

## PREMESSA

Nei primi mesi del 2000 l'Assessorato alla cultura in lingua italiana ha commissionato, dopo una regolare gara, all'istituto Eurisko di Milano l'effettuazione di una indagine sulle aspettative in ambito culturale della comunità italiana dell'Alto Adige, svolta in collaborazione con l'ASTAT - Istituto provinciale di statistica.

Il committente ha chiesto ad Eurisko di acquisire una serie di informazioni sui gusti e gli orientamenti preferenziali della popolazione di lingua italiana, al fine di ottenere spunti e indicazioni per la politica culturale ( sia quella diretta, sia quella delle associazioni ), con l'obiettivo di renderla quanto più possibile vicino alle attese dei destinatari.

È importante precisare che nel vissuto del Committente, il concetto di destinatari è inteso in senso molto ampio, inglobando al suo interno anche gli utenti attualmente meno partecipi alle iniziative culturali promosse ( dall'assessorato e dalle associazioni ), al fine di coglierne le motivazioni e le eventuali attese.

Eurisko ha condotto una ricerca integrata ( fase qualitativa e successiva fase estensiva ).

# OBIETTIVI

In particolare gli obiettivi centrali della ricerca si possono sintetizzare in due ordini di tematiche:

## **1. LA RELAZIONE FRA CITTADINO E ATTIVITA' CULTURALI**

- il vissuto e la percezione dell'utente potenziale
- partecipazione alle attività culturali (in generale e della Provincia in particolare)
- valutazione della programmazione
- qualità percepita in generale e per specifico ambito culturale
- esigenze culturali dell'utente.

## **2. L'ASSOCIAZIONISMO**

- opinioni nei confronti delle associazioni locali
- vissuto (importanza o meno presso i cittadini)
- conoscenza
- attese per il futuro.

## TEMI DELL'INDAGINE

- ATTEGGIAMENTI DI BASE
  - opinioni sul significato di gestione dell'attività culturale per la comunità
  - opinioni sulla cultura e il tempo libero
  - i valori considerati importanti nella vita
  - interesse personale verso le differenti iniziative culturali
- LE ATTIVITA' CULTURALI SEGUITE NEL CORSO DEGLI ULTIMI 12 MESI
  - conoscenza delle attività organizzate nel comune di residenza
  - attività culturali seguite negli ultimi 12 mesi
- LE ASSOCIAZIONI CULTURALI
  - conoscenza
  - fruizione
  - opinioni
- VALUTAZIONE DELLA POLITICA CULTURALE DEL PROPRIO COMUNE DI RESIDENZA
  - soddisfazione complessiva per la politica culturale in generale e per l'impegno nel sostenere e promuovere folklore e storia locali
  - opinione sul costo delle attività culturali
  - percezione dei cambiamenti avvenuti negli ultimi anni
  - attese

**- segue -**

- LA VALUTAZIONE DI ALTRE INIZIATIVE ORGANIZZATE DALLA PROVINCIA
  - iniziative di promozione linguistica e altri corsi di formazione
  - la presenza di centri giovanili
  - la conoscenza delle pubblicazioni della provincia.

# METODOLOGIA

## 1. Campione

Sono state condotte **500 interviste** ad un campione rappresentativo della popolazione, di lingua italiana, residente nella provincia di Bolzano.

L'universo di riferimento dell'indagine è rappresentato dai circa 117.000 cittadini di lingua italiana residenti nella città di Bolzano e nel suo territorio provinciale. I comuni di rilevazione, selezionati per l'indagine, sono stati quelli a maggiore densità di popolazione italiana.

I dati di distribuzione dell'universo di riferimento per i principali parametri socio-demografici sono stati forniti dall'Istituto Provinciale di Statistica.

- segue -

## 2. Rilevazione e Metodologia

Il **questionario** è stato redatto dai ricercatori di Eurisko e discusso ed approvato dal Committente.

La **rilevazione** si è basata su interviste “personali domiciliari” ed è stata affidata alla rete di intervistatori residenziali di Eurisko.

Alla rilevazione hanno partecipato 20 intervistatori opportunamente istruiti mediante briefing scritto e personale. L’operato sul campo è stato controllato nella misura del 20% degli intervistatori che hanno collaborato e del 5% delle interviste svolte (controlli telefonici).

La rilevazione è stata condotta dal 26 aprile al 30 maggio 2000 nei seguenti comuni:

- BOLZANO
- MERANO
- POSTAL
- GARGAZZONE
- LAIVES
- VADENA
- BRNZOLO
- ORA
- EGNA
- MAGRE’
- CORTINA S.S.D.V.
- SALORNO
- BRENNERO
- VIPITENO
- BRESSANONE
- FORTEZZA
- BRUNICO
- S.CANDIDO

- segue -

L'**elaborazione** statistica dei risultati (descrittiva e analisi multivariate) è stata condotta dal centro di elaborazione dati di Eurisko.

