

**GIOVANI E LIBRI NEI PAESI LATINI**  
**(FRANCIA, ITALIA, PORTOGALLO, SPAGNA)**

nota a cura di Nadia Sensi

## 1. La popolazione giovanile

In **Francia**, su una popolazione di 59.000.000 abitanti, i giovani con meno di 20 anni sono 15.005.128; i giovani con meno di 15 anni 11.101.292 (al gennaio 2001).

(<http://www.ined.fr/population-en-chiffres/france/population/tabpyr2001.htm>)

In **Italia** ci sono 58.000.000 di abitanti, dei quali 8 milioni e mezzo con meno di 15 anni, 3 milioni tra i 15 e 19 anni, 14 milioni tra i 20 e i 35 anni, 23 milioni tra i 36 e i 65 anni, 10 milioni con più di 65 anni (al gennaio 2001).

(<http://www.istat.it/anumital/italia2000.pdf>); (<http://demo.istat.it/stima2001>);

In **Portogallo** nel giugno 2001 ci sono 10.318.084 abitanti. Di questi, 1.748.668 ha tra 0 e 14 anni, 6.569.845 hanno tra 15 e 64 anni.

(<http://www.ine.pt/prodserv/destaque/d010622/d010622.html>)

In **Spagna** la popolazione giovanile è così distribuita: 967.760 maschi e 911.665 femmine da 0 a 4 anni; 999.747 maschi e 937.936 femmine da 5 a 9 anni; 1.060.555 maschi e 1.004.775 femmine da 10 a 14 anni; 1.283.706 maschi e 1.220.591 femmine da 15 a 19 anni; 1.616.294 maschi e 1.546.542 femmine da 20 a 24 anni; 1.753.333 maschi e 1.682.275 femmine da 25 a 29 anni (al gennaio 2001).

(<http://www.sispain.org/spanish/populati/structur.html>)

## 2. Quanti lettori, quanto si legge

In **Francia** la metà della popolazione francese legge regolarmente libri. Per i bambini di età compresa tra gli 8 e i 12 anni è fondamentale l'influenza degli adulti. A seconda dell'età e del livello di studi raggiunto, le donne leggono di più rispetto agli uomini. Leggere da adulti dipende dalle abitudini di lettura degli anni delle scuole primarie (8-12 anni).

La lettura è legata al contesto familiare: in famiglie in cui nessuno dei genitori possiede un diploma, solo il 47% dei figli diviene lettore; nelle famiglie in cui almeno uno dei genitori possiede un diploma, tale percentuale raggiunge il 79%. Il 27% delle persone di 15 anni e più dichiara di leggere almeno un libro al mese, il 42% dichiara di non leggere.

Le biblioteche rappresentano il luogo in cui la lettura viene promossa e il 31% delle persone è stato in biblioteca nel corso dell'anno. Il 63% dei ragazzi dai 15 ai 19 anni e il 48% dei ragazzi dai 20 ai 24 anni costituisce la fascia che utilizza maggiormente i luoghi pubblici di lettura.

(*La lecture, un affaire de famille*, Hélène Michaudon, *La lecture, une affaire de famille*, "INSEE Première", 777 (Mai 2001), [www.insee.fr/fr/ffc/docs\\_ffc/IP777.pdf](http://www.insee.fr/fr/ffc/docs_ffc/IP777.pdf); <http://www.culture.fr>). (Tab.1)

Tab.1

Pratiche di lettura 8-12 anni	Forti lettori	Lettori	Non lettori	Totale
Lettori regolari	65	45	21	40
Lett. Occasionali	20	27	24	24
Non lettori	15	28	55	36
Totale	100	100	100	100

Fonte: *La lecture, un affaire de famille*, Hélène Michaudon, in "Insee Première", 777, Mai 2001, su [http://www.insee.fr/fr/ffc/docs\\_ffc/IP777.pdf](http://www.insee.fr/fr/ffc/docs_ffc/IP777.pdf)

In **Italia** a dicembre del 1995 i lettori sono pari al 43,8% della popolazione di 6 anni e più, per un totale di circa 23 milioni 400 mila persone, con una significativa presenza delle lettrici sui lettori (48,1% rispetto al 39,1%). I lettori rappresentano il 51% circa della

popolazione del Nord, il 44,3% circa della popolazione del Centro, il 34% circa della popolazione del Mezzogiorno.

Tra le bambine dai 6 ai 10 anni del Nord-Est, ci sono 2,4 lettrici per ogni lettrice della stessa età nel Sud (dal 45,3% di bambine del Nord-Est che hanno letto 7 o più libri al 18,5% del Sud). Tra le persone che hanno letto almeno un libro negli ultimi 12 mesi precedenti l'indagine Istat del 1995, esistono significative differenze dovute alle relazioni legate all'età.

In Italia ha letto da 1 a 3 libri il 30,5% dei lettori, da 4 a 6 libri il 28,8%, da 7 a 12 il 23,5% e da 13 a 30 il 12%; solo il 2,7% ha superato i 30 libri letti in un anno. Tra i 6 e i 17 anni si nota uno scarto a favore delle giovani lettrici per quanto riguarda il numero di libri letti nel corso dell'anno: da 13 a 30 libri. Per quanto riguarda i piccoli lettori con età dai 6 ai 14 anni che leggono da 7 a più libri, il rapporto tra maschi e femmine è a sfavore di queste ultime quando si passa dal Nord al Sud; nel Nord-Ovest e nel Nord-Est le piccole lettrici superano i loro coetanei di 8 punti percentuali, mentre al Centro e nel Sud questo rapporto si inverte.

