

lo stato dell'arte

GIOVANI E CREATIVITÀ

report sull'attitudine creativa dei giovani dai 14 ai 21 anni
nella provincia di reggio emilia

GIOVANI E CREATIVITÀ



Provincia di Reggio Emilia



Regione Emilia-Romagna





GIOVANI E CREATIVITÀ **lo stato dell'arte**

**report sull'attitudine creativa
dei giovani dai 14 ai 21 anni
nella provincia di reggio emilia**

{a cura di}
Stefano Bertini
Dario Mussini
Robert Rebotti

{in collaborazione con}
Dipartimento di Scienze Sociali, Cognitive e Quantitative
dell'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia

Progetto ON / Reggio Emilia / Dicembre 2007

INDICE

7 Legenda

{interventi}

11 Elena Montecchi

14 Sonia Masini

15 Federico A. Amico

{introduzione}

19 Premessa

20 Premessa metodologica

25 Introduzione alla lettura della ricerca

{la ricerca}

29 Prima parte: descrittiva del campione

79 Seconda parte: giovani e creatività

105 Terza parte: creatività come multidisciplinarietà ed interdisciplinarietà

121 Quarta parte: giovani, "stili di vita" e creatività

135 Considerazioni conclusive






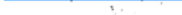
140 Appendice

148 Indice tabelle

155 Ringraziamenti

LEGENDA

{indicatori di sezione}

-  interventi
-  premessa
-  la ricerca
-  conclusioni
-  appendice
-  indice delle tabelle

{tabelle - valori}

VA / Valore assoluto

% / Valore percentuale

Nd / Valore non disponibile

{tabelle - cluster}

SD / Sociali Dinamici

LS / Ludici Sociali

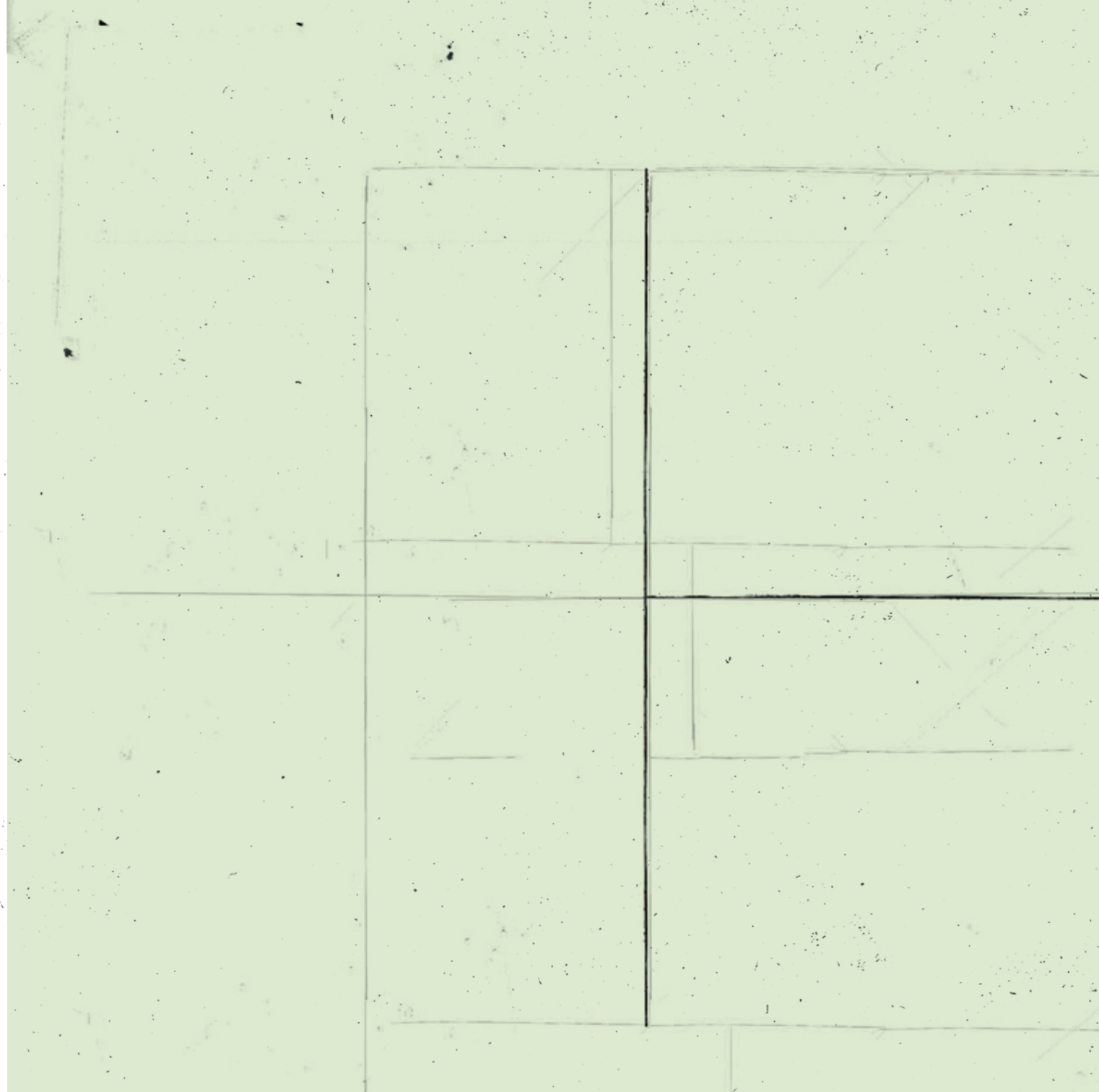
HBS / Home-Based Sociali

PE / Partecipativi Eclettici

HBC / Home-Based Culturali

AS / Attivi Sociali

HBA / Home-Based Attivi



Bella, interessante ed importante trovo questa iniziativa che è al contempo: 1) una ricerca, 2) una riflessione, anche di carattere generale sul significato di creatività, 3) un supporto alla produzione, alla realizzazione di "opere" e avvenimenti e, infine, 4) uno sforzo di socializzazione.

Trovo di grande interesse, lo ripeto, anche teorico, l'obiettivo che ON si è dato: "diffondere ed incentivare la creatività giovanile, attraverso la realizzazione di laboratori, workshop, lezioni ecc. per i giovani, affinché questi apprendano e approfondiscano un'operatività volta alla creazione di una propria espressività" (scheda Progetto ON in appendice).

Questa dichiarazione programmatica è, per me, molto convincente, anche perché supera una idea tutta elitaria e, come dire "separatista" della creatività e quindi della attività e produzione artistica, come frutto di un atto singolo ed eccezionale di un individuo isolato nella sua torre d'avorio.

Insomma si tratta di incontrare il concreto processo di produzione artistica, che è sempre una mistura complessa di interazione tra elementi individuali, di talenti, di condizioni sociali e tecniche date in un certo periodo storico.

Una cosa del genere sostiene anche, per esempio, un filosofo italiano, studioso tra l'altro di estetica, che ha appena pubblicato un bel libretto dal titolo: *La fidanzata automatica*. Maurizio Ferraris scrive: "Indubbiamente è molto più utile sotto il profilo pratico, e intrigante sotto quello teorico, sapere il perché di un best-seller o di una mostra visitata da milioni di persone, che non rendere conto di un vernissage in cui erano presenti l'artista, il critico e un parente. E, soprattutto, la regola è più misteriosa... Quello che appare davvero misterioso è capire cosa deve possedere un'opera per piacere a persone che non si fregiano in alcun modo del titolo di conoscitori d'arte, e che dall'arte si aspettano soltanto una promessa di felicità, un passatempo, un'emozione, insomma

la tanto deprecata domenica della vita. Che tipo di artefatto bisogna preparare per ottenere un buon risultato? Se la risposta fosse così semplice come per i prodotti di élite ("metti un tizio a testa in giù in una stanza, fagli suonare il flauto e distribuisci prosecco e parmigiano ai visitatori") il mondo sarebbe pieno di best-seller e di vincitori di Oscar. Invece non è così. Si noti bene: non dico con questo che necessariamente un film hollywoodiano sia più bello di una performance d'avanguardia, dico solo che con il best-seller è più difficile bluffare, ha più regole e deve confrontarsi con più culture e più livelli sociali, è più complesso e, per tutti questi motivi, ci dice di più su cosa è un'opera" (pagine 10-11).

Del resto è sufficiente guardare al modo in cui un prodotto apparentemente elitario, come l'opera lirica, in particolare quella italiana, è stata prodotta, per rendersi conto che il processo di produzione di tali capolavori è fortemente radicato in una prassi artigianale fatta di migliaia di persone che, ciascuna secondo i suoi talenti e sensibilità, ha contribuito a creare le condizioni per produrre l'opera come la conosciamo. La prassi musicale diffusa nelle scuole comunali delle nostre zone tanto quanto le lezioni dei singoli maestri e dei conservatori, hanno generato le competenze diffuse e individuali indispensabili per produrre capolavori.

Senza nulla togliere al genio individuale, una grande opera d'arte è sempre il frutto di un complesso processo sociale che coinvolge produttori e consumatori in modi, appunto, misteriosi.

Diffondere, come vuol fare ON, conoscenze, sensibilità tecniche ma non solo, allargare tali conoscenze anche attraverso una operazione di socializzazione che è anche una operazione di confronto e di stimolo tra persone diverse che partecipano ai corsi, alle performance e alle produzioni, è il modo migliore per creare condizioni favorevoli alla espressione di forme anche nuove di creatività.

La particolare attenzione alle nuove tecnologie è significativa. Non solo perché esse ampliano le possibilità di produzione ad un maggior numero di persone, ma anche perché esse abbassano la soglia di fruizione delle tecniche necessarie alla espressione di nuove forme di creatività, non ancora del tutto esplorate. Ma consentono anche una fusione di generi e di attività artistiche un tempo assai più rigidamente separate. Oggi, grazie alle nuove tecnologie, è più facile pensare (non per questo realizzare) prodotti artistici e culturali nei quali la dimensione visiva, quella sonora e quella tattile possono essere proficuamente integrate in forme originali. Inoltre tali nuove tecnologie garantiscono una possibilità di riproducibilità, di trasporto e trasmissione del tutto impensabili solo alcuni anni or sono, sviluppando una libertà dai tradizionali supporti materiali che amplia le possibilità di espressione, di materializzazione della creatività.

Che tutto questo possa avvenire sotto gli auspici e il fattivo impegno di una associazione di persone come l'Arci, mi fa non solo molto piacere, ma testimonia delle potenzialità delle forme associative, delle possibilità che una certa visione della socialità può avere. Non si tratta solo di organizzare la fruizione, ma di mettere a disposizione di un numero sempre più vasto di persone (di giovani in questo caso, cosa ancor più meritoria) strumenti di produzione, di modalità espressive. Siamo abituati a pensare alle forme di organizzazione sociale in chiave sindacale e purtroppo, anche corporativa. In questi anni abbiamo visto un uso, ahinoi troppo diffuso, distorto di socialità e associazionismo. Iniziative come questa ci riconciliano con le potenzialità che la libera associazione di uomini e donne può avere, nel rispetto di una sana e, consentitemi, gloriosa tradizione tipica di queste zone. Che il valore della socialità riesca a sposarsi con quello della valorizzazione delle capacità e potenzialità individuali, attraverso l'espressione della creatività, è uno degli esiti più felici di una bella tradizione, che dovremo cercare di sostenere e preservare come uno

dei nostri patrimoni comuni più preziosi. Per questo ho tutta l'intenzione di seguire con attenzione e sincera curiosità intellettuale, questo esperimento così complesso.

Del resto questa iniziativa assume anche un'altra dimensione di grande interesse. Si sono sprecati fiumi di inchiostro sulla ricaduta non solo sociale ma anche economica dei talenti e della loro aggregazione territoriale. I vari sociologi "alla Florida" ci hanno resi avvertiti di quello che, intuitivamente, cominciavamo a vedere. Una massa critica di giovani di talento può condizionare lo sviluppo di interi quartieri, di intere aree territoriali. In giro per il mondo ci sono esempi tra i più svariati. Anche a Milano il "distretto" della moda genera interessanti indotti di attività ricreative, del tempo libero, artistiche, che hanno rilevanti ricadute occupazionali ed economiche.

Se non sbaglio l'Amministrazione comunale di Reggio Emilia, in collaborazione con l'Università di RE e MO, ha in corso una ricerca proprio sulle potenzialità di tali insediamenti di talenti e abilità di tipo non tradizionale, legate alla produzione artistica e culturale. Sarebbe interessante vedere una interazione tra tutte queste attività e riflessioni.

Personalmente sono convinta, senza esagerare, che questo sia un filo importante da tirare per le nostre zone e per i nostri territori. A Reggio, oltre ad un teatro di rinomanza nazionale e non solo, esiste il Centro per la Danza, vi è un Istituto musicale, uno artistico, la cui vocazione è quella della operatività e produzione e non tanto e solo l'attività di didattica o di ricerca, ma vi è anche una vasta e diffusa platea di produttori e consumatori di attività artistiche a vari livelli. Basti pensare al "Maffia", come ad un esempio di produzione e consumo in forme nuove.

In particolare in campo musicale. E non mi stupisce che, nella sintesi della ricerca di ON che ho potuto vedere, la musica sia uno degli interessi primari dei

giovani intervistati. Esiste un giacimento "alla Florida" in campo musicale? Esiste una potenzialità a Reggio che possa generare altri fenomeni come quelli che storicamente abbiamo già visto sia nel campo della musica cosiddetta popolare sia di quella cosiddetta colta? Una bella ipotesi di partenza con la quale anche gli amici, i dirigenti dell'Arci e gli organizzatori di ON faranno bene a confrontarsi.

Per tutte queste ragioni ho voluto scrivere queste note, a testimonianza di un interesse che non vuole essere episodico per una iniziativa interessante e alla quale auguro buoni risultati, risultati che sarò ben lieta di valutare e seguire nel corso della sua realizzazione.

Buon lavoro e buon divertimento a tutti.

On. Elena Montecchi
Sottosegretario di Stato
per i Beni e le Attività Culturali



L'articolata indagine sui giovani reggiani rappresenta un importante risultato, anche se non l'unico, conseguito dal Progetto triennale ON sulla creatività giovanile. Promosso dalla Provincia di Reggio Emilia insieme all'Arci, questo progetto costituisce uno strumento prezioso - dal punto di vista della qualità, e non solo della quantità - per comprendere meglio i nostri ragazzi, per capire chi sono, cosa fanno e cosa desiderano, quale rapporto hanno con le tecnologie, come trascorrono il tempo libero, ma anche per andare incontro alle loro esigenze, affinché essi possano sviluppare, anche a livello espressivo e artistico, le proprie potenzialità.

L'obiettivo di ON e dell'impegno della Provincia nel campo delle politiche giovanili non è lavorare PER, ma lavorare CON i ragazzi ed è questo il senso dei laboratori itineranti che rappresentano il punto di forza del progetto, allo scopo di crescere tutti insieme. Essi rappresentano il futuro della nostra comunità e possono davvero cambiare tutto in meglio, noi dobbiamo fare sì che possano comprendere il proprio incredibile potenziale e trovare il coraggio di rischiare e di essere protagonisti, sfruttando la loro creatività.

Per questo è stato importante indagare un mondo che per molti adulti è, a volte, troppo complicato se non addirittura sconosciuto e per questo la Provincia di Reggio Emilia ha deciso di investire per promuovere l'imprenditoria e la creatività dei giovani e delle donne, proprio perché investendo su di loro investiamo sul futuro di tutti, su un futuro che sia il migliore possibile.

Sonia Masini
Presidente della Provincia di Reggio Emilia

Il volume che tenete tra le mani rappresenta una specie di cortocircuito: una ricerca minuziosa e dettagliata, capace di rendere conto di moltissime sfumature, circa le propensioni dei ragazzi tra i 14 e 21 anni al mondo della creatività. Poiché si tratta di un lavoro condotto con lo scopo di promuovere numerose azioni che fossero in grado di trasmettere un saper fare nell'ambito della creatività, questo volume sembra suggerire che, per permettere lo sviluppo di competenze in ambito creativo alle nuove generazioni, si sia adottato un metodo estremamente razionale: una apparente contraddizione in termini dunque.

Il furore "speleologico" che qui trova forma, si è costruito attraverso un percorso funambolico, per cui determinare il livello di interesse dei ragazzi per la produzione video, passa attraverso la dissertazione sulla suddivisione delle aree della Provincia di Reggio Emilia tra chi utilizza la motocicletta oppure il motorino.

Tuttavia, ciò che ci ha mosso nell'ideare questa ricerca è stato senza dubbio il pensiero che qualsiasi attività, compresa quella creativa, abbisogni di strumentazioni adeguate. Senza di esse qualsiasi creazione può risultare inefficace, se non addirittura una semplice emulazione.

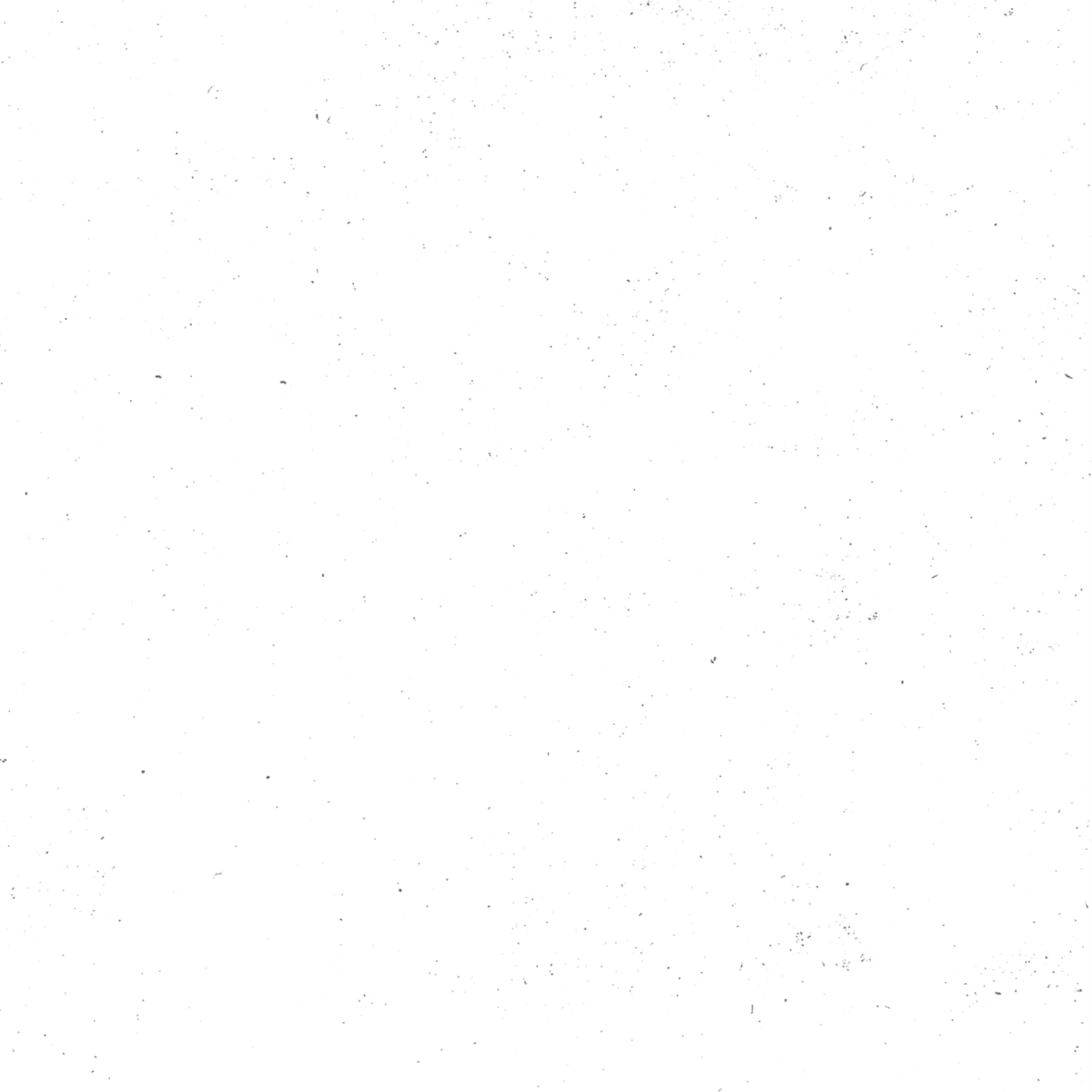
Non abbiamo quindi voluto cercare di "imbrigliare la fantasia", ma cercare di capire come questa possa scatenarsi al meglio nella consapevolezza di se stessa, piuttosto che vanificare ogni proprio sforzo nel nome di una spontaneità male indirizzata.

Così come partendo dai gusti e dalle dotazioni dei ragazzi abbiamo potuto attrezzarci nella costruzione dei laboratori che vanno sotto il nome di Progetto ON. Altrettanto, proprio da qui pensiamo debbano partire delle riflessioni serie e articolate sulle azioni che devono essere messe in campo per la promozione di un protagonismo dei ragazzi. L'ambito è certamente quello della creatività, delle passioni dunque, ma è proprio attraverso queste che possiamo pensare di

coinvolgere appieno le nuove generazioni, perché il loro futuro deve essere progettato con loro, a partire da ciò che li avvince e li può rendere protagonisti. Quella creatività appunto che può trasformarli da semplici spettatori in "attori" del loro fare.

Federico A. Amico
Presidente Arci Reggio Emilia





PREMESSA

I risultati del questionario che andiamo a presentare, somministrato ai giovani della provincia di Reggio Emilia, sono uno studio preliminare, avviato nell'ambito di un progetto di più vasto respiro sulla creatività giovanile denominato **“ON – Laboratorio itinerante di musica e arti varie”**.

Il Progetto ON, di cui viene riportata scheda esplicativa in appendice, è promosso dalla Provincia di Reggio Emilia (Assessorato alla Cultura e al Paesaggio e Assessorato all'Istruzione), dalla Regione Emilia Romagna, da Arci Reggio Emilia e da 24 Comuni della provincia.

La “filosofia” del Progetto ON, rivolto ai giovani tra i 14 e 21 anni, si concentra soprattutto sull'ambito

formativo per creare occasioni di apprendimento, approfondimento e conoscenza intorno a musica, grafica/illustrazione, scrittura e video, con uno sguardo attento anche alle altre forme d'espressione, alla interdisciplinarietà e all'utilizzo delle nuove tecnologie.

Questa ricerca rappresenta una “fase di ascolto” per elaborare, grazie ai risultati ottenuti, un'offerta formativa mirata. L'intrecciarsi dei linguaggi espressivi, supportati dalla mediazione tecnologica, offre una fotografia dello “stato dell'arte” della creatività giovanile, esistente e potenziale, nella provincia di Reggio Emilia.

Oltre a ciò, questo lavoro ha consentito di ampliare lo sguardo andando a curiosare negli interessi, nel tempo libero e nelle relazioni dei ragazzi.

Prof.ssa Giovanna Galli

Dipartimento di Scienze Sociali, Cognitive e Quantitative dell'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia

L'indagine *Giovani e Creatività* è una proposta di articolazione di un quadro conoscitivo relativo ai comportamenti e alle attitudini dei giovani della Provincia di Reggio Emilia e vuole fornire spunti di riflessione sull'attuale orientamento alle forme di espressione creative; si pone quindi in una prospettiva descrittiva, nella speranza di offrire un quadro completo ed esauritivo dello "stato dell'arte" che potrà essere di supporto a quanti vorranno sostenere e sollecitare le attitudini creative dei giovani e a quanti sono, per ragioni istituzionali e sociali, quotidianamente a contatto con loro. Ed è proprio questo orientamento che ha guidato la progettazione, la raccolta e l'elaborazione delle informazioni; una progettazione con fini "esplorativi", una raccolta che ha visto il coinvolgimento dell'intera provincia e un'elaborazione che ha privilegiato gli obiettivi progettuali e che si è quindi prevalentemente orientata alla descrizione dei risultati.

La ricerca è stata condotta con il supporto di un questionario semi-strutturato destinato ai giovani residenti nella provincia di Reggio Emilia e collocati nelle fasce d'età comprese tra i 14 ed i 21 anni. La somministrazione è stata effettuata soprattutto grazie al supporto delle scuole medie inferiori e superiori della provincia e delle Facoltà insediate sul territorio che hanno concesso la raccolta delle informazioni presso i rispettivi studenti, nel periodo febbraio – maggio del 2006. La raccolta delle informazioni ha consentito di costruire un campione di 1568 rispondenti pari al 4,6% dell'intera popolazione tra i 14 ed i 21 anni residente nella provincia di Reggio Emilia. La struttura campionaria non riflette in modo completo la composizione dell'universo: è stata infatti volutamente rafforzata la presenza dei giovani nella fascia tra i 16 ed i 18 anni e compressa quella tra i 19 e 21 anni. La ragione deve essere attribuita in primo luogo agli obiettivi della ricerca che,

verrà specificato più dettagliatamente in seguito, ha voluto costituire una sorta di "studio" preliminare delle attitudini "creative" dei giovani reggiani a sostegno di attività culturali da avviare soprattutto presso gli utenti più sensibili e collocabili nella fase adolescenziale. A questo si aggiunga la sostanziale maggiore difficoltà a raggiungere studenti universitari e giovani lavoratori, spesso insediati per le loro rispettive attività al di fuori del territorio provinciale durante i giorni feriali.

La ricerca è stata motivata da obiettivi conoscitivi ad ampio spettro: il questionario destinato alla raccolta delle informazioni è costituito da molteplici sezioni finalizzate a raccogliere informazioni generali sulle abitudini dei giovani e indicazioni specifiche sul loro rapporto con il tema della creatività.

La prima parte dello strumento di rilevazione è incentrata sulla descrizione dei comportamenti quotidiani dei giovani, con un'analisi puntuale dei luoghi più frequentati e dei meccanismi di socializzazione più diffusi.

A questa parte introduttiva, fa seguito un approfondimento delle conoscenze e delle modalità di accesso a quattro forme di espressione giudicate centrali in fase di progettazione della ricerca: la musica, il video, la scrittura e la grafica/illustrazione. La prospettiva, in questa seconda sezione, è di descrivere il rapporto dei giovani con le forme di creatività indicate nella veste di "fruitori" di artefatti provenienti dal mondo multimediale. In ciascuno di questi ambiti sono stati affrontati temi in parte condivisi ed in parte dedicati. Più precisamente è condivisa la raccolta di informazioni sulla frequenza e sulle modalità di contatto con ciascuna delle forme di creatività indicate e gli approfondimenti sono destinati a raccogliere alcune specificità tipiche di ciascuna di esse: il genere musicale o letterario preferito, oppure il grado di conoscenza degli strumenti grafici più diffusi, o, ancora, i supporti prevalentemente utilizzati per accedere alla musica, alla scrittura, alla grafica o alla produzione video.

Questa sezione precede la parte centrale del questionario strutturata per rilevare l'apertura dei giovani

alle principali forme di espressione della loro attitudine creativa. È quindi stato rilevato l'effettivo e diretto coinvolgimento in attività musicali, video, grafiche, di scrittura, teatro, danza, fotografia ecc., lasciando anche spazio all'indicazione puntuale e aperta di forme di espressione non contemplate nel questionario. Per ciascuna di queste è stato chiesto ai giovani di indicare com'è organizzato il loro impegno, di quali supporti sentono la mancanza e di come vorrebbero proseguire la strada avviata, approfondendo le loro conoscenze. È una parte centrale che raccoglie molte informazioni d'indirizzo e che, inevitabilmente, lascia sospesi alcuni altri percorsi possibili. È però il tema stesso ad aver imposto delle scelte di campo che, per quanto riduttive, hanno permesso di definire un quadro sufficientemente puntuale delle attitudini dei giovani reggiani.

Il questionario si conclude con un approfondimento sulle nuove tecnologie, con un'analisi sulle modalità di utilizzazione più frequenti del computer e con la selezione di alcune domande finalizzate a raccogliere il grado di conoscenza e diffusione dei nuovi strumenti multimediali tra i giovani.

Com'è possibile presagire anche dalla sintetica descrizione delle sezioni contenute nel questionario, lo strumento di rilevazione è stato decisamente corposo per poter raccogliere in modo estensivo e completo informazioni generali sui giovani e specifiche sulle loro attitudini creative. Questa scelta ha imposto di operare, su un numero consistente di domande, con risposte multiple, in genere molto efficaci per cogliere la varietà comportamentale degli intervistati ma meno idonee a disegnare dei profili univoci e soprattutto a sottolineare differenze sostanziali tra possibili modelli emergenti. L'opzione prescelta può comunque essere considerata in linea con gli obiettivi conoscitivi e con le intenzioni descrittive dei responsabili della progettazione dello strumento. Entrando nel dettaglio dell'articolazione delle domande, essa è stata sempre molto estesa e fondata su due procedure di definizione dei testi alternative, in alcuni casi, e concomitanti, in altri.

La ricostruzione delle possibili risposte disponibili ai giovani è stata, per alcune sezioni, frutto dell'organizzazione in categorie logiche di contenuti emersi in una fase preliminare di interviste in profondità, che ha consentito di individuare i temi necessari da prevedere nella versione strutturata e chiusa del questionario. È il caso specifico della prima sezione, destinata alle abitudini comportamentali e dell'ultima relativa alle nuove tecnologie. In altri casi, il ricorso alla letteratura esistente e ad esperti di disciplina hanno consentito di profilare un insieme sempre molto esteso di alternative confacente alla possibile varietà di risposta. Sotto questo aspetto, l'analisi puntuale di tutte le risposte aperte concesse comunque ai giovani al termine di ciascuna delle domande, con una previa organizzazione delle alternative di scelta, ha confermato la loro adeguata articolazione. Le risposte mancanti e catalogate in "altro" hanno sempre rappresentato una base numericamente residuale e in molti casi riconducibile ad alternative già esistenti e pre-codificate.

Con queste premesse generali, le scelte di elaborazione sono state guidate da tre differenti linee interpretative.

La prima ha privilegiato una lettura descrittiva delle risultanze emergenti per ciascuna delle domande previste in ciascuna delle sezioni, tramite l'indicazione delle distribuzioni di frequenza delle risposte, suddivise per area geografica di residenza e per età anagrafica. La scelta di queste due dimensioni per suddividere le risultanze emergenti nasce sia dalle informazioni anagrafiche disponibili e costituite, complessivamente, dall'area di formazione/istruzione, dall'età, dal sesso e dal luogo di residenza, sia dalla valenza interpretativa ad esse associabili. È stato quindi convenuto che la ripartizione delle distribuzioni di frequenza per classi di età potesse essere di aiuto nel fare emergere, pur con un solo intento descrittivo e non prescrittivo/previsionale, alcuni fenomeni tipicamente legati alla fascia d'età dei rispondenti. La ripartizione per zona di residenza è stata effettuata per rendere più percepibili dif-

ferenze comportamentali nell'accesso alle forme creative legate allo specifico contesto spaziale/geografico nel quale i giovani sono inseriti per la maggior parte del loro tempo. Non si è invece ritenuta opportuna una distinzione sulla base del sesso, che avrebbe potuto essere rilevante solo per dimensioni molto specifiche, e per area di formazione, che definisce una eventuale ripartizione disciplinare e quindi attitudinale solo per i giovani frequentanti le scuole medie superiori. A questa constatazione va aggiunta la non sempre univoca corrispondenza tra la scelta dei differenti indirizzi di formazione offerti sulla provincia e le reali attitudini o gli interessi sostanziali che guidano la vita quotidiana e le aspettative future dei giovani.

Una seconda linea interpretativa dei dati disponibili si è posta l'obiettivo, ricorrendo pur sempre all'analisi di distribuzione di frequenza, di delineare le modalità prevalenti di avvio dei giovani ad attività creative. È un'attività di approfondimento nella lettura dei dati relativi alla sezione centrale del questionario che permette di rilevare in modo più puntuale l'orientamento mono o multidisciplinare dei giovani, le forme di espressione prevalentemente utilizzate e i principali desiderata emergenti.

Infine, un terzo livello interpretativo riprende tutta la lettura precedente delle distribuzioni di frequenza relative a tutte le domande previste nel questionario, utilizzando come variabile di suddivisione delle risultanze gli "stili di vita" dei giovani. Questi ultimi sono stati individuati attraverso un'analisi cluster che ha fatto emergere sette modelli comportamentali prevalenti. La procedura di clusterizzazione è stata applicata, specificamente, sulle variabili utilizzate per rispondere alla prima domanda prevista nel questionario: *quando non sei a scuola, cosa fai di solito?*. L'organizzazione originaria della domanda prevede 29 possibili alternative, tra le quali i rispondenti hanno potuto sceglierne al più tre. L'elevata numerosità delle variabili iniziali ha indotto a costruire un numero ridotto di nuove categorie, avvalendosi di un processo di associazione tra le definizioni originarie, attraverso la condivisione tra più

ricercatori di un processo di valutazione dei contenuti. Queste categorie sono state oggetto di un'analisi preliminare anche attraverso lo studio di compresenza delle risposte in capo ai singoli soggetti rispondenti. Al termine del processo sono emerse sei categorie preliminari sulla base delle quali è stata svolta l'analisi cluster, che contengono comunque valori dicotomici. Gli "stili di vita" emergenti non identificano quindi la rilevanza o l'importanza attribuita a ciascuna delle categorie preliminari utilizzate per la procedura di segmentazione, bensì la frequenza di scelta della categoria all'interno del segmento e quindi la probabilità che essa sia associata alle altre disponibili nelle modalità di organizzazione del tempo libero da parte dei giovani.

L'analisi cluster ha fatto emergere la presenza di sette segmenti, ciascuno con proprie specificità comportamentali. Questi "modelli emergenti" si pongono l'obiettivo di tracciare le abitudini prevalenti presso i giovani rispetto alle sei categorie segnalate: l'impegno in un'attività formativa ulteriore, sia essa lo sport oppure un corso di canto e/o lingua; la vita in casa, dedicata all'uso del computer, oppure all'ascolto della musica, all'intrattenimento con i familiari ecc.; il tempo dedicato agli amici; lo spazio riservato alla socializzazione in locali pubblici; la partecipazione alle attività culturali offerte dalla provincia, il coinvolgimento attivo in associazioni o nel lavoro.

La definizione dei segmenti è apparsa una soluzione percorribile per riuscire ad associare alle attitudini "creative" ed alle richieste di sostegno e rafforzamento delle forme di espressione provenienti dai giovani le loro abitudini ed i loro "modelli" di relazione con i coetanei e, più in generale, il contesto ambientale di riferimento. Questo collegamento può costituire uno spunto di riflessione per progettare interventi mirati e capaci di individuare proposte e soluzioni precisamente orientate a specifici e disomogenei stili comportamentali.

Definiti obiettivi, metodologie e linee interpretative seguite, le ultime indicazioni sono relative alla composizione anagrafica del campione ed alle classi generate.

Come ricordato all'avvio dell'introduzione metodologica, la composizione per classi di età del campione non riflette in modo puntuale l'organizzazione dell'universo ed è stata costruita anche e soprattutto per cogliere gli orientamenti dei giovani nella fase adolescenziale. È invece regolare la ripartizione complessiva tra maschi e femmine con una leggera sovra-rappresentazione dei primi sulle seconde.

I rispondenti sono stati suddivisi anche in base alla loro zona di residenza con la definizione di classi capaci di riunire giovani con similitudini nei tempi di spostamento richiesti per raggiungere il capoluogo di provincia e al contempo di separarli sulla base della geografia del territorio. Gli abitanti della montagna sono pertanto stati distinti da quelli della collina e della pianura e ulteriormente separati, quando possibile, sulla base della numerica disponibile, in funzione del ruolo di "polo attrattore" dei principali comuni di riferimento.

Un ultimo elemento anagrafico è costituito dal percorso di formazione prescelto. L'inclusione di giovani a partire dai 14 anni ha previsto anche l'inserimento della scuola media inferiore; la formazione superiore è stata distinta sulla base dei principali "orientamenti culturali", diversamente dalla formazione universitaria che, per numerica di riferimento, ha indotto a non praticare distinzioni ulteriori.

Sulla base di questi criteri di suddivisione della base campionaria è necessaria qualche ulteriore avvertenza nella lettura dei dati e delle risultanze emergenti.

La distinzione per sesso nelle zone di residenza può essere considerata abbastanza regolare con qualche difformità relativa al capoluogo di provincia, nel quale i rispondenti sono in misura maggiore uomini, rispetto alla struttura campionaria complessiva, e alla zona definita Provincia Nord-Est nella quale prevalgono invece le donne. Sono le uniche due leggere anomalie su un numero di nove aree complessivamente censite e quindi non in grado di condizionare le risultanze presentate.

Più variegata la composizione campionaria quando le zone di residenza sono accostate alle classi di età.

Prevalgono i ragazzi dai 19 anni nella descrizione dei

residenti del capoluogo di provincia; è sotto-rappresentata la classe dei più giovani delle aree definite “Provincia Est” e “Provincia Sud Pianura”; sovra-rappresentati invece nelle zone “Provincia Sud-Ovest” e “Provincia Sud Montagna”. Infine la classe centrale è ridondante nella “Provincia Sud Pianura” e in difetto in quella “Sud Montagna”. Queste variazioni possono essere almeno in parte attribuite alla procedura di raccolta effettuata, incentrata sul raccordo con le scuole, la cui distribuzione spaziale può essere considerata non omogenea. A questo si aggiunga, soprattutto nelle aree di confine, la possibilità che i giovani abbiano scelto di proseguire il percorso formativo in scuole superiori insediate al di fuori della provincia di residenza.

Queste possono costituire anche le ragioni delle anomalie talvolta emergenti accostando area di residenza e percorso di formazione prescelto. Le differenze rispetto alla struttura campionaria complessiva possono essere attribuite sia ad una reale disomogeneità di giudizio sui percorsi formativi disponibili in funzione della zona di residenza, sia alla diversa accessibilità che alcune scuole garantiscono in ragione della distanza che le separa dalla zona di residenza, sia a eventuali vizi di campionamento. In ogni caso tutte le aree formative sono adeguatamente rappresentate e non dovrebbero emergere rilevanti problemi d'interpretazione.

