



azioni
provincie giovani



Progetto Giovani Valori

**Risultati indagine
"GIOVANI: QUALE COMUNICAZIONE?"**

(Maggio 2010)



provincia 
verona



Provincia Giovane
Contrà Gazzolle, 1
36100 Vicenza

Provincia 
Giovane
Tel +39 392 9305058
Email info@provinciagiovane.net
Web www.provinciagiovane.net

L'analisi che segue riguarda l'elaborazione dei dati provenienti dai questionari somministrati dalla Provincia di Vicenza, in collaborazione con Provincia di Verona e Comune di Vicenza, nell'ambito del progetto "Giovani Valori" promosso dall'Unione delle Province Italiane e finanziato dal Ministero della Gioventù.

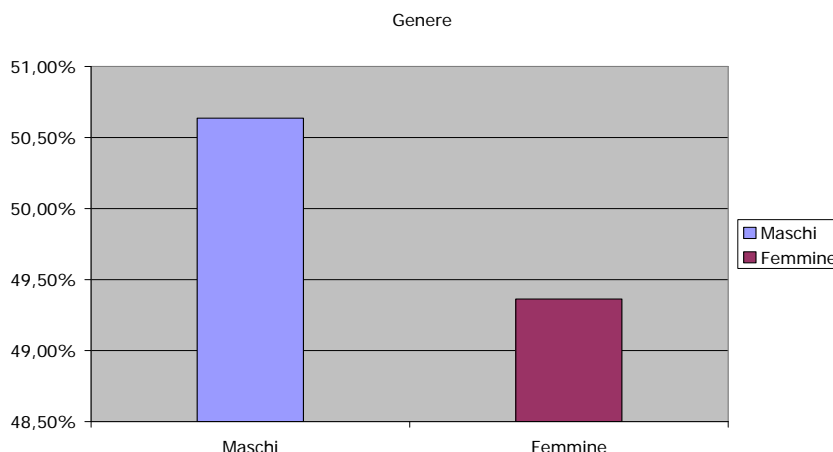
La progettazione dei questionari ha tenuto conto del particolare obiettivo di ricerca, identificabile nell'individuazione di modalità e di canali di comunicazione efficace per le nuove generazioni.

I questionari sono stati somministrati a giovani di età compresa tra i 15 e i 35 anni, residenti nelle province di Vicenza e Verona.

I 500 questionari, compilati sia in formato cartaceo che on line tramite apposito indirizzo web, erano in forma anonima, composti da domande a risposta multipla ad eccezione di tre domande con possibilità di suggerire altre risposte oltre a quelle disponibili.

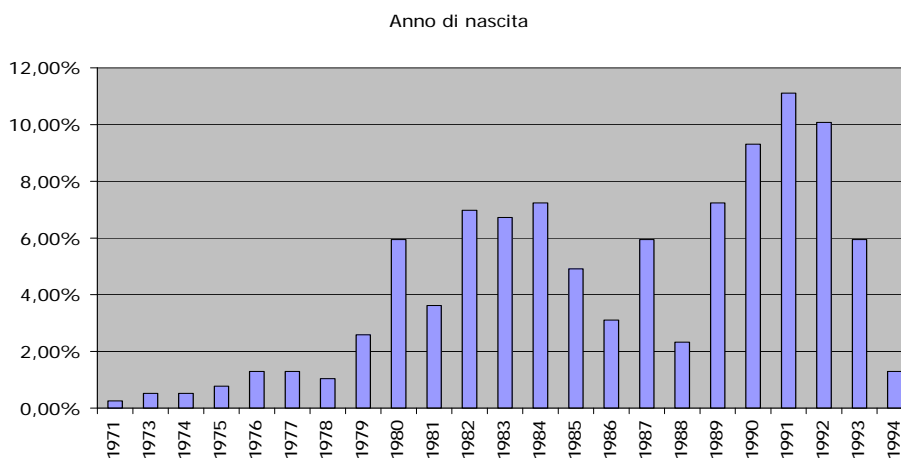
Il profilo degli intervistati

La maggioranza di coloro che hanno risposto al questionario risulta essere di **sexso maschile**, anche se con una percentuale non particolarmente accentuata: i maschi sono infatti il 50,64% mentre le femmine sono il 49,36%.



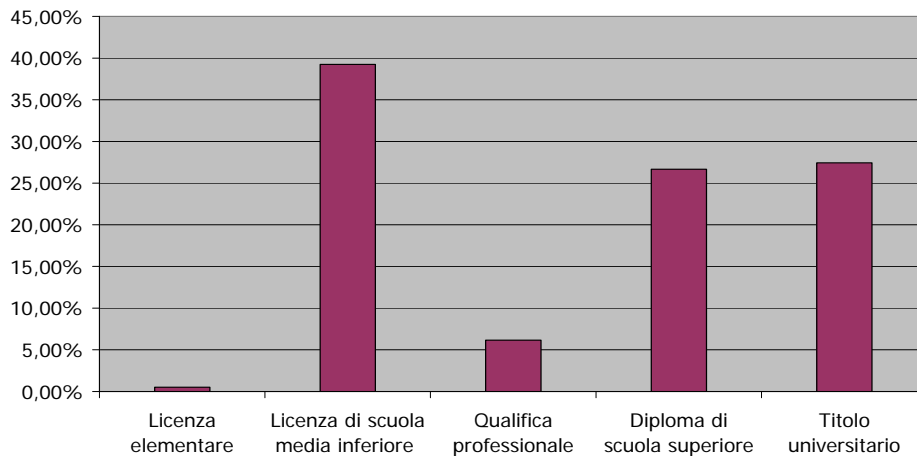
I **residenti nella provincia di Vicenza** rappresentano quasi la totalità del campione (95,89%), dal momento che la somministrazione dei questionari nella provincia di Verona è stata affidata esclusivamente alla compilazione online.

I ragazzi di età compresa **tra i 18 e i 21 anni** sono coloro che più hanno risposto al questionario (37,73%) ma, come illustrato nel grafico seguente, il campione è costituito da giovani che si distribuiscono numericamente in diversi anni di nascita.



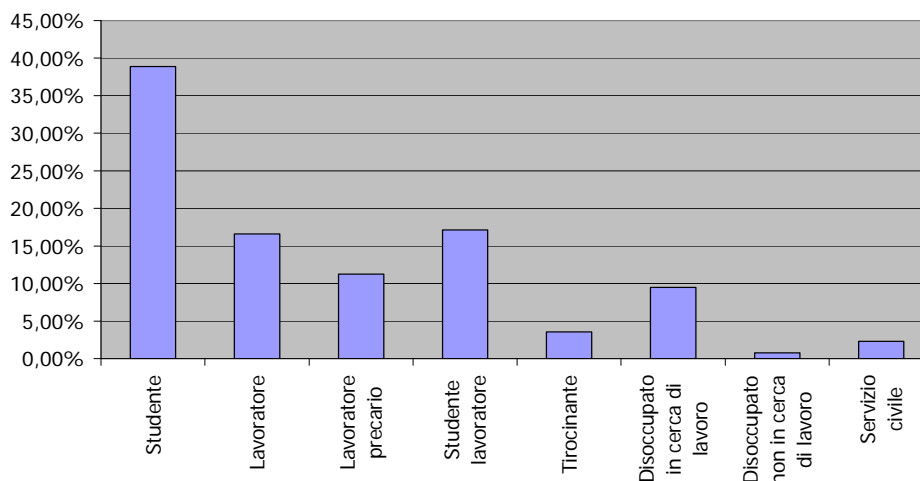
L'ultimo titolo di studio conseguito dal 39,23% degli intervistati è la **licenza di scuola media inferiore**, motivo per cui la maggior parte risulta essere attualmente **studente** (38,87%). Il 26,67% dei ragazzi dichiara di aver conseguito il **diploma di scuola superiore**, mentre il 27,44% possiede un **titolo universitario**.

Ultimo titolo di studio conseguito



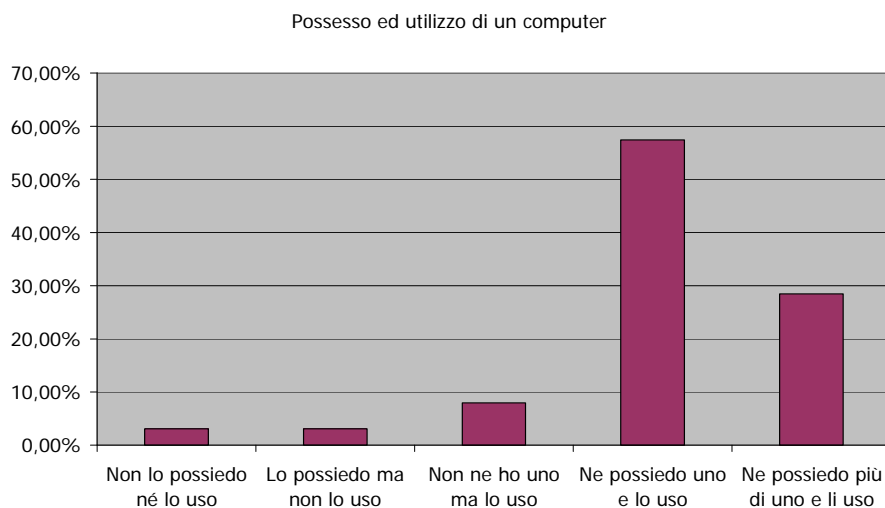
Non solo studenti: i ragazzi che hanno risposto al questionario sono anche **lavoratori** (27,87%), **studenti lavoratori** (17,14%), **disoccupati** (10,23%), **tirocinanti** (3,58%) e **volontari del Servizio Civile** (2,30%).

Condizione attuale



I giovani e le nuove tecnologie

L'85,9% dei giovani che hanno risposto ai questionari **possiede ed utilizza un computer**.

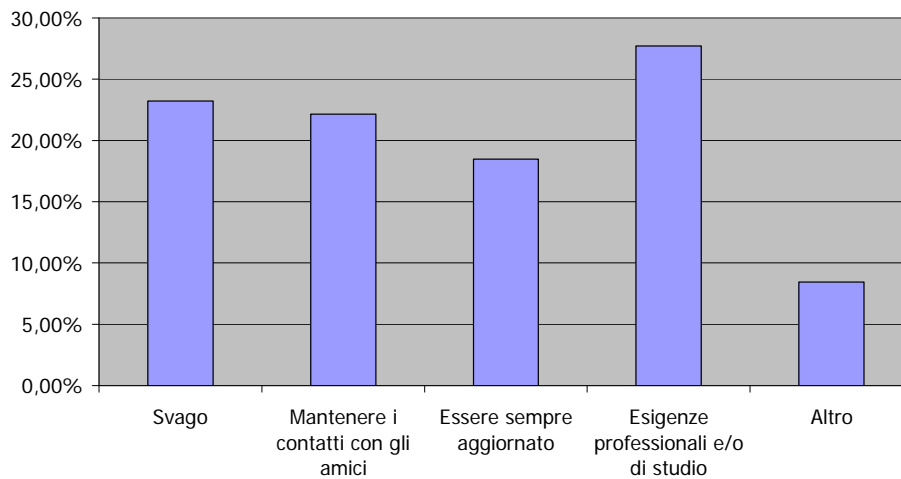


Tra le femmine, il 61,14% possiede ed utilizza un computer, mentre il 32,49% dei maschi ne ha a disposizione più di uno.