L'abitudine alla lettura dei più giovani è in relazione all'atteggiamento della famiglia nei confronti dei libri e della cultura in genere. Influenzano in modo significativo i comportamenti di lettura dei figli il titolo di studio posseduto dai genitori e il numero di libri e di enciclopedie presenti in casa. Il fatto di vivere con genitori che leggono libri influenza positivamente i livelli di lettura dei bambini: fra i 5 e i 10 anni legge il 58,6% dei figli di genitori entrambi lettori e il 28,1% dei bambini i cui genitori non leggono libri. Nei casi in cui solamente uno dei due genitori legge libri, risulta più importante il ruolo che può avere la madre che legge rispetto al ruolo del padre che legge, soprattutto nella fascia di età che va dai 6 ai 10 anni.

(*I lettori di libri in Italia*, Istat, Roma 1998) (Tab.2).

**Tab.2**

Da 1 a 3 libri	Da 4 a 6 libri	Da 7 a 12 libri	Da 13 a 30 libri	Più di 30 libri
30,5	28,8	23,5	12	2,7

Fonte: <http://www.istat.it/note/newmedia.pdf>

In **Portogallo** la maggioranza dei giovani lettori dichiara di leggere libri non scolastici (32%), tecnici (22%) e professionali (79%). Il numero medio di libri letti durante l'anno è così distribuito (su un totale di 889 lettori): 1-2 libri (24%), 3-5 libri (31%), 6-10 libri (25%), 11-20 libri (12%), meno di 20 libri (5%), non risponde (5%) (Tab.3).

**Tab.3**

Da 1 a 2 libri	Da 3 a 5 libri	Da 6 a 10 libri	Da 11 a 20 libri	Meno di 20 libri
24	31	25	12	5

Fonte: <http://www.apel.pt/livro/estatisticas1998/estatistica.html>

Analizzando le tipologie di libri posseduti, i libri per bambini e ragazzi (35%) sono al settimo posto nella lista di letture che comprende i libri scolastici (67%), la letteratura generale (67%), le enciclopedie e i dizionari (63%), i manuali (54%), i fumetti (43%), i libri di scienze umane (36%), i libri tecnici e scientifici (34%), la poesia (19%), l'arte (12%).

In una inchiesta condotta su un campione di 60 studenti della scuola superiore Tomaz Pelayo nell'anno scolastico 1999-2000, le domande poste ai ragazzi erano le seguenti: "Ti piace leggere?" 48 studenti (80%) hanno risposto di sì, e 12 (20%) hanno risposto negativamente. Alla domanda "Quanto tempo dedichi ogni settimana alla lettura dei libri?", il 52% (31 ragazzi) ha risposto di leggere dalle 0 alle 2 ore la settimana; il 25% (15 ragazzi) di leggere dalle 2 alle 4 ore; il 15% (9 ragazzi) dalle 4 alle 6 ore; l'8% (5 ragazzi) ha risposto di impiegare nella pratica della lettura più di 6 ore. Per quanto riguarda le letture preferite dai ragazzi, tra la scelta di riviste, quotidiani, giornali sportivi e libri, questi ultimi sono letti dal 34% dei ragazzi (21 ragazzi); i giornali sportivi sono al secondo posto

con il 29% delle preferenze (18 ragazzi). Seguono le riviste (10%), scelte da 6 ragazzi, i quotidiani e i settimanali (5%), letti da 3 ragazzi. Il genere preferito dai ragazzi è il romanzo (27%), scelto da 16 ragazzi; segue il genere horror (18%, 11 ragazzi), il poliziesco (15%, 9 ragazzi), la fantascienza (10%, 6 ragazzi), la commedia (8%, 5 ragazzi).

Per quanto riguarda i luoghi di lettura privilegiati dai giovani intervistati, la casa è quello preferito dal 43% di loro (26 ragazzi), seguita dalla biblioteca e dai luoghi all'aperto (12%, 7 ragazzi), dalla scuola (6%, 4 ragazzi), il 13% ha altre preferenze non indicate. Il 2% ha indicato sia i luoghi all'aperto che altre alternative non indicate; il 5% sia la casa che la biblioteca; il 2% sia la scuola che la biblioteca; il 3% sia la casa che la scuola, il 2% sia la biblioteca che i luoghi all'aperto. La biblioteca è frequentata dal 50% dei ragazzi.

(<http://www.apel.pt>; <http://alea-esp.ine-pt/html>).

In **Spagna** circa la metà delle persone con più di 14 anni dichiara di leggere libri almeno una volta al mese. Questa percentuale sale al 55% se si considera "lettore abituale" chi dichiara di leggere ogni tre mesi.

Se si realizza una classificazione dei lettori in due gruppi diversi, lettori frequenti e lettori occasionali, il 36% degli spagnoli fa parte della prima categoria (leggono libri con frequenza giornaliera o settimanale) e il 18% legge libri qualche volta al mese o ogni tre mesi. Un 45% non legge nulla o quasi nulla. La fascia di età con maggiori percentuali di lettura è quella corrispondente ai giovani compresi tra i 16 e i 24 anni: 70%, il 43% di questi è di lettori che leggono di frequente. Nella fascia di età compresa tra i 25 e i 44 anni il 66% è di lettori (Tab.4).

**Tab.4**

Lettura giornaliera o settimanale	Lettura ogni 3 mesi/1 volta al mese	Non legge
36	18	45

Fonte: [http://www.federacioneditores.org/noticias/FG\\_ListaNoticias.asp](http://www.federacioneditores.org/noticias/FG_ListaNoticias.asp).

Attraverso i dati pubblicati dalla Fundacion de Las Cajas de Ahorro Confederadas (FUNCAS), si rileva che in Spagna la tipologia di lettore abituale corrisponde a queste caratteristiche: una persona di sesso femminile tra i 16 e i 45 anni con studi superiori e una occupazione. Il profilo del non lettore è inquadrato nella fascia di età maggiore di 60 anni, con istruzione primaria.