A conclusione di queste brevi note, è opportuno sottolineare la rilevanza di questa indagine, sia per la numerosità di giovani coinvolti che per l'estensione dei temi trattati. Certamente una base di dati così ampia non può essere letta in modo esaustivo e conclusivo con le risultanze proposte nella relazione tecnica. Soprattutto i possibili “utenti” di queste informazioni saranno sicuramente indotti a immaginare ulteriori e differenti scelte di elaborazione. Quella effettuata non tralascia, sul piano descrittivo, alcun passaggio di sostanza e consegna un quadro, sicuramente non approfondito in tutte le sue parti, ma organico e completo per scelte di approfondimento e d'indirizzo.

INTRODUZIONE ALLA LETTURA DELLA RICERCA

Come evidenziato nella premessa metodologica, il questionario alla base della ricerca era suddiviso in diverse sezioni, le quali hanno determinato, alla luce delle rielaborazioni eseguite in seguito, la seguente strutturazione dei risultati:

——→ 1. **prima parte:** propone i dati generali del campione, ovvero i valori assoluti e percentuali delle risposte relativamente alle sezioni: anagrafica (di inquadramento del campione), tempo libero e relazioni, gusti ed interessi dei ragazzi in merito a diverse forme di creatività e rapporto con le nuove tecnologie;

——→ 2. **seconda parte:** nodo centrale dell'indagine, analizza approfonditamente la parte inerente il rapporto tra i giovani e la creatività;

——→ 3. **terza parte:** è incentrata sulla multidisciplinarietà ed interdisciplinarietà, ove si dà risalto a tutti quegli aspetti che evidenziano diversi e multiformi percorsi espressivi;

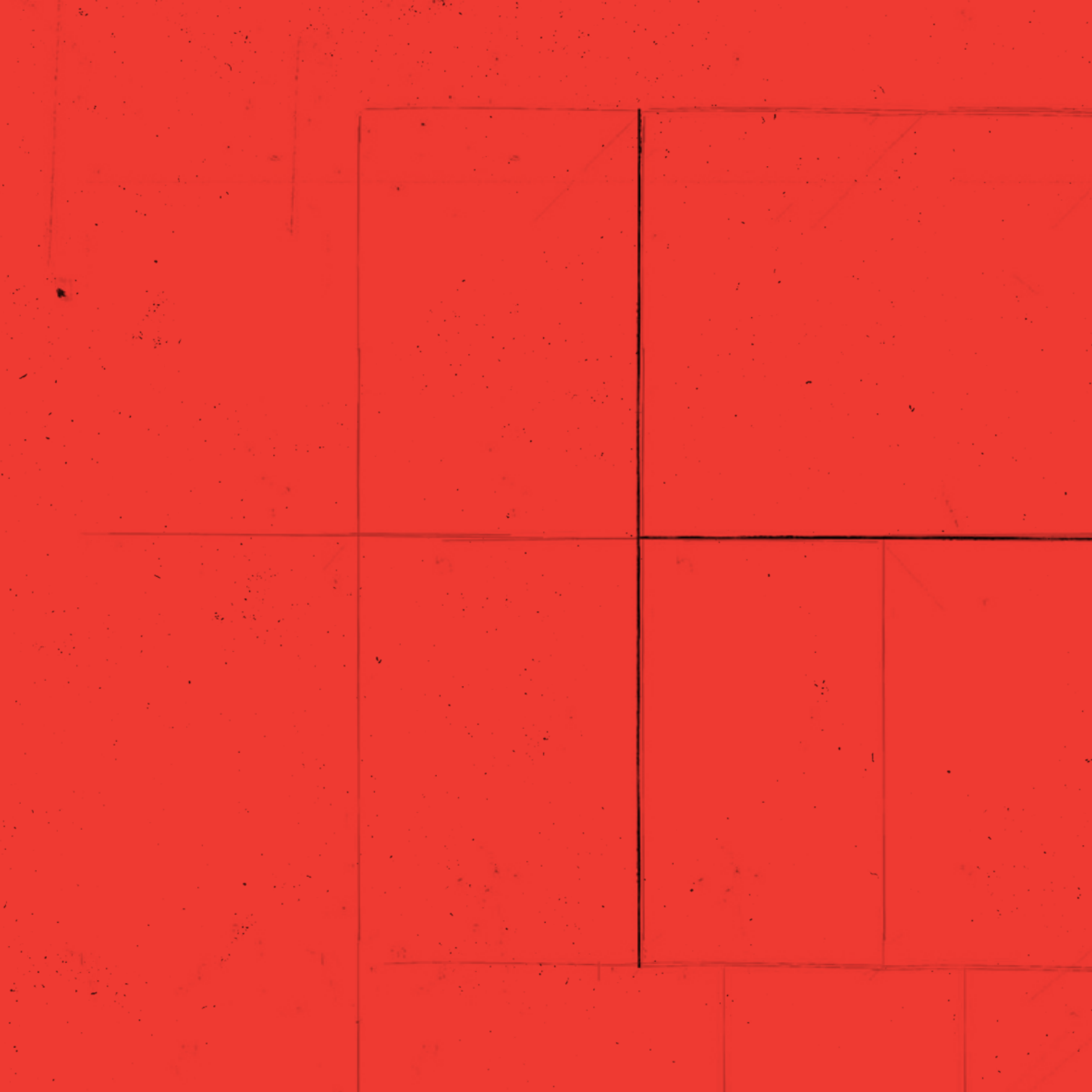
——→ 4. **quarta parte:** pone in relazione la creatività con gli “stili di vita” dei giovani individuati mediante il processo di clusterizzazione descritto nella precedente premessa metodologica.

La legenda a pagina 7 contiene le chiavi di lettura dei codici che sono stati utilizzati; per rendere più agili e semplici molte tabelle, infatti, il ricorso alla definizione di sigle e numeri facilita la lettura dei risultati.

La “lettura guidata”, ovvero il commento alle tabelle, ha mantenuto un livello generale, cercando approfondimenti e maggior dettaglio laddove i casi si sono rivelati di particolare interesse; le note sono, di conseguenza, tarate per lo più sui valori totali delle risposte, siano essi assoluti o percentuali.

Inoltre, la “lettura guidata”, cerca in ogni modo di esimersi dal valutare o esprimere giudizi di merito, mantenendo il più possibile una visione neutra ed oggettiva rispetto all'esito dei risultati.

In appendice sono state raccolte frasi scritte dai ragazzi che hanno concesso, in forma libera, una personale definizione di creatività; tantissime idee e intuizioni, molto diverse tra loro, alcune di queste molto efficaci, di cui riportiamo, selezionate, l'intera trascrizione.



DESCRITTIVA DEL CAMPIONE

28
29

PRIMA PARTE

La prima parte di lettura dei risultati del questionario somministrato, che viene riportata nelle pagine seguenti, affronta l'analisi delle sezioni descrittive della ricerca.

Le risposte dei ragazzi consentono un primo approccio conoscitivo nei confronti del campione.

Le sezioni del questionario di seguito presentate sono relative a:

- 1.inquadramento anagrafico del campione;
- 2.tempo libero e relazioni;
- 3.gusti ed interessi nei diversi ambiti della creatività;
- 4.rapporto con le nuove tecnologie.

INQUADRAMENTO ANAGRAFICO DEL CAMPIONE

Il questionario somministrato, seppur anonimo, richiedeva alcuni dati anagrafici che hanno permesso di inquadrare il campione in oggetto e che sono stati utilizzati, quindi, come parametri di riferimento per dettagliare parte dei risultati della ricerca. I dati anagrafici richiesti sono l'età, il sesso, il luogo di provenienza (inteso come residenza) e la scuola frequentata. Nello specifico, si riportano di seguito alcune osservazioni preliminari rispetto ai quattro elementi anagrafici considerati, alla luce anche delle considerazioni esplicitate nella premessa metodologica.

ETÀ - SESSO

Il target individuato dalla ricerca è rappresentato dai giovani tra i 14 e i 21 anni residenti nella provincia di Reggio Emilia. Durante la lettura dei dati si è ritenuto opportuno creare delle classi, così definite:

- > fino a 15
- > 16 - 18
- > 19 e oltre

Il sesso è naturalmente declinato per generi maschile e femminile.

Tabella 1.01 - Età e sesso degli intervistati

Classi di età (anni)	Sesso			Totale (%)
	Maschio	Femmina	Nd	
Fino a 15	16,0	13,6	0,5	30,1
16 - 18	28,5	24,6	0,4	53,5
19 e oltre	8,0	5,8	0,1	13,9
Non disponibile	0,9	0,1	1,5	2,5
Totale (%)	53,4	44,1	2,5	100,0

Per quanto concerne il sesso, il campione è ben ripartito, 53,4% *maschi* e 44,1% *femmine*, con una leggera sovra-rappresentazione dei primi sulle seconde.

Per quanto riguarda, invece, le *classi di età* oltre la metà degli intervistati, 53,5%, appartiene alla fascia tra i 16-18 *anni*, il 30,1% ha *fino a 15 anni*, mentre i ragazzi dai 19 e *oltre* sono il 13,9%: per una definizione delle classi di età e della loro ripartizione, si vedano le riflessioni nella premessa metodologica.

LUOGO DI RESIDENZA

La ricerca è stata incentrata sull'intero contesto provinciale, cercando di distribuire equamente il campione tra il capoluogo e il resto del territorio. A seguito dell'analisi dei dati, si è ritenuto opportuno suddividere la lettura dei risultati in funzione della provenienza dei ragazzi in ambiti circoscritti e coerenti, di cui si è detto in premessa metodologica.

Il territorio provinciale è stato quindi suddiviso nei seguenti distretti di riferimento:

—> Reggio Emilia

inteso come la città e frazioni (Rivalta, Sesso, Pieve, Gavasseto ecc.).

—> Provincia Est

Comuni di Rubiera, San Martino in Rio, Correggio, Rio Saliceto.

—> Provincia Nord

Comuni di Poggio, Brescello, Boretto, Gualtieri, Guastalla, Luzzara, Reggiolo, Rolo, Fabbrico, Campagnola Emilia, Novellara.

—> Provincia Nord-Ovest

Comuni di Bagnolo in Piano, Cadelbosco di Sopra, Castelnovo di Sotto, Campegine, Gattatico e Sant'Ilario d'Enza.

—> Provincia Sud-Ovest

Comuni di Montecchio Emilia, Quattro Castella, San Polo d'Enza e Canossa.

—> Provincia Ovest

Comuni di Cavriago e Bibbiano.

—> Provincia Sud Montagna

Comuni di Carpineti, Casina, Castelnovo ne' Monti, Collagna, Villa Minozzo, Vetto, Busana, Ramiseto e Ligonchio.

—> Provincia Sud Pianura

Comuni di Vezzano sul Crostolo, Albinea e Scandiano.

—> Provincia Sud-Est

Comuni di Casalgrande, Castellarano, Baiso, Toano e Viano.

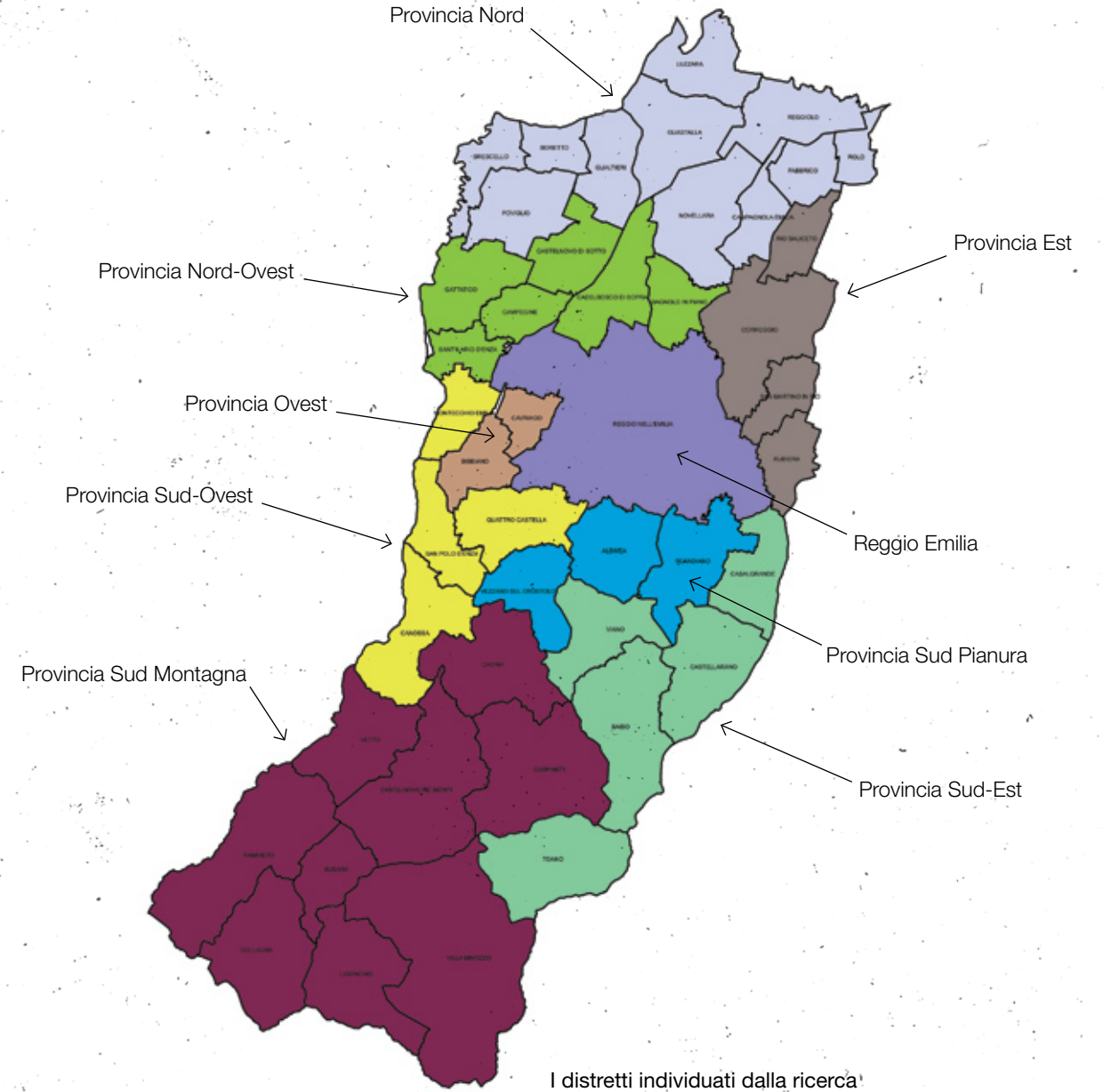
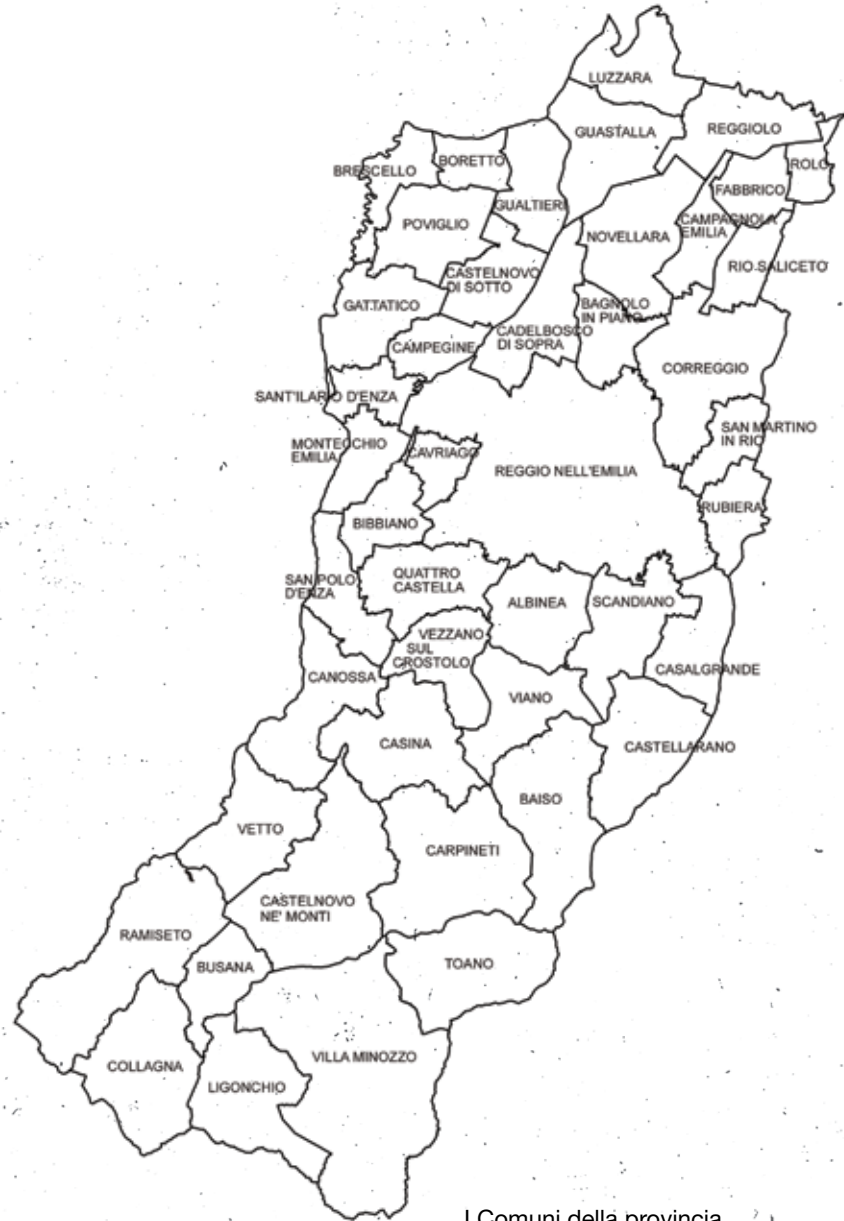


Tabella 1.02 - Residenza e sesso degli intervistati

Zone di residenza	Sesso			Totale (%)
	Maschio	Femmina	Nd	
Reggio Emilia	32,4	28,0	5,1	29,8
Provincia Est	8,2	8,5	0,0	8,2
Provincia Nord	6,3	11,7	5,1	8,7
Provincia Nord-Ovest	8,5	8,5	0,0	8,3
Provincia Sud-Ovest	6,3	5,8	5,1	6,1
Provincia Ovest	5,5	6,9	0,0	6,0
Provincia Sud Montagna	10,5	12,7	7,7	11,4
Provincia Sud Pianura	7,6	8,8	2,6	8,0
Provincia Sud-Est	6,7	7,4	12,8	7,1
Non disponibile	7,9	1,6	61,5	6,4
Totale (%)	100,0	100,0	100,0	100,0

Analizzando i valori percentuali delle aree di residenza emerge immediatamente la netta dominanza dei provenienti dalla città di *Reggio Emilia*, con 467 intervistati su 1568, ovvero il 29,8% del totale. La distribuzione del campione negli *altri distretti* è intorno all'8%, con valori tra il 6 e l'11,4%.

SCUOLA DI PROVENIENZA

Il campione intervistato, infine, ha indicato la scuola frequentata. Durante l'analisi dei dati, tali indicazioni sono state sintetizzate nell'area scolastica di provenienza, vale a dire che il livello di riferimento non sono gli specifici istituti in cui è stata condotta l'indagine, ma solamente l'ambito formativo.

La suddivisione è stata pertanto definita nelle seguenti aree di formazione:

- > scuole medie inferiori;
- > scuole medie superiori, declinate in:
 - area artistica;
 - area liceale;
 - area tecnica;
 - area professionale;
- > università.

Per un dettaglio delle scuole ove sono stati distribuiti i questionari si veda l'appendice.

Tabella 1.03 - Area di formazione e sesso degli intervistati

Area di formazione	Sesso			Totale (%)
	Maschio	Femmina	Nd	
Scuola media	4,1	4,5	0,0	4,1
Artistica	1,2	3,3	0,0	2,1
Liceale	26,0	40,8	7,7	32,1
Professionale	37,0	32,2	20,5	34,5
Tecnica	22,9	13,2	7,7	18,2
Università	5,6	4,9	5,1	5,3
Non disponibile	3,1	1,2	59,0	3,6
Totale (%)	100,0	100,0	100,0	100,0

Introducendo l'ultimo parametro anagrafico, ovvero l'area di formazione, si danno dunque le pennellate finali al quadro conoscitivo del campione: le aree dominanti sono quella *professionale* (34,5%) e quella *liceale* (32,1%); poi l'*area tecnica* con il 18,2%, quindi l'*università* con il 5,3%, la *scuola media inferiore* con il 4,1%, che ha permesso di intercettare la fascia dei quattordicenni, e, infine, l'*area artistica*, rappresentata in provincia da un unico istituto, con il 2,1%.

Per ulteriori considerazioni legate alla distribuzione nelle varie aree di formazione, si rimanda alla premessa metodologica.

{2} TEMPO LIBERO E RELAZIONI

ATTIVITÀ DEL TEMPO LIBERO

Tabella 1.04 - Attività del tempo libero

Quando non sei a scuola cosa fai di solito?	Totale (VA)	Totale (%)
Esco con gli amici	876	55,9
Faccio sport	735	46,9
Guardo la televisione	473	30,2
Ascolto musica	323	20,6
Esco con il mio ragazzo/ragazza	315	20,1
Vado in giro	254	16,2
Mando SMS, faccio telefonate	169	10,8
Sto con la mia famiglia	157	10,0
Vado in discoteca	157	10,0
Gioco alla playstation o al PC	155	9,9
Leggo	154	9,8
Vado in giro per locali	135	8,6
Faccio musica o canto	111	7,1
Faccio shopping	81	5,2
Uso internet	60	3,8
Vado al cinema	57	3,6
Frequento l'oratorio/parrocchia	53	3,4
Partecipo a gruppi, associazioni	40	2,6
Faccio attività culturali	33	2,1
Vado in biblioteca	32	2,0
Faccio volontariato	30	1,9
Ascolto la radio	29	1,8
Mi occupo di motori	25	1,6
Vado a sentire concerti	19	1,2
Faccio skate	17	1,1
Lavoro	10	0,6
Vado a teatro	7	0,4
Vado a visitare musei, mostre ecc.	6	0,4
Studio	3	0,2
Non disponibile	23	1,5
Totale	1568	100,0

Per quanto concerne il tempo libero, la prima domanda del questionario aveva l'obiettivo di capire cosa i ragazzi fanno quando non sono a scuola. La domanda *quando non sei a scuola cosa fai di solito?*, per la quale era possibile esprimere tre preferenze, apre uno spettro molto ampio di risposte ed evidenzia alcune prime riflessioni.

L'attività che i ragazzi hanno indicato più frequentemente è *esco con gli amici*: il 55,9%. Ciò che emerge, per contro, è che il 44% circa del campione non l'ha segnalata fra le prime tre attività del proprio tempo libero. Non vi sono differenze significative per quanto riguarda questo dato né per le diverse fasce d'età, né per le differenti aree di provenienza, che mostrano dunque valori sempre con frequenze nella media generale.

Il 46,9% risponde *faccio sport*, a conferma di target molto dinamico in tal senso: la fascia d'età più attiva è quella dei ragazzi fino ai 15 anni, mentre si assiste ad una progressiva diminuzione dell'attività al crescere dell'età. Anche in questo caso non vi sono pressoché differenze in funzione dell'area di provenienza.

La terza frequenza assoluta dice che circa un ragazzo su tre (30,2%) nel suo tempo libero guarda la *televisione*, mentre *ascoltare musica*, che segue, benché decisamente meno praticata, rimane ancora una delle attività preferite (20,6%), quanto meno se messa in relazione ad altre attività culturali: *leggo* (9,8%), *faccio musica o canto* (7,1%), *vado al cinema* (3,6%), *faccio attività culturali in genere* (2,1%), o addirittura *vado a teatro o vado a visitare mostre e musei ecc.* (0,4% ciascuna).

Per quanto riguarda il tempo trascorso davanti alla *televisione* non vi sono differenze significative né per fasce d'età né per aree di provenienza (tranne una leggera inflessione per i ragazzi tra 16 e 18 anni); medesimo ragionamento per quanto concerne la *musica*.

Per quanto riguarda, invece, le altre attività culturali, *leggere* è equamente distribuita per età e provenienza, mentre le prime differenze significative si cominciano a vedere dal *faccio musica o canto*: meno praticata dai ragazzi fino ai 15 anni e oltre i 19, è un'attività più diffusa tra i 16 e i 18 anni.

Andare al cinema è più frequente fino ai 15 anni, mentre *fare attività culturali in genere* non discrimina assolutamente le fasce d'età; *andare a teatro* è un'attività praticata per lo più nelle fasce d'età fino a 18 anni, mentre dai 19 si ha un calo rilevante, esattamente al contrario di quanto avviene per quanto riguarda *visitare mostre e musei*.

I dati sulla frequenza delle attività culturali risultano maggiormente significativi se posti in relazione ad attività per così dire mediatichè, ovvero mediate dalle tecnologie, di utilizzo quotidiano: *mando SMS, faccio telefonate* (10,8%), *gioco alla playstation* o al *PC* (9,9%) e *uso internet* per diverse attività (3,8%).

Per quanto riguarda le prime due attività sono i ragazzi fino a 15 anni ad avere le frequenze più alte, mentre l'*utilizzo di internet* è più diffuso nella fascia 16-18 anni.

Si collocano tra le attività più diffuse anche *esco con il mio ragazzo/ragazza* (20,1%) e *sto con la mia famiglia* (10%), mentre tra i dati più negativi registriamo le attività di partecipazione: *frequento l'oratorio* o la *parrocchia* (3,4%), *partecipo a gruppi o associazioni* (2,6%) e *faccio volontariato* (1,9%).

Stare con la propria famiglia ha prevedibilmente i valori più alti nella fascia fino ai 15 anni, così come *uscire con il proprio ragazzo/ragazza* ha frequenze maggiori all'aumentare dell'età.

Inverse anche le frequenze rispetto alle attività partecipative: i ragazzi fino ai 15 anni frequentano maggiormente *l'oratorio* e la *parrocchia*, fanno poco *volontariato* e mostrano poca partecipazione a *gruppi o associazioni*, al contrario delle fasce 16-18 e oltre 19, che frequentano poco la *parrocchia* e l'*oratorio*, mentre si dedicano più assiduamente al *volontariato* e a *gruppi/associazioni*.

Cercando di sintetizzare quanto esposto finora, i ragazzi fino ai 15 anni fanno *sport, stanno con la famiglia, mandano SMS e fanno telefonate, vanno al cinema, giocano alla playstation e frequentano l'oratorio o la parrocchia*, in modo più assiduo degli altri. I ragazzi tra 16 e 18 anni vanno in *discoteca*, ai *concerti*, nei *locali*, fanno *musica, fanno skate, usano internet, vanno a teatro, fanno volontariato e partecipano a gruppi o associazioni*. I ragazzi oltre i 19 anni *escono con il proprio ragazzo/ragazza, vanno in biblioteca e fanno volontariato*, con frequenze più alte della media generale.

È dunque interessante notare come vi siano solamente 5 attività su 29 che non mostrano differenze in funzione dell'età (*esco con gli amici, vado in giro, leggo, ascolto la radio e faccio attività culturali*). Per quanto riguarda tutte le altre attività, si assiste ad una netta inversione di tendenza: quelle maggiormente praticate dai ragazzi fino ai 15 anni, sono quelle che i ragazzi dai 16 in su esercitano meno, e viceversa.

Cercando, infine, di dare un rapido sguardo alle principali differenze tra le diverse aree di provenienza, emerge quanto segue:

i ragazzi di Reggio Emilia sono quelli che hanno più frequentemente scelto *andare a teatro, visitare mostre e musei, andare al cinema*; sono quelli che fanno più *attività culturali e partecipano a gruppi/associazioni*. In particolare la frequenza del *cinema* è l'unica superiore alla distribuzione media di tutte le diverse aree;

i ragazzi dell'area Est, come i ragazzi del capoluogo, fanno più *attività culturali* e vanno a *visitare mostre e musei*; inoltre *frequentano l'oratorio/la parrocchia e vanno in biblioteca*;

i ragazzi dell'area Nord più di tutti *leggono, ascoltano musica e radio*, ma *stanno anche con la famiglia, frequentano l'oratorio/parrocchia* e, come i ragazzi di Reggio, *vanno a teatro*;

i ragazzi del Nord-Ovest sono quelli che più frequentemente degli altri *guardano la televisione*, ma *escono anche con gli amici, vanno in giro per locali e fanno musica*;

i ragazzi dell'area Sud-Ovest, Ovest e Sud Montagna non presentano distribuzioni significative al di fuori della media generale, ad eccezione di valori più bassi su alcune attività culturali (*teatro, mostre e musei, fare musica* per l'Ovest e *attività culturali* in genere) e di un valore con frequenza più alta della media per i ragazzi dell'area Sud-Ovest che *fanno volontariato*;

nell'area Sud Pianura ci sono frequenze più alte relativamente alla *partecipazione a gruppi/associazioni e fare volontariato*, così come *andare a sentire concerti o visitare mostre, musei*;

infine, nell'area Sud-Est i valori più alti di tutte le altre aree sono relativi all'*utilizzo di internet, al gioco con il computer o la playstation* e all'*andare in giro*; altre frequenze alte sono *mandare SMS e fare telefonate, fare skate, attività culturali e ascoltare la radio*.

Questa tabella ha una notevole importanza al fine di delineare un quadro sulle abitudini culturali e non dei giovani. A tal proposito si rimanda alla parte quarta della pubblicazione, dove, attraverso una lettura approfondita ed incrociata delle risposte, si è cercato di inquadrare i ragazzi in diversi "stili di vita", definendo in tal modo dei modelli comportamentali di riferimento.

IL NUMERO DI AMICI

Al di là delle attività che i ragazzi svolgono singolarmente, sulle quali, per alcune di esse, si ritornerà in seguito, la ricerca ha sondato le dinamiche sociali dei ragazzi, nel tentativo di carpire modi, tempi e luoghi dello stare con gli altri. La prima risposta ha definito con quanti amici si trovano abitualmente quando escono.

Tabella 1.05 - Il numero di amici

Quando esci con i tuoi amici, quanti siete?	Totale (VA)	Totale (%)
Fino a 3	145	9,2
4 - 8	781	49,8
9 - 12	312	19,9
13 e oltre	208	13,3
Non disponibile	122	7,8
Totale	1568	100,0

Le dinamiche d'aggregazione vedono quasi la metà dei ragazzi (49,8%) frequentare compagnie *tra i 4 e gli 8 componenti*. Seguono situazioni maggiormente numerose, *tra 9 e 12* (19,9%) e *oltre 13* (13,3%). Solo il 9,2% dei ragazzi esce con *meno di 4 amici*, a conferma di un'età, quella del target di riferimento tra i 14 e 21 anni, molto incline alla condivisione.

Non si nota alcuna differenza rispetto alla distribuzione media sopra indicata in funzione delle classi di età: i valori medi valgono per tutto il campione.

Anche per quanto riguarda le diverse aree di provenienza si notano valori tendenzialmente nella media: nessuna differenza sulle *compagnie fino a 3 elementi* (distribuzione equa); le *compagnie tra 4 e 8 ragazzi* sono più frequenti nell'area della montagna, nelle aree Est e Nord, dove, per contro sono più frequenti le realtà di gruppi più numerosi; *tra 9 e 12* sono meno frequenti a Reggio e più frequenti a Nord e Nord-Ovest; infine le compagnie molto numerose (*oltre 13*) sono più diffuse ad Est e con i valori più bassi a Sud-Est.

I LUOGHI DI RITROVO

Dove si trovano i ragazzi quando escono? Questo interrogativo introduce un secondo elemento per comprendere la socialità dei ragazzi, le modalità con cui essi vivono il luogo di residenza e dove trascorrono il tempo libero.

Tabella 1.06 - I luoghi di ritrovo

Quali sono i luoghi dove vi trovate abitualmente?	Totale (VA)	Totale (%)
A casa di qualcuno	679	43,3
Pub/locali/circoli	497	31,7
Centro città	490	31,3
Spazi verdi, parchi pubblici	484	30,9
Bar	310	19,8
Impianti sportivi	194	12,4
Parrocchia, sale religiose ecc.	154	9,8
Luoghi di studio (biblioteca ecc.)	6	0,4
Centro civico, centro giovani	6	0,4
Non disponibile	9	0,6
Totale	1568	100,0

I risultati rivelano che il luogo di ritrovo per eccellenza è la *casa* con il 43,3% delle preferenze; seguono una serie di spazi sociali equamente distribuiti: i *pub/locali/circoli* (31,7%), il *centro città* (31,3%) e *spazi verdi* e *parchi pubblici* (30,9%). Distaccati, ma con una presenza significativa anche il *bar* (19,8%), gli *impianti sportivi* (12,4%) e *parrocchia, sale religiose* (9,8% circa). Chiudono con percentuali molto basse *luoghi di studio* e *centro civico/centro giovani*: solamente lo 0,4% li vive come luoghi per l'aggregazione. Nel caso dei *centri giovani*, tuttavia, il dato

risente probabilmente del fatto che non in tutti i comuni della provincia sono presenti o attivi tali luoghi (le risposte in tal senso, infatti, sono riconducibili solamente a tre aree di provenienza, ovvero le zone Nord-Ovest, Sud Montagna e Sud-Est).

I dati relativi alle diverse fasce d'età non mostrano differenze particolarmente significative, soprattutto per quanto riguarda i primi tre luoghi di ritrovo. Si può notare che gli *impianti sportivi* sono i più frequentati fino ai 15 anni, poi, progressivamente abbandonati. Per contro, i *pub/locali/circoli* cominciano a diventare punto d'incontro dai 16-18 anni e ancor più dai 19. I *centri giovani* sono frequentati dai ragazzi fino a 15 anni, ma soprattutto dai 16-18; a partire dai 19 anni, vengono quasi completamente abbandonati. Dai 19 anni dunque, ci si trova più spesso presso *pub/locali/circoli* e *luoghi di studio*.

La *casa* è luogo di ritrovo condiviso equamente anche in funzione delle aree di provenienza, ad eccezione di una frequenza più alta per i ragazzi della zona Ovest. Il *centro città* è frequentato soprattutto dai ragazzi del capoluogo e della zona Sud Pianura, mentre gli *spazi verdi* hanno frequenza più alta ancora nella zona Ovest. *Pub, locali, circoli* e *bar* hanno una distribuzione molto equa in tutte le aree, con un solo picco di maggiore frequenza per i *bar* nella zona della montagna.

L'ATTIVITÀ CON GLI AMICI

Tabella 1.07 - L'attività con gli amici

Quali sono i luoghi dove vi trovate abitualmente?	Totale (VA)	Totale (%)
Andiamo in giro	1046	66,7
Stiamo semplicemente insieme	950	60,6
Andiamo in locali/bar/sale giochi	697	44,5
Andiamo in discoteca	426	27,2
Guardiamo la televisione	180	11,5
Facciamo musica	75	4,8
Andiamo a sentire dei concerti	59	3,8
Giochiamo (play station o PC)	45	2,9
Facciamo sport	27	1,7
Andiamo al cinema	23	1,5
Andiamo a teatro	20	1,3
Andiamo a visitare musei ecc.	16	1,0
Ascoltiamo musica	14	0,9
Studiamo	9	0,6
Lavoriamo sui motori	5	0,3
Stamo in gruppi, associazioni	2	0,1
Non disponibile	43	2,7
Totale	1568	100,0

Come ultimo elemento relativo alla socialità dei ragazzi, dopo aver chiesto loro quanti sono quando escono e dove si trovano, si è cercato di capire cosa fanno quando sono insieme.

Due terzi dei ragazzi circa (66,7%) ha segnato *andiamo in giro*, ovvero trascorre il tempo con gli amici spostandosi, senza necessariamente avere una meta precisa. Al tempo stesso quasi due terzi dei ragazzi (60,6%) non fa particolari attività e dichiara *stiamo semplicemente insieme*: queste due risposte dimostrano come lo stare con gli amici spesso non presuppone il fare qualcosa insieme, anzi indica pressoché il contrario, ovvero che per lo più si sta insieme per parlare, per andare in giro o semplicemente per stare in compagnia.

A seguire, le altre attività condivise con gli amici evidenziano i luoghi d'aggregazione per eccellenza ove i ragazzi si recano: *locali/bar/sale giochi* (44,5%) e *discoteca* (27,2%).

Le *attività culturali* costituiscono il fanalino di coda delle attività svolte con gli amici, così come le attività "partecipative". La *musica* (praticata, ascoltata) è l'unica che riesce a tenere il passo con percentuali rispettivamente del 4,8% e 3,8%.

Fino a 15 anni le attività condivise più frequenti sono *andare al cinema, ascoltare musica, giocare alla play station o con il PC, lavorare sui motori e studiare insieme*. Tra i 16 e 18 anni *andare in discoteca, andare a sentire concerti e partecipare a gruppi o associazioni*.

Infine oltre i 19 vi sono le più alte frequenze di *partecipazione a gruppi e associazioni e ad attività culturali*.

Come era accaduto per le attività del tempo libero maggiormente praticate (tabella 1.04) vi è una differenza evidente tra i ragazzi fino a 15 anni e oltre.

Per quanto riguarda le diverse aree di residenza, le distribuzioni delle frequenze sono estremamente simili a quelle riportate nella tabella 1.04.

I LUOGHI DI RIFERIMENTO

Tabella 1.08 - I luoghi di riferimento

I posti che frequenti di solito sono...	Totale (VA)	Totale (%)
Sempre dove vivo	196	12,5
Per lo più dove vivo	799	51,0
Spesso fuori da dove vivo	460	29,3
Sempre fuori da dove vivo	98	6,3
Non disponibile	22	1,4
Totale	1568	100,0

Per comprendere quali siano le modalità di spostamento (da soli o in compagnia) rispetto ai luoghi di residenza, si è chiesto ai ragazzi quali sono i luoghi di riferimento e dove si trovano.