In sede di elaborazione si è provveduto a ponderare opportunamente il campione in modo da renderlo esattamente rappresentativo (per sesso, età e istruzione) dell'universo di riferimento.

Le tavole statistiche sono contenute in volume separato dal presente documento.

Nelle tavole successive riportiamo il profilo del campione di intervistati.

Nelle tavole i risultati sono espressi in valori percentuali. I grafici a sinistra riportano i risultati relativi al totale campione. Nelle tabelle sulla destra i risultati sono analizzati per i segmenti territoriali (comuni urbani e rurali).

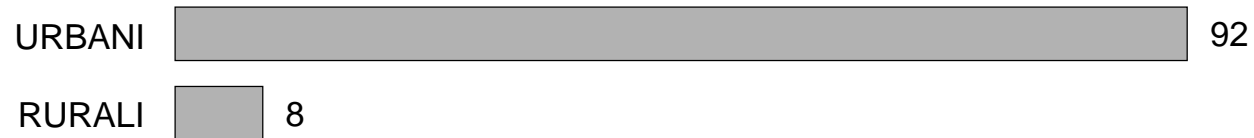
Nelle tavole successive riportiamo il profilo del campione intervistato.

## PROFILO DEL CAMPIONE

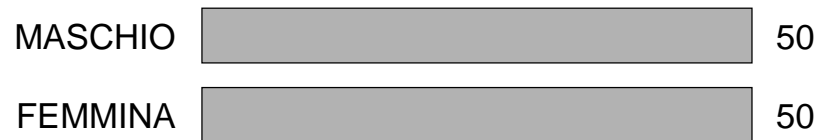
- SESSO ED ETÀ -

(BASE: TOTALE CAMPIONE n.= 500)

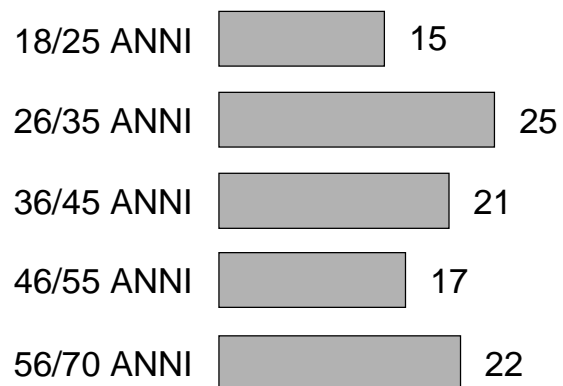
### COMUNI



### SESSO



### ETÀ



| COMUNI          |                 |
|-----------------|-----------------|
| URBANI<br>n=373 | RURALI<br>n=127 |
| 100             | -               |
| -               | 100             |
| 50              | 49              |
| 50              | 51              |
| 14              | 14              |
| 26              | 23              |
| 22              | 19              |
| 16              | 20              |
| 22              | 24              |