Quanto invece al titolo di studio, 64,15% dei laureati e 56,31% dei diplomati dichiarano di possedere ed utilizzare un computer. Il 35,95% tra coloro che hanno conseguito (finora) la licenza di scuola media inferiore afferma di possederne e usarne più di uno.

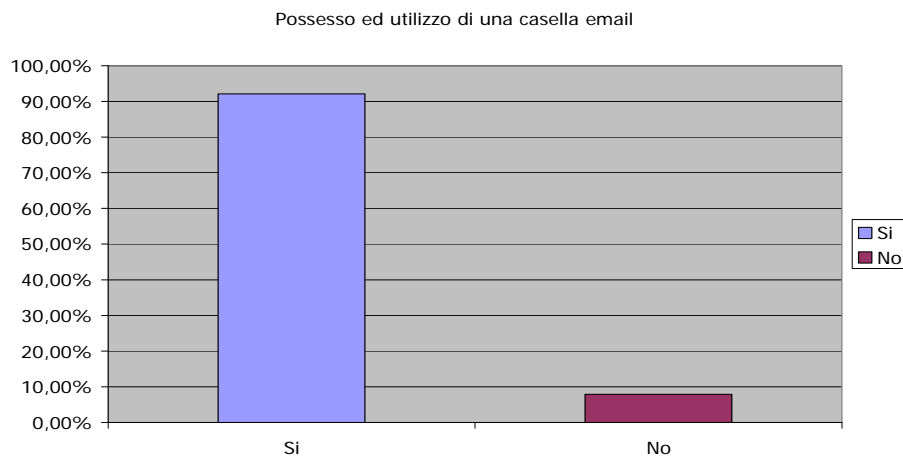
Il computer viene utilizzato, senza sostanziali differenze tra maschi e femmine, soprattutto **per esigenze professionali e/o di studio** (27,70%), seguito da necessità legate allo **svago** (23,22%) e al rimanere **in contatto con gli amici** (22,16%).

Principale scopo di utilizzo del computer

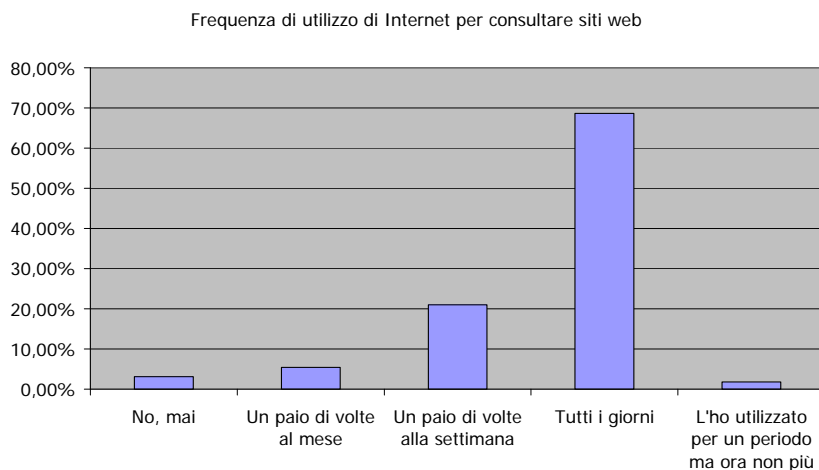


Da notare, a tale proposito, che l'esigenza professionale e/o di studio è avvertita dal 48,11% dei giovani laureati, mentre tra chi possiede la qualifica professionale è più sentita la necessità di mantenere i contatti con gli amici (40,91%), così come lo svago è indicato come scopo prioritario di utilizzo dal 33,10% di chi ha una licenza di scuola media inferiore.

Dai questionari emerge inoltre come la casella di posta elettronica sia uno strumento ampiamente diffuso: **92,07% di giovani dichiara di avere una propria e - mail** e il 68,09% di questi la utilizza anche per essere informato sugli argomenti di proprio interesse tramite la sottoscrizione di particolari servizi, quali le newsletter.



Il 68,65% di coloro che hanno risposto al questionario dichiara di utilizzare Internet per **consultare siti web specifici tutti i giorni**. Solo il 3,11% non lo utilizza mai.

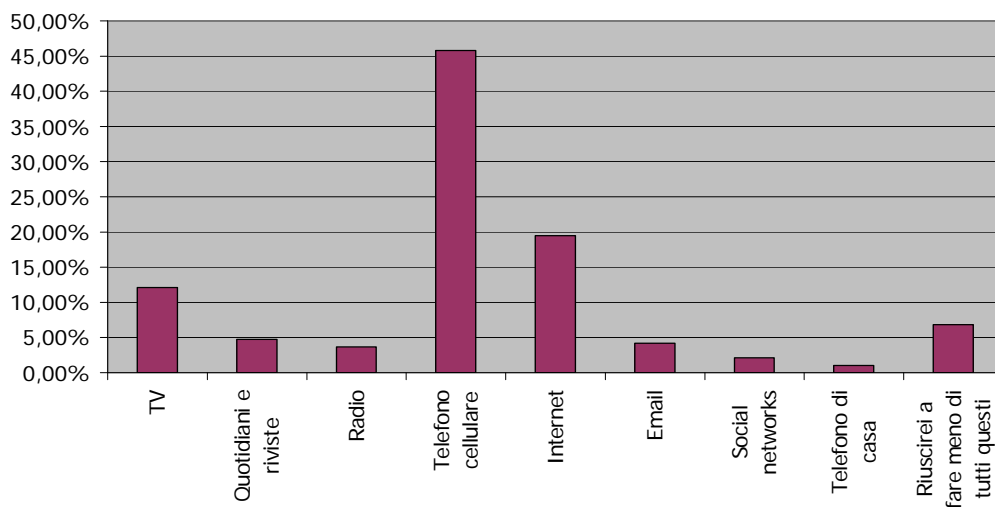


Percentuali pressoché simili compaiono analizzando la frequenza di consultazione dei siti web in relazione al titolo di studio, ad eccezione dei giovani in possesso di qualifica professionale di cui solo il 38,10% dichiara di consultare internet tutti i giorni e il 42,86% un paio di volte alla settimana.

Il **telefono cellulare** è un mezzo di comunicazione assolutamente irrinunciabile per la maggioranza dei giovani che hanno risposto al questionario (45,79%); a seguire, i giovani non potrebbero rinunciare ad **internet** (19,47%) e alla **televisione** che rimane salda ad un valore pari a 12,11%.

I social networks, di cui la domanda portava l'esempio dei più diffusi in Italia, sono invece irrinunciabili solo per il 2,11% dei giovani.

Mezzi di comunicazione

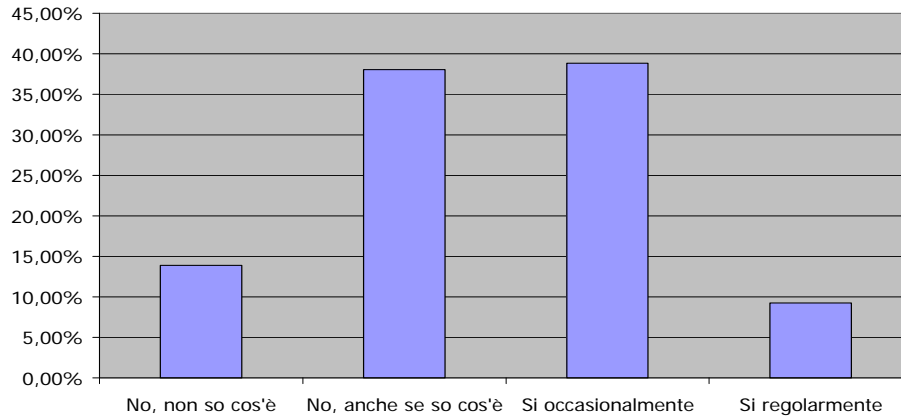


In relazione al genere, il telefonino è un mezzo irrinunciabile per il 51,08% delle femmine e per il 40,72% dei maschi; percentuali più elevate si registrano ancora tra le femmine per quanto riguarda internet, mentre alla televisione non potrebbero rinunciare soprattutto i maschi (15,46% contro 8,60% registrato tra le femmine). Il 9,79% dei maschi, inoltre, dichiara che potrebbe fare a meno di tutti i mezzi di comunicazione proposti.

Considerando il titolo di studio, è soprattutto tra coloro in possesso di una licenza di scuola media inferiore (58,67%) che si avverte la maggiore difficoltà a rinunciare al telefono cellulare, mentre tra i laureati è molto bassa la percentuale di quanti non potrebbero fare a meno dei social networks (0,96%).

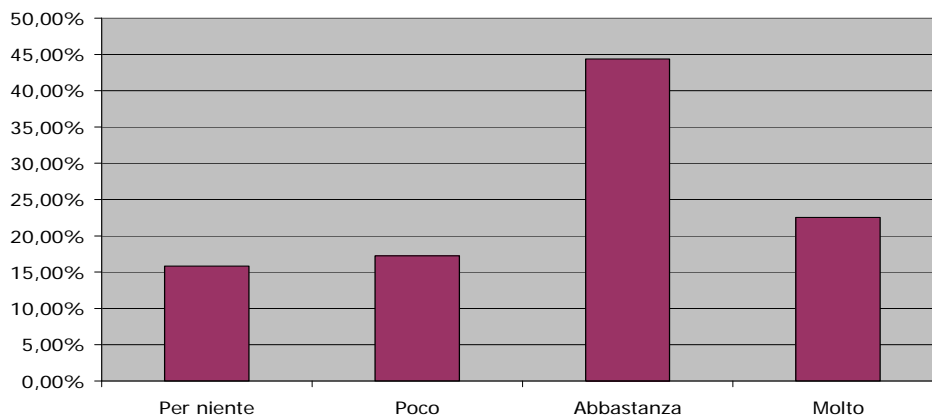
Per quanto riguarda la partecipazione a specifici **forum** in Internet, il 38,82% degli intervistati dichiara di aver **partecipato occasionalmente a qualche discussione** mentre il 38,05% non lo ha mai fatto anche se sa di cosa si tratta.

