



Centro per la Formazione e la Ricerca sull'Infanzia e l'Adolescenza

Progetto Selfie

Indagine sugli stili di vita giovanili

Un progetto a cura di:



In collaborazione con:



UNIVERSITÀ
DI PAVIA

Introduzione

Il progetto “Selfie” nasce allo scopo di permettere ai ragazzi di raccontare (mediante un questionario autosomministrato) i propri gusti, le proprie abitudini e le proprie idee, permettendoci di delineare un quadro significativo degli stili di vita adolescenziali.

L’adolescenza si configura come quel periodo di maggior cambiamento nella vita dell’individuo che passa attraverso lo svolgimento di diversi compiti evolutivi.

La libertà di esplorare molteplici campi, la possibilità di sperimentare forme sane di divertimento, la facoltà di vivere relazioni ed amicizie fondate sulla reciprocità e lo scambio, conferiscono dinamicità e movimento al progetto di vita del soggetto e risultano ingredienti imprescindibili alla formazione di una solida identità individuale e sociale futura.

In questa fase della vita i comportamenti a rischio che possono essere assunti dai giovani (dal fumo delle sigarette all’assunzione di droghe, dal vandalismo alla guida pericolosa, dall’uso spregiudicato dei social network al gioco on line) sono molteplici e frequenti e possono influenzare la costruzione dell’identità che si declina da un lato nella ricerca di una più ampia autonomia, dall’altra nella volontà di partecipazione sociale.

Individuare i fattori di rischio e parallelamente valorizzare gli elementi di protezione che possono prevenirli è fondamentale per offrire agli adolescenti la possibilità di raggiungere i medesimi traguardi di sviluppo senza mettere in pericolo il proprio benessere psico-fisico.

L’elaborazione dei dati ottenuti dalla somministrazione del questionario ci fornisce dunque la possibilità di indagare gli stili di vita degli adolescenti per delineare i comportamenti a rischio con l’obiettivo di individuare i corrispondenti fattori di protezione e costruire e proporre percorsi di prevenzione.

Uno strumento che è in grado di fornire elementi e spunti concreti utili ad una riflessione per insegnanti, genitori e studenti stessi.

Indice

1. Variabili sociodemografiche	4
2. Situazione familiare	6
3. Attività preferite e tempo libero	7
4. Attività Tecnomediate e Social Network	13
5. Paghetta settimanale	24
6. Azzardo	28
7. Comportamenti a rischio	30
8. Coping e figure di riferimento	35
9. Immagine Corporea	40
10. Realizzazione personale	41

Report Progetto 'Selfie'

Centro 'Semi di Melo'

I dati che verranno di seguito restituiti sono stati raccolti tra il 08 Febbraio 2022 e il 14 Febbraio 2022, nell'ambito dell'indagine sugli stili di vita giovanili che ha coinvolto in totale 88 studenti (50% ragazzi e 50% ragazze) appartenenti all' istituto secondario di primo grado Boezio di **Pavia**.

1.1 Variabili sociodemografiche

Il 76.14% del campione è di nazionalità italiana, il 9.09% sono stranieri nati all'estero e il 14.77% stranieri nati in Italia.

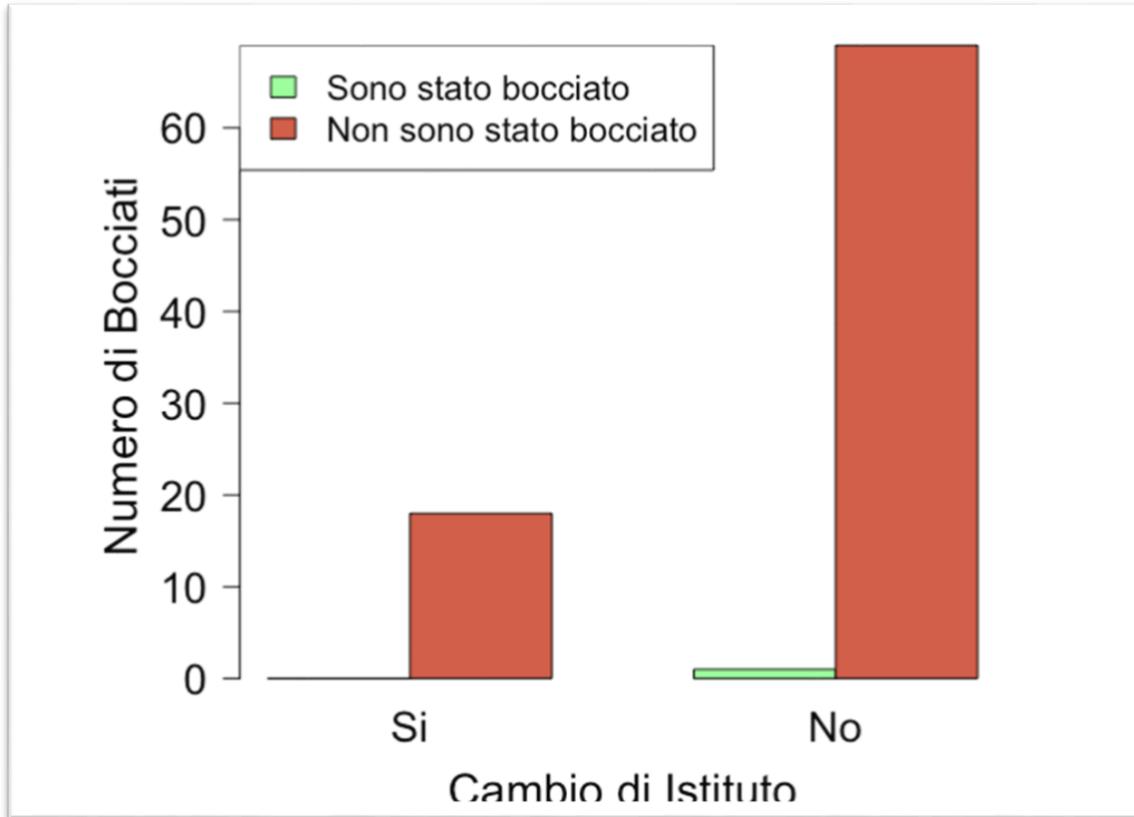
L'87.5% dei ragazzi è nato in Italia, il 4.55% ci vive da più di 10 anni, il 3.41% da più di 5 anni, il 4.55% da più di 3 anni e nessuno è in Italia da più di un anno.

L'età media dei ragazzi intervistati è 12 anni.

ANNO DI NASCITA	PERCENTUALE
2007	2.27
2008	25.00
2009	23.86
2010	46.59
2011	2.27

Durante gli anni di scuola l'1.14% degli studenti riferisce di **essere stato bocciato**, l'11.36% di **aver avuto debiti**, il 20.45% di **aver cambiato istituto scolastico**.

CLASSE FREQUENTATA	PERCENTUALE
1° media	50.00
2° media	23.86
3° media	26.14



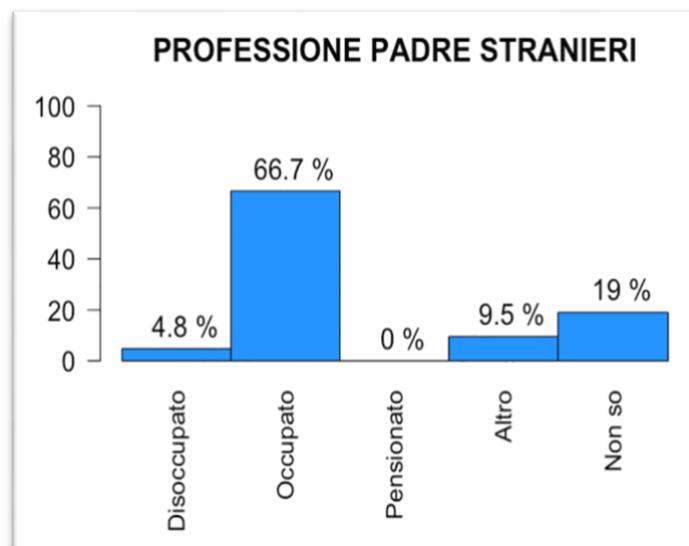
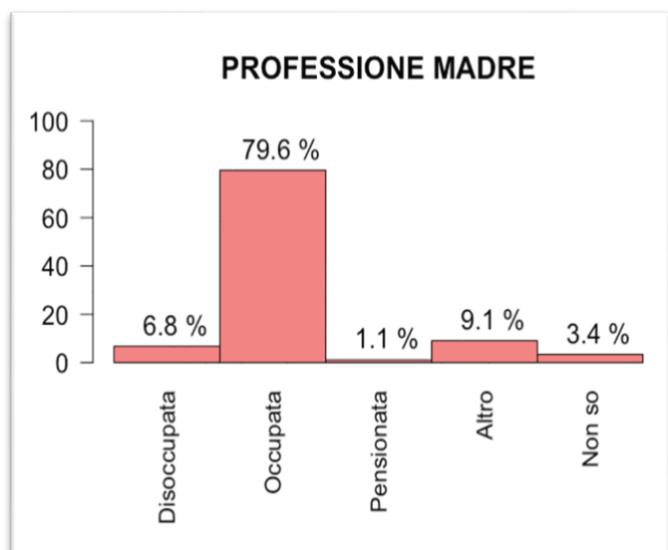
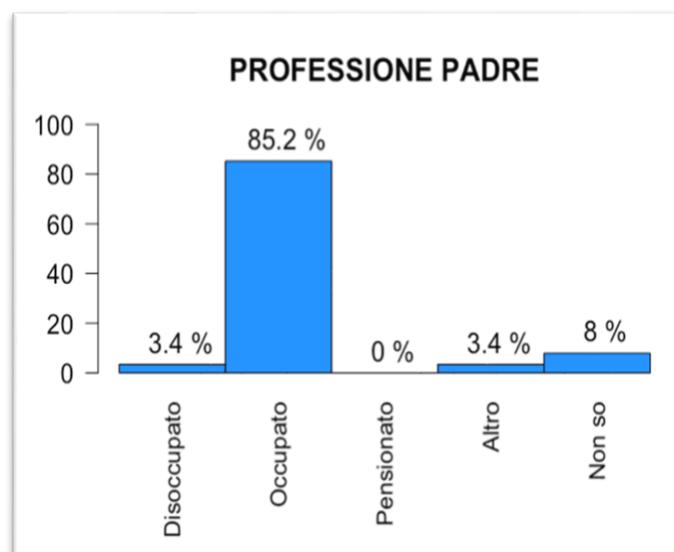
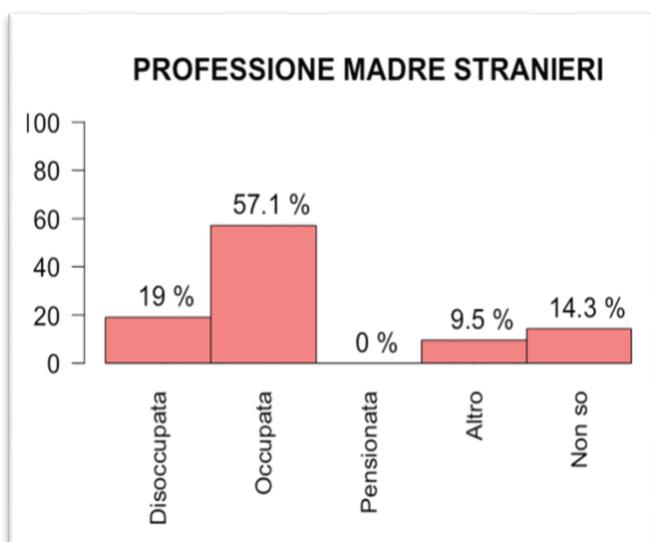
Ha cambiato istituto	Non ha cambiato istituto
0 %	1.43 %
100 %	98.57 %

1.2 Situazione familiare

Agli studenti è stato chiesto di indicare **con chi vivessero**: il 98.86% vive con i genitori.

	Si %	No %
Madre	97.73	2.27
Padre	88.64	11.36
Fratelli	71.59	28.41
Parenti	15.91	84.09
Non parenti	4.55	95.45
Genitori acquisiti	13.64	86.36

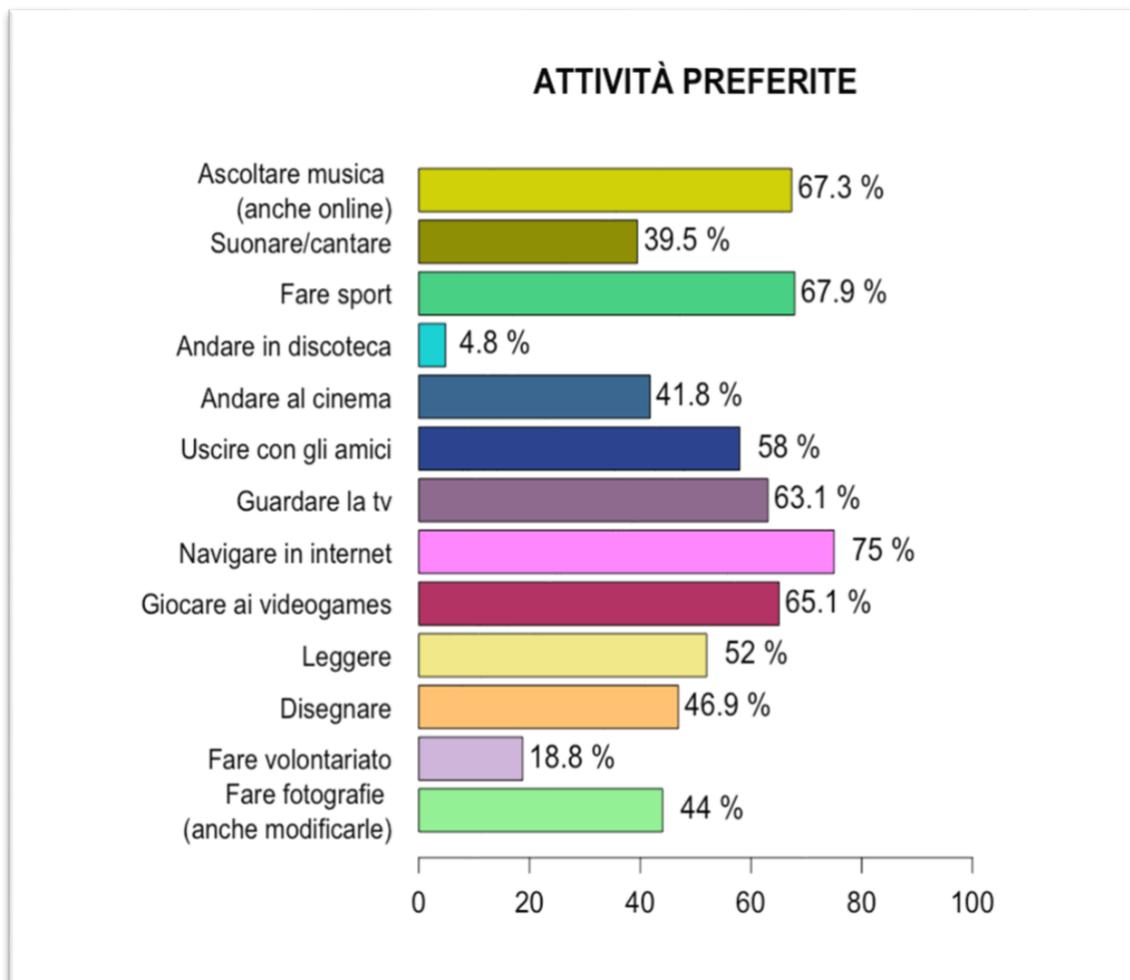
Rispetto alla professione dei genitori: l'85.23% dei padri e il 79.55% delle madri sono occupati.



1.3 Attività preferite e tempo libero

Agli studenti è stato chiesto di indicare **quanto generalmente praticassero le seguenti attività**, secondo differenti livelli d'intensità.

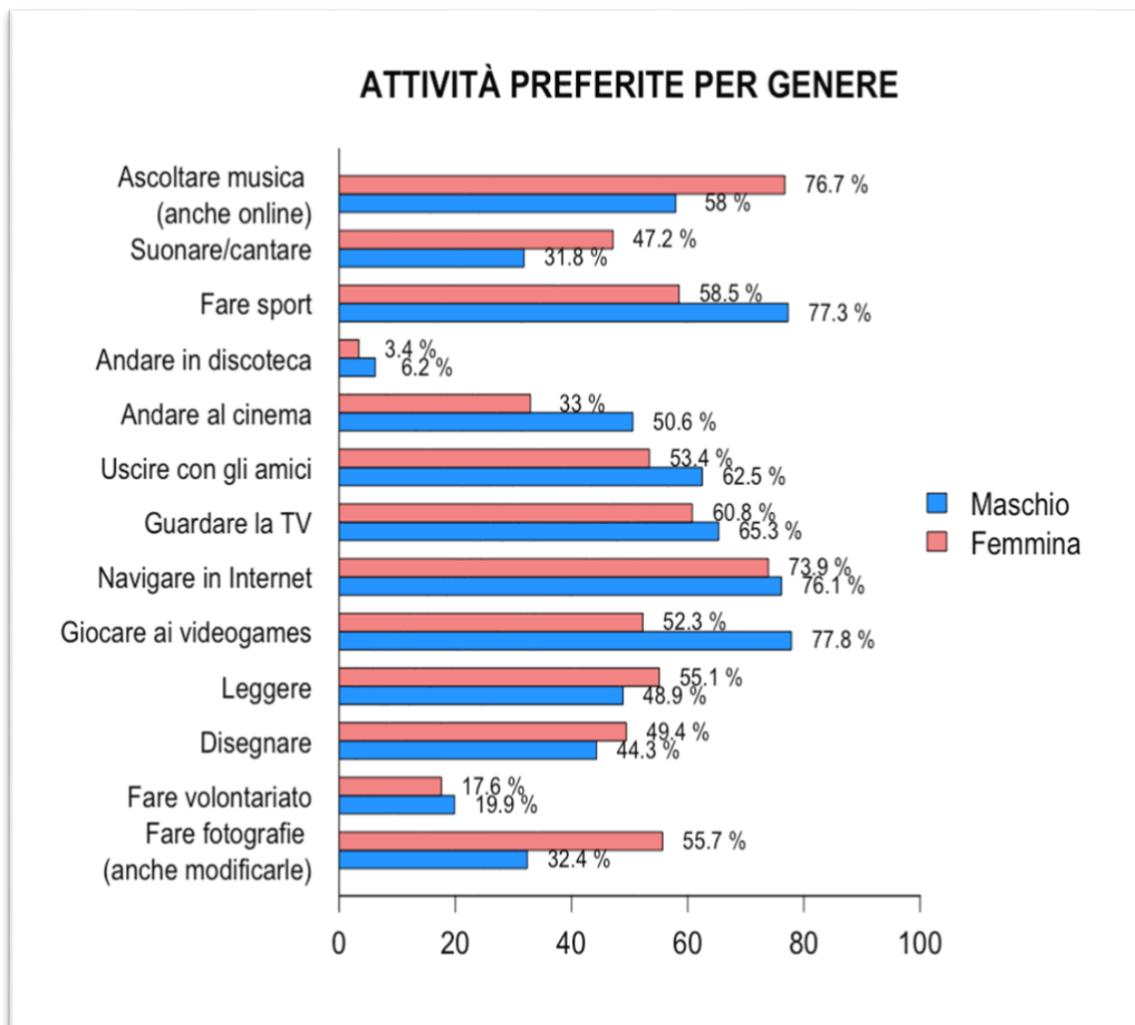
Il risultato presentato è un **indice di preferenza**, espresso in percentuale, che sintetizza quanto, in media, gli studenti praticano l'attività in questione ¹.



