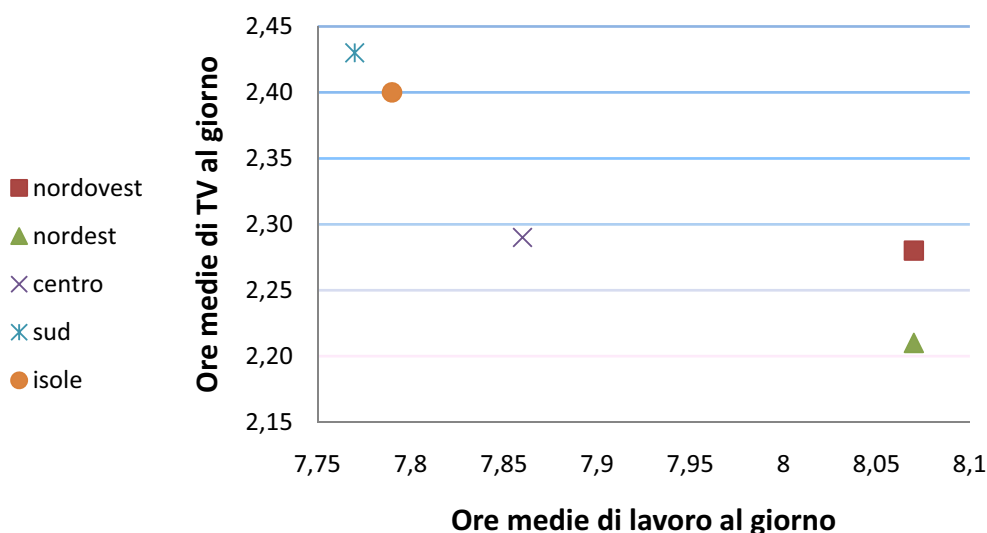
Variabile dipendente	<i>tempolavoro</i> ≥40		<i>tempolavoro</i> <40	
	<i>oretv</i>		<i>Oretv</i>	
<i>soddtempolib</i>	probit 0,06	effetto marginale 0,02 (5,10)	probit 0,03	effetto marginale 0,009 (4,84)

Note: regressione probit. L'intero set di regressori è quello riportato in TABELLA 4. Tra parentesi si riporta lo z-value.

L'effetto marginale per il gruppo che lavora più di 40 ore settimanali è maggiore rispetto a quello individuato nel secondo gruppo; questo risultato sembra dare conferma alle ipotesi di Corneo: coloro che dedicano al lavoro un numero elevato di

ore trovano più soddisfazione nel guardare la televisione, questo perché hanno meno energie da dedicare alle attività del tempo libero ed è più difficile per loro organizzarsi e incontrarsi con gli amici, soprattutto se anche questi ultimi lavorano molto; gli individui con un tempo dedicato al lavoro inferiore al tempo medio hanno la possibilità di scegliere tra diverse attività avendo a disposizione una quantità superiore di tempo libero da allocare. Il risultato trovato, che attribuisce al bene di consumo “televisione” la capacità di far aumentare la soddisfazione del tempo libero in modo più consistente per gli accaniti lavoratori, è un segnale di validità della teoria proposta da Corneo.

Nel nostro campione la correlazione tra *oretv* e *tempolavoro*, come ha riscontrato Corneo, è negativa (-0,24), è ragionevole ritenere che lavorando di più si abbia meno tempo da dedicare a tutte le attività che svolgiamo nel tempo libero, quindi anche alla tv. Corneo propone un’analisi che confronta l’andamento della correlazione tra televisione e lavoro in diversi Paesi, ne sceglie alcuni di rappresentativi per diverse condizioni di vita, politiche economiche e culturali, osserva inoltre per ognuno le ore medie annuali di televisione e lavoro nel periodo 1994-2000. Guardando all’Italia è risaputo che ci sono diversità tra nord e sud di tipo economico e culturale, ovviamente non sono marcate come quelle esistenti tra Paesi diversi, ma possiamo suddividere il nostro campione guardando alle distinte aree geografiche; i dati che abbiamo a disposizione sono relativi al 2002, riproponiamo quanto svolto da Corneo limitandoci ad un unico anno di riferimento.