Partecipazione a Forum in Internet

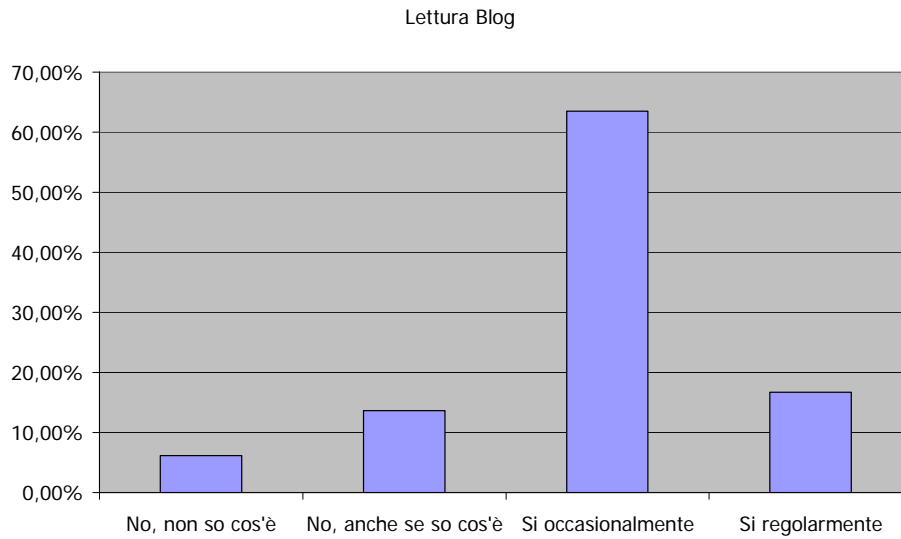


Tra coloro che partecipano occasionalmente e regolarmente a forum in internet (in totale 48,07%), il 44,37% afferma di sentirsi **“abbastanza” libero** di scrivere quello che pensa, mentre il 15,85% non si sente “per niente” libero di esprimere le proprie opinioni.

Libertà di espressione nei Forum



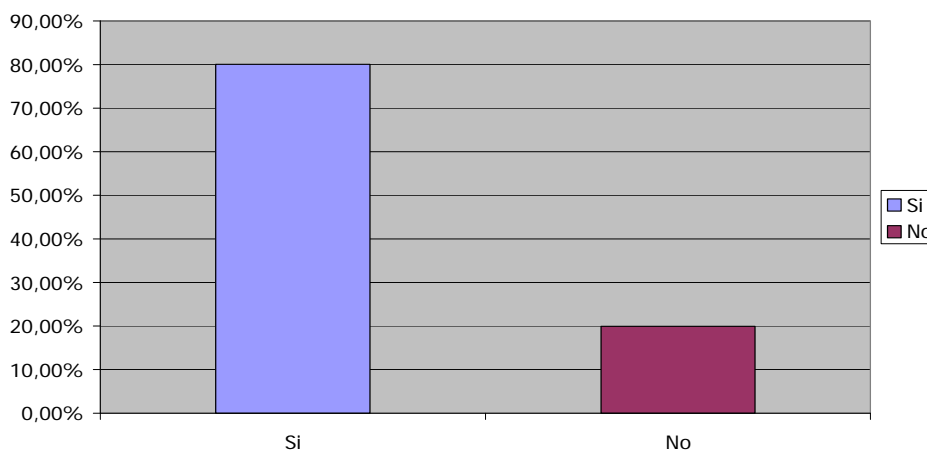
Il 63,50% dei giovani che utilizzano Internet **legge occasionalmente un Blog**, mentre solo il 6,17% non sa neppure di cosa si tratta.



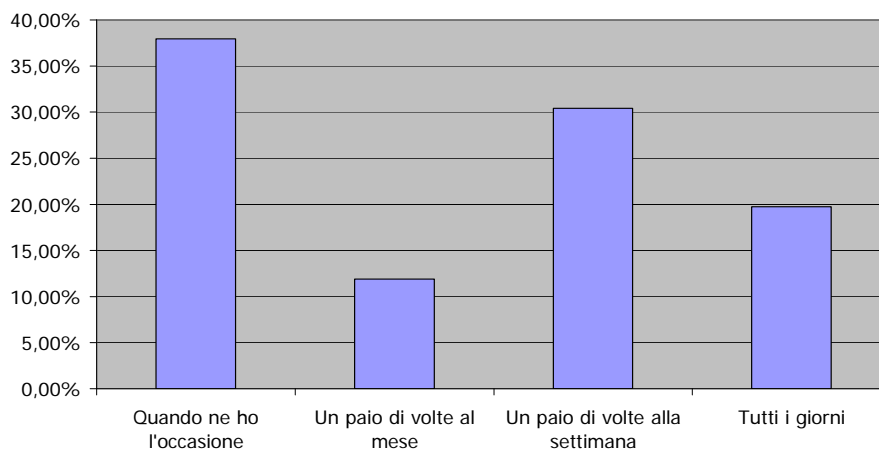
Informazione

L'80,05% dei giovani che hanno risposto al questionario afferma di **leggere un quotidiano o un periodico d'informazione**, soprattutto (37,93%) **in maniera occasionale**.

Letture quotidiani o periodici d'informazione



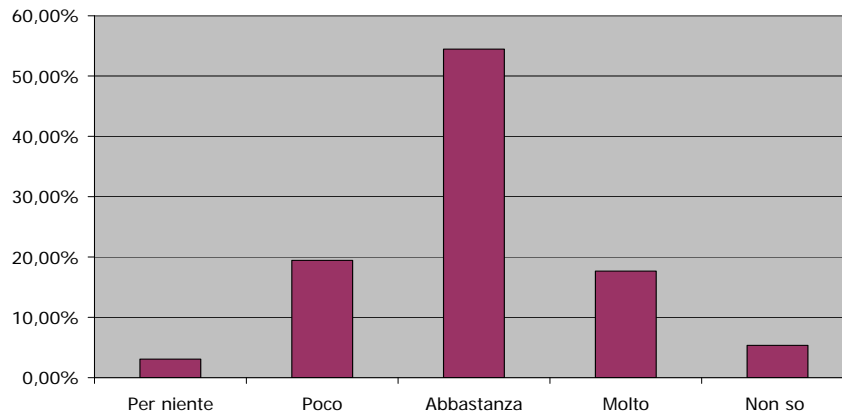
Frequenza della lettura di quotidiani o periodici d'informazione



In relazione al genere, l'89,24% delle femmine, contro il 75,90% dei maschi, dichiara di leggere un quotidiano o un periodico d'informazione.

In generale, il 54,48% dei giovani che hanno risposto al questionario **si fida "abbastanza" dell'informazione proveniente dalla carta stampata**, come ad esempio quotidiani e riviste. Il livello di sfiducia si attesta complessivamente al 22,51%.

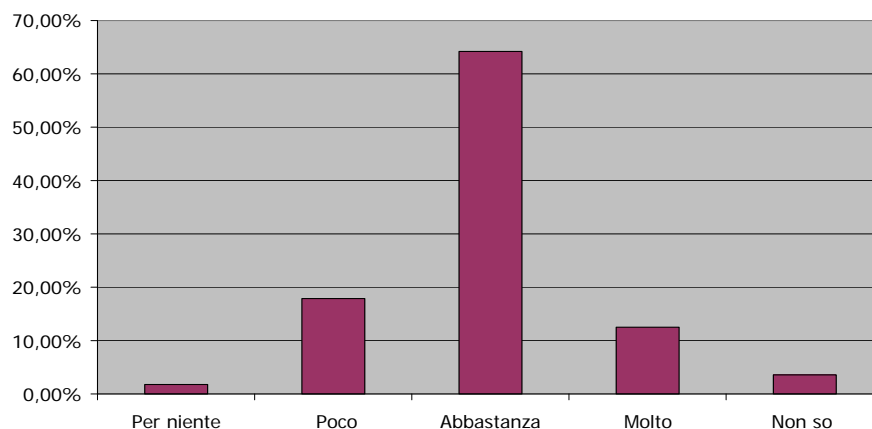
Affidabilità dell'informazione proveniente dalla carta stampata



Il 56,99% delle femmine ritiene che l'informazione della carta stampata sia "abbastanza" affidabile, contro il 52,02% dei maschi: tra questi ultimi, il 5,05% non si fida "per niente" di questo tipo di informazione, in misura maggiore di quanto riscontrato per la stessa risposta tra le femmine. Si fida "molto" dell'informazione proveniente dalla stampa il 27,10% dei laureati, contro il 25% di chi possiede una qualifica professionale che afferma di fidarsi "poco".

Leggermente **più elevata la fiducia data dai giovani intervistati all'informazione proveniente dai siti web**, che si attesta ad un complessivo 76,72% (64,19% si fida "abbastanza", 12,53% "molto").

Affidabilità dell'informazione proveniente dai siti web



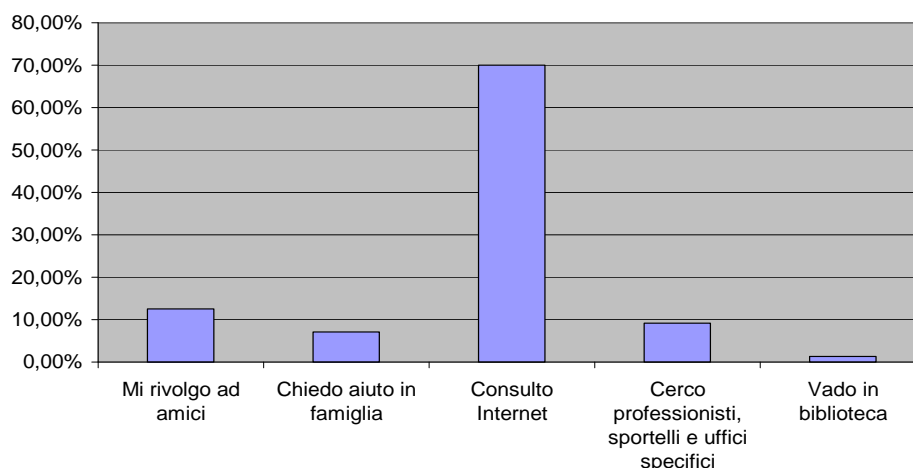
Si fidano meno di questo tipo d'informazione coloro che possiedono una qualifica professionale (29,17% dichiara di fidarsi "poco" e 8,33% "nulla"), mentre tra i diplomati il 69,23% si fida "abbastanza".

Per quanto riguarda il genere, si conferma la maggiore fiducia riposta anche in questo tipo d'informazione dalle femmine di cui il 69,27% dichiara di fidarsi "abbastanza", contro il 59,30% dei maschi.

Complessivamente il 20,61% dei maschi si fida "poco" o "nulla" dell'informazione proveniente dal web, mentre per le stesse variabili la percentuale registrata per le femmine è del 18,75%.