	Per niente	Poco	Moderatamente	Molto	Moltissimo
Ascoltare musica (anche online) %	4.55	14.77	19.32	29.55	31.82
Suonare/cantare %	31.82	26.14	10.23	15.91	15.91
Fare sport %	10.23	9.09	19.32	21.59	39.77
Andare in discoteca %	89.77	4.55	3.41	1.14	1.14

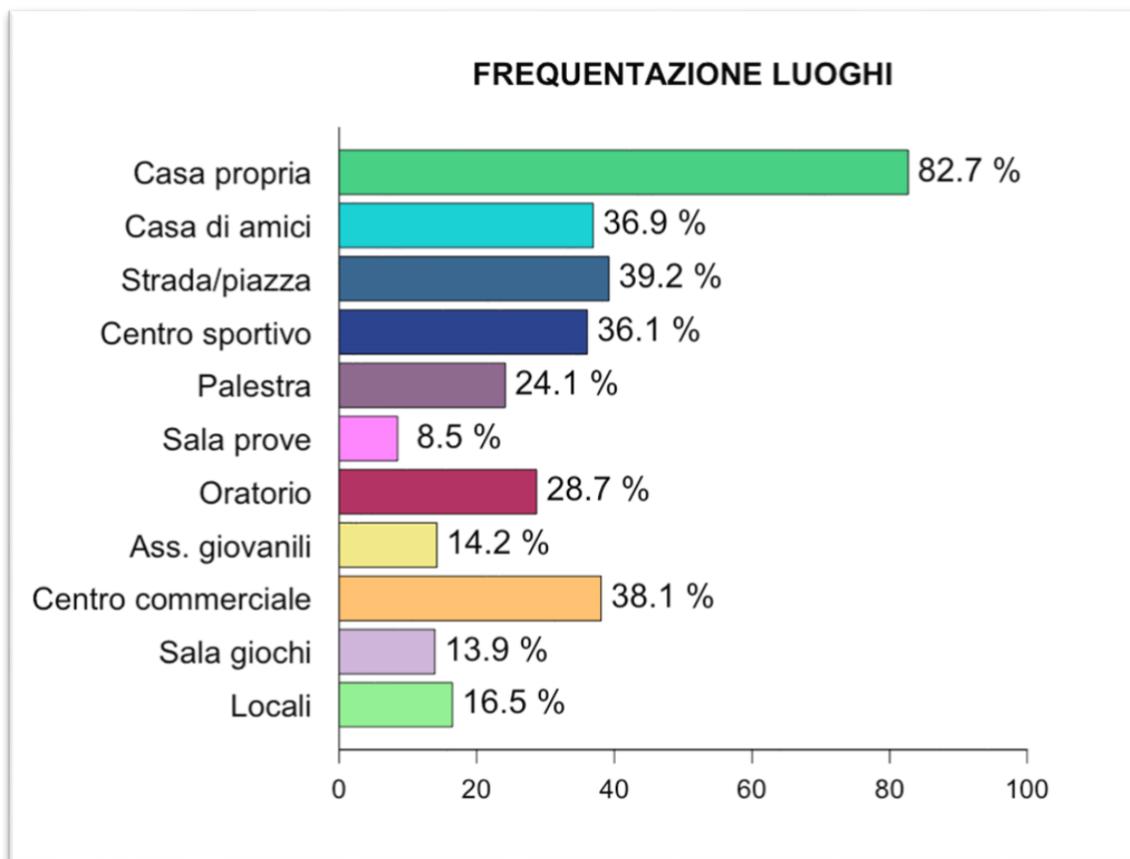
¹ 0%=per niente, 100%=moltissimo

Andare al cinema %	17.05	32.95	28.41	9.09	12.50
Uscire con gli amici %	13.64	18.18	20.45	18.18	29.55
Guardare la tv %	5.68	13.64	28.41	27.27	25.00
Navigare in internet %	2.27	11.36	15.91	25.00	45.45
Giocare ai videogames %	9.09	11.36	23.86	21.59	34.09
Leggere %	12.50	25.00	19.32	28.41	14.77
Disegnare %	20.45	25.00	19.32	17.05	18.18
Fare volontariato %	60.23	18.18	11.36	6.82	3.41
Fare fotografie (anche modificarle) %	29.55	18.18	15.91	19.32	17.05



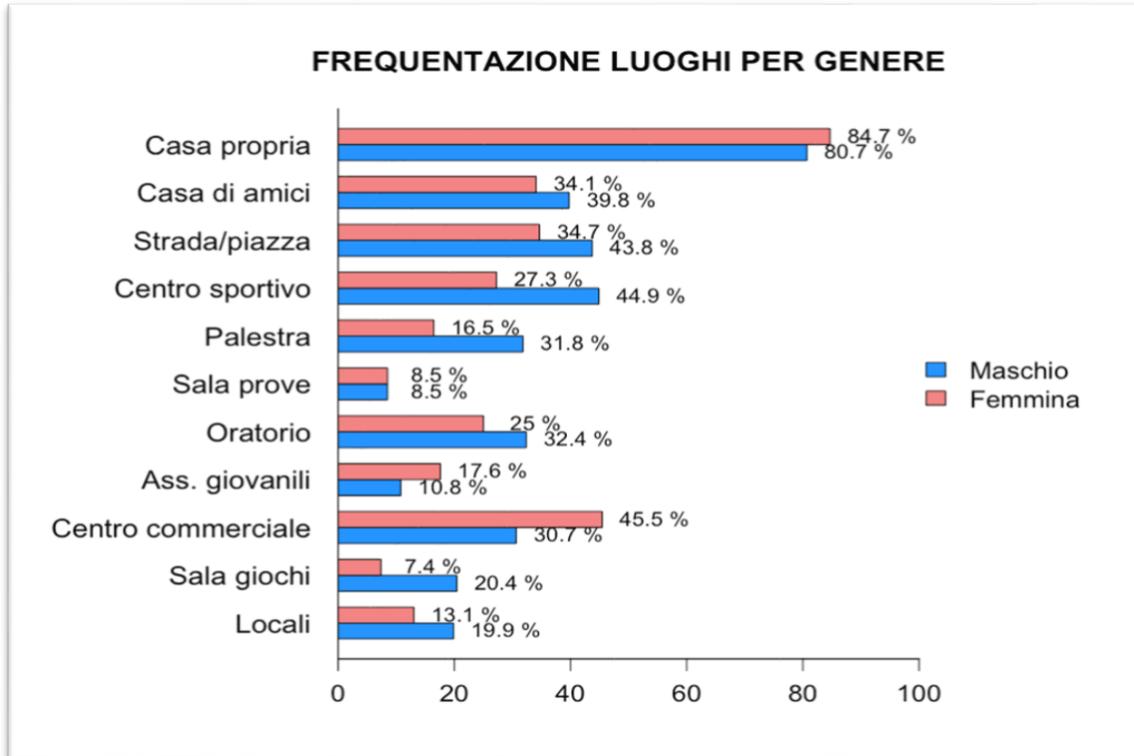
Agli studenti è stato inoltre richiesto di indicare **dove generalmente trascorressero la maggior parte del loro tempo libero.**

Quello che in seguito viene definito **“indice di gradimento”** è un indice percentuale che descrive quanto tempo, mediamente, gli individui trascorrono nel luogo in questione ²

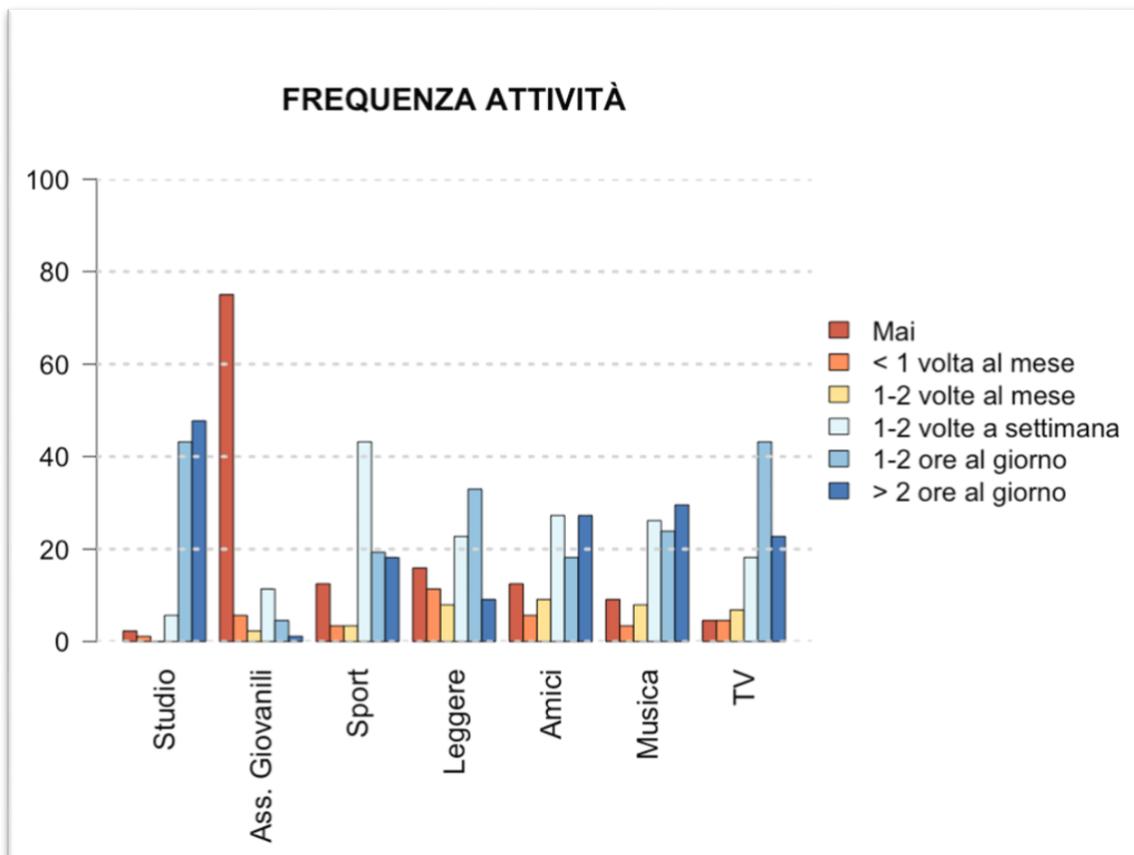


	Per niente	Poco	Moderatamente	Molto	Moltissimo
Casa propria %	0.00	4.55	7.95	39.77	47.73
Casa di amici %	19.32	34.09	30.68	11.36	4.55
Strada/piazza %	23.86	35.23	15.91	10.23	14.77
Centro sportivo %	39.77	15.91	17.05	14.77	12.50
Palestra %	51.14	21.59	12.50	9.09	5.68
Sala prove %	84.09	5.68	4.55	3.41	2.27
Oratorio %	46.59	19.32	17.05	6.82	10.23
Ass. giovanili %	76.14	6.82	6.82	4.55	5.68
Centro commerciale %	19.32	35.23	27.27	10.23	7.95
Sala giochi %	71.59	14.77	5.68	2.27	5.68
Locali %	55.68	29.55	10.23	2.27	2.27

² (0% = per niente, 100% = moltissimo)



Gli studenti sono anche stati intervistati su **quanto tempo dedichino** alle diverse attività.



	TV	Musica	Amici	Leggere	Sport	Ass. Giovanili	Studio
Mai %	4.55	9.09	12.50	15.91	12.50	75.00	2.27
Meno di una volta al mese %	4.55	3.41	5.68	11.36	3.41	5.68	1.14
Una o due volte al mese %	6.82	7.95	9.09	7.95	3.41	2.27	0.00
Una o due volte a settimana %	18.18	26.14	27.27	22.73	43.18	11.36	5.68
Una o due ore al giorno %	43.18	23.86	18.18	32.95	19.32	4.55	43.18
Più di due ore al giorno %	22.73	29.55	27.27	9.09	18.18	1.14	47.73

Frequenza attività ragazzi

	TV	Musica	Amici	Leggere	Sport	Ass. Giovanili	Studio
Mai %	2.27	13.64	9.09	9.09	9.09	72.73	4.55
Meno di una volta al mese %	0.00	4.55	4.55	15.91	2.27	6.82	2.27
Una o due volte al mese %	11.36	15.91	9.09	11.36	2.27	2.27	0.00
Una o due volte a settimana %	20.45	20.45	34.09	25.00	34.09	11.36	2.27
Una o due ore al giorno %	40.91	27.27	18.18	34.09	18.18	6.82	56.82
Più di due ore al giorno %	25.00	18.18	25.00	4.55	34.09	0.00	34.09

Frequenza attività ragazze

	TV	Musica	Amici	Leggere	Sport	Ass. Giovanili	Studio
Mai %	6.82	4.55	15.91	22.73	15.91	77.27	0.00
Meno di una volta al mese %	9.09	2.27	6.82	6.82	4.55	4.55	0.00
Una o due volte al mese %	2.27	0.00	9.09	4.55	4.55	2.27	0.00
Una o due volte a settimana %	15.91	31.82	20.45	20.45	52.27	11.36	9.09
Una o due ore al giorno %	45.45	20.45	18.18	31.82	20.45	2.27	29.55
Più di due ore al giorno %	20.45	40.91	29.55	13.64	2.27	2.27	61.36

Frequenza attività studenti non italiani

	TV	Musica	Amici	Leggere	Sport	Ass. Giovanili	Studio
Mai %	14.29	9.52	14.29	14.29	14.29	57.14	0.00
Meno di una volta al mese %	0.00	4.76	4.76	14.29	4.76	19.05	0.00
Una o due volte al mese %	9.52	9.52	14.29	4.76	4.76	0.00	0.00
Una o due volte a settimana %	9.52	23.81	19.05	33.33	47.62	19.05	4.76
Una o due ore al giorno %	33.33	19.05	23.81	19.05	14.29	0.00	47.62
Più di due ore al giorno %	33.33	33.33	23.81	14.29	14.29	4.76	47.62

Rispetto al tempo dedicato alle attività, si nota come l'84.09% pratici sport almeno mensilmente, la maggior parte di questi lo fa una o due volte alla settimana.

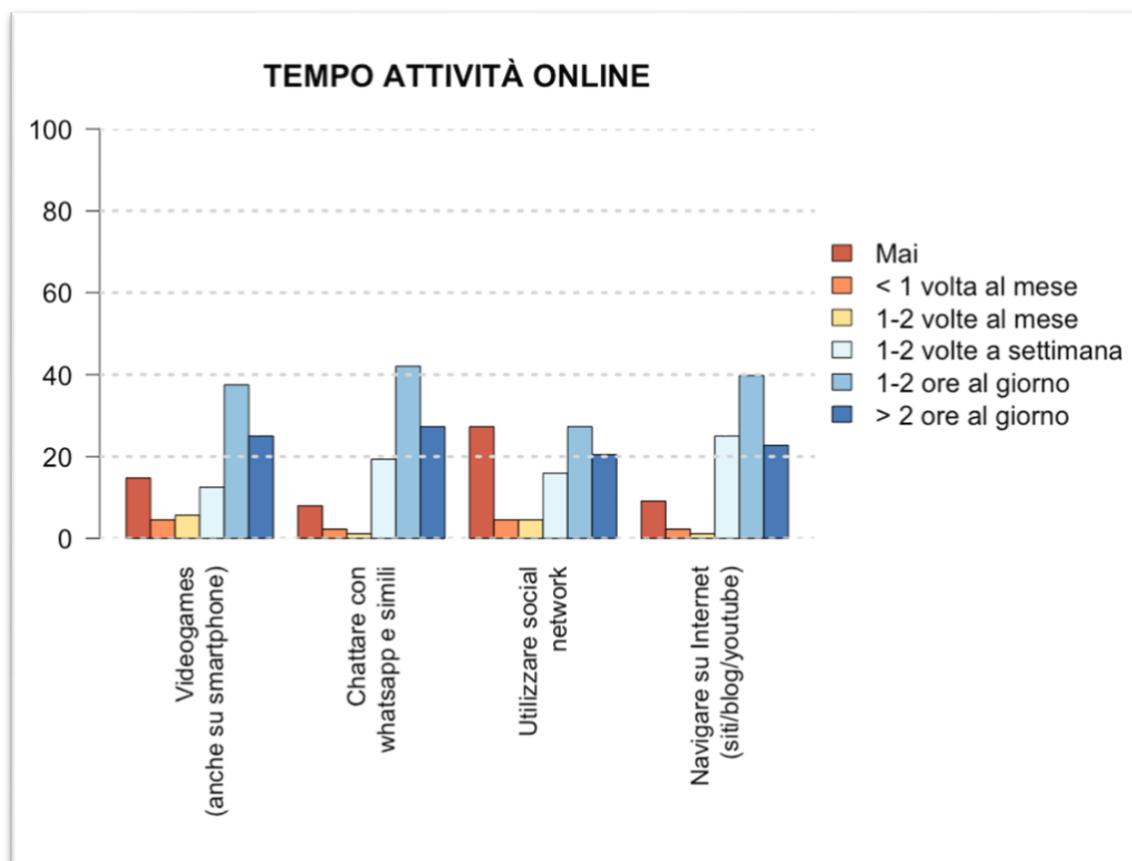
Il 17.05% svolge attività presso associazioni giovanili almeno una volta alla settimana. Il 12.5% non pratica mai sport, mentre il 15.91% non legge mai.