([http://www.federacioneditores.org/noticias/FG\\_ListaNoticias.asp](http://www.federacioneditores.org/noticias/FG_ListaNoticias.asp);

[http://www.libreros.org/cegalnet/0010/0010008\\_1.asp?](http://www.libreros.org/cegalnet/0010/0010008_1.asp?))

### 3. *Alternative alla lettura. Internet*

I diversi istituti di statistica dei Paesi elaborano modelli di ricerca per rilevare i dati sul consumo di libri. Tali modelli sono utilizzati anche per verificare i livelli di consumo di altri tipi di media, come nel caso di Internet.

In **Francia** la maggior parte dei ragazzi privilegia i libri su carta: l'82% legge i libri, il 46% riviste e giornali, il 36% ascolta dischi, il 22% guarda videocassette e il 10% ascolta Cd-Rom. Lentamente il numero di navigatori Internet in Francia si fa sempre più consistente. Al 21 maggio 1999 i visitatori di siti Internet in Francia sono circa 5,6 milioni. Nel primo trimestre del 1999 quasi il 20,5% delle famiglie possiede un computer collegato ad Internet. Al 23 luglio 1999 la maggior parte delle imprese francesi adotta l'e-commerce.

Il numero di donne che si sono connesse ad Internet negli ultimi mesi del 2000 è pari a 2.611.000, contro i 1.332.000 degli ultimi mesi del 1999. Gli uomini che si sono connessi ad Internet alla fine del 2000 risultavano 4.260.000 e 2.817.000 alla fine del 1999.

In rapporto con altri paesi europei, per l'uso di Internet la Francia precede la Spagna (15,6%), ma segue la Germania (29,2%), la Gran Bretagna (35,9%), gli Stati Uniti (51,6%), la Danimarca (54,6%) (Tab.5).

Tab.5

Conessioni % connessi n. foyers conn. n.connessi domicilio	Spagna 15,6% 2.031.000 2.898.000	Francia 19,6% 4.718.000 6.872.000	Germania 29,2% 9.976.000 12.603.000	Gran Bretagna 35,9% 8.487.000 11.599.000	Danimarca 54,6% 1.329.000 2.254.000	USA 51,6% 53.488.000 84.689.000
---	---	--	--	---	--	--

Fonte: [www.octeanet.com/info02/02Fevrier/statin.htm](http://www.octeanet.com/info02/02Fevrier/statin.htm)

L'attività Internet è aumentata durante il 2000 con 20 connessioni in media al mese e per persone connesse, contro il 13,9 del 1999.

Tra il novembre 1999 e il maggio 2000, su 524 alunni di età compresa tra gli 11 e i 19 anni, il 28% ha dichiarato di non aver mai utilizzato Internet. Dei giovani intervistati, alla domanda "che cos'è e a cosa serve Internet?", una percentuale tra il 70 e il 90%, ha risposto: *Internet è rivoluzionario, Internet non è una perdita di tempo, Internet permette di migliorare la comunicazione tra le persone, Internet diventerà un mezzo "naturale", come il telefono e la Tv, Internet servirà sempre di più nelle attività lavorative, Internet non potrà sostituire la scuola.*

Alcune differenze appaiono chiare valutando il sesso e il tempo dedicato ad Internet, l'origine geografica, l'età e il livello di scolarità. Per quanto riguarda il sesso, sia le femmine che i maschi hanno un approccio positivo all'uso di Internet, ma i ragazzi hanno un atteggiamento ancora più positivo nei confronti di questo media: sono più propensi a considerare Internet più divertente, interessante e indispensabile per la vita professionale; inoltre ritengono che possa sostituire la Tv e la scuola. I giovani utenti di Internet si possono suddividere in tre gruppi: (i) i piccoli utenti, che dichiarano di aver utilizzato una, due o qualche volta Internet; (ii) gli utenti regolari, coloro che sostengono di utilizzare spesso Internet; (iii) i grandi utenti, che dichiarano di utilizzare molto spesso Internet.

I giovani hanno una percezione globalmente positiva e favorevole nei confronti di Internet. Essi considerano per la maggior parte questo media rivoluzionario (85%) e utile (l'88% non è d'accordo con l'affermazione che Internet possa essere una perdita di tempo) (Tab.6).

Tab.6

	D'accordo	Non d'accordo	Non si pronuncia
<b>Internet è rivoluzionario</b>	85%	5%	10%
<b>Una volta cominciato ad utilizzare internet non se ne può fare a meno</b>	45%	34%	21%
<b>Internet è una perdita di tempo</b>	5%	88%	7%
<b>Internet permette di migliorare la comunicazione tra le persone</b>	D'accordo 78%	Non d'accordo 14%	Non si pronuncia 8%
<b>L'abbonamento a internet causa la scarsa comunicazione in famiglia</b>	20%	56%	24%
<b>Internet è prima di tutto un divertimento</b>	D'accordo 65%	Non d'accordo 22%	Non risponde 13%
<b>Utilizzare internet è semplice</b>	D'accordo 65%	Non d'accordo 14%	Non risponde 21%
<b>E' difficile trovare su internet ciò che si cerca</b>	D'accordo 31%	Non d'accordo 52%	Non risponde 17%
	D'accordo	Non d'accordo	Non risponde

Fonte: [www.clemi.org/recherche/jeunes\\_internet/ji\\_representations.html](http://www.clemi.org/recherche/jeunes_internet/ji_representations.html)

Il fatto di avere Internet in casa rinforza il livello di adesione: il 78% dei giovani che non hanno una connessione a casa propria trova Internet "rivoluzionario", e pensa la stessa cosa l'89% che possiede una connessione.