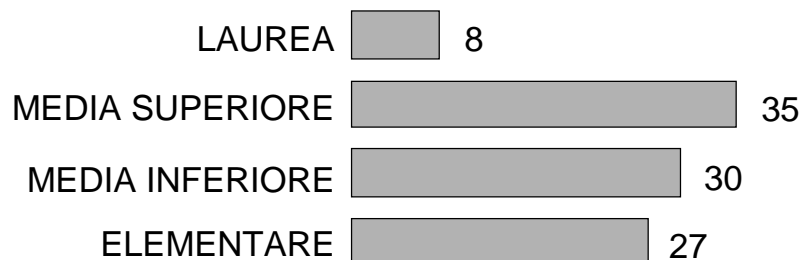


## PROFILO DEL CAMPIONE

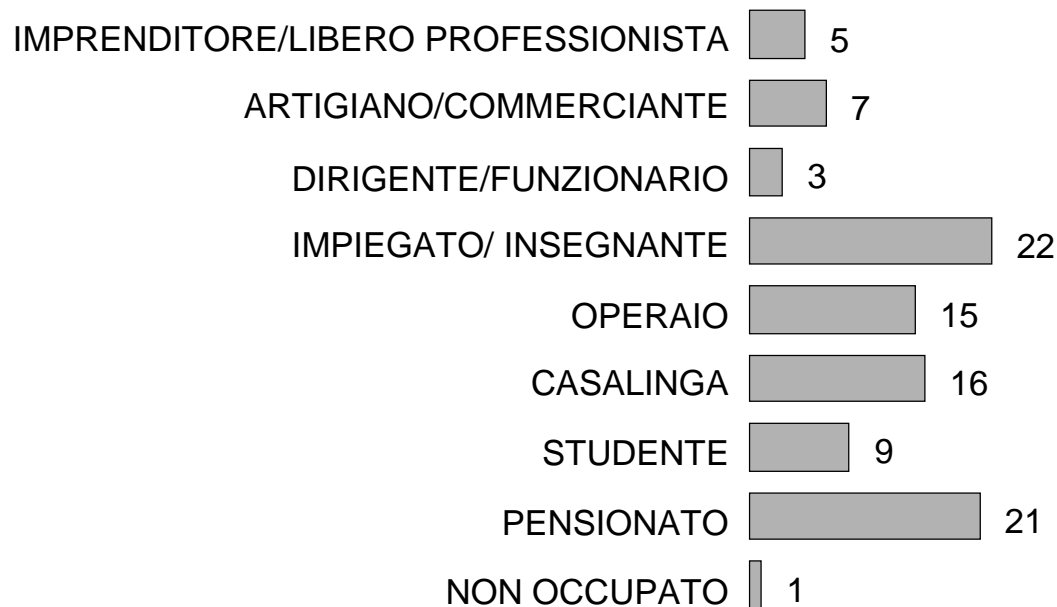
- ISTRUZIONE E PROFESSIONE INTERVISTATO -

(BASE: TOTALE CAMPIONE n.= 500)

### ISTRUZIONE



### PROFESSIONE INTERVISTATO



| COMUNI          |                 |
|-----------------|-----------------|
| URBANI<br>n=373 | RURALI<br>n=127 |
| 10              | 3               |
| 37              | 29              |
| 26              | <b>40</b>       |
| 27              | 28              |
| 5               | 9               |
| 7               | 11              |
| 4               | 1               |
| 23              | 15              |
| 15              | 18              |
| 16              | 18              |
| 10              | 7               |
| 20              | 18              |
| 1               | 4               |

## PROFILO DEL CAMPIONE

- NUMERO MEDIO COMPONENTI, PRESENZA DI FIGLI IN FAMIGLIA E CONDIZIONE SOCIOECONOMICA -

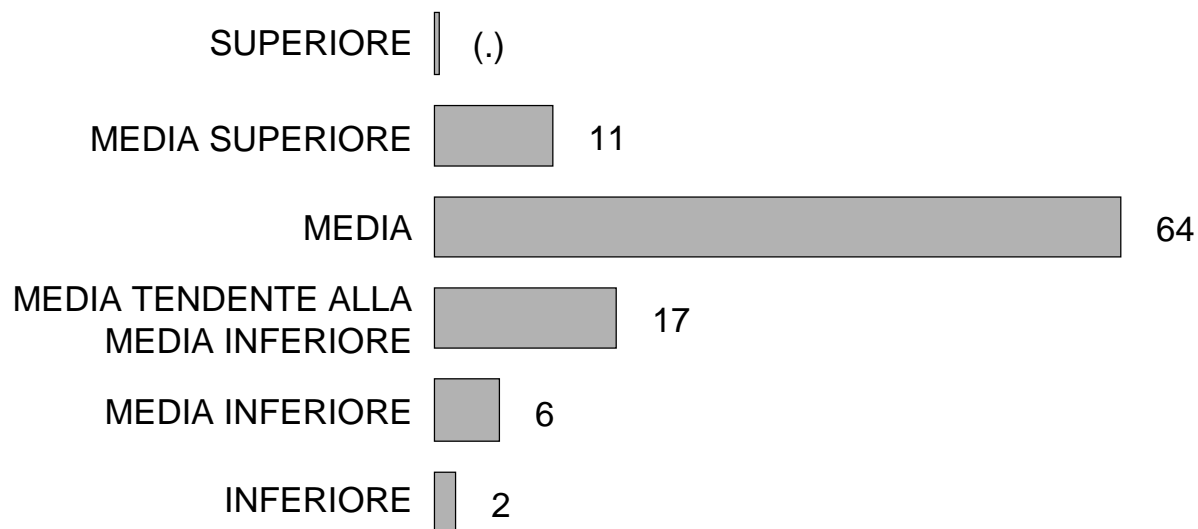
(BASE: TOTALE CAMPIONE n.= 500)

**NUMERO MEDIO  
COMPONENTI LA FAMIGLIA: 3.0**

### PRESENZA FIGLI



### CONDIZIONE SOCIOECONOMICA



| COMUNI          |                 |
|-----------------|-----------------|
| URBANI<br>n=373 | RURALI<br>n=127 |
| 3.0             | 3.4             |
| 56              | 71              |
| 44              | 29              |
| (.)             | (.)             |
| 12              | 6               |
| 63              | 68              |
| 17              | 18              |
| 6               | 7               |
| 2               | 1               |

NOTA: (.) INDICA VALORI % INERIORI A 1

# SEGMENTAZIONE TIPOLOGICA

# UNA SEGMENTAZIONE TIPOLOGICA

## Premessa

E' stata condotta un'analisi di segmentazione tipologica degli intervistati (Cluster analysis).