Relativamente alla ricerca di informazioni legate al mondo giovanile (ad esempio: lavoro, tempo libero, scuola), il 69,97% degli intervistati **consulta internet** mentre il 9,14% **si rivolge a professionisti, uffici e/o sportelli specifici**.

Ricerca di informazioni

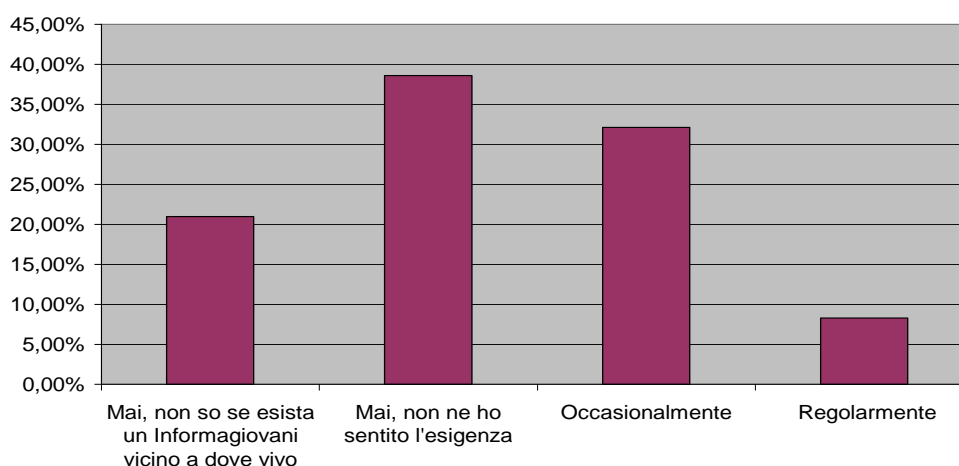


Rispetto alle percentuali complessive, in relazione al titolo di studio si può notare che l'80,19% dei laureati si affida ad internet per ricercare le informazioni di interesse, mentre il 10,78% dei diplomati si rivolge a professionisti e sportelli specifici.

Infine, 25% di coloro che hanno una qualifica professionale cerca le informazioni rivolgendosi ad amici.

Per quanto riguarda la ricerca d'informazioni, gli intervistati sono stati chiamati ad esprimersi circa la **fruizione del Servizio Informagiovani** a loro più vicino: il 38,60% dichiara di non aver mai sentito l'esigenza di rivolgersi a questo tipo di servizio, mentre il 32,12% afferma di recarsi "occasionalmente" allo sportello Informagiovani del proprio Comune o dei Comuni vicini.

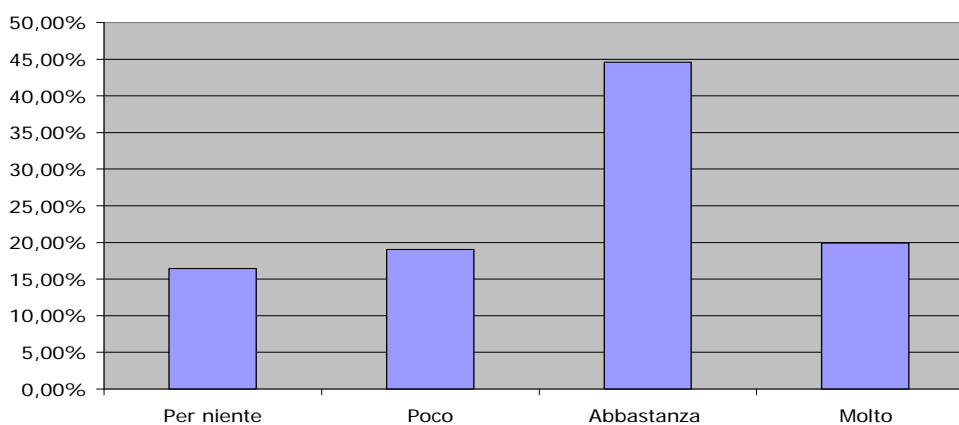
Fruizione del Servizio Informagiovani



Il 50% di chi ha una qualifica professionale dichiara di recarsi occasionalmente ad un Informagiovani, mentre il 4,76% dei giovani laureati afferma di non conoscere l'esistenza di questo tipo di servizio nelle vicinanze del luogo di residenza.

Del complessivo 40,1% dei giovani che si recano occasionalmente e regolarmente ad un Informagiovani, il 44,59% si dichiara "abbastanza" soddisfatto delle informazioni e delle risposte date dagli operatori.

Grado di soddisfazione del Servizio Informagiovani

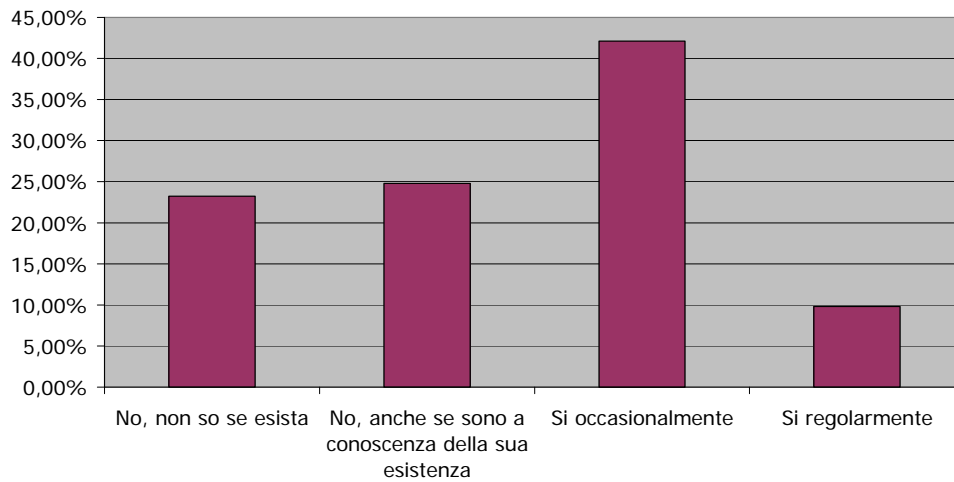


Comunicazione e Pubblica Amministrazione

Il sito web del proprio Comune di residenza è visitato occasionalmente dal 42,12% degli intervistati, mentre il 9,82% lo consulta regolarmente.

Non ne conosce l'esistenza, invece, il 23,26% dei giovani che hanno risposto al questionario.

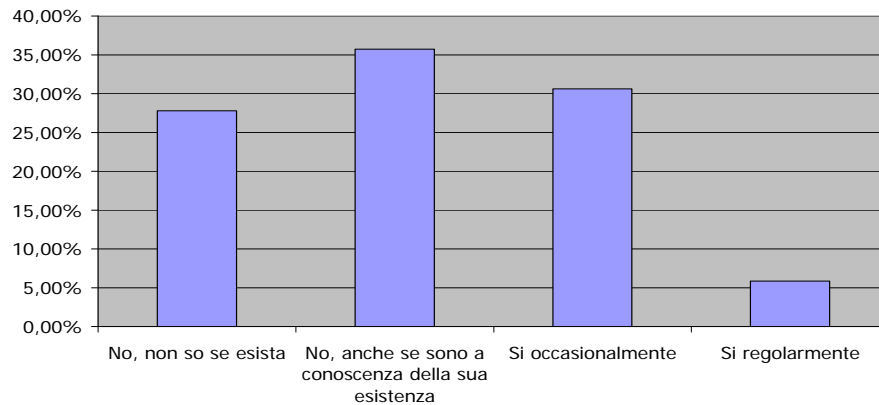
Visite al sito web del proprio Comune di residenza



Il 37,50% dei giovani che possiedono una qualifica professionale non sa se esiste uno specifico sito web del proprio Comune, mentre il 55,24% dei laureati lo visita occasionalmente e il 16,9% regolarmente.

Percentuali leggermente inferiori per quanto riguarda invece il **sito internet della Provincia di residenza**: il 35,71% dei giovani dichiara di non averlo mai visitato nonostante ne conosca l'esistenza, mentre il 30,61% lo visita occasionalmente e solo il 5,87% regolarmente.

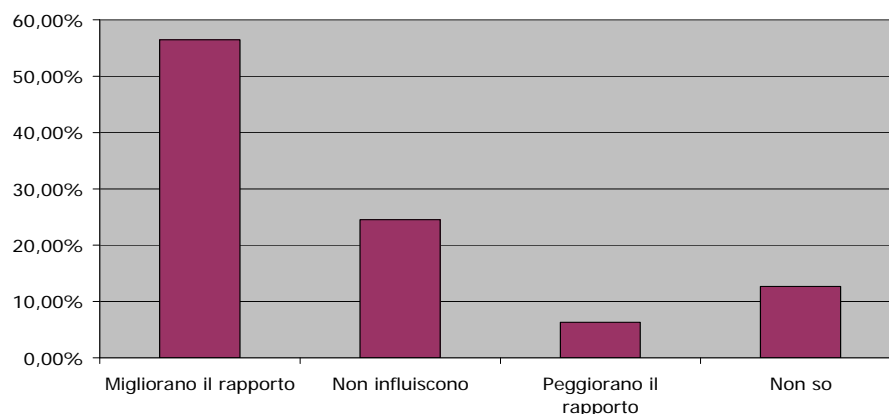
Visite al sito web della Provincia di residenza



A differenza delle percentuali complessivamente rilevate per l'intero campione, il 32,03% degli intervistati con licenza di scuola media inferiore non sa se esiste un sito web specifico per la propria Provincia di residenza, mentre lo stesso è visitato regolarmente dal 12,15% dei laureati e dal 6,73% dei diplomati; il 42,99% dei laureati, inoltre, lo visita occasionalmente.

Il 56,46% dei giovani che hanno risposto al questionario pensa che le **nuove tecnologie per comunicare** (come ad esempio internet e la posta elettronica) abbiano migliorato la qualità del rapporto tra cittadini e Pubblica Amministrazione.

Ruolo delle nuove tecnologie nel rapporto tra cittadini e P.A.

