

Sposato ma senza figli, ecco il popolo che verrà

CRISTIANA PULCINELLI

Non hanno idea di quanti siano gli abitanti del nostro paese. Sanno però che la popolazione rimarrà stabile o diminuirà nei prossimi anni. Non conoscono il numero di immigrati che ospitiamo. Ma ritengono che siano troppi. Dicono che li preoccupa l'invecchiamento della società. Ma non sono intenzionati a fare figli. L'immaginario dei nostri connazionali sugli andamenti demografici si nutre di stereotipi e di informazioni frammentarie. Tuttavia, dall'indagine «Gli ideali degli italiani sulla popolazione» curata dall'Istituto di Ricerche sulla Popolazione del Cnr, emerge che su alcune aspettative le idee sono chiare ma ba-

rate su falsi presupposti. Quelli presentati ieri a Roma sono i risultati della quarta fase di una ricerca cominciata nel 1983 e aggiornata circa ogni quattro anni. Mille e cinquecento persone (equamente suddivisi in uomini e donne) tra i 20 e i 49 anni d'età hanno risposto a un questionario di 42 domande sull'Italia che vorrebbero.

Matrimonio, figli, carriera, solidarietà. Quali sono le aspettative? Intanto, la maggioranza degli italiani considera positivamente il fatto che la popolazione non crescerà nei prossimi anni, ma pensa (per il 70%) che il calo della natalità sia un fatto negativo (al contrario di quanto accadeva nel 1983 quando fare meno figli veniva consi-

derato un bene). Tuttavia, e qui c'è la prima contraddizione, vogliono pochi figli. Perché? Non perché i figli non abbiano valore, ma, all'opposto, perché ne hanno troppo: meno dell'1% del campione non dà loro importanza (in Olanda, per fare un raffronto, sono il 17% quelli che condividono questo giudizio). Ma accanto a quello della discendenza, altri valori sono cresciuti nella società italiana: la carriera, i soldi, il tempo libero. Allora, si sono detti i ricercatori, si può immaginare che esista un numero di figli compatibile con alcune aspirazioni di vita: per le donne la quantità di figli conciliabile con la carriera è 0,95. Cioè meno di uno. Da notare che gli uomi-

ni, che negli anni passati tendevano a rispondere sopra le righe, ora sono più sinceri: per fare carriera non possono avere più di 1,18 figli. E, nonostante si chieda che lo Stato faciliti la scelta di diventare genitori, i suoi interventi non influirebbero molto sulle decisioni già prese.

«Veniamo all'amore. Il matrimonio (con figli) è ancora considerato la forma di vita preferita, scelta dal 60% degli italiani. La convivenza è vista solo in funzione prematrimoniale: una palestra in cui allenarsi per l'obiettivo principale. Tutti sposati, dunque. Ma con chi? Le preferenze nel campo delle decisioni familiari sembrano indirizzate verso un modello paritario. Un ita-

liano su quattro crede che la donna debba essere autonoma e lavorare (anche se uno su tre crede che sia sufficiente che un marito guadagni abbastanza perché la moglie possa restare in casa). Anche il coinvolgimento degli uomini nei lavori domestici imbocca la strada della parità. Tutto questo crolla, ovviamente, quando arrivano i figli. Qui entra in gioco la rete di solidarietà. Chi ci può aiutare nei momenti di difficoltà? Al centro di questa rete ideale c'è sempre la famiglia. Tuttavia, si aggira tra il 6 e il 12% il numero di quelli che ritengono di non avere nessuno cui rivolgersi. E ovviamente si tratta quasi sempre di chi ha più bisogno.

Cultura @

SOCIETÀ

SPETTACOLI

L'INTERVISTA ■ L'ANTROPOLOGO POLHEMUS SULLA CULTURA GIOVANILE

Teenagers La tribù degli estinti

DALLA REDAZIONE
ANDREA GUERMANDI

BOLOGNA Dice che il concetto di cultura giovanile è morto. Sepolto. Finito. E aggiunge che i giovani di oggi, a differenza dei baby boomers degli anni Cinquanta, sono molto più intelligenti perché non pensano più a se stessi e ai coetanei in termini di massa, ma come persone, individualità e scelte personali. Persone che riescono a sfuggire alle catalogazioni e al «pensiero» debole dei pubblicitari e dell'industria che tutto omologano nel nome del mercato.