Per quel che riguarda le ragazze, il 75% pratica sport regolarmente (almeno settimanalmente), il 15.91% non lo pratica mai, il 15.91% svolge almeno settimanalmente attività presso associazioni giovanili.

I ragazzi che praticano regolarmente sport sono l'86.36%, coloro i quali non lo praticano mai il 9.09%. Il 18.18% svolge almeno settimanalmente attività presso associazioni giovanili.

1.4 Attività tecnomediate e social network

I giovani che hanno partecipato all'indagine hanno descritto il **tempo che dedicano ad attività tecnomediate**, quali giocare ai videogames (anche su smartphone) - chattare con programmi di messaggistica istantanea - utilizzare social network - navigare su internet: quotidianamente, più di due ore di tempo vengono dedicate dal 27.27% degli studenti all'instant messaging, dal 20.45% all'utilizzo dei social network e dal 22.73% alla navigazione online. Il 25% si dedica inoltre quotidianamente per più di due ore ai videogames (anche su smartphone).



	Navigare su Internet (siti/blog/youtube)	Utilizzare social network	Chattare con whatsapp e simili	Videogames (anche su smartphone)
Mai %	9.09	27.27	7.95	14.77
Meno di una volta al mese %	2.27	4.55	2.27	4.55
Una o due volte al mese %	1.14	4.55	1.14	5.68
Una o due volte alla settimana %	25.00	15.91	19.32	12.50
Una o due ore	39.77	27.27	42.05	37.50

al giorno %				
Più di due ore al giorno %	22.73	20.45	27.27	25.00

Nel confronto tra generi, le differenze più significative si notano nella percentuale maggiore (22.73%) di ragazze rispetto ai ragazzi (18.18%), che dedicano quotidianamente più di due ore di tempo ai social network; allo stesso modo, i ragazzi che giocano ai videogames più due ore al giorno sono il 36.36%, le ragazze il 13.64%.

Frequenza attività tecnomediate (ragazzi)

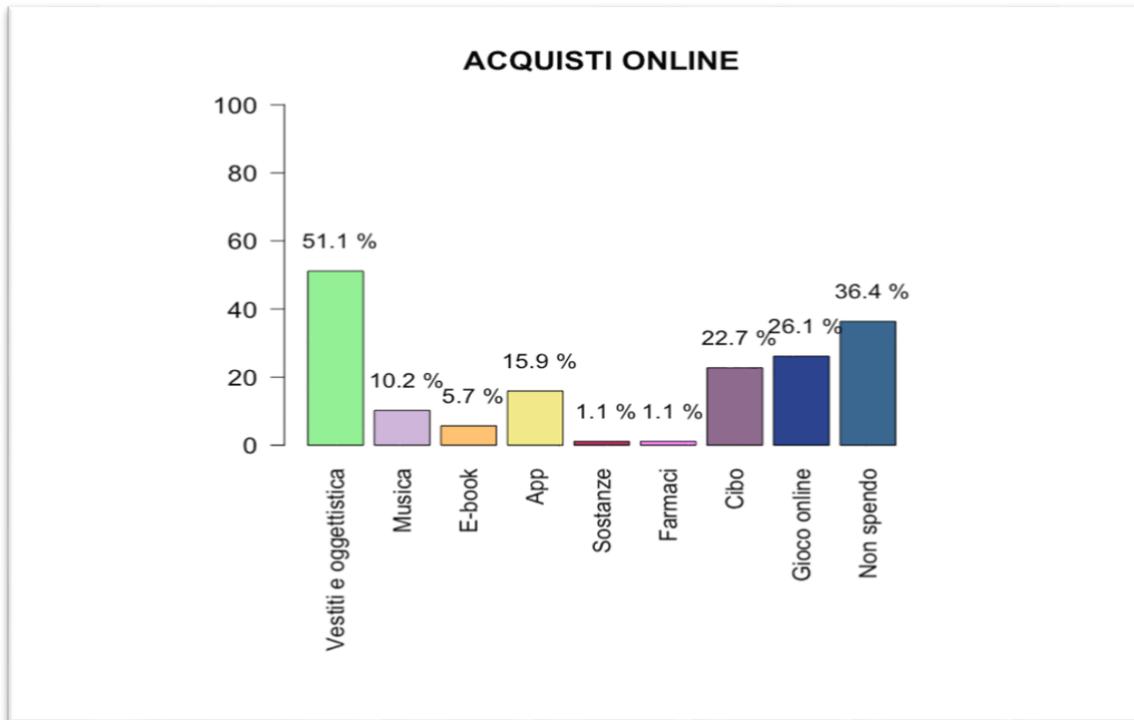
	Navigare su Internet (siti/blog/youtube)	Utilizzare social network	Chattare con whatsapp e simili	Videogames (anche su smartphone)
Mai %	11.36	31.82	9.09	9.09
Meno di una volta al mese %	2.27	6.82	4.55	0.00
Una o due volte al mese %	0.00	2.27	2.27	4.55
Una o due volte alla settimana %	20.45	9.09	20.45	15.91
Una o due ore al giorno %	47.73	31.82	38.64	34.09
Più di due ore al giorno %	18.18	18.18	25.00	36.36

Frequenza attività tecnomediate (ragazze)

	Navigare su Internet (siti/blog/youtube)	Utilizzare social network	Chattare con whatsapp e simili	Videogames (anche su smartphone)
Mai %	6.82	22.73	6.82	20.45
Meno di una volta al mese %	2.27	2.27	0.00	9.09
Una o due volte al mese %	2.27	6.82	0.00	6.82
Una o due volte alla settimana %	29.55	22.73	18.18	9.09
Una o due ore al giorno %	31.82	22.73	45.45	40.91
Più di due ore al giorno %	27.27	22.73	29.55	13.64

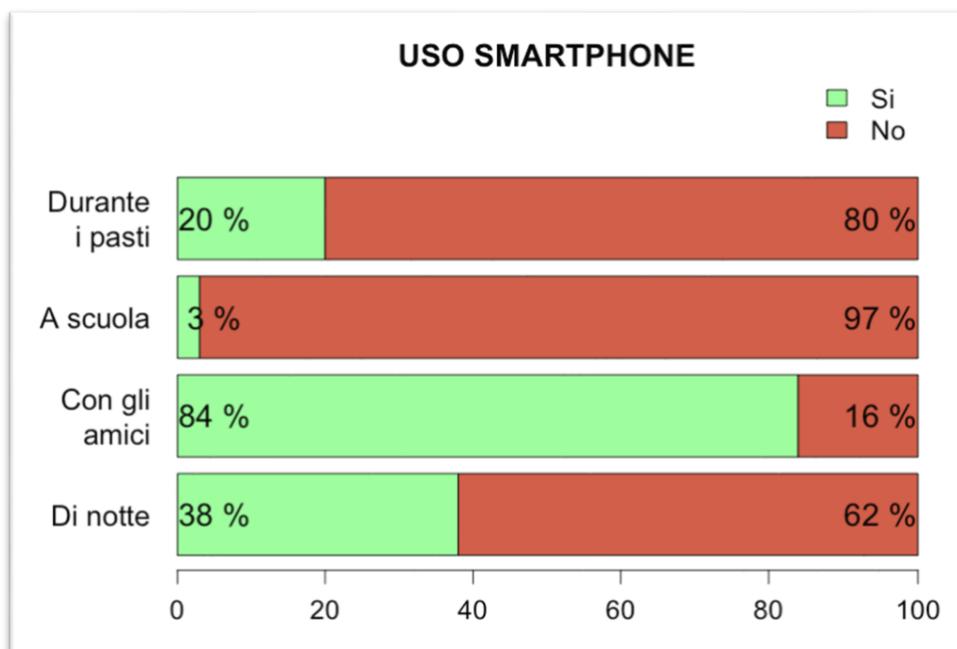
Acquisti online

La maggior parte degli studenti intervistati acquista online vestiti e oggettistica



Uso smartphone

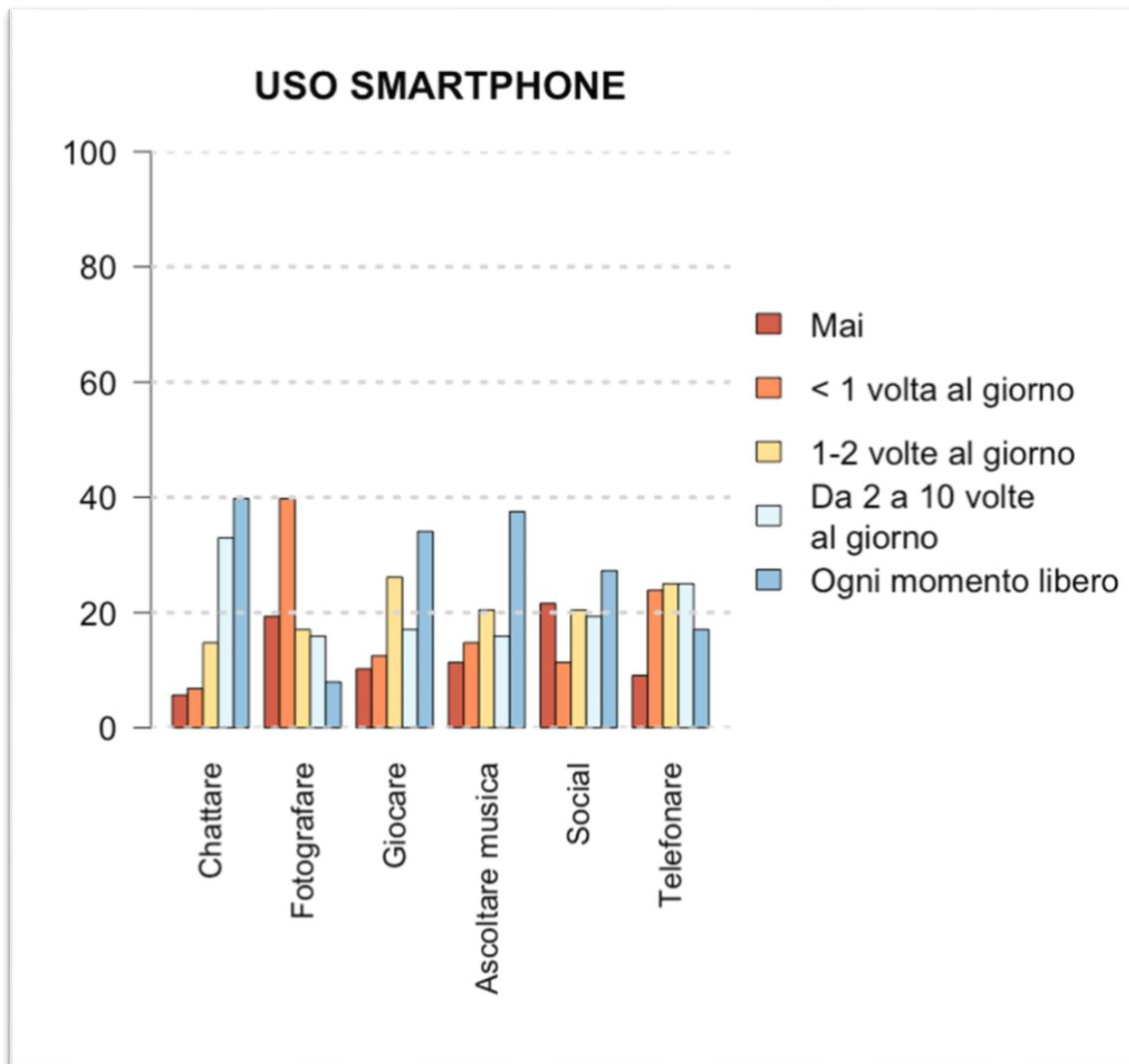
Lo smartphone è utilizzato dal 37.5% **durante la notte**, dal 84.09% durante il tempo trascorso con gli **amici**, dal 3.41% **a scuola** e dal 20.45% **durante i pasti**.



I giovani che hanno partecipato all'indagine hanno descritto il **tempo che dedicano alle seguenti attività svolte con lo smartphone.**

Il 9.09% non utilizza mai lo smartphone per effettuare telefonate.

In ogni momento libero il 39.77% preferisce chattare.



	Telefonare	Social	Ascoltare musica	Giocare	Fotografare	Chattare
Mai %	9.09	21.59	11.36	10.23	19.32	5.68
Meno di una volta al giorno %	23.86	11.36	14.77	12.50	39.77	6.82
Una o due volte al giorno %	25.00	20.45	20.45	26.14	17.05	14.77
Da due a dieci volte al giorno %	25.00	19.32	15.91	17.05	15.91	32.95

Ogni momento libero %	17.05	27.27	37.50	34.09	7.95	39.77
-----------------------	-------	-------	-------	-------	------	-------

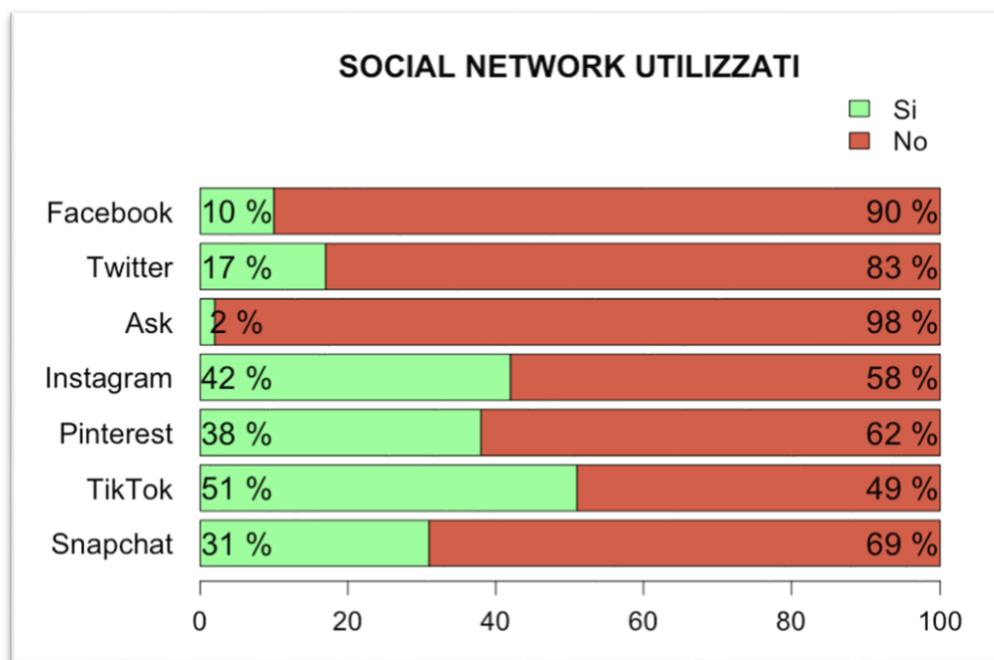
Utilizzo smartphone per genere

	Ragazzi %	Ragazze %
Mai	9.09	2.27
Meno di una volta al giorno	6.82	6.82
Una volta al giorno	15.91	13.64
Da due a dieci volte al giorno	29.55	36.36
Ogni momento libero	38.64	40.91

Uso social network

Il 17.05% dei giovani intervistati ha riferito di **utilizzare social network** (20.45% delle ragazze e 13.64% dei ragazzi).

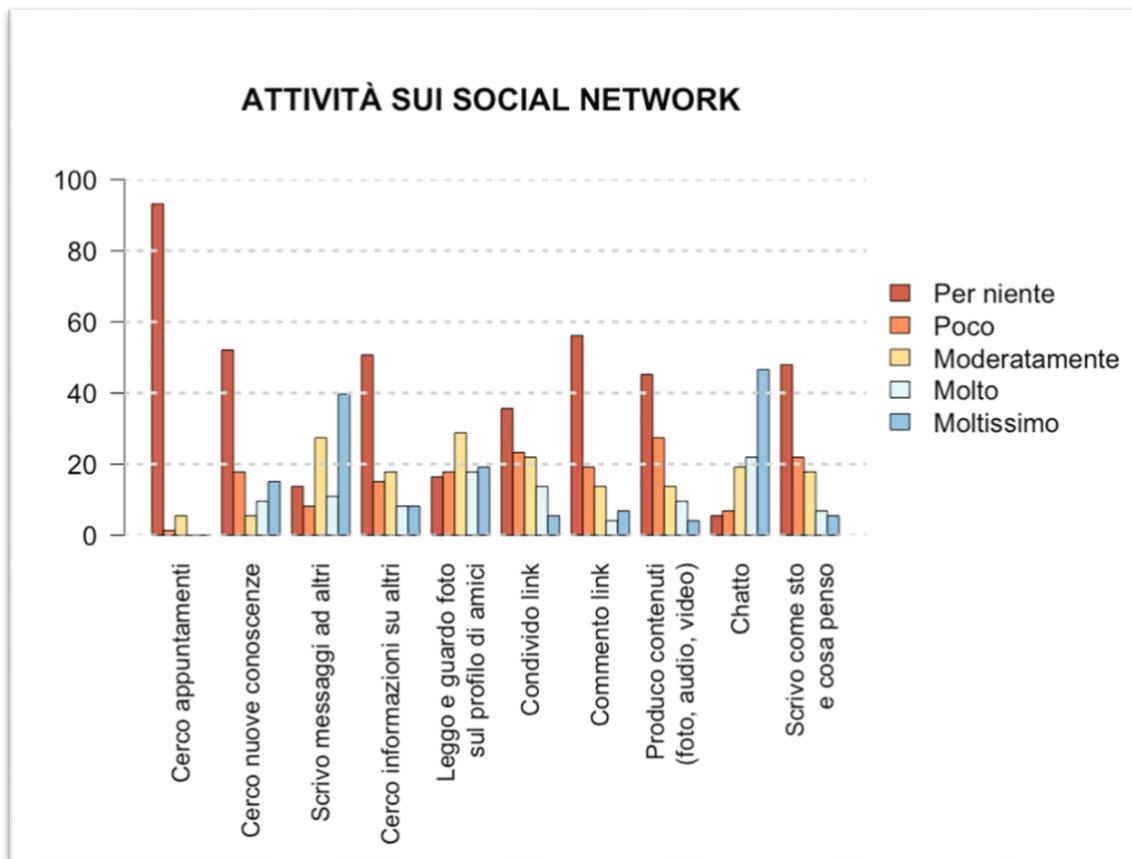
Il social network più utilizzato è risultato essere TikTok, seguito da Instagram e Pinterest.



