



FREIE UNIVERSITÄT BOZEN
LIBERA UNIVERSITÀ DI BOLZANO
UNIVERSITÀ LIEIDA DE BULSAN

Brixen
Bressanone
Pinerone

Fakultät für Bildungswissenschaften | Facoltà di Scienze della Formazione | Facoltà de Scienza dla Formazion

I Centri Giovani della Provincia Autonoma di Bolzano

Analisi dell'offerta, degli utenti effettivi e potenziali

AUTONOME PROVINZ BOZEN - SÜDTIROL

Landeshauptmannstellvertreter
Landesrat für italienische Kultur und Schule,
Wohnungsbau



PROVINCIA AUTONOMA DI BOLZANO - ALTO ADIGE

Vicepresidente della Provincia
Assessore alla cultura e scuola in lingua italiana,
edilizia abitativa





Lo studio commissionato alla Libera Università di Bolzano definisce il ruolo dei centri giovani.

La ricerca ha raccolto da un lato i dati riguardanti i giudizi, le idee e le proposte dei ragazzi frequentanti i centri giovani e di coloro che a vario titolo operano all'interno di questi per promuovere iniziative. Dall'altro le opinioni, commenti, suggerimenti ed impressioni della società rispetto a questi importanti servizi.

L'obiettivo è incrementare l'offerta formativa e culturale dei centri giovani che devono affiancarsi sempre più alle tradizionali istituzioni formative come la scuola.

Le pagine di questo studio sono il punto di partenza per sviluppare linee strategiche integrate che coinvolgano tutti gli attori operanti nella dimensione giovanile. Uno sforzo comune teso a promuovere un'offerta di servizi ed attività sempre più efficace per le future generazioni.

*Christian Tommasini
Vicepresidente alla Provincia
Assessore alla cultura e scuola in lingua italiana, edilizia abitativa*

PREMESSA	1
-----------------------	----------

INTRODUZIONE: LA RICERCA

Obiettivi della ricerca	3
Metodologia e target di riferimento	4
Risultati operativi	5

A. IL CONTESTO:..... 5

Il fenomeno giovani in italia ed Alto Adige.....	6
--	---

B. I DATI 7

1. I FREQUENTATORI 8

Chi ci va?	
Perché ci va?	10
Quanto ci va?.....	
Cosa fa?	
Cosa pensa?	
Cosa vorrebbe fare?	

2. I NON FREQUENTANTI

Chi non ci va?	
Perché?.....	
Quale l'obiettivo di un centro giovani?.....	
Quali attività dovrebbero fare i centri?.....	
Quale opinione hanno dei centri giovani ?.....	

3. I CENTRI

Cosa fanno?	
Come si relazionano con il territorio?	
Cosa dovrebbero fare?.....	
I centri come si promuovono?	
L'idea della popolazione rispetto alla mission	

C. CONCLUSIONI.....

PREMESSA

La presente pubblicazione intende illustrare le principali evidenze emerse dall'indagine promossa dalla Provincia Autonoma di Bolzano, Ripartizione Cultura Italiana, Ufficio Servizio Giovani, rispetto ai centri giovani attivi nel territorio provinciale. Lo studio è stato condotto dai ricercatori della Libera Università di Bolzano, Facoltà di Scienze della Formazione, ed è stato effettuato tra l'autunno 2008 e la primavera del 2009.

I risultati sono il frutto dell'analisi dei dati raccolti durante la ricerca, e sono proposti con l'obiettivo di fornire uno strumento informativo a coloro che operano nell'universo giovanile. Il fine di questo studio è indirizzato a promuovere una più incisiva conoscenza dell'attività dei centri giovani in relazione ai ragazzi residenti nella Provincia Autonoma di Bolzano. In questa prospettiva, il testo non si configura quindi come un piano di settore, ma intende fornire, attraverso i dati presentati, spunti utili alla formulazione di politiche ed azioni per lo sviluppo delle attività e servizi dei centri giovani, e delle strutture operanti nella dimensione giovanile presenti nel territorio dell'Alto Adige.

La pubblicazione è organizzata come segue: dopo una prima parte introduttiva nella quale viene presentata la metodologia adottata la sezione A è indirizzata a fornire una descrizione del fenomeno giovani a livello nazionale e locale. La sezione B illustra i principali risultati delle analisi, ripartiti rispetto ai tre campioni identificati, ragazzi frequentanti cioè gli utilizzatori abituali dei centri, coloro che non frequentano i centri, e gli operatori che a vario titolo sono impiegati nei centri. La sezione C delinea le conclusioni dello studio condotto.

INTRODUZIONE

La Provincia Autonoma di Bolzano ha istituito nel corso degli anni una serie d'opportunità in riferimento alla fascia giovane della popolazione, agendo sia sulla dimensione delle attività, promuovendo, programmando e realizzando iniziative ad essi dirette, sia degli spazi, definendo investimenti nella costituzione di contenitori per lo sviluppo di tali attività.

La creazione dei centri giovani nell'Alto Adige e le attività realizzate sono iniziate a partire dagli anni '70, in un processo per lo più spontaneo guidato da attori locali, senza un inquadramento normativo generale a livello provinciale. A partire dal 1983, l'attività è stata regolamentata attraverso la Legge Provinciale n. 131 del 1 Giugno 1983, intesa a definire gli ambiti ed i compiti servizio giovani nella Provincia di Bolzano. Le finalità della legge, tuttora attiva, sono dirette ad assicurare alla popolazione giovanile della provincia di Bolzano un'ampia formazione culturale e sociale, tramite le attività organizzate dal servizio giovani e dai centri presenti nel territorio.

L'articolo 7 punto 1 della legge definisce anche i mandati di tali spazi: '...si definiscono centri giovanili ai sensi della presente legge quelle infrastrutture del servizio-giovani che sono destinate ad offrire e a rendere possibile un programma differenziato per i giovani frequentatori. Detti centri devono tenere a soddisfare le esigenze di impiego del tempo libero, di formazione e comunicazione dei giovani e di stimolare il loro spirito di iniziativa. Essi devono essere accessibili a tutti i giovani e diretti di norma da esperti in campo pedagogico operanti a tempo pieno...'.

Nel corso degli anni sono stati costituiti circa 85 centri giovani, di cui parte organizzati direttamente dagli organismi provinciali, parte gestiti attraverso strutture esterne e soggetti a finanziamento dei programmi da parte dell'amministrazione pubblica.

Una prima analisi dei centri giovani della Provincia permette di verificare come siano presenti sostanziali differenze, ad esempio in termini di collocazione geografica, attività realizzate, e connessioni con il territorio. Tutti si configurano quali contenitori potenziali per l'erogazione di servizi culturali e sociali, con uno spettro di attività che variano dalla dimensione formativa, alla promozione divulgazione culturale, al supporto nella gestione di possibili criticità dei ragazzi nella dimensione soprattutto relazionale. Il senso delle potenzialità di questi spazi può essere evidenziato delle linee strategiche di sviluppo che l'amministrazione ha definito quale mandato successivamente alla legge, ossia:

- luogo d'aggregazione (in grado di generare effetti di accumulazione di risorse identitarie e relazionali quale 'spazio del ritrovarsi');
- un luogo di fruizione di servizi;
- spazio della conoscenza, strumento quindi al servizio della collettività in grado di supportare la crescita della fascia giovane della popolazione.

È importante, inoltre, sottolineare la differenza tra i centri presenti nelle aree urbane più importanti (ad esempio Bolzano, Merano, Bressanone) e quelli dei centri minori o operanti in centri rurali. I centri localizzati nelle aree più popolate offrono un campo d'attività almeno a livello quantitativo più elevato con uno spettro di servizi che interessa più dimensioni, una situazione invece più statica per i luoghi dislocati all'esterno di questo sistema. Il focus della ricerca è stato quindi indirizzato a fornire elementi interpretativi del fenomeno centri giovani, con particolare attenzione ad alcune dimensioni, come il profilo dei centri, le percezioni ed aspettative sia degli utenti che li frequentano, sia degli utenti potenziali, ossia di coloro potenzialmente interessati ad avvalersi delle offerte da tali luoghi.

Obiettivi della ricerca

L'obiettivo primario della ricerca è diretto a delineare un profilo dei centri, delle strategie ed attività realizzate, dell'offerta verso gli utenti, cioè coloro che frequentano più o meno attivamente i centri (definiti in seguito utenti effettivi) e verso coloro che non usufruiscono di tali opportunità (definiti in seguito utenti potenziali), ancora delineare un profilo di coloro che non usufruiscono dei servizi ed in generale verificare la percezione della popolazione rispetto al settore dei centri giovani.

I dati raccolti saranno quindi utili allo scopo di permettere la configurazione di un piano organico di interventi finalizzati a promuovere il benessere e la formazione della gioventù residente nella Provincia Autonoma di Bolzano compresa nella fascia d'età tra i 7 e 25 anni.

Metodologia

La ricerca ha previsto l'utilizzo di dati provenienti da fonti fredde e la raccolta di informazioni specifiche rispetto al target dello studio, i giovani dell'Alto Adige.

Nel primo caso, sono stati visionati i rapporti statistici provinciali ASTAT, nazionali ISTAT, ricerche precedentemente condotte a livello locale, al fine di raccogliere dati su affluenza, tipologia d'attività e ulteriori informazioni idonee a definire un quadro concettuale del fenomeno giovanile.

L'obiettivo di questa analisi è stato indirizzato a fornire un benchmarking, altresì il possibile posizionamento dei giovani, e dei centri a loro dedicati in provincia, rispetto alla scala nazionale.

Nel secondo caso, sono state sottoposte ad analisi tre specifiche categorie:

1. I soggetti frequentanti;
2. I soggetti non frequentanti;
3. Gli operatori dei centri giovani.

Al fine di ottenere un'accurata raccolta dei dati, ed una base informativa rappresentativa del territorio su cui agire per le analisi, le informazioni sono state raccolte attraverso la somministrazione di questionari, specifici rispetto ai gruppi target.

La costruzione dei questionari è avvenuta attraverso un confronto tra il gruppo di ricerca della Libera Università di Bolzano, Facoltà di Scienze della Formazione, gli uffici della Provincia Autonoma di Bolzano e alcuni operatori dei centri. Prima della somministrazione, gli strumenti di indagine sono stati testati al fine di validarne l'efficienza, sia dal punto di vista contenutistico che di funzionalità e gestione da parte dell'intervistato.

La somministrazione dei questionari è stata effettuata presso le sedi dei centri giovanili presenti nel territorio della Provincia Autonoma di Bolzano. È stata quindi effettuata una selezione dei centri oggetto dell'indagine secondo i seguenti criteri:

- distribuzione geografica; sei le aree urbane della provincia soggette ad indagine, indicate di seguito da nord a sud del territorio provinciale: Brunico, Bressanone, Merano, Bolzano, Laives, Egna; Salorno;
- peso dello spazio in relazione alle attività realizzate;
- bacino d'utenza effettivo e potenziale;
- area di influenza linguistica.

Attraverso questa metodologia sono stati quindi identificati 23 centri:

- Connection, Bressanone;
- Ufo, Brunico;
- Strike Up, Merano;
- Cilla, Merano;
- Tilt, Merano;
- Villa Delle Rose, Bolzano;
- La Vispa Teresa, Bolzano;
- Sacra Famiglia, Bolzano;
- Juvenes, Bolzano
- Corto Circuito, Bolzano
- Orizzonte, Bolzano
- Melograno, Bolzano;
- Charlie Brown, Bolzano
- Via Vintola, Bolzano;
- Premstraller, Bolzano;
- Cattolici Popolari, Bolzano;
- I Castori (A.C.R.A.S.), Bolzano;
- Fly, Laives
- No-Logo, Laives;
- Beehive, Laives;
- Speed, Laives Pineta;
- Point, Egna;
- Salorno

Il campione, strumenti di ricerca e la procedura di campionamento

• Operatori dei centri

La metodologia ha previsto l'utilizzo di un questionario costruito in maniera specifica per gli operatori, somministrato in maniera diretta dai ricercatori al fine di evitare un'eventuale distorsione dell'informazione.

Sono stati somministrati 80 questionari ad altrettanti operatori, un campione casuale, che quindi non assume rilevanza statistica in termini di rappresentazione del territorio, ma che è in grado di fornire le informazioni specifiche rispetto al target di riferimento.

- **Utenti effettivi (ragazzi)**

Come nel caso precedente, è stata predisposta la somministrazione di un questionario specifico per la raccolta delle informazioni necessarie, somministrato dai ricercatori presso i centri selezionati, al fine di evitare condizionamenti e/o uniformità di giudizi prodotte da influenze esterne.

Il campione raccolto è stato pari a 380 questionari, e come per il punto precedente, anche in questo caso si tratta di un campione casuale.

Per raccogliere i campioni dei gruppi precedenti sono state realizzate tre visite per ogni centro, scadenzate secondo una progressione che permettesse appuntamenti distribuiti durante tutto il periodo definito per la somministrazione.

- **Utenti potenziali e famiglie**

Per questo universo è stato predisposto un rilevamento rispetto alla popolazione del gruppo linguistico italiano residente nel territorio della Provincia Autonoma di Bolzano (universo pari a 120.000 individui ca.).

Il campione complessivo così raccolto è stato pari a 500 individui complessivi, 157 soggetti (pari al 31,4% del totale) rispetto ai giovani 15-25 anni, 343 soggetti (pari al 68,6% del totale) rispetto alla categoria adulti con figli in età 8 – 25 anni.

L'operazione di somministrazione è stata condotta dalla DOXA di Milano. Le interviste sono state effettuate col metodo CATI (Computer Assisted Telephone Interview) da un gruppo di intervistatori opportunamente istruiti e costantemente controllati da alcuni supervisori (un supervisore ogni 10 intervistatori).

Risultati operativi della ricerca

La ricerca intende fornire una rassegna di dati ed indicatori utili a coloro che sono a quotidiano contatto con i giovani, sia per attività di carattere educativo, culturale o ludico.

I possibili risultati operativi sono indirizzati ad introdurre strategie ed azioni sia a livello interno che esterno dei centri giovani. Nel primo caso (livello interno) le informazioni raccolte potranno essere utili al fine di configurare elementi in grado di aumentare la penetrazione dei centri ed attività nel territorio, incrementare gli utenti dei servizi e la qualità delle proposte, nella prospettiva di configurare gli spazi non come luoghi di prevenzione del disagio (per i quali altre sono le strutture preposte), ma di allestimento della socialità dei giovani, spazio-gioco, spazio-cultura, collettore sia delle istanze provenienti dai giovani sia delle possibili azioni al servizio del loro sviluppo.

Nel secondo caso, (livello esterno) agire sulla percezione degli attori sociali rispetto al sistema dei centri giovani, ad esempio al fine di diminuire l'idea di luogo a supporto di giovani recanti un disagio più o meno marcato, nella direzione di spazi al servizio della formazione dei ragazzi e luogo della socialità giovanile.

A. IL CONTESTO

La condizione giovanile in Italia è un argomento di grande attualità e richiama da alcuni anni la concentrazione di studi sociologici e psicologici, oltre all'interesse dei mass-media.