Ted Polhemus, antropologo inglese che da anni studia e frequenta i fenomeni giovanili, è a Bologna per la due giorni di convegno dedicata ai «Percorsi della notte». L'argomento che ha scelto per il suo intervento è, appunto, la morte della cultura giovanile. L'antropologo si volta indietro per capire ciò che si muove nella società di oggi. E sentenzia che è ormai impossibile parlare di cultura giovanile perché quel termine si può riferire solamente ai «baby boomers», una generazione che è stata «rinchiusa» in un recinto dal cinema, dalla pubblicità, dalla tv, dalla musica, dal design, dalla moda e, soprattutto, dall'industria. Una generazione, inoltre, che è rimasta prigioniera in se stessa.

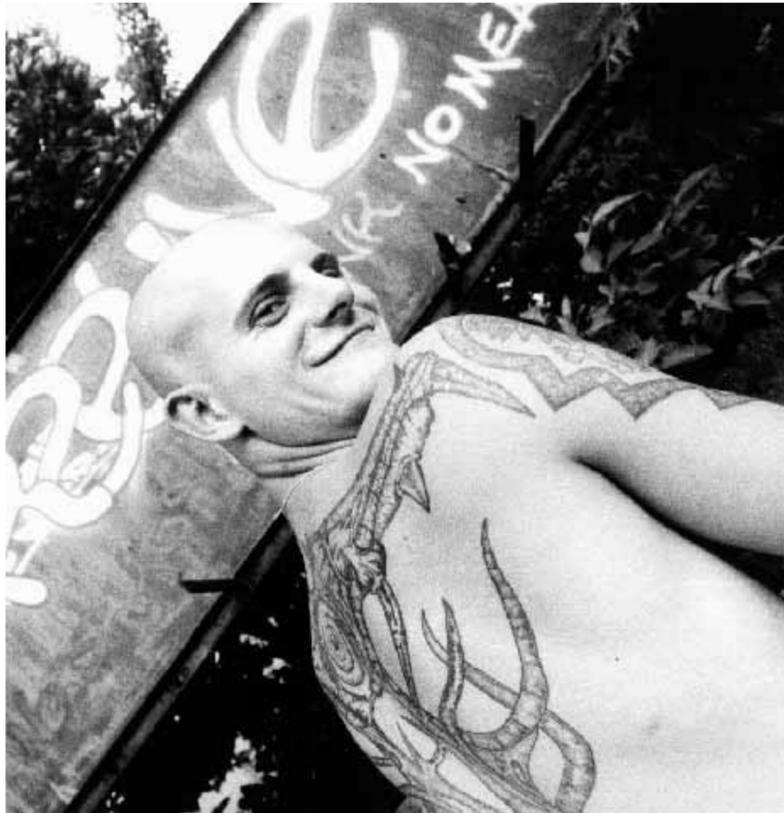
«Subito dopo la seconda guerra mondiale - spiega Polhemus - un significativo spostamento demografico avvenne in tutto l'Occidente e nelle società occidentali. Questo fenomeno, che portò a uno straordinario aumento della popolazione, è conosciuto come "baby boom", un'entità demografica che ha avuto enormi ripercussioni sociali e culturali. Siccome la generazione del "baby boom" fu così numerosa, produsse cambiamenti profondi anche nei cicli vitali. Alla fine degli anni Cinquanta, tuttavia, la generazione dei baby boomers stava entrando negli anni cruciali dell'adolescenza. Allo stesso modo, il benessere dell'Occidente voleva dire che questi giovani non solo erano numerosi, ma avevano un potere

di spesa. Per attirare interesse e vendere il più possibile a questi gruppi ricchi e demograficamente significativi, l'industria musicale, i designer, i mezzi di comunicazione, la tv e la pubblicità coniarono un nuovo concetto: i teenagers». Un'entità da sfruttare? «Assolutamente sì. Erano tanti e ricchi e il business era assicurato. Fino a quel momento, nella storia umana, un essere era o bambino o adulto. Da quel momento in avanti, invece, il concetto di teenager ha stabilito una terza categoria umana che a causa del significativo peso demografico e dei vantaggi economici ha teso a oscurare tutte le altre».

Polhemus cita a proposito un episodio dei Flintstones, gli Antenati, nel quale Fred e Barney cercano, in un sabato pomeriggio, una partita di football in tv ma con orrore scoprono che ogni canale offre solamente programmi per teenagers.