Utilizzo social per genere

	Ragazzi %	Ragazze %
Mai	31.82	22.73
<1 volta al mese	6.82	2.27
1-2 volte al mese	2.27	6.82
1-2 volte a settimana	9.09	22.73
1-2 volte al giorno	31.82	22.73
>2 ore al giorno	18.18	22.73

Alla domanda riguardo come utilizzassero generalmente i social network ³ la maggioranza degli studenti ha risposto per chattare, scrivere messaggi ad altri, leggere e guardare foto sul profilo di amici, condividere link e cercare nuove conoscenze. Il risultato è stato incrociato con chi ha risposto **SI** alla domanda sull'utilizzo dei social network.

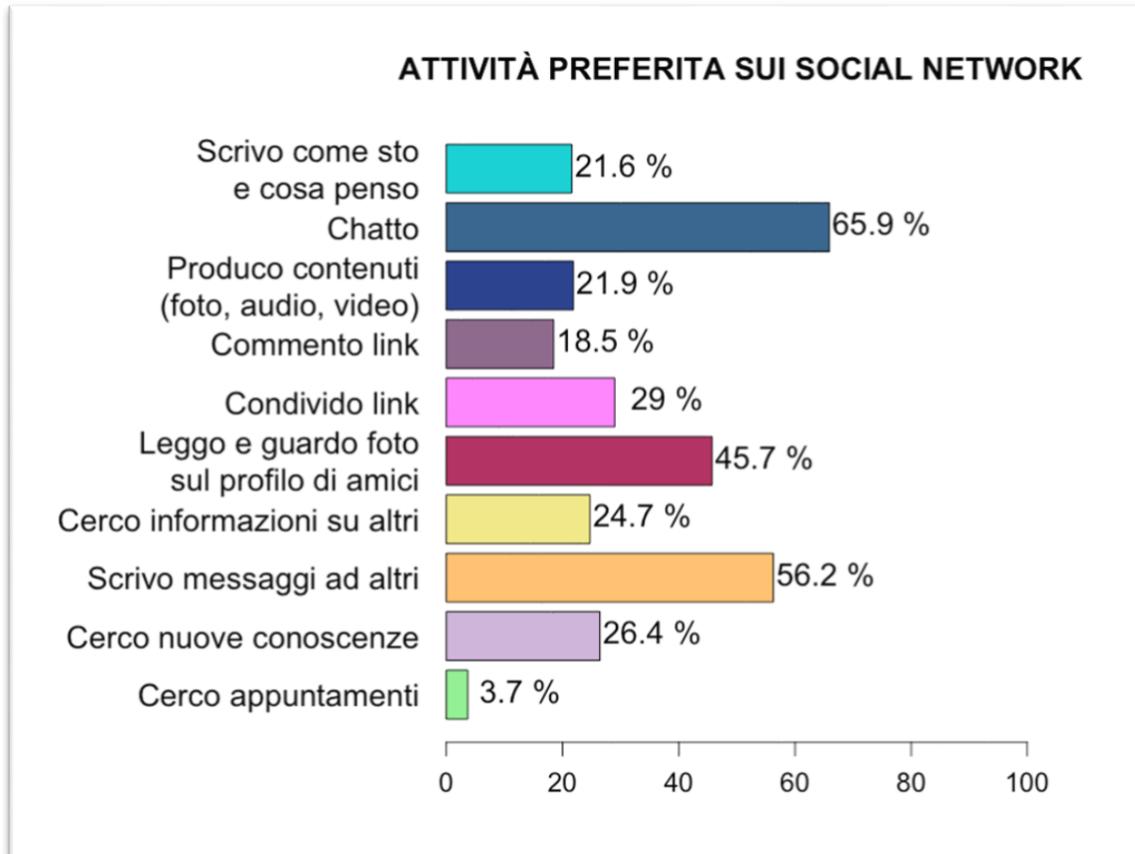


	Per niente	Poco	Moderatamente	Molto	Moltissimo
Scrivo come sto e cosa penso %	47.95	21.92	17.81	6.85	5.48
Chatto %	5.48	6.85	19.18	21.92	46.58
Produco contenuti (foto, audio, video) %	45.21	27.40	13.70	9.59	4.11
Commento link %	56.16	19.18	13.70	4.11	6.85
Condivido link %	35.62	23.29	21.92	13.70	5.48
Leggo e guardo foto sul profilo di amici %	16.44	17.81	28.77	17.81	19.18
Cerco informazioni su altri %	50.68	15.07	17.81	8.22	8.22

³ secondo il gradiente di frequenza con cui l'attività viene svolta 0=per niente, 1=poco, 2=moderatamente, 3=molto, 4=moltissimo

Scrivo messaggi ad altri %	13.70	8.22	27.40	10.96	39.73
Cerco nuove conoscenze %	52.05	17.81	5.48	9.59	15.07
Cerco appuntamenti %	93.15	1.37	5.48	0.00	0.00

Il risultato presentato è un **indice di preferenza**, espresso in percentuale, che sintetizza quanto, in media, gli studenti utilizzano i social network per svolgere l'attività in questione ⁴.



	Per niente	Poco	Moderatamente	Molto	Moltissimo
Scrivo come sto e cosa penso %	54.55	19.32	15.91	5.68	4.55
Chatto %	13.64	6.82	20.45	20.45	38.64
Produco contenuti (foto, audio, video) %	50.00	27.27	11.36	7.95	3.41
Commento link %	62.50	15.91	12.50	3.41	5.68
Condivido link %	40.91	22.73	20.45	11.36	4.55
Leggo e guardo foto sul profilo di amici %	25.00	17.05	23.86	18.18	15.91

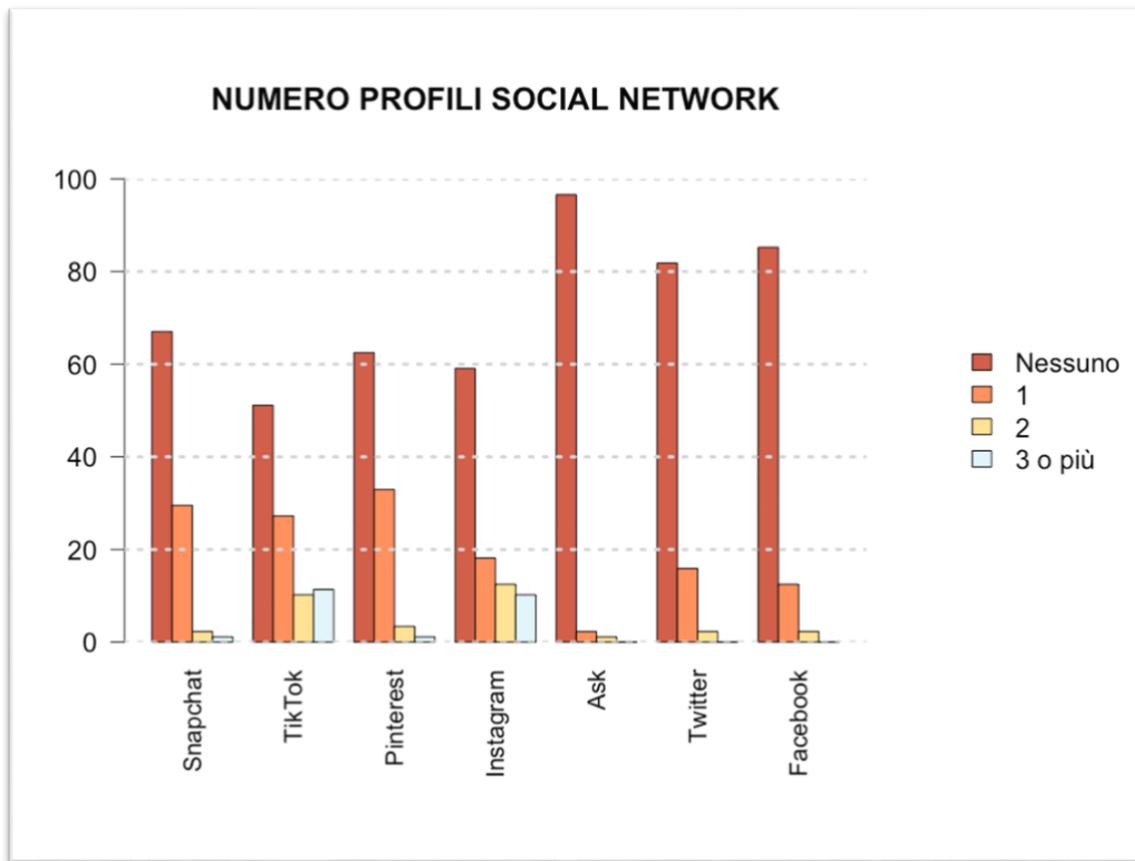
⁴ 0%=per niente, 100%=moltissimo

Cerco informazioni su altri %	56.82	12.50	14.77	6.82	9.09
Scrivo messaggi ad altri %	21.59	9.09	25.00	11.36	32.95
Cerco nuove conoscenze %	56.82	15.91	5.68	7.95	13.64
Cerco appuntamenti %	93.18	1.14	4.55	0.00	1.14

Profili multipli

In generale, i giovani dell'indagine possiedono per ogni tipo di social network trattato un unico profilo, tuttavia emerge ci sia un 35.23% di soggetti che utilizza profili multipli.

Il seguente grafico mostra il numero di profili per ogni social network.



	Nessuno	1	2	3 o più
Facebook %	85.23	12.50	2.27	0.00
Twitter %	81.82	15.91	2.27	0.00
Ask %	96.59	2.27	1.14	0.00
Instagram %	59.09	18.18	12.50	10.23
Pinterest %	62.50	32.95	3.41	1.14
TikTok %	51.14	27.27	10.23	11.36
Snapchat %	67.05	29.55	2.27	1.14

Contatti social network

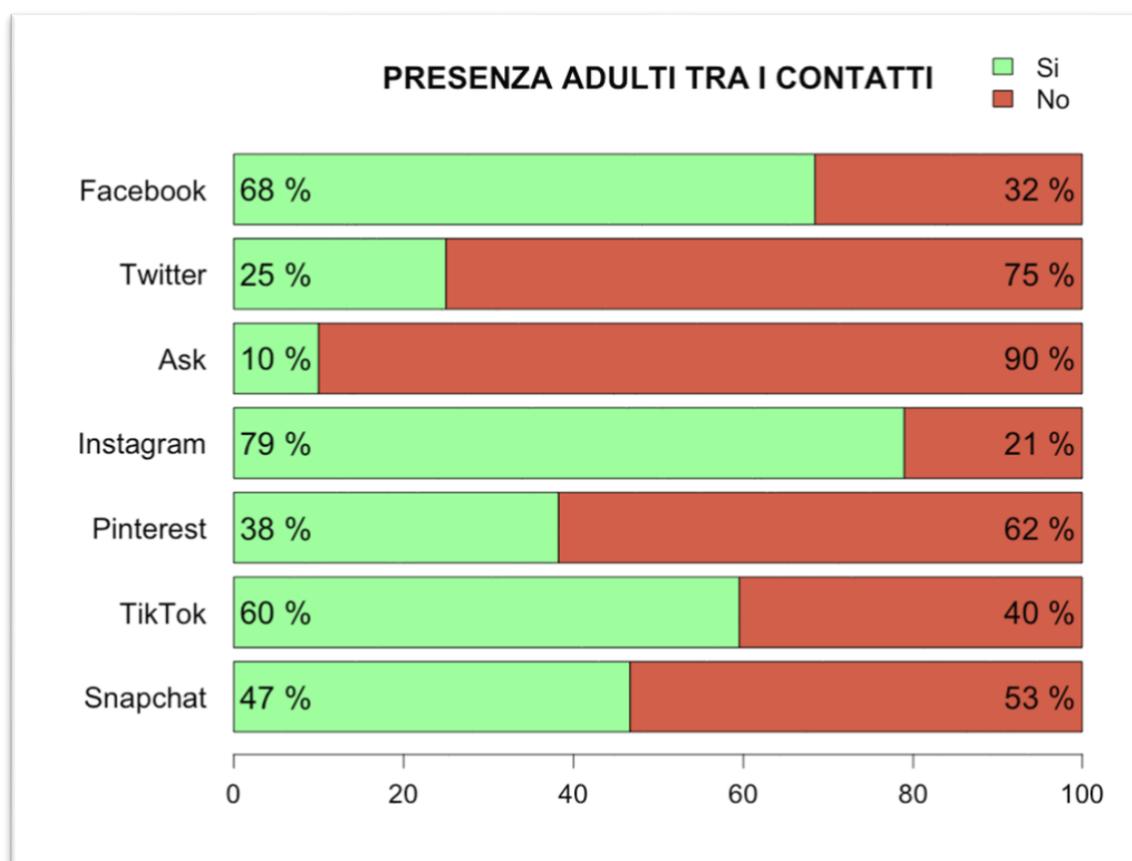
Agli studenti è stato chiesto di indicare quanti dei contatti sui social conoscono di persona.

	Facebook	Twitter	Ask	Instagram	Pinterest	TikTok	Snapchat
Meno della metà %	12.50	18.18	7.95	12.50	20.45	18.18	14.77
La metà %	3.41	3.41	1.14	7.95	9.09	6.82	6.82
Più della metà %	2.27	2.27	1.14	17.05	2.27	12.50	4.55
Tutti %	1.14	0.00	0.00	7.95	5.68	13.64	11.36
Non utilizzo %	80.68	76.14	89.77	54.55	62.50	48.86	62.50

Presenza di adulti o parenti di fiducia

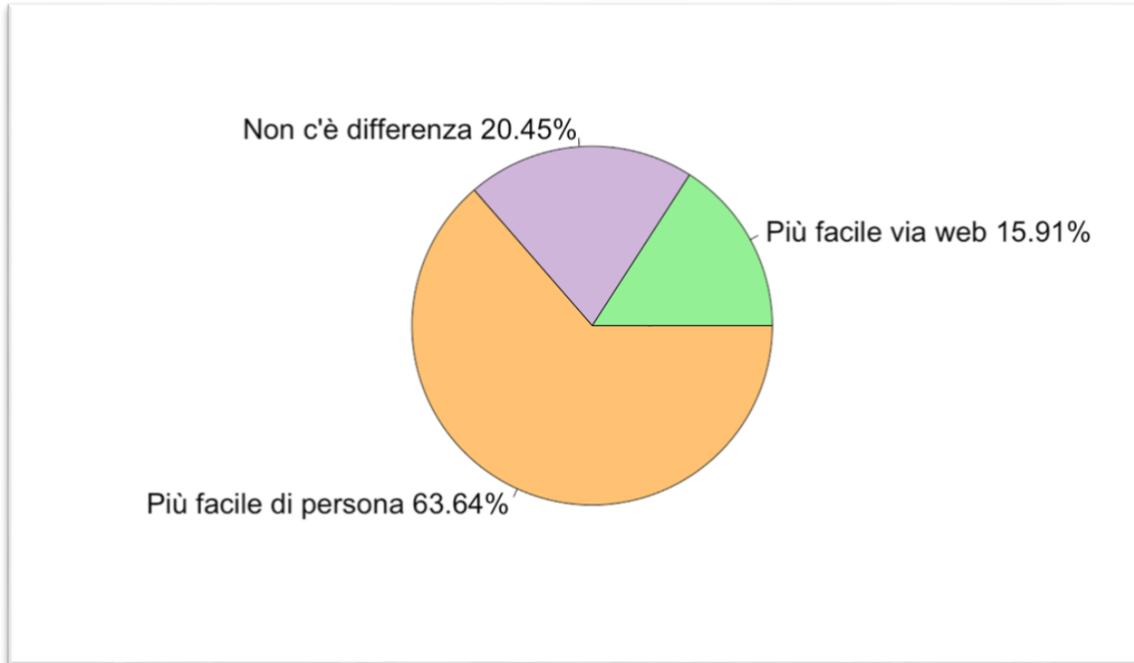
Agli studenti è stato chiesto di indicare per questi social network se tra i loro contatti è presente almeno un adulto o un parente di cui si fidano.

Gli adulti risultano maggiormente presenti (78.95%) su Instagram

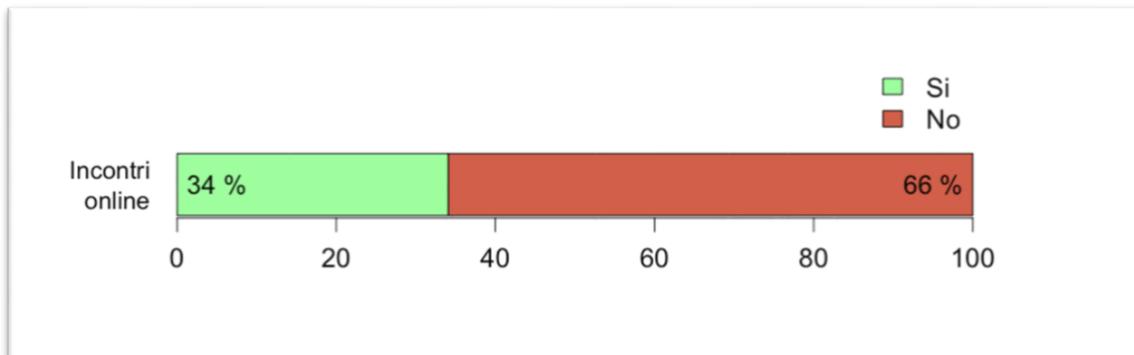


Relazioni reali e virtuali

Per il 20.45% degli intervistati **non vi è differenza tra relazionarsi via web e farlo di persona**, per il 63.64% è **più facile relazionarsi di persona**, per il 15.91% è **più semplice via web**.