Il luogo in cui vivono i ragazzi è l'unico punto di riferimento solo per il 12,5% del campione e il luogo che maggiormente frequentano per più della metà degli intervistati (51%). Il luogo in cui vivono è quindi il punto di riferimento principale o unico per circa due terzi dei ragazzi. Il rimanente terzo del campione ama frequentare spesso luoghi al di fuori della propria residenza (29,3%) o addirittura sempre fuori (6,3%).

Come ci si poteva aspettare, i ragazzi sotto i 15 anni sono quelli che frequentano più di tutti il luogo dove vivono, mentre quelli che sono spesso fuori dal luogo di residenza sono i ragazzi oltre i 19 anni.

I ragazzi di Reggio e della zona Est sono quelli che hanno frequenze superiori alla media generale di presenza nel luogo dove vivono; le frequenze più basse, invece, riguardano i giovani delle zone Ovest e Sud Pianura.

I ragazzi che, invece, più degli altri si spostano sempre, provengono dalla zona Nord e Sud Montagna, al contrario delle zone Est e Nord-Ovest, dove si evidenziano frequenze più basse della media generale.

MODALITÀ DI SPOSTAMENTO

I luoghi di riferimento dei ragazzi sono strettamente collegati alle modalità di spostamento che essi hanno a disposizione:

Tabella 1.09 - Gli spostamenti

Come ti sposti solitamente per raggiungere i posti che frequenti?	Totale (VA)	Totale (%)
In bicicletta	487	31,1
In motorino/scooter/vespa	465	29,7
A piedi	451	28,8
Con l'automobile di amici	363	23,2
Mi portano i miei genitori/parenti	336	21,4
In autobus, bus ecc.	325	20,7
Con la mia automobile	283	18,0
In moto	88	5,6
Non disponibile	6	0,4
Totale	1568	100,0

Dalla tabella emerge in modo evidente come i mezzi maggiormente utilizzati non permettano spostamenti significativi (in particolare la *bicicletta*, 31,1%; e *a piedi*, 28,8%) o rimangano comunque limitati (*motorino/scooter/vespa*, 29,7%). Segue l'utilizzo dell'*automobile: di amici* (23,2%), *dei genitori* (21,4%) o *propria* (18%), dato evidentemente molto relativo alla distribuzione del campione che vede la maggior parte degli intervistati sotto i 18 anni. Altri mezzi di trasporto che consentono lunghi spostamenti, quali l'*autobus* (20,7%) e la *moto* (5,6%), sono meno utilizzati delle modalità a media-bassa capacità di spostamento.

È evidente come per i ragazzi fino a 15 anni le frequenze più alte rispetto alle altre fasce d'età siano relative ai mezzi quali *bicicletta, piedi e trasporto dei genitori*; tra i 16 e 18 diventano il *motorino/scooter/vespa, la moto* e l'*auto di amici*, mentre oltre i 19 è per lo più la *propria automobile*.

È interessante invece notare che la *bicicletta* è più usata nelle zone Est, Nord e Nord-Ovest, il *motorino* a Reggio e nell'area Sud Pianura, la *moto* in montagna.

I dati relativi alla *disponibilità e al desiderio di spostarsi dal luogo di residenza* fanno emergere una netta discrepanza tra coloro che vorrebbero *spostarsi il più possibile e sperimentare nuovi luoghi*, quasi il 70% dei ragazzi, e coloro che preferiscono *non spostarsi e frequentare i luoghi in cui vivono*, ovvero il rimanente 30% circa. Anche in questo caso, la classe di età che ama più di tutte *sperimentare nuovi posti e nuovi luoghi* è quella dei 16-18, al contrario dei ragazzi fino a 15 anni che preferiscono *rimanere nel luogo che conoscono*; nella media generale i ragazzi oltre i 19 anni. Per quanto riguarda le diverse aree di provenienza, invece, la distribuzione media sopra riportata riflette appieno tutte le distribuzioni relative alle varie zone.

GLI SPAZI MANCANTI

Tabella 1.10 - Gli spazi mancanti

Quali spazi, secondo te, mancano o sono poco numerosi nel luogo in cui vivi?	Totale (VA)	Totale (%)
Discoteche	488	31,1
Pub/locali/circoli	431	27,5
Cinema	341	21,7
Spazi di incontro per i giovani	291	18,6
Spazi per concerti	221	14,1
Internet point	210	13,4
Spazi verdi/panchine	209	13,3
Strutture sportive	206	13,1
Skate park	182	11,6
Bar/sale giochi	171	10,9
Negozi musica e strumenti	169	10,8
Luoghi per graffiti	152	9,7
Sale prova musicali	116	7,4
Informagiovani	109	7,0
Luoghi di lettura e studio	70	4,5
Musei	64	4,1
Teatri	45	2,9
Spazi polivalenti per mostre ecc.	34	2,2
Negozi	25	1,6
Non disponibile	18	1,1
Totale	1568	100,0

Per comprendere dove nasca il desiderio diffuso di spostamento dal proprio luogo di residenza incontrato nella precedente tabella, che accomuna il 70% dei ragazzi, sono stati introdotti due ulteriori elementi d'indagine, rispetto agli spazi ed alle attività di cui i ragazzi possano avvertire la mancanza.

Le risposte evidenziano che prima di tutto i ragazzi sottolineano l'assenza di luoghi di divertimento (che spesso diventano luoghi di aggregazione): *discoteche* (31,1%) e *pub/locali/circoli* (27,5%). Seguono il *cinema* (21,7%) e gli *spazi di incontro per i giovani* (18,6%). Forte il desiderio di *spazi per la musica* (per suonare, ma pure per ascoltare): il 14,1% chiede maggiori *spazi per fare concerti*, il 10,8% *negozi musica e strumenti* e il 7,4% *sale prova musicali*. I *luoghi della cultura* (lettura e studio, musei, teatri ecc.) sono, ancora una volta, il fanalino di coda. A chiudere però la "classifica" ci sono i *negozi*: solo l'1,6% sente la mancanza di tali spazi.

I ragazzi fino a 15 anni sono quelli che reclamano maggiormente la mancanza di spazi: sui 20 elencati in precedenza, sono infatti coloro che lamentano di più la mancanza per ben 9 spazi, tra cui *cinema, strutture sportive, skate park, bar/sale gioco, luoghi per graffiti* ed altro; totalmente diverse le esigenze maggiormente evidenziate dai 16-18: *discoteche, pub/locali/circoli* (strutture poco frequentate dalla fascia d'età precedente e che trovano invece in questa il più grande bacino di utenza) e *sale prova musicali*, per citarne alcune; i ragazzi oltre i 19 anni, sono quelli che richiedono meno spazi, ad eccezione di *pub/locali/circoli*.

La gamma di diverse frequenze per la domanda in oggetto in funzione delle zone di residenza è vastissima, per cui si evidenziano i dati relativi solamente ai primi luoghi individuati dai ragazzi: le *discoteche* sono richieste soprattutto dai ragazzi della montagna; i *pub/locali/circoli* sono richiesti soprattutto dai giovani delle aree Est e Sud-Ovest; i *cinema* in particolar modo dalle zone Nord e Nord-Ovest; gli *spazi di incontro per i giovani*, da Sud-Ovest e montagna; *spazi per concerti*, infine, dall'area Est (mentre le *sale musicali* sono più richieste dai ragazzi del capoluogo).

LE ATTIVITÀ MANCANTI

Tabella 1.11 - Le attività mancanti

Quali attività mancano o vorresti più frequenti?	Totale (VA)	Totale (%)
Concerti, eventi musicali	743	47,4
Attività/eventi sportivi	678	43,2
Corsi (scultura, pittura ecc.)	314	20,0
Attività ricreative	189	12,1
Impegno sociale/politico	139	8,9
Corsi di musica e canto	125	8,0
Momenti di impegno religioso	35	2,2
Esposizioni, rassegne, mostre	15	1,0
Cinema, cineforum	3	0,2
Attività culturali con arti visive	2	0,1
Attività di studio e lettura	1	0,1
Non disponibile	45	2,9
Totale	1568	100,0

Alla domanda sulle attività mancanti o che vorrebbero più frequenti, i ragazzi hanno indicato principalmente quelle in ambito musicale: quasi la metà degli intervistati (47,4%) vorrebbe ci fossero più *concerti o eventi musicali*. Quindi lo *sport*, con il 43,2% delle preferenze; a seguire i *corsi*, ovvero un 20% di ragazzi che vorrebbero maggiori opportunità formative extra-scolastiche e un 8% del totale che a proposito di corsi ha espresso preferenza per l'ambito musicale. Sempre in ultima istanza le *attività di carattere culturale*.

Emerge però un dato nuovo, in parte contrastante con quanto finora dedotto: si tratta di quell'8,9% di risposte che auspicano maggiori *momenti di impegno sociale e politico*, in particolare se confrontate con i dati della tabella 1.04, dove solo il 2,6% dichiarava di impegnarsi, nel proprio tempo libero, in tal senso. Accanto a questo, un 2,2% che richiede maggiori *momenti di impegno religioso*, a fronte di un 3,4% di ragazzi che frequenta abitualmente la parrocchia.

Come nella precedente tabella, anche in questo caso i ragazzi fino a 15 anni sono quelli più "esigenti" e chiedono più di altri *concerti, attività sportive, momenti ricreativi, corsi e momenti di impegno religioso*, e meno di tutti le *attività culturali*, più auspiccate dalle fasce 16-18 anni e oltre 19.

Sono molto diversificate le esigenze in funzione della zona di residenza: a richiedere maggiormente i *concerti* sono i ragazzi della montagna e dell'area Sud-Est, così come per le *attività e gli eventi sportivi*. Per i *corsi* non vi sono differenze, mentre le *attività ricreative* sono più richieste ancora dalle aree suddette e dalla zona Nord-Ovest. Emerge dunque nettamente come l'area della montagna e quella Sud-Est siano quelle che "lamentano" maggiormente la mancanza di attività.

IN SINTESI

Concludendo, le attività che i ragazzi svolgono nel proprio tempo libero sono varie e numerose, ma principalmente rivolte a privilegiare momenti aggregativi (stare con gli amici, andare in discoteca, in pub o locali ecc.). Le dinamiche relazionali vedono infatti la presenza di molte compagnie numerose e la ricerca di spazi per l'aggregazione. Al di là della possibilità di spostarsi, i ragazzi amano molto sperimentare, soprattutto nella fascia tra i 16 e 18 anni. Le attività culturali occupano uno spazio non trascurabile nella vita dei ragazzi, ma sicuramente inferiore rispetto alle attività "tipiche" del target, quali ad esempio lo sport, il gioco e la socialità.



MANIF

esto

AMBITI DI INTERESSE

- > {A} MUSICA
- > {B} VIDEO
- > {C} SCRITTURA
- > {D} GRAFICA / ILLUSTRAZIONE

Dopo l'inquadramento anagrafico e l'approfondimento della conoscenza di come i ragazzi trascorrono il proprio tempo libero, si pone l'accento sugli interessi ed i gusti degli intervistati in merito ai diversi campi della creatività, con un'attenzione particolare per musica, video, scrittura, e grafica/illustrazione.

Di seguito vengono riportati i risultati di tale indagine, suddivisi appunto nelle quattro aree tematiche scelte.

{A} MUSICA

ASCOLTO DELLA MUSICA

Tabella 1.12 - Ascolto della musica

Ascolti musica, di solito?	Totale (VA)	Totale (%)
Tutti i giorni	1210	77,2
Qualche volta a settimana	160	10,2
Ogni tanto	166	10,6
Mai	20	1,3
Non disponibile	12	0,8
Totale	1568	100,0

La prima domanda era volta a percepire il "consumo musicale" dei giovani. La risposta è stata piuttosto netta: il 98% degli intervistati ascolta musica; più precisamente, il 77,2% la ascolta *tutti i giorni*, il 10,2% *qualche volta a settimana* e il 10,6% solo *ogni tanto*.

A non ascoltare *mai* musica è solo l'1,3% del campione. La percentuale molto alta di fruitori di musica certo non stupisce, anche quando messa in relazione ad altre forme d'espressione: la predominanza rimane netta, a dimostrare come la musica, accanto al video, rimanga il tramite espressivo più accessibile, preferenziale e diretto.

È significativo notare che la distribuzione di tali risposte mostra frequenze nella media per tutte le aree di prove-

nienza e per le diverse fasce d'età: ad eccezione di un valore più basso riferito all'*ascolto quotidiano* per i ragazzi fino a 15 anni, ciò dimostra una fruizione diffusa equamente sia in senso geografico che anagrafico.

MOMENTI DI ASCOLTO

Cercando di entrare maggiormente nel dettaglio, si è cercato di capire in quali momenti i ragazzi ascoltano musica.

Tabella 1.13 - Momenti di ascolto

Quando ascolti musica di solito?	Totale (VA)	Totale (%)
A casa mia o di amici	1209	77,1
Mentre vado/torno da scuola	623	39,7
Quando vado per locali/concerti	590	37,6
Mentre sono a scuola	92	5,9
Quando ne ho voglia	39	2,5
In macchina e/o in viaggio	29	1,8
Mai	20	1,3
Non disponibile	27	1,7
Totale	1568	100,0

Anche in questo caso la risposta è stata netta: il luogo eletto per l'ascolto della musica è *casa mia o di amici*, con il 77,1% delle preferenze. Altro momento d'ascolto privilegiato è durante gli spostamenti (*mentre vado/torno da scuola*) con il 39,7%. La *musica live* e i *locali* soddisfano una percentuale molto importante relativamente ai momenti di ascolto, con il 37,6%, soprattutto se si tiene in considerazione anche la giovane età del campione, non sempre in grado di spostarsi autonomamente e/o frequentemente.

MUSICA DAL VIVO

I dati relativi alla cosiddetta *musica live*, rivelano che la percentuale di coloro che dichiarano di ascoltare musica dal vivo è abbastanza alta (61,1%), anche se di questi solo il 6,8% ha occasioni frequenti (*più volte al mese*): ancora una volta questo dato è fortemente legato alle considerazioni fatte sull'età e in base all'opportunità di spostamento dei ragazzi.

Tabella 1.14 - Musica dal vivo

Ascolti musica dal vivo (concerti, nei locali ecc.)?	Totale (VA)	Totale (%)
Spesso (più volte al mese)	107	6,8
Qualche volta (più volte l'anno)	851	54,3
Mai	529	33,7
Non disponibile	81	5,2
Totale	1568	100,0

A conferma di quanto detto, i ragazzi fino a 15 anni sono quelli che hanno meno occasioni di ascoltare musica dal vivo, mentre dai 19 anni in su è più frequente. Non vi sono differenze significative tra le diverse aree di provenienza, tranne un dato relativo ai ragazzi di Reggio che ascoltano più frequentemente musica dal vivo.

Si ricorda, altresì, che dai dati estrapolati dalla tabella 1.11, tra le attività che i ragazzi si auspicano maggiormente nel luogo dove vivono, vi è proprio la *promozione di concerti ed eventi musicali*, con il 47,4% delle preferenze.

ASCOLTO CONDIVISO

L'ascolto della musica è un'attività che rappresenta un'occasione di socialità e condivisione. Lo dimostra il fatto che solo il 13,3% del campione dichiara di ascoltarla *sempre da solo*; l'84%, invece, ha occasioni di socializzare l'ascolto: nello specifico, al 64,4% capita *qualche volta con amici*, mentre al 19,6% capita *spesso con amici*.

Non vi sono differenze di distribuzione significative né per quanto concerne le differenti età, né per le diverse aree di provenienza.

Tabella 1.15 - Ascolto condiviso

Ascolti musica da solo o con amici?	Totale (VA)	Totale (%)
Sempre da solo	209	13,3
Qualche volta con amici	1010	64,4
Spesso con amici	307	19,6
Non disponibile	42	2,7
Totale	1568	100,0

GENERE MUSICALE PREFERITO

Quali sono i generi musicali ed i cantanti/gruppi preferiti dai ragazzi? Di seguito, due tabelle esplicative.

Tabella 1.16 - Genere musicale preferito

Qual è il tuo genere musicale preferito?	Totale (VA)	Totale (%)
Rock e musica pop	589	37,6
Musica da discoteca	567	36,2
Hip hop, rap	274	17,5
Musica da film	153	9,8
Metal	123	7,8
Musica popolare e etnica	110	7,0
Punk	97	6,2
Musica elettronica	80	5,1
Musica classica	60	3,8
Black music	59	3,8
Musica contemporanea	52	3,3
Ska	45	2,9
Jazz	27	1,7
New age	16	1,0
New wave	5	0,3
Non disponibile	277	17,7
Totale	1568	100,0

Per quanto riguarda i primi tre generi musicali, si nota come il *rock* e la *musica pop* abbiano un picco di gradimento oltre i 19 anni (come la *musica popolare ed etnica* e la *black music*); la *musica da discoteca* non rivela, al contrario differenze nelle diverse fasce d'età, mentre l'*hip hop* e il *rap* sono maggiormente seguiti dai ragazzi fino ai 15 anni, come il *punk* ed il *metal*.

IL CANTANTE, GRUPPO, MUSICISTA PREFERITO

Al di là delle considerazioni legate alla "classifica" dei cantanti/gruppi preferiti, di cui si riporta sopra uno stralcio includendo quelli che hanno percentuali fino al 2%, il dato veramente interessante emerso è il numero altissimo di artisti indicato dai ragazzi (la domanda era a risposta aperta, con la possibilità di esprimere due preferenze): su 812 rispondenti sono stati segnalati ben 296 diversi cantanti o gruppi, con percentuali conseguentemente molto distribuite. Questo dato dimostra un'offerta massiccia di artisti musicali ed una risposta altrettanto variegata di gusti e preferenze.

Tabella 1.17 - Il cantante, gruppo, musicista preferito

(sul totale dei rispondenti alla domanda = 812)

Cantante, gruppo, musicista preferito...	Preferenze (VA)	Preferenze (%)
Luciano Ligabue	95	11,7
Vasco Rossi	66	8,1
Green Day	33	4,1
Laura Pausini	27	3,3
Eros Ramazzotti	26	3,2
Gigi D'Alessio	25	3,1
Eminem	24	3,0
Nek	24	3,0
Max Pezzali	23	2,8
883	19	2,3
Guns N' Roses	19	2,3
Red Hot Chili Peppers	18	2,2
Zero Assoluto	18	2,2
Jesse McCartney	17	2,1

MODALITÀ DI ASCOLTO MUSICA

Ma come ascoltano la musica i ragazzi? In altre parole, quali sono i supporti maggiormente utilizzati?

Tabella 1.18 - Modalità ascolto musica

Come ascolti la musica solitamente?	Totale (VA)	Totale (%)
CD	1179	75,2
Lettore Mp3	535	34,1
Attraverso il computer	439	28,0
Radio	346	22,1
I-Pod	159	10,1
Musicassette	63	4,0
DVD/ videocassette	53	3,4
Vinile	51	3,3
Radio on line	15	1,0
Totale	1568	100,0

La domanda, alla quale gli intervistati potevano dare 2 risposte, mette in evidenza che il supporto maggiormente

utilizzato è il *lettore CD*, per il 75,2% del campione, equamente distribuito per fasce d'età. Seguono le cosiddette "nuove frontiere dell'ascolto": il *lettore Mp3* (34,1%), al quale si può sommare il 10,1% che utilizza l'*I-Pod*, (con un totale di 44,2% che utilizza le cuffie) ed un 28% che ascolta musica attraverso il *computer*; anche queste senza differenze significative per età. L'ascolto della *radio* si colloca immediatamente dopo, con un 22,1%, mentre i "classici" *musicassette* e *vinile* sono ormai da considerare veri pezzi di antiquariato, con percentuali rispettivamente del 4% e 3,3%. Si affaccia timidamente la *radio on line* con un risicato 1% circa.

I ragazzi fino a 15 anni prediligono il *lettore Mp3* e i *DVD*, mentre non hanno molta affinità con la *radio* (sia tradizionale che on line); tra i 16 e 18 anni le frequenze mostrano valori medi corrispondenti a quelli generali sopra riportati, con un'unica attenzione maggiore alla *radio on line*.

I ragazzi oltre i 19 anni hanno valori nella media generale, tranne emergere rispetto agli altri per l'ascolto del *vinile* e della *radio "tradizionale"*.

MODALITÀ DI ASCOLTO-PREFERITA

Interrogati poi su come vorrebbero fruire la musica, vale a dire quali supporti che vorrebbero utilizzare, emerge come l'*I-Pod* rappresenti uno "status" diffuso per cui, a fronte del 10% circa che già lo usa, il 35% lo vorrebbe utilizzare. Il *lettore CD*, al contrario, a fronte di un 75,2% che lo utilizza, solo il 33,9% lo segnala tra le modalità di ascolto da preferire. Anche il *lettore Mp3* ha una flessione (anche se più leggera) tra il 34,1% e il 28,6% tra la modalità utilizzata e quella auspicata, così come *attraverso il computer*, strumento utilizzato, ma non particolarmente apprezzato, come mezzo d'ascolto. La *radio "tradizionale"* passa dal 22% circa al 10,4%, mentre sale la *radio on line* (dall'1% al 5,7%). Significativo, infine, il desiderio dell'11,9% dei ragazzi di ascoltare musica attraverso il *vinile*, riconducibile soprattutto ai ragazzi oltre i 19 anni, a fronte di un 3,3% che effettivamente lo fa.

Tabella 1.19 - Modalità di ascolto preferita

Come vorresti ascoltare la musica?	Totale (VA)	Totale (%)
I-Pod	549	35,0
CD	531	33,9
Lettore Mp3	448	28,6
Attraverso il computer	233	14,9
Vinile	186	11,9
Radio	163	10,4
DVD/Videocassette	106	6,8
Radio on line	89	5,7
Musicassette	53	3,4
Totale	1568	100,0

CANALI PER LA MUSICA

Se i supporti maggiormente utilizzati sono il lettore CD e i file Mp3 (siano essi ascoltati attraverso un computer o un lettore), quali sono i canali per reperire la propria musica?

Tabella 1.20 - Per ascoltare la musica

Quando vuoi ascoltare musica, cosa fai di solito?	Totale (VA)	Totale (%)
Masterizzo CD/DVD da amici ecc.	986	62,9
La scarico da Internet	819	52,2
Compro CD/DVD/disco ecc.	442	28,2
Me lo faccio regalare	171	10,9
Noleggio CD/DVD/disco ecc.	42	2,7
Totale	1568	100,0

Solamente il 28,2% *acquista il supporto* che desidera e solo il 10,9% risponde *me lo faccio regalare*; le percentuali di coloro che *masterizzano o scaricano* sono decisamente più alte (rispettivamente il 62,9% e il 52,2%) a dimostrare che la fruizione di musica oggi ha a che fare sempre più con un computer ed una rete.

Anche in questo contesto, le differenze d'età e di residenza non portano diversità, salvo l'abitudine a *scaricare* che si acquisisce soprattutto dai 16 anni.

LETTURE SULLA MUSICA

Come ultimo quesito in ambito musicale, si è cercato di capire se i ragazzi leggono riviste del settore.

Tabella 1.21 - Letture sulla musica

Leggi riviste musicali, articoli di musica, ecc.?	Totale (VA)	Totale (%)
Spesso	139	8,9
Ogni tanto	736	46,9
Mai	624	39,8
Non risponde	69	4,4
Totale	1568	100,0

Gli *assidui lettori* sono solo l'8,9% del totale e possiamo ipotizzare corrispondano a persone molto appassionate del genere. A scegliere tale risposta sono stati più frequentemente i ragazzi entro i 15 anni, che affrontano probabilmente la lettura di riviste dedicate al target che hanno anche contenuti musicali. Alta la percentuale di *lettori più occasionali* (46,9%), mentre il 39,8% dichiara invece di *non leggere assolutamente* riviste o articoli di musica.

IN SINTESI

Concludendo, la musica è "consumata" con frequenza quotidiana da più di tre ragazzi su quattro, soprattutto a casa, ma ogni momento diventa buono per ascoltarla. Dal vivo, per esempio, e spesso in compagnia. I generi musicali preferiti sono tanti, ma quello che veramente stupisce è quanti artisti i ragazzi abbiano indicato tra i loro preferiti, a segnalare una scena musicale ricchissima e variegata, così come la gamma di interessi dei giovani in merito. Le modalità di ascolto si orientano sempre più verso le "nuove tecnologie" (I-Pod, Mp3, computer ecc.), e le modalità di reperimento della musica hanno sempre più a che fare con il computer e la rete, mentre il mercato degli "oggetti" musicali può contare sempre meno sull'attenzione dei giovani.

Accanto ad un alto consumo musicale, però, non sempre corrisponde una altrettanto diffusa "cultura musicale": coloro che si interessano di musica attraverso letture specifiche sono una piccola percentuale. Allo stesso tempo le modalità di reperimento della musica indicano che si tende sempre più a favorire la quantità ed il consumo sfrenato (più download), piuttosto che la qualità e l'ascolto privilegiato (sparito ormai, per esempio, il "culto" dell'oggetto musicale, sia esso un CD, un vinile ecc.).

Un ultimo elemento significativo è l'alta omogeneità delle risposte in funzione dell'età e della zona di provenienza, a conferma di una forma d'espressione, la musica, che accomuna ed avvicina molto.

{B} VIDEO

Il secondo ambito indagato, al fine di definire gusti e modalità di fruizione, è il video/cinema.

MODALITÀ DI VISIONE FILM / VIDEO

Il primo step riguarda la modalità attraverso cui i ragazzi preferiscono e sono soliti guardare un film.

Tabella 1.22 - Visione di film e video

Come ti piace guardare i film o i video in generale?	Totale (VA)	Totale (%)
In DVD/videocassetta	622	39,7
Al cinema	535	34,1
In televisione	344	21,9
Non mi piace guardare film ecc.	25	1,6
Non disponibile	42	2,7
Totale	1568	100,0

A discapito di una percentuale che appare curiosa; ovvero solo circa un terzo dei ragazzi ama più di tutto vedere film *al cinema* (34,1%), il dato più frequente è quello di chi preferisce gustarsi un film a casa (principalmente in *DVD/videocassetta*, 39,7%, ma anche in *televisione*, 21,9%). La lettura del dato apre a diverse considerazioni: una di queste porta a pensare che sia cresciuto il livello qualitativo e di offerta, nonché di accessibilità del prodotto "home video".

A proposito di cinema, è inoltre interessante notare che nonostante solo un terzo del campione abbia dichiarato che preferisce guardare i film *al cinema*, in realtà la metà dei ragazzi frequenta le sale cinematografiche due o più volte al mese (si confronti la tabella 1.24).

Molto bassa infine, la percentuale di coloro a cui *non piace guardare film* (1,6%); la percentuale di coloro che hanno apertamente dichiarato di *non ascoltare mai musica* è dell'1,3%.

Dal confronto dei dati rispetto all'età e all'area di residenza non emerge alcuna differenza, a conferma di un altro genere che, oltre ad essere molto amato, non discrimina in funzione delle modalità di fruizione.

MODALITÀ DI REPERIMENTO FILM / VIDEO

Se i ragazzi preferiscono guardare film a casa, quali sono le modalità attraverso cui si procurano un film o un video?

Tabella 1.23 - Per guardare un video o un film

Quando vuoi guardare un film, documentario ecc. cosa fai?	Totale (VA)	Totale (%)
Noleggio la videocassetta/DVD	573	36,5
Lo scarico da internet	369	23,5
Aspetto che passi in tv	340	21,7
Lo prendo a prestito da amici	326	20,8
Compro la videocassetta/il DVD	239	15,2
Lo prendo a prestito in biblioteca	84	5,4
Me lo faccio regalare	38	2,4
Totale	1568	100,0

La risposta più frequente è il *noleggio*, con il 36,5% delle preferenze. A seguire, il prestito con il 26,2%, sommando le percentuali del prestito *da amici e dalla biblioteca*. Se il 21,7% attende la programmazione nei palinsesti *TV*, solo il 15,2% lo *acquista*. Interessante la percentuale di ragazzi che *scaricano da internet film o video*, che è "solo" del 23,5%: valore basso, se messo in relazione con l'equivalente operazione rispetto alla musica (si veda la tabella 1.20) dove i numeri raddoppiano; comunque un valore alto, se si considerano le difficoltà in merito a capacità tecniche e disponibilità di spazio informatico. La percentuale di coloro che scaricano video da internet rimane comunque molto alta, soprattutto se si pensa che è la seconda modalità maggiormente pratica per procurarsi film da vedere a casa. A *scaricare* sono soprattutto i ragazzi oltre i 19 anni, così come a *noleggiare*, mentre i ragazzi fino a 15 anni tendono a *farsi regalare* i film che vorrebbero.

FREQUENZA AL CINEMA

Per quanto concerne, di contro, la frequentazione delle sale cinematografiche, l'assiduità con cui mediamente i ragazzi vanno al cinema ogni mese, ci restituisce un altro quadro di riflessione sul tema.

Tabella 1.24 - Frequenza al cinema

Quante volte mediamente vai al cinema al mese?	Totale (VA)	Totale (%)
Mai	129	8,2
Una volta	503	32,1
Due volte	384	24,5
Tre volte	208	13,3
Quattro volte o più	172	11,0
Non disponibile	172	11,0
Totale	1568	100,0

Un terzo dei ragazzi circa (32,1%) va al cinema *una volta al mese* e, circa la metà del campione, *due o più volte*. Solamente l'8,2% del campione dichiara di non andare *mai al cinema*.

La tabella 1.24 evidenzia come andare al cinema sia un'attività più frequente fino ai 15 anni; i dati sul numero di frequentazioni medie mensili confermano tali ipotesi, rilevando che i ragazzi tra 16 e 18 anni mostrano le frequenze più alte per le risposte *mai* e *una volta* (confermando peraltro di essere una fascia d'età dalle molteplici attività, come emerge dalle tabelle sulle attività del tempo libero); la fascia fino ai 15 anni mostra le frequenze più alte per *quattro volte o più*, mentre sopra i 19 anni per *due volte* al mese.

È un'attività con frequenze decisamente sopra la distribuzione media solamente per i residenti a Reggio (molto probabilmente in relazione alla presenza di più sale rispetto alla provincia) e meno frequente per le aree Est, Nord e Sud Pianura, come emerge sempre dalla tabella 1.24.

GENERE CINEMATOGRAFICO PREFERITO

Rimanendo nell'ambito degli interessi cinematografici, una curiosità: i generi preferiti.

Tabella 1.25 - Genere cinematografico preferito

Quale genere cinematografico preferisci?	Totale (VA)	Totale (%)
Comico	603	38,5
Avventura/azione	502	32,0
Terrrore/horror	480	30,6
Commedia	357	22,8
Romantico	306	19,5
Erotico	282	18,0
Thriller	239	15,2
Animazione/film in 3d	168	10,7
Fantascienza	146	9,3
Giallo	142	9,1
Fantastico	124	7,9
Guerra	109	7,0
Drammatico	102	6,5
Poliziesco/spionaggio	89	5,7
Sportivo	85	5,4
Musical	85	5,4
Commedia all'italiana	63	4,0
Storico/film in costume	54	3,4
Gangster	48	3,1
Film di arti marziali	45	2,9
Epico	45	2,9
Documentario	33	2,1

Biografico	28	1,8
Pulp	25	1,6
Western/spaghetti-western	19	1,2
Noir	17	1,1
Religioso	16	1,0
Film d'avanguardia	11	0,7
Cinema neorealista	10	0,6
B-movie o trash	10	0,6
Cinema surrealista	9	0,6
Cinema espressionista	8	0,5
Film-Opera	7	0,4
Film di cappa e spada	6	0,4
Cinema grottesco	6	0,4
Cinema indipendente	5	0,3
Non mi piace il cinema	4	0,3
Totale	1568	100,0

ALTRE FORME AUDIOVISIVE

L'indagine nell'ambito del video non si limita tuttavia alla sola visione di film o generi cinematografici.

I *video autoprodotti*: piacciono quelli fatti con gli amici al 71,8% del campione, a discapito di un 21,8% che non ama guardarli, mentre solo il 34,4% gradisce quelli "in famiglia", contro un 56,9% che non li vuole vedere.

I *videoclip musicali* raccolgono un'ampia percentuale di preferenze, il 74,2%, rispetto al 19,1% del campione che dichiara di non apprezzarli.

Quasi un 10% del campione dichiara di non conoscere i *cortometraggi*; del rimanente campione, comunque, ben il 57,1% non ama vederli, contro il 24,4% a cui invece piacciono.

I *videoclip d'animazione*, poco più che misconosciuti (l'11,2%): tra chi sa di cosa si tratta c'è un 43,2% a cui piacciono, ed un 36,9% che invece non ama guardarli.

Generalmente si può rilevare che anche le altre forme di produzione video sono ben note ai ragazzi, i quali tuttavia amano soprattutto i *video fatti con gli amici*, i *video musicali* (che rientrano, inoltre, tra le prime quattro cose che i giovani guardano più frequentemente in TV) e, in misura inferiore, i *videoclip d'animazione*. Non piacciono, invece, i *cortometraggi* e i *video fatti "in famiglia"*.

GENERI TELEVISIVI PREFERITI

L'ultima curiosità riguarda un aspetto che si discosta in parte dai discorsi fatti finora, ma certo ha a che fare in modo piuttosto rilevante con la vita di quasi tutti quanti (giovani e non). Si tratta della televisione, supporto privilegiato per la fruizione di video e di film, ma non solo. Allora, cosa guardano in televisione i ragazzi?

Tabella 1.26 - I generi televisivi preferiti

Cosa guardi in televisione?	Totale (VA)	Totale (%)
Film	915	58,4
Telefilm/serie televisive	660	42,1
Sport	557	35,5
Video musicali	489	31,2
Cartoni animati	337	21,5
Telegiornali	308	19,6
Reality	268	17,1
Programmi di intrattenimento	217	13,8
Quiz e giochi a premio	187	11,9
Soap opera	174	11,1
Documentari	113	7,2
Programmi di approfondimento	81	5,2
Solitamente non la guardo	6	0,4
Totale	1568	100,0

I *film* sono i più visti in televisione (58,4%); seguono i *telefilm/serie televisive* (42,1%), quindi lo *sport* (35,5%) e i *video musicali* (31,2%). Infine, i *documentari* (7,2%) e i *programmi di approfondimento* (5,2%).

È interessante notare come *telefilm/serie televisive*, *video musicali*, *sport*, *cartoni animati* e *reality* abbiano le frequenze più alte per i ragazzi fino a 15 anni, tutte decrescenti all'aumentare dell'età, ad eccezione dei *video musicali*, ancora molto presenti tra i 16 e 18 anni. In questa fascia, sono infatti alti i valori sui *video musicali*, sulle *soap opera* e sui *programmi di intrattenimento*. Decisa e prevedibile inversione di tendenza per quanto riguarda i ragazzi oltre 19 anni, che mostrano frequenze più alte, rispetto agli altri, nella visione di *telegiornali*, *programmi di approfondimento* e *documentari*.

TEMPO DEDICATO ALLA TELEVISIONE

Ma quanto tempo passano i ragazzi davanti alla televisione?

Tabella 1.27 - Il tempo dedicato alla televisione nella giornata

Quante ore di televisione guardi al giorno?	Totale (VA)	Totale (%)
Non la guardo	13	0,8
Un'ora	180	11,5
Due ore	375	23,9
Tre ore	341	21,7
Quattro ore	217	13,8
Cinque ore	137	8,7
Sei ore	85	5,4
Sette ore	31	2,0
Otto ore e più	55	3,5
Non disponibile	134	8,5
Totale	1568	100,0

La tabella 1.04 evidenziava come il 30,2%, nel proprio tempo libero, preferisce guardare la televisione. Questo dato viene confermato, se non accentuato, dai dati della tabella sopra riportata.

Il primo dato da estrapolare, infatti, è quello 0,8% che alla domanda ha risposto *non la guardo*. Se sommato all'alta percentuale di *non disponibile* (8,5%) ci restituisce un elemento di riflessione, evidenziando che almeno il 90,7% dei giovani tra i 14 e 21 anni guarda la televisione *tutti i giorni*, con una media di ore così ripartita: la percentuale più alta (23,9%) la guarda in media *due ore*, il 21,7% *tre ore*, il 13,8% *quattro ore*, quindi l'11,5% *un'ora*.

Il 60% circa, dunque, guarda la televisione *tra le due e quattro ore* in media al giorno; il restante 40% circa è costituito dall'11,5% che la guarda *un'ora*, l'8,7% *cinque ore* e altre percentuali minori per durate ancora più prolungate.

Pochissime le diversità a livello di frequenze tra le varie fasce d'età e aree di provenienza, ad indicare un modello diffuso in modo piuttosto equo sia anagraficamente che geograficamente.

IN SINTESI

Concludendo, la maggior parte dei giovani va al cinema almeno una volta al mese (circa la metà del campione, due o più volte); ama anche molto guardare film a casa (due ragazzi su tre); si procura film per lo più a noleggio o in prestito, oppure scaricandoli da internet. In generale, guardano molto la televisione, tutti i giorni: per lo più film, telefilm, serie televisive, sport e video musicali.

{C} SCRITTURA

Per comprendere quali preferenze e quali interessi abbiano i giovani in merito alla scrittura e alla lettura, si è cercato di capire quali sono i tempi e le modalità della fruizione, ovvero come si rapportano i ragazzi alla lettura in senso ampio.

PIACERE DELLA LETTURA

La prima domanda sul piacere della lettura introduce immediatamente elementi di riflessione.

Tabella 1.28 - Piacere della lettura

Ti piace leggere?	Totale (VA)	Totale (%)
Molto	291	18,6
Abbastanza	464	29,6
Poco	477	30,4
Per niente	314	20,0
Non disponibile	22	1,4
Totale	1568	100,0

Attraverso le risposte si possono individuare immediatamente due gruppi di ragazzi, in una netta distinzione: *coloro a cui piace leggere* (il 48,2%) e *coloro a cui invece piace poco o per niente* (50,4%).

È curioso osservare come siano speculari le percentuali specifiche delle varie risposte: tra coloro che amano *molto* leggere (18,6%) e coloro a cui non piace *per niente* (20%) e tra coloro a cui piace *abbastanza* (29,6%) o *poco* (30,4%).