«È tutto per loro», si dicono. E quella categoria si trasformò rapidamente nella «cultura giovanile».

«La generazione dei baby boomers ha finito per identificarsi con la gioventù. E quella gioventù - dice Polhemus - ha fatto di tutto per non crescere e per non invecchiare con serenità. Prima degli anni Cinquanta non era conosciuta né riconosciuta alcuna cultura giovanile. Ma da allora in poi è stata perpetuata un'inquietante ricerca: cosa vuole il popolo giovanile? La mia opinione è che la cultura giovanile sia stata la temporanea compressione di uniche circostanze demografiche dovute alla generazione dei baby boomers. E perciò, quella generazione ha sviluppato una definizione di se stessa che esclude qualsiasi fattore di appartenenza che non sia quello dell'età. Reale prima, fittizia poi. Secondo me questo non dovrebbe obbligare le generazioni successive a pensarla allo stesso modo. I baby boomers, con grande ingenuità, dicevano in massa: nessuno appartiene a noi oltre i 35 anni. E così a 36 anni erano già vecchi



Un'immagine di Roberto Cavallini. In basso, Jack Kerouac

Kerouac, Coltrane e Sartre. E si sarebbero potuti trovare assieme a Nixon o a quelli che uccisero i nostri eroi in Easy Riders».

Quando cambiarono le cose, quando si giunse ad un'inversione di rotta? «Finalmente, dagli anni Settanta in poi, il popolo giovanile non vede più se stesso in quel modo. Vede piuttosto chi ha un'identità definita. È nata gente a cui piace lo snowboard, la techno music, la salsa, le vacanze a Cuba, il foot-

ball. Non c'è più una cultura giovanile. Ovviamente, la gioventù esiste ancora, ma in senso strettamente demografico. C'è una generazione che va dai 15 ai 20 anni, ma questo è differente dal dire che tutti partecipano a qualcosa chiamato cultura giovanile».

Secondo Ted Polhemus bisogna cercare di capire se il giovane ha creato un'altra cultura giovanile che sia un universo separato dal resto. «Non è così.

Esiste un'età omogenea, ma non esiste una massa. La generazione attuale non è così stupida come è stata ed è la mia e vede se stessa non come gioventù ma come persona».

Cosa c'è, allora, sotto i riflettori? «Il surfismo dello stile», risponde l'antropologo. Che non è altro che la capacità di veleggiare tra i generi, di far coincidere o collidere mondi lontanissimi. Una specie di mercato arabo delle etnie, di continuo at-

traversamento di stili che si sedimentano, sovrappongono, divergono e si reincontrano in un inedito laboratorio aperto: la pista da ballo. Diventata un territorio di ricerca dove convivono la strada e la plastica e dove nasce la cosiddetta «club culture», la cultura del notturnalismo».

È qui che nascono le tendenze. Ma è altrettanto vero che attorno alla pista da ballo ruotano i consumi. Prodotti da registi cinematografici, pubblicitari, designers e scrittori, stilisti e industria. Il nomadismo notturno si nutre di queste nuove griffe e, secondo gli indagatori del pianeta giovanile, è la discoteca il luogo di assemblaggio delle nuove suggestioni che stanno accompagnando le nuove generazioni verso il tramonto del secolo e del millennio. Forse è vero che oggi sono le scelte individuali a caratterizzare una generazione. Ma siamo così sicuri che quello che ingabbiano i baby boomers - il mercato, l'autoriproduzione, la paura di crescere - sia davvero finito, morto, sepolto? E che la «club culture» sia così lontana e diversa dalla «youth culture»? Guardando anche se molto superficialmente gli adolescenti di oggi, almeno quelli italiani, sembra di scorgere qualche tratto - molto spiccato - di omologazione: il linguaggio, ad esempio. L'abbigliamento. Lo scarso interesse per tutto ciò che non è musica.

Polhemus non vede questo pericolo e ripete che «l'attuale generazione dei giovani ha gusti individuali, vuole crescere, creare. Il giovane di oggi, insomma, non è massificabile».