Particolarmente interessanti al fine di definire la condizione dei giovani, risultano i dati inerenti alcune dimensioni, come ad esempio la sfera relazionale (il rapporto con la famiglia, il rapporto con il gruppo dei pari), il disagio (drop-out, bullismo, dipendenza), la sfera formativa (progettualità esistenziale, educazione), elementi sui quali le scienze dell'educazione, la sociologia, l'economia ed ulteriori discipline sono chiamate ad occuparsi.

Le aree tematiche precedentemente descritte sono regolarmente oggetto d'attività a livello nazionale, in particolare da parte dell'Istituto nazionale di statistica (ISTAT), che realizza con regolarità, studi e report rispetto alla dimensione giovanile nazionale. In Alto Adige la tematica riguardante la condizione giovanile è stata oggetto di alcuni testi oltre che di studi statistici locali condotti dall'ASTAT (Istituto provinciale di statistica della Provincia Autonoma di Bolzano). Tali studi analizzano la molteplicità degli aspetti che contraddistinguono il fenomeno giovanile nella provincia¹. Alcune indagini sono state inoltre promosse anche dalla Provincia Autonoma di Bolzano, che ha commissionato l'ASTAT uno studio rispetto ai giovani altoatesini compresi all'interno della fascia 14/25 anni, in merito ai propositi per il futuro, ai loro rapporti familiari ed extrafamiliari, all'utilizzo che essi fanno del loro tempo libero comparando entrambi i gruppi linguistici su tali aspetti².

Tale analisi (curata da Carlo Buzzi) è riassunta nei volumi pubblicati nel 1999 prima e successivamente nel 2004, intitolati: *'Indagine sui giovani. Valori, stili di vita e progetti per il futuro dei giovani altoatesini.'* Da essa emerge come l'universo giovanile altoatesino non si discosta sostanzialmente da quanto possibile registrare a livello nazionale. In particolare, rispetto al caso dei centri giovani, i dati permettono di verificare la quantità e l'intensità della frequenza dei giovani locali rispetto ai luoghi abituali tipici del ritrovo fra pari, tra i quali i centri giovani. In questo studio, i centri giovani sono descritti come luoghi dove sono favorite le situazioni di accoglienza, le quali offrono ad adolescenti e giovani, oltre agli spazi di incontro informale, momenti di sostegno individuale. In esse sono attivati processi di socializzazione per coinvolgere i gruppi di giovani in un'atmosfera giocosa e informale.

Nel territorio dell'Alto Adige, l'attività di programmazione istituzionale dei centri giovani è realizzata dall'Ufficio Servizio Giovani, Ripartizione Cultura Italiana della Provincia Autonoma di Bolzano. L'ufficio è impegnato sia nel sostegno individuale dei centri giovanili siti in provincia, sia dell'ascolto attivo delle necessità dei giovani che ad esso si rapportano. Nel 2007 l'ufficio ha pubblicato la *'Guida alle associazioni e centri giovani'*: sistematica mappatura di tutte le realtà di aggregazione giovanile presenti in Alto Adige. Grazie a questo studio, è stato possibile verificare come nel territorio operano circa 200 organizzazioni/centri, distribuiti nella quasi totalità della provincia, di cui circa 85 sono, come descritto nella sezione precedente, i centri giovani.

1 *"La parola saporita. L'oralità nel mondo giovanile altoatesino"*, a cura di Franco Frabboni, ed. Franco Angeli, 2002, Milano. *"Giovani e integrazione sociale. Analisi delle condizioni di vita dei 15-24enni in provincia di Bolzano"*, a cura di Nadio Delai, ed. Franco Angeli, 2006, Milano.

2 *"Indagine sui giovani. Valori, stili di vita e progetti per il futuro dei giovani altoatesini"* a cura di Carlo Buzzi, Provincia Autonoma di Bolzano, 1999, 2004.

Il fenomeno giovani: Italia e Alto Adige

Come evidenziato nella sezione precedente, la dimensione giovanile è stata oggetto di numerosi studi a livello italiano ed Alto Atesino. Al fine di fornire un quadro teorico interpretativo di tale fenomeno, viene presentata una sintetica rassegna critica dei principali indicatori in grado di rappresentare le modalità di impiego sia rispetto al tempo libero sia dei luoghi aggregazione giovanile e centri giovani.

In questa sezione, quindi, sono presentati alcune evidenze rispetto alla scala nazionale e locale, al fine di definire il contesto ed il quadro teorico-interpretativo della ricerca.

Italia

L'analisi delle tendenze dei giovani italiani rispetto alla cultura e al tempo libero sono oggetto di numerose pubblicazioni. Al fine di illustrare alcuni dati generali saranno utilizzate le più recenti indagini realizzate da ISTAT, come *'Spettacoli, musica e altre attività del tempo libero'*, è *'I cittadini e il tempo libero'*, condotte nel 2006.

Una premessa necessaria riguarda un elemento che potrebbe essere di non rilevante importanza, ma che altresì è un indicatore di una possibile un'anomalia. Nelle indagini condotte dall'ISTAT, come in altre per le quali è stato possibile avere accesso, non viene menzionata la voce 'centro giovani' quale luogo di ritrovo, svago, attività per i ragazzi, altresì sono indicate variabili quali 'centri di incontro', ed ulteriori voci quali 'bar, circoli o altri locali'. Il dato è di per se interessante, e segnala una possibile marginalità di questo fenomeno - centri giovani - a livello nazionale, quanto meno nel settore della ricerca.

In particolare, nel volume *'I cittadini e il tempo libero'* al paragrafo 10.2 del volume si legge:

‘..con gli amici ci si incontra soprattutto a casa propria o a casa di altri amici (67, 1 per cento), ma anche in luoghi all'aperto come le piazze, le strade, i parchi e i giardini (51,6 per cento). Leggermente inferiore la quota di persone che si dà appuntamento con gli amici in locali come bar, ristoranti, pub e birrerie (43,1 per cento). (...) In particolare, la casa è il luogo privilegiato per i bambini e i ragazzi di 6 – 14 anni (con valori che superano il 76 per cento). I ragazzi tra i 15 e i 19 anni, invece, si incontrano preferibilmente all'aperto (quasi l'80 per cento) e le persone tra i 18 e i 34 anni privilegiano, invece, i locali come i bar, le pizzerie, eccetera..’¹

In tale studio non viene menzionata la voce 'centri di aggregazione, né centri giovani come possiamo anche vedere dalla tavola 1 dal quale è stata tratta l'analisi precedentemente descritta.

¹ Istituto Nazionale di Statistica, a cura di L. Zanella, *Spettacoli, musica e altre attività del tempo libero*, Istat, 2008, Roma, pp. 142, 143.

Tavola 1 - Persone di 6 anni e più che vedono amici per momenti in cui incontrano gli amici, luogo di incontro, (...) e classe di età - Anno 2006 (per 100 persone di 6 anni e più dello stesso sesso e classe di età che vedono amici)

CLASSI DI ETÀ	Dove incontra gli amici			
	A casa mia o a casa di amici	Bar, osteria, ristorante, trattoria, pizzeria, birreria, pub	In piazza, strada, parchi, giardino o altro luogo di ritrovo all'aperto	Mai
6 - 10	80,4	6,7	58,2	8,8
11 - 14	76,3	17,7	73,5	9,2
15 - 17	68,3	48,3	79,9	8,1
18 - 19	60,6	67,5	76,8	5,5
20 - 24	57,2	71,3	68,0	5,0

Tavola 2 - Persone di 6 anni e più per tipo di relazione intrattenuta nel tempo libero, sesso e classe di età - Anno 2006 (per 100 persone di 6 anni e più dello stesso sesso e classe di età)

CLASSI DI ETÀ	Frequentano bar, centri di incontro, circoli o altri locali			
	Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Mai
6 - 10	5,1	4,3	7,7	78,2
11 - 14	16,5	9,8	13,6	56,9
15 - 17	36,4	18,5	18,1	23,2
18 - 19	47,4	20,0	14,5	14,8
20 - 24	44,0	20,4	13,0	19,3

Risulta sorprendente e di difficile comprensione la mancanza della voce ‘centri d’aggregazione’ o ‘centri giovani’, in quanto è rilevabile la presenza di tali realtà su tutto il territorio nazionale. L’ipotesi più probabile è che la loro diffusione sul territorio nazionale non sia in realtà sufficiente da poter creare una voce statistica interessante. Risultano invece significative le informazioni che possono essere ricavate attraverso l’analisi delle tabelle riferite alle attività che i giovani italiani praticano più volentieri in compagnia dei propri amici. In questo caso le attività sottoposte ad indagine sono 18, in uno spettro che copre le dimensioni ludico-ricreative e quelle educative e sociali.

Tavola 3 - Persone di 6 anni e più che vedono amici per tipo di attività svolta, sesso e classe di età - Anno 2006 (per 100 persone di 6 anni e più dello stesso sesso e classe di età che vedono amici)

CLASSI DI ETÀ	1 Parlare del più e del meno	2 Giocare	3 Fare shopping, andare per negozi	4 Passeggiare	5 Mangiare, bere insieme	6 Andare al cinema, a teatro, ai concerti	7 Andare a visitare musei, mostre	8 Organizzare feste	9 Fare sport
6 - 10	32,2	84,0	1,0	22,7	9,6	7,7	1,9	10,2	28,0
11 - 14	68,8	62,5	16,7	52,0	27,3	30,6	1,9	21,3	41,7
15 - 17	87,5	38,1	31,4	55,6	51,7	41,3	2,3	32,3	38,7
18 - 19	89,5	28,7	40,4	54,8	66,0	45,1	3,4	35,0	30,6
20 - 24	92,1	21,8	33,9	47,3	67,5	45,4	6,7	27,3	27,7
Totale	74	47	24,7	46,5	44,4	34	3,2	25,2	33,3

CLASSI DI ETÀ	10 Assistere a manifestazioni sportive	11 Andare abballare	12 Parlate di attualità, vi confrontate su idee e opinioni	13 Fate attività di impegno civile	14 Parlate dei vostri problemi	15 Fate gite, viaggi	16 Fate attività teatrale, musicale o altre attività artistico-culturali	17 Sentite musica	18 Altro
6 - 10	2,8	1,4	2,6	0,4	6,4	11,5	2,7	9,7	4,9
11 - 14	11,9	6,3	14,1	1,5	32,7	16,2	3,4	39,3	2,1
15 - 17	14,6	28,6	29,1	3,8	52,6	18,9	5,1	49,4	2,2
18 - 19	15,9	46,3	39,0	6,1	53,0	29,7	5,3	44,6	1,3
20 - 24	14,3	42,8	41,1	5,1	51,4	29,9	5,3	33,2	0,8
Totale	11,9	25,1	15,2	3,4	39,2	21,2	4,4	35,2	2,3

È possibile verificare come l'attività che i giovani italiani preferiscono fare con i propri amici durante il tempo libero sia 'parlare del più e del meno', indicato dal 74% dei soggetti intervistati, con un buon equilibrio di genere (è il preferito sia dai maschi sia dalle femmine), mentre mostra un aumento di preferenze direttamente proporzionale all'aumento dell'età degli intervistati.

Al secondo posto, segue il 'gioco' (47%), scelto prevalentemente dai maschi. Il gioco viene indicato come passatempo interessante dalle fasce dei più giovani, nelle fasce di età adulta e successive, diminuisce generalmente l'interesse per questa dimensione.

Al terzo posto di poco (46,5%) il ‘passeggiare’, attività per la maggior parte femminile, mentre più in basso troviamo ‘parlare dei propri problemi’ (39,2%), ‘sentire musica’ (35,2%), ‘mangiare e bere insieme’ (34%) e ‘fare sport’ (33,3%).

La maggioranza sceglie quindi di praticare attività prevalentemente non strutturate e d’immediata fruizione. Per contro, in fondo alla graduatoria troviamo attività che richiedono più impegno, quali: ‘andare a visitare musei e mostre’ (3,2%), ‘fare attività di impegno civile’ (3,4%), ‘fare attività teatrale, musicale o altre attività ‘artistico-culturali’ (4,4%).

Bolzano

Anche per quanto concerne la situazione locale, è stata effettuata una rassegna delle principali fonti al fine di delineare le abitudini e preferenze dei giovani residenti in alto Adige. In questo caso, sono state analizzate le indagini condotte dall’ASTAT – Istituto Provinciale di Statistica, in particolare ‘*Stili di vita e orientamenti in provincia di Bolzano*’, 2006 e ‘*Indagine sui giovani*’, 2004. Dai dati, è stato possibile estrapolare alcune evidenze in grado di delineare un possibile profilo specifico rispetto all’universo che è stato successivamente sottoposto ad indagine.

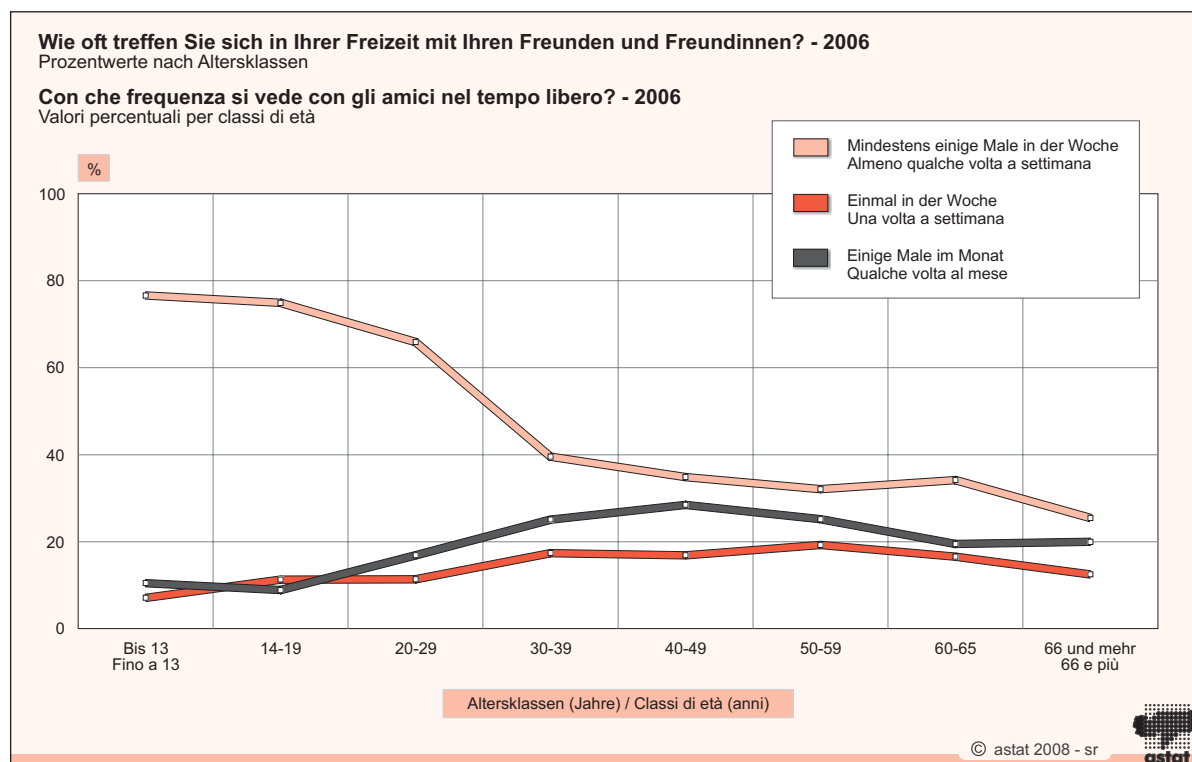
Un primo dato rilevante è riferito alla frequenza con la quale i ragazzi frequentano gli amici. È possibile riscontrare come la maggior percentuale di rispondenti ritenga di frequentare i propri amici “almeno qualche volta a settimana” (49,7% per i maschi e 40,2% per le femmine). La maggior parte dei rispondenti dichiara di risiedere nei comuni urbani 55,4% (tabella 1).