Assolutamente trascurabili le differenze tra i giovani provenienti dalle varie aree di residenza, le cui preferenze non si discostano quasi mai dalla distribuzione suddetta; medesima considerazione per le diverse fasce d'età, con due sole eccezioni: i ragazzi fino a 15 anni sono quelli che hanno dichiarato più frequentemente di non amare *per niente* la lettura, mentre, al contrario, i giovani oltre i 19 anni sono coloro che hanno scelto meno degli altri la stessa risposta.

IL PIACERE PERSONALE NELLA LETTURA

Si è poi cercato di capire fin dove le letture fossero espressione di un puro interesse personale e dove invece "obbligate".

Tabella 1.29 - Il piacere personale nella lettura

Le tue letture sono?	Totale (VA)	Totale (%)
Solo scolastiche	493	31,4
Scolastiche e non	996	63,5
Non disponibile	79	5,0
Totale	1568	100,0

Il risultato è sorprendente, se non altro rispetto alle precedenti risposte. Solo un ragazzo su tre (31,4%) fa letture *solo scolastiche*, mentre ben due su tre fanno letture *scolastiche e non*. Questo secondo dato (63,5%) contrasta con quello della tabella precedente sul piacere della lettura, dove solo il 48,2% aveva dichiarato di amare leggere molto o abbastanza: l'elemento discriminante che può giustificare tale scostamento potrebbe essere che in questo contesto i ragazzi hanno tenuto conto, nelle letture personali, anche di riviste, quotidiani, fumetti ecc., ovvero letture diverse dal "libro".

Anche in questo caso non si rivelano differenze significative tra le varie distribuzioni delle risposte per età o area di provenienza.

LIBRI LETTI

A riprova di quanto detto finora sulla lettura, si è chiesto quanti libri mediamente leggono in un mese.

Tabella 1.30 - Libri letti

Quanti libri non scolastici leggi mediamente al mese?	Totale (VA)	Totale (%)
Nessuno	481	30,7
Uno	455	29,0
Due	230	14,7
Tre	95	6,1
Quattro o più	87	5,5
Non disponibile	220	14,0
Totale	1568	100,0

I risultati dicono che 867 ragazzi (ovvero il 55,3%) leggono *almeno un libro al mese*. Nel dettaglio, sono molti coloro che leggono *un libro* (29% del totale) o *due* (14,7%) rispetto a *tre* o più letture mensili.

Al di là delle possibili aspettative, il confronto tra le medie relative alle diverse fasce d'età e zone di residenza non evidenzia differenze significative, a dimostrare che i valori sopra riportati rappresentano tutto il campione. C'è solo una inversione di tendenza rispetto alla lettura di *quattro libri o più*, maggiormente frequente per i ragazzi fino a 15 anni e meno per quelli oltre i 19.

LETTURE DIFFERENTI

Come si diceva, le letture possono essere molteplici e andare "oltre il libro"; quali dunque le letture altre che i ragazzi fanno?

Tabella 1.31 - Letture differenti

Oltre ai libri cosa leggi?	Totale (VA)	Totale (%)
Quotidiani	413	26,3
Fumetti	255	16,3
Niente	211	13,5
Riviste di attualità	139	8,9
Riviste per teenagers	135	8,6
Riviste di musica	68	4,3
Riviste di sport	68	4,3
Riviste di motori	65	4,1
Riviste di settore (movie, ps2 ecc.)	59	3,8
Riviste di divulgazione	35	2,2
Riviste di settore (movie, ps2 ecc.)	59	3,8
Totale	1568	100,0

I ragazzi sono discreti lettori di *riviste* di varia natura (36,2% del campione totale): principalmente di *attualità* (8,9%) e per specifiche per *teenagers* (8,6%), ma anche di *sport*, di *musica*, di *motori*, ecc. Sono discreti lettori anche di *quotidiani* (26,3%). Non sono molti, invece, i lettori di *fumetti*: solamente il 16,3% del totale. Sono solo il 13,5%, ovvero la percentuale più bassa di risposte, coloro che *non fanno altre letture* al di fuori dei libri. I ragazzi fino a 15 anni leggono soprattutto *riviste di sport*, *per teenagers* e *fumetti*; tra i 16 e 18 anni, soprattutto *riviste di divulgazione*, *quotidiani* e *niente*; oltre i 19, in particolare, *riviste di divulgazione*, *di settore* e *di attualità*.

MODALITÀ DI REPERIMENTO DELLE PROPRIE LETTURE

Tabella 1.32 - Per leggere

Quando vuoi leggere un libro, una rivista, un fumetto che fai?	Totale (VA)	Totale (%)
Lo compro	876	55,9
Lo prendo in biblioteca	348	22,2
Lo chiedo ad amici e/o parenti	189	12,1
Me lo faccio regalare	65	4,1
Non disponibile	90	5,7
Totale	1568	100,0

Così, come per musica e video, si è cercato di capire quale fosse il canale preferenziale per reperire le proprie letture.

Il 55,9% dei ragazzi provvede all'*acquisto* (a fronte di un 28,2% nel campo della musica e di un 15,2% del video): sul dato influiscono certamente alcuni fattori, primo fra tutti il fatto che, al contrario di musica e video, non esistono sempre i canali della distribuzione in rete. Il *prestito* (in biblioteca o da amici/parenti) costituisce l'altra importante modalità di reperimento delle letture (34,3% del campione). Sono soprattutto i ragazzi dai 19 anni ad *acquistare le proprie letture*, mentre il *prestito bibliotecario* funziona particolarmente per i ragazzi di Reggio e delle aree Nord e Ovest.

GENERE LETTERARIO PREFERITO

Per concludere, due indiscrezioni letterarie, dove la curiosità si sposa con l'interesse: qual è il genere letterario preferito? E quale autore/autrice?

Tabella 1.33 - Genere preferito

Qual è il tuo genere letterario preferito?	Totale (VA)	Totale (%)
Thriller/giallo	343	21,9
Fantasy	226	14,4
Romanzi d'avventura	203	12,9
Biografie/autobiografie/diari	187	11,9
Romanzi dell'orrore/horror	166	10,6
Narrativa italiana	161	10,3
Fantascienza	159	10,1
Letteratura per ragazzi	155	9,9
Satira/comico	127	8,1
Narrativa straniera	118	7,5
Romanzi storici	88	5,6
Lettura erotica	78	5,0
Fantastico (fiabe, favole)	69	4,4
Poesia	65	4,1
Saggi, cronache/critica	55	3,5
Libri/riviste in lingua originale	43	2,7
Epica/mito	34	2,2
Romanzo gotico	30	1,9
Non leggo	24	1,5
Letteratura cavalleresca	24	1,5
Romanzi rosa	21	1,3
Teatro	17	1,1
Non disponibile	19	1,2
Totale	1568	100,0

Per quanto riguarda il genere letterario preferito si evidenzia unicamente che, nonostante la percentuale alta di ragazzi che alla prima domanda sulla lettura avevano dichiarato di non amare, o amare poco, leggere (50,4%), le preferenze totali sono state moltissime (2.412 per la precisione, per 1398 rispondenti); coloro che non hanno risposto alla domanda sono stati solamente l'1,2%.

AUTORE LETTERARIO PREFERITO

Tabella 1.34 - Autore preferito

(elenco parziale riferito ai primi 24 autori che hanno ricevuto almeno 5 preferenze)

Quale autore letterario preferisci?	VA	% sui rispondenti
Federico Moccia	55	13,4
Dan Brown	43	10,5
John Ronald Reuel Tolkien	41	10,0
J. K. Rowling	38	9,3
Stephen King	30	7,3
Agatha Christie	24	5,9
Paulo Coelho	9	2,2
Valerio Massimo Manfredi	9	2,2
Italo Calvino	8	2,0
Ken Follet	8	2,0
Oscar Wilde	8	2,0
Danielle Steel	6	1,5
Edgar Allan Poe	6	1,5
Isabel Allende	6	1,5
Jane Austen	6	1,5
Primo Levi	6	1,5
Nicholas Sparks	6	1,5
Luigi Pirandello	6	1,5
William Shakespeare	6	1,5
Christopher Paolini	5	1,2
Clive Cussler	5	1,2
Melissa P.	5	1,2
Omero	5	1,2
Robert Anthony Salvatore	5	1,2

Per quanto riguarda, invece, l'indicazione dell'autore/autrice preferita, la risposta è stata data, al contrario del caso precedente dove erano molte le frequenze, solo da 410 ragazzi su 1568 (vale a dire il 26,1% del campione), quasi tutti con una unica preferenza. Sono stati indicati moltissimi nomi (46 per la precisione) determinando pertanto una

forte dispersione delle preferenze. Nulla a che vedere, comunque, con le cifre relative al cantante/gruppo preferito, nell'ambito musica: 812 risposte, 1271 preferenze, 296 artisti musicali differenti.

IN SINTESI

Concludendo, la passione per la lettura divide a metà le platee dei ragazzi: ad una parte piace abbastanza o molto, all'altra parte poco o proprio per niente. Sempre circa la metà dei ragazzi legge almeno un libro al mese, dato alquanto positivo, anche se considerato insieme al fatto che tanti fanno abitualmente anche altri tipi di letture (riviste, quotidiani e fumetti). Sono pochi, rispetto al totale, coloro che definiscono un autore preferito: l'elenco è esiguo e probabilmente molto influenzato dalle letture scolastiche. Per avere un libro, o un'altra lettura, il canale è ancora, a differenza di musica e video, l'acquisto o il prestito.

{D} GRAFICA / ILLUSTRAZIONE

Al contrario delle forme precedentemente indagate, risulta difficile comprendere qual è il grado di fruizione dei ragazzi rispetto alla grafica/illustrazione; elemento forse più "mimetico" degli altri approfonditi.

SIGNIFICATO DELLA GRAFICA

Come primo aspetto, ci si è concentrati sulla grafica intesa come realizzazione di oggetti finalizzati alla comunicazione visiva; si è cercato di capire innanzitutto quale fosse il grado minimo di conoscenza da parte dei ragazzi.

Tabella 1.35 - Significato della grafica

Sai cosa vuol dire fare la grafica di qualcosa?	Totale (VA)	Totale (%)
Sì	407	26,0
Ne ho una vaga idea	802	51,1
No, per niente	307	19,6
Non disponibile	52	3,3
Totale	1568	100,0

Una buona metà dei ragazzi (51,1%) ha solamente *una vaga idea* di cosa voglia dire "fare grafica", il 26% di *sì* indica coloro che lo fanno con certezza, mentre il 19,6% ha segnalato *no, per niente*.

Confrontando i dati relativi alle diverse fasce d'età emerge che la consapevolezza del significato di "fare grafica" cresce con l'aumentare dell'età: i ragazzi fino a 15 anni hanno frequenze più alte rispetto alla risposta *no, per niente* e più basse rispetto a *sì*; il contrario, per quanto riguarda i ragazzi oltre i 19 anni.

ATTENZIONE ALLA GRAFICA

Tabella 1.36 - Attenzione alla grafica

Ti soffermi a vedere la grafica di video, siti, pubblicità ecc.?	Totale (VA)	Totale (%)
Sempre	268	17,1
Solo se mi colpisce	871	55,5
Raramente	241	15,4
Mai	183	11,7
Non disponibile	5	0,3
Totale	1568	100,0

Che grado di attenzione hanno i ragazzi verso gli oggetti e i supporti che recano elementi grafici? Dal cartellone pubblicitario alla copertina di un CD, dal sito web al poster in camera, che consapevolezza si ha di questi prodotti grafici? Rimangono fruitori passivi, forse addirittura vittime in alcuni casi, o ne colgono il significato?

La maggior parte dei ragazzi (più della metà, il 55,5%) presta attenzione agli aspetti grafici *solo se mi colpisce*, il che, ad un primo esame, parrebbe un dato abbastanza scontato. Coloro che invece prestano *sempre attenzione* alla "forma" sono il 17,1%; il che lascia supporre di aver ben individuato chi invece, per curiosità, per passione ecc. è veramente interessato a questo tipo di espressione. Molto vicina la percentuale di coloro che *raramente* prestano attenzione alla grafica (15,4%), che sommato all'11,7% che non vi presta *mai attenzione*, definisce il totale di chi non è attratto o interessato a questa forma di espressione.

Generalmente non vi sono differenze tra le varie età, ad eccezione di una frequenza minore rispetto alle altre dei ragazzi oltre i 19 anni che non prestano *mai* attenzione alla grafica.

IMPORTANZA DELLA GRAFICA

Indipendentemente dall'attenzione, qual è l'importanza della grafica nella rappresentazione/presentazione di un qualsiasi oggetto/prodotto?

Tabella 1.37 - Importanza della grafica

Che importanza ha la grafica in un oggetto/prodotto?	Totale (VA)	Totale (%)
Molta	765	48,8
Abbastanza	551	35,1
Poca	144	9,2
Nulla	34	2,2
Non disponibile	74	4,7
Totale	1568	100,0

La consapevolezza del "valore" della grafica aumenta, in questo contesto, in modo significativo: solo l'11,4% ritiene che la grafica abbia poca o nulla importanza (9,2% *poca* - 2,2% *nulla*), mentre l'83,9% ha coscienza dell'importante rilevanza.

Ancora una volta il confronto fra le diverse fasce d'età mostra come la sensibilità e la consapevolezza del valore della grafica aumenti proporzionalmente al crescere dell'età.

ELEMENTI DELLA GRAFICA IN AMBITO ARTISTICO E NELLA COMUNICAZIONE VISIVA

Si è poi cercato di indagare il grado di conoscenza specifica in merito ad un codice linguistico suggerito.

Tabella 1.38 - Elementi della grafica

Sai cos'è?	Totale (VA)	Totale (%)
Un logo	975	62,2
Una copertina	987	62,9
Un sito web	951	60,7
Un poster	933	59,5
L'arte digitale	417	26,6
Un collage book	292	18,6
Un font	159	10,1
Uno sketchbook	108	6,9
Un flyer	103	6,6
Totale	1568	100,0

Circa due ragazzi su tre sanno "riconoscere" un *logo* (62,2%), una *copertina* (62,9%), *sito web* (60,7%) e un *poster* (59,5%). Se le percentuali in merito alla conoscenza di questi elementi sono alte, vi è un notevole scarto rispetto alle altre opzioni: conosciuta dal 26,6% è *l'arte digitale*, dal 18,6% il *collage book*, da un 10,1% il *font*, mentre solo un 6-7% sa cosa sono *flyer* e *sketchbook*.

CONOSCENZA E PREFERENZE IN MERITO AD ALTRE FORME DI ARTE E COMUNICAZIONE VISIVA

Ampliando, infine, lo spettro delle arti visive, dalla pittura al web design, dall'arte dei graffiti all'illustrazione e così via, si è cercato di capire quale fosse il grado di conoscenza ed di apprezzamento in merito.

Per quanto concerne la *pittura* i ragazzi sono divisi circa a metà tra coloro a cui non piace (43,8%) e coloro che invece l'apprezzano (più numerosi con il 49,6%).

Inversione di tendenza per quanto riguarda la *graffiti art*, dove sono più numerosi i ragazzi a cui non piace, nonostante si evidenzino percentuali molto vicine (48,9% non piace, 43,8% piace).

Il *design di prodotto* vede una differenza più netta tra coloro a cui piace (50,8%) e coloro invece a cui non piace (33,5%); risultato determinato in parte anche dalla specifica conoscenza di tale attività (9,9%).

Il *web design*, infine, non piace ad una percentuale di ragazzi molto simile a quella precedente (38,6%), mentre aumentano coloro che l'apprezzano (34,4%), a fronte anche di un calo di coloro che non sanno cosa sia (20,0%).

Per quanto concerne l'*illustrazione* (fumetto e disegno in genere), questa forma d'arte visiva, piace a poco più della metà dei ragazzi (52,1%): il dato, apparentemente positivo, va però visto in relazione alla percentuale di coloro che effettivamente sono lettori/fruitori di fumetti, ovvero solamente il 16,3% del totale del campione (come emerge dalla tabella 1.31 sulle letture dei ragazzi); non piace invece al 39,7% del campione.

La *grafica per l'animazione video* ci consegna un risultato nettamente a favore: il 68% l'apprezza, contro il 24% che non l'apprezza; un genere che sta conoscendo un periodo molto favorevole, probabilmente grazie alle numerose produzioni cinematografiche.

Le ultime due discipline indagate sono l'*aerosol art* e il *disegno tecnico*. Della prima, l'*aerosol art*, emerge evidente il dato di coloro che non la conoscono, quasi la metà dei ragazzi (47%, quindi la forma meno conosciuta tra tutte quelle considerate); solo l'8,4% dichiara di apprezzarla, contro un 36,5% a cui non piace.

Per contro, una delle forme più conosciute e praticate (quanto meno a livello scolastico), ovvero il *disegno tecnico*, risulta essere la meno amata in assoluto, con una percentuale "negativa" del 56,6%. Piace però, come dato positivo, al 32,8%. Dichiara di non sapere cos'è il 4,3% del campione.

Delle tecniche grafiche trattate, dunque, la più apprezzata è la *grafica per l'animazione video* (68%), seguita dall'*illustrazione* (fumetto e disegno in genere, 52,1%) e dal *design di prodotto* (50,8%). Le forme meno amate sono il *disegno tecnico* (56,6%), la *graffiti art* (48,9%) e la *pittura* (43,8%).

IN SINTESI

Concludendo, in una società sovrappollata di immagini, animazioni, elaborazioni, artifici ecc., i ragazzi hanno una buona consapevolezza dell'importanza degli aspetti grafici, intesi in senso ampio. Hanno però meno coscienza di cosa comporti realizzare un oggetto grafico e, in molti casi, anche di cosa siano gli oggetti stessi della comunicazione con i quali sono a contatto quotidianamente. Per quanto riguarda le altre arti visive, piacciono, più di tutte, la grafica e le animazioni video e, a seguire, l'illustrazione; poi il design e l'"inossidabile" pittura.

{4} GIOVANI E NUOVE TECNOLOGIE

In questa sezione, come già riferito nell'introduzione alla lettura del questionario, si è cercato di dare attenzione a quelle forme di creatività, in qualche modo, mediate dall'utilizzo delle nuove tecnologie (personal computer sopra tutte) e si è ritenuto fondamentale comprendere quale fosse il reale rapporto dei giovani con i cosiddetti "new media".

FREQUENZA DI UTILIZZO DEL COMPUTER

La prima domanda aveva l'obiettivo di comprendere la frequenza di utilizzo del computer.

Tabella 1.39 - L'utilizzo del computer

Usi il computer?	Totale (VA)	Totale (%)
Spesso	890	56,8
Qualche volta	403	25,7
Raramente	134	8,5
Mai	44	2,8
Non disponibile	97	6,2
Totale	1568	100,0

Il primo dato rilevante è che solo un 2,8% non usa *mai* il computer. Il 91% che invece dichiara di utilizzare il computer è così composto: l'8,5% dice di utilizzarlo *raramente*, il 25,7% *qualche volta* e il 56,8% *spesso*. Dunque, più della metà del campione totale usa spesso il computer.

È piuttosto significativo notare come tutti ragazzi del campione, sia per diverse fasce d'età che per differenti aree di provenienza, rientrano nelle distribuzioni medie riportate in tabella.

ATTIVITÀ SVOLTE AL COMPUTER

Il quesito successivo ha indagato sulle attività svolte al computer.

La domanda elaborata nel questionario raccoglie un elenco di operazioni effettuate tramite il computer e lascia libero arbitrio rispetto al numero di risposte possibili: ciascuna percentuale indica quale parte del campione svolge una determinata attività.

Di seguito, la tabella organizzata con valori decrescenti, dall'attività più praticata a quella meno praticata.

Tabella 1.40 - Le funzioni del computer

Usi il computer per fare cosa?	Totale (VA)	Totale (%)
Navigare	1071	68,3
Ascoltare musica	956	61,0
Scaricare musica/video	775	49,4
Giocare	757	48,3
Scrivere	726	46,3
Fare ricerche	657	41,9
Mail, forum, chat, instant messenger	524	33,4
Gestire immagini	449	28,6
Produrre musica	311	19,8
Realizzare video/film	179	11,4
Disegno tecnico	155	9,9
Creare grafica	141	9,0
Fare calcoli, tabelle	127	8,1
Ascoltare radio on line	107	6,8
Creare animazioni	105	6,7
Creare database	92	5,9
Cercare libri/leggere	82	5,2
Sviluppare lingue straniere	72	4,6
Ascoltare web radio	62	4,0
Giocare on line	8	0,5
Fare shopping on line	3	0,2
Creare siti	3	0,2
Scaricare software tecnico	1	0,1
Non disponibile	12	0,8
Totale	1568	100,0

Una prima lettura dei risultati evidenzia che le tre attività maggiormente praticate sono: *navigare in internet* (68,3%), *ascoltare musica* (61%) e *scaricare musica/video* (49,4%).

Delle numerose attività elencate, 11 sono direttamente legate ad attività "in rete" e almeno altre 3 possono esservi associate indirettamente. Si riscontrano in questo gruppo alcune delle attività più frequenti: *navigare* (68,3%), *scaricare musica/video* (49,4%), *fare ricerche* (41,9%) e *socializzare in rete*, ovvero *usare mail, forum, chat e instant messenger* (33,4%). Si riscontrano tuttavia anche le attività meno frequenti, quali ad esempio, *giocare on line* (0,5%), *fare shopping on line* (0,2%) e *creare siti web* (0,2%).

Almeno 5, invece, le attività prettamente creative, che mostrano percentuali tra il 6,7% (*creare animazioni*) e il 28,6% (*gestire immagini*). Le altre attività in ambito espressivo sono *creare grafica* (9%), *realizzare film/video* (11,4%) e *produrre musica* (19,8%).

Altre attività, infine, hanno frequenze più o meno importanti: *ascoltare musica* (61%), *giocare* (48,3%) e utilizzare il computer per alcune funzioni standard: *scrivere* (46,3%), *fare calcoli o tabelle* (8,1%) e *creare database* (5,9%). Per quanto concerne le attività di studio/lavoro e approfondimento, oltre ad alcune già incontrate (*fare ricerche, cercare libri/leggere ecc.*), vi sono il 9,9% di ragazzi che fa *disegno tecnico* e il 4,6% che utilizza il computer per *sviluppare lingue straniere*.

CONOSCENZA DI ALTRI STRUMENTI / SISTEMI TECNOLOGICI

I “new media”, tra gli argomenti della ricerca in oggetto, si focalizzano nello strumento computer, ma non solo: accanto a questo si è voluto sondare il grado di conoscenza rispetto ad alcuni “media” di uso e diffusione relativamente recente.

Il livello mantenuto è, per così dire, più generale, senza dettaglio delle conoscenze specifiche in merito a software, browser, motori di ricerca, siti di utilizzo diffuso ecc.

Altra deliberata scelta, l'esclusione del mezzo per eccellenza della comunicazione, ovvero il telefonino: abusato e inflazionato, benché strumento indispensabile di comunicazione e talvolta anche di creatività (attraverso gli accessori come fotocamere, videocamere ecc.), è stato considerato uno strumento associato, conosciuto ed iper-utilizzato dall'intera popolazione giovanile.

Di seguito si riportano, dunque, le risposte in merito alla conoscenza di alcuni contenuti, strumenti e sistemi tecnologici sotto elencati.

L'*Mp3* è conosciuto dal 92,8% dei ragazzi e non conosciuto, tenuta presente un'alta percentuale di non risposte (5,6%), solo dall'1,6%.

L'*i-Pod* è uno strumento sconosciuto dal 15,6% e noto per il 77,8%.

Per la *radio on line* la percentuale di coloro che sanno di cosa si tratti è del 67,7%, contro il 24,9% che non lo sa.

Una inversione di tendenza avviene nel caso del *podcast*, dove solo il 17,8% dichiara di sapere cos'è, mentre il 73,6% non ne ha idea.

Per quanto riguarda, infine, due apparati digitali tra i più diffusi, le percentuali mostrano nuovamente una forte predisposizione verso le tecnologie.

Per esempio la *fotocamera digitale*: il 90,9% dei ragazzi dichiara di saperla utilizzare (bene il 79%, non molto l'11,9%), a fronte di un solo 3,4% che invece non la sa usare.

La *videocamera digitale* mostra una percentuale di poco inferiore relativamente a coloro che la sanno utilizzare (83,8%, ripartito in un 64,9% che ha buona confidenza e un 18,9% che invece, non ne ha molta) e di poco superiore rispetto a quelli che non la sanno usare (9,6%).

Sintetizzando, il livello di conoscenza, e talvolta di confidenza, è molto alto per tutti i sistemi e gli strumenti tecnologici suddetti, ad eccezione del *podcast*.

CONOSCENZA ED UTILIZZO DI INTERNET

Anche se in parte già evidenziato nella tabella 1.40, l'ultimo elemento considerato in relazione alle nuove tecnologie è la conoscenza e l'utilizzo di internet, attraverso una serie di domande di cui si riportano, di seguito, i risultati.

Il 92,6% dei ragazzi sa cos'è internet, contro un ridottissimo 1,3% che non lo sa. Appena inferiore la percentuale di coloro che sanno anche cos'è la posta elettronica (90,6% contro il 3,3% che lo ignora).

FREQUENZA DELL'UTILIZZO DI INTERNET

Per quanto riguarda la frequenza di utilizzo di internet i dati rivelano che circa il 70,6% dei ragazzi utilizza internet ogni settimana: più precisamente il 32% *tutti i giorni* e il 38,6% “solo” *qualche volta a settimana*.

I ragazzi che lo utilizzano *raramente* sono circa il 19,2%, mentre coloro che non si connettono *mai* sono solamente il 5,3%.

Tabella 1.41 - La frequenza di utilizzo di internet

Usi internet?	Totale (VA)	Totale (%)
Tutti i giorni	502	32,0
Qualche volta a settimana	605	38,6
Raramente	301	19,2
Mai	83	5,3
Non disponibile	77	4,9
Totale	1568	100,0

Per quanto riguarda le diverse fasce d'età, i giovani fino a 15 anni sono quelli che hanno le frequenze più alte nella risposta *mai* e le più basse per quanto concerne *tutti i giorni*. I ragazzi tra i 16 e i 18 anni mostrano valori nella media, mentre dai 19 in avanti, tendono evidentemente a connettersi *tutti i giorni*.

Pochissime le differenze in funzione dell'area di provenienza: solo i ragazzi dell'area Ovest si connettono meno, ma questo dipende anche dall'alta percentuale di ragazzi intervistati sotto i 15 anni provenienti da quella zona.

INTERESSE ALLA CONOSCENZA E ALL'UTILIZZO

Di 83 ragazzi (5,3% del campione totale) che hanno risposto di non utilizzare *mai* internet, 20 (24,1%) non dimostrano interesse alla conoscenza e all'utilizzo; il 68,8% vorrebbe imparare, ma di questi solo il 41% ne sente un forte desiderio.

Tabella 1.42 - La familiarizzazione con internet

Se non hai mai usato internet ti piacerebbe imparare?	Totale (VA)	Totale (%)
Molto	34	41,0
Abbastanza	12	14,5
Poco	11	13,3
No	20	24,1
Non disponibile	6	7,2
Totale	83	100,0

LUOGHI DI CONNESSIONE

Per quanto riguarda i luoghi di connessione, *casa propria* è in assoluto lo spazio più frequente (68,7%), seguito peraltro da *casa di parenti e amici* (8,7%). I luoghi "condivisi" dove potersi connettere sono molto meno frequenti: 6,5% per gli *internet point pubblici*, 4,7% per i *luoghi di studio/scuola*, 1,3% per *internet point privati*.

Tabella 1.43 - I luoghi di connessione

Da dove ti connetti per usare internet?	Totale (VA)	Totale (%)
Da casa	1077	68,7
Da parenti/amici	137	8,7
Internet point pubblici	102	6,5
Luoghi di studio/scuola	73	4,7
Internet point privati	21	1,3
Non disponibile	158	10,1
Totale	1568	100,0

La *casa*, propria o di amici parenti, è il principale luogo di connessione senza differenze sostanziali in funzione della provenienza e dell'età. Gli *internet point pubblici* sono più utilizzati dai ragazzi fino a 15 anni, soprattutto nell'area Nord, mentre i *luoghi di studio/scuola* principalmente per i ragazzi tra 16 e 18 anni e nell'area del capoluogo.

IN SINTESI

Il 91% dei ragazzi tra i 14 e 21 anni utilizza il computer: di questi poco più della metà lo utilizza tutti i giorni. Le funzioni praticate sono molto diverse, ma in gran parte legate ad attività in rete; seguono le applicazioni più "classiche" del computer e gli utilizzi creativi. Quasi tutti sanno cos'è internet e più di due ragazzi su tre utilizza internet ogni settimana: di questi due, uno tutti i giorni e uno solo qualche giorno. Per lo più da casa. Al di là della conoscenza del computer, i ragazzi sono molto "preparati" per quanto riguarda gli apparati e gli strumenti digitali in genere.

Nelle sezioni precedenti sono stati introdotti i temi della creatività oggetto della ricerca, ovvero la musica, il video, la scrittura e la grafica/illustrazione, semplicemente indagando i gusti e gli interessi dei ragazzi in merito, e aprendo tuttavia una serie di prospettive che spaziano nei diversi campi trattati e non solo. Si è concentrata l'attenzione, dunque, sulle preferenze, sui tempi e sulle modalità di fruizione delle suddette forme di creatività.

Ma cos'è la creatività?

Qual è il significato, quali le forme che i ragazzi già praticano e quali vorrebbero invece imparare o approfondire?

Questi gli interrogativi principali che hanno guidato

questa seconda sezione: lo stato dell'arte sulla "creatività esistente" e su quella "potenziale".

Il primo step è stato appunto capire quale significato i ragazzi attribuiscono alla creatività, cos'è per loro, cosa presuppone e quali pensieri alimenti il cimentarsi in una definizione personale del concetto di creatività.

Si è pertanto lasciato spazio alle riflessioni e alle risposte dei ragazzi, che sono state tantissime: più di 1000, sul campione totale di 1568.

Alcune di esse, le più espressive e maggiormente rappresentative dei concetti chiave (ad esempio libertà, divertimento, fantasia, dono, saper fare ecc.), sono state trascritte e raccolte in questa pubblicazione, all'interno dell'appendice.

FORMA DI CREATIVITA' PREFERITA

Il primo vero e proprio quesito riguardava le preferenze dei giovani in merito alle diverse forme di creatività.

Tabella 2.01 - Forma di creatività preferita

Quali forme di creatività preferisci?	Totale (VA)	Totale (%)
Musica	1096	69,9
Fotografia	670	42,7
Video	654	41,7
Danza	421	26,8
Pittura	329	21,0
Nessuna	301	19,2
Grafica/illustrazione	265	16,9
Teatro/recitazione	226	14,4
Scrittura	199	12,7
Scultura	84	5,4
Arti marziali	24	1,5
Non disponibile	27	1,7
Totale	1568	100,0

Dalle risposte emerge che la forma di creatività più amata è la *musica*, con il 69,9% di preferenze; segue *fotografia* con un 42,7%, quindi *video*, con una percentuale del 41,7%. Seguono poi *danza*, con il 26,8%, *pittura* con il 21%, *grafica/illustrazione* con il 16,9%, *teatro/recitazione* con il 14,4%, *scrittura* con il 12,7%, *scultura* (5,4%) e *arti marziali* (1,5%). Un dato importante emerge in tabella: il 19,2% dei ragazzi (vale a dire quasi un ragazzo su cinque) risponde *nessuna* forma di creatività. Si segnala come dato rilevante con una percentuale piuttosto alta.

La tabella 1.12, relativa all'ascolto della *musica*, indicava un 77% circa di ragazzi "ascoltatori quotidiani", che, con il sostegno della tabella 2.01, portano al 70-75% la percentuale dei ragazzi appassionati a questa forma d'arte. Più difficile risulta il confronto con i dati relativi al *video*, dove si trova però una metà circa del campione che va *abbastanza* o *molto frequentemente* al cinema, a favore di un 41,7% che l'ha indicata tra le forme preferite. Per la *grafica/illustrazione* risulta impossibile tracciare dei paragoni, mentre per la *scrittura* viene spontaneo confrontare il dato del 12,7% con il 18,6% che nella tabella 1.28 ha manifestato una preferenza per la lettura.

Confrontando, infine, i dati in funzione delle classi di età, emerge come la *musica* abbia distribuzioni, per tutte, nella media, mentre la *fotografia* presenta frequenze di preferenza più alte per i ragazzi sopra i 19 anni. Il *video* presenta preferenze uniformi, mentre la *danza* è più amata dai ragazzi tra i 16 e 18 anni e meno oltre i 19. Anche la *pittura* è più apprezzata dalla fascia 16-18, mentre i ragazzi sotto i 15 anni sono quelli meno interessati.

Grafica e *scrittura* sono maggiormente apprezzate oltre i 19 anni. *Nessuna forma di creatività* è stata segnalata

soprattutto dai ragazzi fino a 15 anni. Ricapitolando: i ragazzi fino ai 15 anni hanno segnalato, maggiormente rispetto alle altre fasce d'età, frequenze superiori per *arti marziali* e *nessuna*; i ragazzi tra 16 e 18 anni per *scultura*, *pittura* e *danza*, mentre i ragazzi oltre i 19 per *scrittura*, *grafica* e *fotografia*.

Un ulteriore confronto, in relazione al sesso, rivela una fondamentale uniformità tra i generi rispetto alle preferenze: le poche frequenze diverse dalla distribuzione media che emergono, rilevano che i maschi, più delle femmine, prediligono la *scultura* e *nessuna* forma d'arte, mentre al contrario le femmine hanno valori più alti per *scrittura* e *danza*.

La risposta *arti marziali* è stata codificata in base a diverse segnalazioni che i ragazzi stessi hanno effettuato laddove, nel questionario, veniva data la possibilità di indicare altre forme di espressione preferite. Tale risposta emergerà anche in altre tabelle.

FORMA DI CREATIVITÀ UTILIZZATA

Musica, *fotografia*, *video*, *danza*, *pittura* ecc.: queste le forme della creatività che i ragazzi prediligono. Tuttavia è necessario compiere un ulteriore passo verso la comprensione non più di quali forme siano maggiormente apprezzate o fruite, ma quali, invece, vengano utilizzate per esprimersi.

Tabella 2.02 - Forma di creatività utilizzata

Quali forme di creatività utilizzi?	Totale (VA)	Totale (%)
Musica	605	38,6
Nessuna	423	27,0
Fotografia	300	19,1
Video	289	18,4
Danza	224	14,3
Scrittura	214	13,6
Grafica/illustrazione	194	12,4
Pittura	170	10,8
Teatro/recitazione	84	5,4
Scultura	32	2,0
Arti marziali	13	0,8
Totale	1568	100,0

La *musica* è la forma espressiva maggiormente praticata: 605 ragazzi "fanno musica", coprendo una percentuale molto alta (38,6% del campione totale). Confrontando i dati con la tabella precedente, dove il 70% circa aveva individuato la musica come la forma d'espressione preferita, il quasi 40% che emerge in questo contesto rivela che molti ragazzi, appassionati a questa forma d'arte, la praticano di già. Nell'elenco, risulta seconda la *fotografia* segnalata dal 19,1% dei ragazzi. Tra la *musica* e le altre forme d'espressione praticate, dunque, si assiste ad un dimezzamento delle percentuali.

Con percentuali tra il 10% e il 20% abbiamo: il *video* (18,4%), la *danza* (14,3%), la *scrittura* (13,6%), la *grafica/illustrazione* (12,4%) e la *pittura* (10,8%). Tutte quante, nella tabella 2.01, mostrano valori più alti di gradimento, ad eccezione della *scrittura* che riporta, invece, il valore più alto su quelli che la praticano rispetto a quelli che la preferiscono. Infine *teatro/recitazione* (5,4%), *scultura* (2%) e *arti marziali* (0,8%).

Emerge il dato molto interessante di quasi tre ragazzi su quattro che dichiarano di utilizzare una qualche forma creativa.

Il confronto tra le diverse fasce di età evidenzia come le attività svolte maggiormente siano sempre differenti, ad eccezione di un unico caso. I ragazzi fino a 15 anni fanno soprattutto *video*, *pittura*, *danza* e *arti marziali*; tra 16 e 18 anni *musica*, poi *fotografia* e, infine, *scultura*; oltre i 19 anni, praticano maggiormente la *scrittura*, la *fotografia* e *nessuna attività*.

Per quanto riguarda le preferenze in base al genere, come nella precedente tabella, si ritrovano valori esattamente opposti relativamente a *video*, *arti marziali* e *nessuna* (prevalenza di maschi rispetto alle femmine); *scrittura*, *pittura* e *danza*, invece, sono attività, per così dire, più “femminili”.

Infine, molte differenze sul piano della distribuzione geografica: ad una prima analisi emerge soprattutto come *musica* e *video* mostrino le uniche frequenze al di sopra dei valori medi nell'area Sud-Ovest, così come la *scrittura* nell'area Nord-Ovest. Le aree con le frequenze più basse sono Nord, Nord-Est, Ovest e Montagna.

LA CREATIVITÀ ESISTENTE

Ciò che si vuole analizzare in questa sezione, è la “creatività esistente”, attraverso quali forme si esprime e come i ragazzi la vivono.

Di seguito, si andrà ad approfondire quali attività sono messe in pratica dai ragazzi nelle quattro macro aree oggetto dell'indagine. Pertanto, il campione di riferimento non sarà più quello generale finora considerato, ma un sottocampione relativo a coloro che, di volta in volta, si attivano negli ambiti *musica*, *video*, *scrittura* e *grafica/illustrazione*.

I dati percentuali saranno comunque rapportati al sottogruppo, considerato come l'intero campione di ognuno. I sottocampioni derivano dalla tabella 2.02 e sono sintetizzati nel seguente schema, che costituisce il riferimento per i focus che seguiranno.