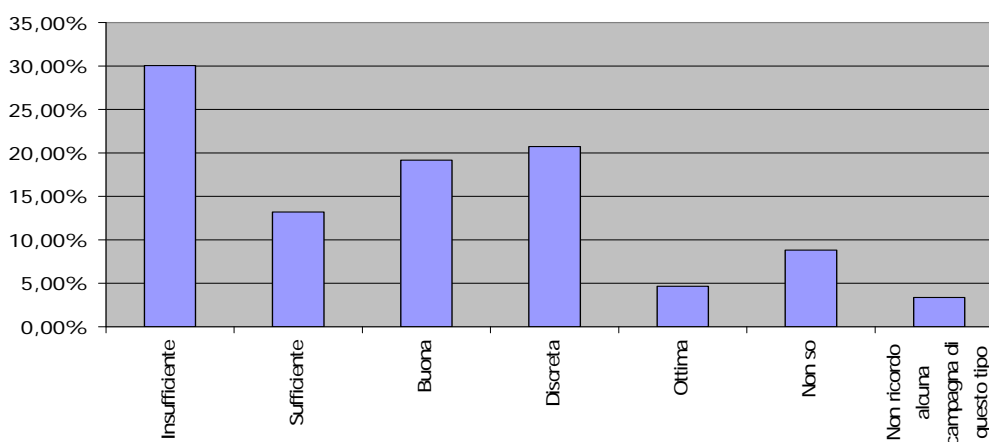


Il 63,83% delle femmine pensa che le nuove tecnologie migliorino il rapporto (49,21% è invece la percentuale registrata per il genere maschile), mentre per il 30,89% dei maschi le tecnologie non influiscono sulla qualità della relazione tra cittadino e Pubblica Amministrazione, contro il 18,09% delle femmine che la pensa allo stesso modo.

La lettura di questa stessa variabile tra i diversi titoli di studio conferma grosso modo le percentuali sopra indicate, ad eccezione dei valori più elevati registrati tra i giovani laureati che attribuiscono alle nuove tecnologie un ruolo migliorativo (66,99%) e tra i giovani in possesso di qualifica professionale secondo i quali (36,36%) le tecnologie non influiscono.

“Insufficiente” è il giudizio espresso dal 30,05% degli intervistati riguardo all'**efficacia delle campagne di sensibilizzazione finora realizzate sui temi della droga e della sicurezza stradale**; solo il 4,66% giudica “ottima” la capacità di queste campagne di influenzare i propri comportamenti rispetto ai temi affrontati, mentre il 3,37% dei giovani non ricorda alcuna campagna di questo tipo.

Efficacia delle campagne di sensibilizzazione su temi specifici

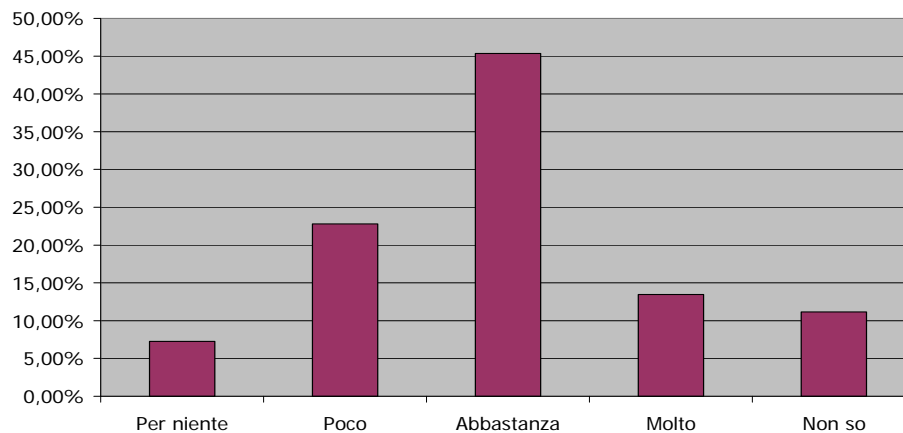


Se da un lato le femmine sono più severe su questo tipo di valutazione, con il 31,77% che giudica “insufficiente” l'efficacia delle campagne finora realizzate contro il 28,35% dei maschi che la pensa allo stesso modo, dall'altro lato il 6,25% del genere femminile dà il giudizio “ottimo” mentre lo stesso viene dato solo dal 3,09% dei maschi.

“Insufficiente” è, inoltre, il giudizio dato dal 37,50% dei giovani con una qualifica professionale, mentre il 5% dei diplomati non ricorda alcuna campagna di sensibilizzazione sui temi della droga e della sicurezza stradale.

Il 45,34% degli intervistati dichiara di fidarsi “abbastanza” dell’informazione che viene direttamente dalla Pubblica Amministrazione: si fida “poco” il 22,80% e “molto” il 13,47%.

Affidabilità dell'informazione proveniente dalla P.A.



Complessivamente, il 65,79% delle femmine si fida dell’informazione trasmessa dalla Pubblica Amministrazione (50% “abbastanza”, 15,79% “molto”), contro il 52,04% dei maschi (40,82% “abbastanza”, 11,22% “molto”). Il 9,69% dei maschi ritiene “per niente” affidabile questo tipo di comunicazione, mentre si attesta a 4,74% il valore delle femmine che la pensano allo stesso modo.

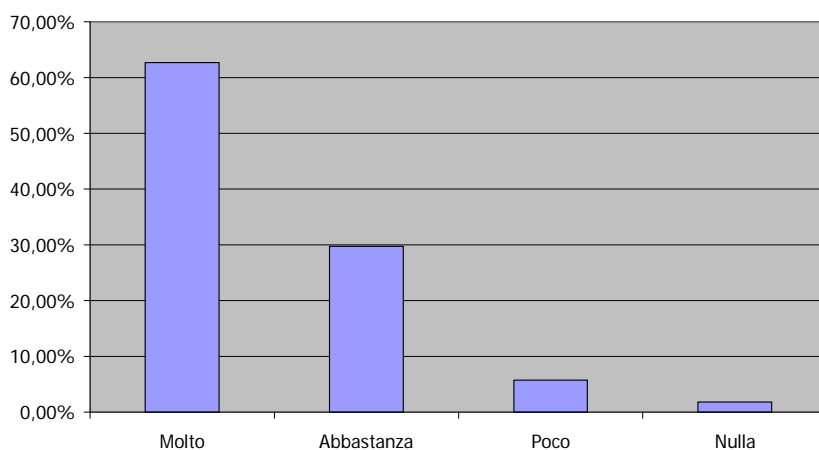
Tra i diplomati, il 50,98% si fida “abbastanza” dell’informazione proveniente dalla Pubblica Amministrazione mentre tra i laureati al 10,38% che esprime una totale sfiducia si oppone un 20,75% che dichiara di fidarsi “molto”.

Argomenti di interesse

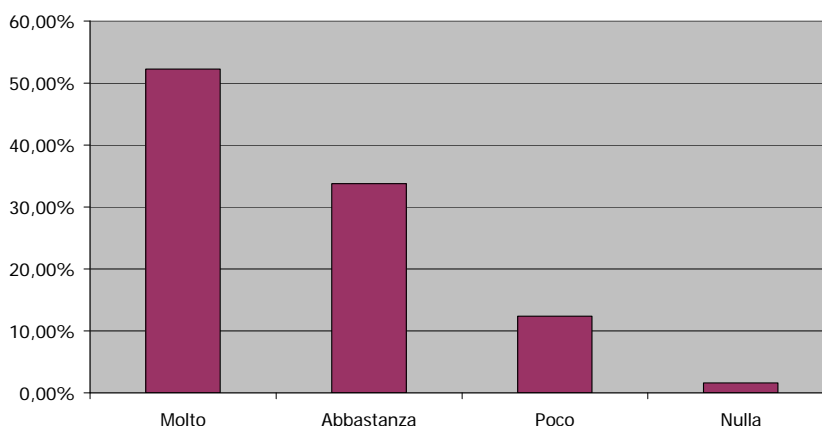
Interpellati in merito agli argomenti sui quali vale la pena informare i propri coetanei, i giovani ritengono importante attivare attività informative soprattutto sui temi riguardanti: **lavoro** (92,43%), **sicurezza stradale** (86,01%), **malattie sessualmente trasmissibili** (84,90%), **ambiente** (84,07%) **contrasto alle dipendenze da alcol, fumo, droga** (80,53%) e **legalità intesa come rispetto delle leggi** (79,73%).

Leggermente distanziati temi come formazione, studio e/o lavoro all'estero, integrazione culturale e opportunità per il tempo libero.

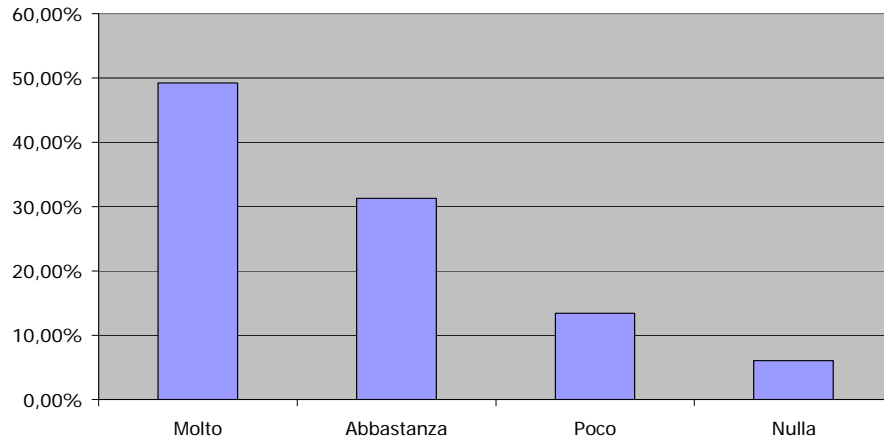
Importanza del tema "Lavoro"



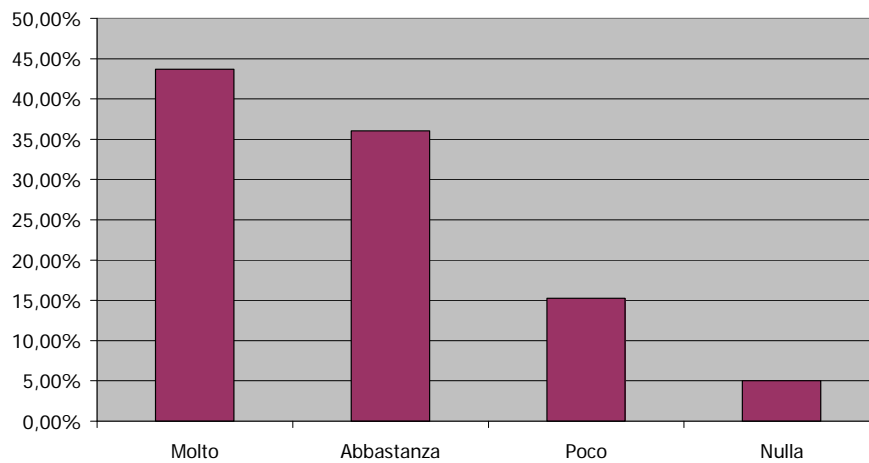
Importanza del tema "Sicurezza stradale"



Importanza del tema "Lotta alle dipendenze"



Importanza del tema "Legalità"



Le **giovani donne** sembrano essere particolarmente sensibili a queste tematiche, attribuendo molta importanza all'informazione in particolare sulla sicurezza stradale (59,26%), sulla lotta alle varie forme di dipendenza (57,07%) e sulla legalità (45,79%).