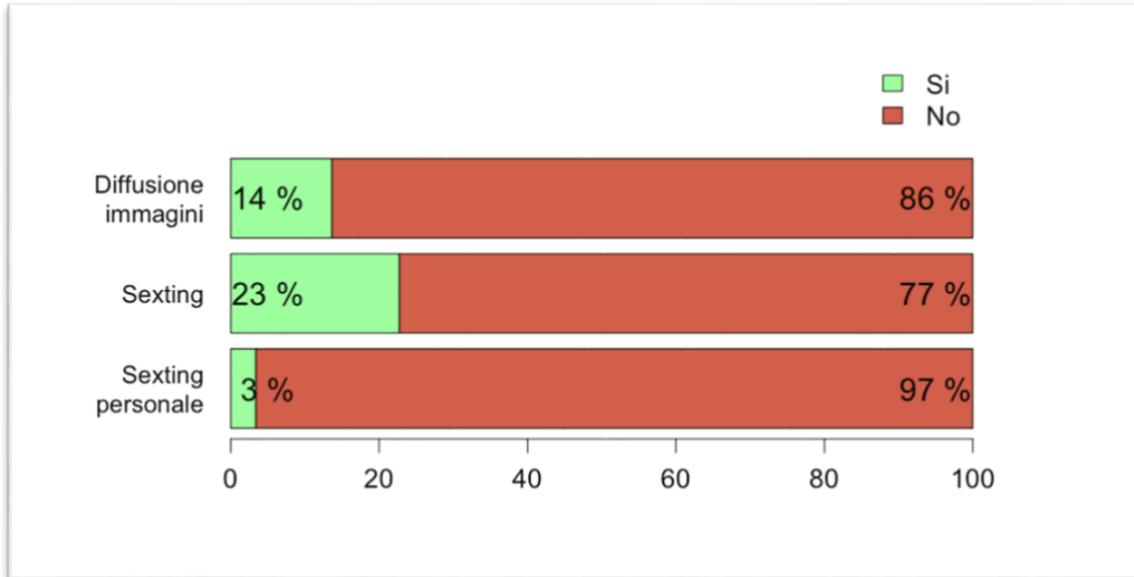


Il 34.09% **ha incontrato dal vivo qualcuno conosciuto online**, il 31.82% delle ragazze e il 36.36% dei ragazzi.



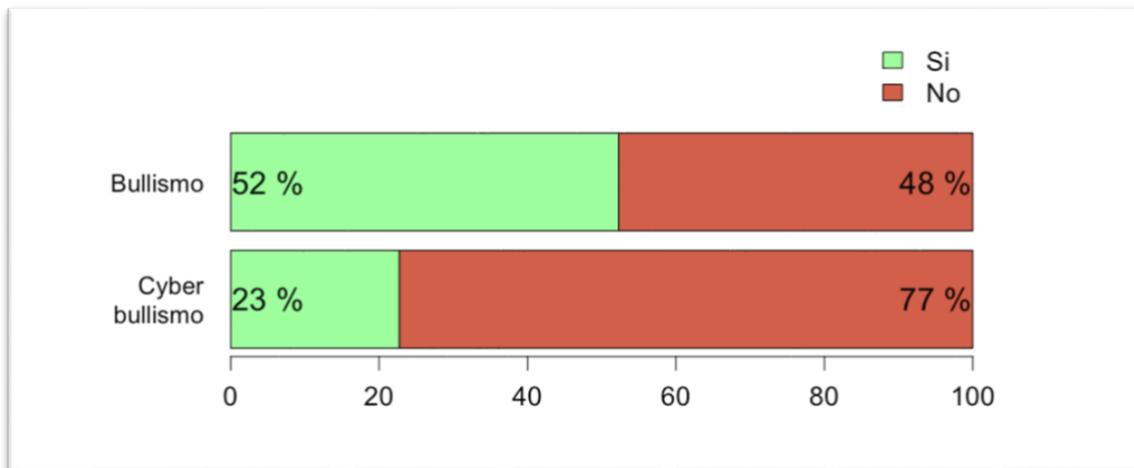
Al 13.64% è **capitato di trovarsi di fronte alla diffusione d'immagini proprie imbarazzanti**, al 13.64% delle ragazze e al 13.64% dei ragazzi.

Inoltre il 22.73% **conosce coppie di coetanei che si scambiano immagini provocanti/osè** (22.73% delle ragazze e 22.73% dei ragazzi) e al 3.41% è **capitato di inviare proprie immagini provocanti/osè** (al 4.55% delle ragazze e al 2.27% dei ragazzi).



Il 52.27% ha dichiarato di essersi sentito **fortemente offeso, isolato, minacciato, preso in giro a causa dei comportamenti ripetuti di qualcuno** (65.91% delle ragazze e 38.64% dei ragazzi).

Inoltre il 22.73% ha dichiarato di essersi sentito **fortemente offeso, isolato, minacciato, preso in giro a causa dei comportamenti ripetuti di qualcuno sul web (social network, WhatsApp e simili)** (27.27% delle ragazze e 18.18% dei ragazzi).



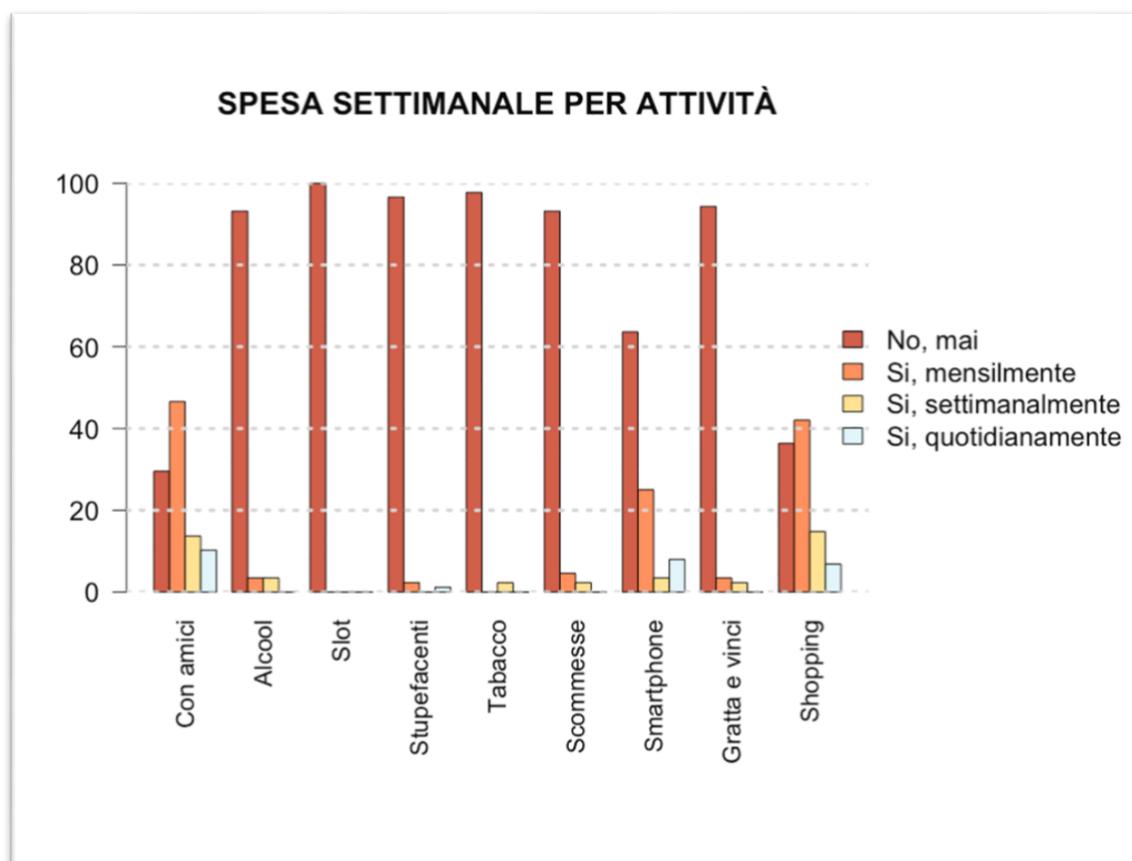
1.5 Paghetta settimanale per attività

Rispetto al quantitativo di soldi percepito settimanalmente: il 7.95%, ha risposto di ricevere il denaro che chiede, il 20.45% da 1 a 10 euro, il 14.77% da 11 a 30 euro, il 4.55% da 31 a 50 euro, nessuno oltre i 50 euro invece il 52.27% non riceve nulla.

Paghetta per genere

	Ragazze %	Ragazzi %
Da 1 a 10 euro	15.91	25.00
Da 11 a 30 euro	13.64	15.91
Da 31 a 50 euro	6.82	2.27
Oltre i 50 euro	0.00	0.00
Quello che chiedo	9.09	6.82
Non ricevo nulla	54.55	50.00

Il grafico seguente mostra quanti soldi spendono i giovani settimanalmente nelle diverse attività.



	Non spendo	Da 1 a 10 euro	Da 11 a 20 euro	Sopra i 20
Shopping %	36.36	42.05	14.77	6.82
Gratta e vinci %	94.32	3.41	2.27	0.00

Smartphone %	63.64	25.00	3.41	7.95
Scommesse %	93.18	4.55	2.27	0.00
Tabacco %	97.73	0.00	2.27	0.00
Stupefacenti %	96.59	2.27	0.00	1.14
Slot %	100.00	0.00	0.00	0.00
Alcool %	93.18	3.41	3.41	0.00
Con amici %	29.55	46.59	13.64	10.23

Spesa settimanale per le varie attività

Spesa settimanale per genere

	Ragazze %	Ragazzi %
Shopping	79.55	47.73
Grattaevinci	2.27	9.09
Smartphone	29.55	43.18
Scommesse	6.82	6.82
Tabacco	4.55	0.00
Stupefacenti	4.55	2.27
Slot	0.00	0.00
Alcool	6.82	6.82
Con amici	70.45	70.45

Spesa settimanale per nazionalità

	Italiani	Stranieri nati in Italia	Stranieri nati all'estero
Shopping %	61.2	69.2	75.0
Grattaevinci %	4.5	0.0	25.0
Smartphone %	34.3	30.8	62.5
Scommesse %	4.5	15.4	12.5
Tabacco %	3.0	0.0	0.0
Stupefacenti %	0.0	7.7	25.0
Slot %	0.0	0.0	0.0
Alcool %	7.5	0.0	12.5
Amici %	71.6	53.9	87.5

Spesa settimanale per paghetta ricevuta

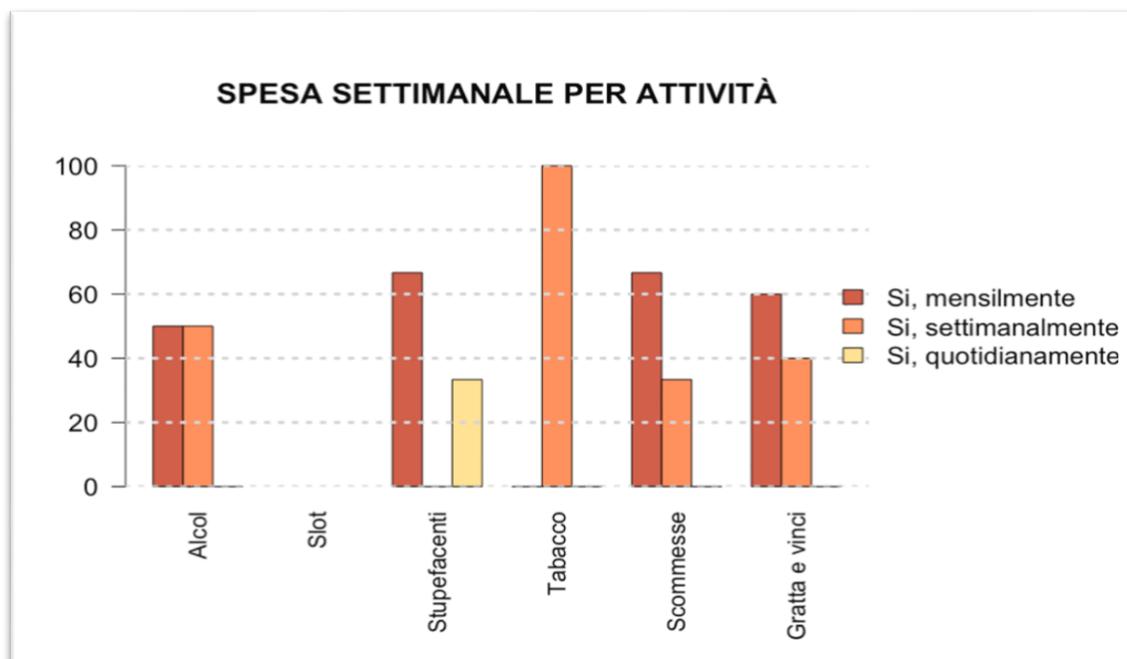
	Da 1 a 10 euro	Da 11 a 30 euro	Da 31 a 50 euro	Quello che chiedo	Non ricevo nulla
Shopping %	66.67	76.92	100	71.43	54.35

Gratta e vinci %	11.11	7.69	0	0.00	4.35
Smartphone %	44.44	46.15	75	57.14	23.91
Scommesse %	16.67	0.00	0	0.00	6.52
Tabacco %	0.00	15.38	0	0.00	0.00
Stupefacenti %	5.56	0.00	0	14.29	2.17
Slot %	0.00	0.00	0	0.00	0.00
Alcool %	0.00	7.69	25	0.00	8.70
Amici %	83.33	92.31	100	85.71	54.35

Rispetto alla **spesa per abitudini disfunzionali**, si evince che:

- 5.68% del campione spende in gratta e vinci
- 0% del campione spende in slot machine
- 6.82% del campione spende in scommesse
- 2.27% del campione spende in sigarette
- 3.41% del campione spende in sostanze stupefacenti
- 6.82% del campione spende in alcool
- Spende in azzardo (almeno uno dei tre giochi) 11.36% dei giovani.

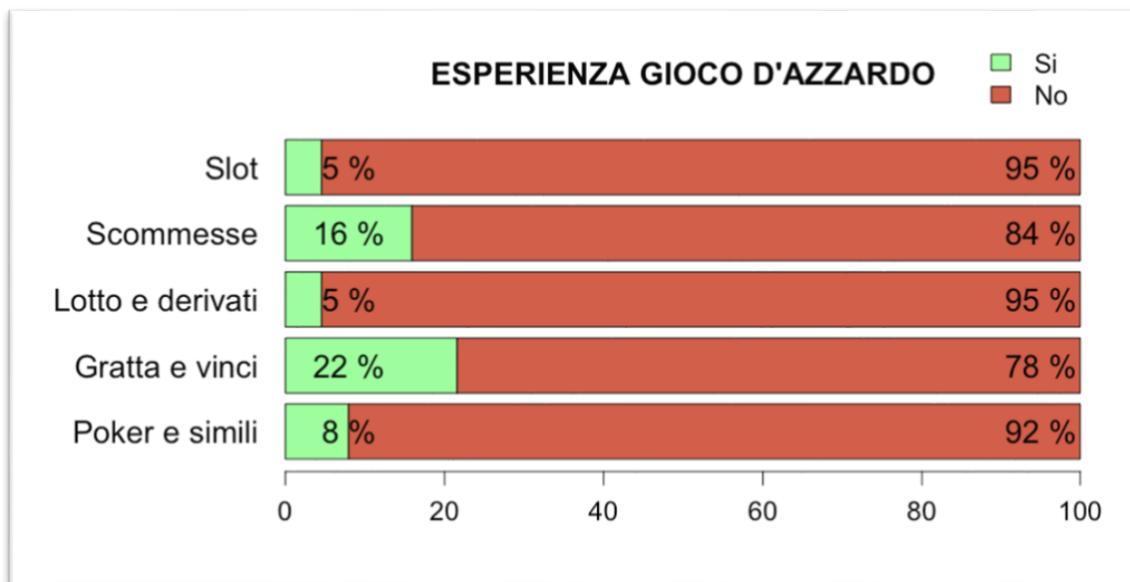
Il seguente grafico mette in evidenza quanto spesso si spende per una certa attività, prendendo in considerazione solo i studenti che hanno dato una risposta diversa dal "No, mai".



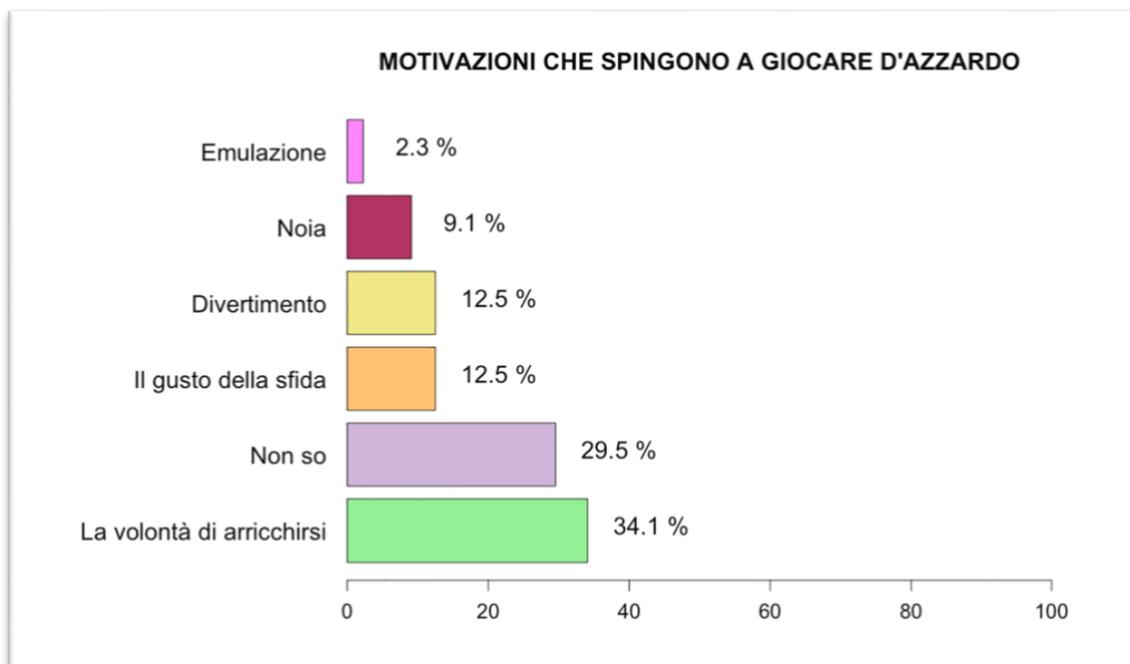
	Si, mensilmente	Si, settimanalmente	Si, quotidianamente
Gratta e vinci %	60.00	40.00	0.00
Scommesse %	66.67	33.33	0.00
Tabacco %	0.00	100.00	0.00
Stupefacenti %	66.67	0.00	33.33
Slot %	-	-	-
Alcol %	50.00	50.00	0.00

1.6 Azzardo

Il 31.82% dei soggetti intervistati ha dichiarato di aver provato almeno un tipo di gioco d'azzardo.

