

DAL MONDO AL SÉ, I VALORI DEI GIOVANI DELLA MARCA



Le preoccupazioni si chiamano guerra e terrorismo

Guerra e terrorismo da un lato, immigrazione e disoccupazione dall'altro: sono i fattori che più preoccupano i giovani che vivono nella Marca. Le fasce dei 18-24 anni e quella degli over 24 sono i segmenti che manifestano in maniera più marcata un timore verso le minacce del terrorismo. Nello specifico, poi, gli over 24 sono anche preoccupati dalla difficile congiuntura economica e dal crescente problema della disoccupazione. Quest'ultimo tema affligge soprattutto le ragazze (30% contro il 15% dei ragazzi). L'immigrazione è un fattore critico che preoccupa i trentenni, mentre i più giovani appaiono maggiormente idealisti: razzismo e inquinamento ambientale sono le preoccupazioni degli under 18 che vivono nel territorio trevigiano.



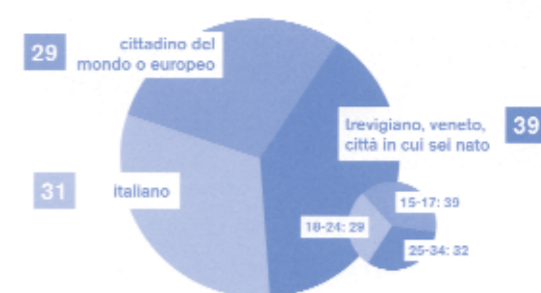
Che cosa preoccupa i giovani?

Terrorismo	58%
Guerre	47%
Inquinamento ambientale	23%
Disoccupazione	22%
Immigrazione	20%
Razzismo	13%

Identità territoriale e trevigianità

I giovani trevigiani hanno un'identità plurima, proiettata in modo significativo sul local. Essere trevigiani significa per i giovani sentirsi parte di un mondo, esprimere una cultura particolare e un modus vivendi specifico, riconoscibile e tramandabile. Non mancano, tuttavia, le spinte verso un'identità nazionale e cosmopolita. I giovani della Marca non hanno difficoltà a definirsi italiani e nemmeno cittadini del mondo: latita, invece, il senso di appartenenza alla dimensione europea.

Tu ti senti soprattutto:



I trevigiani secondo i giovani: individualisti e provinciali

Individualismo, provincialismo e laboriosità sono le caratteristiche che meglio descrivono i trevigiani secondo i ragazzi e le ragazze della Marca. Una realtà locale autoreferenziale e autocentrata è quella che appare agli occhi dai giovani. È un giudizio che denota una certa critica da parte dell'universo giovanile del sistema di valori sedimentati nel trevigiano.

Gli aggettivi che descrivono i trevigiani:

Somma risposte consentite			
laboriosi	85%	aperi	40%
provinciali	54%	chiusi	34%
individualisti	51%	tolleranti	35%
altruisti	47%	intolleranti	32%
conservatori	48%		
innovatori	47%		

I valori di un buon cittadino

Lavorare (43%) e pagare le tasse (32%) sono le azioni che caratterizzano un buon cittadino secondo i giovani della Marca. Seguono fare volontariato (29%), segnalato soprattutto dal segmento femminile, e votare (27%). Le azioni che vanno, invece, contro un corretto comportamento civico sono la corruzione dei funzionari pubblici e l'evasione del fisco. Colpiscono poco il fare uso di droga e il non pagare il biglietto sui bus.

Che cosa caratterizza maggiormente il comportamento del buon cittadino?

Lavorare molto	43%
Pagare le tasse	32%
Fare volontariato	29%
Votare	27%

Il pacifismo: un valore guida

Il pacifismo è un valore, non hanno dubbi i giovani trevigiani. E significa, innanzitutto, manifestare contro la guerra. Esiste, tuttavia, tra i ragazzi della Marca un segmento che considera il concetto di pace impossibile da applicare e vede nell'uso della forza, in alcuni casi, l'unica soluzione. La peculiarità dei giovani trevigiani sul tema pacifismo consiste nel considerarlo un modo di affrontare la vita, un principio guida nei comportamenti quotidiani.

Il pacifismo è:

Un valore da rispettare sempre	41%
Un valore impossibile da applicare	26%

L'INDAGINE



Questa ricerca, realizzata da **publica.swg** per conto della **Provincia di Treviso** e delle Banche di Credito Cooperativo della Marca (**Banca di Credito Cooperativo della Marca**, **Banca di Monastier e del Sile di Credito Cooperativo**, **Cassa Rurale ed**

Artigiana di Treviso, **Centromarca Banca Credito Cooperativo**, **Banca di Credito Cooperativo Trevigiano**, **Credito Cooperativo delle Prealpi**), vuole far conoscere, per quanto possibile, chi sono, che cosa pensano, quali sono i valori di riferimento e quali sono le caratteristiche dei giovani della Marca trevigiana. L'obiettivo dell'indagine, che rientra all'interno del **Piano Strategico della Marca**, è stato

quello di realizzare un **OSSERVATORIO SUI VALORI DEI GIOVANI**. Un osservatorio che nei prossimi anni potrà realizzare nuovi approfondimenti o verificare i mutamenti e le dinamiche in atto nel mondo giovanile. Per realizzare l'osservatorio è stato usato un duplice percorso metodologico. Sono stati intervistati **1.000 ragazzi residenti nella Marca** e compresi tra i **15 e i 34 anni** e sono stati effettuati due **focus group**: il primo con ragazzi tra i **15 e i 20 anni** e il secondo con giovani tra i **21 e i 34 anni**. Lo step qualitativo ha avuto valore propedeutico alla realizzazione dell'indagine estensiva sui valori dei giovani, realizzata con il sistema Cati (Computer Assisted Telephone Interviewing).