Considerando invece il titolo di studio, l'importanza di informare sul tema del lavoro è molto avvertita tra chi possiede un titolo universitario (75,70% dei laureati) e un diploma di scuola superiore (65,35% dei diplomati).

Riguardo alla sicurezza stradale, l'informazione è "molto importante" per il 54,72% dei laureati e il 53,42% di chi ha la licenza di scuola media inferiore.

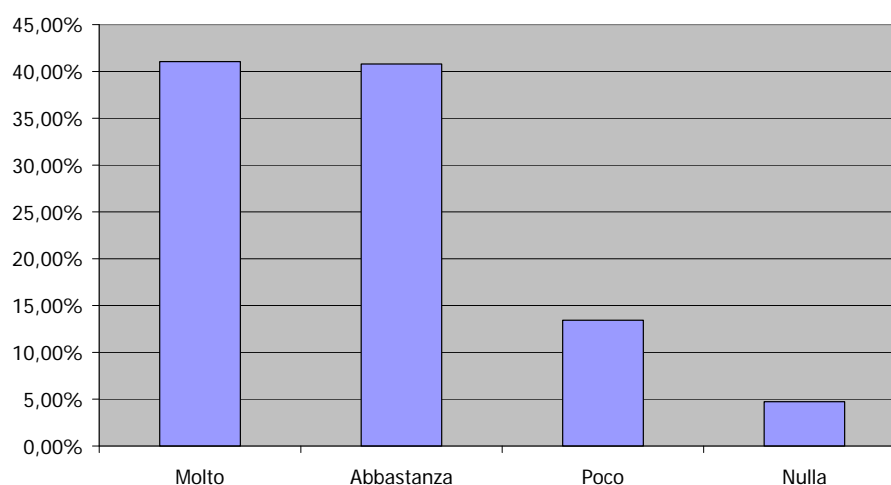
La prevenzione delle malattie a trasmissione sessuale è avvertita come importante oggetto di informazione dal 66,04% di chi ha un titolo universitario e dal 62,50% di chi possiede una qualifica professionale.

In merito ad ambiente, legalità e lotta alle dipendenze, è soprattutto tra i laureati e i diplomati ad essere molto sentita l'importanza di informare i propri coetanei.

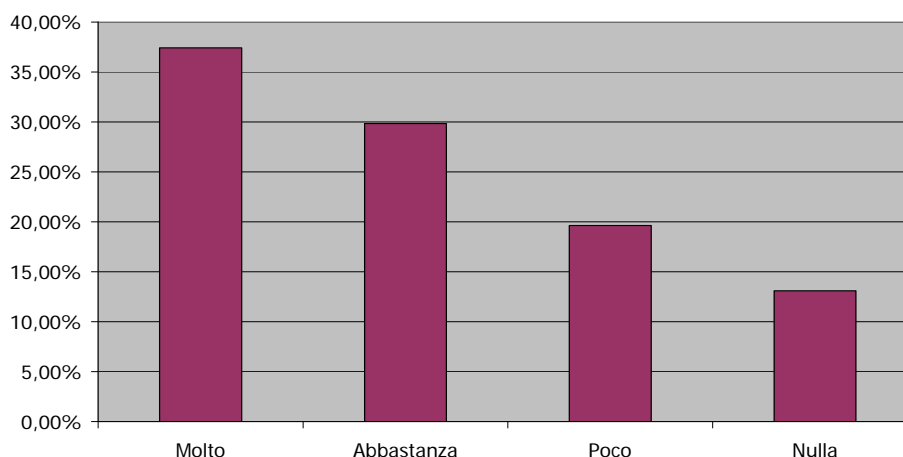
Canali e strumenti di comunicazione

In generale, i giovani che hanno risposto al questionario preferiscono essere informati sulle iniziative e sui servizi che riguardano il mondo giovanile organizzati da enti pubblici, soprattutto attraverso specifico **sito internet** (41,05% indica la risposta "molto"), con internet tramite **social networks** (37,43%), con **materiale stampato distribuito nei locali pubblici** (29,09%).

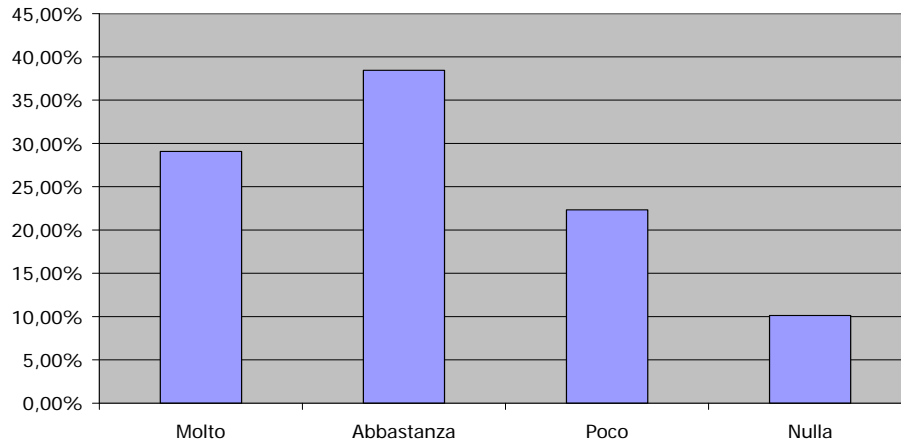
Preferenza data a "sito internet" per essere informati



Preferenza data ai "Social Networks" per essere informati

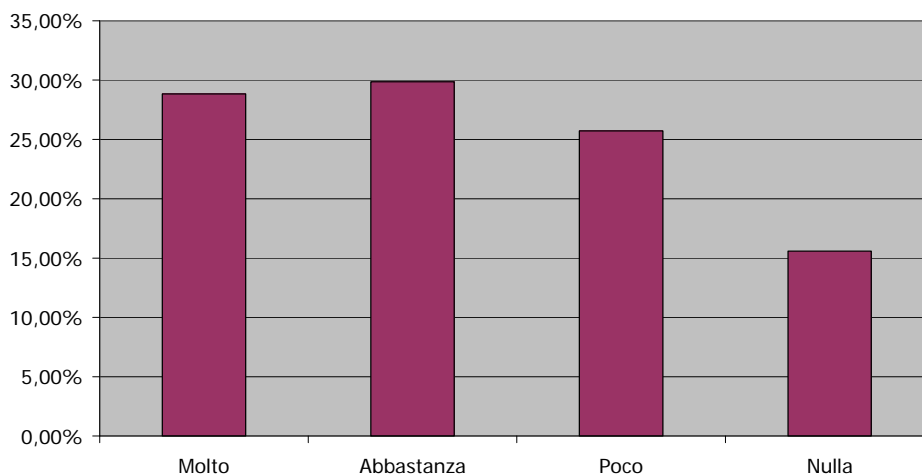


Preferenza data a "materiale distribuito in locali pubblici" per essere informati

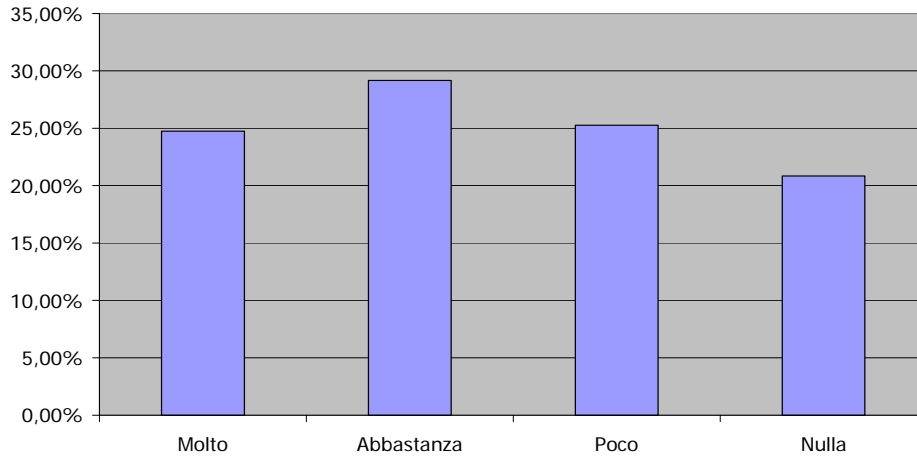


A seguire, l'opzione di risposta "molto" viene selezionata per **messaggi di posta elettronica** (28,83%), **invio di materiale stampato per posta** (24,74%), **messaggio sms via telefonino** (24,73%), **affissione di poster e manifesti** (23,28%), **inserzioni su giornali e riviste** (22,80%), **spot su radio e tv** (21,35%), **affissioni sui mezzi pubblici** (17,80%).

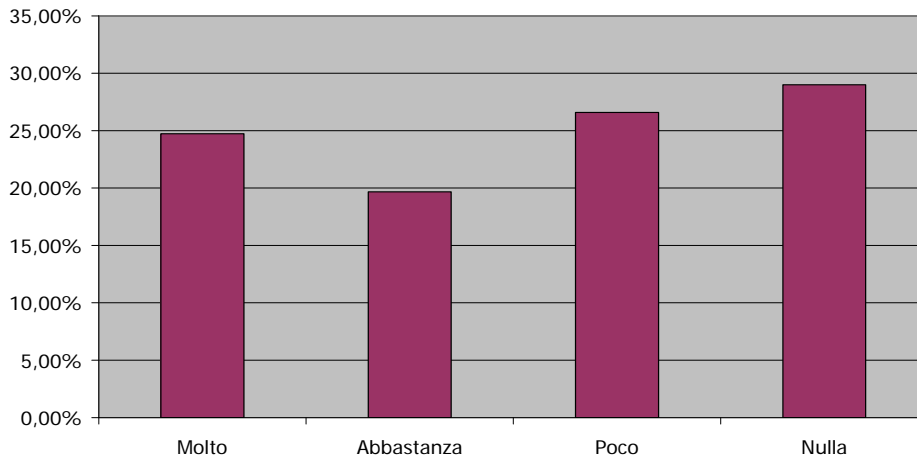
Preferenza data a "messaggi di posta elettronica" per essere informati