Per quanto riguarda gli effetti sulla comunicazione, i giovani sono positivamente orientati al fatto che Internet possa migliorare la comunicazione in genere (78%); solo il 14% ritiene il contrario. Secondo il 20% dei giovani intervistati, Internet non favorisce la comunicazione interpersonale in genere e nella famiglia; il 56% non è d'accordo con questa

affermazione. Il 61% dei ragazzi pensa che la comunicazione in famiglia non venga modificata dall'uso della rete, e pensa la stessa cosa il 51% delle ragazze.

Internet costituisce anche fonte di svago per i ragazzi. Il 65% degli intervistati ritiene che lo sia; il 22% ritiene che non costituisca un divertimento; il 13% non risponde.

Riguardo la facilità di utilizzazione di Internet, il 65% dei ragazzi ritiene che sia estremamente semplice; il 14% non è d'accordo; il 21% non risponde.

Secondo molti ragazzi, su Internet è possibile trovare tutto ciò che si cerca. Il 52% ritiene che sia facile trovare ciò che interessa, contro il 31% i persone che ritiene vero il contrario. Il 17% non risponde.

Internet coinvolge altri media e il loro abituale uso. Secondo il 44% dei giovani, quando si è abbonati ad Internet, si passa meno tempo davanti alla Tv; il 29% non è d'accordo e il 27% non risponde. Secondo il 19% Internet non può sostituire la Tv; secondo il 66% può sostituire la Tv; il 15% non risponde.

Quasi i 3/4 dei ragazzi francesi che compongono il campione osservato, dichiara di aver già usato Internet almeno una volta. Nel febbraio 2000 un sondaggio realizzato dall'istituto CSA ha mostrato che i francesi costituiscono solo il 15% di coloro che dichiara di utilizzare Internet regolarmente. Per quanto riguarda il contesto in cui i ragazzi hanno scoperto Internet, il 30% ha risposto di averlo scoperto a casa; il 28% a scuola o al liceo, il 25% da una amico, il 5% al lavoro o presso parenti, il 3% presso altri, il 3% non ricorda, il 2% in biblioteca, l'1% in un negozio di informatica.

Il primo contatto con Internet avviene a casa (30%), a scuola (28%) o presso un amico (25%). Il resto dei luoghi di potenziale apprendimento dell'uso di Internet (biblioteche, cybercafé, negozi di informatica), risultano marginali. Durante la settimana una netta maggioranza di giovani (59%) passa meno di mezz'ora al giorno su Internet. Coloro che vi dedicano più di un'ora costituiscono solo il 10%. Gli adolescenti hanno solitamente meno tempo libero durante la settimana, almeno durante l'anno scolastico. I giovani che possiedono un collegamento Internet a casa passano più tempo su Internet durante il fine settimana.

I forti utenti sono quelli che passano tra una e due ore ogni fine settimana su Internet; il 25% dedica a Internet più di due ore. Gli utenti deboli costituiscono la maggioranza (56%) e passano su Internet meno di mezz'ora. Le ragazze restano su Internet meno tempo rispetto ai ragazzi: il 96% di esse passa durante la settimana meno di un'ora; l'83% è costituito dai ragazzi. Nel fine settimana il 66% delle ragazze passa meno di un'ora su Internet, contro il 56% dei ragazzi.

Sembra che Internet abbia un'incidenza limitata sulle pratiche culturali dei giovani, sia per quanto riguarda le ragazze che i ragazzi. Per quanto riguarda la Tv, il 34% dei giovani intervistati dichiara di guardarla di meno rispetto a prima. Si tratta comunque di un genere di televisione particolare, quella che implica una partecipazione attiva. Il consumo della televisione si modifica più nettamente nei forti utenti di Internet (il 56% dichiara di guardare di meno la Tv rispetto a prima) (Tab.7).

**Tab. 7**

	Meno di prima	Come prima	Più di prima	Non ho attrezzature
<b>Guardo la Tv</b>	34%	59%	1%	5%
<b>Guardo video cassette</b>	20%	67%	3%	8%
<b>Gioco con videogiochi</b>	18%	33%	5%	41%
<b>Ascolto musica</b>	3%	68%	27%	—
<b>Leggo per piacere</b>	14%	76%	9%	—
<b>Passo il tempo a casa</b>	8%	78%	12%	—

Fonte: [www.clemi.org/recherche/jeunes/ji\\_usages.html#sites](http://www.clemi.org/recherche/jeunes/ji_usages.html#sites)

La musica: il 68% dei giovani dichiara di ascoltarla come prima, ma il 27% dichiara di ascoltarla di più rispetto a prima. Si tratta della sola pratica culturale tradizionale proposta in aumento presso la maggioranza dei giovani.

La lettura fatta "per piacere": il 14% dei giovani dichiara di leggere meno di prima; il 76% come prima e il 9% più di prima.

(<http://www.culture.fr>)

[http://www.pit.fr/html/statistiques\\_sur\\_Internet.html](http://www.pit.fr/html/statistiques_sur_Internet.html)  
[http://www.oceanet.com/info02/02fevrier/statin.htm.clemi.org/jeunes\\_Internet.html](http://www.oceanet.com/info02/02fevrier/statin.htm.clemi.org/jeunes_Internet.html)  
[http://www.clemi.org/recherche/jeunes\\_Internet/ji\\_representations.html](http://www.clemi.org/recherche/jeunes_Internet/ji_representations.html)  
[http://www.clemi.org/recherche/jeunes\\_Internet/ji\\_utilisations.html](http://www.clemi.org/recherche/jeunes_Internet/ji_utilisations.html)

Nel 2000 in **Italia**, solo il 5% delle famiglie in cui c'è almeno un PC ha una connessione alla rete. Questo conferma che l'arretratezza italiana in internet è dovuta soprattutto a fatti culturali: scarso interesse per la rete così come è presentata dall'informazione più diffusa, falsa percezione della necessità di dotarsi di attrezzature costose, diffidenze e timori dovuti ai pregiudizi sui rischi e sui contenuti. In questa serie di ricerche è stata anche verificata la "propensione all'acquisto", cioè l'intenzione dichiarata di dotarsi di nuovi strumenti tecnologici e informatici.