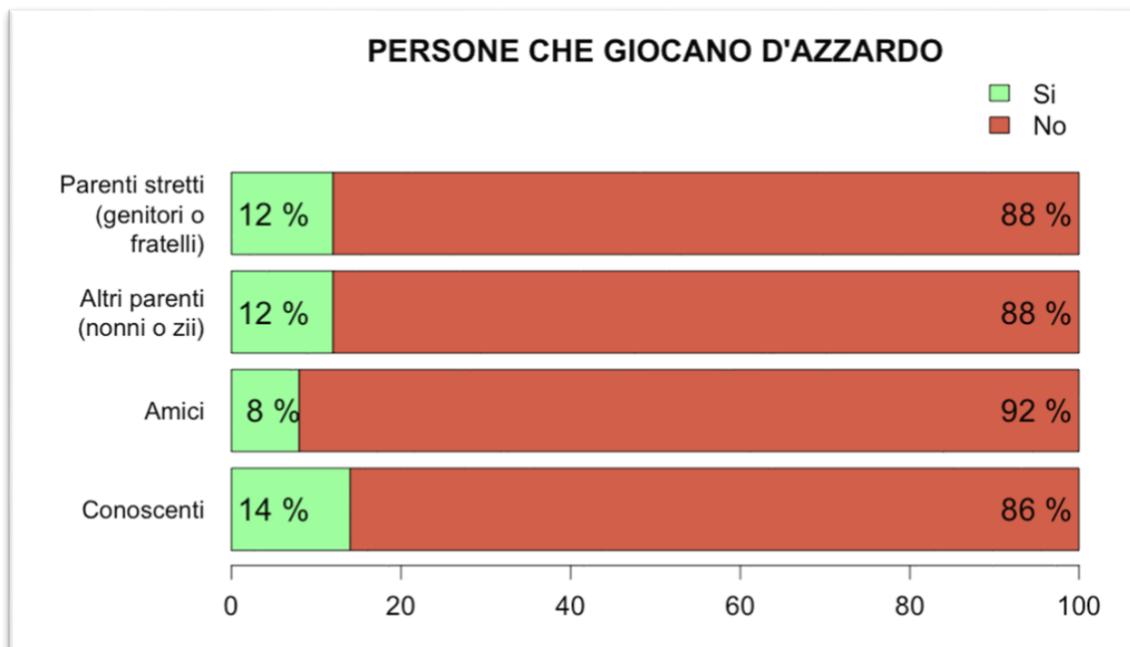


Le motivazioni che spingono le persone a giocare d'azzardo sono ricondotte per il 34.09% dei casi alla volontà di arricchirsi, per il 12.5% al gusto della sfida, per il 12.5% al divertimento, per il 9.09% alla noia e per il 2.27% all'emulazione. Il 29.55% non sa rispondere.



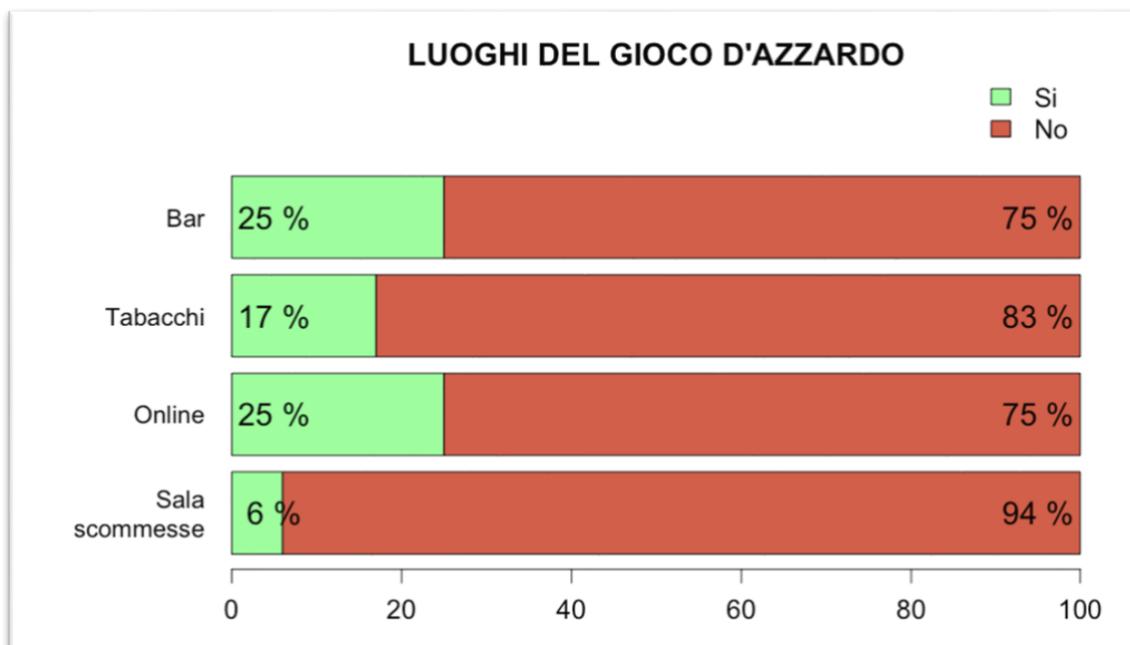
Azzardo abituale

Il 12.5% del campione ha parenti stretti (genitori o fratelli) che giocano d'azzardo abitualmente. Il 12.5% conosce altri parenti (nonni o zii) che giocano abitualmente, il 7.95% ha amici che lo fanno ed il 13.64% conoscenti.



Minori azzardo

Il 38.64% degli studenti ha riferito di conoscere luoghi in cui è possibile giocare d'azzardo anche se si è minorenni.



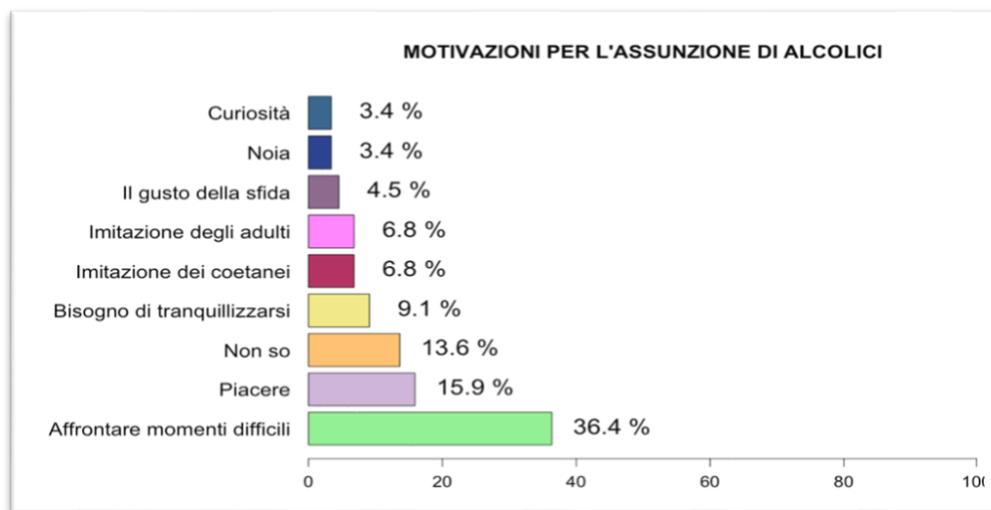
1.7 Comportamenti a rischio

Ai giovani è stato chiesto, riguardo alcool, sostanze stupefacenti e tabacco, di riferire:

- Se e in che misura ne fanno uso
- Le motivazioni che secondo loro spingono le persone ad utilizzarle
- La loro opinione circa la possibilità che creino dipendenza
- Se interverrebbero vedendo un amico assumerle.

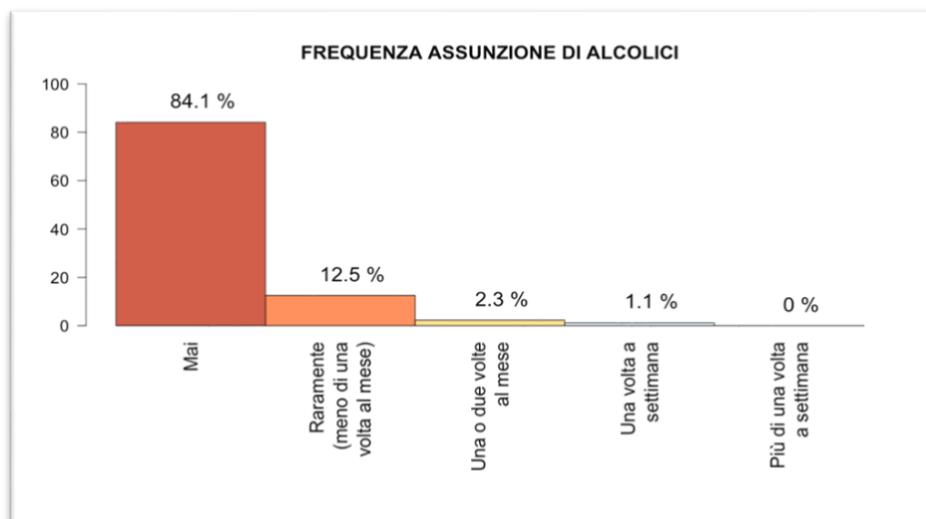
Alcool

Le motivazioni che spingono le persone ad assumere alcolici sono ricondotte dal 15.91% del campione al piacere, dal 36.36% all'affrontare momenti difficili e dal 6.82% all'imitazione dei coetanei.



È stato chiesto ai ragazzi di indicare con che frequenza consumano alcolici fino all'ubriacatura.

Il 3.41% lo fa almeno una volta al mese.

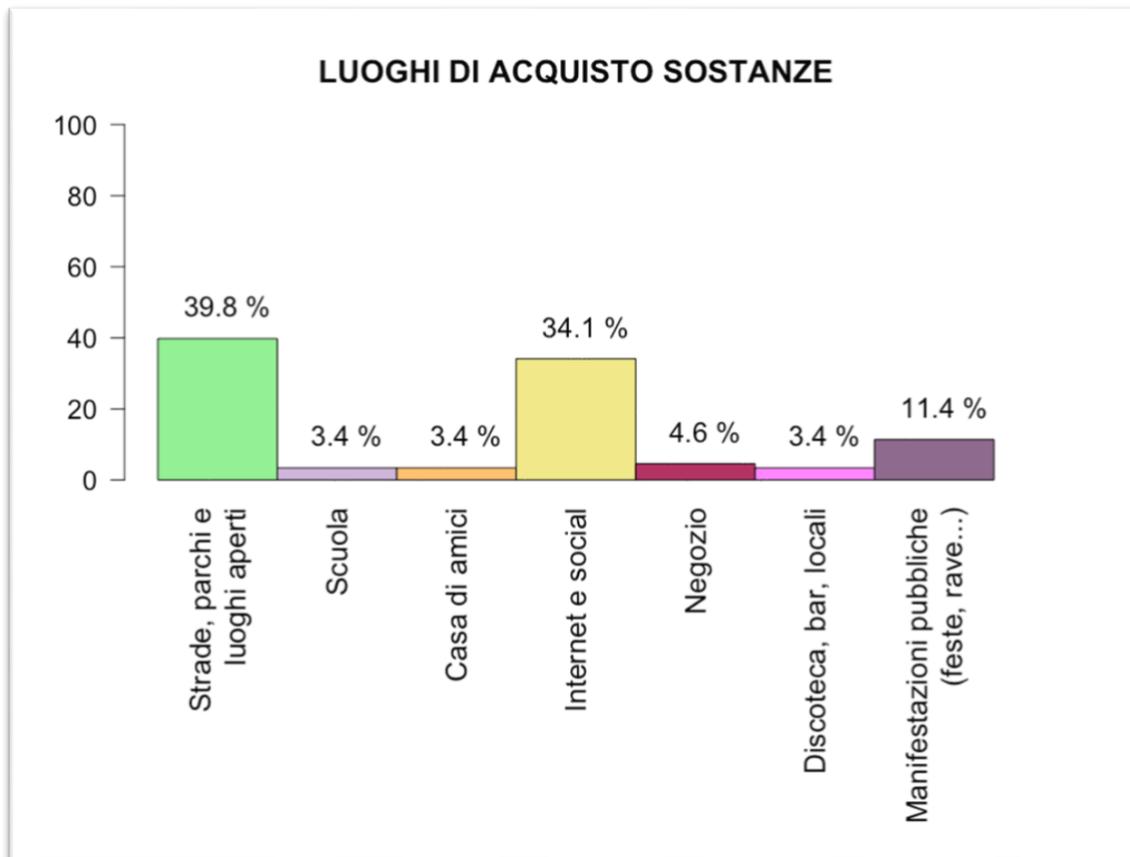


Sostanze stupefacenti

Il 21.59% degli studenti conosce persone che fanno uso di sostanze: il 2.27% le frequenta spesso, il 3.41% le frequenta saltuariamente, il 15.91% non le frequenta.

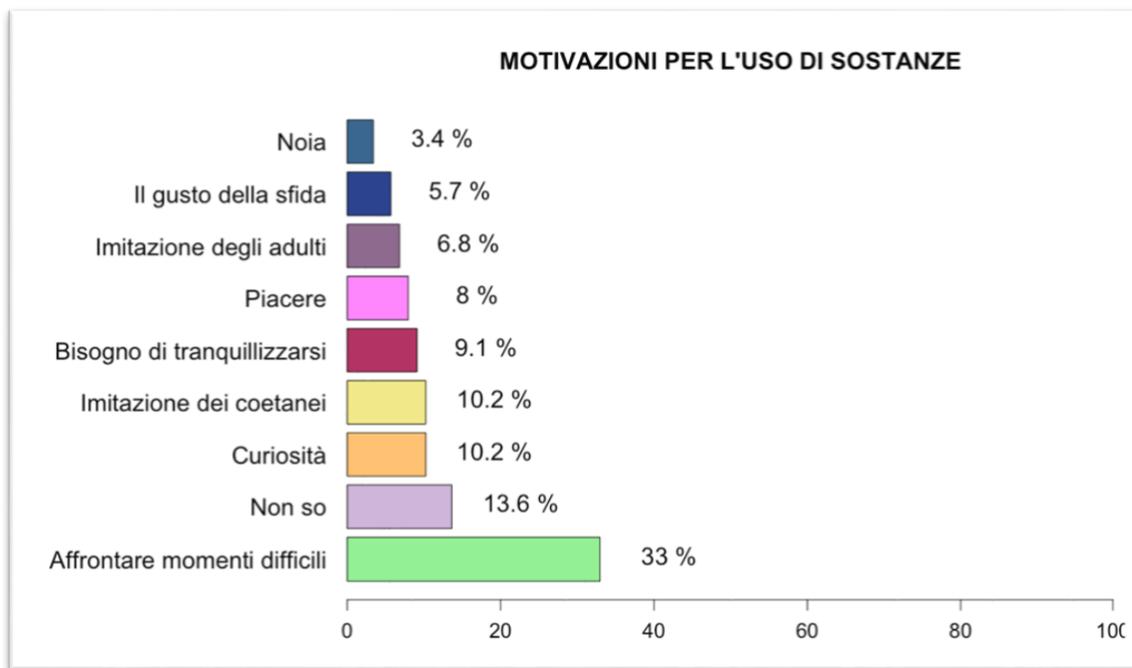
Il 2.27% ha provato sostanze come marijuana, hashish e derivati, invece l'1.14% ha avuto esperienza con sostanze come eroina, cocaina, o altre sostanze.

La maggior parte degli studenti ritiene che le sostanze stupefacenti si possano acquistare in strada, parchi o luoghi aperti



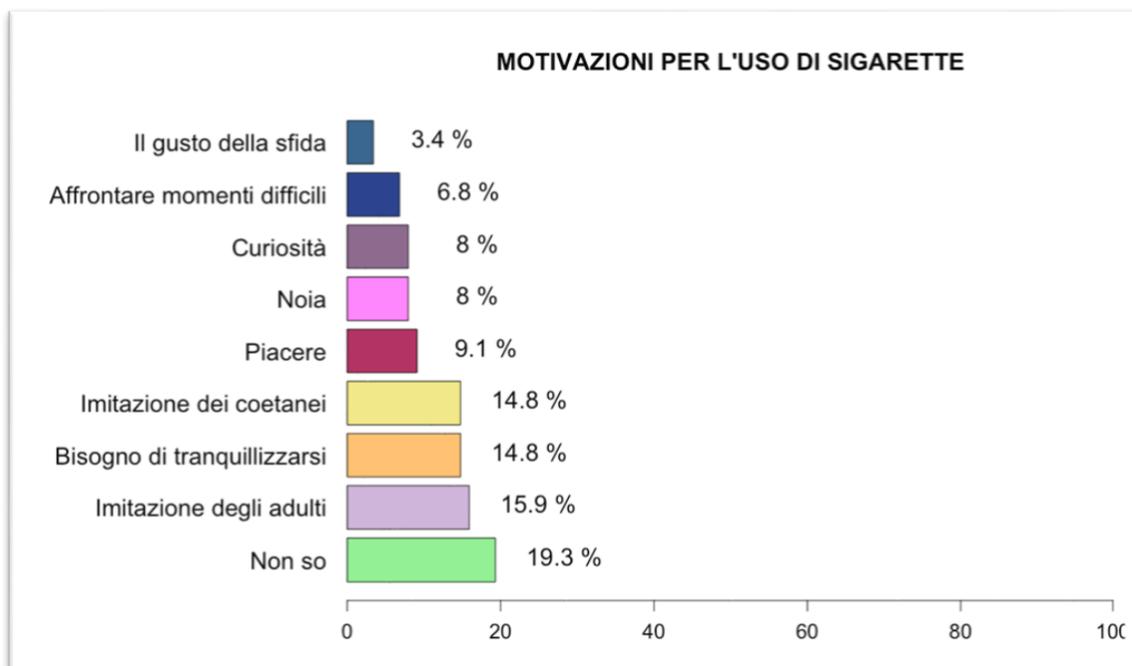
	Acquisto sostanze stupefacenti %
Strada, parchi, luoghi aperti	39.77
Scuola	3.41
Casa di amici	3.41
Discoteca, locali, bar	34.09
Negozio	4.55
Manifestazioni pubbliche (rave, feste...)	3.41
Internet e social	11.36

Le motivazioni che spingono le persone ad assumere sostanze sono ricondotte dal 7.95% del campione al piacere, dal 32.95% all'affrontare momenti difficili e dal 10.23% all'imitazione dei coetanei.



