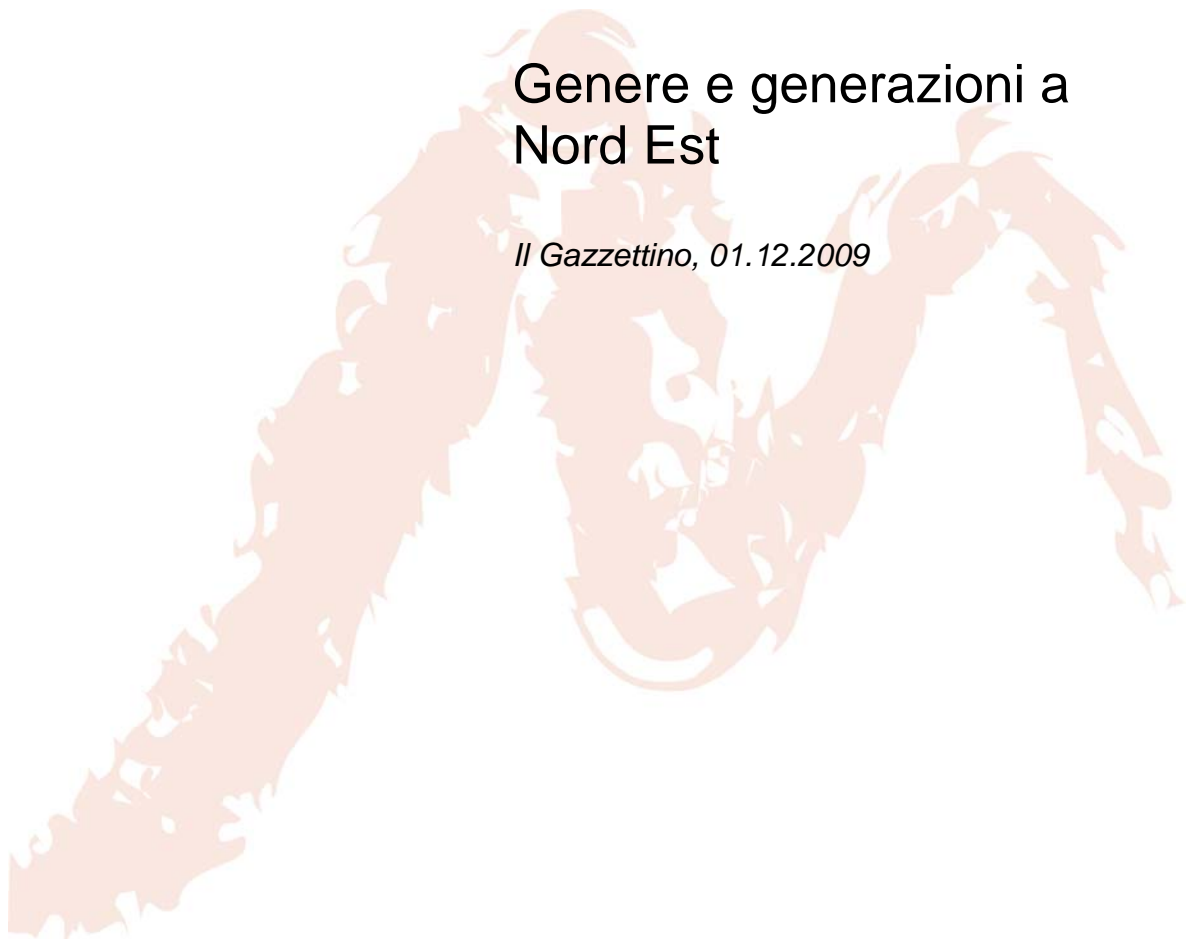


OSSERVATORIO
NORD EST

Genere e generazioni a
Nord Est

Il Gazzettino, 01.12.2009



NOTA METODOLOGICA

I dati dell'Osservatorio sul Nord Est, curato da Demos & Pi, sono stati rilevati dalla società Demetra con tecnica CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing). I tre sondaggi telefonici si svolsero rispettivamente nelle date: 23-25 gennaio 2009 (1021 casi – supervisione CATI: Giovanni Pace); 4- 6 Maggio 2009 (1033 casi – supervisione CATI: Giovanni Pace); 1-3 Settembre 2009 (1026 casi – supervisione CATI: Claudio Zilio). I campioni sono in tutte e tre le rilevazioni statisticamente rappresentativi della popolazione, con 15 anni e più, residente in Veneto, Friuli-Venezia Giulia e nella Provincia di Trento, per area geografica, sesso e fasce d'età.