In questo sistema di indagini sono stati verificati valori qualitativi, come l'atteggiamento verso le nuove tecnologie secondo gli stili di vita e di comportamento delle persone. L'Eurisko distingue sei stili tecnologici. I *preoccupati* (28% del totale) esprimono le maggiori resistenze psicologiche e sottolineano più degli altri possibili effetti negativi dell'evoluzione tecnologica sugli individui e sull'organizzazione sociale. E' una categoria di elevata istruzione con una forte componente femminile, in cui la presenza di beni/servizi ad alto contenuto tecnologico è molto inferiore alla media e la propensione ad acquisirli è la più bassa di tutto il campione. Anche i *sorpassati* (24%) – adulti e maturi di bassa istruzione e reddito elevato – hanno difficoltà di relazione con il mondo dei new media, ma non hanno un atteggiamento di preclusione e di chiusura. La rivoluzione tecnologica richiede per questo gruppo, energie e mentalità difficili da acquisire in prima persona, cosicché l'*information technology* con i suoi vantaggi e le sue promesse è vissuta come un mondo a misura delle nuove generazioni e fuori dalla propria portata. Gli *incuriositi* (19%) sono giovani, in maggioranza studenti, cui mancano le condizioni economiche e socio-culturali che nei coetanei più favoriti promuovono una partecipazione attiva al cambiamento. Così, pur trattandosi di un segmento giovanile, in questo gruppo la presenza di beni-servizi ad alto contenuto tecnologico non è particolarmente elevata, gli orientamenti futuri sono tiepidi e prevale un atteggiamento curioso ma superficiale. I *cauti* (12%) sono una categoria di buon livello socio-culturale in una fase centrale e attiva della vita personale e professionale, che sta partecipando al cambiamento ed è consapevole della sua importanza sul piano individuale e sociale. I "cauti" sono molto vicini ai gruppi più avanzati e attrezzati, ma dimostrano un atteggiamento diverso: disincantato e lontano da eccessivi entusiasmi, consapevole dei rischi, tiepido rispetto alle promesse, tutte in positivo, dei fautori più accesi. Lo stile dei *protagonisti* (8%) identifica un gruppo prevalentemente maschile, di età centrale e istruzione e reddito molto elevati, con una forte concentrazione di figure professionali ad alto livello. E' un segmento che investe molto sul piano professionale ed è soprattutto in questa logica che si è avvicinato ai new media, vivendone da protagonista l'avvento. Per disponibilità economiche, stile di vita, bisogni professionali, è il gruppo più disposto a spendere denaro nell'area dei new media. E' interessante notare che esprime un atteggiamento bilanciato tra valorizzazione delle opportunità (personali, professionali, individuali e sociali) e riconoscimento dei rischi e degli svantaggi. Gli *entusiasti* (10%) sono giovani e giovani adulti – più maschi che femmine – di buona condizione socio-economica che aderiscono con passione alle prospettive di innovazione legate ai new media.

Secondo un'analisi svolta da Eurisko nell'aprile 2002 (in base alle ricerche effettuate fino a marzo dello stesso anno) il numero totale di persone che accedono alla rete in Italia è di 10 milioni, che si riducono a 9 se si escludono gli accessi in situazioni esterne, come corsi di formazione, connessioni presso amici, in biblioteca o bar; e a 7 milioni se si considerano le persone che dicono di collegarsi almeno una volta alla settimana.

Il numero totale di "utenti dal lavoro, da casa o da scuola" nel marzo 2002 è diminuito rispetto al marzo 2001. Si nota un aumento del numero di persone che dicono di essersi collegate negli ultimi 7 giorni.

L'analisi di Eurisko offre dati leggermente diversi ma conferma un quadro analogo.: il 68% delle persone che hanno un computer a casa ha un collegamento alla rete ma solo il 41% lo usa. Queste percentuali sono aumentate rispetto al 2001 ma circa due terzi delle persone che hanno un collegamento al web, lo usano e meno di metà con un minimo di frequenza, almeno una volta negli ultimi 7 giorni.

Per quanto riguarda la ripartizione territoriale, l'uso di internet è prevalente nelle regioni settentrionali per quanto riguarda il collegamento dal luogo di lavoro, mentre nel centro sud è più diffuso l'uso da casa. Per quanto riguarda i collegamenti da scuola, i numeri sono troppo piccoli per consentire suddivisioni significative, ma non si rilevano grandi differenze tra le aree geografiche.

Nell'uso di internet sussistono differenze rispetto all'età degli utenti. Il 30% degli utenti internet è di età compresa tra i 25 e i 34 anni; il 20% è costituito da persone di età compresa tra i 18 e i 24 anni; il 18% da persone tra i 14 e i 17 anni; il 16% da persone tra i 35 e i 44 anni. I giovani si collegano più spesso da casa, mentre negli adulti è frequente l'uso dal luogo di lavoro.

Nella sezione dedicata ai dati secondo il livello scolastico, Eurisko comunica che vi è una maggiore diffusione della rete a livello della scuola media inferiore e media superiore, un cambiamento avvenuto tra il 1998 e il 1999. La differenza rilevante sta nell'ascesa del livello medio inferiore. Si notava nei periodi precedenti una maggiore concentrazione di uso frequente della rete nei livelli educativi più alti, ma tali valori si stanno attenuando.

