

INDICE

Premessa	1
Obiettivi	4
Temi dell'indagine	5
Metodologia	7
Profilo del campione – sesso ed età -	10
Profilo del campione – istruzione e professione intervistato -	11
Profilo del campione – numero medio componenti, presenza di figli in famiglia e condizione socioeconomica -	12
SEGMENTAZIONE TIPOLOGICA	13
Una segmentazione tipologica	14
Gruppo 1: “la ricerca del sapere”	15
Gruppo 2: “casa – lavoro-tv”	16
Gruppo 3: “il sociale-amicizia-viaggi”	17
Gruppo 4: “storia-folklore”	18
Profilo del campione – comune, sesso ed età -	19
Profilo del campione – istruzione e professione intervistato -	20
Profilo del campione – numero medio componenti presenza di figli in famiglia condizione socioeconomica -	21

- segue -

A. ATTEGGIAMENTI DI BASE (I VALORI E GLI ORIENTAMENTI CULTURALI)	22
A. Atteggiamenti di base	23
A1. Opinioni sul significato di “impegno culturale per la comunità”	30
A2. Opinioni sul significato di “impegno culturale per la comunità” – analisi per gruppi tipologici	31
A3. I valori prioritari nella vita	32
A4. I valori prioritari nella vita – analisi per gruppi tipologici	33
A5. Atteggiamenti di base verso la “cultura e il tempo libero”	34
A6. Atteggiamenti di base verso la “cultura e il tempo libero” – analisi per gruppi tipologici	35
A7. Grado d’importanza delle principali iniziative culturali	36
A8. Grado d’importanza delle principali iniziative culturali – analisi per gruppi tipologici	37
B. LE INIZIATIVE CULTURALI DEGLI ULTIMI 12 MESI: CONOSCENZA E FRUIZIONE	38
B. Le iniziative culturali degli ultimi 12 mesi. Conoscenza e fruizione	39
B1. Conoscenza delle iniziative culturali organizzate per la comunità italiana negli ultimi 12 mesi nel comune di residenza	48
B1a. Conoscenza delle iniziative culturali organizzate per la comunità italiana negli ultimi 12 mesi nel comune di residenza	49

- segue -

B2. Conoscenza delle iniziative culturali organizzate per la comunità italiana negli ultimi 12 mesi nel comune di residenza	50
B3. Iniziative culturali seguite negli ultimi 12 mesi: quali?	51
B4. Iniziative culturali seguite negli ultimi 12 mesi: quali? – analisi per gruppi tipologici	52
B5. Iniziative culturali seguite negli ultimi 12 mesi: quante?	53
B6. Iniziative culturali seguite negli ultimi 12 mesi: dove?	54
B7. Iniziative culturali seguite negli ultimi 12 mesi: dove? – analisi per gruppi tipologici	55
B7a. Iniziative culturali seguite negli ultimi 12 mesi: dove? – analisi per gruppi tipologici	56
B8. Le iniziative culturali seguite negli ultimi 12 mesi, da chi sono state organizzate?	57
B9. Citazioni delle iniziative culturali <u>seguite nel comune di residenza</u>	58
B10. Iniziative culturali <u>seguite in un altro comune</u>	59
B10a. In quali città si sono recati	60
B10b. Hanno seguito iniziative culturali in un altro comune	61
B11. Fonti d'informazione sulle iniziative culturali	62
B12. Fonti d'informazione sulle iniziative culturali – analisi per gruppi tipologici	63

- segue -

C. LE ASSOCIAZIONI CULTURALI	64
C. Le associazioni culturali	65
C1. Associazioni culturali conosciute (I)	70
C1. Associazioni culturali conosciute (II)	71
C2. Associazioni culturali conosciute (I) – analisi per gruppi tipologici	72
C2. Associazioni culturali conosciute (II) – analisi per gruppi tipologici	73
C3. Conoscenza del centro culturale “Trevi”	74
C4. Partecipazione alle associazioni culturali	75
C4a. Fanno parte delle associazioni culturali	76
C5. Opinioni sul numero di associazioni culturali esistenti	77
C6. Opinioni sulle associazioni culturali	78
C7. Opinioni sulle associazioni culturali – analisi per gruppi tipologici	79
C8. Musei provinciali conosciuti	80
C9. Musei provinciali conosciuti – analisi per gruppi tipologici	81