In ascissa troviamo le ore medie di lavoro al giorno e in ordinata le ore medie di TV al giorno per gli occupati. Quello che otteniamo è un andamento approssimativamente lineare con inclinazione negativa. Come Corneo possiamo concludere che le quantità di ore spese per guardare la televisione e lavorare sono differenti nelle diverse aree geografiche ma non possiamo affermare che sussiste una correlazione positiva tra tv e lavoro bensì negativa come a livello individuale.

Altra distinzione possibile nel campione è tra uomini e donne, le ore medie lavorate per i due sessi sono infatti molto diverse, le donne occupate lavorano in media 35 ore settimanali mentre gli uomini occupati ne lavorano 43. Le correlazioni tra *tempolavoro* e *oretv* che troviamo sono rispettivamente -0,04 per i maschi e -0,06 per le femmine; all'aumentare di un'ora del tempo lavorato diminuisce il tempo dedicato alla televisione in modo più marcato per le donne anche se le correlazioni sono molto piccole. Rimane l'effetto positivo secondo il quale, se considerando gli occupati, le donne, che svolgono meno attività lavorativa, dedicano più tempo allo schermo degli uomini (ore tv medie per le donne 2,39 e per gli uomini 2,26).

CONCLUSIONI

Ripercorrendo brevemente i risultati a cui siamo pervenuti, possiamo riconoscere un'importante analogia con il lavoro di Bruni e Stanca; come gli autori hanno riscontrato un'influenza negativa della televisione sulle attività relazionali nei dati della World Values Survey, così noi abbiamo individuato la stessa relazione su dati Istat relativi all'Italia. In psicologia le relazioni interpersonali sono chiave determinante dello "stare bene" e la televisione, per le sue intrinseche caratteristiche, gioca un ruolo chiave nel distruggerle. Secondo la nostra analisi la soddisfazione economica non è però indirettamente influenzata dalle ore trascorse davanti allo schermo perché il consumo di beni relazionali non ha alcuna influenza sulla gratificazione economica.

Per quanto riguarda la soddisfazione nelle relazioni familiari, la letteratura economica di cui disponiamo attribuisce alla televisione un ruolo chiave in famiglia: per alcuni lede la comunicazione e l'interazione tra i membri della stessa, mentre per altri può favorire una maggiore interazione tra i componenti fornendo loro una delle poche opportunità per trascorrere del tempo assieme; i nostri dati evidenziano un andamento non monotono, infatti nella regressione da noi implementata, il parametro di correlazione tra ore di tv e soddisfazione nelle relazioni familiari è significativo e positivo solo per coloro che dedicano alla televisione meno di 3 ore al giorno mentre non lo è per chi trascorre più tempo davanti allo schermo. Sembra quindi che la televisione possa

essere un bene per la famiglia e ne favorisca la soddisfazione nelle relazioni solo se usata con moderazione.

Risultati altrettanto interessanti e curiosi sono quelli relativi alla soddisfazione nelle relazioni con gli amici; in quest'ambito la televisione sembra rivestire un ruolo duplice, ha la capacità di facilitare e favorire le relazioni con gli amici se usata con ragionevolezza, mentre può essere causa di isolamento e danneggiamento dei rapporti amicali stessi se adoperata in eccesso. Il rischio di un abuso del bene televisione può dare origine ad un *“luogo virtuale di relazioni e interazioni, completamente artificiali e illusorie, che tende a diventare un sostituto delle reali relazioni sociali”*.