Fabio Bordignon e Natascia Porcellato hanno curato la parte metodologica, organizzativa e l'analisi dei dati. Lorenzo Bernardi ha fornito consulenza sugli aspetti metodologici. L'Osservatorio sul Nord Est è diretto da Ilvo Diamanti.

Il documento completo si trova sul sito www.agcom.it.

TRA GENERAZIONI UN DIALOGO OLTRE INTERNET

di Paola Milani*

Tra i ragazzi nati dopo il '90, dopo la diffusione di Internet, definiti nativi digitali, e gli adulti, Gutenberg nativi, nati e cresciuti con il libro, le distanze sembrano approfondirsi sempre più.

Gli appartenenti alla generazione fra i 15 e i 24 anni sono, nella sostanza, dei nativi digitali: quasi il 90% usa internet, contro al 50% della generazione tra i 45 e i 60 anni. Le differenze di genere si assottigliano nel passaggio fra le generazioni: le donne tra i 45 e i 60 anni che usano internet sono il 37% circa, mentre gli uomini sono il 63%, ma le donne tra i 15 e i 24 anni arrivano al 94%.

E superano addirittura gli uomini (87%).

Questa differenza fra le 2 generazioni segna una forte discontinuità: i ragazzi prediligono l'accesso ai contenuti in formato elettronico, sono abituati a comunicare tramite computer e cellulari, apprendono meglio attraverso processi non lineari. Nonostante i genitori di questi New Millennium Learners siano già alfabetizzati all'uso dei nuovi media, appaiono, nei loro confronti, degli immigranti digitali in un mondo che, in quanto figli di Gutenberg, non conoscono appieno. Questa differenza sembra mettere in crisi le possibilità di dialogo fra le generazioni: non è solo il modo in cui si comunica, ma l'ambiente globale in cui si comunica ad essere diverso. Cambia il modo di apprendere, di stare in relazione, addirittura di amare: ci si conosce su Facebook ci si frequenta su Messenger, ci si lascia con un SMS... forse, per i Gutenberg nativi, è finita persino la possibilità di educare i nativi digitali.

Se si osservano le risposte alla domanda: "Ha conosciuto persone tramite internet?", si nota ancora una differenza generazionale molto marcata, in quanto il fenomeno conosce un trend crescente, ma non tanto quanto quello relativo all'uso complessivo di internet.

Come dire: c'è molto che cambia nel passaggio fra le generazioni, molto di più che in qualunque altra epoca, ci sono dei cambiamenti congiunturali, ma alcuni elementi strutturali permangono. Uno di questi è il bisogno di relazioni umane solide, non liquide; reali, non virtuali. Lo avvertono tutti, anche i più giovani, di più le donne degli uomini, come è sempre stato.

La notizia cioè sembra questa: internet è uno strumento fondamentale per le vecchie e ancor di più per le nuove generazioni, ma il bisogno di stare in relazione, di comprendersi, definirsi in quanto persone umane in rapporto a un tu reale, eccede il fenomeno. A coloro che abbandonano il campo, molti ultimamente soprattutto fra insegnanti e genitori scoraggiati dall'eccesso di differenza nei linguaggi, nei comportamenti e nelle forme esteriori, va detto che questa differenza fra Gutenberg nativi e digital kids è forse il sale di una nuova possibilità: è proprio perché non siamo mai stati così diversi che, come recita il titolo di un recente best-seller, l'educazione non è finita.

Bruner diceva che l'educazione si "fa" la sera a casa quando la famiglia si riunisce intorno alla tavola, parla della giornata trascorsa e insieme cerca un senso agli eventi. Questa urgenza di spazi di parola e di ricerca condivisa di senso oltrepassa le trasformazioni epocali, i confini di genere e di generazione e permane come una costante dell'uomo che cresce.