La segmentazione ha preso in considerazione:

- alcune variabili strutturali (sesso, età, titolo di studio, professione, condizione socio-economica)
- una serie di variabili di atteggiamento nei confronti della vita (valori importanti, gestione del tempo libero) e della cultura (importanza della cultura in generale delle differenti attività culturali in particolare)
- una serie di variabili comportamentali relative alle attività seguite negli ultimi 12 mesi

Il campione è stato ripartito in 4 gruppi, ciascuno corrispondente ad un diverso orientamento e comportamento nei confronti della vita culturale:

- GRUPPO 1 “LA RICERCA DEL SAPERE” (26%)
- GRUPPO 2 “CASA-LAVORO-TV” (20%)
- GRUPPO 3 “IL SOCIALE-AMICIZIA-VIAGGI” (28%)
- GRUPPO 4 “STORIA/FOLKLORE” (26%).

Nelle pagine seguenti sono riportate le schede descrittive di ciascun gruppo.

## **GRUPPO 1: “LA RICERCA DEL SAPERE” (26%)**

***“La cultura è ricerca attiva del sapere”***

### **CARATTERISTICHE SOCIODEMOGRAFICHE**

Giovani e adulti (età dai 18 ai 35 anni), con un livello di istruzione elevato (per lo più laureati o con il diploma di media superiore). Vi è una presenza significativa di insegnanti e impiegati, la condizione socio-economica è media, medio- superiore.

### **I VALORI DI RIFERIMENTO**

Per questo gruppo i valori prioritari nella vita sono la cultura, l'amicizia (anche intesa come ricerca e sviluppo di nuovi rapporti sociali). E' forte in questo gruppo il desiderio di poter seguire e realizzare i propri interessi e desideri.

### **ATTEGGIAMENTI VERSO LA CULTURA E IL TEMPO LIBERO**

In questo gruppo è forte la ricerca del sapere (è importante leggere, studiare, conoscere), sono un gruppo in continua attesa di novità e di emozioni: escono spesso la sera, viaggiano molto.

La cultura è strumento di formazione ma anche l'elemento magico che dà leggerezza alla vita.

I loro interessi sono molteplici e coinvolgono tutti i campi: dall'interesse per la storia, alle diverse sfaccettature della vita culturale (arte, teatro, cinema, ecc.). E' debole tuttavia, in questo gruppo, l'interesse per le manifestazioni folkloristiche. Nel corso degli ultimi 12 mesi hanno seguito di tutto e di più.

## **GRUPPO 2: “CASA-LAVORO-TV” (20%)**

*“La cultura è veicolata dalla Tv”*

### **CARATTERISTICHE SOCIODEMOGRAFICHE**

Per lo più adulti-anziani (età dai 56 ai 70 anni), con un livello di istruzione basso (per lo più licenza elementare). Vi è una forte concentrazione di pensionati, casalinghe ed anche operai. La condizione socio-economica è per lo più medio-inferiore, inferiore.

### **I VALORI DI RIFERIMENTO**

Per questo gruppo i valori prioritari nella vita sono avere un lavoro, e il legame con la città, con il proprio paese.

### **ATTEGGIAMENTI VERSO LA CULTURA E IL TEMPO LIBERO**

In questo gruppo vi è una debole attrazione e spinta nei confronti della vita culturale intesa come ricerca di sapere o come diversificazione del tempo libero. Il passatempo preferito è stare in casa in compagnia dei famigliari.

In questo gruppo gli interessi culturali sono molto poveri e basici; negli ultimi 12 mesi il numero e il tipo di attività culturali seguite è stato decisamente inferiore alla media campione.

## **GRUPPO 3: “IL SOCIALE-AMICIZIA-VIAGGI” (28%)**

*“La cultura è in particolare relazionarsi e viaggiare”*

### **CARATTERISTICHE SOCIODEMOGRAFICHE**

Giovani e adulti (età dai 18 ai 35 anni), con un livello di istruzione medio superiore (per lo più diplomati). Vi è una presenza significativa di impiegati e studenti la condizione socio-economica è media, medio-inferiore.