Tabella 1 – Frequenza di incontro tra i giovani e gli amici

Wie oft treffen Sie sich in Ihrer Freizeit mit Ihren Freunden und Freundinnen? - 2006						
Prozentwerte						
Con che frequenza si vede con gli amici nel tempo libero? - 2006						
Valori percentuali						
SOZIO-DEMOGRAFISCHE MERKMALE	Mindestens ein paar Mal in der Woche Almeno qualche volta a settimana	Einmal in der Woche Una volta a settimana	Ein paar Mal im Monat Qualche volta al mese	Ein paar Mal im Jahr Qualche volta all'anno	Nie und ich habe keine Freunde Mai e non ho amici	CARATTERISTICHE SOCIO-DEMOGRAFICHE
Geschlecht						Sesso
Männer	49,7	13,6	18,2	12,0	6,5	Maschi
Frauen	40,2	15,3	23,2	12,2	9,0	Femmine
Altersklassen (Jahre)						Classi di età (anni)
Bis 13	76,6	7,1	10,5	5,1	0,7	Fino a 13
14 - 19	74,9	11,3	8,9	4,2	0,9	14 - 19
20 - 29	65,9	11,4	16,9	4,2	1,7	20 - 29
30 - 39	39,6	17,4	25,1	13,5	4,5	30 - 39
40 - 49	34,9	16,9	28,5	15,8	3,9	40 - 49
50 - 59	32,1	19,3	25,2	17,1	6,3	50 - 59
60 - 65	34,2	16,6	19,5	16,0	13,5	60 - 65
66 und mehr	25,5	12,5	20,0	15,6	26,4	66 e più
Wohngegend						Zona di residenza
Stadtgemeinden	55,4	12,9	18,9	6,4	6,5	Comuni urbani
Landgemeinden	37,4	15,6	22,1	16,2	8,7	Comuni rurali
Insgesamt	44,9	14,5	20,8	12,1	7,8	Totale

Nella tabella 2 viene confrontata la frequenza d'incontro tra i ragazzi rispetto alle fasce d'età dei rispondenti. I dati riflettono tendenze rilevate anche a livello nazionale, ad esempio le fasce d'età più giovani dichiarano di incontrarsi 'almeno qualche volta a settimana'. Coloro i quali dichiarano di incontrarsi 'qualche volta al mese' rientrano in maniera più significativa all'interno della fascia 40-49 anni, mentre l'opzione 'una volta a settimana' riguarda maggiormente all'interno della fascia 50-59 anni. Risulta evidente come l'inserimento dei giovani nel mondo lavorativo e/o adulto, la conseguente allocazione differente del proprio tempo libero e la contrazione di questo rivestano un ruolo preponderante nelle dinamiche relazionali.

Tabella 2 – Frequenza di incontro tra i giovani e gli amici



La tabella 3 descrive i luoghi di ritrovo maggiormente scelti dagli intervistati permette di verificare come i maschi prediligano il bar-osteria come luogo di ritrovo (47,9%), mentre le femmine dichiarino di prediligere la propria casa (48,5%). Quest'ultima opzione è maggiormente scelta dalla fascia più giovane degli intervistati, mentre con l'aumentare dell'età il luogo di ritrovo si sposta all'interno dei bar-osterie (fasce 14-19 e 20-29 anni) o nelle pizzerie e bar (fascia 20-29 anni).

Tabella 3 – Luogo di incontro

Wo treffen Sie sich mit Ihren Freunden? - 2006								
Prozentwerte; Mehrfachnennungen möglich								
Dove si incontra con i Suoi amici? - 2006								
Valori percentuali; possibili più risposte								
	Bei mir zu Hause	Bei Freunden	In der Bar, im Wirts- haus	Im Restau- rant, im Gasthaus	In der Pizzeria, im Bier- garten, im Pub	Auf dem Dorfplatz, der Straße, in Park-, Garten- anlagen oder an anderen Treffpunkten der Stadt oder des Dorfes im Freien	Sonstiges	
	A casa mia	A casa di amici	Bar, osteria	Ristorante, trattoria	Pizzeria, birreria, pub	In piazza, strada, parchi, giardini o in altro luogo di ritrovo all'aperto	Altro	
Geschlecht								Sesso
Männer	39,2	36,2	47,9	19,8	26,6		40,8	Maschi
Frauen	48,5	41,3	30,9	15,0	28,5		39,0	Femmine
Altersklassen (Jahre)								Classi di età (anni)
Bis 13	76,4	66,3	4,0	3,0	5,1		56,7	Fino a 13
14 - 19	42,7	52,8	60,4	15,2	46,6		53,3	14 - 19
20 - 29	39,1	45,9	67,7	25,0	61,4		50,0	20 - 29
30 - 39	45,6	37,2	46,2	25,7	37,4		38,2	30 - 39
40 - 49	47,5	36,1	38,9	25,2	29,2		32,8	40 - 49
50 - 59	43,9	36,1	37,7	16,3	20,2		31,3	50 - 59
60 - 65	31,0	26,0	37,8	10,9	13,0		35,5	60 - 65
66 und mehr	27,7	21,5	24,8	7,9	6,2		32,6	66 e più
Insgesamt	43,9	38,8	39,3	17,4	27,6		39,9	Totale

Nell’indagine condotta nel 2006 (tabella 4) sono state raccolte informazioni rispetto alle attività svolte nel tempo libero dalla popolazione residente nella provincia. Dall’analisi dei dati è possibile osservare come le femmine prediligano ‘fare shopping’ (57,0%), mentre i maschi dichiarano di svolgere lavori di manutenzione in casa (39,7%).

Tabella 4 – Attività svolte nel tempo libero dalla popolazione residente

Tätigkeiten in der Freizeit nach sozio-demographischen Gruppen - 2006

Prozentwerte; Personen mit 11 und mehr Jahren, Antworten „einmal oder mehrmals im Monat“ und „einmal oder mehrmals in der Woche“

Attività nel tempo libero per gruppi socio-demografici - 2006

Valori percentuali; persone di 11 anni e più, risposte "una o più volte al mese" e "una e più volte alla settimana"

SOZIO-DEMO- GRAPHISCHE MERKMALE	Einkaufen gehen (bummeln, von Geschäft zu Geschäft gehen oder einkaufen)	Im Blumen- und Gemüse- garten arbeiten	Zum Friseur, Schönheits- pfleger, Masseur bzw. in die Sauna gehen u.Ä.	Instand- haltung im Haus verrichten	Auto, Motorrad, Moped, Rad pflegen	Herum- schlendern, auf dem Markt einkaufen (außer Nahrungs- mittel)	Nähen, Sticken, Stricken, usw.	Obst und Gemüse für den Eigen- verbrauch einmachen	Feste, Mittag- und Abend- essen organi- sieren	Möbel und Haushalts- artikel restaurieren	Gegen- stände sammeln	CARATTERISTI- CHE SOCIO- DEMOGRAFICHE
	Fa shopping (passeggia, per negozi e/o fa acquisti)	Fa del giardi- naggio, cura l'orto	Va dal parrucchie- re, dall'e- stetista, fa sauna, massaggi, ecc.	Effettua lavori di manuten- zione in casa	Cura automobile, moto, motorino, bicicletta	Va a curiosare, fa acquisti ai mercati (escluso alimentari)	Cuce, ricama, fa a maglia, ecc.	Prepara confetture di frutta, ortaggi o confezioni alimentari per uso familiare	Organizza feste, cene, pranzi	Restaura mobili e oggetti per la casa	Colleziona oggetti	
Geschlecht												Sesso
Männer	26,0	25,4	27,0	39,7	39,4	17,0	0,8	5,2	8,6	12,9	7,3	Maschi
Frauen	57,0	42,7	37,9	25,6	15,4	34,3	30,3	23,1	17,7	4,6	6,2	Femmine
Altersklassen (Jahre)												Classi di età (anni)
11 - 14	29,5	11,6	7,0	5,5	15,4	17,1	8,1	2,6	2,5	4,8	14,1	11 - 14
15 - 19	47,0	8,0	27,2	11,9	30,0	27,6	2,2	3,4	4,4	2,1	4,2	15 - 19
20 - 29	48,2	14,4	43,3	21,8	36,5	29,4	3,6	10,6	18,6	3,7	5,7	20 - 29
30 - 39	41,0	31,8	36,7	40,2	30,7	26,1	14,4	15,5	21,4	10,8	7,5	30 - 39
40 - 49	46,0	40,4	34,7	41,0	32,0	23,7	15,4	15,2	11,2	12,2	7,3	40 - 49
50 - 59	36,3	46,6	26,6	44,8	29,7	27,0	20,2	17,0	15,4	12,5	8,5	50 - 59
60 - 65	46,6	54,6	32,1	34,9	19,5	28,2	24,3	19,9	15,2	9,7	5,1	60 - 65
66 und mehr	36,2	44,4	30,4	28,3	14,0	24,5	28,2	18,3	5,9	6,6	4,9	66 e più
Stellung im Beruf												Condizione professionale
Erwerbstätige	41,3	30,6	35,3	38,0	33,7	23,6	10,1	12,1	15,5	10,8	7,1	Occupati
Hausfrau	54,8	55,1	37,0	23,4	9,9	30,4	51,8	37,4	14,1	2,3	2,9	Casalinga
Student (15 Jahre und mehr)	38,5	10,3	33,0	19,7	24,7	40,2	3,4	5,3	14,3	2,0	5,5	Studente (15 anni e più)
Schüler (11-14 Jahre)	33,4	12,8	10,6	4,3	17,4	14,5	6,4	2,0	2,0	3,8	12,4	Scolaro (11-14 anni)
Im Ruhestand	38,8	50,2	31,4	35,3	24,9	28,5	22,7	18,6	9,0	10,2	6,9	Persona ritirata dal lavoro
Art der Gemeinde												Tipo di comune
Stadtgemeinden	45,9	27,2	35,9	33,8	27,0	34,3	12,7	11,4	15,9	7,1	5,9	Comuni urbani
Landgemeinden	38,9	39,3	30,2	31,5	27,3	19,8	18,1	16,5	11,3	9,7	7,4	Comuni rurali
Insgesamt	41,8	34,3	32,6	32,5	27,2	25,9	15,9	14,4	13,3	8,6	6,7	Totale

Passando dal livello generale della popolazione complessiva alle classi d'età interessate dalla ricerca, è possibile rilevare la ripartizione della percentuale popolazione giovanile in Alto Adige per classi d'età. La successiva tabella 5 riporta i dati assoluti e percentuali del potenziale universo dei giovani intervistati appartenenti al gruppo linguistico italiano suddivisi per fascia d'età e cittadinanza (dati 2004).

Tabella 5 – Giovani residenti nella Provincia Autonoma di Bolzano per classi di età e cittadinanza italiana o straniera

Jugendliche nach Altersklassen und Staatsbürgerschaft							
Giovani per classi di età e cittadinanza							
ALTERS- KLASSEN (Jahre)	Absolute Werte Dati assoluti			Prozentuelle Verteilung Composizione percentuale			CLASSI DI ETÀ (anni)
	Italie- nisch Italiana	Aus- ländisch Straniera	Insges. Totale	Italie- nisch Italiana	Aus- ländisch Straniera	Insges. Totale	
12-13	10.239	566	10.805	94,8	5,2	100,0	12-13
14-16	15.621	802	16.423	95,1	4,9	100,0	14-16
17-19	14.858	771	15.629	95,1	4,9	100,0	17-19
20-22	14.799	849	15.648	94,6	5,4	100,0	20-22
23-25	16.008	1.326	17.334	92,4	7,6	100,0	23-25
Insgesamt	71.525	4.314	75.839	94,3	5,7	100,0	Totale
Gesamt- bevölkerung				94,7	5,3		Popolazione complessiva

I dati raccolti permettono di delineare il profilo demografico del gruppo sottoposto ad indagine. In particolare, nella tabella 6, è possibile verificare come quasi la metà della popolazione nella fascia d'età sia in possesso del titolo di 'licenza scuola media', con una scarsa varianza tra genere (49,7% dei maschi e 41,8% delle femmine). Il dato necessita di essere interpretato, visto che una parte dei soggetti rientranti nell'universo sono in età scolare e frequentano proprio l'ultimo livello di scuola dell'obbligo.

Tabella 6 – Titolo di studio dei giovani per genere

Studientitel der Jugendlichen nach Geschlecht				
Titolo di studio dei giovani per sesso				
	Insgesamt Totale	Geschlecht / Sesso		
		Männer Maschi	Frauen Femmine	
Kein Studientitel	0,7	..	1,5	Nessun titolo
Grundschulabschluss	18,9	18,8	18,9	Licenza scuola elementare
Mittelschulabschluss	46,0	49,7	41,8	Licenza scuola media
Fachdiplom	11,9	13,7	9,9	Diploma professionale
Maturadiplom	19,7	15,9	23,9	Diploma di maturità
Universität/Doktorat	2,9	1,9	4,0	Laurea e affine

La condizione lavorativa dei ragazzi è un dato interessante. Le analisi hanno permesso di verificare come i soggetti tendano a raggrupparsi intorno alle due macro aree relative ad ‘occupato’ e ‘studente’ (tabella 7). La suddivisione per genere permette di visualizzare come la maggior parte dei giovani maschi dichiarati di essere ‘occupato’ (52,6%), mentre le femmine dichiarano soprattutto di essere studentesse (54,6%).