- segue -

D. LA VALUTAZIONE DELLE ATTIVITA' CULTURALI	82
D. La valutazione delle attività culturali	83
D1. Soddisfazione complessiva nei confronti delle iniziative culturali	98
D2. Motivi di insoddisfazione nei confronti delle iniziative culturali proposte	99
D3. Motivi di insoddisfazione nei confronti delle iniziative culturali proposte – analisi per gruppi tipologici	100
D4. Valutazione analitica della politica culturale del comune di residenza	101
D5. Valutazione analitica della politica culturale del comune di residenza – analisi per gruppi tipologici	102
D6. Il peso degli aspetti di politica culturale sulla soddisfazione complessiva	103
D6a. Reazione fra peso e soddisfazione	104
D7. Opinioni sull'impegno pubblico per diffondere la storia e cultura locale	105
D8. Opinioni sul costo per il pubblico delle iniziative locali	106
D9. Opinioni sulla programmazione delle attività culturali nel comune di residenza	107
D10. Valutazione politica culturale	108
D11. Opinioni sui cambiamenti avvenuti negli ultimi 5 anni nella gestione delle attività culturali	109
D12. Opinioni sui cambiamenti avvenuti negli ultimi 5 anni nella gestione delle attività culturali – analisi per gruppi tipologici	110

- segue -

D13.Cambiamenti positivi riscontrati	111
D14.Cambiamenti positivi riscontrati – analisi per gruppi tipologici	112
D15.Attese: quali iniziative per il pubblico	113
D16.Attese: quali iniziative per il pubblico – analisi per gruppi tipologici	114
D17.Le attese: chi dovrebbe sostenere l’assessorato	115
D18.Le attese: chi dovrebbe sostenere l’assessorato – analisi per gruppi tipologici	116
D19.Priorità di investimento personale in attività culturali	117
D20.Libere opinioni sul progetto prioritario, se fossero assessori (I)	118
D20a.Libere opinioni sul progetto prioritario, se fossero assessori (II)	119
E. ULTERIORI APPROFONDIMENTI SULLE ATTIVITA’ PROVINCIALI	120
E. Ulteriori approfondimenti sulle attività provinciali	121
E1. Conoscenza del supporto allo studio del tedesco e delle altre lingue straniere	123
E2. Opinioni sui sostegni offerti dalla Provincia	124
E3. Frequentazione centri giovanili	125
E4. Opinione sull’importanza dei centri giovanili per i giovani	126
E5. Opinione sull’importanza dei centri giovanili per i giovani – analisi per gruppi tipologici	127
E6. Conoscenza delle pubblicazioni della Provincia	128

- segue -

F. SINTESI DEI RISULTATI E CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE	129
F. Sintesi dei risultati e considerazioni conclusive	130

La ricerca sulle aspettative in ambito culturale della comunità italiana dell'Alto Adige nasce dalla necessità di acquisire elementi conoscitivi nuovi e aggiornati al fine di rendere l'offerta culturale il più possibile aderente alle esigenze della collettività. E' stata anche l'occasione per ottenere una oggettiva valutazione di quanto fatto finora per promuovere il settore. Per la rilevazione è stato scelto, a seguito di una gara, il prestigioso istituto di demoscopia Eurisko, con l'efficiente e preziosa collaborazione dell'Asat.

Nel corso degli anni le iniziative sorte sulla spinta e per effetto dei finanziamenti offerti dalle leggi provinciali e dagli interventi dei comuni sono state sempre più numerose, ma spesso sono mancati elementi di giudizio neutri per una valutazione dei contenuti e della efficacia delle proposte culturali.

L'indagine effettuata ha quindi un duplice scopo: esplorare le attese dei fruitori dell'offerta culturale e nel contempo avere il coraggio di far emergere l'indice di gradimento del ventaglio di manifestazioni culturali organizzate nella città capoluogo e nei comuni con alta densità di cittadini di lingua italiana.

I risultati sono piuttosto confortanti per l'azione intrapresa, in particolare per quanto riguarda la coincidenza fra i desideri e le aspettative della popolazione e le linee programmatiche già da tempo annunciate dallo scrivente. Tra le predette linee programmatiche annunciate negli scorsi anni e i desideri, vi è una sostanziale coincidenza, così come è molto confortante la visibilità dell'attività diretta della Provincia all'interno delle domande anche spontanee proposte al campione statistico. Considerato che ogni campione statistico evidenzia una scarsa propensione a dichiarare soddisfazione nei confronti di pubbliche istituzioni, le risposte fornite dal campione del gruppo linguistico italiano riguardo l'azione di sostegno alla cultura di questo assessorato, sono particolarmente incoraggianti. Questa integrale pubblicazione della ricerca potrà essere di particolare utilità per gli operatori culturali e per coloro che vogliono dare il proprio contributo all'accrescimento culturale della nostra provincia.

Preme precisare che l'indagine commissionata non ha la pretesa di esaurire l'argomento, ma vuole essere un contributo alla conoscenza del fenomeno e il presupposto per decisioni e scelte in un ambito complesso e delicato, qual'è quello della cultura.

Al di là della comprensibile soddisfazione per i dati emersi, resta il nostro impegno, ed il nostro dovere istituzionale, di migliorare ulteriormente i contenuti dell'offerta culturale con rinnovata attenzione verso le esigenze dei cittadini. Concentrando le linee strategiche dei prossimi anni sui settori particolarmente propensi a modificare il loro grado di soddisfazione, potranno essere ottenuti ulteriori risultati.

L'ASSESSORE ALLA CULTURA ITALIANA
Dott. Luigi Cigolla