"I FIGLI DEL BENESSERE"

Identità e valori dei ragazzi e delle ragazze della Marca Trevigiana

"Conoscere per crescere. Capire meglio i nostri giovani attraverso le loro preoccupazioni, le loro aspirazioni, i loro valori per sviluppare e sostenere un modello che riparta da loro."

La società che ha realizzato la ricerca:



Le banche che hanno sostenuto la ricerca:



dunque

IL NOTIZIARIO DELLA PROVINCIA DI TREVISO

N° 15 - anno 2005

Editoriale



Luca Zaia
Presidente della Provincia di Treviso

I GIOVANI

presidente@provincia.treviso.it

L'indagine "I figli del benessere", realizzata da publica.swg sui Giovani della Marca, nasce dalla volontà di vedere come i giovani vivono la loro provincia e la realtà che li circonda: le evoluzioni sociali, culturali ed economiche. Il progetto vede coinvolti anche gli Istituti di Credito trevigiani: gli Istituti di Credito Banca di Credito Cooperativo della Marca; Banca di Credito Cooperativo delle Prealpi; Banca di Credito Cooperativo Trevigiano; Banca di Monastier e del Sile di Credito Cooperativo; Cassa Rurale ed Artigiana di Treviso; Centromarca Credito Cooperativo Banca, che hanno finanziato, assieme alla Provincia di Treviso. L'indagine rappresenta uno dei 63 progetti inseriti nel Piano Strategico. Per l'occasione sono stati intervistati mille giovani tra i 15 e i 34 anni, tutti residenti nella Marca, e sono stati svolti due focus group con ragazzi tra i 15 e i 20 anni e tra i 21 e i 34. Per una volta abbiamo voluto rappresentare tutti i giovani e non un campione in "particolare". In questa ricerca vengono sfatati molti dei luoghi comuni che gravitano attorno ai giovani. Se per antonomasia i ragazzi sono contro tutti e tutto, al contrario da questa indagine emerge che al primo posto nella scala dei valori ci sono la famiglia e come modello i genitori. Risulta

inoltre che i giovani trevigiani sono molto attaccati al territorio. Si sentono trevigiani, con chiare radici cristiane. Sono giovani aperti verso le nuove realtà, però con sane radici su terra stabile. Un altro dato da sottolineare è il rapporto dei nostri ragazzi con il volontariato. Come già emerso in una vecchia indagine il problema di base è riuscire ad intercettare le associazioni che si occupano di volontariato. I giovani trevigiani vivono in un continuo presente e per loro il futuro è una dimensione critica. Ci vivono bene nella Marca, ma avvertono la realtà come troppo individualista. Oscillano tra una spinta che li fa guardare oltre il confine provinciale fino ad arrivare a una dimensione di cosmopolitismo, sorvolando l'identità europea, ma mostrando una forte legame con la rete di relazione locale. Soffrono la competizione e manifestano una marcata preoccupazione di non essere sufficientemente preparati sul piano della conoscenza. Hanno una mappa di valori tendenzialmente tradizionale, che si va modificando, puntando di più sulla tolleranza e l'apertura. Questi sono alcuni dei tratti salienti della ricerca effettuata da publica.swg che tracciano un profilo chiaro ed incoraggiante della società trevigiana under 35.

Sommario

DUNQUE: COSA TROVIAMO?

- Parliamo di ... GIOVANI
- L'indagine publica.SWG: "I figli del benessere"
- Le preoccupazioni si chiamano guerra e terrorismo
- Identità territoriale e trevigianità
- I trevigiani secondo i giovani
- I valori di un buon cittadino
- Il pacifismo: un valore guida

- Far del bene: i diversi significati
- Far del male significa tradire
- La scala dei valori
- I modelli da seguire: i genitori
- La religione: i giovani si allontanano
- L'amicizia: fidarsi con lentezza
- L'amore
- La famiglia sempre più divisa
- La carriera è secondaria
- I giovani e il lavoro: la precarietà preoccupa

DUNQUE
Periodico di informazione della
Provincia di Treviso
Viale Cesare Battisti 30
31100 Treviso
Tel +39 0422 656056
Fax +39 0422 656255
www.provincia.treviso.it
dunque@provincia.treviso.it

N. 15 anno 2005
Pubblicazione periodica mensile
dell'Amministrazione Provinciale
di Treviso.
Aut. N. 1195 del 13-01-2004
Tribunale di Treviso

Editore
Luca Zaia

Direttore responsabile
Albina Podda

Hanno collaborato:
publica.SWG - ricerche &
comunicazione
Ufficio di Gabinetto
Ufficio Stampa della Provincia di
Treviso

Impaginazione e coordinamento:
Lithos
Stampa: Grafiche Bernardi