Tabella 7 – Condizione lavorativa dei giovani per età e genere

Erwerbsstellung der Jugendlichen nach Geschlecht und Altersklassen								
Condizione lavorativa dei giovani per sesso e classe di età								
	Insgesamt Totale	Geschlecht Sesso		Alter (Jahre) Età (anni)				
		Männer Maschi	Frauen Femmine	15-16	17-19	20-22	23-25	
Erwerbstätige	48,9	52,6	45,4	10,3	27,7	58,9	90,6	Occupato/a
Hausfrauen	0,8	..	..	..	..	..	..	Casalinghe
Studenten	49,9	46,6	54,6	89,7	72,3	39,5	9,3	Studenti
In anderer Stellung	0,4	0,8	..	..	..	1,6	..	In altra condizione

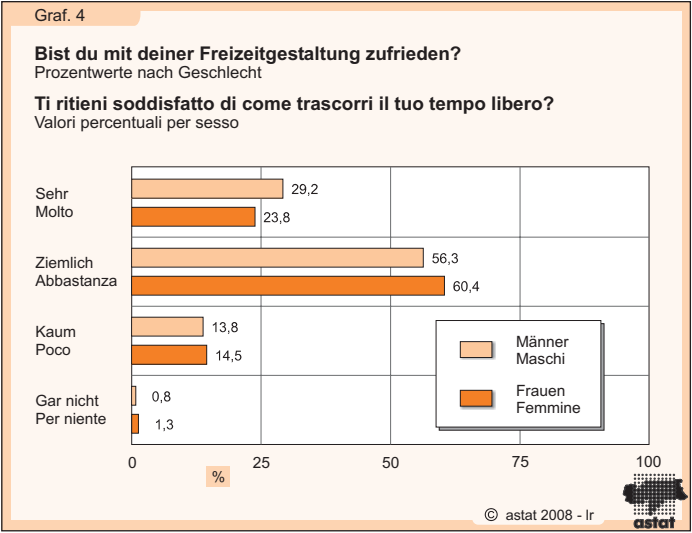
Nella tabella 8 sono elencate le opinioni degli intervistati in merito alla loro visione del tempo libero, ossia delle loro percezioni rispetto alla possibile gestione del tempo libero e attività riconducibili a questo. Le impressioni sono ripartite per genere, e a parte per poche eccezioni (vedi voce tempo disponibile per se, tempo per la coppia), non presentano scostamenti importanti tra i generi.

Tabella 8 – Titolo di studio dei giovani per genere

Was ist für dich Freizeit?				
Personen mit 14 und mehr Jahren; Mehrfachantworten möglich				
Che cos'è per te il tempo libero?				
Persone con 14 anni e più; più risposte possibili				
	Insgesamt Totale	Geschlecht / Sesso		
		Männer Maschi	Frauen Femmine	
Zeit, die man mit Freunden verbringt	53,6	54,5	52,6	Tempo da passare con gli amici
Zeit außerhalb der Arbeitszeit und der Schulstunden	49,7	50,3	49,0	Tempo al di fuori degli orari di lavoro e di scuola
Zeit zum Erholen, zum Entspannen, zum Schlafen	43,3	39,8	47,5	Tempo di riposo, relax, dormire
Zeit für Vergnügen	42,9	42,6	43,3	Tempo di divertimento
Zeit für mich selbst	35,2	41,0	28,4	Tempo disponibile per sé
Zeit, um Hobbys zu betreiben	30,5	29,9	31,3	Tempo da dedicare agli hobby
Zeit, über die ich niemandem Rechenschaft abgeben muss; das tun, was ich will	18,8	22,8	14,1	Tempo di cui non rendere conto a nessuno, fare quello che voglio
Zeit für die Familie	16,2	16,5	15,9	Tempo per la famiglia
Zeit für die Beziehung (für den Ehepartner, den Partner, die/den Verlobte/n)	14,3	11,4	17,6	Tempo per la coppia (coniuge, partner, fidanzato/a)
Zeit, um vom Alltagsleben zu fliehen	7,8	8,2	7,4	Tempo per evadere dalla routine
Zeit, die man anderen widmen kann	5,8	4,0	7,9	Tempo che si può donare agli altri
Zeit, in der man endlich allein sein kann	5,5	6,3	4,4	Tempo per poter stare finalmente da soli
Zeit zum Lernen, zum Arbeiten	3,2	4,2	2,1	Tempo per studiare, lavorare
„Leere“ Zeit der Einsamkeit	1,1	1,0	1,2	Tempo "vuoto" della solitudine
Sinnlose, verschwendete Zeit	0,6	1,0	..	Tempo inutile, sprecato
Sonstiges	1,6	1,0	2,2	Altro

Il livello di soddisfazione rispetto al tempo libero trascorso è sintetizzato nella tabella 9 attraverso la quale si può evincere come la voce ‘abbastanza’ risulti essere l’opzione maggiormente scelta sia dai ragazzi (56,3%), sia dalle ragazze (60,4%).

Tabella 9 – Livello di soddisfazione rispetto al tempo libero



L’analisi delle attività effettuate dai giovani presenta un set di variabili prevalentemente correlate alla partecipazione culturale.

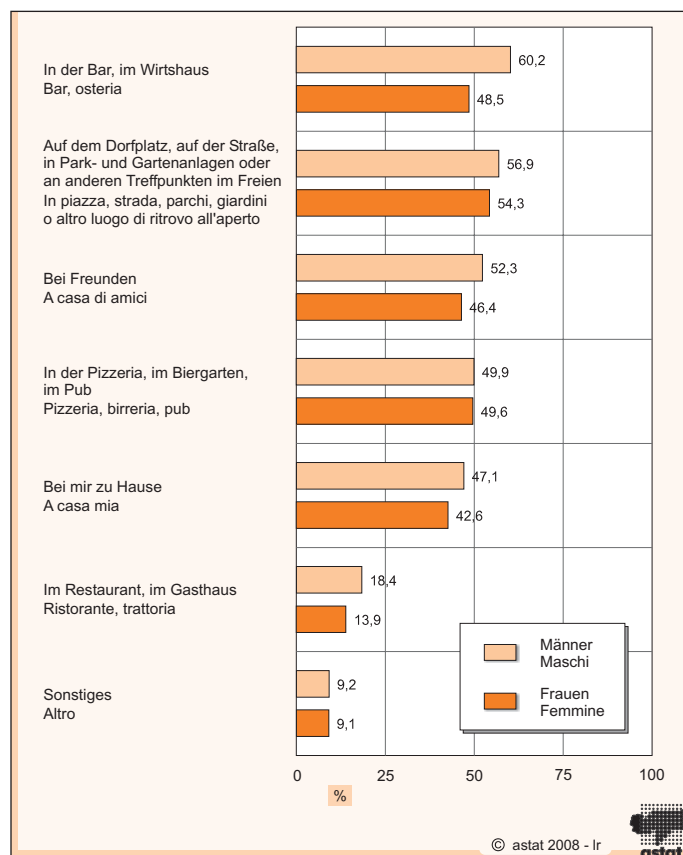
In questo settore le informazioni raccolte hanno permesso di verificare scostamenti rilevanti tra i generi (tabella 10.a), ad esempio le ragazze utilizzano maggiormente il proprio tempo libero per ‘ballare’ (34,6%), ‘fare fotografie’ (44,7%), mentre i ragazzi oltre a quest’ultima attività (25,3%), impiegano il proprio tempo nell’utilizzo del personal computer in modo creativo (25,3%).

Tabella 10.a – Tipologia e frequenza attività svolte durante il tempo libero

Wie oft in den letzten 12 Monaten hast du in deiner Freizeit eine der folgenden Tätigkeiten ausgeübt? Summe der Antworten „Einmal oder mehrmals in der Woche“ + „Einmal oder mehrmals im Monat“				
Considera gli ultimi 12 mesi. Con che frequenza nel tuo tempo libero hai svolto le seguenti attività? Somma delle risposte „Una o più volte alla settimana“ + „Una o più volte al mese“				
	Insgesamt Totale	Geschlecht / Sesso		
		Männer Maschi	Frauen Femmine	
Fotografieren	34,5	25,3	44,7	Fare fotografie
Kreatives Arbeiten mit dem PC (Webart, Computergrafik usw.)	22,5	25,3	19,4	Utilizzare il personal computer in modo creativo (web art, computer grafica ecc.)
Tanzen	21,5	9,9	34,6	Ballare
Spielen eines Instruments	20,1	21,1	19,1	Suonare qualche strumento
Zeichnen, Malen, Bildhauern, künstlerische Tätigkeiten	19,4	12,9	26,7	Disegnare, dipingere, scolpire, svolgere attiv. artistiche
Schreiben von Tagebüchern, Gedichten, Erzählungen	12,8	3,9	22,8	Scrivere diari, poesie, racconti
Singen (Solo-, Chorgesang, Karaoke)	9,5	7,1	12,3	Cantare (solista, coro, karaoke)
Filmen, Amateurvideos erstellen	8,8	10,5	7,0	Fare film, video amatoriali
Komponieren	4,8	7,7	1,4	Comporre musica
Theater spielen	4,0	1,6	6,7	Recitare

I luoghi di ritrovo più frequentati dai giovani sono descritti secondo uno schema simile a quanto viene adottato dall’ISTAT, e riporta prevalentemente una distinzione tra luoghi all’aperto e luoghi al chiuso (tabella 10.b). Anche in questo caso non sono presenti sostanziali differenze tra i generi, se non per la prima voce, bar e osteria e in generale la tendenza ricalca il dato emerso a livello nazionale.

Tabella 10.b – Luoghi di ritrovo



I dati illustrano il livello di frequenza degli incontri tra i giovani (tabella 11). Per questa specifica dimensione è possibile verificare come la griglia di raccolta dei dati sia paragonabile a quanto riscontrato a livello nazionale. Anche in questo caso, i dati illustrano un fenomeno di decremento della frequenza di contatto tra i ragazzi all'aumentare dell'età, secondo una tendenzialità già emersa a livello nazionale.

Tabella 11 – Frequenza di incontro tra i giovani della provincia

Wie oft triffst du dich in deiner Freizeit mit deinen Freunden und Freundinnen? Con che frequenza ti vedi con gli amici nel tempo libero?									
	Insge- samt Totale	Geschlecht Sesso		Alter (Jahre) Età (anni)					
		Männer Maschi	Frauen Fem- mine	12-13	14-16	17-19	20-22	23-25	
Alle Tage	29,2	32,8	25,1	29,9	28,5	34,6	27,0	25,7	Tutti i giorni
Ein paar Mal in der Woche	43,3	46,8	39,4	43,2	40,9	45,3	45,7	41,0	Qualche volta a settimana
Einmal in der Woche	12,1	8,0	16,8	17,0	13,1	9,6	10,2	12,5	Una volta a settimana
Ein paar Mal im Monat	9,5	9,2	9,8	2,7	12,0	5,9	13,7	11,4	Qualche volta al mese
Ein paar Mal im Jahr	4,2	2,4	6,2	7,3	3,7	4,6	..	6,6	Qualche volta all'anno
Nie	1,3	..	2,7	..	..	..	3,4	2,8	Mai
Ich habe keine Freunde	0,4	0,7	..	..	1,9	..	..	..	Non ho amici

I dati permettono di verificare un elemento interessante rispetto a quanto poi sarà analizzato attraverso i dati raccolti attraverso la ricerca, il mezzo utilizzato per recarsi nei luoghi preposti per attività del tempo libero. I dati si riferiscono ad una classe d'età che va da 11 a 35 anni, e sono ricavati dalle indagini condotte nel 2007 dall'ASTAT. In questa tabella, come nella successiva, tra le variabili elencate nella voce luoghi, è possibile verificare la presenza della voce centri giovani (seconda orizzontale) raggruppata insieme alla voce associazioni e parrocchia. I dati forniscono un'evidenza di come in prevalenza sia la voce 'a piedi' quella che riscontra la maggiore percentuale di risposte (tabella 12).

Tabella 12 – Mezzo utilizzato per recarsi nei luoghi di incontro e ritrovo

Wie begibst du dich außerhalb deiner Schul- bzw. Arbeitszeit vorwiegend zu folgenden Orten? - 2007									
Prozentwerte; Personen im Alter von 11 bis 35 Jahren									
Come ti rechi prevalentemente, fuori dall'orario scolastico/lavorativo, nei seguenti luoghi? - 2007									
Valori percentuali; persone in età da 11 a 35 anni									
	Sporthalle, Sportplatz	Jugend- zentrum, -treffs, Vereinslokal, Pfarrheim	Bar, Café, Pub	Diskothek, Tanzlokal, Party	Bildungsein- richtungen (Musikschule, Malkurs), Bibliothek	Kino, Theater	Einkaufs- zentren	Zu Freund/in, Freunden nach Hause	
	Palestra, campo sportivo	Centro gio- vanile, sede di associa- zione, parrocchia	Bar, Caffè, Pub	Discoteca, locale da ballo, party	Centri forma- tivi (scuola di musica, corso di pittura), biblioteca	Cinema, teatro	Centri commerciali	A casa di ragazzo/a, amici	
11 - 17 Jahre 11 - 17 anni									
Zu Fuß	31,6	41,6	46,0	6,6	33,1	13,9	8,4	41,2	A piedi
Mit dem Fahrrad	37,1	30,3	12,5	6,0	19,5	8,7	6,8	31,8	In bicicletta
Mit dem Scooter, Motorrad	8,6	10,0	15,4	5,5	8,3	3,5	5,2	11,0	Con lo scooter, la motocicletta
Als Mit-/ Beifahrer	16,2	12,2	14,1	37,5	15,0	41,6	67,6	9,1	Come passeggero
Mit öffentlichen Verkehrsmitteln (Zug, Bus usw.)	4,0	5,8	7,0	15,6	24,2	30,9	12,0	6,9	Con i mezzi pubblici (treno, autobus, ecc.)
Mit dem Sammeltaxi	1,0	..	1,4	9,8	..	..	..	..	In gruppo con il taxi
Mit dem Shuttlebus, Disko-Bus	..	..	1,6	16,0	..	..	..	..	Con lo shuttle- bus, disco-bus
Per Autostopp	1,5	..	1,9	3,1	..	1,4	..	..	Per autostop

Un ulteriore focus è indirizzato alla classe d'età da 11 a 17 anni, ed ha lo scopo di illustrare la percentuale di soggetti che si recano nei luoghi da soli o in compagnia. Nella tabella 13 risulta evidente come la maggioranza dei rispondenti dichiarino di recarsi nei luoghi di incontro con 'partner, amici, conoscenti'.