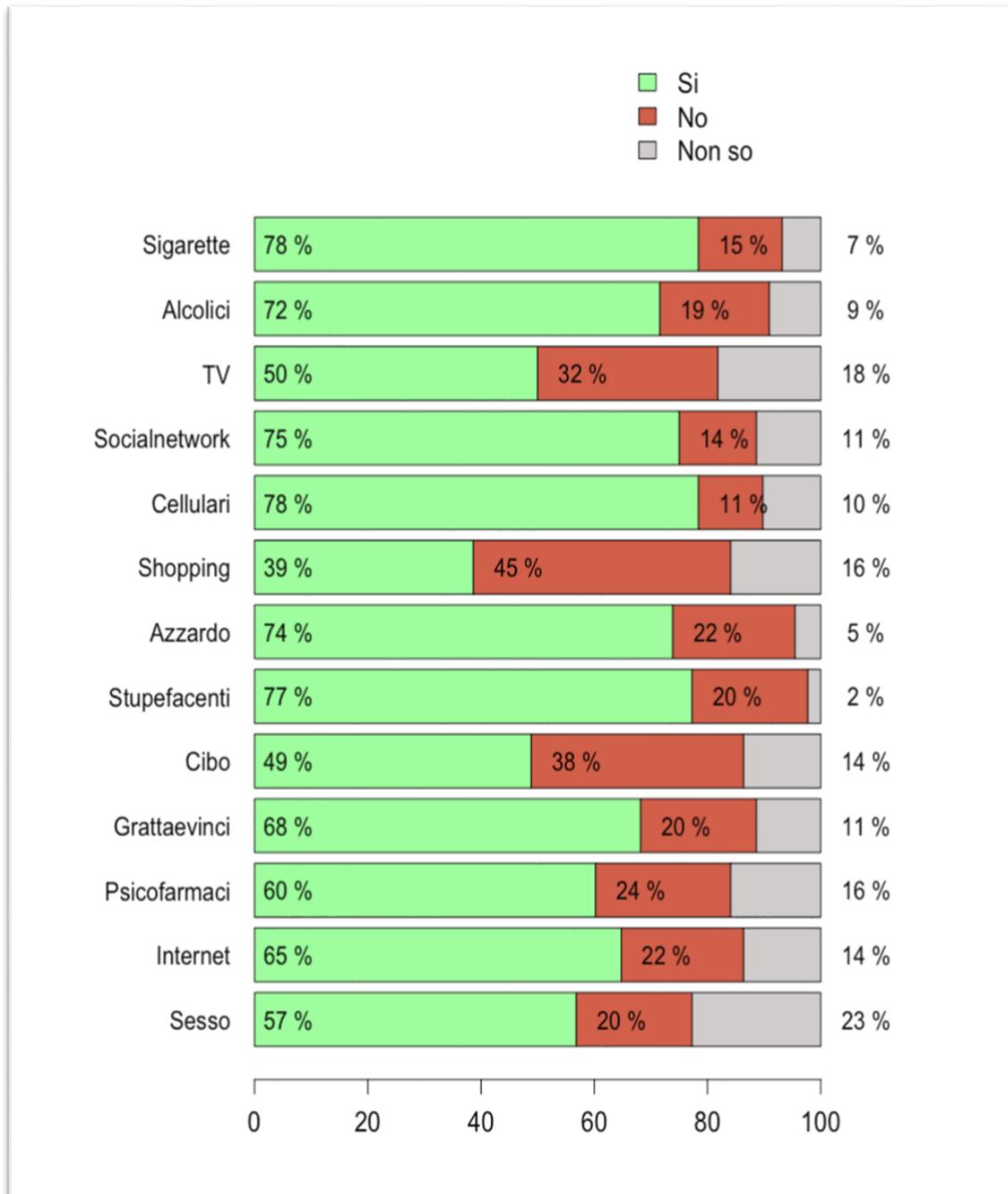
Sigarette

Le motivazioni che spingono le persone a fumare sigarette sono ricondotte dal 9.09% del campione al piacere, dal 14.77% all'imitazione dei coetanei e dal 14.77% al bisogno di tranquillizzarsi.



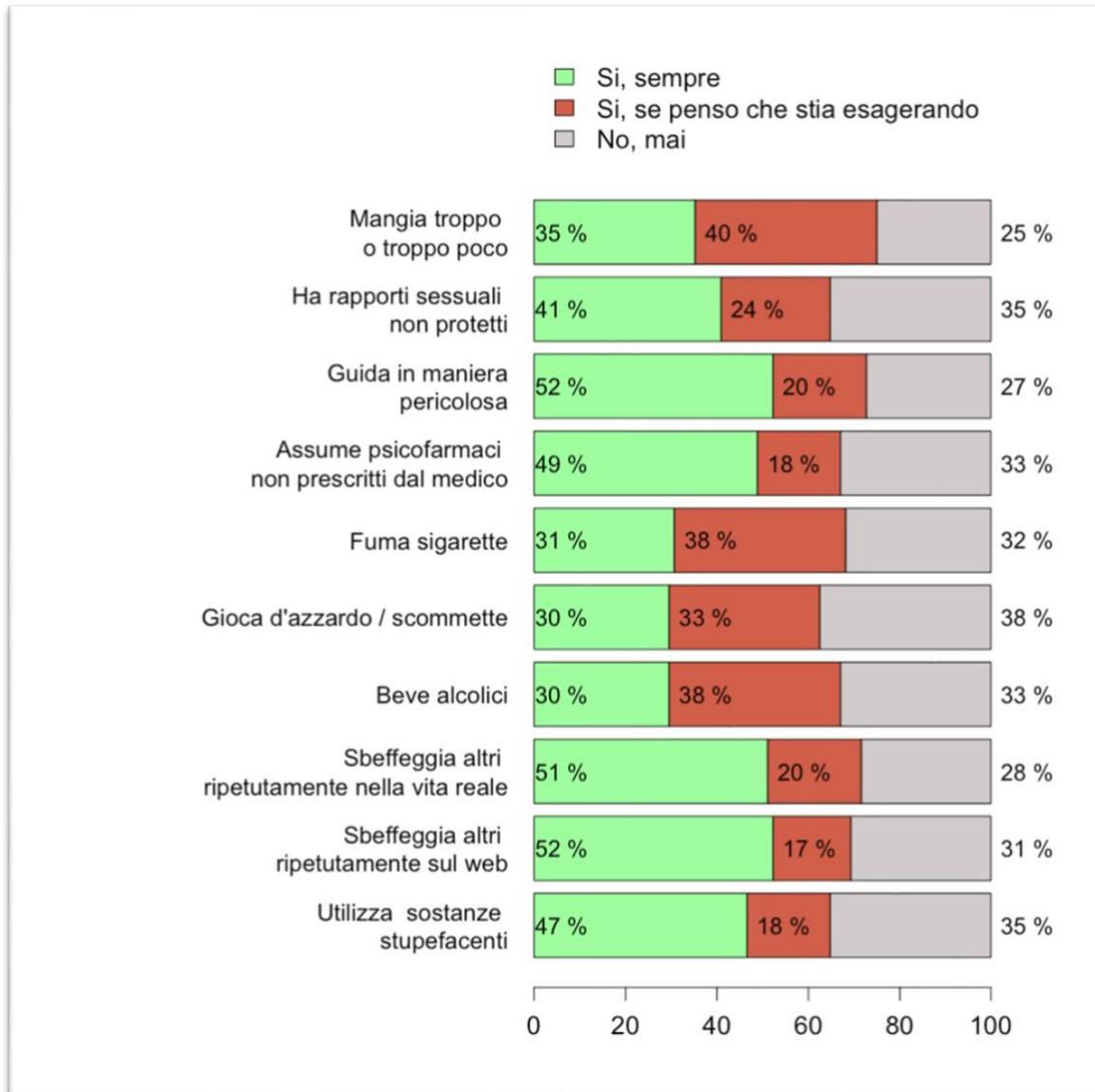
Altre considerazioni sui comportamenti disfunzionali

Agli studenti è stato chiesto se secondo loro le seguenti cose possono creare dipendenza.



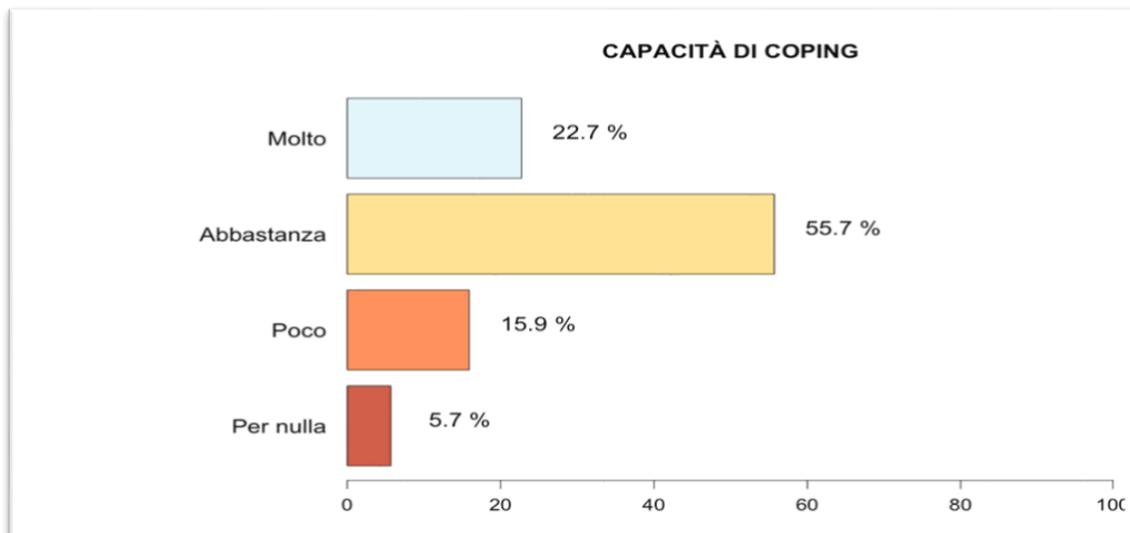
Amici e comportamenti disfunzionali

Il 35.23% del campione non interverrebbe mai vedendo un amico assumere sostanze, come il 37.5% vedendolo consumare alcolici, il 32.95% vedendolo giocare d'azzardo o scommettere.

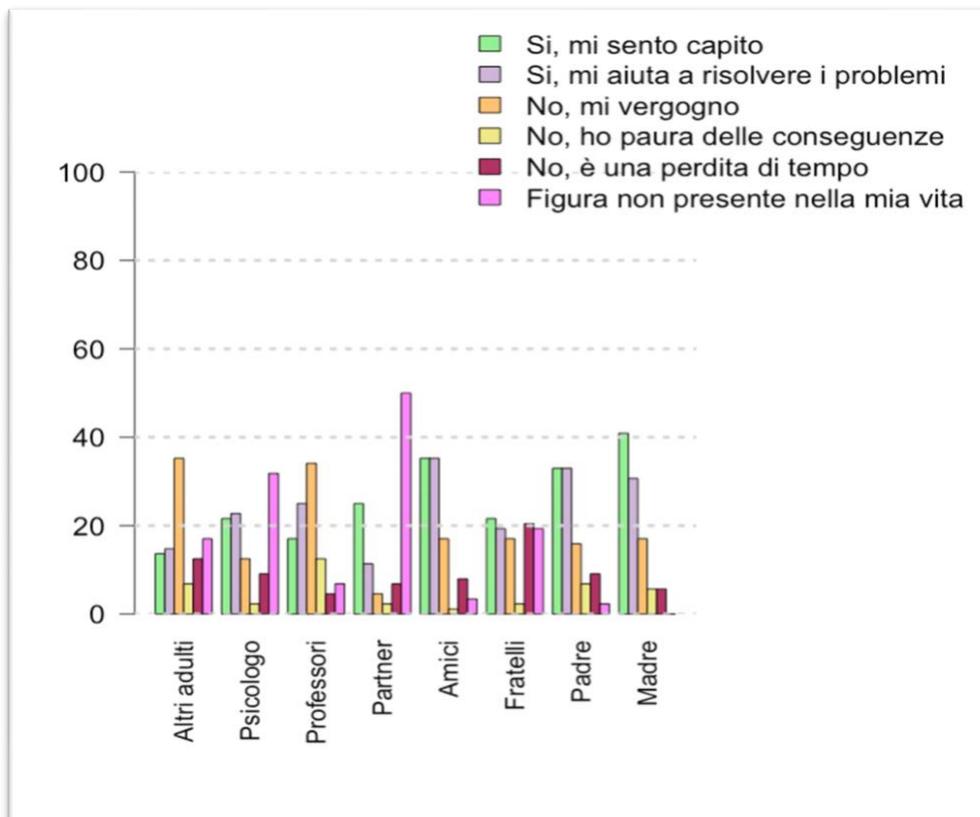


1.8 Coping e figure di riferimento

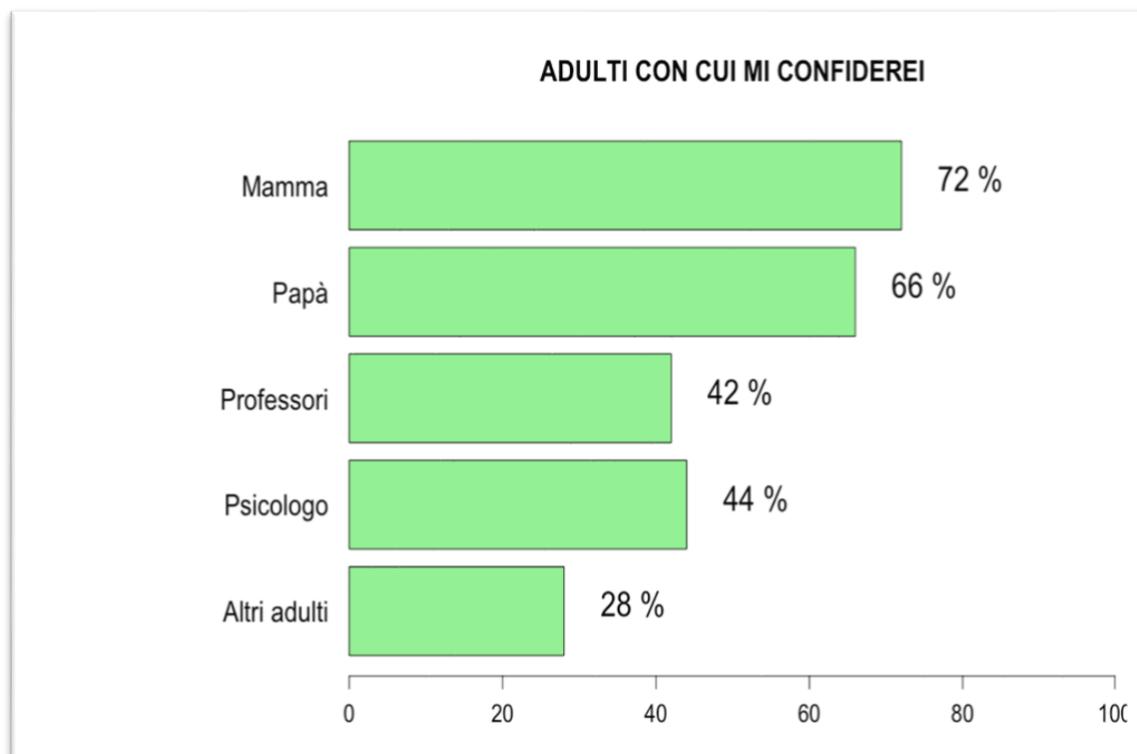
Quanto i giovani confidano nelle proprie capacità di coping, cioè quanto si sentono capaci di far fronte ai problemi della vita di ogni giorno. Il 22.73% si sente molto capace, il 55.68% abbastanza, il 15.91% poco e il 5.68% per nulla.



In caso di problemi, l'interlocutore privilegiato è la mamma, a cui si rivolgerebbe il 71.59% degli studenti. Un'alternativa privilegiata sono gli amici, a cui si rivolgerebbe il 70.45% degli studenti.