Tabella 2.03 - Sottocampioni

Quali forme di creatività utilizzi?	Totale (VA)	Totale (%)
Musica	605	38,6
Video	289	18,4
Scrittura	214	13,6
Grafica/illustrazione	194	12,4
Totale	1568	100,0

{A} MUSICA

Nella tabella 2.02, la musica ha riportato il maggior numero di risposte (605 su 1568, ovvero il 38,6% del campione totale), confermandosi un'arte, oltre che amata e fruita da quasi il 70% del campione, anche praticata da una alta percentuale di ragazzi. È l'area Sud-Ovest a mostrare valori sopra la distribuzione media generale, per preferenza e utilizzo. Non vi sono, altresì, differenze tra i maschi e le femmine o tra le diverse fasce d'età. Sono maggiormente i ragazzi maschi tra i 16 e 18 anni coloro che effettivamente si applicano in campo musicale.

Con le prossime tabelle si entrerà maggiormente nel dettaglio analizzando le risposte che i ragazzi “musicisti” hanno dato ad una serie di approfondimenti in merito. Il sottocampione è riferibile dunque ai 605 ragazzi che hanno indicato la musica tra le attività che praticano, anche se alle seguenti domande ha risposto un numero di poco inferiore di ragazzi, di volta in volta indicato.

FORME DI ESPRESSIONE UTILIZZATE

Il primo approfondimento riguarda naturalmente le modalità attraverso cui i ragazzi “fanno musica”.

Tabella 2.04 - Musica: forma di espressione utilizzata

In che modo fai musica?	Totale (VA)	Totale (%)
Suono uno strumento	202	35,8
Canto	190	33,7
Faccio musica con il computer	163	28,9
Suono dischi (dj)	81	14,4
Scrivo testi per canzoni	62	11,0
Compongo musica	45	8,0
Faccio performance musicali	29	5,1
Faccio musica per film/video	20	3,5
Non disponibile	23	4,1
Totale	564	100,0

La possibilità di risposta era naturalmente libera, quindi i ragazzi potevano indicare tutti i diversi approcci musicali (le attività sopra elencate sono spesso connesse tra loro o comunque praticate in percorsi paralleli). *Suono uno strumento* (35,8%) e *canto* (33,7%) rimangono le modalità preferite. Seguono *faccio musica con il computer* (28,9%) e *suono dischi* (14,4%). Poi la risposta *scrivo testi per canzoni* (11%) e *compongo musica* (8%), associabile probabilmente anche al 3,5% che ha risposto *faccio musica per film/video*. C'è poi il 5,1% del sottocampione che risponde *faccio performance musicali* di varia natura, dove la musica si mescola ad altre forme d'espressione.

STRUMENTI SUONATI

La tabella 2.04 rileva che il 35,8% dei ragazzi che *fa musica*, utilizza uno strumento musicale tradizionale. La percentuale non è affatto alta e lascia supporre che tra le nuove modalità di approccio alla musica ci sia un importante intervento mediato dalle nuove tecnologie.

Tabella 2.05 - Musica: strumenti suonati

Quale strumento suoni?	Totale (VA)	Totale (%)
Chitarra	78	34,7
Pianoforte	29	12,9
Flauto	25	11,1
Batteria	25	11,1
Tastiera	10	4,4
Basso	9	4,0
Violino	6	2,7
Saxofono	6	2,7
Percussioni latine	4	1,8
Clarinetto	4	1,8
Tromba	3	1,3
Oboe	1	0,4
Fisarmonica	1	0,4
Arpa	1	0,4
Non disponibile	23	10,2
Totale	225	100,0

In particolare, tra coloro che suonano *uno strumento*, la *chitarra* è la più praticata (34,7%), seguita dal *pianoforte* (12,9%), *flauto* (11,1%), *batteria* (11,1%), *tastiera* (4,4%), *basso* (4%) e altri, come da tabella 2.05. Si tratta di un risultato che conferma la tendenza dei giovani verso la musica “pop”, piuttosto che classica o d’altro genere.

CONDIVISIONE DELL’ATTIVITÀ

Tabella 2.06 - Musica: la condivisione dell’attività con altri

Da solo o in gruppo?	Totale (VA)	Totale (%)
Con un gruppo	98	19,2
Senza un gruppo ma lo vorrei	147	28,8
Da solo	265	52,0
Totale	510	100,0

Quali sono, dunque, le dinamiche del “fare musica”? Individuali o di gruppo?

Alla domanda hanno risposto 510 ragazzi e tra questi solamente un 19,2% *con un gruppo musicale*. Il 28,8% risponde *senza un gruppo ma lo vorrei* e, infine, un dato piuttosto significativo, il 52% dichiara di “fare musica” *da solo* e di non essere interessato a condividere con altri il proprio percorso artistico.

ESIGENZA E MODALITÀ DI APPROFONDIMENTO DELLE CONOSCENZE

Un percorso creativo personale in divenire; quali, pertanto, le esigenze o i desideri di approfondire le conoscenze musicali?

Tabella 2.07 - Musica: l’esigenza di approfondimento delle conoscenze

Hai l’esigenza di approfondire le tue conoscenze/abilità musicali?	Totale (VA)	Totale (%)
Sì	328	59,2
No	226	40,8
Totale	554	100,0

Il 40,8% del sottocampione ha dichiarato di *non sentire l’esigenza* di approfondire le conoscenze in ambito musicale, contro un 59,2% che invece *ne avverte la necessità*.

Tabella 2.08 - Musica: modalità di approfondimento delle conoscenze

In che modo vuoi approfondire le tue conoscenze/abilità musicali?	Totale (VA)	Totale (%)
Con corsi/lezioni	84	27,8
Allenandomi/esercitandomi	74	24,5
Con l’impegno costante	34	11,3
Con una guida famosa/esperta	17	5,6
Ampliando i miei orizzonti	16	5,3
Insieme ad altre persone/amici	15	5,0
Con esperienze professionali	11	3,6
Esibendomi	7	2,3
Con migliori attrezzature	7	2,3
Con opportune sale ritrovo	2	0,7
Non disponibile	35	11,6
Totale	302	100,0

Infine, i ragazzi che hanno espresso la necessità di approfondire le proprie conoscenze e abilità, ne hanno indicato

i possibili percorsi: con *corsi/lezioni* (27,8%), con una *guida famosa/esperta* (5,6%), insieme ad altre *persone/amici* (5%). Con quale modalità? *Allenandomi/esercitandomi* (24,5%), con l'*impegno costante* (11,3%), *ampliando i miei orizzonti* (5,3%), con *esperienze professionali* (3,6%) o *esibendomi* (2,3%). Pochi hanno indicato la necessità di avere *migliori attrezzature* o *opportune sale ritrovo*.

{ B } VIDEO

Sempre in riferimento alla tabella 2.02, i dati rivelano che 289 ragazzi, sul campione totale (corrispondenti al 18,4%), ha dichiarato di *fare video*.

Più del doppio, invece, coloro che hanno indicato video tra le forme d'espressione preferite (41,7%); rispetto a sesso o età, nessuna differenza; mentre sono a preferirlo maggiormente i ragazzi delle aree Sud-Ovest e Sud Pianura. Allo stesso tempo, rispetto a coloro che dichiarano di *fare video*, si rileva che sono più frequenti i maschi fino a 15 anni, e con un valore sopra la media generale nell'area Sud-Ovest.

FORME DI ESPRESSIONE UTILIZZATE

Ma quali sono dunque le forme attraverso cui i ragazzi "fanno video"?

Il sottocampione considerato nelle prossime tabelle è quello dei soli ragazzi che hanno dichiarato di *fare video*.

Tabella 2.09 - Video: forma di espressione utilizzata

In che modo ti occupi di video?	Totale (VA)	Totale (%)
Giro film, cortometraggi, videoclip	157	63,8
Scrivo sceneggiature	55	22,4
Faccio la regia	44	17,9
Faccio il montaggio	36	14,6
Faccio le musiche	35	14,2
Faccio gli effetti speciali	33	13,4
Faccio la fotografia	30	12,2
Creo le animazioni	24	9,8
Creo la grafica	23	9,3
Totale	246	100,0

Giro film, cortometraggi e videoclip è naturalmente l'attività più diffusa (63,8% del sottocampione): si tratta di una categoria generica che presuppone una serie di altre attività più o meno pianificate e praticate, indicate in tabella.

Scrivo sceneggiature, ad esempio, per il 22,4% dei ragazzi, *faccio la regia* (17,9%), quindi *faccio il montaggio* (14,6%). Il *fare video* presuppone molte attività preliminari ed interdisciplinari: ad esempio, *faccio le musiche* (14,2%), *faccio fotografia* (12,2%) e la grafica/animazione (*faccio effetti speciali* 13,4%, *creo animazioni* 9,8% e *creo la grafica* 9,3%).

CONDIVISIONE DELL'ATTIVITÀ

Come per la musica, si è cercato di comprendere in quale misura l'attività di produzione video fosse occasione di socializzazione o, piuttosto, una passione strettamente individuale.

Tabella 2.10 - Video: la condivisione dell'attività con altri

Da solo o in gruppo?	Totale (VA)	Totale (%)
Da solo	85	35,6
A volte con amici/parenti	71	29,7
Spesso con amici/parenti	83	34,7
Totale	239	100,0

Rispetto al sottocampione considerato, questa attività la svolge *da solo* il 35,6%.

Per contro, il 64,4% dei ragazzi la svolge con altre persone: il 34,7% *spesso con amici/parenti*, il 29,7% *a volte*. Confrontando gli stessi dati con quelli relativi all'ambito della musica (dove a praticare da soli sono il 52% dei ragazzi), il video risulterebbe come una attività fortemente predisposta alla socialità e alla condivisione.

ESIGENZA E MODALITÀ DI APPROFONDIMENTO DELLE CONOSCENZE

Quali necessità di approfondimento delle conoscenze indicano coloro che "fanno video"?

Tabella 2.11 - Video: l'esigenza di approfondimento delle conoscenze

Hai l'esigenza di approfondire le tue conoscenze/abilità?	Totale (VA)	Totale (%)
Sì	89	37,6
No	148	62,4
Totale	237	100,0

I ragazzi che sentono necessità di affinare le doti creative nel campo della produzione video sono solamente il 37,6%, contro un 62,4% che non ne evidenzia la necessità.

Tabella 2.12 - Video: modalità di approfondimento delle conoscenze

In che modo vuoi approfondire le tue conoscenze/abilità?	Totale (VA)	Totale (%)
Con corsi/lezioni	27	34,6
Allenandomi/esercitandomi	15	19,2
Con l'impegno costante	11	14,1
Insieme ad altre persone/amici	3	3,8
Ampliando i miei orizzonti	3	3,8
Con migliori attrezzature	2	2,6
Non disponibile	17	21,8
Totale	78	100,0

Per quanto riguarda, infine, le modalità attraverso cui approfondire le proprie conoscenze, la tabella riflette in modo abbastanza fedele le scelte espresse anche in campo musicale: *con corsi/lezioni* (34,6%), *allenandomi/esercitandomi* (19,2%), *con l'impegno costante* (14,1%). Non sentono l'esigenza dell'*intervento di un esperto*, ma, una piccola percentuale, ritiene di poter migliorare e progredire con l'aiuto di *attrezzature più adeguate*.

{C} SCRITTURA

Il 12,7% del campione totale dei ragazzi ha indicato la scrittura tra le forme d'espressione preferite, con una specifica precisa: piace maggiormente alle femmine e dai 19 anni in su (con frequenze sopra la media solo per il comune capoluogo). 214 ragazzi (13,6%) hanno dichiarato di utilizzare questa forma di espressione, con valori sopra la distribuzione media nell'area Nord-Ovest.

FORME DI ESPRESSIONE UTILIZZATE

Tabella 2.13 - Scrittura: forma di espressione utilizzata

In che modo ti occupi di scrittura?	Totale (VA)	Totale (%)
Racconti	101	52,9
Poesie	80	41,9
Testi di canzoni	33	17,3
Romanzi	30	15,7
Articoli (su carta/on line)	26	13,6
Soggetti, sceneggiature di film/video	16	8,4
Pensieri, aforismi, detti ecc.	9	4,7
Teatro (drammaturgie)	4	2,1
Totale	191	100,0

Quali le forme e i modi della scrittura attraverso cui i ragazzi si esprimono?

Racconti (52,9%) e a seguire *poesie* (41,9%), *testi di canzoni* (17,3%), *romanzi* (15,7%), *articoli* (carta/on line) (13,6%), *soggetti, sceneggiature di film/video* (8,4%, molto bassa se confrontata con coloro che fanno video e scrivono propri copioni, pari al 22,4%) e infine *pensieri, aforismi e detti* (4,7%) e *teatro* (2,1%).

La panoramica delle forme di scrittura è varia e ben rappresentata e soprattutto indicativa di un buon livello di interdisciplinarietà: *scrivere testi per la musica, sceneggiature per il video, drammaturgie per il teatro*.

CONDIVISIONE DELL'ATTIVITÀ

Tabella 2.14 - Scrittura: la condivisione dell'attività con altri

Da solo o in gruppo?	Totale (VA)	Totale (%)
Da solo	176	94,6
In una redazione	3	1,6
In un gruppo/collettivo	7	3,8
Totale	186	100,0

La scrittura è una forma espressiva prevalentemente individuale, condotta *da solo* dal 94,6% del campione. Solamente una piccola percentuale, dunque, si cimenta in questa attività anche con altre persone, in un *gruppo/collettivo* o *in una redazione*.

ESIGENZA E MODALITÀ DI APPROFONDIMENTO DELLE CONOSCENZE

Tabella 2.15 - Scrittura: l'esigenza di approfondimento delle conoscenze

Hai l'esigenza di approfondire le tue conoscenze/abilità?	Totale (VA)	Totale (%)
Sì	114	56,4
No	88	43,6
Totale	202	100,0

L'esigenza di approfondire conoscenze e abilità personali è sentita come necessità dal 56,4% del campione; poco meno della metà (43,6%), dunque, coloro che si accontentano del proprio grado di conoscenza.

Tabella 2.16 - Scrittura: modalità di approfondimento delle conoscenze

In che modo vuoi approfondire le tue conoscenze/abilità?	Totale (VA)	Totale (%)
Allenandomi/esercitandomi	50	47,6
Con corsi/lezioni	22	21,0
Con l'impegno costante	11	10,5
Pubblicando	6	5,7
Con una guida famosa/esperta	4	3,8
Insieme ad altre persone/amici	3	2,9
Con l'esperienza	1	1,0
Ampliando i miei orizzonti	1	1,0
Non disponibile	7	6,7
Totale	105	100,0

Per affinare le proprie abilità letterarie i ragazzi rispondono, in primo luogo, *allenandomi/esercitandomi* (47,6%); seguono *con corsi/lezioni* (21%) e *con l'impegno costante* (10,5%).

Il 5,7% dei ragazzi risponde *pubblicando* un'opera, il 3,8% auspica l'aiuto di *una guida famosa/esperta*, mentre il 2,9% *insieme ad altre persone/amici*.

{D} GRAFICA / ILLUSTRAZIONE

265 ragazzi (16,9%) hanno indicato la grafica e l'illustrazione tra le forme creative preferite, senza differenze tra i sessi e le varie aree di provenienza (ad eccezione di un maggior numero di ragazzi provenienti dall'area Sud Pianura), ma con un indice di gradimento che sale proporzionalmente al crescere dell'età. 194 ragazzi, ovvero il 12,4% del campione totale, invece, l'ha indicata tra le attività praticate, con valori nella media generale per sesso ed età ed una frequenza più alta nelle aree Sud-Est e Sud Pianura.

Nell'ottica di una forma artistica piuttosto articolata e multidisciplinare, si è ritenuto opportuno dettagliare maggiormente le varie tecniche possibili.

FORME DI ESPRESSIONE UTILIZZATE

Tabella 2.17 - Grafica/illustrazione: tecnica di comunicazione visiva utilizzata

Quali tecniche di comunicazione visiva utilizzi?	Totale (VA)	Totale (%)
Pittura	79	45,9
Illustrazione	74	43,0
Disegno tecnico	50	29,1

Design	46	26,7
Web design	40	23,3
Graphic design	38	22,1
Grafica/animazioni per video	31	18,0
Aerosol art	10	5,8
Disegno moda	1	0,6
Totale	172	100,0

Come si può notare, il campione è molto limitato (172 ragazzi), tuttavia emerge in modo netto che le forme espressive nell'ambito grafica/illustrazione maggiormente frequenti sono, per così dire, piuttosto tradizionali: *pittura* (45,9%), *illustrazione* (43%), *disegno tecnico* (29,1%) e *design* (26,7%). Poi, *web design* (23,3%), *graphic design* (22,1%) e *grafica/animazioni per il video* (18%). Con percentuali molto basse l'*aerosol art* (5,8%) e il *disegno moda* (0,6%).

ARTEFATTI PRODOTTI

Di seguito, una serie di oggetti e soggetti realizzati attraverso le diverse tecniche.

Tabella 2.18 - Grafica/illustrazione: artefatti prodotti

Che cosa produci o realizzi?	Totale (VA)	Totale (%)
Fumetti/illustrazioni	72	43,1
Graffiti	38	22,3
Copertine	34	20,4
Siti web	33	19,8
Quadri	30	18,0
Poster	24	14,4
Caratteri	20	12,0
Arte digitale	20	12,0
Collage book	16	9,6
Flyer	8	4,8
Sketchbook	6	3,6
Modelli auto	4	2,4
Progetti arredo	2	1,2
Modelli moda	1	0,6
Totale	167	100,0

72 ragazzi, ovvero il 43,1% del sottocampione, produce *fumetti/illustrazioni*, coerentemente con quanto espresso nella tabella precedente. 38 i ragazzi che fanno *graffiti* (22,8%), contro i 10 soltanto che hanno dichiarato di fare *aerosol art*.

Le produzioni digitali sono: *copertine* di vario genere (20,4%), *siti web* (19,8%), *poster* (14,4%), *caratteri* (12%), *arte digitale in genere* (12%), *collage book* (9,6%), *flyer* (4,8%) e *sketchbook* (3,6%). Tra questi, si colloca un 18% di coloro che si dedicano alla realizzazione di *quadri* (30 ragazzi).

CONDIVISIONE DELL'ATTIVITÀ

Tabella 2.19 - Grafica/illustrazione: la condivisione dell'attività con altri

Da solo o in gruppo?	Totale (VA)	Totale (%)
Sempre da solo	144	86,8
In una redazione	16	9,6
In un gruppo/collettivo	3	1,8
Altro	4	2,4
Totale	166	100,0

Così come per la scrittura, anche la grafica/illustrazione è una forma di creatività piuttosto individuale. L'86,8% la realizza *sempre da solo*, con altri, invece, l'11,4% di cui il 9,6% *in una redazione* e l'1,8% *in un gruppo/collettivo*.

ESIGENZA E MODALITÀ DI APPROFONDIMENTO DELLE CONOSCENZE

Tabella 2.20 - Grafica/illustrazione: l'esigenza di approfondimento delle conoscenze

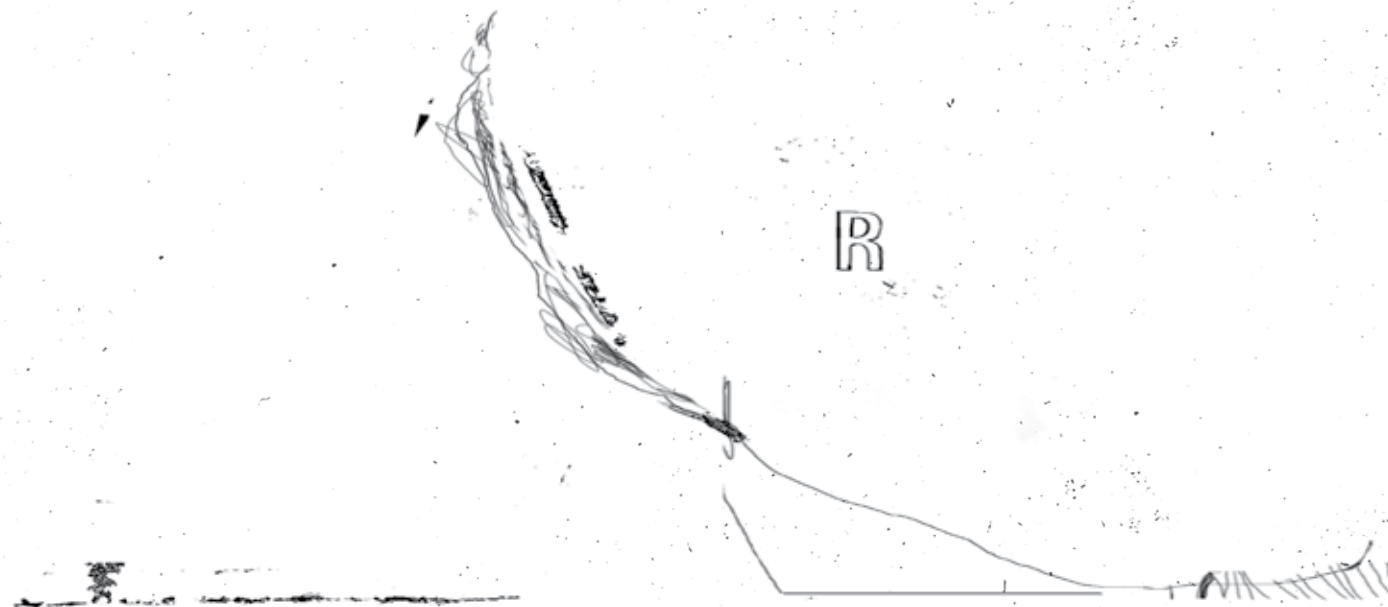
Hai l'esigenza di approfondire le tue conoscenze/abilità?	Totale (VA)	Totale (%)
Sì	96	55,8
No	76	44,2
Totale	172	100,0

Per quanto riguarda l'esigenza di formazione/approfondimento, i ragazzi sono molto divisi: il 55,8% ritiene di averne necessità, mentre il 44,2% no.

Tabella 2.21 - Grafica/illustrazione: modalità di approfondimento delle conoscenze

In che modo vuoi approfondire le tue conoscenze/abilità?	Totale (VA)	Totale (%)
Con corsi/lezioni	27	30,7
Allenandomi/esercitandomi	14	15,9
Con l'impegno costante	12	13,6
Con migliori attrezzature	8	9,1
Ampliando i miei orizzonti	8	9,1
Con una guida famosa/esperta	6	6,8
Insieme ad altre persone/amici	3	3,4
Con esperienze professionali	1	1,1
Non disponibile	9	10,2
Totale	88	100,0

Le modalità attraverso cui approfondire le proprie abilità sono riconducibili sia alla necessità di frequentare *corsi/lezioni* (30,7%) e avere *una guida famosa/esperta* (6,8%), che ad un percorso individuale nell'attività: *allenandomi/esercitandomi* (15,9%), *con l'impegno costante* (13,6%), *ampliando i miei orizzonti* (9,1%). Ancora una volta, una notevole importanza è riservata alla disponibilità di *migliori attrezzature* (9,1%).



L'ESIGENZA DI ESPRIMERE O COMUNICARE CREATIVITÀ

Analizzata la cosiddetta “creatività esistente” (ovvero, le attività che i giovani praticano all'interno degli ambiti scelti), l'attenzione si è spostata nuovamente sul campione totale dei ragazzi, al fine di carpire la cosiddetta “creatività potenziale”.

Tabella 2.22 - L'esigenza di esprimere o comunicare creatività

Senti il bisogno di esprimere la tua creatività?	Totale (VA)	Totale (%)
Molto	272	17,3
Abbastanza	589	37,6
Poco	366	23,3
Per niente	177	11,3
Non disponibile	164	10,5
Totale	1568	100,0

Si possono evidenziare due gruppi: i ragazzi che avvertono una necessità più o meno forte di esprimere la propria creatività (54,9%), e coloro che sentono poco o per nulla questa necessità (34,6%). Analizzando più approfonditamente, emerge che la percentuale più alta di risposte è riconducibile alla necessità di esprimersi, ma senza troppa convinzione (*abbastanza*, 37,6%), quindi una scarsa esigenza (*poco*, 23,3%), una forte necessità (*molto*, 17,3%) e, infine, nessun bisogno (*per niente*, 11,3%).

Quasi tutti i valori rientrano nelle frequenze medie, ad eccezione di due soli, entrambi relativi alla risposta *per niente*, maggiormente indicata dai ragazzi fino a 15 anni e meno indicata dai ragazzi oltre i 19, a definire una tendenza che si fa più evidente oltre una certa età.

FORME DI CREATIVITÀ ATTRAVERSO CUI ESPRIMERSI

Tra le quattro discipline individuate, attraverso quali i ragazzi sentono maggiormente la necessità di esprimersi?

Tabella 2.23 - La forma per comunicare la propria creatività

Attraverso quale forma vorresti esprimere la tua creatività?	Totale (VA)	Totale (%)
Musica	1020	65,1
Video	848	54,1
Grafica/Illustrazione	759	48,4
Scrittura	718	45,8
Totale	1568	100,0

La *musica*, principalmente, con 1020 ragazzi su 1568, ovvero il 65,1%, percentuale molto vicina a quel 69,9% che l'ha indicata tra le forme di creatività preferite, e molto più alta, invece, di coloro che già la praticano (38,6%).

Il *video*, con 848 ragazzi, ovvero il 54,1% del campione totale, rispetto ad un 18,4% che ha già una certa familiarità con l'ambito, e ad un 41,7% che l'ha indicato tra le forme preferite.

Quindi, la *grafica/illustrazione*, con 759 ragazzi, pari al 48,4%, contro percentuali molto più basse che l'avevano indicata tra le attività praticate (12,4%) o preferite (16,9%).

Infine, la *scrittura*, con una percentuale comunque alta del 45,8% del campione totale (718 ragazzi), rispetto, anche in questo caso, a valori molto più bassi di coloro che la praticano (13,6%) o coloro che la preferiscono (12,7%).

Posti di fronte alla necessità di esprimersi o di poter imparare ad utilizzare una nuova forma espressiva, le risposte dei ragazzi risultano importanti: se la *musica* e il *video*, infatti, rientrano in valori che potevamo attenderci, la *grafica* e la *scrittura* mostrano valori molto più alti nell'ambito della creatività “potenziale” che non di quella preferita o, cosiddetta, “esistente”.

I ragazzi fino a 15 anni sono più inclini ad esprimersi con il *video*, tra i 16 e 18 anni attraverso la *musica*, mentre oltre i 19 anni non hanno particolari preferenze.

Non vi sono differenze significative nel raffronto tra le diverse forme d'espressione e il genere, ad eccezione dei dati relativi alla *scrittura*, per la quale le femmine dimostrano una maggiore attitudine, al contrario dei maschi che l'hanno segnalata come la forma meno ambita.

MUSICA: L'ESIGENZA DI ESPRIMERE O COMUNICARE CREATIVITÀ

Anche in questo contesto si è cercato di approfondire i vari ambiti della creatività attraverso alcuni focus specifici.

Tabella 2.24 - Musica: l'esigenza di esprimere o comunicare creatività

In che modo vorresti esprimerti con la musica?	Totale (VA)	Totale (%)
Cantare	398	39,0
Suonare uno strumento	299	29,3
Mettere dischi (dj)	275	27,0
Fare musica con il computer	245	24,0
Scrivere testi per canzoni	186	18,2
Comporre musica	118	11,6
Fare musica per film/video	112	11,0
Fare performance musicali	76	7,5
Fare il tecnico del suono	74	7,3
Totale	1020	100,0

L'ambito musicale, individuato dal 65,1%, ci definisce le seguenti possibili preferenze: *cantare* (39%), *suonare uno strumento* (29,3%), *mettere dischi* (27%) e *fare musica con il computer* (24%). Si tratta delle stesse quattro attività maggiormente praticate (anche se in ordine diverso, si confronti la tabella 2.04). Lo stesso dicasi delle altre attività: *scrivere testi per canzoni* (18,2%), *comporre musica* (11,6%), *fare musica per film/video* (11%), *fare performance musicali* (7,5%) e, non presente nella tabella 2.04, *fare il tecnico del suono* (7,3%).

Tabella 2.25 - Musica: l'esigenza di suonare uno strumento

Con quale strumento vorresti esprimerti?	Totale (VA)	Totale (%)
Chitarra	138	41,4
Pianoforte	47	14,1
Batteria	38	11,4
Basso	20	6,0
Flauto	17	5,1
Violino	11	3,3
Tastiera	9	2,7
Saxofono	7	2,1
Percussioni latine	5	1,5
Tromba	4	1,2
Clarinetto	2	0,6
Arpa	1	0,3
Non disponibile	34	10,2
Totale	333	100,0

Nel dettaglio degli strumenti musicali si ritrovano, come nel caso precedente, molte analogie con la corrispondente tabella 2.05: *chitarra* e *pianoforte*, rispettivamente 41,4% e 14,1%. Quindi *batteria* (11,4%), *basso* (6%), *flauto* (5,1%), *violino* (3,3%) e *tastiera* (2,7%). Seguono altri strumenti con percentuali più basse.

VIDEO: L'ESIGENZA DI ESPRIMERE O COMUNICARE CREATIVITÀ

Tabella 2.26 - Video: l'esigenza di esprimere o comunicare creatività

In che modo ti occupi di video?	Totale (VA)	Totale (%)
Girare filmati con amici/parenti	444	52,4
Girare video musicali	239	28,2
Fare la regia	191	22,5
Fare le musiche	147	17,3
Creare le animazioni/la grafica	135	15,9

Creare le animazioni/la grafica	135	15,9
Girare cortometraggi	132	15,6
Fare gli effetti speciali	126	14,9
Fare la fotografia	123	14,5
Scrivere sceneggiature soggetti	105	12,4
Fare il montaggio	86	10,1
Totale	848	100,0

Nell'ambito video, 54,1% del campione totale, tra le attività più indicate si trovano: *girare filmati con amici/parenti* (52,4%), *girare video musicali* (28,2%), e *girare cortometraggi* con un 15,6% di preferenze. Molto attratti dal *fare la regia* (22,5%), dal *fare le musiche* (17,3%) o *creare le animazioni/la grafica* (15,9%), così come *fare gli effetti speciali* (14,9%) e *fare la fotografia* (14,5%). In fondo alla "graduatoria", *scrivere sceneggiature e soggetti* (12,4%) e *fare il montaggio* (10,1%) che riportano comunque percentuali importanti.

GRAFICA / ILLUSTRAZIONE: L'ESIGENZA DI ESPRIMERE O COMUNICARE CREATIVITÀ

Tabella 2.27- Grafica/illustrazione: l'esigenza di esprimere o comunicare creatività

In che modo vorresti esprimerti con la grafica/illustrazione?	Totale (VA)	Totale (%)
Fumetti/illustrazione	244	32,1
Pittura	223	29,4
Poster	180	23,7
Graffiti	180	23,7
Copertine	171	22,5
Siti web	157	20,7
Design	116	15,3
Grafica/animazione per video	94	12,4
Disegno tecnico	90	11,9
Arte digitale	73	9,6
Collage book	46	6,1
Caratteri	46	6,1
Flyer	44	5,8
Sketchbook	23	3,0
Aerosol art	17	2,2
Modelli moda	4	0,5
Progetti arredo	2	0,3
Modelli auto	2	0,3
Totale	759	100,0

Quasi la metà dei ragazzi (48,4%) ha indicato la volontà di cimentarsi con attività grafiche in senso ampio. Le tecniche grafiche sono innumerevoli: nella tabella 2.27 sono riportate 18 diverse tipologie. La più “ambita” è il *fumetto/illustrazione* (32,1% del sottocampione), quindi *pittura* (29,4%) e *realizzare poster* (23,7%).

SCRITTURA: L'ESIGENZA DI ESPRIMERE O COMUNICARE CREATIVITÀ

Tabella 2.28 - Scrittura: l'esigenza di esprimere o comunicare creatività

In che modo vorresti esprimerti con la scrittura?	Totale (VA)	Totale (%)
Racconti	247	34,4
Poesie	211	29,4
Testi di canzoni	194	27,0
Articoli (su carta/on line)	188	26,2
Romanzi	183	25,5
Soggetti, sceneggiature di film/video	96	13,4
Teatro (drammaturgie)	84	11,7
Pensieri, aforismi, detti, ecc.	10	1,4
Totale	718	100,0

In ultima analisi, la scrittura, indicata come forma di creatività potenziale dal 45,8% del campione totale. L'approccio alla scrittura lo si vorrebbe attraverso la stesura di *racconti* (34,4%), *poesie* (29,4%) e di *testi di canzoni* (27%). Numerosi anche coloro che vorrebbero *scrivere articoli* (26,2%) e *romanzi* (25,5%), mentre meno attraenti risultano le scritture di *soggetti/sceneggiature di film/video* (13,4%), *teatro* (11,7%) e *pensieri, aforismi, detti* (1,4%).

PERCORSI INTERDISCIPLINARI E MULTIDISCIPLINARI

Durante l'analisi della cosiddetta “creatività esistente” e “creatività potenziale”, si sono evidenziate spesso dinamiche interdisciplinari e attività multiespressive, risultato di commistione di diversi ambiti.

È su questo punto che la presente ricerca insiste in modo particolare: fornire una fotografia dello stato della creatività giovanile, al fine di creare opportunità per un “sapere allargato”, aperto e consapevole.

Sui percorsi interdisciplinari e multidisciplinari si è cercato, dunque, di approfondire il grado di consapevolezza dei ragazzi e di intercettarne le propensioni.

Tabella 2.29 - Percorsi multidisciplinari: gli approfondimenti desiderati

Quali di questi percorsi ti piacerebbe approfondire?	Totale (VA)	Totale (%)
Musica e scrittura		
Scrivere testi per canzoni	338	25,5
Giornalismo musicale	221	16,7
Altro	30	2,3
Musica e grafica		
Creare la grafica di un CD	318	24,0
Creare i manifesti per una band	189	14,2
Creare l'immagine grafica di band	179	13,5
Altro	18	1,4
Musica e video		
Girare videoclip musicali	370	27,9
Realizzare musica per film/video	233	17,6
Fare il vj	282	21,3
Altro	20	1,5
Scrittura e video		
Scrivere sceneggiature/soggetti	299	22,5
Scrittura visiva	136	10,2
Poesia visiva	92	6,9
Video e grafica		
Creare la grafica per film/video	258	19,4
Creare le animazioni per film/video	257	19,4
Nessuno	243	18,3
Totale	1327	100,0

I percorsi individuati incrociano naturalmente le quattro macro aree scelte, delineando alcune delle attività più comuni.

Le risposte sono state 1327 (l'84,6% del campione totale).

Del sottocampione individuato, 243 (18,3%) non mostrano *alcun interesse* per percorsi multidisciplinari. Mentre, troviamo i valori più alti in: *girare videoclip musicali* (27,9%), *scrivere testi per canzoni* (25,5%), *creare la grafica di un CD* (24%), *scrivere sceneggiature/soggetti* (22,5%) e *creare la grafica per film/video* (19,4%).

IL BISOGNO DI FORMAZIONE

Dopo aver delineato la propensione ad esprimersi e ad essere creativi con opportuni percorsi e strumenti, si è indagato sul bisogno di formazione, in riferimento a tutto il campione e senza distinzione d'ambito.

Tabella 2.30 - Il bisogno di formazione

Ti piacerebbe frequentare un corso nel campo d'interesse?	Totale (VA)	Totale (%)
Molto	348	22,2
Abbastanza	528	33,7
Poco	272	17,3
Per niente	263	16,8
Non disponibile	157	10,0
Totale	1568	100,0

Al di là di una percentuale molto alta di non risposte (10% *non disponibile*), sono più frequenti i ragazzi che avvertono necessità di formazione: il 55,9%, suddiviso in 22,2% (*molto*) e 33,7% (*abbastanza*).

Un rapido confronto con i valori estrapolati dal contesto relativo al bisogno di formazione nelle quattro macro aree (con una media del 52,25%), permette di confermare un dato: solo poco più della metà dei giovani, in riferimento o meno ad attività creative, sente il bisogno di formazione ed approfondimento.

In riferimento alle fasce d'età, emerge che i ragazzi fino a 15 anni sono quelli meno propensi ad attività formative o di approfondimento.

IL CONTESTO PER LA FORMAZIONE

Qual è dunque, per coloro che avvertono la necessità di approfondimento e formazione in ambito creativo, il contesto privilegiato?

Tabella 2.31 - Il contesto per la formazione

In che ambito?	Totale (VA)	Totale (%)
Scolastico	493	31,4
Extra-scolastico	704	44,9
Non disponibile	371	23,7
Totale	1568	100,0

Risponde il 76,3% del campione totale: di questi, un 31,4% preferirebbe avere occasioni di formazione in ambito *scolastico*, mentre una percentuale più alta (44,9%) prediligerebbe un contesto *extra-scolastico*.

Per quanto concerne le diverse fasce d'età, i ragazzi fino a 15 anni hanno espresso chiaramente una preferenza per un ambito *extra-scolastico*, al contrario dei ragazzi dai 16 ai 18 anni che, invece, lo prediligono.

GLI SPAZI PER ESPRIMERSI

L'ultima "curiosità" è relativa alla percezione dei ragazzi in merito alla disponibilità di spazi per la creatività.

Tabella 2.32 - Gli spazi per esprimersi

Senti l'esigenza di spazi per esprimere la tua creatività?	Totale (VA)	Totale (%)
No	372	27,6
No, ci sono già	259	19,2
Un palco per concerti	221	16,4
Riviste o giornali su cui scrivere	214	15,9
Spazi televisivi	184	13,6
Laboratori per il montaggio video	177	13,1
Laboratori per grafica/animazioni	172	12,8
Muri per graffiti	171	12,7
Riviste o giornali per disegni/fumetti	116	8,6
Totale	1349	100,0

Alla domanda hanno risposto 1349 ragazzi, l'86% del campione totale.

Del sottocampione, le due percentuali più alte (46,8% totale, quindi quasi la metà delle risposte) riguardano quelli che non avvertono necessità di spazi: la maggior parte (27,6%) non desidera luoghi per la creatività, mentre il rimanente 19,2% ritiene vi siano già gli spazi necessari. Tra coloro che invece sentono la necessità di spazi, emerge il valore relativo all'esigenza di *un palco per concerti* (16,4%): è interessante notare che, se si confronta questo dato (rapportato al campione totale), si ritrova esattamente la stessa percentuale (14,1%) della tabella 1.10, relativamente a mancanza di *spazi per concerti*.