### **I VALORI DI RIFERIMENTO**

Per questo gruppo i valori prioritari nella vita sono l'amicizia, il lavoro, la sicurezza economica e il poter fare le cose che piacciono di più.

### **ATTEGGIAMENTI VERSO LA CULTURA E IL TEMPO LIBERO**

In questo gruppo è forte la pulsione del sapere in quanto ricerca, anche se rispetto al primo gruppo la ricerca culturale si esplica prevalentemente nell'incontro con gli altri e nel viaggio, inteso come principale strumento di conoscenza. Hanno una vita molto attiva e di sera sono soliti uscire di casa in particolare per andare al bar.

Amano in particolare seguire le iniziative sportive. Sport e cinema sono le attività maggiormente seguite negli ultimi 12 mesi.

## **GRUPPO 4: “STORIA-FOLKLORE” (26%)**

**“La cultura è ricerca e valorizzazione delle radici”**

### **CARATTERISTICHE SOCIODEMOGRAFICHE**

Per lo più anziani (età dai 56 ai 70 anni), anche se non mancano componenti adulti più giovani. Hanno per lo più la licenza elementare. Vi è una forte concentrazione di pensionati, casalinghe ed anche operai. La condizione socio-economica è media.

### **I VALORI DI RIFERIMENTO**

Sono valori basilici importanti quelli che connotano maggiormente questo gruppo: la famiglia, l'amicizia, la sicurezza economica. Emerge un forte legame con la famiglia e con il territorio.

### **ATTEGGIAMENTI VERSO LA CULTURA E TEMPO LIBERO**

La cultura è importante, anche in questo gruppo si trova la valorizzazione del sapere e della formazione; questo pensiero coesiste con un vissuto della cultura come mezzo per dare leggerezza alla vita.

Seguono anche loro come il gruppo “ricerca del sapere” molte attività culturali, ma rispetto a questo gruppo sono preferite le iniziative legate alla storia e al folklore locale.



## PROFILO DEL CAMPIONE

- COMUNE, SESSO ED ETÀ -  
ANALISI PER GRUPPI TIPOLOGICI

|               | TOTALE<br>n=500 | GR.1<br>“RICERCA DEL<br>SAPERE”<br>26% - n=128 | GR.2<br>“CASA/LAVORO/TV”<br>20% - n=99 | GR.3<br>“SOCIALE/AMICIZIA<br>VIAGGI”<br>28% - n=141 | GR.4<br>“STORIA/FOLKLORE”<br>26% - n=132 |
|---------------|-----------------|--|--|---|--|
| <b>COMUNI</b> |                 |  |  |   |  |
| URBANI        | 92              | 96   | 88                                     | 92  | 90                                       |
| RURALI        | 8               | 4  | <b>12</b>                              | 8   | <b>10</b>                                |
| <b>SESSO</b>  |                 |  |  |   |  |
| MASCHIO       | 50              | 45   | 47                                     | <b>70</b>   | 34                                       |
| FEMMINA       | 50              | 55   | 53                                     | 30  | <b>66</b>                                |
| <b>ETÀ</b>    |                 |  |  |   |  |
| 18/25 ANNI    | 15              | <b>27</b>                                      | -                                      | <b>27</b>   | -  |
| 26/35 ANNI    | 25              | <b>30</b>                                      | 18                                     | <b>42</b>   | 8  |
| 36/45 ANNI    | 21              | 21   | 19                                     | 22  | <b>24</b>                                |
| 46/55 ANNI    | 17              | 16   | 21                                     | 9   | <b>23</b>                                |
| 56/70 ANNI    | 22              | 6  | <b>43</b>                              | 1   | <b>45</b>                                |