Tabella 13 – Modalità attraverso la quale i ragazzi si recano presso i luoghi di ritrovo

Wie begibst du dich außerhalb deiner Schul- bzw. Arbeitszeit vorwiegend zu folgenden Orten? - 2007

Prozentwerte; Personen im Alter von 11 bis 35 Jahren

Come ti rechi prevalentemente, fuori dall'orario scolastico/lavorativo, nei seguenti luoghi? - 2007

Valori percentuali; persone in età da 11 a 35 anni

	Sporthalle, Sportplatz	Jugend- zentrum, -treffs, Vereinslokal, Pfarrheim	Bar, Café, Pub	Diskothek, Tanzlokal, Party	Bildungsein- richtungen (Musikschule, Malkurs), Bibliothek	Kino, Theater	Einkaufs- zentren	Zu Freund/in, Freunden nach Hause	
	Palestra, campo sportivo	Centro gio- vanile, sede di associa- zione, parrocchia	Bar, Caffé, Pub	Discoteca, locale da ballo, party	Centri forma- tivi (scuola di musica, corso di pittura), biblioteca	Cinema, teatro	Centri commerciali	A casa di ragazzo/a, amici	
11 - 17 Jahre 11 - 17 anni									
Zu Fuß	31,6	41,6	46,0	6,6	33,1	13,9	8,4	41,2	A piedi
Mit dem Fahrrad	37,1	30,3	12,5	6,0	19,5	8,7	6,8	31,8	In bicicletta
Mit dem Scooter, Motorrad	8,6	10,0	15,4	5,5	8,3	3,5	5,2	11,0	Con lo scooter, la motocicletta
Als Mit-/ Beifahrer	16,2	12,2	14,1	37,5	15,0	41,6	67,6	9,1	Come passeggero
Mit öffentlichen Verkehrsmitteln (Zug, Bus usw.)	4,0	5,8	7,0	15,6	24,2	30,9	12,0	6,9	Con i mezzi pubblici (treno, autobus, ecc.)
Mit dem Sammeltaxi	1,0	..	1,4	9,8	..	..	..	..	In gruppo con il taxi
Mit dem Shuttlebus, Disco-Bus	..	..	1,6	16,0	..	..	..	..	Con lo shuttle- bus, disco-bus
Per Autostopp	1,5	..	1,9	3,1	..	1,4	..	..	Per autostop

B. I DATI

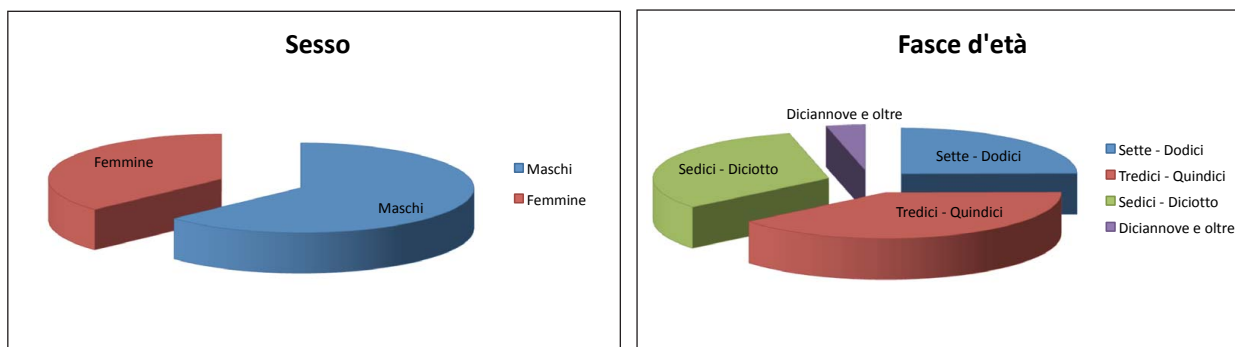
1. I FREQUENTATORI

In questa sezione vengono illustrati le principali evidenze registrate attraverso le opinioni dei ragazzi che frequentano i centri giovani. Le informazioni sono state raccolte attraverso questionari somministrati direttamente dai ricercatori ai ragazzi presenti negli spazi. Le principali aree di interesse sono state ordinate in domande chiave, al fine di permettere una idonea visualizzazione dei dati per campi d'interesse.

1.1 Chi ci va?

Le ragazze e i ragazzi che frequentano i centri giovani della Provincia Autonoma di Bolzano rappresentano una percentuale che oscilla tra il 21% e il 24% della popolazione giovanile altoatesina. Si tratta in maggioranza di maschi, anche se le ragazze sono presenti con una buona percentuale (il rapporto maschi – femmine è del 63% a 37%) e hanno un'età che va tendenzialmente dai 13 ai 18 anni. Sono inoltre presenti bambini più piccoli, ma anche giovani adulti (grafico 1 e 2).

Tabelle 1 e 2- Genere e fascia d'età dei frequentatori i centri giovani



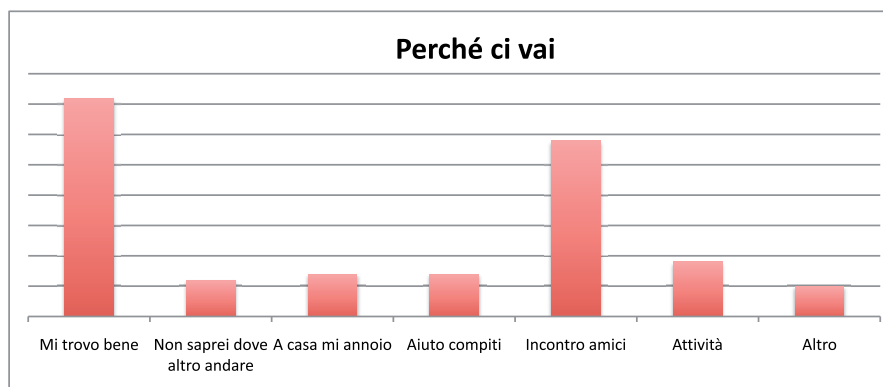
In merito ai ragazzi che frequentano i centri, quasi tutti vivono in famiglia, la quale composta per lo più da quattro o cinque elementi (genitori e due o tre figli), secondo uno schema familiare 'tradizionale'. La quasi totalità frequentano la scuola, mentre un ristretto gruppo di frequentatori più grandi è iscritto all'università. Rari i casi di coloro che hanno un'occupazione lavorativa.

1.2 Perché ci va? Quanto ci va?

Generalmente una persona frequenta un centro giovani perché ci 'si trova bene'. Nei commenti raccolti attraverso le interviste, emerge un aspetto qualitativo che i dati non registrano, ovvero una non meglio definita sensazione di benessere nel trovarsi in quel posto, indipendentemente da ciò che si fa e da ciò che gli si propone, ma direttamente riconducibile alla possibilità di trovare gli amici. Tale sensazione è tra le ragioni che spinge un ragazzo a frequentare il centro (tabella 14 e grafico 3).

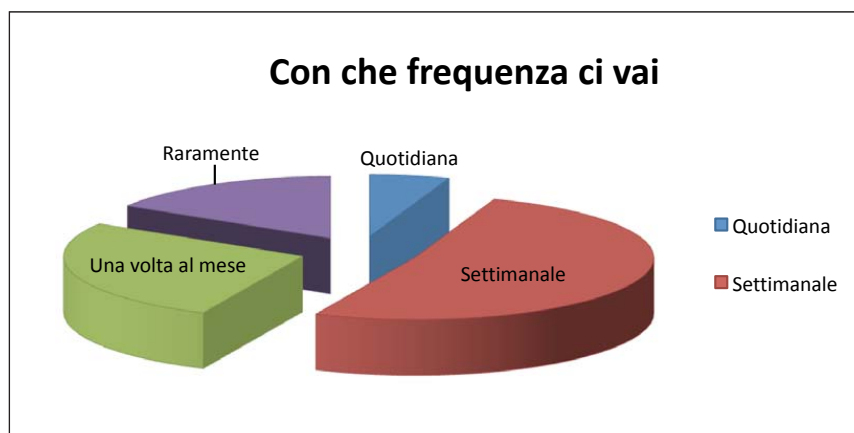
Tabelle 14 e grafico 3 - Genere e fascia d'età dei frequentatori i centri giovani

	TOTALE
Mi trovo bene	36
Non saprei dove altro andare	6
A casa mi annoio	7
Aiuto compiti	7
Incontro amici	29
Attività	9
Altro	5



La frequenza è per lo più settimanale o mensile, a seconda degli impegni sia scolastici, sia extrascolastici delle ragazze e dei ragazzi. Raramente è quotidiana (grafico 4).

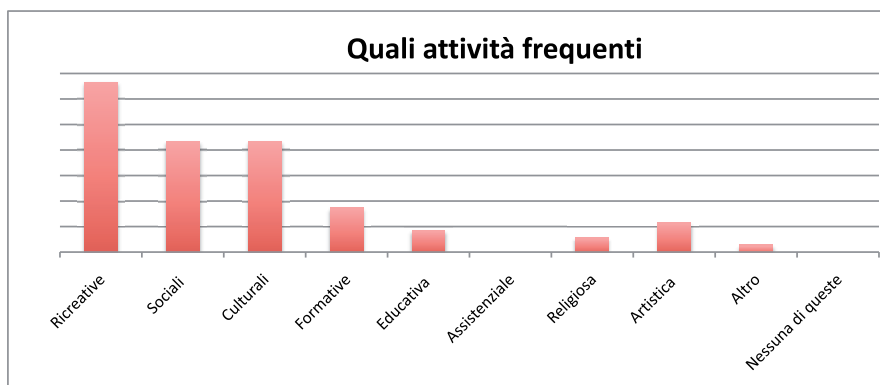
Grafico 4 - Frequenza di partecipazione al centro



1.3 Cosa fanno? Cosa pensano?

Alle ragazze e ai ragazzi piace andare al centro per 'stare in compagnia' dei coetanei, giocare e usare la sala giochi, festeggiare i compleanni. Meno interessanti risultano le proposte più strutturate o legate a tematiche particolari. I dati raccolti illustrano un profilo medio simile a quanto registrato rispetto ai coetanei che vivono nel resto d'Italia, i quali indicano come attività preferita da fare con i loro amici parlare del più e del meno, seguito da giocare e passeggiare (grafico 5).

Grafico 5 – Attività preferite (realizzate)



È possibile verificare pertanto una concezione più che altro ricreativa dei centri da parte di coloro che li frequentano, anche se non sottovalutano le dimensioni culturale e sociale. In generale attraverso le opinioni raccolte è stato possibile verificare come questi spazi siano idonei e confacenti alle loro necessità nell'attuale configurazione. Essi esprimono, inoltre, una soddisfazione rispetto agli orari d'apertura e delle strutture. In generale pochi si dicono attivi nel proporre e condurre attività, e di quanto viene realizzato nei centri i ragazzi parlano volentieri a casa. In ultima analisi, le informazioni raccolte segnalano come loro i genitori abbiano in generale un'impressione positiva dei centri nel loro complesso.

1.4 Cosa vorrebbero fare?

In merito alle aspettative collegate alle attività, i giovani indicano una variegata tipologia di attività di loro interesse svolte presso tali strutture.

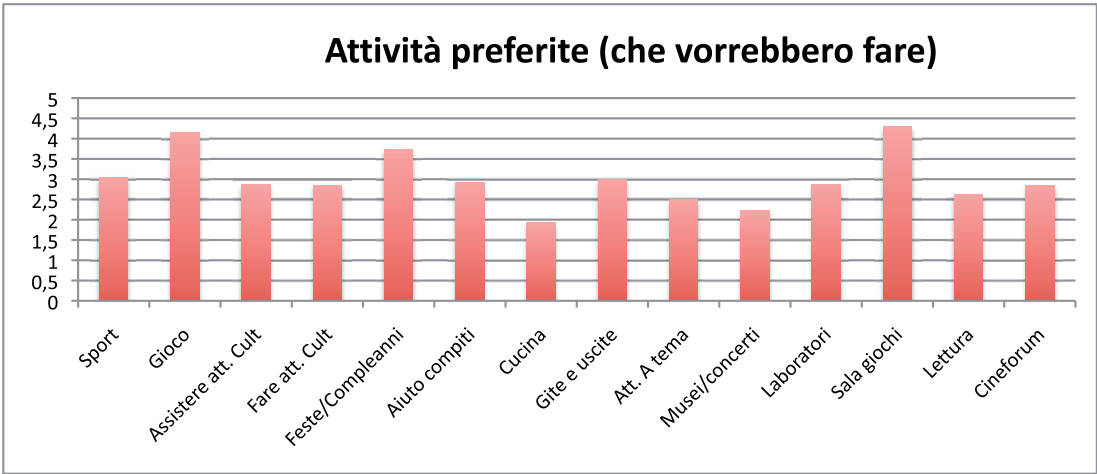
In primo luogo si evidenziano attraverso l'analisi del grafico sottostante, come le attività di tipologia ludico-ricreativa risultino essere l'opzione maggiormente scelta dagli intervistati/e, la voce "gioco" e "sala giochi" risultano infatti essere le due opzioni maggiormente optate dai ragazzi.

Tali scelte si possono comprendere maggiormente se poste in relazione con l'attività giornaliera-tipo di uno studente adolescente, in quanto a fronte di un cospicuo monte-ore dedicate allo studio, la richiesta ai centri giovani è quella di divenire un luogo per lo svago e disimpegno.

Tale interpretazione viene sottolineata dalla terza opzione maggiormente scelta dagli intervistati/e 'feste/compleanni'. Il desiderio di vivere un'atmosfera connotata da un clima ludico/ricreativo risulta quindi essere il principio portante della frequenza dei ragazzi nei centri giovani.

Va inoltre sottolineato come le attività ludiche preferite dai ragazzi risultino essere quelle non-strutturate, come, ad esempio, la sala giochi, il gioco libero e come precedentemente menzionato, le feste di compleanno. Non emergono particolari dissonanze tra i generi, sia per i ragazzi che per le ragazze le attività preferite risultano essere le medesime (grafico 6).

Grafico 6 – Attività preferite (che vorrebbero fare)



Rispetto alle iniziative proposte dai ragazzi agli operatori dei centri giovani, analizzando anche in questo caso alcune tabelle e grafici sottostanti, va anzitutto sottolineato come per la maggior parte di essi non siano soliti proporre attività di varia tipologia.

Per coloro i quali sono portavoce di una qualche specifica richiesta - 43% sul totale dei rispondenti (tabella 15 e grafico 7) - la maggior parte delle esperienze suggerite risultano essere attività, corsi o laboratori di varia tipologia, a cui seguono le attività più meramente organizzative quali le gite, le feste, i concerti, i tornei, le attività meno strutturate quali i giochi liberi.

Per quanto concerne l'appartenenza di genere emerge come i maschi siano generalmente più propositivi delle ragazze e più orientati a proporre attività motorie - sportive, mentre le ragazze suggeriscono per la maggior parte dei casi i giochi liberi (tabella 16 e grafico 8).

Tabella 15 e grafico 7 – Proposta e conduzione di attività da parte dei frequentatori. Ti è mai capitato di proporre e/o condurre un'attività?

(Valori percentuali %)

	TOTALE
Si	43
No	57

Grafico dei valori totali

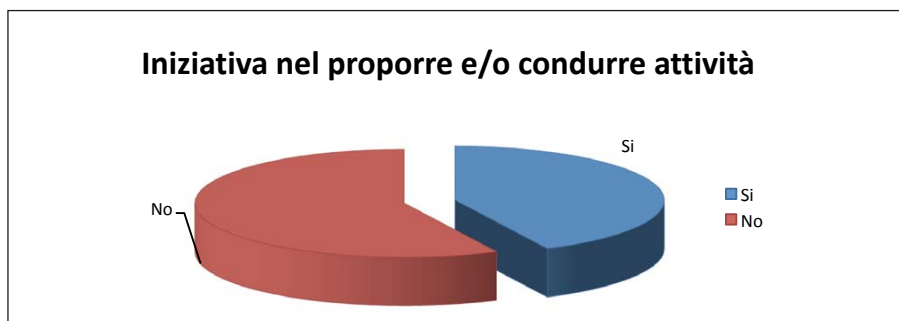


Tabella 16 e grafico 8 – Proposta e conduzione di attività da parte dei frequentatori, tipologia di esperienza suggerita

(Valori percentuali %)

	TOTALE
Organizzare tornei	21
Attività/Corsi/Laboratori	34
Giochi liberi	17
Gite/Feste/Concerti	28

Grafico dei valori totali



2. I NON FREQUENTANTI

In questa sezione vengono illustrati le principali evidenze registrate attraverso l'indagine statistica compiuta a livello del territorio provinciale. Le informazioni sono state raccolte attraverso questionari somministrati ad un campione rappresentativo della popolazione. Le principali aree di interesse sono state catalogate in domande chiave, al fine di permettere una idonea visualizzazione dei dati per campi d'interesse.