Interessanti sono anche le conclusioni a cui siamo giunti analizzando la soddisfazione nel tempo libero; in questa fase abbiamo cercato di saggiare i risultati di Corneo sui dati italiani. Abbiamo riscontrato che chi dedica più tempo al lavoro trova più soddisfazione nel guardare la televisione e guardando alle diverse regioni italiane risulta che procedendo da nord verso sud diminuiscono le ore di lavoro e aumentano quelle di tv anche se in misura minima. Non abbiamo quindi riscontrato la correlazione positiva tra *oretv* e *tempolavoro* individuata da Corneo confrontando diversi Paesi ma a livello regionale come a livello individuale permane la correlazione negativa tra le due variabili.

E' importante sottolineare alcuni limite dell'analisi. Il primo è dovuto alla natura dei dati utilizzati, la variabile *oretv* contiene le risposte degli intervistati alla domanda “Nei giorni in cui guarda la televisione, generalmente per quanto tempo al giorno la guarda?”; alla luce di questo è difficile sapere come l'individuo abbia interpretato il quesito. Potrebbe aver riportato nel questionario le ore in cui guarda la televisione e contemporaneamente svolge altre attività oppure il tempo che effettivamente dedica solo allo schermo. Questo stesso problema di interpretabilità può essere ripetuto per le variabili di soddisfazione, gli intervistati in quanto persone diverse hanno probabilmente un metro di valutazione distinto, nonostante questo i dati di soddisfazione individuale vengono sommati. A livello teorico però l'utilità, che in una branca dell'economia viene abitualmente usata come misura del benessere, essendo ordinale e non cardinale non potrebbe essere sommata. Non possiamo inoltre escludere errori di tipo teorico-empirico, potremmo infatti aver escluso alcune variabili

rilevanti che influenzano la soddisfazione e aver attribuito impropriamente l'effetto di queste alle altre incluse. Un'altra obiezione è quella relativa alla causalità, potrebbe essere, come abbiamo ipotizzato, che chi guarda più tv è meno incline alle relazioni interpersonali e alla partecipazione sociale oppure viceversa le persone meno soddisfatte delle proprie relazioni interpersonali guardano più tv; non abbiamo strumenti per decidere in quale direzione muove la causalità, ci limitiamo a supposizioni. I dati Istat ci limitano nella possibile soluzione di alcuni di questi problemi o nel possibile approfondimento dell'analisi, non ci permettono infatti di disporre di campioni di tipo *panel* che contengono osservazioni ripetute relative alla stessa unità e ad un certo numero di periodi. Questo genere di dati in molti casi comporta la possibilità di identificare i parametri anche in presenza di regressori endogeni o di errori di misura, inoltre rendono possibile l'analisi delle variazioni a livello individuale.

Concludiamo con le parole di Popper, *“la televisione, potenzialmente certo, così come è una tremenda forza del male potrebbe essere una tremenda forza per il bene. Potrebbe, ma è assai improbabile che questo accada. La ragione è che il compito di diventare una forza culturale per il bene è terribilmente difficile.”*

ALLEGATO 1

VARIABILE	ETICHETTA	DESCRIZIONE
eta	eta dell'intervistato	misurata in anni compiuti
eta2	età al quadrato	
sesto	sesto dell'intervistato	dummy che assume valore 1 se femmine
stato civile	stato civile dell'intervistato	dummy che assume valore 1 se coniugato
percstatsalute	percezione dello stato di salute dell'individuo	dummy che assume valore 1 se buono
amici	l'individuo frequenta gli amici più di qualche volta al mese	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
oretv	ore giornaliere di visione della televisione	variabile continua che assume valori tra 0 e 20
quotidiani	lettura dei quotidiani almeno una volta a settimana	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
libri	lettura di libri negli ultimi 12 mesi	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
chiesa	l'individuo si reca in chiesa o altro luogo di culto almeno qualche volta al mese	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
partvolont	partecipazione a riunioni di associazioni o a gruppi di volontariato (negli ultimi 12 mesi)	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
partecopace	partecipazione a riunioni di associazioni ecologiche, per i diritti civili o per la pace (negli ultimi 12 mesi)	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
partasscult	partecipazione a riunioni di associazioni culturali, ricreative o di altro tipo (negli ultimi 12 mesi)	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
attgratassvolont	attività gratuita per associazioni o gruppi di volontariato (negli ultimi 12 mesi)	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
attgratassnonvolont	attività gratuita per una associazione non di volontariato (negli ultimi 12 mesi)	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
soddecon	soddisfazione della propria situazione economica	dummy che assume valore 1 se l'individuo è abbastanza o molto soddisfatto

