



Sogni e ostacoli della generazione Alpha nella nuova edizione Osservatorio genere e stereotipi

Descrizione

(Adnkronos) â?? Quasi un terzo delle ragazze tra i 13 e i 15 anni teme le discriminazioni legate al genere e alla genitorialit  ma, nonostante questo, non rinuncia alle proprie ambizioni. L  edizione 2025 dell'Osservatorio Genere e Stereotipi, promosso da Henkel Italia in collaborazione con Eumetra, restituisce la fotografia di una generazione che ha grandi progetti per il futuro, ma riconosce molto chiaramente il peso degli stereotipi di genere, che frenano soprattutto le ragazze. Nato nel 2022 come spazio di ascolto sull  influenza del genere nella quotidianit  e nelle scelte di vita, in questi anni l  Osservatorio Genere e Stereotipi ha indagato come la visione ancora tradizionale del maschile e del femminile condizioni la ripartizione dei compiti in famiglia, le decisioni relative agli studi, al lavoro e al tempo libero. La ricerca 2025 si   concentrata in modo particolare sulla Generazione Alpha ed   stata condotta tramite questionari online su un campione di 1.840 adulti e 500 preadolescenti tra i 13 e i 15 anni, con un approfondimento qualitativo su alcuni gruppi di ragazze e ragazzi. â??Nelle precedenti edizioni dell  Osservatorio abbiamo visto quanto gli stereotipi di genere incidano nelle scelte delle persone e delle famiglie. Quest  anno abbiamo voluto guardare da vicino la Generazione Alpha: i dati e le testimonianze dirette che abbiamo raccolto indicano che non c    un vero â  dream gap  . Tanto i maschi quanto le femmine si sentono liberi di sognare in grande, ma le ragazze sanno bene che dovranno impegnarsi molto di pi   per essere prese sul serio e realizzare i loro progetti  , ha commentato Mara Panajia, presidente e ad di Henkel Italia. â??Questi risultati â   ha continuato â   ci spronano a proseguire l  Osservatorio per continuare a creare cultura su questi temi, ma soprattutto a fare ancora di pi   e meglio come azienda perch   la parit  di genere diventi una realt  e non resti una promessa  . Contrariamente a molti luoghi comuni, i dati 2025 dell'Osservatorio Genere e Stereotipi rivelano che la Generazione Alpha sogna in grande: il 44% delle ragazze e il 39% e dei ragazzi fra i 13 e i 15 anni dichiara di avere progetti ambiziosi per il futuro, con il 71% delle ragazze e il 72% dei ragazzi che si sente supportato dalla famiglia nel coltivare interessi e passioni. Se il 39% delle ragazze e il 43% dei ragazzi afferma di avere la giusta determinazione per raggiungere i propri obiettivi, i maschi mostrano maggiore sicurezza nella possibilit  di farcela davvero. Il 78% dei ragazzi crede di poter generare un impatto, anche solo nel proprio piccolo, e il 21% pensa riuscir  ad emergere fra tanti, mentre le percentuali si fermano al 70% e al 16% per le ragazze. La consapevolezza degli ostacoli riconducibili al genere   molto marcata. Secondo l  Osservatorio, il 28% delle ragazze e solo il 9% dei ragazzi teme di subire discriminazione di genere quando andr  a lavorare, il 31% delle

ragazze e solo l'8% dei ragazzi ha paura di ulteriori penalizzazioni se avrà figli. Il 13% delle ragazze pensa che dovrà sacrificare la sua carriera per la famiglia, mentre solo il 9% dei ragazzi esprime la stessa preoccupazione. Buona parte di queste convinzioni matura in famiglia. Benché l'Osservatorio confermi l'evoluzione in atto, con i padri sempre più coinvolti nella vita domestica e nella cura dei figli, ragazze e ragazzi riportano con grande lucidità le diverse pressioni a cui i genitori sono sottoposti e sottolineano la maggior fatica delle madri nel conciliare il lavoro e la vita personale. Interessante notare come il 70% degli adulti intervistati dall'Osservatorio sia convinto che gli influencer siano figure di riferimento per i giovani, ma solo il 2% dei preadolescenti li menzioni spontaneamente come reali fonti di ispirazione. Mamma e papà sono tra i modelli più citati in quanto a soddisfazione e realizzazione personale a cui ambire. Tra i temi indagati quest'anno dall'Osservatorio Henkel c'è anche il ruolo dei media e del linguaggio nella rappresentazione delle questioni di genere. Secondo il 75% delle ragazze e il 68% dei ragazzi, i social accentuano gli stereotipi. Il cinema, le serie tv e la pubblicità scelgono le donne solo in base alla bellezza (lo afferma l'84% delle ragazze e l'81% ragazzi) e le mostrano in prevalenza dolci, sensibili ed emotive (62% delle ragazze, 59% dei ragazzi). I preadolescenti sono molto critici anche sulla narrazione della mascolinità. Il 77% delle ragazze e il 76% dei ragazzi concordano su un'eccessiva sottolineatura della forza, del coraggio e del successo, aspetti che mettono a disagio soprattutto i ragazzi, preoccupati di non riuscire a corrispondere alla rappresentazione prevalente. I preadolescenti appaiono ben consapevoli anche degli ostacoli posti dal linguaggio e dell'importanza delle parole nel definire la realtà e i confini delle possibilità. Nelle interviste si dicono contrari all'uso dell'asterisco o della schwa, convinti che serva un cambio più radicale per un racconto davvero libero, inclusivo e rispettoso delle differenze. economiaeconomia@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. H24News

Tag

1. adnkronos
2. Ultimora

Data di creazione

Settembre 9, 2025

Autore

andreaperocchi_pdnrf3x8