La percentuale di ragazzi che vorrebbe spazi per la scrittura si divide tra un 15,9% che indica *riviste o giornali su cui scrivere* e un 8,6% che li vorrebbe per *disegni/fumetti*. Un 13,6% auspica maggiori *spazi televisivi*, il 13,1% *laboratori per il montaggio video*, il 12,8% *laboratori per grafica/animazioni* e, infine, un 12,7% che vorrebbe *muri per graffiti*.

Sono soprattutto i ragazzi fino ai 15 anni a volere *spazi per graffiti* e *spazi televisivi*, mentre i giovani tra i 16 e 18 anni sono quelli che non "lamentano" mancanza di spazi (anche se maggiormente chiedono *riviste o giornali per disegni e fumetti*); i ragazzi oltre i 19 anni, infine, sono più interessati a *laboratori di grafica/animazioni* e a *riviste o giornali su cui scrivere*.

I maschi sono quelli che meno avvertono necessità di spazi, ma richiedono maggiormente un *palco per concerti* e *laboratori per il montaggio video*; per contro, le femmine vorrebbero più *spazi televisivi* e *riviste o giornali su cui scrivere*.

IN SINTESI

Le prime quattro forme creative preferite dai ragazzi (non necessariamente praticate) sono: la musica, la fotografia, il video e la danza.

Analizzando, invece, quelle praticate, si nota una fondamentale corrispondenza tra le preferenze precedentemente espresse e la creatività espressa: musica, fotografia, video e danza sono praticate nello stesso ordine, anche se con percentuali più basse. A interrompere questa corrispondenza, il dato di coloro che hanno dichiarato che non utilizzano alcuna forma di creatività, che si attesta come seconda percentuale assoluta (27%). Dato per certi versi positivo perché, ribaltato, fa emergere che circa tre ragazzi su quattro dichiarano di utilizzare almeno una forma di creatività. I diversi focus approntanti e rielaborati evidenziano un'attività molto variegata ed inevitabilmente votata all'interdisciplinarietà.

Nel campo musicale le principali attività sono suonare uno strumento e cantare, ma le attività legate alla musica "elettronica" sono sempre più diffuse. Nel campo del video, coloro che si impegnano ad approfondire le diverse attività (scrivere sceneggiature, fare la regia, il montaggio, la fotografia ecc.) sono relativamente pochi, mentre alta è la percentuale di coloro che dichiarano di fare genericamente video. Anche nella scrittura le attività sono varie: soprattutto scrivere racconti e poesie, ma anche testi di canzoni, articoli e addirittura romanzi. Nel campo della grafica, infine, le attività più praticate sono la pittura e l'illustrazione, insieme al disegno tecnico e al graffito.

Per quanto riguarda la condivisione delle attività con altri, il dato più curioso risulta essere quello relativo al video che mostra la percentuale più alta: circa due ragazzi su tre vorrebbero realizzare questa attività con altri. Il "fare musica", di solito portati a pensarla come un'attività di gruppo, vede, invece, circa un ragazzo su due propenso a realizzarla da solo. La grafica, e ancor più la scrittura, si delineano come forme prettamente individuali.

Significativi anche i dati relativi alla necessità di approfondimento delle conoscenze. Nel campo della musica, della scrittura e della grafica/illustrazione, la maggior parte dei ragazzi avverte il bisogno di approfondire le proprie abilità, con percentuali che non superano però il 60%. Nel campo del video, al contrario, sono due su tre quelli che si accontentano del livello raggiunto. Viene da supporre che vi sia ancora un livello ludico e una naturale approssimazione nell'affrontare un discorso creativo personale.

Per quanto riguarda, infine, le modalità di approfondimento dei percorsi creativi, queste sono riconducibili soprattutto al bisogno di frequentare corsi o lezioni e all'esercitazione e impegno personale. Emergono anche, tra le varie risposte, la necessità di essere guidati da un esperto, fare esperienze professionali e la necessità di avere, in alcuni casi, migliori attrezzature a disposizione.

Per quel che riguarda la "creatività potenziale", vale a dire quali forme creative si vorrebbero mettere in pratica, emergono altre considerazioni importanti. Innanzitutto solo poco più della metà dei ragazzi avverte in modo significativo questa necessità, mentre per la restante parte del campione non è un bisogno o lo è solo in modo limitato. La musica è il tramite espressivo più indicato: circa due ragazzi su tre; a seguire, il video (circa un ragazzo su due), la grafica/illustrazione (poco meno della metà dei ragazzi) e la scrittura (circa un ragazzo su due).

Nella musica le attività indicate sono prima di tutto cantare e suonare uno strumento, seguono poi quelle legate all'utilizzo di moderne tecnologie (djing e fare musica con il computer). Nel campo del video, le attività che emergono sono soprattutto il girare filmati o video musicali; seguono poi le attività più specifiche e, per così dire, tecniche: la regia, le musiche, le animazioni ecc. Nel campo delle tecniche grafiche, emerge principalmente disegnare (fumetti o illustrazioni) e dipingere; seguono le diverse attività legate alla grafica in senso stretto, intervallate dall'arte dei graffiti e dal design. Per la scrittura, infine, sono i racconti e le poesie ad attirare maggiormente i ragazzi, ma anche scrivere testi per canzoni, articoli e romanzi.

Tra i percorsi multidisciplinari, si evidenziano girare videoclip musicali, scrivere testi per canzoni, creare la grafica per CD, scrivere sceneggiature e creare grafica/animazioni per il video.

Solo poco più della metà dei ragazzi avverte in modo significativo la necessità di approfondire o usufruire di momenti di formazione, mentre l'altra metà non lo avverte o lo sente in modo trascurabile: questa parte di ragazzi può dunque essere ricondotta a coloro che preferiscono una formazione autodidattica o che non sente l'esigenza di esprimersi. Il contesto formativo preferito è per lo più quello extra-scolastico.

Per quanto concerne la necessità di spazi per la propria creatività, quasi la metà delle risposte non la evidenzia, in parte perché non interessati e, in parte minore, perché ritiene esistano già. Tra coloro che invece sentono necessità di spazi, le preferenze ci segnalano: palco per i concerti, riviste o giornali su cui scrivere e spazi televisivi.

Le scelte più frequenti dei ragazzi fino a 15 anni riguardano le arti marziali oppure nessuna arte in particolare, mentre le attività più praticate sono il video, la pittura, la danza e le arti marziali; tuttavia, sono coloro che non sentono per niente l'esigenza di esprimersi e tanto meno avvertono il bisogno di formazione. In ogni caso, per esprimersi prediligono il video e sentono più di tutti la necessità di muri per graffiti e spazi televisivi. Tra i 16 e 18 anni, prediligono, più degli altri, la scultura, la pittura e la danza, mentre praticano maggiormente la musica, la fotografia e la scultura. Nella media è la necessità di esprimersi, così come il bisogno di formazione, mentre la forma d'espressione privilegiata è la musica e il contesto per la propria formazione è la scuola. Ritengono, più degli altri, che esistano già sufficienti spazi per la creatività.

Oltre i 19 anni, infine, sono molto apprezzate la scrittura, la fotografia e la grafica. Le prime due sono anche le forme più praticate, assieme a nessuna attività e, alla domanda "senti la necessità di esprimerti?", sono quelli che hanno segnato con frequenza minore la risposta "per niente". Il bisogno e l'ambito di formazione sono nella media generale, mentre gli spazi più richiesti sono laboratori sulla grafica/animazioni e riviste o giornali su cui scrivere.

Sulle forme di creatività preferite non vi sono sostanziali differenze per quel che riguarda il genere: i maschi, più delle femmine, scelgono la scultura e nessuna forma d'arte, mentre, al contrario, le femmine hanno valori più alti per scrittura e danza. Per quanto riguarda la creatività praticata si ritrovano valori esattamente contrari relativi al video, alle arti marziali e nessuna, più praticate dai maschi e meno dalle femmine; scrittura, pittura e danza, invece, sono attività più "femminili". Sulla "creatività potenziale", si segnala solo una maggiore propensione delle femmine nei confronti della scrittura. Sulla esigenza di spazi: sono i maschi ad avvertire meno necessità, richiedono comunque più delle femmine luoghi per concerti e laboratori per il montaggio video; per contro, le femmine vorrebbero più spazi televisivi e riviste o giornali su cui scrivere.

CREATIVITÀ COME MULTIDISCIPLINARITÀ ED INTERDISCIPLINARITÀ

Ripensando alle diverse forme di creatività illustrate nel precedente capitolo, ci si accorge come è ormai difficile considerare ognuna di esse affrancata dalle altre. Ad esempio, la realizzazione di un video (cortometraggio, documentario o qualsiasi altra forma) prevede la scrittura di un soggetto ed una sceneggiatura, la creazione di un'ambientazione e la cura della fotografia, le riprese e, all'occorrenza, la recitazione, fino alla realizzazione della colonna sonora; infine, il montaggio, la masterizzazione su DVD ed un apposito packaging. Un coinvolgimento su più livelli che vede correlate e insieme: la scrittura, la regia, la recitazione, la musica, il montaggio, la grafica ecc. Diverse, quindi, e molteplici le interazioni creative per ottenere un unico oggetto.

La varietà degli interessi, la disponibilità e "comodità" di molte tecnologie, il tempo libero, la diffusione di una cultura della creatività, sono forse solo alcuni dei motivi che favoriscono l'espansione di una sempre maggiore tendenza verso la digitalizzazione e la me-

scolanza di linguaggi creativi.

Si è perciò ritenuto opportuno dedicare un capitolo apposito a questi aspetti: la multidisciplinarietà e l'interdisciplinarietà.

Il punto di partenza è il risultato emerso dalle risposte sulle attività creative svolte. Si chiedeva di indicare tutte le attività svolte, evidenziando così, tre livelli di impegno: chi ne svolge soltanto una, chi due o più, e chi, infine, non pratica alcuna attività creativa.

Il punto di vista delle seguenti tabelle, quindi, è incentrato sulla distinzione in tre categorie definite in funzione del numero di attività segnalate:

- > gli "inattivi", ovvero coloro che non praticano alcuna forma di creatività;
- > i "monodisciplinari", che si dedicano ad una sola attività;
- > i "multidisciplinari", che si dedicano a due attività ed oltre.

COINVOLGIMENTO DEI GIOVANI IN ATTIVITÀ CREATIVE

Di seguito si analizza il campione al fine di evidenziare quali sono le distribuzioni delle categorie individuate e definirne le principali caratteristiche.

Tabella 3.01 - Coinvolgimento dei giovani in attività creative

Il numero di attività svolte	Totale (VA)	Totale (%)	Sesso		
			Maschio	Femmina	Nd
Nessuna	493	31,4	18,9	11,7	0,8
Una sola attività	445	28,4	16,0	11,5	0,8
Due attività ed oltre	630	40,2	18,5	20,9	0,8
Totale	1568	100,0	53,4	44,1	2,5

493 ragazzi (31,4% del campione) non svolgono alcuna attività creativa; 445 (28,4%) svolgono una sola attività creativa, mentre 630 (40,2%) svolgono più attività creative (due o più di due): emerge immediatamente che la percentuale più alta è quella di coloro che svolgono due o più attività, e si sottolinea quel 68,6% del campione totale, che si dedica ad almeno un'attività. Dal confronto dei dati si evidenzia ulteriormente che le femmine sono più attive dei maschi, mentre non vi è alcuna differenza in funzione dell'età e dell'area di provenienza.

FORME DI CREATIVITÀ PREFERITE

Tabella 3.02 - Forme di creatività preferite e numero di attività svolte

Quali forme di creatività preferisci?	Totale (VA)	Totale (%)	Il numero di attività svolte		
			Nessuna	Una sola	Due e oltre
Musica	1096	69,9	20,1	20,7	29,1
Fotografia	670	42,7	12,1	11,2	19,5
Video	654	41,7	14,4	10,2	17,2
Danza	421	26,8	5,7	7,2	13,9
Pittura	329	21,0	4,7	5,9	10,3
Nessuna	301	19,2	10,3	5,6	3,4
Grafica/illustrazione	265	16,9	2,6	5,2	9,1
Teatro/recitazione	226	14,4	2,4	4,2	7,8
Scrittura	199	12,7	2,8	3,5	6,4
Scultura	84	5,4	1,0	1,4	3,0
Arti marziali	24	1,5	0,4	0,3	0,9
Non disponibile	27	1,7	0,1	0,6	0,7
Totale	1568	100,0	31,4	28,4	40,2

Al di là di quelle che possono essere le attività artistiche svolte, quali sono le forme di creatività preferite dalle tre categorie individuate?

Musica, fotografia, danza, pittura e scrittura non mostrano differenze a livello di preferenze tra le tre categorie. Il video, invece, è stato indicato più frequentemente dai cosiddetti "inattivi", accanto alla opzione nessuna forma di creatività.

La grafica/illustrazione è stata segnalata in maggior misura dai "monodisciplinari", mentre i "multidisciplinari" mostrano diversi valori sopra la media per grafica/illustrazione, scultura, teatro e arti marziali.

Quali sono i percorsi multidisciplinari maggiormente esplorati?

Di seguito si entrerà nel dettaglio delle attività svolte, ponendo queste in relazione alle altre, all'interno delle quattro macro aree di riferimento. Il campione, pertanto, non sarà più quello totale, ma il sottocampione dei creativi, ripartito nelle percentuali indicate nella tabella 3.03.

Tabella 3.03 - Sottocampioni

Quali forme di creatività utilizzi?	Totale (VA)	Totale (%)
Musica	605	38,6
Video	289	18,4
Scrittura	214	13,6
Grafica/illustrazione	194	12,4
Totale	1568	100,0

MUSICA

Tabella 3.04 - Musica insieme a... e classi di età

Le esperienze complementari	Totale (VA)	Totale (%)	Classi di età (anni)			
			fino a 15	16 - 18	19 e oltre	Nd
Nulla... solo musica	178	29,4	7,6	18,2	2,6	1,0
Con...	427	70,6	22,8	38,0	8,1	1,7
... video	192	31,7	12,1	16,2	2,5	1,0
... fotografia	155	25,6	6,8	14,7	3,8	0,3
... danza	123	20,3	8,6	10,2	0,8	0,7
... scrittura	97	16,0	3,5	8,9	2,8	0,8
... grafica/illustrazione	83	13,7	3,8	7,9	1,3	0,7
... pittura	72	11,9	3,6	6,8	1,2	0,3
... teatro/recitazione	39	6,4	2,1	3,5	0,8	0,0
... scultura	15	2,5	0,7	1,3	0,3	0,2
... arti marziali	4	0,7	0,3	0,3	0,0	0,0
Totale	605	100,0	30,4	56,2	10,7	2,6

605 ragazzi su 1568, ovvero il 38,6% del campione totale, *fanno musica*: questi i dati che emergono nel precedente capitolo sulla “creatività esistente”. Di questi 605, solo 178, ovvero il 29,4%, fa *solo musica* e nessun'altra attività creativa. Il rimanente 70,6%, dunque, accompagna la musica ad altre attività: il 31,7% *video*, il 25,6% *fotografia*, il 20,3% *danza*, il 16% *scrittura*, il 13,7% *grafica/illustrazione* e così via.

Oltre alla musica, i ragazzi fino a 15 anni si dedicano soprattutto a video, danza e arti marziali. I ragazzi tra 16 e 18 anni, invece, tendono a “fare musica” come unica attività, mentre per coloro che hanno oltre i 19 anni viene associata per lo più con la fotografia e la scrittura.

Se la precedente tabella ha focalizzato le attività praticate dai ragazzi che “fanno musica”, la seguente, invece, evidenzia le attività che “vorrebbero fare”.

Tabella 3.05 - Musica con il desiderio di...

Vorresti occuparti di...	Totale (VA)	Totale (%)
Video		
Si	196	47,5
No	217	52,5
Totale	413	100,0
Scrittura		
Si	214	42,1
No	294	57,9
Totale	508	100,0
Grafica/illustrazione		
Si	221	42,3
No	301	57,7
Totale	522	100,0

La tabella mostra percentuali molto simili tra loro rispetto alle attività che i ragazzi gradirebbero affiancare alla *musica*: il 47,5% vorrebbe avviare percorsi in ambito *video*, il 42,3% vorrebbe intraprendere attività legate alla *grafica/illustrazione*, ed il 42,1%, infine, vorrebbe cimentarsi anche nella *scrittura*.

VIDEO

Tabella 3.06 - Video insieme a... e classi di età

Le esperienze complementari	Totale (VA)	Totale (%)	Classi di età (anni)			
			fino a 15	16 - 18	19 e oltre	Nd
Nulla... solo video	34	11,8	3,8	6,6	1,4	0,0
Con...	255	88,2	34,3	43,3	8,3	2,4
... musica	192	66,4	25,3	33,9	5,2	2,1
... fotografia	103	35,6	11,4	19,4	4,5	0,3
... grafica/illustrazione	54	18,7	6,2	9,0	2,4	1,0
... danza	50	17,3	6,9	9,7	0,3	0,3
... scrittura	43	14,9	5,9	6,2	1,4	1,4
... pittura	27	9,3	3,8	4,8	0,0	0,7
... teatro/recitazione	21	7,3	4,2	2,4	0,7	0,0
... scultura	7	2,4	1,0	1,0	0,0	0,3
... arti marziali	2	0,7	0,3	0,3	0,0	0,0
Totale	289	100,0	38,1	49,8	9,7	2,4

Dei 289 ragazzi che *fanno video* (il 18,4% del campione totale), sono 34 quelli che scelgono *nulla...solo video* (11,8% del sottocampione), mentre l'88,2% abbinava questa attività ad altre: principalmente a *musica* (ben 192, ovvero il 66,4%) e a *fotografia* (35,6%), ma anche a *grafica/illustrazione* (18,7%), a *danza* (17,3%), a *scrittura* (14,9%) e via dicendo. I giovani fino a 15 anni sono quelli che abbinano più degli altri il *video* alla *recitazione*, mentre dai 16 ai 18, e oltre i 19 anni, preferiscono fare solo attività *video*, associata semmai a *fotografia* (per entrambe le classi d'età), a *danza* (tra i 16-18 anni) o a *grafica/illustrazione* (per i ragazzi oltre i 19 anni).

Tabella 3.07 - Video con il desiderio di...

Vorresti occuparti di...	Totale (VA)	Totale (%)
Musica		
Si	56	57,7
No	41	42,3
Totale	97	100,0
Scrittura		
Si	103	41,9
No	143	58,1
Totale	246	100,0
Grafica/illustrazione		
Si	107	45,5
No	128	54,5
Totale	235	100,0

Tra coloro che *fanno video*, sono oltre la metà quelli che si vorrebbero occupare di *musica* (il 57,7%); meno della metà, *scrittura* (41,9%) e *grafica/illustrazione* (45,5%).

SCRITTURA

Tabella 3.08 - Scrittura insieme a... e classi di età

Le esperienze complementari	Totale (VA)	Totale (%)	Classi di età (anni)			
			fino a 15	16 – 18	19 e oltre	Nd
Nulla ... solo scrittura	42	19,6	6,5	8,9	3,7	0,5
Con...	172	80,4	21,0	42,1	13,6	3,7
... musica	97	56,4	12,2	31,4	9,9	2,9
... fotografia	62	36,0	9,3	21,5	5,2	0,0
... danza	45	26,2	8,7	14,0	2,3	1,2
... video	43	25,0	9,9	10,5	2,3	2,3
... pittura	41	23,8	7,0	11,6	4,1	1,2
... grafica/illustrazione	41	23,8	6,4	11,6	2,9	2,9
... teatro/recitazione	24	14,0	7,0	4,1	2,9	0,0
... scultura	12	7,0	1,7	3,5	0,6	1,2
... arti marziali	2	1,2	0,0	1,2	0,0	0,0
Totale	214	100,0	27,6	50,9	17,3	4,2

I ragazzi che hanno dichiarato di dedicarsi alla scrittura sono 214 su 1568, il 13,6% del campione totale. Il 19,6% di questi pratica esclusivamente questa attività, mentre il restante 80,4% si cimenta anche in altre esperienze: per lo più *musica* (56,4%) e *fotografia* (36%), ma anche *danza* (26,2%), *video* (25%), *pittura* e *grafica/illustrazione* (entrambe 23,8%).

Tra i ragazzi di età fino a 15 anni la tendenza maggiore è quella di abbinare alla *scrittura*, il *video* e la *recitazione*, mentre nella fascia 16-18 anni è associata indistintamente a tutte le altre forme d'espressione. I ragazzi dai 19 anni, oltre ad una propensione maggiore a considerare la *scrittura* come unico ambito creativo, tendono ad associarla alla *musica*, alla *pittura* e al *teatro*.

Tabella 3.09 - Scrittura con il desiderio di...

Vorresti occuparti di...	Totale (VA)	Totale (%)
Musica		
Si	60	51,3
No	57	48,7
Totale	117	100,0

Video		
Si	88	51,5
No	83	48,5
Totale	171	100,0
Grafica/illustrazione		
Si	76	43,9
No	97	56,1
Totale	173	100,0

Percentuali ancora molto vicine tra loro, come nei precedenti casi di *musica* e *video*, per coloro che si dedicano alla *scrittura* e vorrebbero associarla ad altre attività: poco più di metà vorrebbe occuparsi anche di *musica* (51,3%) e *video* (51,5%); un po' meno quelli interessati anche a *grafica/illustrazione* (43,9%).

GRAFICA / ILLUSTRAZIONE

Tabella 3.10 - Grafica/illustrazione insieme a... e classi di età

Le esperienze complementari	Totale (VA)	Totale (%)	Classi di età (anni)			
			fino a 15	16 – 18	19 e oltre	Nd
Nulla ... solo grafica/illustrazione	45	23,2	6,2	11,9	5,2	0,0
Con...	149	76,8	22,2	42,8	8,8	3,1
... musica	83	55,7	15,4	32,2	5,4	2,7
... video	54	36,2	12,1	17,4	4,7	2,0
... fotografia	51	34,2	8,1	20,1	6,0	0,0
... scrittura	41	27,5	7,4	13,4	3,4	3,4
... pittura	40	26,8	8,7	12,8	4,0	1,3
... danza	20	13,4	6,7	5,4	0,7	0,7
... teatro/recitazione	13	8,7	4,7	3,4	0,7	0,0
... scultura	9	6,0	1,3	4,0	0,0	0,7
... arti marziali	2	1,3	0,7	0,7	0,0	0,0
Totale	194	100,0	28,4	54,6	13,9	3,1

194 i ragazzi che fanno grafica/illustrazione: il 12,4% del campione totale. Tra questi il 23,2% *non fa altre attività*, mentre il 76,8% sperimenta anche *musica* (55,7%), *video* (36,2%) e *fotografia* (34,2%), quindi *scrittura* (27,5%) e *pittura* (26,8%). I ragazzi fino a 15 anni sono più interessati ad abbinare *grafica/illustrazione* con *danza*, *recitazione* e *arti marziali*. Tra i 16 e 18 anni, l'associazione delle attività legate alle arti visive avviene per lo più con la *musica*, la *fotografia* e la *scultura*. Oltre i 19 anni, la tendenza maggiore è quella a non abbinare *alcuna altra attività* alla grafica/illustrazione: inclinazione alla monodisciplinarietà mostrata dalla fascia d'età anche per gli ambiti della *scrittura* e del *video*; tra le attività condivise con la *grafica/illustrazione* vi sono comunque principalmente la *fotografia* e la *pittura*.

Tabella 3.11 - Grafica/illustrazione con il desiderio di...

Vorresti occuparti di...	Totale (VA)	Totale (%)
Musica		
Si	51	45,9
No	60	54,1
- Totale	111	100,0
Video		
Si	67	47,9
No	73	52,1
Totale	140	100,0
Scrittura		
Si	57	37,3
No	96	62,7
- Totale	153	100,0

Coloro che si occupano di grafica/illustrazione hanno tendenzialmente scarsa inclinazione ad accompagnare questa attività con altre: soprattutto per *scrittura* (62,7%), ma anche per *musica* (54,1%) e per *video* (52,1%).

L'ESIGENZA DI ESPRIMERE O COMUNICARE CREATIVITÀ

Tabella 3.12 - Desiderio di esprimersi e numero di attività svolte

Senti il bisogno di esprimere la tua creatività?	Totale (VA)	Totale (%)	Il numero di attività svolte		
			Nessuna	Una sola	Due e oltre
Molto	272	17,3	1,6	5,5	10,2
Abbastanza	589	37,6	8,3	11,1	18,2
Poco	366	23,3	10,3	6,6	6,4
Per niente	177	11,3	6,1	2,7	2,5
Non disponibile	164	10,5	5,1	2,4	2,9
Totale	1568	100,0	31,4	28,4	40,2

Indipendentemente dal fatto che i ragazzi facciano già una o più attività creative, i dati della tabella forniscono una stima circa la necessità e il desiderio che hanno di esprimersi. Il confronto tra le tre categorie individuate, in funzione del numero di attività svolte, fornisce una riflessione piuttosto prevedibile: gli "inattivi" avvertono *poco* questa necessità, mentre i "monodisciplinari" e i "multidisciplinari" hanno segnalato maggiore bisogno di esprimere la propria creatività.

FORME DI CREATIVITÀ ATTRAVERSO CUI ESPRIMERSI

Ritornando al campione totale della ricerca, sempre in funzione del numero di attività svolte, la tabella che segue consente di comprendere attraverso quali percorsi vorrebbero esprimersi gli "inattivi", i "monodisciplinari" e i "multidisciplinari".

Tabella 3.13 - La forma per comunicare la propria creatività e numero di attività svolte

Con quale forma/disciplina vorresti esprimerti?	Totale (VA)	Totale (%)	Il numero di attività svolte		
			Nessuna	Una sola	Due e oltre
Musica	1020	65,1	24,4	28,6	47,1
Video	848	54,1	25,8	25,1	49,1
Grafica/illustrazione	759	48,4	26,0	26,0	48,1
Scrittura	718	45,8	24,2	25,5	50,3
Totale	1568	100,0	31,4	28,4	40,2

Non si segnalano discordanze rispetto alle attività creative attraverso cui esprimersi per le diverse categorie individuate. Si evidenzia solamente una maggiore inclinazione dei "monodisciplinari" per la *musica* e dei "multidisciplinari" per la *scrittura*; questi ultimi, inoltre, al contrario dei "monodisciplinari", prediligono in misura inferiore la *musica* associata ad altre attività.

MUSICA

Tabella 3.14 - Musica: esigenza di esprimere o comunicare creatività e numero di attività svolte

In che modo vorresti esprimerti con la musica?	Totale (VA)	Totale (%)	Il numero di attività svolte		
			Nessuna	Una sola	Due e oltre
Cantare	398	39,0	7,5	9,7	21,4
Suonare uno strumento	299	29,3	5,2	9,1	14,6
Mettere dischi (dj)	275	27,0	7,4	7,9	11,3
Fare musica con il computer	245	24,0	5,6	5,4	12,7
Scrivere testi per canzoni	186	18,2	3,7	4,2	10,2
Comporre musica	118	11,6	1,1	3,1	7,3
Fare musica per film/video	112	11,0	2,0	2,8	6,0
Fare performance musicali	76	7,5	1,2	1,8	4,4
Fare il tecnico del suono	74	7,3	1,8	2,3	3,0
Totale	1020	100,0	24,4	28,6	47,1

Gli "inattivi" che vorrebbero fare attività musicali hanno segnalato soprattutto *fare musica con il computer*, *mettere dischi (dj)* e *fare il tecnico del suono*; i "monodisciplinari", in particolare, *mettere dischi (dj)* e *fare il tecnico del suono*, mentre i "multidisciplinari" *fare performance musicali* e *comporre musica*.

VIDEO

Tabella 3.15 - Video: esigenza di esprimere o comunicare creatività e numero di attività svolte

In che modo vorresti esprimerti con i video?	Totale (VA)	Totale (%)	Il numero di attività svolte		
			Nessuna	Una sola	Due e oltre
Girare filmati con amici/parenti	444	52,4	12,3	12,9	27,2
Girare video musicali	239	28,2	5,9	5,9	16,4
Fare la regia	191	22,5	6,4	4,4	11,8
Fare le musiche	147	17,3	3,9	2,6	10,9
Creare le animazioni/la grafica	135	15,9	3,2	3,9	8,8
Girare cortometraggi	132	15,6	2,4	2,8	10,4
Fare gli effetti speciali	126	14,9	3,8	3,0	8,1
Fare la fotografia	123	14,5	3,3	2,6	8,6
Scrivere sceneggiature	105	12,4	2,5	2,5	7,4
Fare il montaggio	86	10,1	2,6	2,6	5,0
Totale	848	100,0	25,8	25,1	49,1

Nell'ambito del video, gli "inattivi" vorrebbero *fare la regia, fare il montaggio e fare gli effetti speciali*. I "monodisciplinari", invece, *girare filmati, fare il montaggio e creare le animazioni/la grafica*. I "multidisciplinari", infine, *girare cortometraggi e fare le musiche*.

SCRITTURA

Tabella 3.16 - Scrittura: esigenza di esprimere o comunicare creatività e numero di attività svolte

In che modo vorresti esprimerti con la scrittura?	Totale (VA)	Totale (%)	Il numero di attività svolte		
			Nessuna	Una sola	Due e oltre
Racconti	247	34,4	6,6	8,4	19,5
Poesie	211	29,4	4,9	6,0	18,5
Testi di canzoni	194	27,0	5,2	5,7	16,2
Articoli (su carta/on line)	188	26,2	6,3	6,3	13,7
Romanzi	183	25,5	4,9	6,8	13,8
Sceneggiature film/video	96	13,4	3,3	2,8	7,2
Teatro (drammaturgie)	84	11,7	2,4	2,4	7,0
Pensieri, aforismi, detti ecc.	10	1,4	0,3	0,3	0,8
Totale	718	100,0	24,2	25,5	50,3

Le attività più ambite per gli "inattivi" nel campo della scrittura sono le *sceneggiature per film/video* e gli *articoli*; per i "monodisciplinari" *racconti e romanzi*; per i "multidisciplinari" le *poesie*.

GRAFICA / ILLUSTRAZIONE

Tabella 3.17 - Grafica/illustrazione: esigenza di esprimere o comunicare creatività e numero di attività svolte

In che modo vorresti esprimerti con la grafica/illustrazione?	Totale (VA)	Totale (%)	Il numero di attività svolte		
			Nessuna	Una sola	Due e oltre
Fumetti/illustrazione	244	32,1	7,1	7,4	17,7
Pittura	223	29,4	4,5	6,5	18,5
Poster	180	23,7	5,3	5,0	13,4
Graffiti	180	23,7	5,3	6,6	11,9
Copertine	171	22,5	4,9	4,7	12,9
Siti web	157	20,7	5,0	5,4	10,3
Design	116	15,3	4,1	3,7	7,5
Grafica/animazione per video	94	12,4	1,8	2,9	7,6
Disegno tecnico	90	11,9	3,7	2,8	5,4
Arte digitale	73	9,6	1,6	2,0	6,1
Collage book	46	6,1	1,1	1,5	3,6
Caratteri	46	6,1	1,2	1,3	3,6
Flyer	44	5,8	1,5	1,3	3,0
Sketchbook	23	3,0	0,4	0,4	2,2
Aerosol art	17	2,2	0,1	0,5	1,6
Modelli moda	4	0,5	0,1	0,0	0,4
Progetti arredo	2	0,3	0,0	0,0	0,3
Modelli auto	2	0,3	0,0	0,0	0,3
Totale	759	100,0	26,0	26,0	48,1

In ambito grafico, infine, le attività scelte dai ragazzi, indipendentemente dalla categoria, sono molteplici: gli "inattivi", in particolare, hanno segnalato *design, disegno tecnico, flyer e siti web*; i "monodisciplinari" *graffiti, siti web e design*; i "multidisciplinari" hanno interesse soprattutto per *design, sketchbook e aerosol art*.

PERCORSI MULTIDISCIPLINARI

Si è voluto, poi, fare un focus specifico su alcuni percorsi multidisciplinari, in funzione del numero di attività svolte dai ragazzi.

Tabella 3.18 - Percorsi multidisciplinari: gli approfondimenti desiderati e numero di attività svolte

Quali di questi percorsi ti piacerebbe approfondire?	Totale (VA)	Totale (%)	Il numero di attività svolte		
			Nessuna	Una sola	Due e oltre
Musica e scrittura					
Scrivere testi per canzoni	338	25,5	5,2	6,8	13,5
Giornalismo musicale	221	16,7	3,6	4,5	8,5
Altro	30	2,3	0,5	1,1	0,8
Musica e grafica					
Creare la grafica di un CD	318	24,0	5,3	6,1	12,6
Creare i manifesti per una band	189	14,2	3,4	3,6	7,2
Creare l'immagine grafica di band	179	13,5	2,6	3,8	7,0
Altro	18	1,4	0,2	0,3	0,8
Musica e video					
Girare videoclip musicali	370	27,9	6,3	6,7	14,9
Fare il vj	282	21,3	5,4	6,0	9,8
Realizzare musica per film/video	233	17,6	3,5	4,2	9,8
Altro	20	1,5	0,2	0,5	0,8
Scrittura e video					
Scrittura visiva	136	10,2	2,8	1,9	5,6
Poesia visiva	92	6,9	1,1	1,4	4,5
Video e grafica					
Scrivere sceneggiature/soggetti	299	22,5	6,0	4,6	12,0
Creare la grafica per film/video	258	19,4	4,8	4,2	10,5
Creare le animazioni per film/video	257	19,4	5,1	4,4	10,0
Nessuno	243	18,3	8,4	5,7	4,1
Totale	1327	100,0	28,2	28,6	43,2

Evidentemente gli "inattivi" e i "monodisciplinari" sono quelli meno propensi ad attivarsi su percorsi multiespressivi: entrambi hanno segnalato per lo più di non essere interessati a tali attività. I "multidisciplinari", invece, hanno maggiore interesse ad attivare tali percorsi, segnalando in particolare *realizzare musica per film/video* e *poesia visiva*.

IL BISOGNO DI FORMAZIONE

Tabella 3.19 - Il bisogno di formazione e il numero di attività svolte

Ti piacerebbe frequentare un corso nel campo d'interesse?	Totale (VA)	Totale (%)	Il numero di attività svolte		
			Nessuna	Una sola	Due e oltre
Molto	348	22,2	2,8	6,8	12,6
Abbastanza	528	33,7	8,8	9,7	15,2

Poco	272	17,3	7,0	5,1	5,2
Per niente	263	16,8	7,8	4,9	4,1
Non disponibile	157	10,0	5,0	2,0	3,1
Totale	1568	100,0	31,4	28,4	40,2

Per quanto riguarda il bisogno di formazione nei diversi campi della creatività, si assiste ad una netta spaccatura tra gli "inattivi" e coloro che già fanno attività: se i primi, infatti, avvertono *poco* o *niente* questa necessità e i "monodisciplinari" la registrano senza però valori anomali, sono i "multidisciplinari", cioè coloro che già fanno più attività, a segnalare con più forza la necessità di approfondire le proprie conoscenze e abilità.

Tabella 3.20 - Il contesto per la formazione e il numero di attività svolte

In che ambito vorresti frequentare un corso?	Totale (VA)	Totale (%)	Il numero di attività svolte		
			Nessuna	Una sola	Due e oltre
Scolastico	493	31,4	9,8	9,2	12,4
Extra-scolastico	704	44,9	10,8	13,0	21,1
Non disponibile	371	23,7	10,8	6,3	6,6
Totale	1568	100,0	31,4	28,4	40,2

Per quanto concerne, inoltre, il contesto per la formazione, emerge che gli "inattivi" preferiscono l'ambito *scolastico*, mentre i "multidisciplinari" prediligono occasioni in ambito *extra-scolastico*.

GLI SPAZI PER ESPRIMERSI

Tabella 3.21 - Gli spazi per esprimersi e il numero di attività svolte

Senti l'esigenza di spazi per esprimere la tua creatività?	Totale (VA)	Totale (%)	Il numero di attività svolte		
			Nessuna	Una sola	Due e oltre
No	372	27,6	13,0	8,2	6,5
No, ci sono già	259	19,2	5,8	6,2	7,2
Un palco per concerti	221	16,4	1,9	5,3	9,2
Riviste o giornali su cui scrivere	214	15,9	3,6	3,5	8,8
Spazi televisivi	184	13,6	3,3	2,3	8,1
Laboratori per il montaggio video	177	13,1	2,4	3,3	7,5
Laboratori per grafica animazione	172	12,8	2,8	3,0	6,9
Muri per graffiti	171	12,7	2,2	2,6	7,9
Riviste o giornali per disegni/fumetti	116	8,6	1,5	1,8	5,3
Totale	1349	100,0	29,3	28,7	41,4

L'ultimo aspetto considerato, ovvero la necessità di spazi per esprimersi, riflette in modo evidente l'attitudine e il numero di attività svolte dai ragazzi: gli "inattivi" hanno segnalato per lo più che non sentono il bisogno di spazi per la propria espressione, così come anche i "monodisciplinari", i quali tuttavia evidenziano una maggiore richiesta di *un palco per concerti*; i "multidisciplinari" sono quelli che hanno segnalato maggiori necessità, in particolare *muri per graffiti e riviste o giornali per disegni/fumetti*.

IN SINTESI

In questa sezione si è cercato di dare una lettura particolare dei dati inerenti la "creatività esistente" e quella "potenziale", muovendosi all'interno di un percorso diverso, volto a percepire l'atteggiamento dei giovani rispetto alla creatività e particolarmente all'intreccio e commistione delle varie forme, riassunto nei concetti di multidisciplinarietà e interdisciplinarietà.