soddfam	soddisfazione delle proprie relazioni familiari	dummy che assume valore 1 se l'individuo è abbastanza o molto soddisfatto
soddamici	soddisfazione delle proprie relazioni con amici	dummy che assume valore 1 se l'individuo è abbastanza o molto soddisfatto
soddtempolib	soddisfazione del proprio tempo libero	dummy che assume valore 1 se l'individuo è abbastanza o molto soddisfatto
confrontoannoprima	confronto con la situazione economica dell'anno precedente	dummy che assume valore 1 se è migliorata
nordovest	l'individuo risiede nell'Italia Nord-Occidentale	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
nordest	l'individuo risiede nell'Italia Nord-Orientale	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
centro	l'individuo risiede nell'Italia Centrale	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
sud	l'individuo risiede nell'Italia Meridionale	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
isole	l'individuo risiede nell'Italia Insulare	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
metropoli	comuni centro di area metropolitana	dummy che assume valore 1 se l'individuo risiede nell'area indicata
periferia	comuni periferia di area metropolitana	dummy che assume valore 1 se l'individuo risiede nell'area indicata
comuni2	comuni fino a 2000 abitanti	dummy che assume valore 1 se l'individuo risiede nell'area indicata
comuni10	comuni con 2001-10000 abitanti	dummy che assume valore 1 se l'individuo risiede nell'area indicata
comuni50	comuni con 10001-50000 abitanti	dummy che assume valore 1 se l'individuo risiede nell'area indicata
comuni	comuni con oltre 50000 abitanti	dummy che assume valore 1 se l'individuo risiede nell'area indicata
analfabeta	l'individuo non ha nessun titolo di studio	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
scuola obbligo	l'individuo ha licenza elementare, media inferiore o diploma di media superiore (2-3 anni)	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
scuola superiore	l'individuo ha diploma di media superiore (4-5 anni)	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
laurea	l'individuo ha diploma universitario, laurea, specializzazione post-	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa

	laurea o dottorato	
occupazione	l'individuo è occupato	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
disoccupazione	l'individuo è in cerca di prima o nuova occupazione	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
inattivi	l'individuo non appartiene alla forza lavoro	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
tempolavoro	tempo di attività lavorativa a settimana	variabile continua che assume valori tra 0 e 99
tempolavdom	tempo di lavoro domestico e familiare a settimana	variabile continua che assume valori tra 0 e 99
sport	l'individuo pratica sport in modo continuativo o saltuario	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
amicigh	l'individuo vede gli amici piu di una volta alla settimana	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
amicimedium	l'individuo vede gli amici da 1 a 4 volte al mese	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
noamici	l'individuo vede gli amici meno di 1 volta al mese	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
vasociale	l'individuo va a piu di 3 spettacoli all'anno, fra cinema, teatro, musica ed eventi sportivi	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
divertimento	l'individuo va a ballare piu di 3 volte all'anno	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
partolson	l'individuo partecipa con tempo a partiti, sindacati o associazioni professionali o di categoria	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
partputnam	l'individuo partecipa con tempo ad associazioni di volontariato, ecologiche, per i diritti civili e per la pace, culturali o ricreative	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
partecipazione	l'individuo partecipa ad associazioni di volontariato, ecologiche, per i diritti civili e per la pace, culturali, ricreative, professionali, sindacali o politiche	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa
attivitagratuata	l'individuo partecipa attivamente dedicando tempo a associazioni di volontariato, non di volontariato, partiti o sindacati	dummy che assume valore 1 se la risposta è affermativa