**PROFILO DEL CAMPIONE**  
- ISTRUZIONE E PROFESSIONE INTERVISTATO -  
ANALISI PER GRUPPI TIPOLOGICI

|                                       | <b>TOTALE</b><br>n=500 | <b>GR.1</b><br>“RICERCA DEL<br>SAPERE”<br>26% - n=128 | <b>GR.2</b><br>“CASA/LAVORO/TV”<br>20% - n=99 | <b>GR.3</b><br>“SOCIALE/AMICIZIA<br>VIAGGI”<br>28% - n=141 | <b>GR.4</b><br>“STORIA/FOLKLORE”<br>26% - n=132 |
|---------------------------------------|------------------------|---|---|--|---|
| <b>ISTRUZIONE</b>                     |                        |   |   |  |   |
| LAUREA                                | 8                      | <b>21</b>   | -   | 8  | 1   |
| MEDIA SUPERIORE                       | 35                     | <b>57</b>   | 3   | <b>52</b>  | 20  |
| MEDIA INFERIORE                       | 27                     | 18  | 25  | 40   | 35  |
| ELEMENTARE                            | 22                     | 4   | <b>65</b>                                     | -  | <b>43</b>                                       |
| NESSUNA                               | 1                      | 1   | 7   | -  | 2   |
| <b>PROFESSIONE INTERVISTATO</b>       |                        |   |   |  |   |
| IMPRENDITORE/LIBERO<br>PROFESSIONISTA | 5                      | 12  | -   | 8  | 1   |
| ARTIGIANO/COMMERCIANTE                | 7                      | 9   | 7   | <b>12</b>  | 2   |
| DIRIGENTE/FUNZIONARIO                 | 3                      | 5   | 1   | 4  | 3   |
| IMPIEGATO/ INSEGNANTE                 | 22                     | <b>34</b>   | 2   | <b>37</b>  | 9   |
| OPERAIO                               | 15                     | 10  | <b>21</b>                                     | 17   | 13  |
| CASALINGA                             | 16                     | 2   | <b>40</b>                                     | 2  | <b>27</b>                                       |
| STUDENTE                              | 9                      | <b>18</b>   | -   | <b>16</b>  | -   |
| PENSIONATO                            | 21                     | 9   | <b>30</b>                                     | 2  | <b>45</b>                                       |
| NON OCCUPATO                          | 1                      | 3   | 1   | 2  | -   |

## PROFILO DEL CAMPIONE

- NUMERO MEDIO COMPONENTI PRESENZA DI FIGLI IN FAMIGLIA CONDIZIONE SOCIOECONOMICA -  
ANALISI PER GRUPPI TIPOLOGICI

|  | TOTALE<br>n=500 | GR.1<br>"RICERCA DEL<br>SAPERE"<br>26% - n=128 | GR.2<br>"CASA/LAVORO/TV"<br>20% - n=99 | GR.3<br>"SOCIALE/AMICIZIA<br>VIAGGI"<br>28% - n=141 | GR.4<br>"STORIA/FOLKLORE"<br>26% - n=132 |
|--|-----------------|--|--|---|--|
| <b>NUMERO MEDIO<br/>COMPONENTI LA<br/>FAMIGLIA</b> | <b>3.0</b>      | <b>3.1</b>                                     | <b>3.1</b>                             | <b>3.1</b>  | <b>2.9</b>                               |
| <b>PRESENZA FIGLI</b>                              |                 |  |  |   |  |
| SI   | 56              | 49   | 56                                     | <b>61</b>   | 58                                       |
| NO   | 44              | 51   | 44                                     | 39  | 42                                       |
| <b>CONDIZIONE<br/>SOCIOECONOMICA</b>               |                 |  |  |   |  |
| SUPERIORE  | (.)             | 2  | -                                      | -   | -  |
| MEDIA SUPERIORE                                    | 11              | <b>19</b>                                      | 1                                      | 10  | 13                                       |
| MEDIA  | 64              | <b>76</b>                                      | 42                                     | 66  | 65                                       |
| MEDIA TENDENTE ALLA<br>MEDIA INFERIORE             | 17              | 4  | <b>31</b>                              | <b>21</b>   | 13                                       |
| MEDIA INFERIORE                                    | 6               | -  | <b>19</b>                              | 3   | 7  |
| INFERIORE  | 2               | -  | 6                                      | -   | 2  |

**A. ATTEGGIAMENTI DI BASE  
(i valori e gli orientamenti culturali)**

## A. ATTEGGIAMENTI DI BASE

Le risposte degli intervistati sono state varie e molto frammentate, tuttavia si possono individuare alcuni temi centrali; in particolare occuparsi di cultura significa:

- interessarsi di tutto in generale (22%)
- seguire, promuovere le tradizioni culturali; riconoscere le proprie radici (15%)
- valorizzare lo scambio interculturale, tentare di unire la cultura italiana e la cultura tedesca (15%)
- conoscenza, sapere, arricchimento personale (13%)
- seguire un'attività culturale specifica ( letteratura, musica, teatro ecc.)(10%) (Tav. A.1).

Emerge quindi che per la comunità italiana il significato di impegno culturale vede compresenti da un lato il tema dell'occuparsi di un'attività culturale specifica, dall'altro (con una certa forza) quello di valorizzazione della comunità sia in senso storico (ricercare, promuovere le proprie radici, le tradizioni culturali) sia in senso di convivenza culturale specifica (sostenere l'unione, la convivenza fra la cultura italiana e quella tedesca).