2.1 Chi non ci v ?

I dati segnalano come coloro che frequentano i centri siano pari al 21% - 24% della popolazione giovanile altoatesina.

Questo dato pu  apparire non sufficiente a giustificare l'impegno di spesa e risorse destinate a queste attivit . Una lettura pi  attenta ed approfondita permettere invece di verificare come l'offerta proposta dalla provincia permetta di intercettare una buona fetta della popolazione giovanile, tenuto conto di alcuni elementi peculiari del territorio come ad esempio l'elevata intensit  di scuole che operano in regime di tempo pieno, o ancora la saturazione del tempo extra-scolastico in attivit  di vario genere (sportive, formative linguistiche), ancora il crescente peso delle tecnologie e delle formule di intrattenimento ad esse collegate.

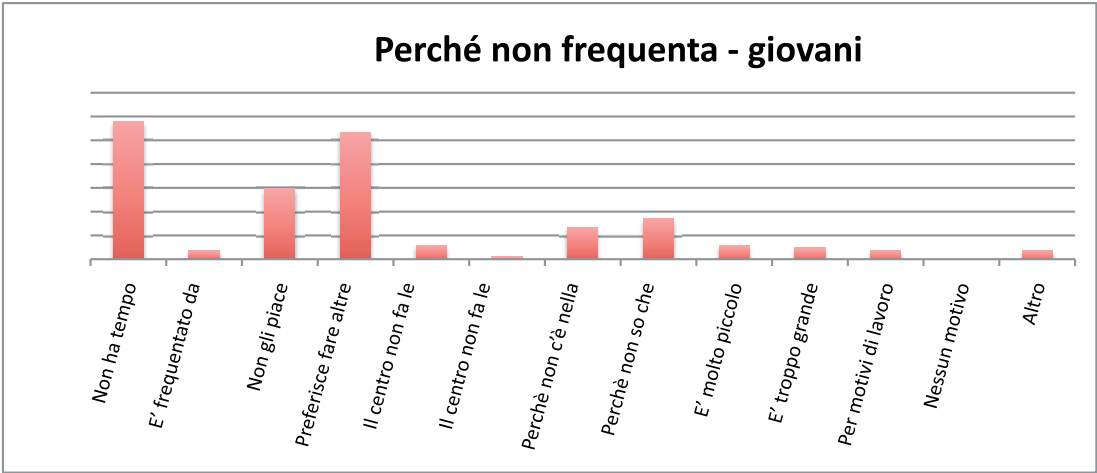
I centri in questo rappresentano un punto di incontro tra le possibili varie istanze provenienti dal territorio, permettendo laddove sono previste, queste ed ulteriori attivit  in un ambiente in grado di costruire momenti di relazione e di socializzazione tra i partecipanti.

2.2 Perch  non ci v ?

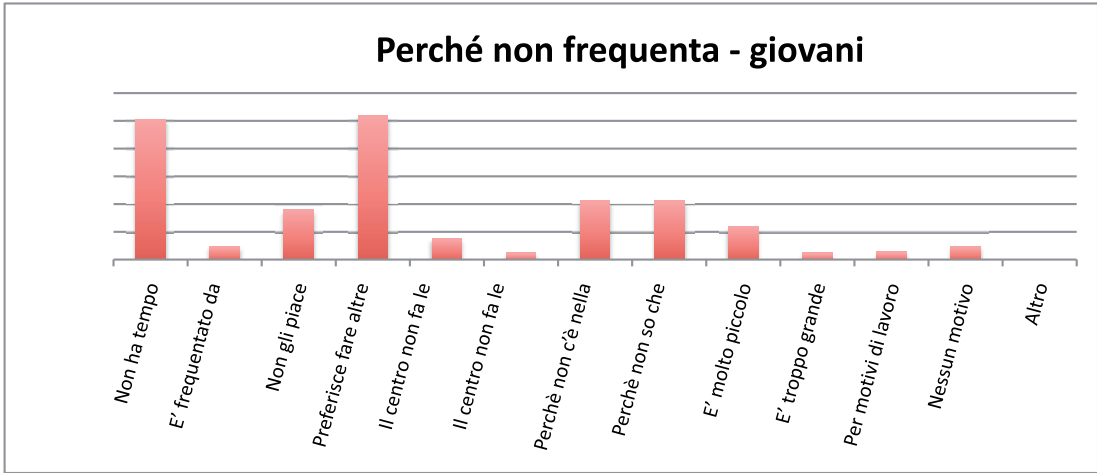
Le risposte raccolte permettono di verificare come le motivazioni collegate alla mancata frequentazione dei centri siano sostanzialmente collegate a due elementi: la mancanza di tempo e la preferenza per altre tipologie di attivit . I dati emersi attraverso l'indagine condotta dalla Doxa sui soggetti non frequentanti i centri giovani permette di verificare come dal 25,9% al 26,7% dei casi i rispondenti hanno affermato di preferire 'far altre cose', mentre dal 25,3% al 29% ha affermato di 'non avere tempo' (vedi campioni genitori e ragazzi, grafico 9 e 10).

Tabelle 9 e 10

Dati rilevati dal campione Genitori



Dati rilevati dal campione Ragazzi



2.3 Quale l’obiettivo di un centro giovani?

I dati raccolti permettono di illustrare le percezioni della popolazione rispetto alla finalità dei centri giovani (tabella 17 e grafico 11). Secondo le informazioni fornite è possibile verificare come i centri siano spazi indirizzati prevalentemente a due tipologie di iniziative: proporre attività ricreative e culturali per i ragazzi. Successivamente, quale terzo elemento, emerge il dato relativo al supporto alle attività scolastiche (ad esempio aiuto nello svolgimento dei compiti).

I dati permettono di verificare come sostanzialmente i centri siano considerati quali luoghi dedicati ad uno spettro di attività indirizzate all’organizzazione del tempo libero e quale potenziale prolungamento delle attività scolastiche. Un approfondimento è necessario per la voce ‘creare occasioni culturali’. La voce include due possibilità, praticare un attività e frequentare opportunità ed iniziative di carattere culturale, ed ha raccolto un considerevole numero di preferenze.

È possibile verificare come sia prevalente l’indirizzo dei soggetti rispetto alla pratica di attività a matrice culturale piuttosto che di frequenza, visita o avvicinamento a formule culturali consolidate (ad esempio teatro, visite guidate, incontri letterari e così via).

Tabella 17 - Obiettivo dei centri giovani e grafico 11. Campione Ragazzi

	%
Occuparsi dei ragazzi quando non sono a scuola ...	21,9
Risolvere i problemi dei giovani	10,4
Proporre attività ricreative per giovani	33,0
Creare occasioni culturali per ragazzi	21,5
Accogliere ragazzi "difficili" e aiutarli a ...	12,1
Altro	0,7
Non sa/non indica	0,3
Totale	100,0



2.4 Quali attività dovrebbero fare i centri giovani?

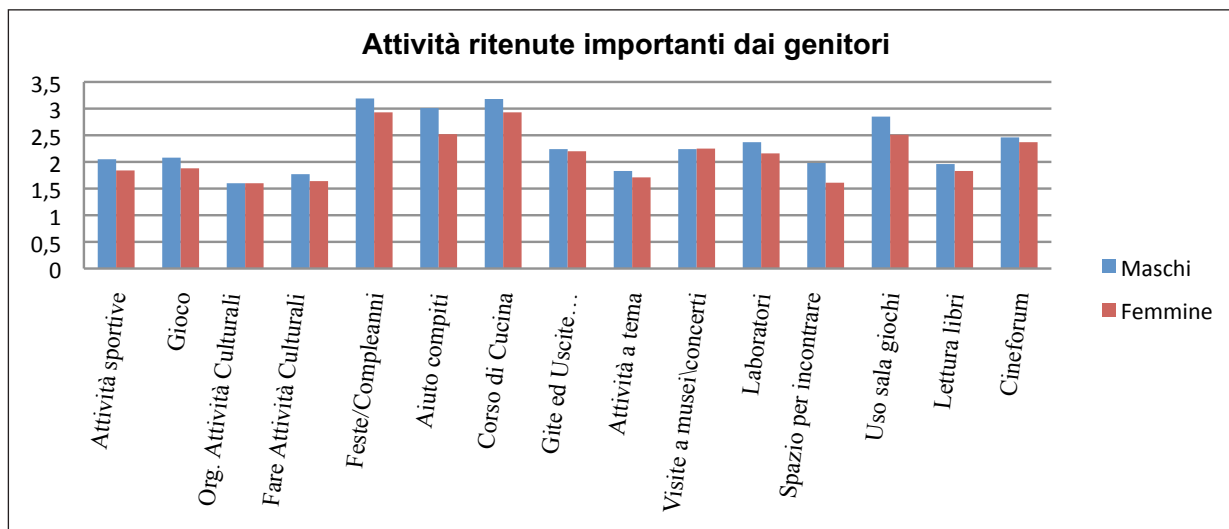
Al fine di identificare con precisione le potenziali attività dei centri, altresì verso quali iniziative dovrebbero essere indirizzata la programmazione dei centri giovani, è stato chiesto ai soggetti intervistati di indicare la possibile preferenza rispetto ad un ventaglio di attività. Queste sono state selezionate attraverso la fase di analisi dei centri realizzata in sede di preparazione della ricerca, ulteriormente attraverso i colloqui con l'amministrazione provinciale e grazie all'apporto di esperti consultati in fase di costruzione dello strumento di rilevazione.

Ai soggetti è stato chiesto di indicare in una scala da 1 a 5 (1 minimo, 5 massimo), le preferenze in relazione a ciascuna variabile. I dati presentati rappresentano la media tra tutte le preferenze ricevute. Una volta rilevato questo dato, è stata effettuata una suddivisione del campione tra generi, utile per un confronto e verifica tra quanto dichiarato dai frequentanti e il campione di non frequentanti. In generale è possibile osservare come le attività ludiche e collegate all'organizzazione del tempo libero siano tra le preferite (tabella 18 e grafico 12).

Tabella 22 - Attività che dovrebbero fare i centri giovani e grafico 12

Attività	Uomini	Donne
Attività sportive	2,05	1,84
Gioco	2,08	1,88
Organizzazione di Attività Culturali nel centro ...	1,60	1,60
Far fare Attività Culturali nel centro (teatro, ...)	1,77	1,64
Feste/Compleanni	3,19	2,93
Aiuto compiti	3,01	2,52
Corso di Cucina	3,18	2,93
Gite (montagna, città) ed Uscite...	2,24	2,20
Attività a tema (riciclaggio, multiculturalità, ecc.)	1,83	1,71
Visite a musei\concerti	2,24	2,25
Laboratori (grafici, manuali, creazione oggetti)	2,37	2,16
Spazio per incontrare gli amici	1,98	1,61
Uso sala giochi (biliardo, calcetto, darts, altro)	2,85	2,51
Lettura libri	1,96	1,83
Cineforum	2,46	2,37

Grafico 12



2.5 Quale opinione ha dei centri giovani?

L'oggetto d'interesse in questa domanda è indirizzato a raccogliere attraverso le opinioni di soggetti terzi, ovvero di coloro che a vario titolo (parenti, amici, conoscenti, altro) sono parte della rete sociale e relazionale dei soggetti intervistati. Lo scopo di questa domanda è diretto a fornire quindi una possibile raffigurazione delle opinioni rispetto ai centri giovani in ulteriori soggetti (grafico 13 e grafico 14). I dati raccolti non si discostano sostanzialmente da quanto illustrato nella precedente domanda, e per entrambi i gruppi la variabile che indica gli spazi quali luoghi per lo svago ed il tempo libero dei ragazzi raggiunge il 50% delle preferenze.

Anche in questo caso, come nel caso della precedente domanda, le affermazioni sono state identificate in sede di preparazione del questionario, secondo la metodologia precedentemente descritta. I dati illustrano chiaramente come il 60% dei genitori e il 68% dei ragazzi concepiscono il centro giovani come spazio per lo svago, per il gioco e quale supporto all'attività scolastica. In secondo ordine, e con una percentuale che oscilla tra il 21% e il 29%, luoghi per la promozione della cultura dei giovani. Il dato sembrerebbe in contro-tendenza a quanto dichiarato attraverso la precedente domanda, ma nella realtà i risultati di questa e della precedente domanda sono complementari. Nella prima, infatti, viene chiesto al soggetto di fornire indicazioni rispetto all'importanza relativa delle attività da realizzare nei centri, in altre parole cosa dovrebbero fare i centri (secondo l'opinione della popolazione), nella seconda l'idea diffusa del centro nella loro configurazione attuale, altresì quanto attualmente i centri effettuano a livello di attività e il ruolo nel territorio.

E' importante sottolineare che il dato che emerge è significativo, essendo stato ricavato dall'elaborazione dell'intero campione raccolto e non solo da una parte di questo.