ALLEGATO 2

VARIABILE	OSSERVAZIONI	MEDIA	STD. DEV.	MIN	MAX
<i>eta</i>	30076	47,01	19,29	14	104
<i>eta2</i>	30076	2582,03	1930,83	196	10609
<i>sesto</i>	30076	0,51	0,50	0	1
<i>statocivile</i>	30076	0,57	0,49	0	1
<i>percstatsalute</i>	29810	0,91	0,28	0	1
<i>amici</i>	30008	0,88	0,33	0	1
<i>oretv</i>	30076	2,80	1,74	0	20
<i>quotidiani</i>	28776	0,38	0,48	0	1
<i>libri</i>	29918	0,42	0,49	0	1
<i>chiesa</i>	29848	0,52	0,50	0	1
<i>partvolont</i>	29513	0,06	0,24	0	1
<i>partecipazione</i>	29468	0,02	0,14	0	1
<i>partasscult</i>	29525	0,09	0,29	0	1
<i>attgratassvolont</i>	29730	0,09	0,29	0	1
<i>attgratassnonvolont</i>	29664	0,04	0,19	0	1
<i>soddecon</i>	30076	0,60	0,49	0	1
<i>soddfam</i>	30076	0,94	0,23	0	1
<i>soddamici</i>	30076	0,87	0,33	0	1
<i>soddtempolib</i>	30076	0,68	0,47	0	1
<i>confrontoannoprime</i>	29909	0,07	0,26	0	1
<i>nordovest</i>	30076	0,20	0,40	0	1
<i>nordest</i>	30076	0,23	0,42	0	1
<i>centro</i>	30076	0,19	0,39	0	1
<i>sud</i>	30076	0,28	0,45	0	1
<i>isole</i>	30076	0,11	0,31	0	1
<i>metropoli</i>	30076	0,11	0,31	0	1
<i>periferia</i>	30076	0,10	0,29	0	1
<i>comuni2</i>	30076	0,09	0,28	0	1
<i>comuni10</i>	30076	0,28	0,45	0	1
<i>comuni50</i>	30076	0,26	0,44	0	1
<i>comuni</i>	30076	0,17	0,38	0	1
<i>analfabeta</i>	30076	0,06	0,24	0	1
<i>scuolaobbligato</i>	30076	0,61	0,49	0	1
<i>scuolasuperiore</i>	30076	0,26	0,44	0	1
<i>laurea</i>	30076	0,07	0,26	0	1
<i>occupazione</i>	30076	0,44	0,50	0	1
<i>disoccupazione</i>	30076	0,05	0,22	0	1
<i>inattivi</i>	29718	0,50	0,50	0	1
<i>tempolavoro</i>	30076	18,11	21,30	0	99,98
<i>tempolavdom</i>	30076	16,51	19,52	0	99,98
<i>sport</i>	30031	0,28	0,45	0	1
<i>amicighigh</i>	30008	0,53	0,50	0	1

<i>amicimedium</i>	30008	0,35	0,48	0	1
<i>noamici</i>	30008	0,12	0,33	0	1
<i>vitasociale</i>	29829	0,43	0,49	0	1
<i>divertimento</i>	29813	0,15	0,36	0	1
<i>partolson</i>	29480	0,15	0,35	0	1
<i>partputnam</i>	29504	0,17	0,37	0	1