Il dato relativo alla richiesta da parte della comunità italiana di sviluppo delle tradizioni culturali e della ricerca delle proprie radici, conferma quanto già emerso dalla fase qualitativa che ha preceduto questa ricerca.

A fronte della presenza di una comunità tedesca con radicate tradizioni culturali e folkloristiche, ci sembra importante specificare che questo dato va inteso in senso molto ampio, come richiesta diffusa di valorizzazione di tutti gli aspetti storici e culturali che caratterizzano la comunità italiana che, anche se rispetto a quella tedesca si presenta con un'identità meno strutturata in particolare dal punto di vista folkloristico (dovuta ad esempio alla compresenza di cittadini provenienti da diverse regioni, ognuna con un proprio bagaglio di tradizioni folkloristiche).

## A. - segue -

Inoltre un risultato interessante è il configurarsi della cultura come strumento di impegno e di formazione, più che come semplice strumento di divertimento/intrattenimento.

Il vissuto di impegno culturale non cambia sostanzialmente fra comuni urbani e rurali, tuttavia i cittadini dei comuni rurali ribadiscono maggiormente il significato di cultura come fonte di conoscenza e arricchimento personale legata ad un'esigenza di aggiornamento permanente.

L'analisi dei risultati per i gruppi tipologici, mette in evidenza alcune peculiarità degne di nota:

- nel gruppo “ricerca del sapere”, la cultura è soprattutto crescita personale e valorizzazione della convivenza fra i due gruppi o tentativo di unione delle due culture
- nel gruppo “casa/lavoro/tv” l'impegno culturale deve essere rivolto soprattutto alla socializzazione e all'intrattenimento
- il gruppo “Sociale/amicizia/viaggi” è quello che più di tutti ha una visione dell'impegno culturale come interesse e sviluppo di qualsiasi attività culturale
- il gruppo “storia/folklore” connota in particolare la cultura come promozione delle tradizioni culturali e nella valorizzazione della convivenza fra la comunità italiana e la comunità tedesca (Tav. A.2)(\*).

(\*) Facciamo presente al lettore, che i gruppi tipologici identificati, sono stati definitivi mediante l'analisi delle accentuazioni delle caratteristiche presenti in un gruppo rispetto al totale campione. Ne consegue che ciascun gruppo deve essere vissuto in termini relativi e non in termini assoluti, in quanto ciascun gruppo contiene comunque (con sfumature diverse) tutte le caratteristiche rilevate a livello del totale campione .

## A. - segue -

### I valori di base

Nella graduatoria di importanza valoriale, la cultura viene subito dopo i valori di base: l'affetto della famiglia, l'amicizia, la sicurezza economica e occupazionale. La cultura, fra i valori prioritari della vita di una persona è tendenzialmente più importante per i residenti nei comuni urbani (Tav. A.3).

All'interno dei gruppi tipologici, è soprattutto nel gruppo "Ricerca del sapere" che la cultura è un valore di fondamentale importanza, al quale viene data priorità anche rispetto alla sicurezza economica e occupazionale (ricordiamo comunque che si tratta soprattutto di individui tendenzialmente giovani di età compresa fra i 18 e i 35 anni).

Dopo questo gruppo è soprattutto il gruppo "Storia/folklore" che sottolinea in modo particolare l'importanza del valore "cultura" (Tav. A.4).

## A. - segue -

### **Gli atteggiamenti nei confronti della cultura e del tempo libero**

Gli atteggiamenti nei confronti della cultura e del tempo libero, sono stati rilevati attraverso un test guidato, cioè leggendo agli intervistati una serie di frasi e chiedendo quanto ciascuna di esse fosse simile (con una scala di accordo da “molto” a “per niente” ) a ciò che loro fanno o pensano.

Con riferimento ai punteggi più alti della scala (“molto+ abbastanza simile”), si evidenzia una condivisione particolare:

- delle iniziative culturali come strumento di crescita e riflessione (89%)
- dell’importanza di leggere, studiare, conoscere (82%)
- dell’importanza di viaggiare, conoscere il mondo (78%) (in particolare per i residenti nei comuni urbani).

Inoltre la maggioranza degli intervistati dichiara di:

- avere una vita molto attiva/impegnata (80%)
- di amare le novità (74%)
- desiderare iniziative culturali innovative, in grado di creare forti emozioni (66%).

Esiste anche una buona condivisione sul fatto di dedicare il tempo libero alla famiglia (62%), in particolare fra i residenti nei comuni rurali (Tav. A.5).