Grafico 13 - Idea diffusa del centro giovani

Ragazzi

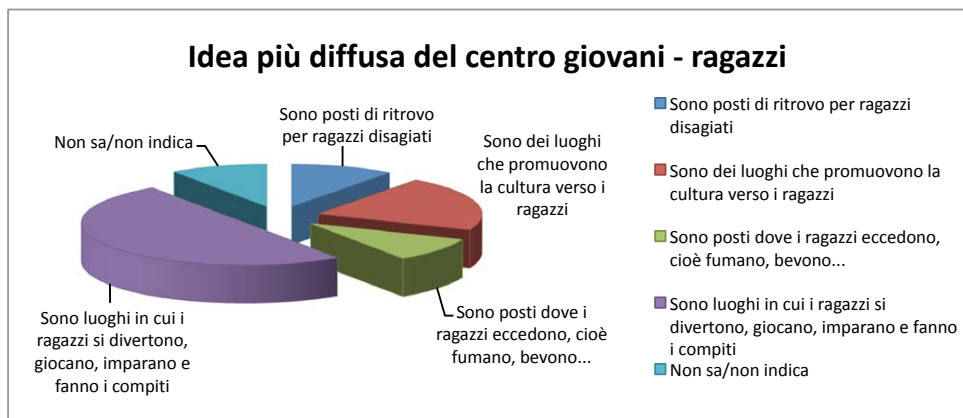
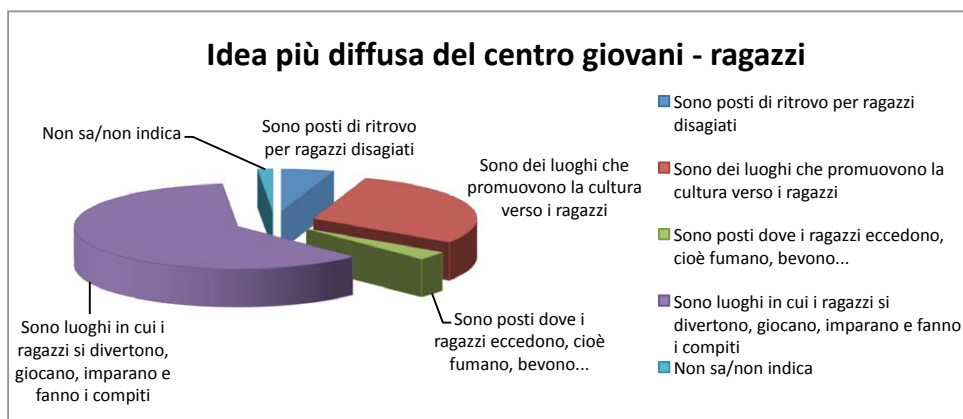


Grafico 14 - Idea diffusa del centro giovani

Genitori



3. I CENTRI

In questa sezione vengono illustrati le principali evidenze registrate attraverso le opinioni di coloro che operano all'interno dei centri giovani. Le informazioni sono state raccolte attraverso questionari somministrati direttamente dai ricercatori agli operatori. Le principali aree di interesse sono organizzate in domande chiave, al fine di permettere una idonea visualizzazione dei dati per campi d'interesse.

3.1 Cosa Fanno?

I Centri Giovani rappresentano 'le infrastrutture dedicate alla funzione di favorire e promuovere l'organizzazione di attività culturali, sociali, educative e ricreative con lo scopo di prevenire l'isolamento giovanile e favorire la socializzazione' [...] essi rappresentano un 'punto di riferimento per molti ragazzi, perché luoghi di aggregazione e spazi in cui ritrovarsi ed organizzare eventi ed iniziative (anche in collaborazione con altri centri); perché 'insieme' si crea un dialogo e si impara a far emergere la personalità e l'originalità di ognuno. Questi luoghi offrono molteplici opportunità: formative come il teatro, i laboratori artistici e musicali e di svago come giochi, sport, cucina, lettura, internet".

Secondo gli operatori, i centri giovani si caratterizzano come luoghi dove i ragazzi possono incontrare gli amici, stare bene con gli altri e svolgere attività ludiche in particolar modo gioco libero e/o attività poco strutturate (tabella 19).

Tabella 19 - Attività realizzate dagli operatori dei centri (scala da 1 a 5, 1 minimo, 5 massimo)

Attività presso i centri giovani	%
Sport	3,03
Gioco	4,15
Assistere att. Cult	2,86
Fare att. Cult	2,85
Feste/Compleanni	3,74
Aiuto compiti	2,92
Cucina	1,92
Gite e uscite	2,99
Att. A tema	2,5
Musei/concerti	2,22
Laboratori	2,87
Sala giochi	4,3
Lettura	2,63
Cineforum	2,84

Generalmente, non si rilevano particolari differenze tra i generi nella preferenza delle attività proposte dal centro. E' interessante notare come i dati ricavati attraverso le interviste condotte con gli operatori dei centri corrispondono quasi specularmente a quanto comunicato dai ragazzi.

Dall'analisi delle informazioni è stato possibile, infatti, verificare come le attività di carattere ludico-ricreativo siano quelle maggiormente realizzate nei centri. Al lato opposto sono posizionate le iniziative a carattere culturale, intese quindi quali attività di formazioni, come nel caso, ad esempio, della visita di musei, partecipazione a concerti, attività di lettura, Cineforum.

La comparazione tra l'idea di centro giovanile espressa da coloro che gestiscono ed animano tali centri coincide con le attività realizzate. Si potrebbe affermare che questo dato sia scontato, ma in realtà non lo è, e permette di verificare come dietro lo sviluppo di specifiche dimensioni di attività ci sia una ben definita visione del centro e della sua funzione. Il 30% degli operatori ha infatti un'idea di centro giovanile di carattere prevalentemente ricreativo, ed il 29% definisce lo spazio quale luogo educativo. In questo caso il termine educativo è da intendersi quale apprendimento delle regole della vita pubblica e senso civico. Soltanto il 14% ha un'idea di carattere culturale, mentre marginali risultano le percentuali riguardo alla dimensione formativa 6% e doposcuola 6%.

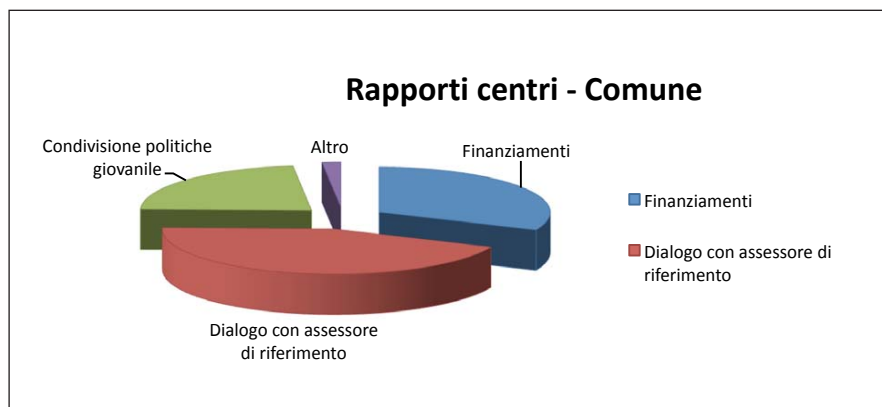
Da questa prima analisi risulta evidente che, rispetto alla *mission* istituzionale, vengono maggiormente soddisfatte le istanze ricreative ed educative, mentre sembrano avere un minor peso le attività culturali e sociali. Questo sbilanciamento verso le attività ludico ricreative sembra avere come prima conseguenza, la specializzazione dei centri giovani nella direzione di una specifica categoria di possibili utenti, il target '7-12 anni', che risulta maggiormente attratto da questo genere di attività, e dove le attività di tipo culturali, sembrano essere in calo fra gli utenti della fascia di età 12-16 anni, mentre ritornano ad essere preferite e scelte nella fascia dai 16-18 in poi. La mancanza di una caratterizzazione forte in merito alle attività, fa dei centri i luoghi privilegiati per la relazione fra coetanei; ossia si sceglie di andare ad un centro soprattutto per incontrare i propri amici. Questo elemento è confermato dal 79% degli intervistati che dichiara di non frequentare altro centro oltre quello principale. Il centro si configura quindi come un luogo significativo dal punto di vista delle relazioni e per il senso di appartenenza e di protezione che sembra generare.

3.2 Come si relazionano con il territorio?

In merito al rapporto con il territorio declinato rispetto all'asse centri-Comune/Provincia, centri-centri, centri e famiglie, centri e scuole si rileva come, in generale, le relazioni con gli attori del territorio siano presenti, anche se con tratti di distinguo necessari rispetto all'interlocutore.

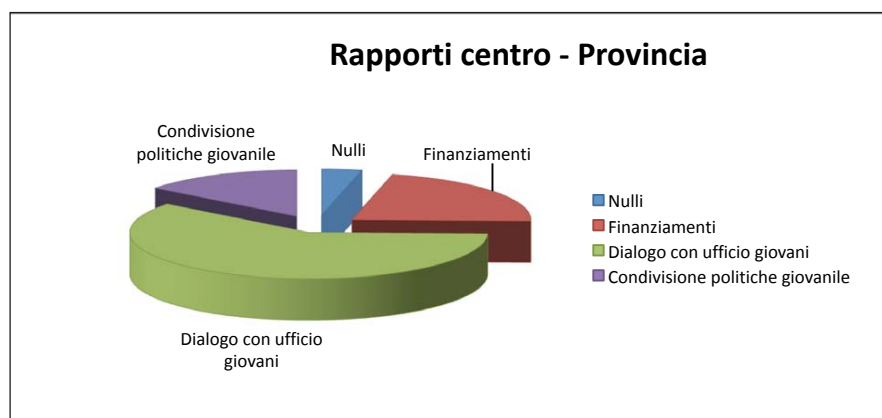
Nel caso degli organi istituzionali, come per il Comune di riferimento e la Provincia, gli operatori dichiarano di aver un buon rapporto e relazione di dialogo e condivisione come si evince dai grafici seguenti. Non trascurabili le percentuali di coloro che affermano di avere relazioni soltanto per questioni inerenti i finanziamenti (grafico 15).

Grafico 15 - Rapporti Centri – Comune



Per quanto concerne il dialogo con la Provincia le quote di risposte fornite risultano essere assai simili a quelle fornite in merito al grafico precedente e riguardante il rapporto centri giovani/Comune (grafico 16).

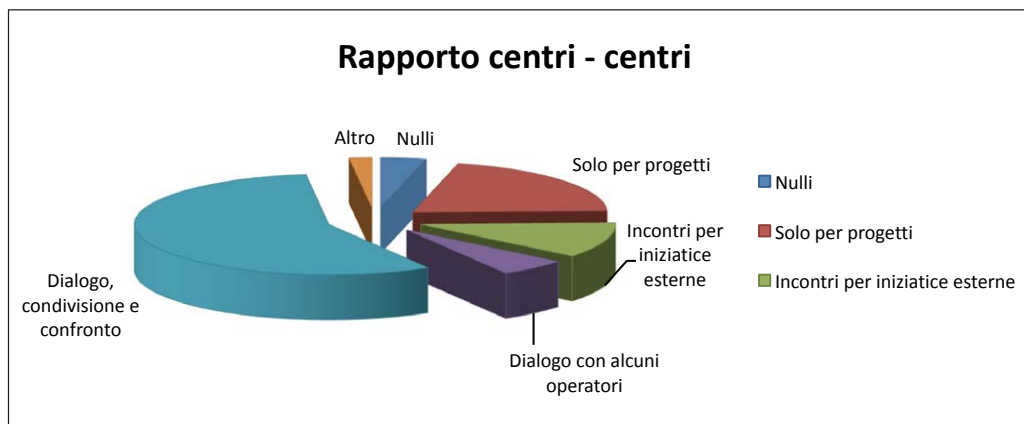
Grafico 16 - Rapporti Centri – Provincia



In merito al rapporto fra i centri emerge dai dati dei questionari somministrati agli operatori, che sostanzialmente c'è un buon rapporto, di dialogo e condivisione con gli altri centri territoriali.

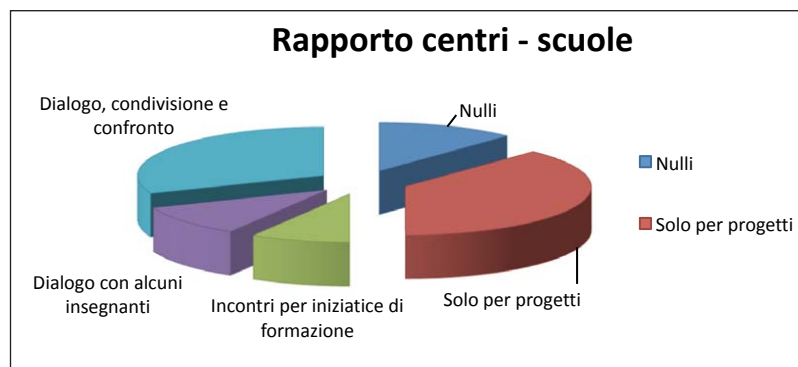
Tuttavia dai dati emersi dall'indagine si evince che tranne pochi centri, non esistono dei 'circuiti virtuosi'. Spesso centri che si trovano a poca distanza l'uno dall'altro non collaborano fattivamente insieme: il risultato è un'offerta identica per lo stesso target che viene così frantumato fra i centri (grafico 17).

Grafico 17 - Rapporti Centri - Centri



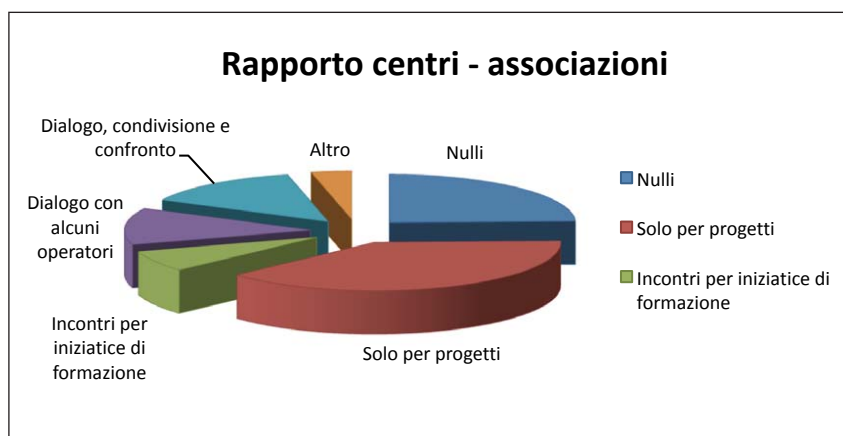
Rispetto alle collaborazioni instaurate con la dimensione formativa ed educativa del territorio, come le scuole, i dati raccolti hanno permesso di verificare come questi siano valutati come positivi. I rapporti fra i centri giovani e le scuole risultano essere connotati per la maggior parte dei rispondenti unicamente per progetti sinergici e secondariamente dal dialogo reciproco (grafico 18).

Grafico 18 - Rapporto Centri - Scuole



Lo stesso discorso vale per il rapporto con le associazioni territoriali. Dai dati emerge che una buona percentuale (39%) dichiara rapporti solo per progetti, e per un'alta percentuale l'assenza di relazioni a qualsiasi livello (25%), un dato che, come nel caso precedente, necessita di riflessioni riguardo alla necessità di implementare la continuità orizzontale fra i centri giovani e le parallele realtà formative che con i ragazzi operano in un'ottica di sistema formativo integrato (grafico 19).

Grafico 19 - Rapporto Centri - Associazioni



Infine, in merito infine ai rapporti con le famiglie dai dati provenienti dagli operatori emerge che i genitori attuano una certa forma di collaborazione (50% collaborano, l'altro 50% no): nel 31% dei casi per attività ordinaria, nel 26% dei casi per attività straordinarie. Nel 28% dei casi per gite e nel 15% dei casi per attività formative.

3.3 Cosa dovrebbero fare?

In merito alla mission e alle attività che i centri dovrebbero realizzare, le informazioni raccolte da coloro che vi operano hanno permesso di confermare sostanzialmente quale piattaforma operativa il lavoro svolto in termini di politiche ed azioni. In particolare, il rilevamento rispetto alla popolazione residente nel territorio provinciale permette di verificare come per il 59,7% degli intervistati i compiti dei centri siano diretti alla realizzazione di attività di tipo ricreativo.