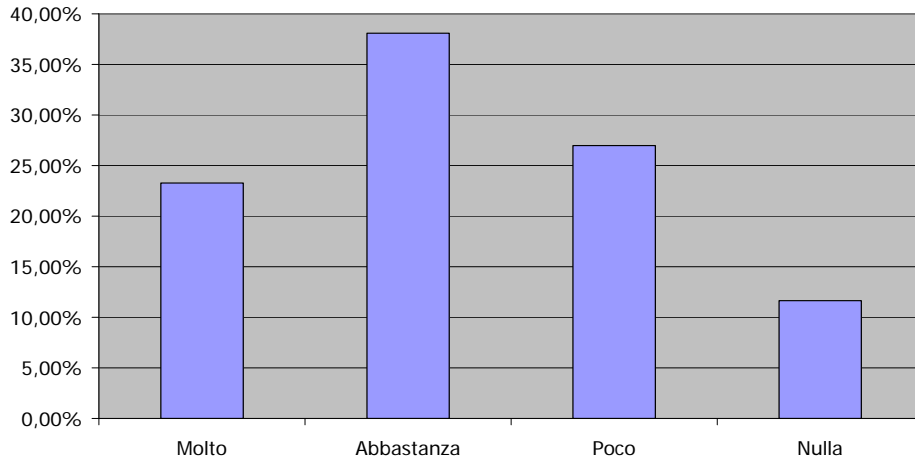
Preferenza data a "invio di materiale per posta" per essere informati



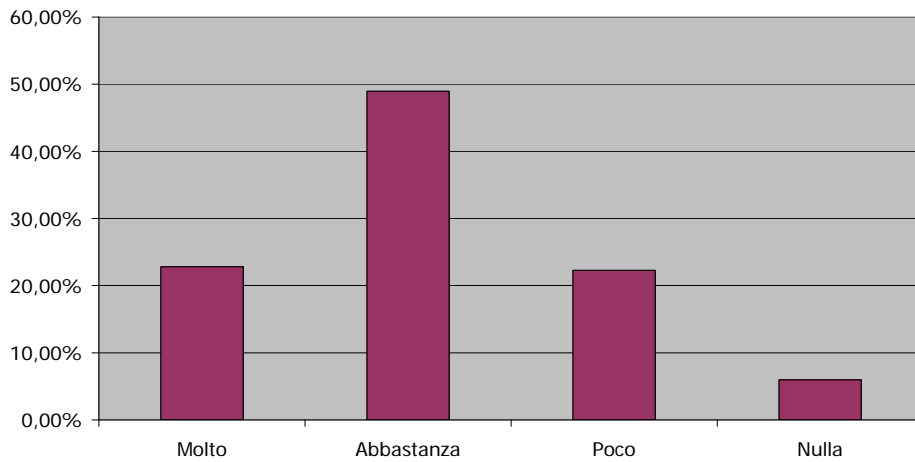
Preferenza data a "messaggio sms via telefonino" per essere informati



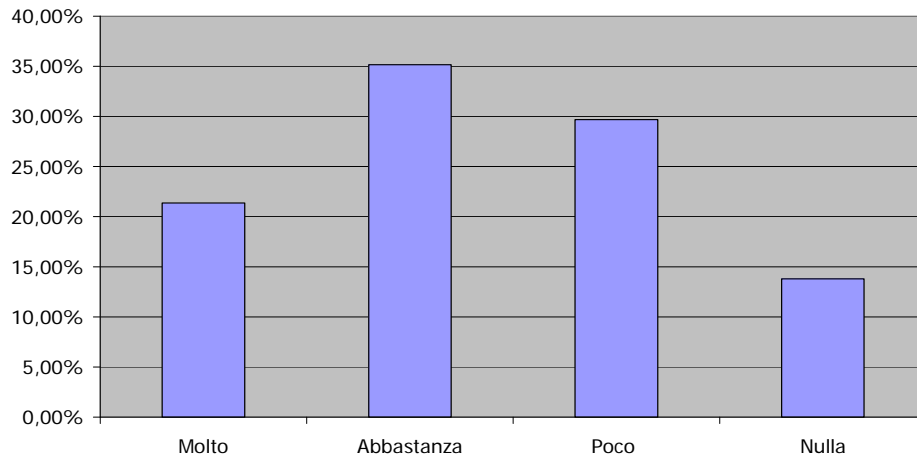
Preferenza data ad "affissione di poster e manifesti" per essere informati



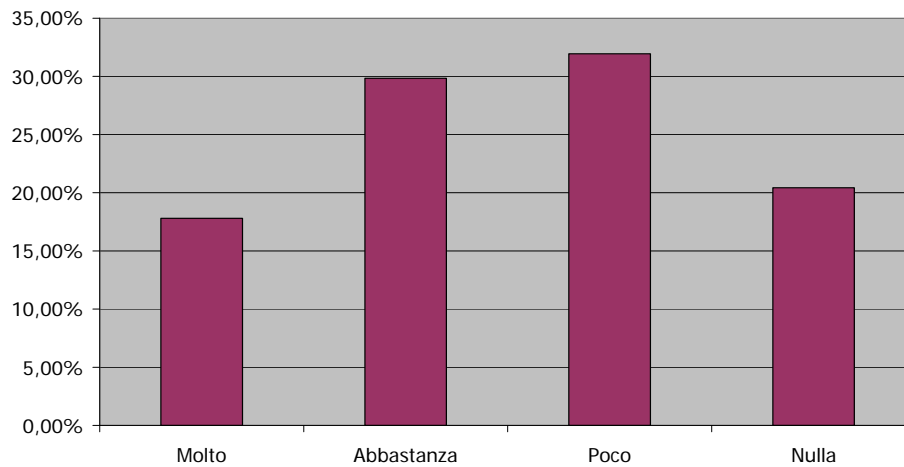
Preferenza data a "inserzioni su giornali e riviste" per essere informati



Preferenza data a "Spot su radio e Tv" per essere informati

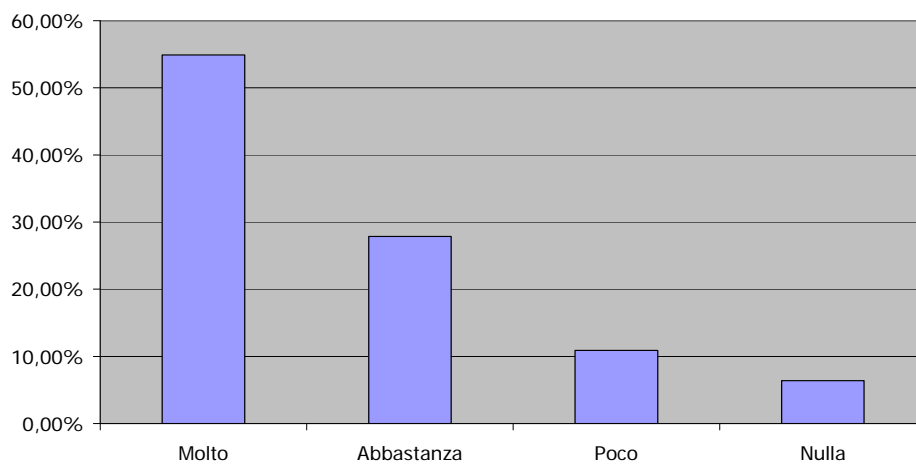


Preferenza data ad "affissioni sui mezzi pubblici" per essere informati

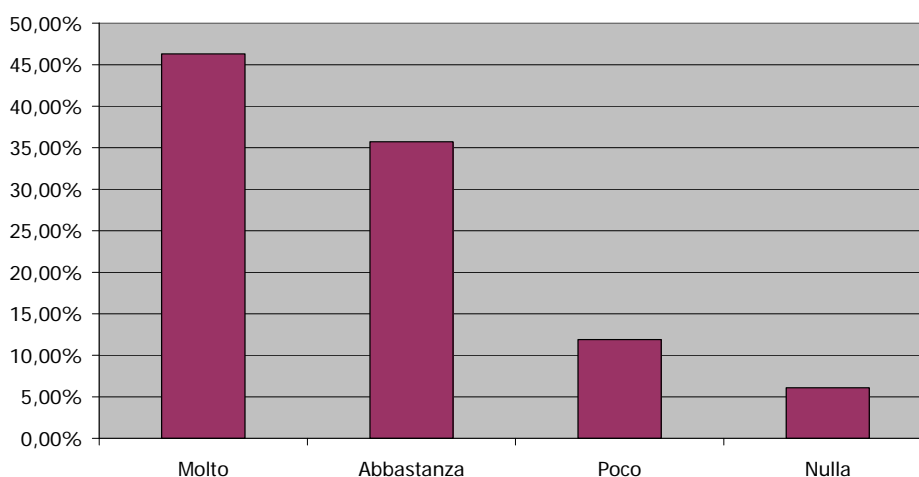


Di fronte alla scelta del mezzo di comunicazione più adatto per informare i propri coetanei sugli argomenti di interesse per il mondo giovanile, la più ampia preferenza viene accordata in questo caso ai **social networks** (54,91% indica "molto" come risposta), **sito internet** (46,30%) e al **messaggio sms via telefonino** (37,37%).

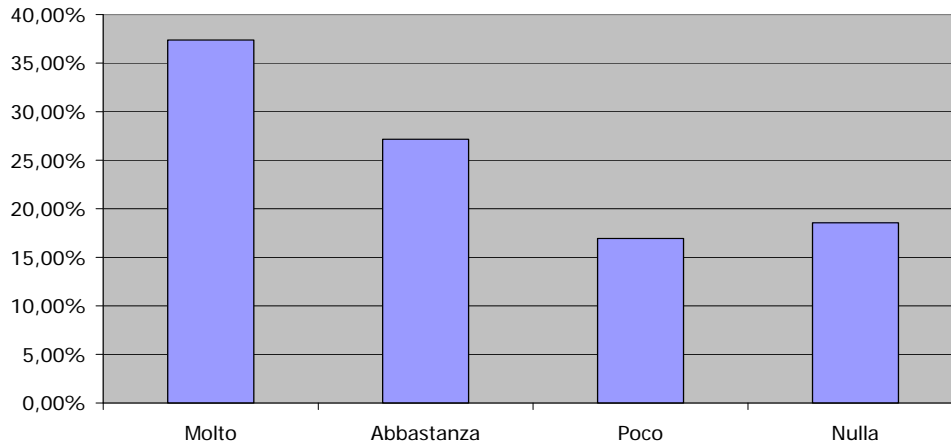
Preferenza data a "Social Networks" per informare i propri coetanei