	Si, mi sento capito	Si, mi aiuta a risolvere i problemi	No, mi vergogno	No, ho paura delle conseguenze	No, è una perdita di tempo	Figura non presente nella mia vita
Madre %	40.91	30.68	17.05	5.68	5.68	0.00
Padre %	32.95	32.95	15.91	6.82	9.09	2.27
Fratelli %	21.59	19.32	17.05	2.27	20.45	19.32
Amici %	35.23	35.23	17.05	1.14	7.95	3.41
Partner %	25.00	11.36	4.55	2.27	6.82	50.00
Professori %	17.05	25.00	34.09	12.50	4.55	6.82
Psicologo %	21.59	22.73	12.50	2.27	9.09	31.82
Altri adulti %	13.64	14.77	35.23	6.82	12.50	17.05

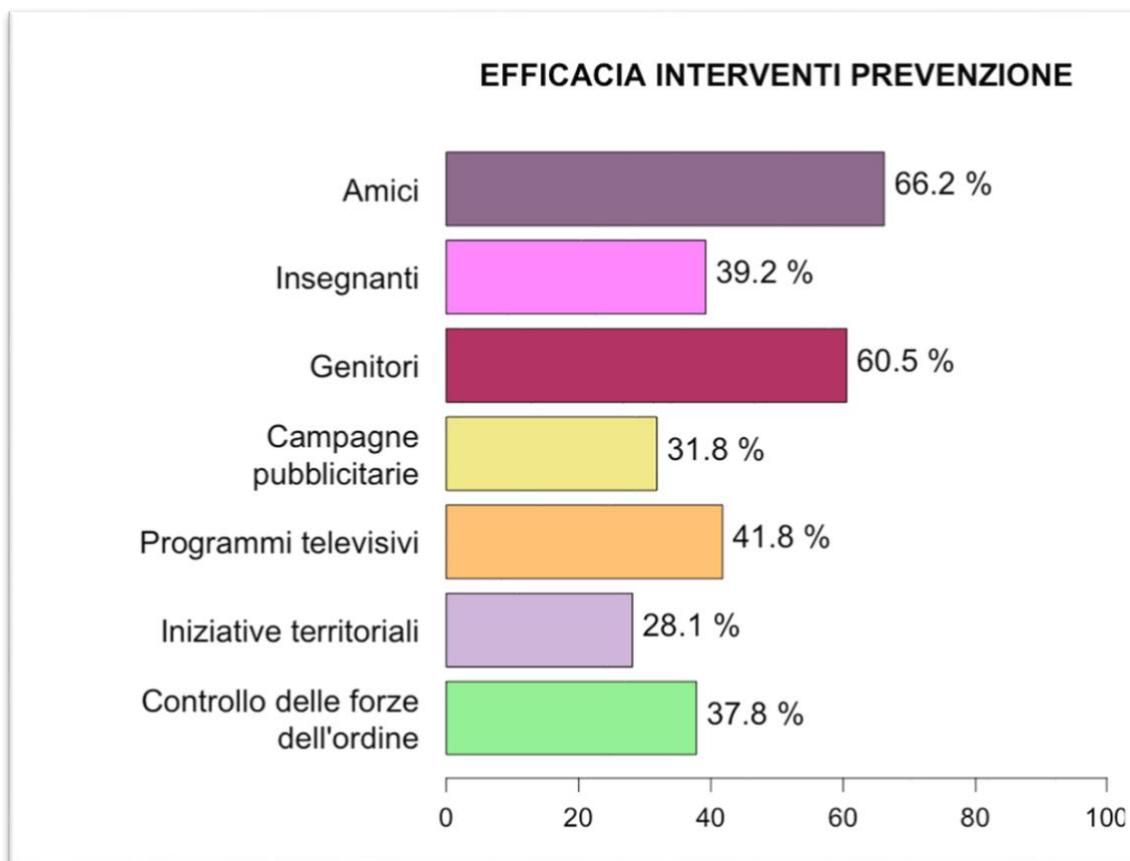


Gli altri adulti sono, tra i grandi, quelli tra cui i giovani del campione riferiscono di confidarsi di meno, il 54.55% di loro infatti, non rivelerebbe i propri problemi.

Prevenzione

Ai giovani è stato chiesto da chi e in che misura si sentono influenzati nella prevenzione dei comportamenti dannosi.

Il risultato presentato è un **indice di influenza**, espresso in percentuale, che sintetizza da chi, in media, gli studenti si sentono maggiormente influenzati nella prevenzione sui comportamenti dannosi ⁵.



	Per niente	Poco	Moderatamente	Molto	Moltissimo
Amici %	11	7	22	26	34
Insegnanti %	36	16	17	16	15
Genitori %	18	11	14	24	33
Campagne pubblicitarie %	41	19	18	15	7
Programmi televisivi %	28	22	19	16	15
Iniziative territoriali %	41	26	18	9	6
Controllo delle forze dell'ordine %	39	16	15	17	14

⁵ 0%=per niente, 100%=moltissimo

Secondo gli studenti, sono gli amici ad avere maggiore influenza nella prevenzione sui comportamenti dannosi.

	Molta o moltissima influenza
Amici %	60.23
Insegnanti %	30.68
Genitori %	56.82
Campagne pubblicitarie %	30.68
Programmi televisivi %	21.59
Iniziative territoriali %	9.09
Controllo delle forze dell'ordine %	30.68

Secondo gli studenti, sono le iniziative territoriali ad avere minore influenza nella prevenzione dei comportamenti dannosi.

	Poca o nessuna influenza
Amici %	18.18
Insegnanti %	52.27
Genitori %	29.55
Campagne pubblicitarie %	60.23
Programmi televisivi %	50.00
Iniziative territoriali %	67.05
Controllo delle forze dell'ordine %	54.55

Tempo trascorso con le figure di riferimento

Ai ragazzi è stato chiesto quanto tempo trascorrono con le seguenti figure.

	Per nulla	Poco	Abbastanza	Molto	Moltissimo	Figura non presente
Madre	2.27	0.00	3.41	3.41	89.77	1.14
Padre	1.14	1.14	4.55	12.50	77.27	3.41
Fratelli	3.41	2.27	5.68	2.27	65.91	20.45
Parenti	10.23	10.23	21.59	36.36	18.18	3.41
Non parenti	18.18	7.95	11.36	9.09	10.23	43.18
Parenti acquisiti	9.09	2.27	5.68	3.41	7.95	71.59

Ai ragazzi è stato chiesto quanto è soddisfacente il tempo trascorso con le seguenti figure.

	Per nulla	Poco	Abbastanza	Molto	Moltissimo	Figura non presente
Madre	6.82	6.82	13.64	70.45	2.27	6.82
Padre	4.55	5.68	11.36	19.32	54.55	4.55

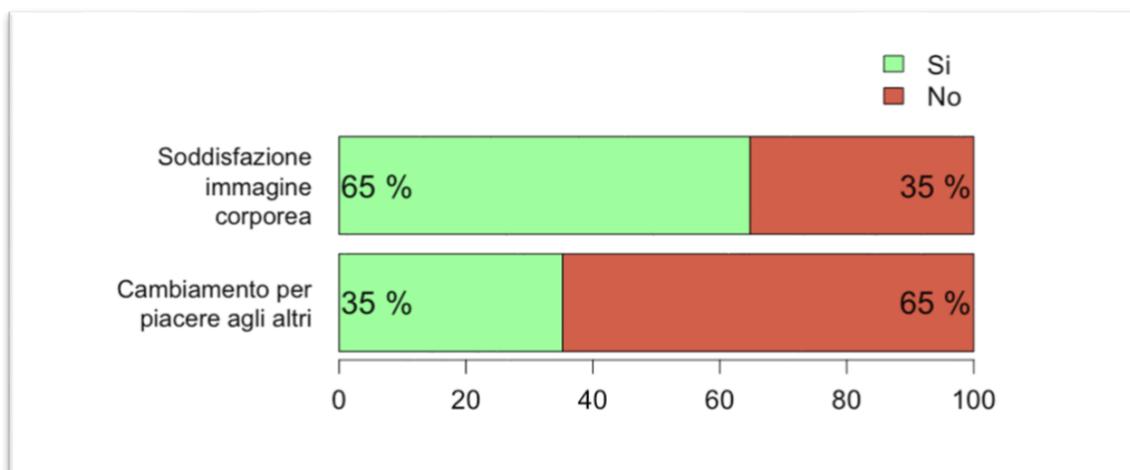
Fratelli	3.41	6.82	7.95	14.77	45.45	21.59
Parenti	6.82	14.77	18.18	25.00	34.09	1.14
Non parenti	12.50	10.23	7.95	12.50	9.09	47.73
Parenti acquisiti	14.77	6.82	3.41	3.41	7.95	63.64

1.9 Immagine corporea

Il 35.23% riferisce di **non essere soddisfatto della propria immagine corporea** (40.91% delle ragazze ed 29.55% dei ragazzi).

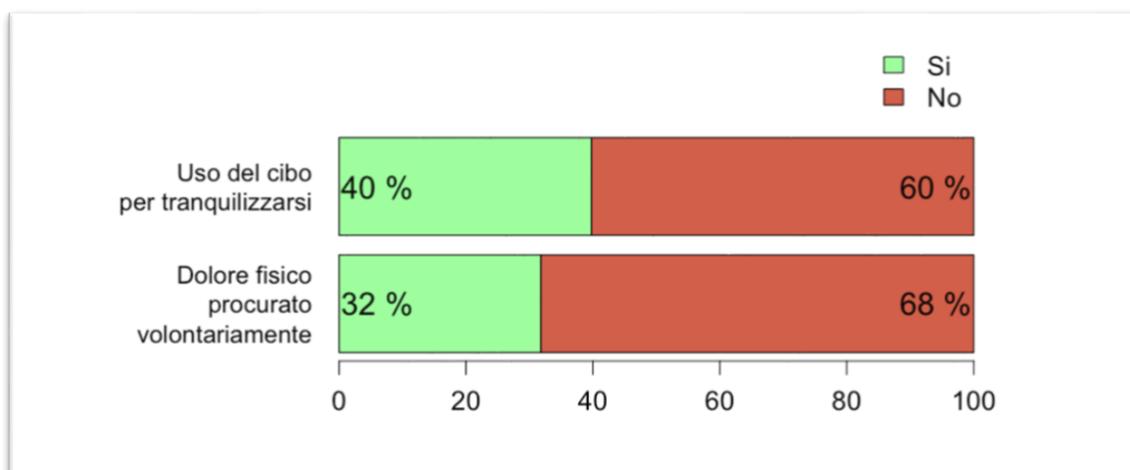
Inoltre, tra **chi non considera lo sport come attività preferita** (ovvero chi ha risposto "per niente" alla domanda "quanto generalmente pratici sport), il 66.67% non si ritiene soddisfatto della propria immagine corporea.

Il 35.23% **cambierebbe qualcosa di sé per piacere agli altri** (34.09% delle ragazze ed 36.36% dei ragazzi).



Al 39.77% è capitato di **utilizzare il cibo per sentirsi meno tristi o tranquillizzarsi** (40.91% delle ragazze ed al 38.64% dei ragazzi).

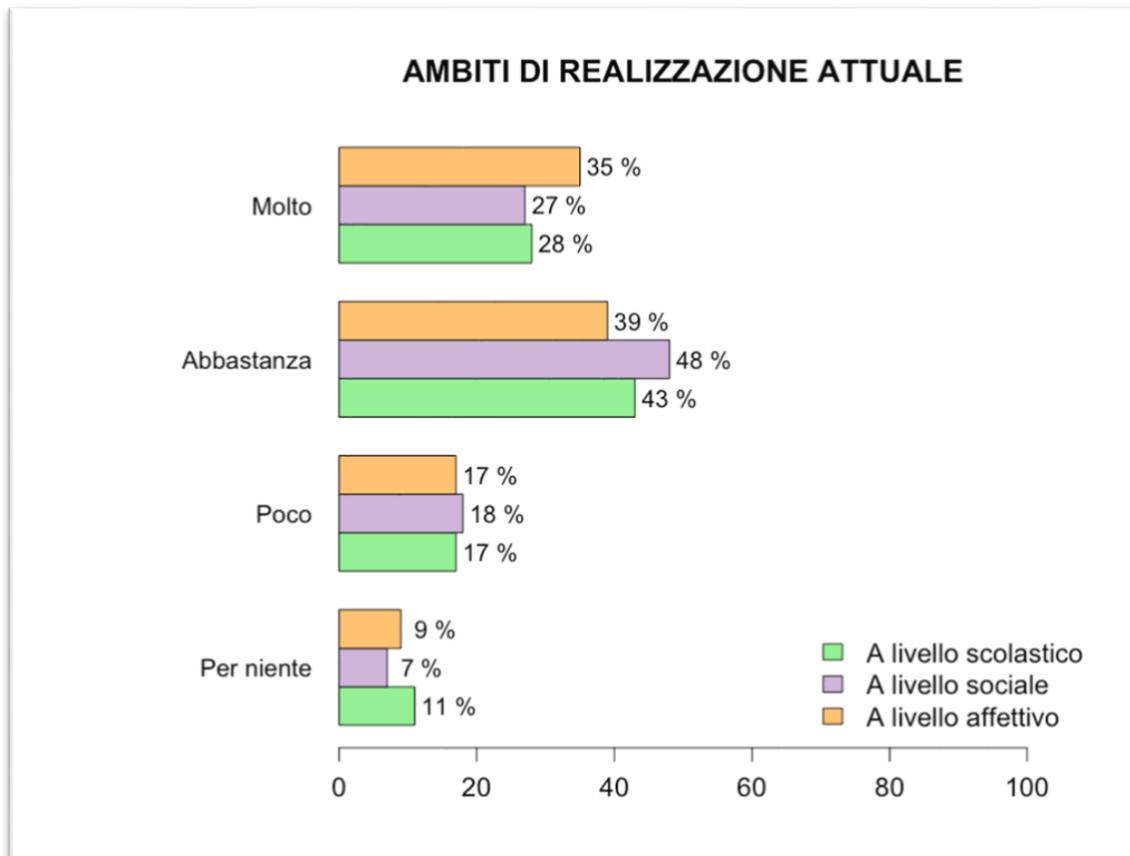
31.82% si è **procurato volontariamente almeno una volta dolore fisico** (31.82% delle ragazze ed 31.82% dei ragazzi).



1.10 Realizzazione personale

L'ambito in cui gli studenti si sentono **maggiormente realizzati oggi** è quello **sociale**, in cui il 75% si sente molto o abbastanza realizzato.

Di seguito sono indicate le frequenze in percentuale della realizzazione personale degli studenti oggi nei vari ambiti.



REALIZZAZIONE OGGI (RAGAZZI):

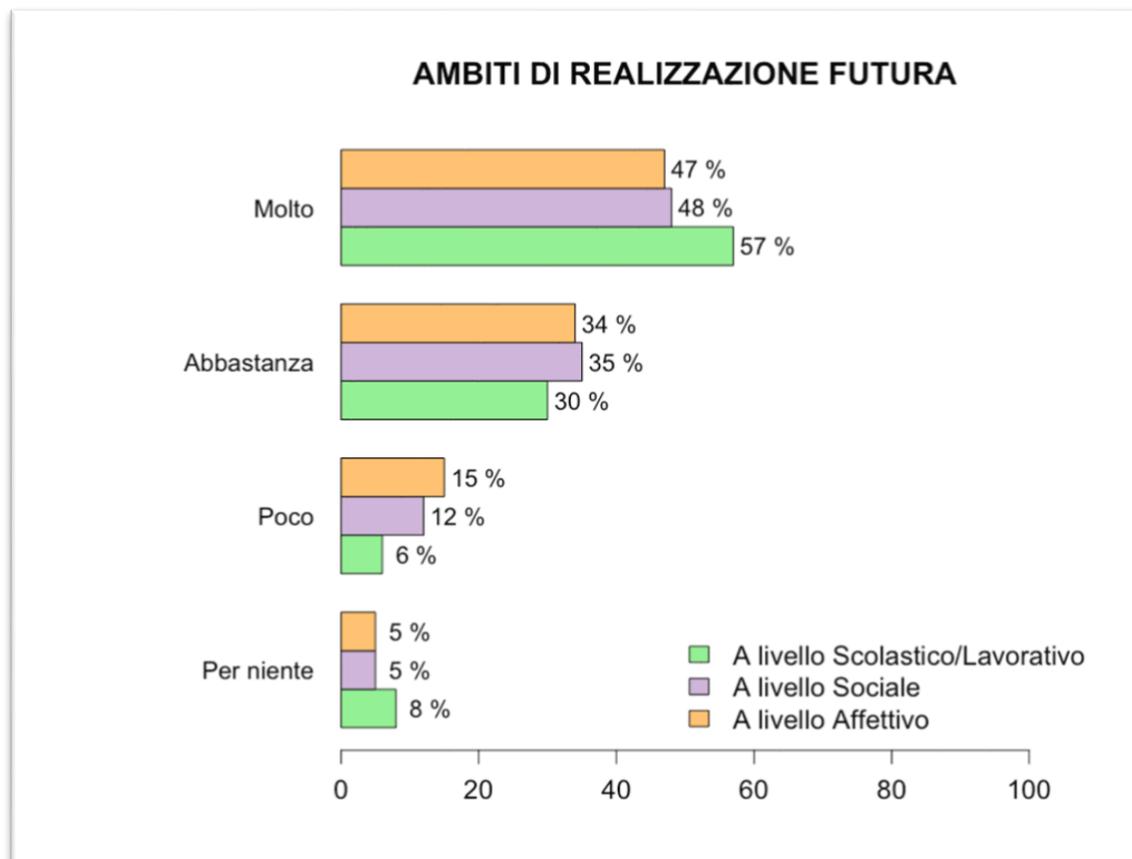
	Abbastanza/Molto	Per Niente/Poco
A livello affettivo %	77.27	22.73
A livello sociale %	77.27	22.73
A livello scolastico %	70.45	29.55

REALIZZAZIONE OGGI (RAGAZZE):

	Abbastanza/Molto	Per Niente/Poco
A livello affettivo %	70.45	29.55
A livello sociale %	72.73	27.27
A livello scolastico %	72.73	27.27

L'ambito in cui gli studenti hanno **maggiore aspettativa di realizzazione in futuro** è quello **lavorativo**, in cui l'86.36% si immagina molto o abbastanza realizzato.

Di seguito sono indicate le frequenze in percentuale riguardanti la realizzazione personale futura degli studenti nei vari ambiti.



REALIZZAZIONE FUTURA (RAGAZZI):

	Abbastanza/Molto	Per Niente/Poco
A livello affettivo %	81.82	18.18
A livello sociale %	81.82	18.18
A livello scolastico/lavorativo %	81.82	18.18

REALIZZAZIONE FUTURA (RAGAZZE):

	Abbastanza/Molto	Per Niente/Poco
A livello affettivo %	79.55	20.45
A livello sociale %	84.09	15.91
A livello scolastico/lavorativo %	90.91	9.09