TABELLA 3

Probit regression

Number of obs = 28506

LR chi2(33) = 3616.16

Prob > chi2 = 0.0000

Log likelihood = -9122.7384

Pseudo R2 = 0.1654

<i>soddamici</i>	Coef.	z	P> z
<i>oretv</i>	-.0078626	-1.35	0.177
<i>chiesa</i>	.1914673	8.76	0.000
<i>amicihigh</i>	1.283658	42.10	0.000
<i>amicimediu</i>	.8056016	28.44	0.000
<i>libri</i>	.0592841	2.33	0.020
<i>quotidiani</i>	.1591851	6.48	0.000
<i>partputnam</i>	.0252124	0.74	0.459
<i>partolson</i>	-.0335385	-0.98	0.329
<i>vitassociale</i>	.1246509	4.51	0.000
<i>divertimento</i>	.0864165	2.27	0.023
<i>percstatsa~e</i>	.2602463	7.53	0.000
<i>sport</i>	.0793223	2.74	0.006
<i>confrontoa~a</i>	-.0892843	-2.19	0.029
<i>eta</i>	-.0066498	-1.85	0.065
<i>eta2</i>	.0000506	1.45	0.148
<i> Sesso</i>	-.0737014	-2.68	0.007
<i>statocivile</i>	.1859268	7.27	0.000
<i>analfabeta</i>	-.0878386	-1.42	0.155
<i>scuolaobbl~o</i>	.0241801	0.52	0.602
<i>scuolasupe~e</i>	.0283432	0.61	0.544
<i>occupazione</i>	.0203712	0.39	0.695
<i>disoccupaz~e</i>	-.0225164	-0.43	0.664
<i>tempolavoro</i>	-.0000406	-0.03	0.973
<i>tempolavdom</i>	-.0007581	-1.04	0.297
<i>nordovest</i>	.2254184	5.70	0.000
<i>nordest</i>	.1308914	3.38	0.001
<i>centro</i>	.1618415	4.11	0.000
<i>sud</i>	-.1027492	-2.87	0.004
<i>metropoli</i>	-.1320965	-3.32	0.001
<i>periferia</i>	-.041204	-0.99	0.320
<i>comuni2</i>	.0886186	2.00	0.045
<i>comuni10</i>	.0722805	2.24	0.025
<i>comuni50</i>	-.0084219	-0.26	0.794
<i>costante</i>	-.1303514	-1.18	0.239

BIBLIOGRAFIA

Bruni, L., Stanca, L., 2006. Income aspirations, television and happiness: evidence from the World Values Survey. *Kyklos* 59, 209–225.

Bruni, L. and L.M. Stanca (2005b). Watching Alone: Relational Goods, Television and Happiness, University of Milan Bicocca, Economics Department, Working Paper No. 90, (http://dipeco.economia.unimib.it/pdf/pubblicazioni/wp90_05.pdf), forthcoming. *Journal of Economic Behavior and Organization*.

Corneo, G., 2005. Work and television. *European Journal of Political Economy* 21, 99–113.

Frey, B.S., Benesch, C., Stutzer, A., 2005. Does watching TV make us happy? Working Paper No. 241, Institute for Empirical Research in Economics, University of Zurich.

Giovanni Paolo II, Messaggio per la XXVIII Giornata Mondiale delle Comunicazioni sociali *Televisione e famiglia: criteri per sane abitudini nel vedere*, del 24-1-1994, in *L'Osservatore Romano*, 24/25-1-1994. Traduzione dall'originale in inglese e titolo redazionali. *Cristianità*, 225-226 (1994).

Karl R. Popper, John Condry. *Cattiva Maestra Televisione*. Marsilio 2002.

Norberto González Gaitano, *Cristianità* n. 290-291 (1999). La sindrome di Sherazade e altri effetti diseducativi della televisione.

Riley, J., Cantwell, R., Ruttiger, K., 1949. Some observations on the social effects of television. *Public Opinion Quarterly* 13, 223–224.

Shrum, L.J., J.E. Burroughs and A. Rindfleisch (2005). Television's Cultivation of Material Values, *Journal of Consumer Research*, vol. 32, n.3, 473-479. Publisher with University of Chicago.

Verbeek Marno (2005). *Econometria*. Zanichelli.