Preferenza data a "sito Internet" per informare i propri coetanei

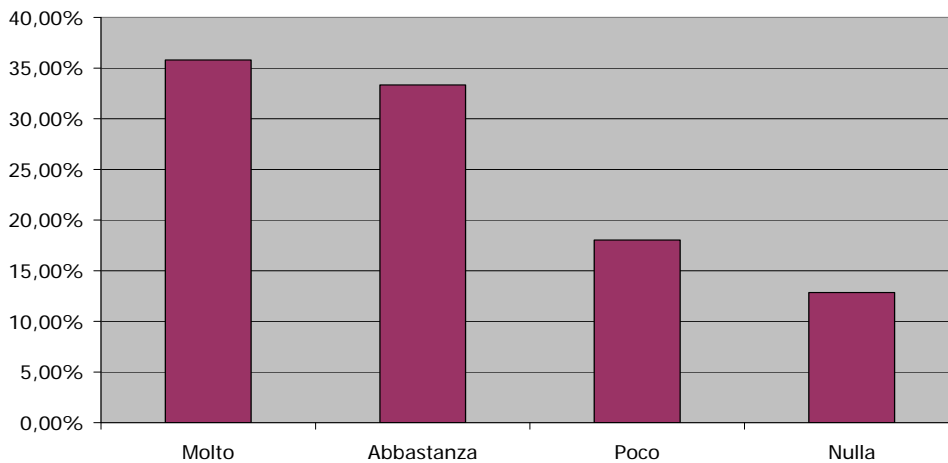


Preferenza data a "messaggio Sms via telefonino" per informare i propri coetanei

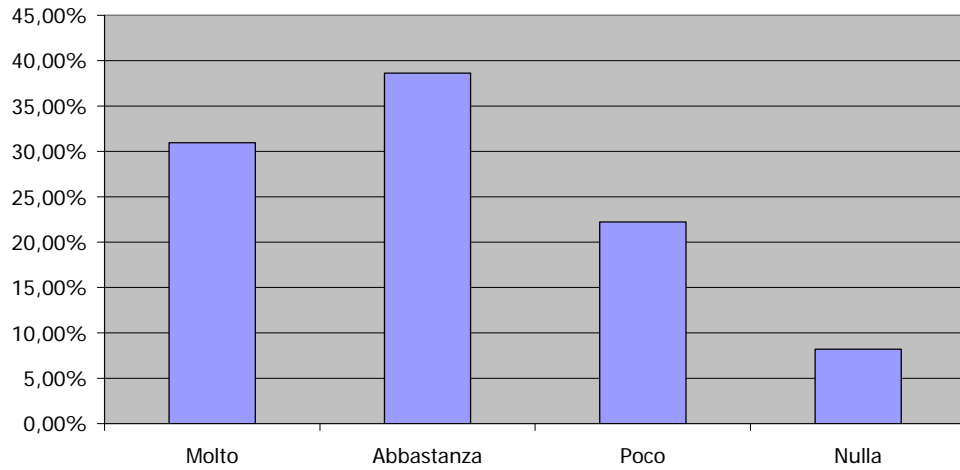


A seguire, la risposta "molto" è stata scelta per **amici e conoscenti (35,79%)**, **materiale stampato distribuito nei locali pubblici (30,95%)**, **spot su radio o TV (30,77%)**, **inserzioni su giornali e riviste (24,07%)**, **invio di materiale stampato per posta (23,06%)**, **affissione di poster e manifesti (22,67%)**, **affissioni su mezzi pubblici (18,30%)**.

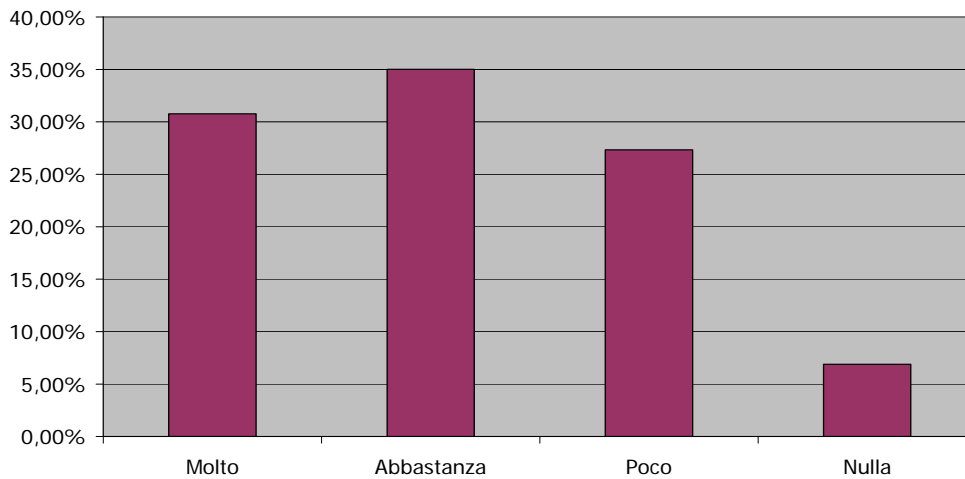
Preferenza data ad "Amici e conoscenti" per informare i propri coetanei



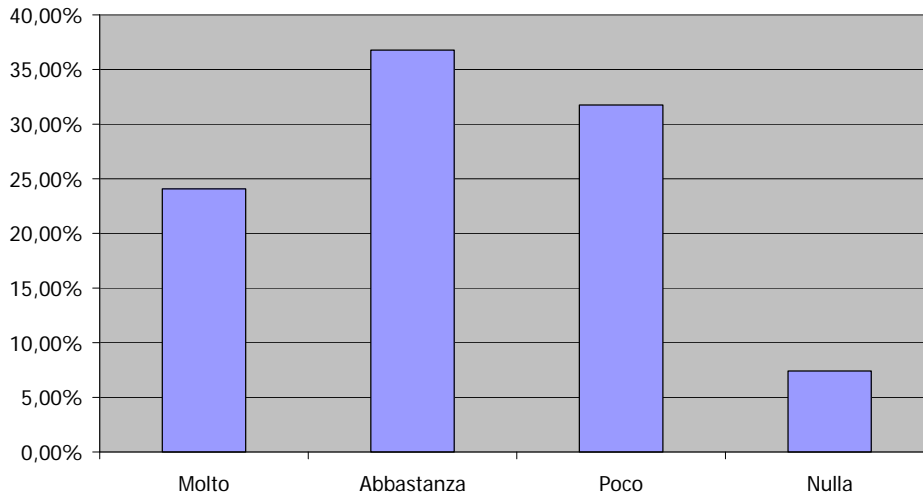
Preferenza data a "Materiali distribuiti in locali pubblici" per informare i propri coetanei



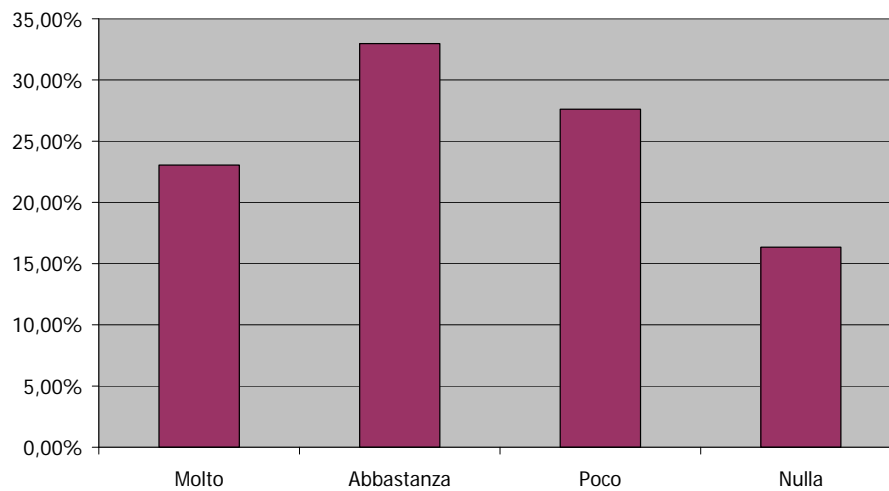
Preferenza data a "Spot su radio e TV" per informare i propri coetanei



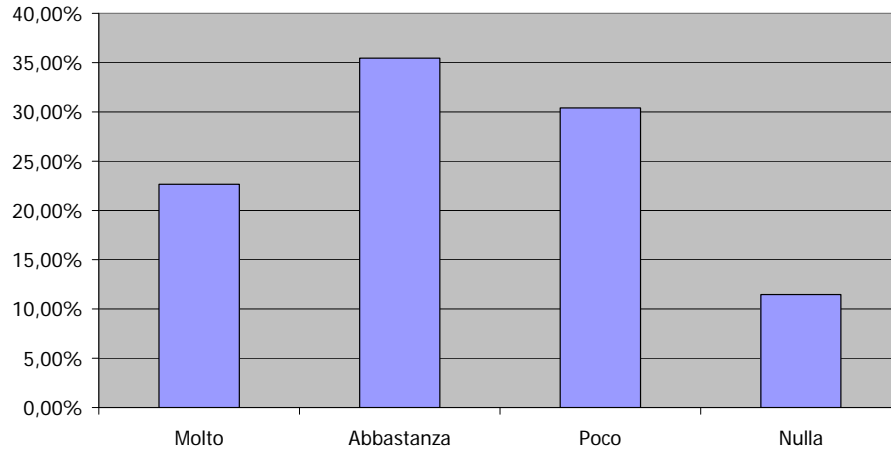
Preferenza data a "Inserzioni su giornali e riviste" per informare i coetanei



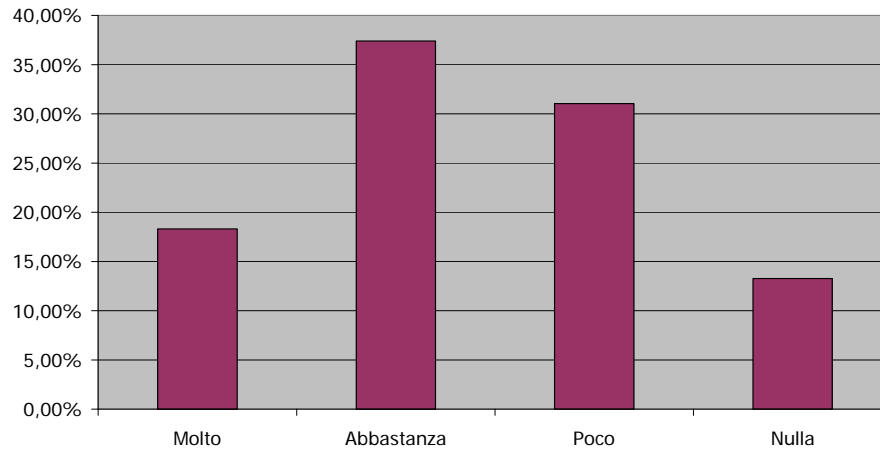
Preferenza data a "Invio di materiale per posta" per informare i propri coetanei



Preferenza data ad "Affissioni di poster e manifesti" per informare i propri coetanei



Preferenza data ad "Affissioni sui mezzi pubblici" per informare i propri coetanei



Rispetto ai dati complessivamente rilevati per la totalità del campione, è soprattutto tra i giovani laureati che è "molto" diffusa la scelta dei Social Networks (69,23%), di uno specifico sito internet (56,31%) e di SMS (44,12%) come mezzi per informare i propri coetanei sugli argomenti di interesse.

Interventi realizzati in collaborazione con le scuole sono inoltre proposti dai ragazzi che hanno voluto inserire una propria risposta oltre ai canali di comunicazione indicati nella domanda.