* Professore associato, Pedagogia generale,
Dipartimento di Scienze dell'Educazione - Università degli Studi di Padova

COSI' LE GIOVANI DONNE STRAVINCONO SUI MASCHI

di Natascia Porcellato

Giovani, adulti, uomini, donne: a confronto. L'Osservatorio sul Nord Est, curato da Demos per *Il Gazzettino*, oggi si concentra sulle differenze di genere e generazione che possiamo intravedere nella società nordestina contemporanea. I risultati più interessanti arrivano dalle componenti di età giovane (compresa tra i 15 e i 24 anni) e adulta (tra i 45 e i 60 anni): due generazioni lontane ma legate poiché, idealmente, corrispondono alla classe dei "genitori" e dei "figli". Inoltre, la distinzione in base al genere permetterà di capire meglio comportamenti e atteggiamenti di "figli" e "figlie", "madri" e "padri" in relazione all'istruzione, nel rapporto con la religione e i temi etici, e in comportamenti sociali come il consumo di alcol e l'utilizzo di Internet

Di particolare interesse appare il profilo delle giovani donne, che sembrano delineare un'immagine di sé meno legata a vincoli o stereotipi del passato. Lontane dalle proprie madri, ma anche dai padri e dai coetanei, le ragazze appaiono infatti contraddistinte da una serie di "più": più istruite, più cosmopolite, più secolarizzate, più propense al frequente consumo di (super)alcolici.

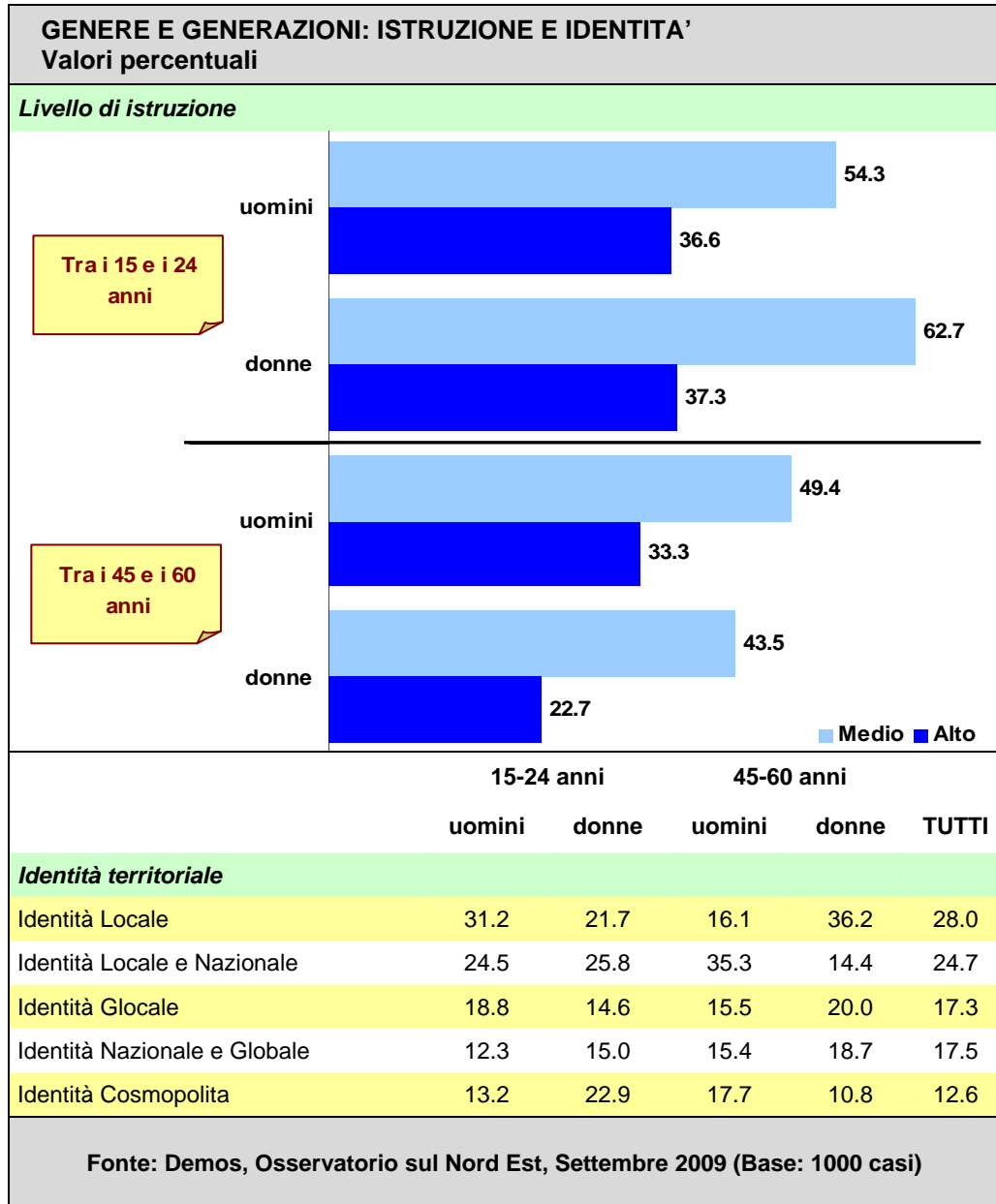
Istruzione e identità. Il livello di istruzione è il primo fattore su cui puntiamo l'attenzione. (Abbiamo considerato il livello medio e alto, dato che la classe dei giovani include ragazzi che al momento dell'intervista possono disporre della sola licenza media.) Le giovani donne sono maggiormente istruite rispetto ai coetanei, ma anche agli adulti: oltre il 63% ha infatti un livello di istruzione medio, a cui va aggiunto un altro 38% che ha già ottenuto un diploma o una laurea. Dal punto di vista dell'identità territoriale, invece, vediamo come il loro orizzonte, oltre che locale e nazionale (26%), veda una consistente componente di "cosmopolite" (23%), marcando una certa differenza sia rispetto ai ragazzi coetanei (che condividono con le madri una maggiore propensione per i riferimenti locali) che ai padri (più concentrati verso l'identità locale e nazionale).