Nel caso dell'uso di internet a seconda del tipo di attività svolta, si ha la conferma di un allargamento nell'uso della rete, da parte di categorie più ampie, con l'aumento di impiegati e di insegnanti. È in crescita la categoria degli studenti, mentre non aumentano i collegamenti da scuola; questo dato si spiega con la maggiore diffusione delle utenze da casa, soprattutto tra i giovani.

Con l'allargamento a categorie culturali ed economiche più ampie diminuisce la percentuale di persone che pensano di conoscere bene l'inglese. La conoscenza della lingua internazionale rimane ampia tra gli utenti internet, piuttosto che nella popolazione in generale.

Tra uomini e donne che si collegano ad internet, le donne di età compresa tra i 14 e i 24 anni costituiscono circa il 35%, mentre gli uomini circa il 33%. Altre ricerche confermano andamenti analoghi. Dal gennaio 2000 al febbraio 2002 la Doxa ha registrato 9,2 milioni di utenti internet in Italia, di cui 7,79 milioni che usano internet da casa, 3,7 dal luogo di lavoro e 2,3 con ambedue i collegamenti.

Secondo uno studio del Censis (luglio 2001) il 63% delle persone che possiedono un computer a casa dispone di un collegamento alla rete, ma solo il 36% lo usa. Da un sondaggio dell'Eurobarometro svolto tra aprile e maggio 2001 su un campione di 10 mila giovani, emerge che i giovani europei di età compresa tra i 15 e i 24 anni sono ultratecnologici, e usano computer e internet. Il sondaggio ritrae una nuova generazione europea che partecipa da vicino alla Società dell'informazione in modi molto diversi da Paese a Paese. Nella ricerca sui mezzi dell'informazione, il cellulare è il più usato (80%), seguito dal computer (56%), che risulta usato dai francesi nella media del 55%, dagli italiani del 54%, dagli inglesi del 57%. Le differenze tra i Paesi risultano più evidenti se si considerano l'uso di internet (37%) e della posta elettronica (31%). Per quanto riguarda la Rete, i Paesi nordici e l'Olanda superano il 70%, mentre la Grecia raggiunge il 20%.

Da un'indagine ISTAT presentata nel dicembre 2001, compiuta su ragazzi di età compresa tra i 6 e i 14 anni, è emerso che il 38,5% usa il personal computer a casa, e tale percentuale è omogenea rispetto al sesso: i maschi sono il 39,8% e le femmine il 37,1% (<http://www.istat.it/note/newmedia.pdf>).

Il fenomeno della differenza territoriale presenta una percentuale di bambini e ragazzi che usano il PC a casa, più elevata al nord (49,3% nel Nord-ovest e 51,6% nel Nord-est) e al Centro (43,5%) rispetto al Sud e alle Isole (rispettivamente 29,7% e 21,2%).

Dall'indagine emerge che esiste una relazione tra l'utilizzo del PC a casa da parte dei giovanissimi e il titolo di studio dei genitori. Considerando i figli che vivono con almeno un genitore, la quota di bambini e ragazzi che usano il computer aumenta progressivamente al crescere del titolo di studio dei genitori. Sono il 61,6% i ragazzi tra i 6 e i 14 anni con

almeno un genitore laureato che usano il computer a casa, mentre tale percentuale si riduce per figli con genitori in possesso di licenza media o di licenza elementare (rispettivamente il 26,1% e il 13,5%). Emerge inoltre che la quota di bambini e ragazzi che usa il computer a casa è molto alta se sono i genitori stessi ad usarlo. Sono l'80,2% i ragazzi che usano il PC e che vivono in nuclei familiari in cui almeno uno dei due genitori usa il computer a casa, mentre è pari al 14,1 la quota dei figli che usano il PC ma che hanno entrambi i genitori che non lo utilizzano.

530.000 ragazzi tra gli 11 e i 14 anni usano Internet, una quota pari al 21,9% del totale della popolazione della stessa età. Non si rilevano differenze di genere, poiché i ragazzi che si collegano sono il 23,0%, mentre le ragazze sono il 20,9%. Si riscontrano differenze territoriali: la quota dei ragazzi che usa internet nell'Italia nord-occidentale è del 33,4%, mentre nell'Italia meridionale è del 13,5%. Analogamente al PC, anche l'uso di internet è fortemente influenzato dal titolo di studio del genitore. Considerando i ragazzi che vivono con almeno un genitore, la quota di coloro che si collega ad internet aumenta quando il titolo di studio dei genitori è elevato: il 44,7% dei giovani con almeno un genitore laureato si collega a internet, mentre per i giovani che hanno genitori con licenza elementare o nessun titolo di studio, la quota scende al 4,7%.

Per le classi di età successive, (persone di 15 anni e oltre), l'uso del PC e di internet viene fatto prevalentemente dai maschi (33,9%), mentre le femmine lo usano di meno (23,7%). La distanza appare significativa a partire dai 25 anni.

[www.gandalf.it/dati/dati3.htm](http://www.gandalf.it/dati/dati3.htm)

<http://www.doxa.it/ricerche>

[www.censis.it/censis/ricerche/2001/ucsi/1/HTML#2](http://www.censis.it/censis/ricerche/2001/ucsi/1/HTML#2)

In **Portogallo** ha un accesso ad Internet il 36,5% degli abitanti con più di 15 anni, lo utilizza regolarmente internet il 21,2%.

Internet viene usato per la maggior parte in casa (13,4%); il 7,0% delle persone utilizza Internet nel luogo in cui lavora; il 5,8% a scuola e all'università; il 2,1% in casa di amici o familiari; lo 0,7% in altri luoghi (Tab.8).