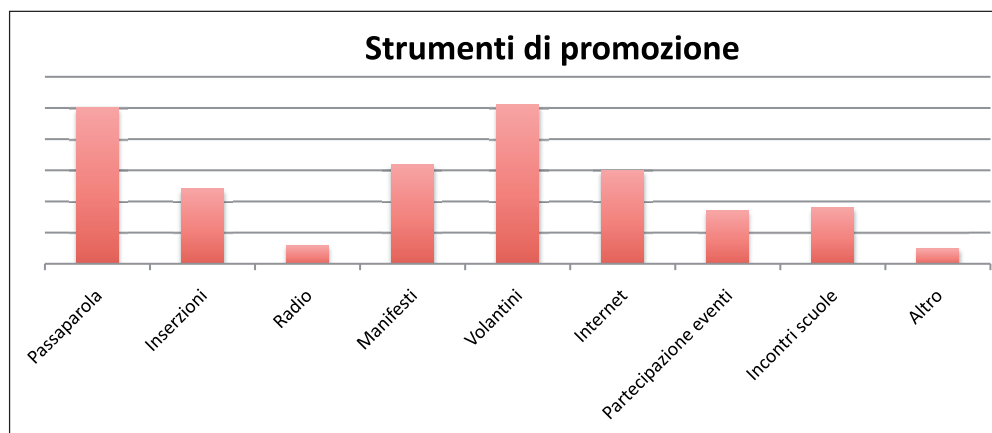
La ricerca ha permesso di mettere in luce come per il 46% degli intervistati, i centri dovrebbero promuovere occasioni ed attività di matrice cultural e formativa, una dimensione che nella maggioranza dei centri non è particolarmente sviluppata, e vista la richiesta proveniente dal territorio dovrebbe essere potenziata, anche in collaborazione con gli attori del territorio a questo predisposti. Se dunque i centri giovani sono anche luogo di promozione di attività culturali resta da capire come mai l'offerta di tali attività sia carente rispetto alle attività ludico ricreative.

3.4 I centri come si promuovono?

In merito alle iniziative di marketing e comunicazione, gli operatori intervistati dichiarano di attuare differenti strategie di promozione indirizzata all'utenza giovanile.

Le opzioni più utilizzate risultano essere il volantinaggio e il passaparola (22% e 21% sul totale dei rispondenti) ma da tale quesito non si evince se queste azioni siano anche le più efficaci in termini di efficacia e quindi attrazione di ragazzi. Significativi sono anche gli investimenti che vengono svolti attraverso i mass-media quali i manifesti e in particolare internet (rispettivamente 14% e 13% sul totale dei rispondenti). La comunicazione orale rimane in questo caso specifico la modalità che, seppur tradizionale, non risulta essere obsoleta, dimostrandosi un veicolo di contatto funzionale operatori/nuove generazioni e fra i giovani stessi (grafico 20).

Grafico 20 – Strumenti di promozione dei centri



3.5 L'idea della popolazione rispetto alla mission

A conferma della visione del Centro giovane come luogo di aggregazione e di gioco e svago, concorrono i dati relativi ai frequentanti: l'84% dichiara che i propri genitori hanno una visione positiva dei luoghi in cui i loro figli trascorrono il tempo libero. Inoltre, nell'81% dei casi, le attività e le relazioni che si instaurano presso il centro, costituiscono un argomento di dialogo in famiglia.

Dai dati riferiti dagli operatori dei centri, emerge una buona struttura relazionale tra genitori e operatori del centro. I genitori, nel 50% dei casi, partecipano attivamente alla vita del centro soprattutto per l'attività ordinaria (31%), in occasione di 'feste e gite' (28%) e per 'attività straordinarie' (26%), ad esempio nel caso di particolari festività e/o soggiorni lunghi fuori sede.

Tabella 20 e grafico 21 – Idea della popolazione rispetto alla mission. Dati rilevati dal campione Genitori

Genitori

	%
Occuparsi dei ragazzi quando non sono a scuola ...	14,5
Risolvere i problemi dei giovani	12,1
Proporre attività ricreative per giovani	32,5
Creare occasioni culturali per ragazzi	25,5
Accogliere ragazzi "difficili" e aiutarli a ...	13,6
Altro	0,5
Non sa/non indica	1,4
Totale	100,0

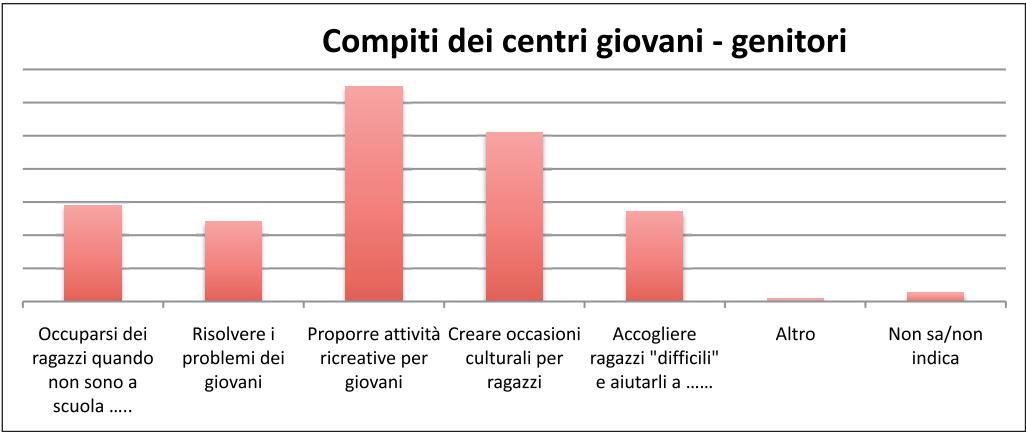
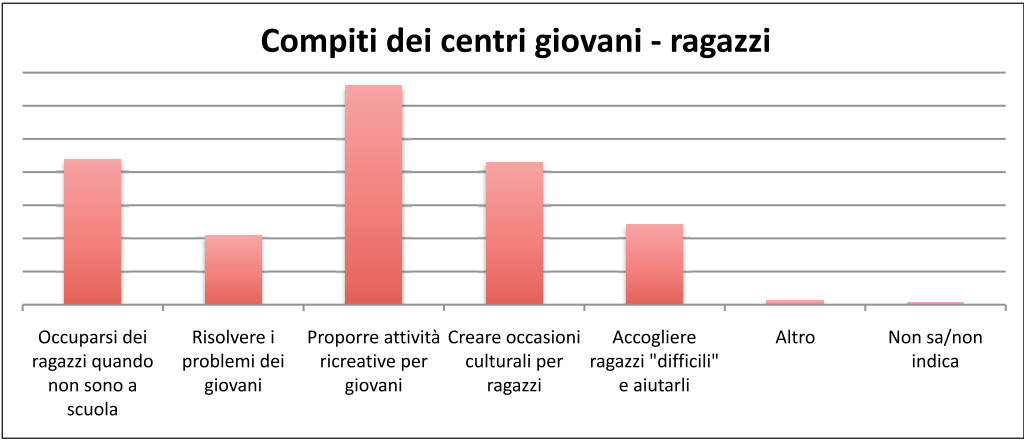


Tabelle 21 e grafico 22 – Idea della popolazione rispetto alla mission. Dati rilevati dal campione dei giovani

Ragazzi

	%
Occuparsi dei ragazzi quando non sono a scuola ...	21,9
Risolvere i problemi dei giovani	10,4
Proporre attività ricreative per giovani	33,0
Creare occasioni culturali per ragazzi	21,5
Accogliere ragazzi "difficili" e aiutarli a ...	12,1
Altro	0,7
Non sa/non indica	0,3
Totale	100,0



C. CONCLUSIONI

La filosofia che ha diretto questo studio, le informazioni e le analisi condotte, sono state realizzate principalmente allo scopo di fornire a coloro che a vario titolo operano all'interno dei centri o nelle strutture di supporto, uno strumento in grado di aumentare il livello di conoscenza del fenomeno giovani nella provincia, con l'obiettivo di strutturare un percorso di riflessione rispetto alle strategie ed azioni più idonee ad incrementare da un lato le potenzialità dei centri quali nodi di una rete diffusa di offerta d'attività e servizi nel territorio, dall'altro fornire opportunità di sviluppo e formazione dei ragazzi.

I dati della ricerca tratteggiano un panorama diversificato, nel quale sono presenti centri ed attività che presentano tratti di grande potenzialità nella prospettiva di fornire ai ragazzi dell'Alto Adige spazi ed opportunità per lo sviluppo delle loro competenze e capacità, luoghi inoltre in grado di soddisfare le esigenze ricreative e socializzanti per i giovani residenti della provincia. Al fine di verificare come le strategie ed attività dei centri rientrano all'interno della filosofia che ha portato alla loro costituzione, viene ripresa la nota che sintetizza gli obiettivi che il legislatore ha dato come da legge attuativa del 1983 che ha promosso la diffusione di questa tipologia di spazi,:

'...si definiscono centri giovanili ai sensi della presente legge quelle infrastrutture del servizio-giovani che sono destinate ad offrire e a rendere possibile un programma differenziato per i giovani frequentatori. Detti centri devono tenere a soddisfare le esigenze di impiego del tempo libero, di formazione e comunicazione dei giovani e di stimolare il loro spirito di iniziativa. Essi devono essere accessibili a tutti i giovani e diretti di norma da esperti in campo pedagogico operanti a tempo pieno..'

Questo studio ha quindi permesso di verificare come i centri giovani della provincia sostanzialmente sono posizionati all'interno delle linee definite dall'amministrazione, sia in termini di finalità che di obiettivi a cui tendere, questo pur in presenza di differenze sostanziali sia in termini di strategia che di attività realizzate tra un centro e l'altro.

La ricerca ha portato in evidenza come le risorse ed attività realizzate dai centri siano soprattutto concentrate nel fornire attività ludiche e di ricreazione. Risulta evidente (e necessario) fornire ai giovani occasioni di tale genere, ma è utile pensare anche a queste strutture, ai centri giovani, quali nodi di una rete diffusa in grado di promuovere un percorso verso formule di impiego del tempo libero più sofisticate, altresì dedicate all'avvicinamento alla cultura, alla lettura, alla scoperta delle lingue, all'esplorazione di nuovi mondi di senso. La cultura (intesa quale conoscenza e saperi) da un lato, e i giovani (quale leva strategica di sviluppo future della società) dall'altro, sono tra gli elementi portanti del modello di sviluppo contemporanei, ed è proprio nella constatazione della necessità di una crescente relazione tra questi due elementi che le strategie ed attività dei centri giovani dovrebbero prendere spunto. Uno sviluppo non adeguato di tali opportunità può divenire un vincolo per i giovani, e in una prospettiva futura privare la società di una parte del potenziale di crescita. È in questa direzione, quindi, che queste iniziative devono essere prese in considerazione e realizzate, nella constatazione del valore della cultura nella società attuale, un valore a cui le istituzioni, gli attori economici e la società civile sono tenuti a rispondere.

È chiaro a tutti che per giungere a tali obiettivi non è sufficiente il coinvolgimento unicamente di tali strutture, ma come sia necessario che tutti gli attori della catena formativa, ad esempio la scuola, le istituzioni, acquisiscano un orientamento ed una sensibilità verso tali temi. È in ogni caso importante procedere gradualmente ad una convergenza di finalità e da queste ad una strategia complessiva, che porti tutti gli attori del territorio a verificare quanto compiuto e se necessario modificare le azioni realizzate verso l'obiettivo che il legislatore ha posto all'interno della legge attuativa. Scendendo poi a livello puntuale di analisi è possibile delineare alcune aree di particolare interesse per coloro che operano all'interno dei centri. Ad esempio, gli elementi che inducono un giovane a frequentare un centro piuttosto che un altro sono indipendenti dall'offerta educativa, formativa e culturale, ma sono prevalentemente collegati ad elementi quali la prossimità o distanza da casa, la presenza di amici tra gli altri frequentatori, e soprattutto, nel caso delle attività la presenza di iniziative di carattere ludico. Allo stesso modo, è altresì vero che, una volta al centro, la loro aspettativa è appunto quella di incontrare gli amici e di impiegare il tempo libero in attività ludiche piuttosto che formative o culturali.

Un'altra considerazione interessante riguarda la strategia di promozione dei centri realizzata nel territorio. I dati raccolti hanno permesso di verificare come lo strumento che prevalentemente incide sulla scelta di un ragazzo di frequentare un centro sia collegato al passaparola tra gli utenti.

Le analisi di marketing più avanzate descrivono tale processo quale il migliore per ottenere l'attenzione dell'individuo, ma è vero anche che tale elemento rappresenta un limite alla conoscenza di coloro che sono fuori dal ristretto cerchio amicale del ragazzo che frequenta il centro.

Alcuni strumenti tratti proprio dal marketing culturale potrebbero aiutare i centri ad aumentare l'efficacia della comunicazione, promuovendo così la crescita dei partecipanti alle attività.

Le informazioni fornite dall'analisi dei dati delineano uno scenario dal quale emerge una constatazione: se non adeguatamente guidato, il giovane tenderà a frequentare e consumare formule 'culturali' consolidate, attinenti maggiormente allo svago, privandosi delle possibilità di scoprire altri linguaggi, di sperimentare se stesso ed esporsi a sollecitazioni nuove ed inconsuete. Se questo dato viene analizzato in una prospettiva più ampia, cioè di crescita complessiva del giovane esso può rappresentare un limite nelle situazioni in cui sia necessario un impiego di risorse cognitive.

Il filo conduttore della progettualità concepita dal legislatore attraverso la legge quadro e le successive circolari, è diretta a sottolineare la valenza della cultura e della formazione al servizio della crescita del giovane. In questa prospettiva, la concezione di cultura è intesa non solo come valore aggiunto della società, ma come sua matrice costitutiva, un'armatura che sostiene le funzioni dell'individuo, in grado non soltanto d'alimentare lo sviluppo personale, ma anche di generare una crescita dell'intera società attraverso nuove opportunità, intese nelle dimensioni della partecipazione, dello stare sul territorio, della conoscenza.

Le politiche ed azioni da attuare nel prossimo futuro devono quindi prendere spunto da questi elementi, laddove la società del futuro sarà sempre più una 'società della conoscenza e della cultura', in un'arena nella quale il territorio provinciale, per essere in grado di competere nel panorama internazionale, dovrà procedere nella direzione di valorizzare, formare e promuovere i giovani e le loro capacità. Questo sarà lo scenario che si delinea con sempre maggior precisione, una sfida che vedrà impegnate tutte le società più avanzate, una sfida che sarà

incentrata sullo sviluppo delle risorse umane, delle intelligenze collettive e delle capacità creative affinché sia possibile costruire un sistema locale strutturalmente forte e coeso, dove la formazione si coniughi con l'idea di sostenibilità sociale ed economica.

La pubblicazione è stata realizzata a cura di:

Dott. Giorgio Tavano Blessi

Dott. Andrea Tommasini

Dott. Gina Chianese

Dott. Giancarlo Bussadori

Dott. Fernando Biague

Direzione Scientifica:

Prof.ssa Liliana Dozza