Poco più di due ragazzi su tre svolge almeno un'attività in ambito creativo e solo il rimanente terzo della popolazione giovanile non ne svolge alcuna. Il dato è sicuramente molto interessante, posto alla luce di alcune riflessioni che possono scaturire. In primo luogo l'età del campione: è un'età di forte sperimentazione e i ragazzi, con grande entusiasmo, si dedicano spesso a più attività, che facilmente poi abbandoneranno più avanti. In secondo luogo, la massiccia offerta di attività scolastiche cosiddette extracurricolari che spesso portano i ragazzi a cimentarsi in ambiti creativi. Da ultimo, forse, una percezione della creatività molto vaga e generica. Indipendentemente da ciò, due ragazzi su tre sono creativi.

Non vi è alcuna rilevanza particolare nel rapporto tra creatività ed età, così come per creatività e aree di residenza; l'unico dato che emerge è che le femmine sono più attive dei maschi.

Sono state poi individuate tre categorie in funzione del numero di attività svolte dai ragazzi: gli "inattivi" (nessuna attività), i "monodisciplinari" (una sola attività) e i "multidisciplinari" (due o più attività).

Gli "inattivi" (un ragazzo su tre circa) si confermano tali non solo per aver indicato di non svolgere alcuna attività, ma anche per una tendenza a non avere necessità di esprimersi, a non aspirare a percorsi multidisciplinari, a non richiedere opportunità formative in campo creativo e a non avvertire l'esigenza di spazi per l'espressione.

I "monodisciplinari" (meno del 30% del campione) hanno ovviamente maggiore necessità di espressione, anche se spesso si accontentano di farlo attraverso una sola attività (per lo più la musica); non mostrando, infatti, particolare interesse per i percorsi multidisciplinari. Anche per quanto riguarda la formazione, non sentono particolari bisogni, così come non segnalano necessità di spazi per esprimersi.

I "multidisciplinari" (circa il 40%), infine, sono coloro che avvertono, più di tutti, la necessità di espressione (soprattutto nel campo della scrittura), di approfondimento formativo, di percorsi multidisciplinari e di spazi dove esprimere la propria creatività.

Tra coloro che già praticano attività creative nei quattro ambiti scelti, le percentuali di ragazzi che fanno solo una attività sono sempre inferiori a chi invece ne annovera diverse. L'attività maggiormente "condivisa" è il video: solo l'11,8% fa esclusivamente questa attività, mentre l'88,2% la affianca ad altro. Segue la scrittura: il 19,6% scrive, l'80,4% fa anche altro. Quindi la grafica/illustrazione (23,2% unica attività, 76,8% con altre attività) e infine la musica (29,4% contro 70,6%). Questo ultimo dato conferma come la musica, oltre ad essere la forma d'espressione maggiormente praticata, tenda ad essere la disciplina prevalentemente meno abbinata ad altre.

GIOVANI, “STILI DI VITA” E CREATIVITÀ

L'ultima sezione di questa pubblicazione è dedicata ad una lettura del questionario in funzione di una ulteriore variabile di suddivisione dei risultati: attraverso un processo di clusterizzazione, di cui si è detto nella premessa metodologica, sono stati individuati una serie di “stili di vita” dei giovani e, sulla base di questi, si è data una nuova lettura del rapporto “giovani e creatività”.

La procedura di clusterizzazione ha preso avvio dalla prima domanda del questionario: *quando non sei a*

scuola, cosa fai di solito?

L'organizzazione originaria della domanda prevede 29 possibili alternative, tra le quali i rispondenti hanno potuto sceglierne al più tre. Avvalendosi di un processo di associazione tra le possibili alternative di risposta, in alcuni casi codificate (*mi occupo di motori, studio, lavoro*), sono state individuate sei categorie.

Nella tabella 4.01 vengono riportate tutte le risposte alla domanda di riferimento, con la relativa categorizzazione.

Tabella 4.01 - Il processo di categorizzazione preliminare all'analisi cluster

01	Faccio sport	Categoria 1
02	Guardo la televisione	Categoria 2
03	Sto con la mia famiglia	Categoria 2
04	Mando SMS, faccio telefonate ad amici	Categoria 2
05	Esco con gli amici	Categoria 3
06	Esco con il mio ragazzo/ragazza	Categoria 3
07	Vado in giro	Categoria 3
08	Vado in discoteca	Categoria 4
09	Vado a sentire concerti	Categoria 4
10	Vado in giro per locali (pub, sale giochi, bar)	Categoria 4
11	Leggo (libri, giornali, riviste, fumetti ecc.)	Categoria 2
12	Vado in biblioteca	Categoria 5
13	Faccio musica o canto (da solo, con il mio gruppo ecc.)	Categoria 1
14	Skate	Categoria 1
15	Faccio un corso di: ...	Pre-attribuita
16	Vado a teatro	Categoria 5
17	Vado a visitare musei, mostre ecc.	Categoria 5
18	Vado al cinema	Categoria 5
19	Faccio shopping	Categoria 3
20	Ascolto musica	Categoria 2
21	Ascolto la radio	Categoria 2
22	Faccio attività culturali o corsi di vario genere (teatro, fotografia, pittura ecc.)	Categoria 5
23	Gioco alla play station o al computer	Categoria 2
24	Uso il computer per: ...	Categoria 2
25	Faccio volontariato	Categoria 6
26	Partecipo a gruppi e ad associazioni	Categoria 6
27	Frequento l'oratorio/parrocchia	Categoria 3
28	Coltivo i miei hobbies/passioni: ...	Pre-attribuita
29	Altro (specificare: ...)	Pre-attribuita
40	Mi occupo di motori	Categoria 6
41	Studio	Categoria 1
42	Lavoro	Categoria 5
30	Non risponde	Non disponibile

La scelta di rappresentare i giovani attraverso i loro "stili di vita" prevalenti è stata effettuata ricorrendo ad un "processo di elaborazione" che tende a far emergere un numero di gruppi/segmenti adeguato a contenere al loro interno comportamenti simili e a cogliere, al contempo, le principali eterogeneità esistenti tra di essi. Questa procedura ha consentito di rappresentare i giovani reggiani attraverso sette modelli differenti, ciascuno con proprie

specificità, relative alla vita in casa, con gli amici, ai percorsi di formazione ulteriori intrapresi oltre la scuola, al coinvolgimento in attività culturali e all'impegno sociale. Ovviamente questi gruppi/segmenti di riferimento riescono a tracciare delle abitudini comportamentali nelle quali i giovani possono identificarsi, ma non permettono però di definire in modo puntuale l'eterogeneità che caratterizza ciascun individuo. Sono pertanto chiavi di lettura adottate per facilitare interpretazioni e associazioni, pur riconoscendo il limite insito in un qualsiasi processo finalizzato a raccogliere e stilizzare le diversità individuali in modelli comuni e condivisi. Con queste cautele, i profili emergenti mettono in luce le diverse modalità che i giovani usano per rapportarsi ai loro coetanei e al loro ambiente familiare e sociale di riferimento.

I sette diversi "stili di vita" individuati sono:

- > Sociali Dinamici (SD)
- > Ludici Sociali (LS)
- > Home-Based Sociali (HBS)
- > Partecipativi Eclettici (PE)
- > Home-Based Culturali (HBC)
- > Attivi Sociali (AS)
- > Home-Based Attivi (HBA)

Gli "stili di vita" emergenti non identificano la rilevanza o l'importanza attribuita a ciascuna delle categorie preliminari utilizzate per la procedura di segmentazione, bensì la frequenza di scelta della categoria all'interno del segmento e, quindi, la probabilità che essa sia associata alle altre disponibili nelle modalità di organizzazione del tempo libero da parte dei giovani.

Nella tabella 4.02 si riportano i segmenti individuati in funzione delle sei categorie definite: quanto più i valori si avvicinano a uno, tanto più quel determinato segmento possiede una specifica caratteristica, riconducibile appunto alla categoria. Quanto più il valore si avvicina a zero, tanto più il segmento non afferisce alla determinata categoria.

Tabella 4.02 - I segmenti emergenti: le categorie di riferimento

Le categorie di riferimento	Segmenti di riferimento						
	SD	LS	HBS	PE	HBC	AS	HBA
1. Sport, Motori, Corso di...	0,74	0,52	0,00	0,22	0,09	1,00	0,89
2. In casa per PC, musica, telefono, relax	0,00	0,00	1,00	0,48	0,99	1,00	0,85
3. Fuori casa con gli amici	1,00	1,00	1,00	0,62	0,24	1,00	0,00
4. In giro per locali	0,02	1,00	0,19	0,12	0,02	0,00	0,25
5. Attività culturali	0,15	0,00	0,00	0,09	0,47	0,00	0,02
6. Impegno attivo in associazioni o lavoro	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00

La definizione degli “stili di vita” ha portato a suddividere il campione totale della ricerca nei sette modelli di riferimento, con le numeriche assolute e percentuali riportate in tabella 4.03.

Tabella 4.03 - I segmenti emergenti: i parametri di riferimento

I parametri di riferimento	Segmenti di riferimento						
	SD	LS	HBS	PE	HBC	AS	HBA
Totale (VA)	274	142	410	91	169	268	214
Totale (%)	17,5	9,1	26,1	5,8	10,8	17,1	13,6

I segmenti definiti presentano peculiarità in funzione del sesso degli appartenenti a ciascuno di essi; in particolare, i segmenti SD, LS, AS e HBA sono prevalentemente popolati da ragazzi, il quinto (HBC) da ragazze ed il terzo (HBS) appare invece, rispetto a questa variabile, neutro. Gli “stili di vita” sembrano quindi ancora fortemente condizionati da background culturali e sociali che definiscono gli spazi dedicati ai giovani in funzione del sesso di appartenenza.

Contrariamente al metodo utilizzato nelle precedenti sezioni, in questo contesto si privilegerà una lettura discorsiva dei dati emersi, riportando solamente alcune tabelle in calce alla presente sezione. Seguono, dunque, le descrittive dei segmenti riconosciuti, con alcune considerazioni legate al rapporto che ciascun “stile di vita” mostra con l’ambito creativo.

(segmento 1) SOCIALI DINAMICI

Il segmento è costituito da giovani che certamente dedicano agli amici e fuori casa una buona parte del loro tempo. Alla dimensione cruciale di socializzazione vengono associate altre attività, tra cui un’attività sportiva o un corso di musica/canto. Molto meno diffuso l’apprezzamento per altre attività culturali. Il segmento rappresenta il 17,5% dell’intero campione e la sua diffusione si ripete in modo regolare in tutte le classi di età indagate e per tutte le zone di residenza. Riguardo all’area di formazione, il segmento accoglie, rispetto ad altri, un numero più elevato di universitari.

Le forme di creatività preferite sono la musica, la fotografia e il video, che risultano essere anche le più esercitate. Le forme meno apprezzate, invece, sono la scrittura, la scultura e le arti marziali. Un ragazzo su quattro non fa alcuna attività creativa.

In campo musicale suonano uno strumento, cantano e fanno musica con il computer, mentre nell’ambito del video, girano filmati, cortometraggi e videoclip e ne curano il montaggio. Scrivono soprattutto poesie e racconti, ma anche testi per canzoni, e amano molto la pittura, l’illustrazione e il design grafico e per il web.

Il desiderio di esprimere la propria creatività è molto forte nel segmento, così come quello della esigenza di

formazione; è attraverso la musica che preferiscono esprimersi: in particolare cantare, suonare uno strumento e mettere dischi (djing). Percentuale di poco inferiore per coloro che vorrebbero fare video, soprattutto filmati con amici/parenti, video musicali e curare la regia. Poco meno della metà vorrebbe occuparsi di grafica, in particolare attraverso la realizzazione di fumetti/illustrazioni, packaging e siti web. Per quanto riguarda la necessità di spazi per la propria espressione, due ragazzi su tre non ne avvertono il bisogno: tra chi invece ne sente necessità, le richieste più frequenti riguardano palchi per concerti e riviste o giornali su cui scrivere.

Infine, i “Sociali Dinamici” sono soprattutto “monodisciplinari”, anche se mostrano interesse verso i percorsi multidisciplinari, con particolare attenzione per i videoclip musicali, il packaging, i testi per le canzoni, la realizzazione di musica e grafica per il video.

(segmento 2) LUDICI SOCIALI

I giovani appartenenti al secondo segmento uniscono alla sostanziale esigenza di socializzazione che coinvolge tutti i soggetti, l’abitudine a frequentare e vivere i locali di intrattenimento. La metà di essi continua a dedicarsi ad un’attività sportiva o di formazione ulteriore. Rappresentano il 9,1% dell’intero campione, sono prevalentemente collocati nella fascia tra i 16 ed i 18 anni e coinvolgono un numero di liceali inferiore rispetto agli altri segmenti. La distribuzione per zone di residenza non presenta invece anomalie particolarmente rilevanti.

I “Ludici Sociali” mostrano una palese inclinazione verso la musica: è la forma creativa preferita e quella che praticano maggiormente, soprattutto in attività legate alla musica “elettronica” (mettere dischi e fare musica con il computer); accanto a queste attività amano anche cantare e, in misura inferiore, suonare uno strumento, realizzare musiche per il video e scrivere testi per canzoni.

Anche tra le attività che vorrebbero fare maggiormente, prevalgono quelle in ambito musicale, soprattutto in funzione di percorsi multidisciplinari: fare fotografie, girare videoclip musicali, far musiche per il video e vjing. Praticano molto anche grafica e scrittura.

In termini di “creatività esistente” e “potenziale”, è un segmento contraddittorio: da un lato, solo un ragazzo su tre non fa alcuna attività creativa e molti indicano che vorrebbero seguire percorsi multidisciplinari; dall’altro, non segnalano una evidente necessità espressiva, di formazione e di spazi per l’espressione.

(segmento 3) HOME-BASED SOCIALI

Il terzo segmento, con un’incidenza del 26,1% sul campione, raccoglie i giovani che uniscono all’esigenza di socializzazione la scelta di passare parte del loro tempo in casa, per ascoltare musica, usare il PC o più semplicemente trascorrere qualche ora con i familiari.

Sono inoltre più propensi, rispetto ai due segmenti precedenti, all'impegno in un'attività di formazione specifica oltre a quella scolastica. Sul piano anagrafico, questo "stile di vita" coinvolge in modo regolare i giovani collocati in tutte le fasce di età del campione e residenti in tutta la provincia di Reggio Emilia. L'unica tipicità è la maggiore diffusione del modello tra coloro che frequentano scuole professionali.

È un segmento "creativamente attivo": due ragazzi su tre praticano un'attività creativa, tra musica, fotografia e video.

In campo musicale amano particolarmente cantare, fare musica con il computer e suonare uno strumento. Nell'ambito del video, invece, amano molto spaziare nelle diverse tipologie di attività: dal girare filmati, corti o videoclip al dedicarsi alla regia, dalla scrittura di sceneggiature al montaggio, fino agli effetti speciali e alle animazioni. Nella scrittura prediligono le forme del racconto e della poesia, ma si cimentano anche nella stesura di testi per canzoni. Praticano la pittura e l'illustrazione.

Anche il desiderio di esprimersi è una esigenza segnalata, così come il bisogno di formazione: le aspettative in merito ricalcano fedelmente le attività maggiormente esercitate riportate sopra.

I ragazzi appartenenti a questo segmento sono molto inclini ai percorsi multidisciplinari.

(segmento 4) PARTECIPATIVI ECLETTICI

Il segmento raccoglie giovani con un atteggiamento aperto ad una moltitudine di attività; tutti gli appartenenti a questo segmento dichiarano un impegno attivo in associazioni e nel lavoro ma una buona parte continua a dare rilievo alle ore trascorse con gli amici e/o allo sport e ai corsi di formazione aggiuntivi oppure ancora alle pause in casa per leggere, usare il PC, ascoltare musica ecc. Sono il 5,8% del campione indagato, con una leggera prevalenza di studenti liceali e più presenti tra coloro che abitano la provincia nella zona collinare o di montagna.

I "Partecipativi Eclettici" prediligono la musica, la fotografia e il video, tuttavia, a riconferma della tipologia del segmento, hanno percentuali molto alte anche per altre forme d'espressione quali la pittura, la scrittura e la danza. Questa caratterizzazione si ritrova anche nelle forme di creatività praticate, benché quasi un ragazzo su cinque non ne pratichi alcuna.

L'attività musicale nettamente prevalente è suonare uno strumento, seguita dalla produzione di musica al computer e dal canto. In ambito video mostrano molta meno attività rispetto agli altri segmenti, prediligendo la realizzazione di filmati, cortometraggi o videoclip e scrivere sceneggiature, ma anche gli effetti speciali e la regia. Per la scrittura si dedicano molto alla poesia, ma anche al racconto e agli articoli su carta e on line. Molto versatili anche nelle attività legate alla grafica/illustrazione: pittura, design, illustrazione, ma anche disegno tecnico e grafica/animazioni per il video.

È il segmento in cui viene avvertito, maggiormente rispetto agli altri, il desiderio di esprimersi attraverso diverse forme creative, e si palesa la necessità di formazione in ambito artistico (due ragazzi su tre). I valori delle attività più desiderate confermano i dati relativi alle attività in essere.

Gli spazi per esprimersi più richiesti risultano essere le riviste su cui scrivere, i laboratori per la grafica e i palchi per concerti.

Marcata tendenza alla multidisciplinarietà: sono più frequenti i ragazzi che fanno due o più attività creative.

(segmento 5) HOME-BASED CULTURALI

Il 10,8% dei giovani identifica la casa come un ambiente cruciale in cui svolgere attività di vario genere. La forte permanenza nell'abitazione unisce, nella metà dei casi, l'impegno in attività culturali e nel 25% circa, la vita sociale con gli amici. Questo modello si ripete in modo abbastanza regolare in termini di classi di età, zone di residenza e percorso formativo.

Anche gli "Home-Based Culturali", come altri segmenti, amano e praticano più di tutto la musica, la fotografia e il video.

Le attività musicali più frequenti sono cantare e suonare uno strumento, ma anche la produzione di musica con il computer e la scrittura di testi per canzoni. Le attività in campo video, invece, sono girare filmati, corti o videoclip, fare la regia e scrivere sceneggiature. Praticano una grande varietà di attività legate alla scrittura, con un'attenzione in particolare ai racconti, alle poesie e al romanzo. Molte attività anche nel campo grafica/illustrazione: dalla pittura al graphic design, dall'illustrazione al web design.

L'esigenza di esprimersi è in linea con quella emersa dalla media generale, mentre la necessità di formazione è più forte. Sono pochi quelli che non fanno alcuna attività creativa (un ragazzo su cinque circa): ampio il range, invece, che va dalla monodisciplinarietà alla multidisciplinarietà. Nonostante questo, sono molti a non richiedere spazi per la propria espressione o a ritenere che già esistano.

(segmento 6) ATTIVI SOCIALI

Il segmento raccoglie i giovani, 17,1% del campione, che avvicinano sistematicamente la vita in casa, con un'attività formativa ulteriore e con gli amici. Questo modello è maggiormente diffuso tra i più giovani e coinvolge soprattutto studenti che hanno avviato un percorso in area tecnica o in area liceale.

Gli "Attivi Sociali" amano e praticano musica, video e fotografia, ma evidenziano anche una percentuale alta di

ragazzi che non pratica alcuna attività (uno su tre).

In ambito musicale suonano uno strumento, cantano e fanno musica con il computer. Nell'ambito del video prediligono in particolar modo girare filmati, cortometraggi e videoclip, ma praticano frequentemente anche le altre attività: soprattutto scrivere sceneggiature, fare la regia e le musiche. Nella scrittura si dedicano ai racconti, alle poesie e alla stesura di articoli. Molto attivi nella pittura e nell'illustrazione, ma anche nel disegno tecnico, nel design e nella grafica/animazione per il video.

L'esigenza di esprimersi ha valori nella media generale e si manifesta soprattutto attraverso la musica. Il video e la grafica hanno percentuali molto vicine, mentre la scrittura rimane la forma meno desiderata.

Il numero di attività divide il segmento: sono molti gli "inattivi" (uno su tre), ma tra quelli che fanno attività prevalgono coloro che scelgono percorsi multidisciplinari.

Per lo più ritengono di non aver bisogno di spazi per esprimersi.

(segmento 7) HOME-BASED ATTIVI

Il segmento è costituito dai giovani che alternano un'attività formativa ulteriore alla sosta in casa per studiare e coltivare i propri interessi. Rappresenta il 13,6% del campione ed è popolato da tutte le classi di età con un'incidenza relativamente inferiore degli universitari; è diffuso soprattutto tra i residenti nel capoluogo di provincia.

Come il precedente segmento, anche i ragazzi "Home-Based Attivi" amano e praticano musica, video e fotografia; la percentuale di ragazzi che non pratica alcuna attività creativa è bassa (un ragazzo su cinque).

Suonano uno strumento, fanno musica con il computer, cantano e scrivono testi per canzoni. Percentuali più basse, ma molto distribuite sono invece quelle presentate per il video: in particolare produrre filmati, cortometraggi o videoclip, scrivere sceneggiature, fare il montaggio, gli effetti speciali e la grafica. Nell'ambito della scrittura prediligono particolarmente il genere del racconto, accanto alla poesia, al romanzo e agli articoli per la stampa o per il web. In ambito grafica/illustrazione praticano per lo più la pittura e l'illustrazione, ma anche il disegno tecnico e il design.

È il segmento caratterizzato dalla più bassa disposizione alla creatività, alla necessità di espressione e di spazi. I giovani di questo segmento, praticano per lo più una sola attività e sono poco "multidisciplinari": tra questi ultimi, i percorsi preferiti sono indirizzati verso il giornalismo musicale e la creazione di packaging, testi di canzoni e videoclip.

TABELLE DI RIFERIMENTO

Tabella 4.04 - Forma di creatività preferita e "stili di vita"

Quali forme di creatività preferisci?	Totale (VA)	Totale (%)	Segmenti di riferimento (%)						
			SD	LS	HBS	PE	HBC	AS	HBA
Musica	1096	69,9	70,9	73,6	75,9	65,5	67,6	64,3	65,4
Fotografia	670	42,7	44,0	44,0	43,7	51,7	48,1	38,6	36,8
Video	654	41,7	41,7	37,4	42,1	32,8	44,4	45,6	39,7
Danza	421	26,8	25,1	23,1	33,7	22,4	26,9	28,1	19,1
Pittura	329	21,0	21,1	19,8	18,4	24,1	24,1	20,5	22,8
Nessuna	301	19,2	18,9	19,8	19,2	19,0	15,7	21,1	19,1
Grafica/illustrazione	265	16,9	20,6	18,7	13,8	17,2	22,2	16,4	13,2
Teatro/recitazione	226	14,4	16,6	12,1	14,2	22,4	15,7	12,3	11,8
Scrittura	199	12,7	7,4	5,5	13,4	22,4	18,5	11,7	14,7
Scultura	84	5,4	6,9	4,4	3,1	6,9	5,6	4,7	8,1
Arti marziali	24	1,5	2,3	1,1	1,5	0,0	0,0	2,3	0,7
Non disponibile	27	1,7	1,7	2,2	1,9	1,7	0,9	1,8	2,2
Totale	1568	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabella 4.05 - Forma di creatività utilizzata e "stili di vita"

Quali forme di creatività utilizzi?	Totale (VA)	Totale (%)	Segmenti di riferimento (%)						
			SD	LS	HBS	PE	HBC	AS	HBA
Musica	605	38,6	38,9	40,7	36,4	36,2	38,0	37,4	44,1
Nessuna	423	27,0	25,7	29,7	29,9	24,1	21,3	31,0	22,8
Fotografia	300	19,1	19,4	22,0	21,8	17,2	15,7	17,0	17,6
Video	289	18,4	17,7	19,8	16,9	17,2	17,6	21,6	17,6
Danza	224	14,3	12,6	12,1	19,5	10,3	17,6	11,7	10,3
Scrittura	214	13,6	9,1	6,6	15,7	15,5	25,9	11,1	12,5
Grafica/illustrazione	194	12,4	12,6	11,0	10,3	10,3	16,7	14,0	12,5
Pittura	170	10,8	10,9	6,6	11,1	8,6	15,7	14,0	5,9
Teatro/recitazione	84	5,4	4,6	3,3	5,7	8,6	10,2	4,1	2,9
Scultura	32	2,0	2,3	1,1	1,1	3,4	3,7	1,8	2,2
Arti marziali	13	0,8	1,7	1,1	0,4	0,0	0,0	1,8	1,5
Totale	1568	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabella 4.06 - L'esigenza di esprimere o comunicare creatività e "stili di vita"

Senti il bisogno di esprimere la tua creatività?	Totale (VA)	Totale (%)	Segmenti di riferimento (%)						
			SD	LS	HBS	PE	HBC	AS	HBA
Molto	272	17,3	20,6	13,2	16,9	19,0	20,4	15,2	15,4
Abbastanza	589	37,6	34,9	40,7	41,4	44,8	35,2	37,4	30,1
Poco	366	23,3	23,4	24,2	21,1	22,4	19,4	28,1	24,3
Per niente	177	11,3	10,3	12,1	11,1	8,6	13,0	9,9	14,0
Non disponibile	164	10,5	10,3	8,8	10,0	5,2	11,1	9,4	16,2
Totale	1568	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabella 4.07 - "Stili di vita" e numero di attività svolte

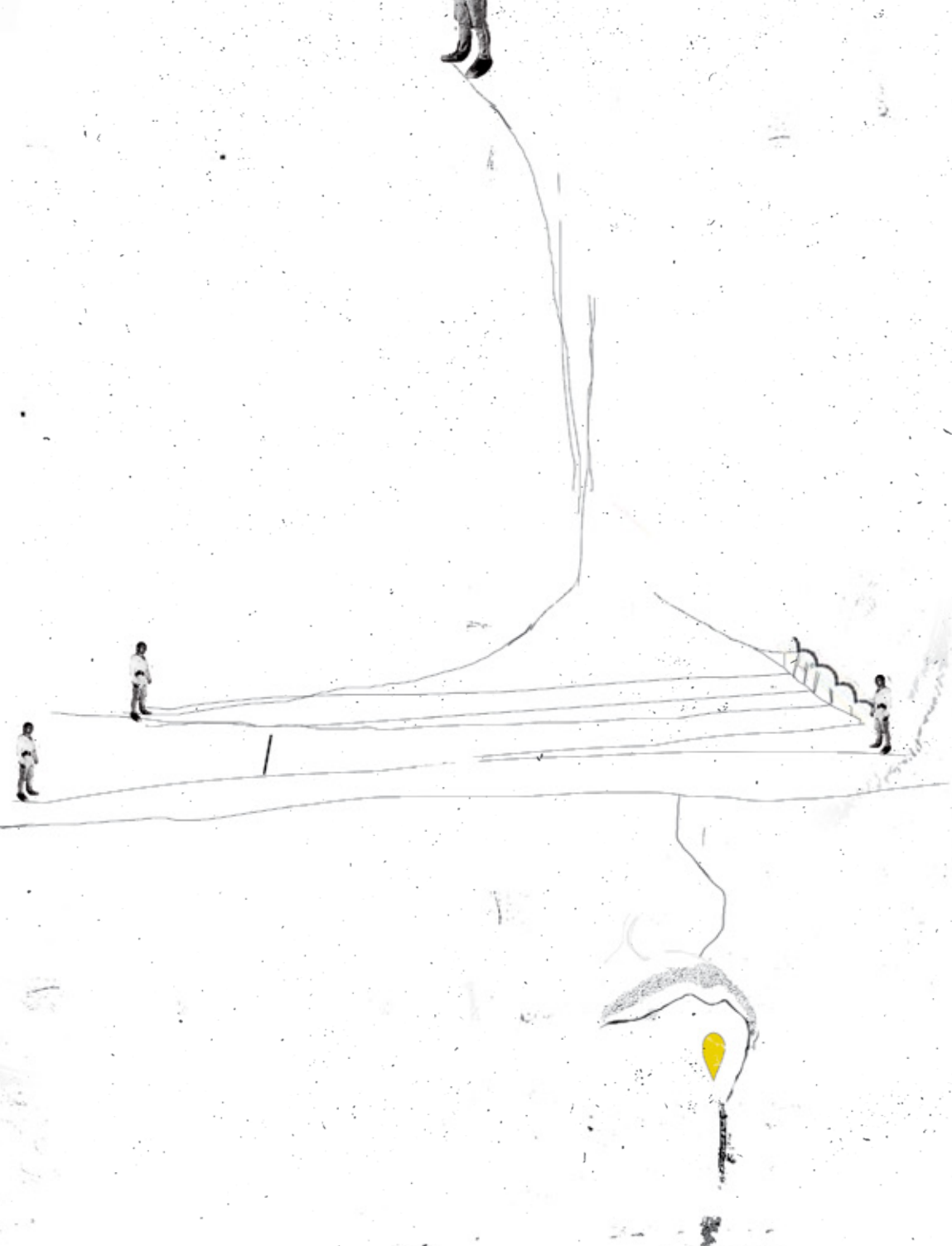
Segmenti di riferimento	Il numero di attività svolte (%)			Totale (%)
	Nessuna	Una sola	Due e oltre	
Sociali Dinamici	17,2	18,4	17,0	17,47
Ludici Sociali	10,1	8,3	8,7	9,06
Home-Based Sociali	27,0	25,4	26,0	26,15
Partecipativi Eclettici	5,5	5,8	6,0	5,80
Home-Based Culturali	8,5	9,2	13,6	10,78
Attivi Sociali	18,4	15,5	17,1	17,09
Home-Based Attivi	13,2	17,3	11,4	13,65
Totale	100,0	100,0	100,0	100,00

NOTA METODOLOGICA PER LA DEFINIZIONE DEI CLUSTER

È stata effettuata una analisi cluster gerarchica tesa alla definizione del numero "ottimale" di cluster (tipi comportamentali) impiegando, su variabili standardizzate (Z-score), la definizione di distanza euclidea quadratica ed il metodo di Ward (Ward, 1963). Si tratta di un algoritmo basato sulla perdita di informazione, risultante dal raggruppamento dei casi in cluster, misurata, per ogni variabile di classificazione, dalla somma totale quadratica delle deviazioni (ESS) di ogni osservazione (soggetto) dalla media di cluster (centro di cluster). Tale deviazione, nel nostro caso, viene misurata come distanza euclidea quadratica allo scopo di massimizzare le differenze tra i casi tra loro relativamente distanti. L'algoritmo di Ward è di tipo agglomerativo nel senso che allo stadio iniziale considera tanti cluster quanti sono i casi e l'agglomerazione avviene negli stadi successivi (Dillon e Goldstein, 1985).

Un difetto dell'analisi cluster consiste nel fatto che l'algoritmo statistico attribuisce ogni singolo caso ad un cluster, anche se, per qualche variabile, il singolo caso può essere relativamente distante dal centro del suo cluster (ciò avviene nonostante i cluster siano determinati in modo tale che, per l'insieme delle variabili di classificazione, le distanze tra i singoli casi e i centri del cluster cui appartengono siano comunque inferiori alle distanze tra i centri dei differenti cluster).

Per ulteriori specificazioni sulla metodologia utilizzata per definire questa linea interpretativa si veda anche la premessa metodologica iniziale.



E.

CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

Thomas De Zengotita, filosofo e antropologo, autore del pamphlet dal titolo *Mediated - How the Media Shapes Your World and the Way You Live in It*, ossia, brutalmente, *Mediatizzati (...)*, sostiene che i teenager hanno un ruolo centrale nella società postmoderna, paragonabile a quello della borghesia ai tempi della rivoluzione industriale.

Proprio sui giovani individui della nostra provincia, quelli compresi tra i 14 e i 21 anni, insiste la nostra indagine, volta a cogliere quei segnali, già percepiti, di predisposizione alla creatività, alla commistione dei linguaggi e

all'utilizzo consapevole delle nuove tecnologie.

La creatività è per sua natura trasversale e produce effetti positivi in tutte le attività economiche: ricerca, sistemi produttivi, nascita di nuove professionalità, produzione di nuove tecnologie, software ecc.

L'obiettivo di questa indagine è quello di formulare una istantanea della situazione esistente per contribuire, in un percorso condiviso, a creare occasioni di conoscenza e approfondimento, incentivando un linguaggio che veda miscelati più elementi e più codici con buona consapevolezza di coloro che, con approccio autoriale, vorranno cimentarsi in un "fare creativo".

La considerazione generale e più eclatante che si può trarre dai contenuti qualitativi forniti dalle risposte (dato già emerso dall'analisi quantitativa) e che appare con forza nella realtà vissuta dai ragazzi, è il grande e rapido consumo di oggetti: frutto della creatività umana; e di strumenti tecnologici non solo per divertimento, socializzazione, comunicazione col gruppo dei pari, ma anche di produzione artistica. Il tutto però sotteso da una scarsa consapevolezza delle proprie capacità e del proprio livello di conoscenza.

I dati generali ci dicono di ragazzi che fanno tante cose, che hanno tanti impegni e che si predispongono a condividerli con altri; in questo contesto le cosiddette "attività culturali" sono però meno frequenti di altre.

Nonostante ciò, i ragazzi dimostrano di gradire e praticare diverse attività creative: le prime quattro forme predilette (non necessariamente praticate) sono musica, fotografia, video e danza.

Nei vari ambiti si evidenzia che il rapporto tra i giovani e la creatività è ad un livello sicuramente embrionale: e la cosiddetta "creatività esistente" è una creatività tutta da formare, promuovere e incentivare.

Vale a dire che, quella che indichiamo come "creatività potenziale" non è altro che il desiderio di chi, già impegnato in qualche attività, dichiara di voler approfondire e migliorare le proprie conoscenze.

Certamente la multidisciplinarietà è la caratteristica che definisce i giovani che affrontano un discorso creativo; ma rimane una modalità di approccio istintiva e poco strumentata.

Gli "stili di vita", desunti da una lettura delle abitudini dei ragazzi, non hanno comunque evidenziato particolari differenze in merito all'attitudine ad essere creativi: le categorie mantengono un livello omogeneo di interesse e raramente evidenziano picchi di competenza, di preferenza o semplicemente gradimento.

In un contesto nel quale la creatività e, più in generale, la capacità di produrre idee ed innovazione, si intersecano con lo sviluppo delle città e le ricchezze sociali, culturali ed economiche di un territorio, l'impulso e l'attenzione

all'immaginario non possono che essere frutto di una azione organica di politiche rivolte alle future generazioni e allo sviluppo del tessuto sociale.

Viviamo in un territorio in cui l'immaginario è coltivato e incentivato sin dall'infanzia. Ed è proprio l'immaginario culturale che gioca un ruolo essenziale nella trasformazione delle identità collettive e individuali.

Nella fenomenologia della vita quotidiana si sono sempre più evidenziati filoni di comportamento, intrecci di valori, insiemi di stili di vita che dall'arte e dalla creatività sono in un qualche modo influenzati e guidati.

Scomodando Schopenhauer, che negli *Aforismi* fa una efficace distinzione tra "gli atti" e "le opere", viene da affermare che gli "artefatti" sono la messa in forma cosciente di determinati materiali e il risultato di un attività deliberata, cosicché il "fare creativo" dipende in primo luogo da una teoria della conoscenza, capace di indirizzare e migliorare la vita.

L'assunto indispensabile, filosofia basilare del Progetto ON, è ribadire il concetto che in ambito creativo il "saper fare" deve avere la meglio sul "voler fare"; da ciò si determina un'attenzione e una prioritaria importanza a momenti e occasioni di apprendimento, approfondimento e formazione.

Questo ci consente di poter contribuire al rilancio di una "cultura del sapere e del progetto", anche in ambito creativo, che vogliamo aperta, funzionale, multiforme e disponibile per tutti.

Al cospetto dei risultati ottenuti e al fine di stilare azioni propositive, nell'intento di procedere verso una cura ed una conservazione del potenziale creativo esistente, affermiamo che:

———> la presente ricerca può diventare un punto di riferimento per impostare future azioni sui giovani e, nello specifico, nell'ambito creativo;

———> è fondamentale si crei un osservatorio, con carattere di permanenza sul territorio, che registri istanze e fornisca servizi in ambito creativo;

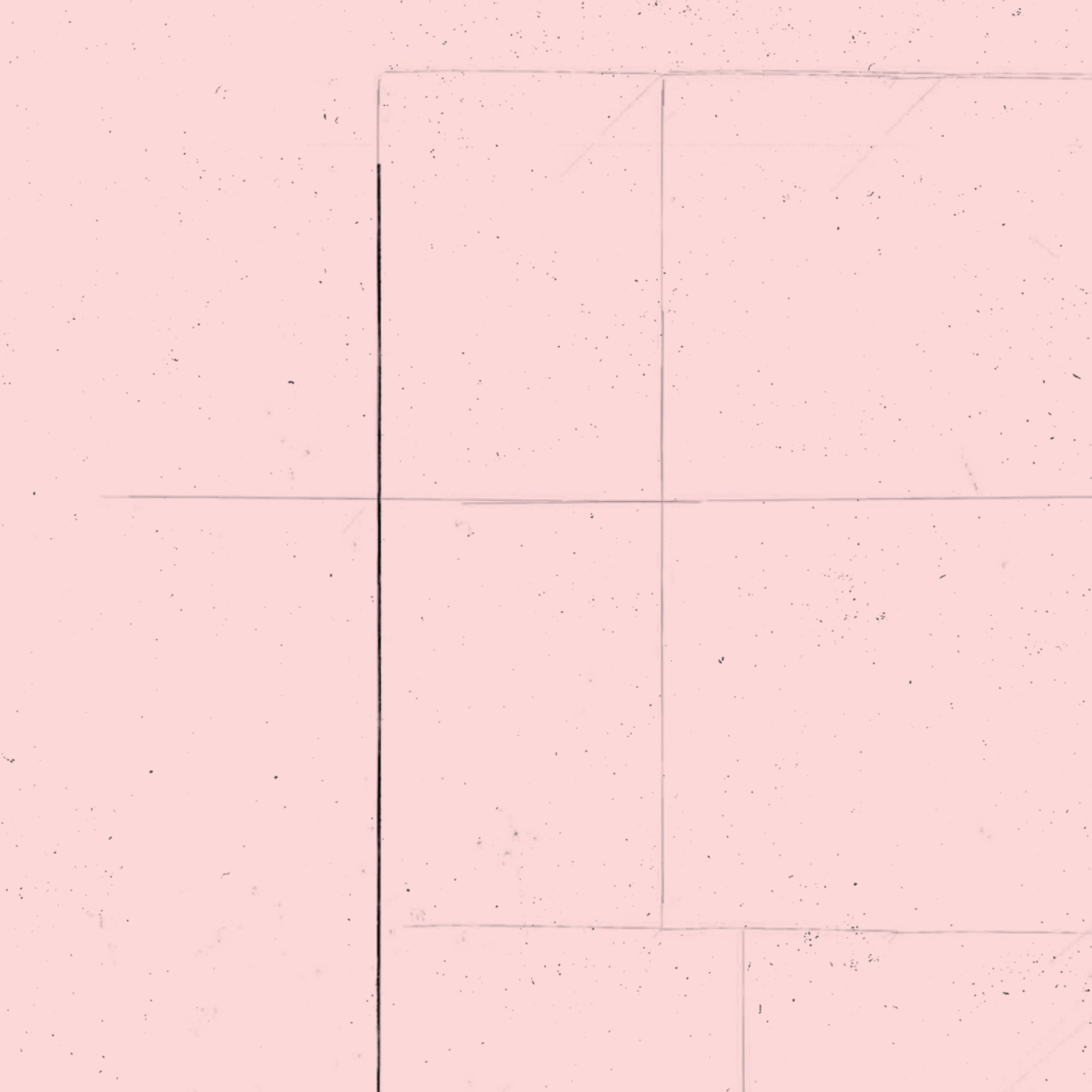
———> è importante coordinare e mettere a sistema gli sforzi operati singolarmente dai soggetti pubblici e privati nel settore, ottimizzando le risorse a disposizione, valorizzando spazi e contesti esistenti;

———> è necessario un incremento di strumenti e offerte formative specifiche per l'utilizzo di nuove tecnologie;

———> è indispensabile continuare a stimolare e a favorire linguaggi multidisciplinari;

———> è importante un ulteriore lavoro di conoscenza e approfondimento sulle giovanissime generazioni (i ragazzi delle scuole medie inferiori) di concerto col sistema scolastico.