**Tab.8**

Internet	a	al lavoro	a scuola	a casa di amici
<b>casa</b>				
<b>13,4</b>		7,0	5,8	2,1
<b>Altro: 0,7</b>				

Fonte: <http://www.simplicidade.com/stats.asp>

I browser più utilizzati sono Internet Explorer (50,5%), Netscape (5,0%); il 40% degli intervistati non risponde. Il tempo medio dedicato all'utilizzazione di Internet varia da una a due ore: meno di mezz'ora (16,4%), da mezz'ora ad un'ora (36,0%), tra un'ora ad un'ora e mezza (18,8%), da un'ora e mezza a due ore (13,1%), più di due ore (14,1%).

La finalità dell'utilizzazione di Internet è varia: al primo posto è il divertimento (64,8%), seguito dalla formazione personale (57,8%), dall'informazione (53,6%), dalla motivazione professionale (48,9%), dalla motivazione scolastica (università) (48,8%), dal piacere del dialogo con altre persone (40,8%), dall'interesse a scaricare sul proprio Pc software (27,0%), dalla gestione delle notizie di finanza (13,5%).

(<http://www.simplicidade.com/stats.asp>)

In **Spagna** su 1006 intervistati di età superiore ai 14 anni il 23% afferma di aver utilizzato Internet negli ultimi tre mesi. Nel mese di agosto 2001 è aumentata la tendenza positiva della crescita del totale di persone che usano Internet. La media dell'uso di Internet nel corso di un mese si stabilizza a 9,4 giorni, mentre la media di minuti dedicati nel corso di un mese alla navigazione si registra intorno ai 548 minuti.

Nel caso di coloro che si dichiarano lettori di libri, questa percentuale sale al 30% e l'utilizzo di Internet è più frequente tra gli uomini (37%) che tra le donne (25%).

Per quanto riguarda l'età, si supera il 42% tra coloro che hanno meno di 35 anni e il 26% tra i lettori compresi tra i 35 e i 54 anni, l'8% riguarda coloro che sono compresi nella fascia di età tra i 55 e i 64 anni. (Tab.9)

**Tab.9**

Utenti con meno di 35 anni	Tra i 35 e i 54 anni	Tra i 55 e i 64 anni
42	26	8

Fonte: <http://www.es.jupitermmxi.com/press/releases/20010717.jsp>

Il 7% dei lettori legge o consulta libri attraverso Internet e appena il 2% compera libri attraverso la rete. Il numero medio di libri che gli stessi intervistati hanno acquistato tramite il Web nell'ultimo mese è di 9 libri, una media alta.

(<http://www.federacioneditores.org>

<http://es.jupitermmxi.com/press/releases/20010717.jsp>)

#### 4. La tipologia dei libri per ragazzi

In **Francia** nel settore dell'editoria per i giovani i *libri scolastici* e i libri *per ragazzi* si situano alla stessa posizione (il 15% della produzione), preceduti dai libri di *letteratura* (24%) e dai libri *scientifici e di scienze umane* (19%), seguiti dai libri *d'arte* (3%). Tra i generi per i ragazzi, il fumetto riscuote molto successo. Il genere fiction si sta affermando con il personaggio Harry Potter di K.J. Rowling, letto in tutto il mondo con 80 milioni di copie. (<http://www.culture.fr>) (Tab.10).

**Tab.10**

Libri scolastici	15
Libri per ragazzi	15
Libri di letteratura	24
Libri scientifici/sc.umane	19
Libri d'arte	3

Fonte: <http://www.culture.fr>

In **Italia** con 2044 novità librerie, l'anno 2000 ha raggiunto il punto più alto della fase di crescita che ha caratterizzato l'editoria per ragazzi in Italia dal 1987. Il 1987 ha registrato 952 novità, 1135 nel 1988, 1229 nel 1989, 1264 nel 1990, 1276 nel 1991, 1367 nel 1992, 1499 nel 1993, 1604 nel 1994, 1593 nel 1995, 1562 nel 1996, 1730 nel 1997, 2024 nel 1998, 1988 nel 1999. (<http://www.liberweb.it/stat/novlibr.htm>).

Il *Rapporto 2001* dell'Associazione Italiana Editori, su base dati dell'ISTAT, segnala che per "varia adulti" sono stati pubblicati nel 1999 complessivamente 40.878 titoli, confermando il trend negativo che già caratterizzava il segmento nel 1998 (-0,5% rispetto al 1997) e sono state immesse sul mercato 180,9 milioni di copie (-9,9%; -10,7% tra 1998 e 1997); per la sezione "libri per ragazzi", nel 1999 sono stati pubblicati 3.503 titoli (-4,3% rispetto al 1998) e 26,4 milioni di copie (-20,7%); per la sezione "libri scolastici", nel 1999 sono stati pubblicati 5.881 titoli (+3,9% rispetto all'anno precedente e +3,2% tra 1998 e 1997) e 50,6 milioni di copie (+4,2%) (G.Peresson, *Il mercato librario italiano, Rapporto 2001*, AIE, p.12, in <http://www.aie.it/mercati/visualizza.asp?ID=35>) (Tab.11).

**Tab. 11**

Titoli di libri per ragazzi	Titoli di libri scolastici
3.503 (26,4 milioni di copie)	5.881 (50,6 milioni di copie)

Fonte: Giovanni Peresson, *Il mercato librario in Italia. Rapporto 2001*, AIE pag. 12 in <http://www.aie.it/mercati/visualizza.asp?ID=35>

La maggiore articolazione dell'offerta è uno dei fattori che spiegano le migliori performance che il settore del libro per ragazzi ha fatto registrare tra il 1990 e il 2000. L'aumento nell'offerta di titoli è avvenuta grazie a una maggiore apertura dei cataloghi agli autori stranieri. I titoli tradotti, che erano il 37% nel 1990 sono cresciuti fino al 50% dell'offerta complessiva. Una prima caratteristica che contrassegna il processo di rinnovamento va in direzione della creazione di un mercato di tascabili per bambini: il

65,5% dei titoli pubblicati e il 68,7% delle copie nel 1999 aveva un prezzo di copertina che non superava le 15 mila lire, ed entro 20 mila lire si trova l'82% delle opere pubblicate.