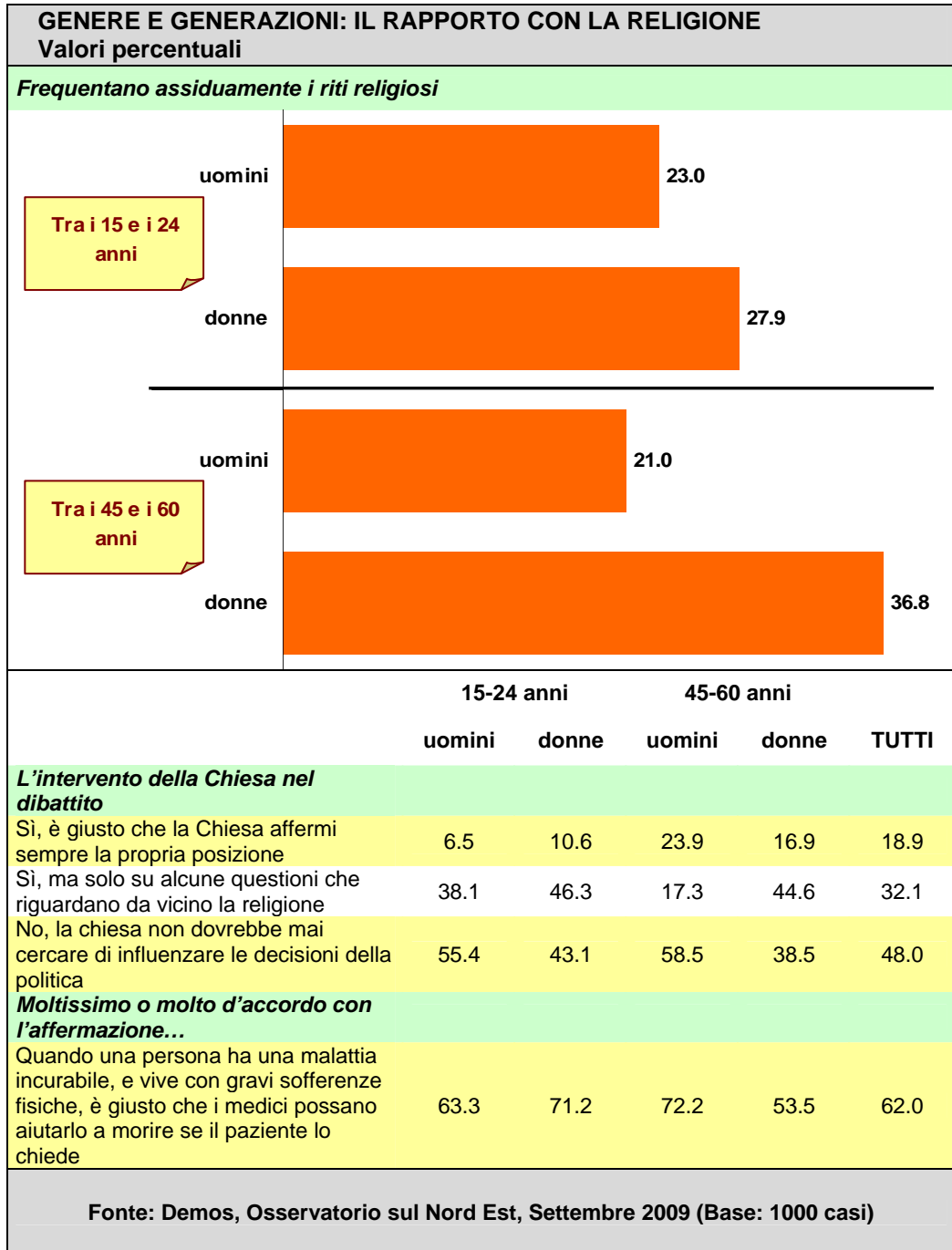
Il rapporto con la religione. Anche il fattore religioso offre spunti interessanti. Rispetto agli uomini, le donne tendono a frequentare maggiormente i riti religiosi, ma tra queste è importante distinguere: tra le "madri" è il 37% a frequentare tutte le settimane i riti religiosi; le più giovani, invece, si fermano al 28%. La partecipazione più assidua rispetto ai coetanei maschi, tuttavia, non impedisce a queste ragazze di