Il simposio

Sociologi e dj

Oggi e domani, alla sala congressi Atc di Bologna (via Saliceto 3) si terrà il convegno «Percorsi della notte» che metterà a confronto studiosi sulla cultura del notturnalismo. Tra i temi: gli scenari della notte, musica tra espressione e regressione, la dissociazione notturna, l'abito come comunicazione. Interverranno Ted Polhemus, George Lapassade, Maria Teresa Torti, Ian Jenkinson, Richard Benson, del dj Claudio Coccoluto, Erik Fromberg e Roberto Grandi.

Dagli hippies agli hip hop: storia di una ribellione fallita

Dalla Beat Generation alla E Generation. Dagli anni Cinquanta ai Novanta la produzione culturale giovanile, intesa come insieme organico di idee, valori e segni antagonisti, è andata progressivamente diradandosi impoverendosi. O meglio, è esplosa e implorata periodicamente come un cuore dal battito depresso. Negli anni Sessanta i movimenti giovanili hanno dato il massimo: dagli hippies ai mods, dagli psichedelici ai rockers, le istanze e le provocazioni fornite dai «giovani» erano illimitate.



Dagli Usa e dalla Gran Bretagna rimbazzavano idee di libertà e ribellione al sistema, contro proposte operative, valori che, poi, il «sistema» ha fatto suoi (dall'ecologia alla New Age al pacifismo) e visio-

ni del mondo che invece sono state neutralizzate (una per tutte la filosofia psichedelica). Anni speciali, i Sessanta. Ma, a loro modo, anche i Settanta sono stati fecondi. In quel periodo storico meno solamano meno stimolante l'esplosione punk, soprattutto, ha saputo lanciare la grande provocazione estetica, contenuta, ma anche la cultura e la società. Ele controculture giovanili dei Sessanta e dei Settanta avevano nel rifiuto totale del presente un elemento in comune. E era una sfida, un rifiuto, che persino nella sua valenza puramente estetica, conteneva forti elementi etici: l'opposizione irriducibile, insieme al «look» estremo rinviava al mondo un'immagine dura, violenta, efficientista.

A suo modo, anche la cultura hip hop nata negli anni Ottanta, aveva una forte carica di sfida sociale. Non solo perché fiorita in un contesto di forte emarginazione sociale, come quello afro-americano; ma anche per aver creato un «binomio fantastico» fra musica da ballo e denuncia sociale. Che fosse la rivendicazione nera a

una vita fuori dal ghetto alla ricerca dell'autoaffermazione (anche economica) o la rivolta fortemente antagonista espressa dalla «traduzione» italiana della cultura delle posse nata all'interno dei centri sociali. Il cyberpunk, invece, con la sua capacità di guardare in prospettiva, ha drasticamente e proficuamente accelerato il dibattito sul rapporto fra il genere umano e le nuove tecnologie, creando futuribili scenari che tanto futuribili, in fondo, non sono stati. E arriviamo agli anni Novanta, l'era del dominio totale del mercato, gli anni del «nemico» invisibile, della recessione, della transazione virtuale. La risposta è stata allora quella del nomadismo, vecchia idea riadattata. Il nomadismo dei ravers e dei travellers, outsider post-moderni, teorici della toccata e fuga. Il popolo della E Generation (E come ecstasy, la pillola della «distensione») ha mescolato trasgressione e sbalzo con la denuncia, indifferente, della completa disumanizzazione del mondo post-moderno.

In generale, però, lo scenario attuale assomiglia molto al bar di Guerre stellari,

con la differenza che «al bancone» non siedono esseri viventi provenienti dai pianeti più disparati, ma esseri viventi dalle tribù più disparate. Ognuno, a suo modo, perpetua un pezzetto della cultura estetica e di produzione contro-culturale giovanile. Un tributo pagato alla memoria. Perché la cultura giovanile, come una grande stella, proprio morendo ha conosciuto il suo massimo momento di espansione. Le culture giovanili, con il loro variegato carico di significati, sono state tutte, impietosamente, distrutte dal nostro mondo estetizzante e estetizzato. Nel mondo di oggi, dove non viene dato più valore alla memoria storica, il predominio della moda ha divorato qualsiasi istanza, frammentando e polverizzando ogni espressione culturale fin qui prodotta. Ha creato segni dove c'erano significati. Spargendo le sue polveri nel grande supermercato globale, le ha diffuse in ogni angolo della Terra ma, al contempo, le ha distrutte spogliandole di ogni significato.

Stefania Scateni