Il settore di mercato del libro per ragazzi attira, anno dopo anno, un numero crescente di editori: 155 nel 2000 (il 24% in più rispetto al 1999) con una spinta a proliferare di collane e iniziative a favore della lettura. Pur confermando il solido primato di prolificità degli editori più importanti (Mondadori, Fabbri, De Agostini, E.Elle, Piemme) i dati del 2000 mostrano una tendenziale polverizzazione del mercato dei produttori: nel 2000 il numero di editori di libri per ragazzi è salito a 155 (da molti anni non raggiungeva i 130), mentre la media delle novità per editore è scesa a 13,2%. Nel 1990 gli editori di libri per ragazzi erano 110, 112 nel 1991, 125 nel 1992, 122 nel 1993, 119 nel 1994, 127 nel 1995, 124 nel 1996, 125 nel 1997, 129 nel 1998, 124 nel 1999.

Cresce l'introduzione, nella letteratura per ragazzi, degli autori stranieri: ciò viene dimostrato dai dati che vedono nell'ambito della narrativa una prevalenza di opere contemporanee e una conseguente diminuzione dei classici.

Nel 1990 i titoli italiani nell'editoria italiana per ragazzi sono 674, nel 2000 sono 950; nel 1990 i titoli inglesi sono 261, nel 2000 sono 460; nel 1990 i titoli francesi sono 123, nel 2000 sono 166 (<http://www.liberweb.it/stat/paesiorig.htm>).

La grande espansione dell'editoria per ragazzi in Italia si è caratterizzata per una massiccia acquisizione di opere di altri Paesi, soprattutto di area anglosassone e francese. Un fenomeno che ha contribuito al rinnovamento di temi proposti e che prosegue nonostante la presenza della ripresa di opere italiane.

Nel 2000 la narrativa di autori italiani ha uguagliato la media dopo una fase dovuta alla massiccia importazione di autori stranieri. Tra le nuove letterature per ragazzi, hanno fatto il loro ingresso quelle australiana, canadese, neozelandese, argentina, ebraica. La narrativa italiana copre il 36,6%, seguita da quella inglese (21,1%), americana (16,9%), francese (9,7%), tedesca (8,7%).

E' in atto un'inversione di tendenza nella presenza di titoli in collane tra la fiction e la non fiction: diminuisce l'incidenza delle collane nella prima, aumenta nella seconda. In ogni caso le collane continuano a essere il principale canale di proposta delle novità editoriali (75,3% di titoli presenti in 420 collane nel 2000).

L'editoria per ragazzi è prevalentemente di fiction, ma tra il 1999 e il 2001 una contro-tendenza assiste al recupero delle opere di divulgazione, giochi e hobby. Nell'ambito della fiction si ha la prevalenza di albi illustrati e un aumento di storie dell'età evolutiva, mentre diminuiscono nel 2000 i libri gioco, la poesia e il dramma, il giallo, l'horror e il mistero. Nella fiction i libri di giochi, sport e hobby superano il genere natura.

In **Portogallo** nel 1998 sono state pubblicate 6.338 novità, 776 riedizioni, 2082 ristampe. Tra i generi con il maggior numero di titoli pubblicati, i libri per ragazzi hanno raggiunte le 1799 novità.

La tiratura media dei libri per ragazzi è di 1819 copie, seguite dalla letteratura generale (1765 titoli), dai libri di scienze umane (1414 titoli), dai fumetti (1404 titoli), dai libri tecnici e scientifici (1276 titoli), dai libri d'arte (848 titoli); ed è preceduta dai manuali (3451 titoli), dalle enciclopedie (5982 titoli), dai libri scolastici (7220 titoli). (<http://www.apel.pt/livro/estatisticas1998/estatistica.html>) (Tab.12).

**Tab. 12**

Libri per ragazzi	1.819 titoli
Letteratura generale	1.765 titoli
Libri scienze umane	1.414
Fumetti	1.404
Libri tecnici e scientifici	1.276
Libri d'arte	848
Manuali	3.451
Enciclopedie	5.982
Libri scolastici	7.220

Fonte: <http://www.apel.pt/livro/estatisticas1998/estatistica.html>

**In Spagna:** analizzando i dati sulla produzione di libri emerge che nel 2000 si sono prodotti molti titoli nei sub-settori dei libri di testo scolastici, di scienze sociali e umane, di scienza e tecnologia e libri per ragazzi. Per contrasto, sono stati prodotti meno titoli sul settore della creazione letteraria, del tempo libero e di altro genere. Secondo gli ultimi dati forniti dalla Federazione degli Editori, nel 1999 si sono contati 18.145 titoli, venduti di libri, di cui più della metà corrisponde a titoli per bambini e ragazzi. Dei 52.493 titoli pubblicati in Spagna nel corso del 1998, una buona parte corrisponde a libri di testo, enciclopedie e dizionari e fumetti, uno dei generi preferiti dai ragazzi. Il settore specificamente letterario comprende 8998 titoli di opere di narrativa o poesia; 10.326 titoli per la letteratura infantile e giovanile; il resto, 12.154 libri, comprende una produzione di vario genere, esclusa quella dei testi universitari (Tab.13).

<http://www.mcu.es/lab/libro/d2000/tematica.html>

**Tab.13**

Narrativa/poesi a	Letteratura infanzia/giovani	Letteratura genere	vario
8.998 titoli	10.326 titoli	12.154 titoli	

Fonte: <http://www.mcu.es/lab/libro/d2000/tematica.html>