avere un approccio disincantato verso le questioni religiose: infatti, sono più aperte all'eutanasia (71%), e l'intervento della Chiesa è gradito purché limitato a questioni strettamente attinenti alla religione (46%).

La rete che separa le generazioni. L'utilizzo di Internet appare legato soprattutto all'età, dividendo giovani e adulti. Oltre l'80% dei ragazzi è un internauta assiduo, senza apprezzabili distinzioni di genere. Il distinguo tra uomini e donne, invece, è rilevante per la generazione degli adulti: infatti, mentre tra i padri gli internauti assidui sono circa 45% le madri si fermano al 22%.

Il consumo di alcol. Un tratto distintivo della giovane generazione è il modello di consumo di alcol: i giovani sono soprattutto *bevitori frequenti*, in cui l'alcol è probabilmente legato a uscite settimanali in bar o pub; gli adulti, invece, prediligono un consumo quotidiano, che accompagna ai pasti. Anche la scelta degli alcolici segue la frattura generazionale e di uso: padri e madri privilegiano il vino, tipica bevanda di accompagnamento per pranzi e cene, mentre i giovani scelgono la birra e, soprattutto le ragazze, i superalcolici.





GENERE E GENERAZIONI: IL CONSUMO DI ALCOL					
Valori percentuali					
	15-24 anni		45-60 anni		TUTTI
	uomini	donne	uomini	donne	
<i>Frequenza con cui beve</i>					
Bevitori abituali	11.2	0.0	40.1	19.7	22.6
Bevitori frequenti	51.3	45.5	25.1	10.5	24.9
Bevitori occasionali	26.8	29.0	15.1	18.5	19.1
Non bevitori	10.7	25.5	19.7	51.4	33.4
<i>Cosa consuma</i>					
Superalcolici	8.4	25.4	3.2	0.9	5.1
Vino	27.3	26.8	75.7	81.9	62.0
Birra	58.6	42.7	15.2	14.2	28.6
Tutti / allo stesso modo	4.6	1.6	5.2	1.1	3.0
Altro	1.1	3.5	0.7	2.0	1.3
Fonte: Demos, Osservatorio sul Nord Est, Maggio 2009 (Base: 1000 casi)					

GENERE E GENERAZIONI: LE NUOVE TECNOLOGIE					
Valori percentuali					
	15-24 anni		45-60 anni		TUTTI
	uomini	donne	uomini	donne	
<i>Con quale frequenza utilizza internet?</i>					
Non internauti	12.4	6.2	36.6	63.2	46.5
Internauti salutari	4.2	11.7	18.0	14.5	12.9
Internauti assidui	83.5	82.1	45.4	22.2	40.5
<i>Ha conosciuto persone tramite internet?</i>					
No, non ho mai conosciuto nessuno attraverso internet	47.7	65.4	80.4	98.5	80.0
Sì, e poi ci siamo anche incontrati di persona	24.6	13.6	15.8	1.1	10.7
Sì, ma non ci siamo mai incontrati	27.7	21.0	3.8	0.4	9.3
Fonte: Demos, Osservatorio sul Nord Est, Gennaio 2009 (Base: 1000 casi)					