STRUMENTO



PROGETTO ON LABORATORIO ITINERANTE DI MUSICA E ARTI VARIE

Premessa

Da una parte la Provincia di Reggio Emilia che, nell'ambito della propria politica culturale, riserva un ruolo di primo piano al mondo giovanile e crede fermamente nella necessità di investire in modo sistematico in azioni rivolte ai giovani, tanto che ne ha fatto uno dei punti strategici delle proprie linee programmatiche. L'Assessorato alla Cultura e al Paesaggio e l'Assessorato all'Istruzione della Provincia intendono dare, in modo sinergico, una risposta efficace a tale obiettivo politico attraverso una serie di interventi complessi di gestione di servizi e di progetti mirati.

Dall'altra parte l'Arci, braccio ideativo e operativo del Progetto ON, la cui attività principale è di promuovere e tutelare una socialità non legata alla ricerca del profitto ma impegnata nel soddisfare bisogni solidali e culturali dei cittadini. Tra le varie attività, proprio quella della formazione diventa una priorità assoluta laddove soprattutto i fenomeni giovanili legati alla creatività rimandano un fedele spaccato di quelle che possono essere future linee identitarie e possibili nuove professioni.

In mezzo 24 Comuni della provincia di Reggio Emilia, aderenti al progetto.

Da questa fattiva collaborazione tra Provincia, Arci e numerosi Comuni, nasce ON - Laboratorio itinerante di musica e arti varie, progetto che, con modalità e dinamiche un po' fuori dagli schemi, intende aprire all'interdisciplinarietà gli interessi spesso settoriali dei ragazzi e aiutare i giovani a costruirsi una visuale a 360°, necessaria per destreggiarsi nella società contemporanea fortemente contaminata, multi-sfaccettata e assai stimolante dal punto di vista culturale.

“ON” - termine inglese che significa “acceso”, “attivo” - si candida ad essere il progetto che, sotto le sembianze di un laboratorio articolato ed itinerante i cui contenuti principali ruotano attorno a quattro discipline, gravita e si predispone sul territorio provinciale rivolgendosi ai giovani.

Le linee guida del progetto

Le tematiche di riferimento sono la sperimentazione dei linguaggi e la multidisciplinarietà, con particolare riferimento alle tendenze contemporanee e alle nuove tecnologie.

Si è ritenuto di dover ipotizzare un percorso che:

————> abbia come età di riferimento dei soggetti principalmen-

te coinvolti i ragazzi tra i 14 e 21 anni;

————> si rivolga a tutti i ragazzi delle scuole medie superiori della provincia e ai musicisti e artisti già attivi;

————> si strutturi in buona parte come strumento formativo;

————> coniughi le competenze di diversi assessorati (Cultura e Istruzione);

————> si organizzi per coinvolgere l'intera sfera espressiva.

La rapidità con cui stanno cambiando gli scenari e i confini sempre più sfumati che i vari campi espressivi hanno assunto, hanno indotto a pensare la struttura del progetto per renderlo effettivamente in grado di coinvolgere le fasce giovanili e la realtà dei cosiddetti “giovani artisti”.

Ormai la quasi totalità delle persone tra i 14 e i 21 anni ha dimestichezza con “aggeggi” quali computer, scanner, macchina fotografica digitale, cinepresa digitale, telefono cellulare, masterizzatori CD o DVD ecc. Ognuno di questi strumenti viene utilizzato frequentemente sia per necessità sia per un proprio percorso espressivo, secondo una interdipendenza che non fossilizza l'interesse all'interno di un singolo tema.

Insistere sulla “mediazione” degli apparati tecnologici e digitali può costituire un'occasione per spezzare le barriere disciplinari e creare i presupposti per una multidisciplinarietà piena. Non solo: la flessibilità del digitale è di per sé “portatile” e aperta ai contributi esterni, non necessita di spazi particolarmente ampi, si presta all'interscambio, può attingere a risorse enormi senza particolare dispendio di denaro, è applicabile a tutte le tematiche espressive ed è quotidiana. L'approccio formativo applicato a queste tecnologie può effettivamente stimolare la creatività.

Strutturazione del progetto nel triennio 2006-2008

Attraverso un protocollo d'intesa triennale sottoscritto da Provincia, Arci e dai Comuni aderenti, si è dato vita a un percorso progettuale che intende:

————> dal punto di vista delle scelte operative:

..... garantire maggior coordinamento ed efficacia agli sforzi operati singolarmente dai soggetti pubblici e privati nel settore, ottimizzando le risorse a disposizione;

..... incentivare la sinergia tra assessorati provinciali laddove i campi di approfondimento inevitabilmente si toccano;

..... creare una rete sul tema strategico delle politiche giovanili e culturali, con carattere di permanenza sul territorio provinciale;

————> coordinare e promuovere le progettualità e il lavoro di documentazione espresso dalle singole realtà comunali diffuse sul territorio provinciale;

dal punto di vista degli obiettivi da raggiungere:

..... stimolare l'interazione tra musica ed altre espressioni artistiche;

..... fornire, in modo continuativo, nuove opportunità, strumenti formativi, stimoli e visibilità ai giovani creativi;

..... valorizzare le proposte artistiche in genere che il territorio provinciale esprime, incentivando tali attività e rendendo, nel tempo, Reggio Emilia un centro di riferimento e di elaborazione per la creatività giovanile.

Le attività in programma, disseminate su tutto il territorio provinciale in vari sedi dei Comuni aderenti, si articolano in diverse fasi, tutte interrelate tra loro, e in appuntamenti che potranno offrire continue opportunità e sviluppi creativi.

Azioni principali:

————> realizzazione di un'indagine in forma di questionario;

————> strutturazione di un sito web dedicato al progetto (www.on-lab.re.it) e messa in opera di una vera e propria interattività con sezioni riservate agli utenti, newsletter e anagrafica. Tale sito si pone come ideale punto d'incontro e di visibilità, costantemente in progress, di tutte le attività svolte all'interno del progetto;

————> costruzione di un calendario di percorsi di formazione (stage, workshop, lezioni, laboratori, incontri/dibattito, performance) relativi a tematiche musicali, spettacolari e artistiche in genere e rivolti ai giovani musicisti e artisti e a tutti i ragazzi interessati ad approfondire la propria espressività. Sono stati individuati quattro ambiti espressivi e all'interno di questi sono state sviluppate diverse opportunità formative:

..... musica: tecnico audio/luci, produzioni musicali, djing, radio on line ecc.

..... video: gestione delle immagini video con il PC, realizzare documentari e clip, rapporto tra le immagini e la musica ecc.

..... grafica/illustrazione: gestione della grafica con il PC, fumetto, fotografia ecc.

..... scrittura: scrittura creativa, scrittura per la musica, recensioni, blog ecc.

..... realizzazione di un catalogo di immagini, piccoli video e testi in formato digitale, contenenti gli esiti creativi dei vari percorsi formativi e degli eventi realizzati nell'arco del triennio 2006-2008.

A margine di queste azioni concrete si intende:

————> promuovere possibili momenti di scambio e confronto con altre realtà nazionali e non solo (gemellaggi, circuitazione dei giovani musicisti ed artisti in strutture ed appuntamenti extraprovinciali);

————> ricercare partnership di vario genere (con testate giornalistiche e radiofoniche, con professionisti del settore, con case discografiche, con case editrici ecc.)

GLI ADERENTI AL PROGETTO ON

Provincia di Reggio Emilia
Regione Emilia Romagna
Arci Reggio Emilia

Comuni di:

Bagnolo in Piano
Bibbiano
Boretto
Cadelbosco di Sopra
Casalgrande
Castellarano
Castelnovo di Sotto
Castelnovo ne' Monti
Correggio
Guastalla
Montecchio Emilia
Novellara
Reggio Emilia
Reggiolo
Rubiera
San Martino in Rio
Sant'Ilario d'Enza
Scandiano
Vezzano sul Crostolo
Viano
Unione dei Comuni dell'Alto Appennino Reggiano (Busana, Collagna, Ligonchio, Ramiseto)

SCUOLE

Elenco completo delle scuole in cui è stato somministrato il questionario

Scuole medie inferiori

- "Dante Alighieri" (Bibbiano)
- "G.B. Toschi" (Viano)
- "Lazzaro Spallanzani" (Casalgrande)

Scuole medie superiori

A Reggio Emilia:

- Liceo Scientifico "A. Moro"
- Liceo Classico-Scientifico "Ariosto-Spallanzani"
- Liceo delle Scienze Sociali "Matilde di Canossa"
- Istituto Statale d'Arte "G. Chierici"
- Istituto Tecnico Statale "G. Scaruffi" - "C. Levi" - "Città del Tricolore"
- Istituto Tecnico per Geometri "A. Secchi"
- Istituto Tecnico Industriale "L. Nobili"
- Istituto Professionale per i Servizi Commerciali e Turistici "Filippo Re"
- Istituto Professionale per l'Industria e l'Artigianato "A. Lombardini" (sedi Reggio Emilia e Guastalla)
- Istituto di Istruzione Superiore "A. Motti" Professionale di Stato per Agricoltura, Ambiente, Giardinaggio/Alberghiero e Ristorazione, Industria e Artigianato/Servizi Sociali e Turistici (tutte le sedi della provincia)

In provincia:

- Liceo della Comunicazione "San Tomaso d'Aquino" (Correggio)
- Liceo Scientifico "S. D'Arzo" (Montecchio Emilia)
- Istituto "P. Gobetti" con sezioni Tecnico Commerciale, Tecnico Industriale, Liceo Scientifico, Professionale Industria e Artigianato (Scandiano)
- Istituto "C. Cattaneo" con sezioni Tecnico Commerciale, Industriale, per Geometri e Liceo delle Scienze Sociali e Scientifico "Dall'Aglio" (Castelnovo ne' Monti)
- Istituto Superiore Statale "B. Russell" con sezioni Tecnico Commerciale, Industriale, per Geometri, Professionale dei Servizi Sociali, Aziendali e Turistici, Liceo delle Scienze Sociali e Liceo Scientifico "G. Passerini" (Guastalla)
- Istituto Professionale per i Servizi Sociali, Commerciali e Turistici "Don Z. Jodi" (Novellara)

UNIVERSITÀ

Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia:

- Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia
- Facoltà di Ingegneria (sede di Reggio Emilia)

"CHE COS'È PER TE LA CREATIVITÀ?"

Selezione di alcune risposte dei ragazzi alla domanda aperta presente all'interno del questionario.

"La creatività per me è come uno stile personale, che ognuno ha il proprio e lo può tirare fuori in qualsiasi occasione e che si può rivelare anche molto importante anche per la persona stessa"

"La creatività è fantasia; è il saper viaggiare con la mente"

"Creatività è immaginazione"

Saper creare, attraverso una visione particolare, una nuova visione di un determinato oggetto reale. Ognuno la possiede; solo pochi, però, la sanno sfruttare appieno"

"La fantasia unita all'originale, è un arte"

"Sfogo"

"Per me con la creatività puoi immaginare e creare all'infinito"

"La creatività? la creatività per me è l'espressione più grande che c'è in noi stessi, quando una persona crea, crea ciò che sente in quell'istante, e ne sente il bisogno di farlo capire agli altri, per me la creatività è tutto"

"Esprimere le proprie sensazioni ed emozioni con strumenti o mezzi che sono più consoni al proprio modo di essere"

"La creatività è l'espressione originale di se stessi che, secondo me, ai tempi d'oggi, deve essere valorizzata molto di più"

"Una cosa che senti e che puoi esprimerla come vuoi"

"Qualcosa di nuovo"

"La creatività per me è una cosa personale che si deve fare ma quando si fa non la si può vedere"

"È un modo per esprimere se stessi"

"La capacità di inventarsi cose nuove"

"Liberare la mente, dando vita a figure nuove (nell'aria, sulla tela, su un pc, ovunque)"

"Magari lo sapessi...."

"Per me la creatività è un'arte che l'essere umano ha per esprimere meglio i propri pensieri"

"La creatività è un modo originale di esprimere le proprie idee e la propria personalità"

"È una forma d'espressione con la quale la gente comunica"

"È il modo con cui ogni persona si sfoga, si estranea dal mondo reale e si crea uno spazio, un luogo tutto suo dove stare bene, meglio"

"Creatività per me è qualcosa che nasce da dentro"

"Avere una fervida immaginazione e molta fantasia"

"Creare cose nuove, anche mai viste e lasciare immaginare la tua fantasia"

"Per me la creatività è una cosa spontanea"

"La creatività è bella"

"La creatività è qualcosa di innato che c'è in ognuno di noi: bisogna convincersi di questo e tirarla fuori"

"È il modo di esprimere la fantasia"

"La creatività è ciò che ti rende unico al mondo"

"È qualcosa che hai dentro di te e che ti piace fare, ascoltare"

"Qualcosa di personale"

"La creatività è immaginazione"

"È la pura espressione dell'anima. Noi esprimiamo le nostre emozioni attraverso la nostra creatività"

"Una gran bella cosa"

"Essere colorati dentro"

"La creatività per me è la possibilità di esprimersi utilizzando qualsiasi forma d'arte"

"È la combinazione di originalità e elaborazione"

"Essere colorati dentro"

"È comunicare"

“La creatività per me è la possibilità di esprimersi utilizzando qualsiasi forma d’arte”

“È la combinazione di originalità e elaborazione”

“È una forma per esprimere il proprio modo di essere in piena libertà”

“È una cosa che ti appartiene e che continui a coltivare dentro di te”

“Saper stupire”

“Un’emozione personale che ognuno di noi può esprimere in mille modi differenti”

“Dare sfogo alle idee con il divertimento”

“La capacità di una persona di pensare diversamente dagli altri e dai criteri fissati”

“È un modo di comunicare agli altri i nostri istinti, le nostre emozioni, le nostre passioni e la nostra fantasia attraverso la creazione di un qualcosa”

“La cosa che ti distingue dalle cose banali”

“Qualcosa di particolare, vivace e molto appariscente”

“Essere originali e colpire sempre le persone con cose nuove e strane mai realizzate da altri”

“È la capacità di mostrare aspetti diversi di ciò che ci circonda”

“È saper mostrare agli altri le proprie idee”

“Arrivare oltre la realtà, trovare il modo di stupire, evadere”

“La creatività per me è tutto quello che ci circonda. Tutto è creativo, anche un cestino”

“La creatività per me è il divertimento, e la bellezza di fare cose nuove”

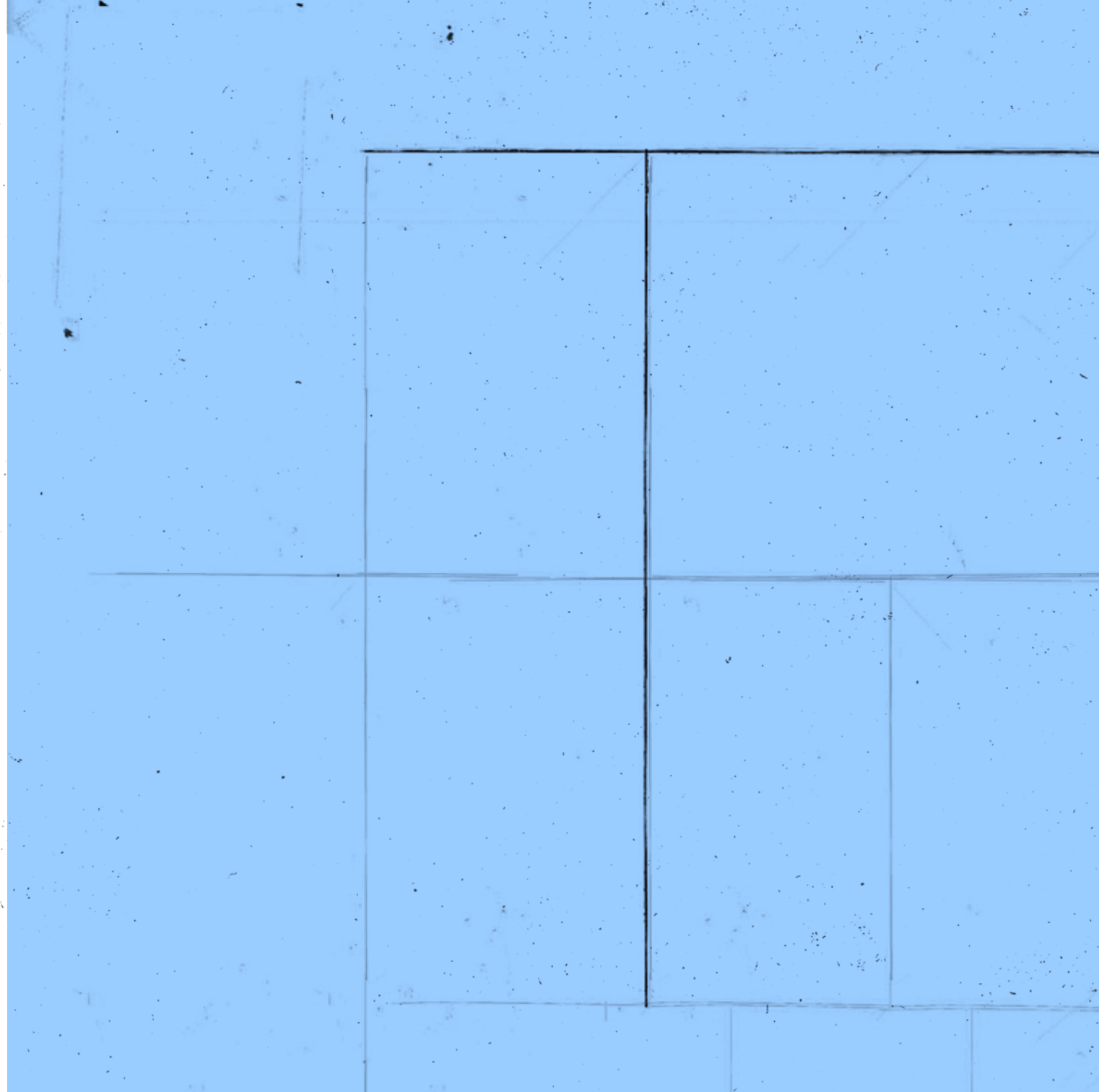
“Una cosa che insegna molto”

“Saper pensare con la propria testa”

“La creatività è creare qualcosa insieme”

“Creatività è un lampo che ti colpisce all’improvviso! In più è tutto ciò che è vivo!”





INDICE TABELLE**Prima parte: descrittiva del campione**

- 1.01 - Et  e sesso degli intervistati (p. 30)
- 1.02 - Residenza e sesso degli intervistati (p. 34)
- 1.03 - Area di formazione e sesso degli intervistati (p. 35)
- 1.04 - Attivit  del tempo libero (p. 36)
- 1.05 - Il numero di amici (p. 39)
- 1.06 - I luoghi di ritrovo (p. 40)
- 1.07 - L'attivit  con gli amici (p. 41)
- 1.08 - I luoghi di riferimento (p. 42)
- 1.09 - Gli spostamenti (p. 43)
- 1.10 - Gli spazi mancanti (p. 44)
- 1.11 - Le attivit  mancanti (p. 45)
- 1.12 - Ascolto della musica (p. 48)
- 1.13 - Momenti di ascolto (p. 49)
- 1.14 - Musica dal vivo (p. 50)
- 1.15 - Ascolto condiviso (p. 50)
- 1.16 - Genere musicale preferito (p. 51)
- 1.17 - Il cantante, gruppo, musicista preferito (p. 52)
- 1.18 - Modalit  ascolto musica (p. 52)
- 1.19 - Modalit  di ascolto preferita (p. 53)
- 1.20 - Per ascoltare la musica (p. 54)
- 1.21 - Letture sulla musica (p. 54)
- 1.22 - Visione di film e video (p. 56)
- 1.23 - Per guardare un video o un film (p. 57)
- 1.24 - Frequenza al cinema (p. 57)
- 1.25 - Genere cinematografico preferito (p. 58)
- 1.26 - I generi televisivi preferiti (p. 60)
- 1.27 - Il tempo dedicato alla televisione nella giornata (p. 61)
- 1.28 - Piacere della lettura (p. 62)
- 1.29 - Il piacere personale nella lettura (p. 63)
- 1.30 - Libri letti (p. 63)
- 1.31 - Letture differenti (p. 64)
- 1.32 - Per leggere (p. 64)
- 1.33 - Genere preferito (p. 65)
- 1.34 - Autore preferito (p. 66)
- 1.35 - Significato della grafica (p. 68)
- 1.36 - Attenzione alla grafica (p. 68)

- 1.37 - Importanza della grafica (p. 69)
- 1.38 - Elementi della grafica (p. 70)
- 1.39 - L'utilizzo del computer (p. 72)
- 1.40 - Le funzioni del computer (p. 73)
- 1.41 - La frequenza di utilizzo di internet (p. 75)
- 1.42 - La familiarizzazione con internet (p. 76)
- 1.43 - I luoghi di connessione (p. 76)

Seconda parte: giovani e creativit 

- 2.01 - Forma di creativit  preferita (p. 80)
- 2.02 - Forma di creativit  utilizzata (p. 81)
- 2.03 - Sottocampioni (p. 82)
- 2.04 - Musica: forma di espressione utilizzata (p. 83)
- 2.05 - Musica: strumenti suonati (p. 84)
- 2.06 - Musica: la condivisione dell'attivit  con altri (p. 84)
- 2.07 - Musica: l'esigenza di approfondimento delle conoscenze (p. 85)
- 2.08 - Musica: modalit  di approfondimento delle conoscenze (p. 85)
- 2.09 - Video: forma di espressione utilizzata (p. 86)
- 2.10 - Video: la condivisione dell'attivit  con altri (p. 87)
- 2.11 - Video: l'esigenza di approfondimento delle conoscenze (p. 87)
- 2.12 - Video: modalit  di approfondimento delle conoscenze (p. 88)
- 2.13 - Scrittura: forma di espressione utilizzata (p. 88)
- 2.14 - Scrittura: la condivisione dell'attivit  con altri (p. 89)
- 2.15 - Scrittura: l'esigenza di approfondimento delle conoscenze (p. 89)
- 2.16 - Scrittura: modalit  di approfondimento delle conoscenze (p. 90)
- 2.17 - Grafica/illustrazione: tecnica di comunicazione visiva utilizzata (p. 90)
- 2.18 - Grafica/illustrazione: artefatti prodotti (p. 91)
- 2.19 - Grafica/illustrazione: la condivisione dell'attivit  con altri (p. 92)
- 2.20 - Grafica/illustrazione: l'esigenza di approfondimento delle conoscenze (p. 92)
- 2.21 - Grafica/illustrazione: modalit  di approfondimento delle conoscenze (p. 93)
- 2.22 - L'esigenza di esprimere o comunicare creativit  (p. 94)
- 2.23 - La forma per comunicare la propria creativit  (p. 94)
- 2.24 - Musica: l'esigenza di esprimere o comunicare creativit  (p. 95)
- 2.25 - Musica: l'esigenza di suonare uno strumento (p. 96)
- 2.26 - Video: l'esigenza di esprimere o comunicare creativit  (p. 96)
- 2.27 - Grafica/illustrazione: l'esigenza di esprimere o comunicare creativit  (p. 97)
- 2.28 - Scrittura: l'esigenza di esprimere o comunicare creativit  (p. 98)
- 2.29 - Percorsi multidisciplinari: gli approfondimenti desiderati (p. 99)
- 2.30 - Il bisogno di formazione (p. 100)
- 2.31 - Il contesto per la formazione (p. 100)
- 2.32 - Gli spazi per esprimersi (p. 101)

Terza parte: creatività come multidisciplinarietà ed interdisciplinarietà

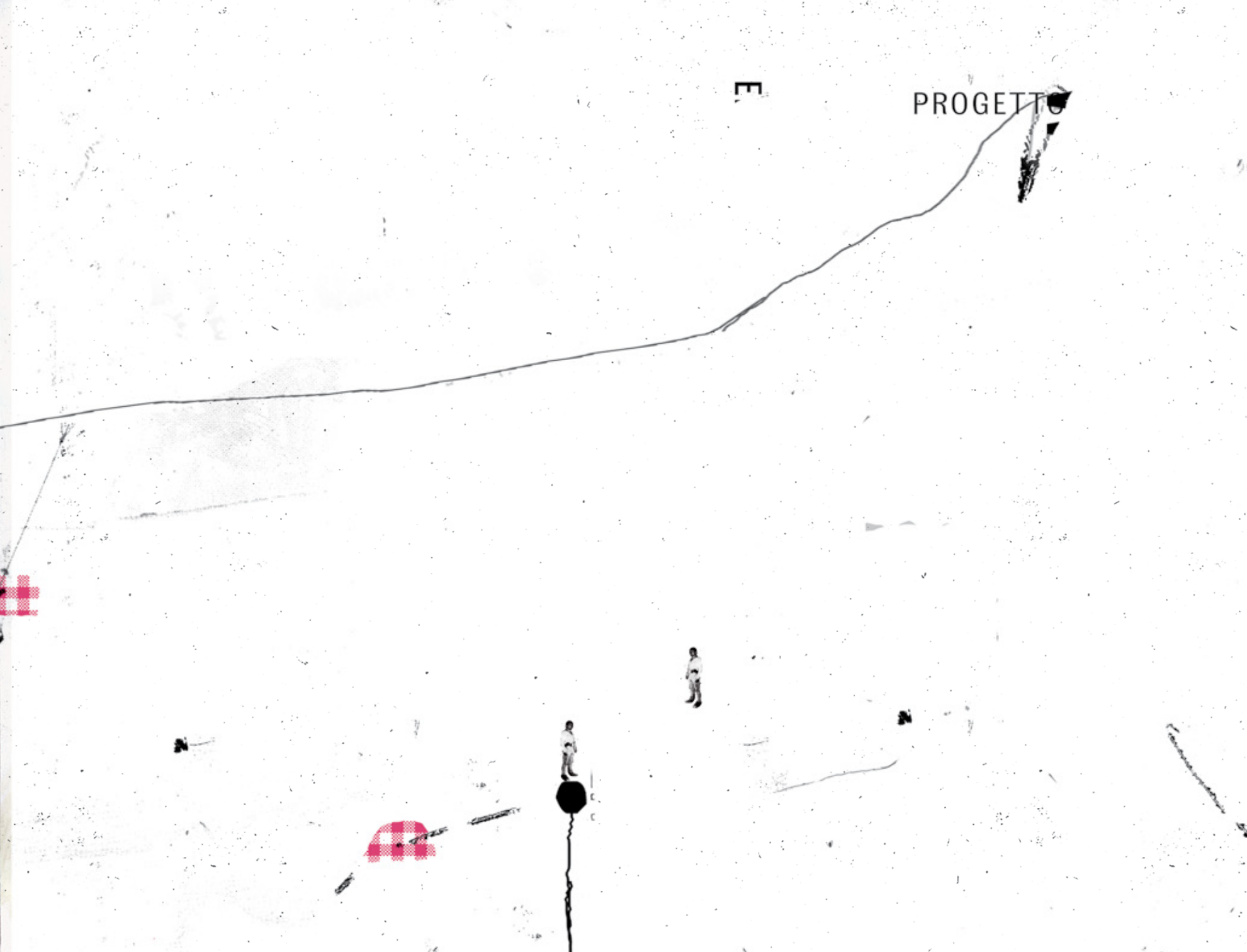
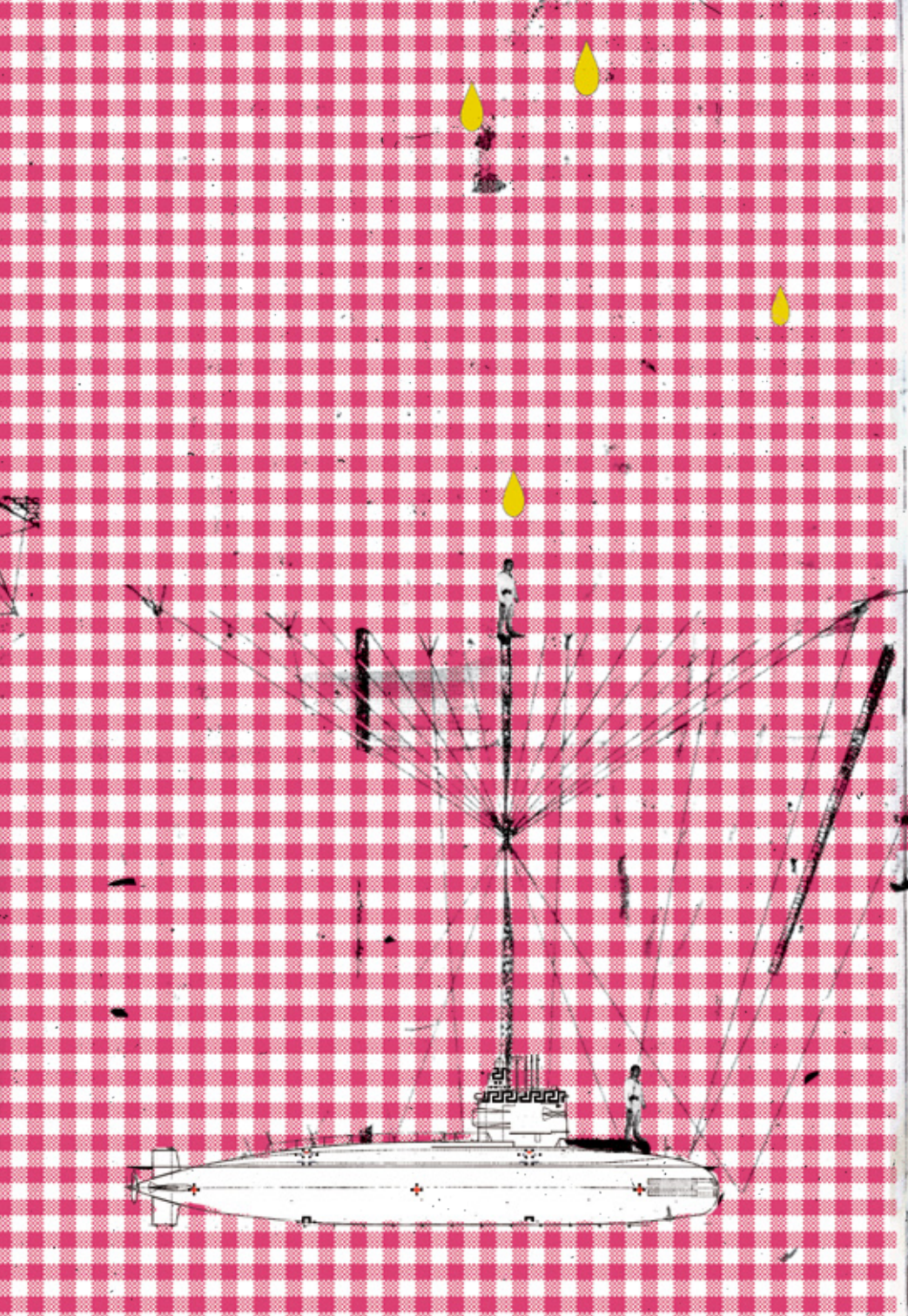
- 3.01 - Coinvolgimento dei giovani in attività creative (p. 106)
- 3.02 - Forme di creatività preferite e numero di attività svolte (p. 106)
- 3.03 - Sottocampioni (p. 107)
- 3.04 - Musica insieme a... e classi di età (p. 107)
- 3.05 - Musica con il desiderio di... (p. 108)
- 3.06 - Video insieme a... e classi di età (p. 109)
- 3.07 - Video con il desiderio di... (p. 109)
- 3.08 - Scrittura insieme a... e classi di età (p. 110)
- 3.09 - Scrittura con il desiderio di... (p. 110)
- 3.10 - Grafica/illustrazione insieme a... e classi di età (p. 111)
- 3.11 - Grafica/illustrazione con il desiderio di... (p. 112)
- 3.12 - Desiderio di esprimersi e numero di attività svolte (p. 112)
- 3.13 - La forma per comunicare la propria creatività (p. 113)
- 3.14 - Musica: esigenza di esprimere o comunicare creatività e numero di attività svolte (p. 113)
- 3.15 - Video: esigenza di esprimere o comunicare creatività e numero di attività svolte (p. 114)
- 3.16 - Scrittura: esigenza di esprimere o comunicare creatività e numero di attività svolte (p. 114)
- 3.17 - Grafica/illustrazione: esigenza di esprimere o comunicare creatività e numero di attività svolte (p. 115)
- 3.18 - Percorsi multidisciplinari: gli approfondimenti desiderati e numero di attività svolte (p. 116)
- 3.19 - Il bisogno di formazione e il numero di attività svolte (p. 116)
- 3.20 - Il contesto per la formazione e il numero di attività svolte (p. 117)
- 3.21 - Gli spazi per esprimersi e il numero di attività svolte (p. 117)

Quarta parte: giovani, "stili di vita" e creatività

- 4.01 - Il processo di categorizzazione preliminare all'analisi cluster (p. 122)
- 4.02 - I segmenti emergenti: le categorie di riferimento (p. 123)
- 4.03 - I segmenti emergenti: i parametri di riferimento (p. 124)
- 4.04 - Forma di creatività preferita e "stili di vita" (p. 129)
- 4.05 - Forma di creatività utilizzata e "stili di vita" (p. 129)
- 4.06 - L'esigenza di esprimere o comunicare creatività e "stili di vita" (p. 130)
- 4.07 - "Stili di vita" e numero di attività svolte (p. 130)



PERFORMART



E

PROGETTO

La ricerca è stata condotta anche grazie alla collaborazione del Comune di Reggio Emilia, Assessorato Scuola-Università-Giovani e all'Ufficio Nuove Tecnologie Internet/Intranet del Servizio Comunicazione Relazioni Esterne e Marketing.

Un particolare ringraziamento per l'indispensabile contributo alla realizzazione della ricerca va a Giovanna Galli, Sabrina Vezzani e Giulia Pacella.

Hanno inoltre contribuito nelle diverse fasi della ricerca

Annalisa Duri
Elisabetta Sammaritano
Adriana Venezia
Chiara Adani
Andrea Ganapini
Giulia Branchetti
Federica Franceschini
Danila Degirolamo
Patrizia Alberti
Mattia Santachiara
Letizia Bertani
aGa

Un ringraziamento va inoltre alle ragazze e ai ragazzi dell'università e delle scuole medie inferiori e superiori della provincia che hanno compilato il questionario, nonché agli insegnanti che si sono resi disponibili per la distribuzione e somministrazione.



**Provincia di Reggio Emilia
Assessorato alla Cultura e al Paesaggio**

Via Vicedomini, 3
42100 Reggio Emilia
Tel. 0522 444446 / Fax. 0522 452349
E-mail: cultura@mbox.provincia.re.it / Web: www.provincia.re.it

Assessorato all'Istruzione

Piazza San Giovanni, 4
42100 Reggio Emilia
Tel. 0522 444874



Arci Reggio Emilia

Via Emilia Ospizio, 102
42100 Reggio Emilia
Tel. 0522 332336 / Fax. 0522 553432
E-mail: arcire@arcire.it / Web: www.arcire.it



Progetto ON

Laboratorio itinerante di musica e arti varie
E-mail: info@onlab.re.it / Web: www.onlab.re.it

Progetto grafico: Robert Rebotti

Stampa: Litograf 5 – Reggio Emilia





Attribuzione-Non commerciale-Non opere derivate 2.5 Italia

Tu sei libero:

 di riprodurre, distribuire, comunicare al pubblico, esporre in pubblico, rappresentare, eseguire e recitare quest'opera

Alle seguenti condizioni:

 **Attribuzione.** Devi attribuire la paternità dell'opera nei modi indicati dall'autore o da chi ti ha dato l'opera in licenza e in modo tale da non suggerire che essi avallino te o il modo in cui tu usi l'opera.

 **Non commerciale.** Non puoi usare quest'opera per fini commerciali.

 **Non opere derivate.** Non puoi alterare o trasformare quest'opera, né usarla per crearne un'altra.

- Ogni volta che usi o distribuisi quest'opera, devi farlo secondo i termini di questa licenza, che va comunicata con chiarezza.
- In ogni caso, puoi concordare col titolare dei diritti utilizzi di quest'opera non consentiti da questa licenza.
- Questa licenza lascia impregiudicati i diritti morali.

www.creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/it/