## A. - segue -

L'analisi dei risultati per i gruppi tipologici, mette in luce vissuti abbastanza diversi della cultura e del tempo libero:

- il gruppo “Ricerca del sapere”condivide più di tutti gli altri gruppi gli aspetti relativi alla cultura e al tempo libero in termini di sapere, crescita, dinamicità della ricerca (studiare, viaggiare, ricercare emozioni e seguire tutte le iniziative culturali anche quelle folkloristiche); si evidenzia, al contrario, una minore adesione verso la concezione del tempo libero da spendere in famiglia e vi è una totale negazione della televisione come passatempo prioritario
- lo stare in famiglia e la fruizione della televisione sono invece le interpretazioni di cultura e tempo libero maggiormente condivise dal gruppo “Casa/lavoro/Tv”
- nel gruppo “Sociale/amicizia/Viaggi” sono particolarmente importanti la lettura, lo studio e la dinamicità della vita che si esprime sia viaggiando sia vivendo attivamente la dimensione sociale della propria città
- nel gruppo “Storia/folklore” invece, si affianca ad una maggiore condivisione del tempo libero vissuto in famiglia, la vita culturale intesa come studio e partecipazione alle iniziative culturali organizzate nella propria città (Tav.A6).

## A. - segue -

### Grado di importanza delle principali iniziative culturali

Il grado di importanza delle differenti attività culturali è stato rilevato attraverso un test guidato, e cioè attribuendo ad una serie di proposte un livello di importanza personale (da “molto” a “per niente importante” ).

Considerando le risposte “ molto+ abbastanza importante”, ai primi posti della graduatoria troviamo:

- la conoscenza della storia della propria provincia (73%)
- la lettura di libri (74%).

Vengono poi segnalate, da circa la metà degli intervistati, alcune specifiche attività culturali, quali:

- andare ai concerti (55%)
- seguire le mostre d'arte (47%).
- andare a teatro (43%).

Le altre iniziative proposte (sport, cinema, conferenze, folklore) sono considerate importanti da circa 3 intervistati su 10. Invece fra le iniziative più segmentanti, cioè interessanti solo per un ridotto numero di intervistati, troviamo la danza e la lirica.

L'importanza attribuita alle differenti iniziative culturali cambia in relazione ai comuni di appartenenza:

- gli intervistati residenti nei comuni urbani tendono a preferire le attività culturali classiche (lettura libri, concerti, mostre, teatro e cinema)
- i residenti nei comuni rurali invece, attribuiscono maggiore importanza alle manifestazioni sportive, al folklore e ai cori locali (Tav. A7).

## A. - segue -

Troviamo nuovamente un richiamo ai valori culturali, storici, che già gli intervistati avevano espresso parlando spontaneamente di cultura. Sembra esistere quindi una richiesta di attenzione nello sviluppo delle attività culturali alla valorizzazione della storia locale.

L'analisi dei risultati in relazione ai gruppi tipologici identificati nell'indagine, mette in luce due gruppi che si caratterizzano per diversi livelli di importanza delle singole attività culturali:

- “Ricerca del sapere”, per il quale ad eccezione di sport e folklore tutte le iniziative culturali sono considerate importanti più della media campione
- “Storia/Folklore” per il quale assumono particolare importanza oltre che le iniziative folkloristiche e i cori locali, anche iniziative culturali specifiche come: letture, concerti, mostre d'arte, conferenze, lirica.

Al fianco di questi due gruppi troviamo gli appartenenti al gruppo “Sociale/Amicizia/Viaggi” che enfatizzano in particolare sport e cinema.

Per il gruppo “Casa/lavoro/Tv” tutte le attività culturali hanno un peso inferiore alla media campione (Tav. A8).

## A.1 OPINIONI SUL SIGNIFICATO DI “IMPEGNO CULTURALE PER LA COMUNITÀ”

- RISPOSTE SPONTANEE -

“Come Lei saprà per l'Assessorato alla Cultura Italiana, occuparsi dello sviluppo della cultura e delle attività culturali è un compito molto vasto. Secondo le Sue opinioni e le Sue esigenze, cosa vuol dire occuparsi della cultura per una comunità come quella in cui Lei vive?”

|   | COMUNI          |                 |
|---|-----------------|-----------------|
|   | URBANI<br>n=373 | RURALI<br>n=127 |
| È TUTTO/INTERESSARSI DI TUTTO IN GENERALE                               | 21              | 19              |
| È SEGUIRE/PROMUOVERE LE TRADIZIONI CULTURALI                            | 10              | 8               |
| RICERCARE E CONOSCERE LE PROPRIE RADICI/I PROPRI VALORI                 | 5               | 8               |
| È VALORIZZAZIONE DELLA CONVIVENZA/SCAMBIO INTERCULTURALE                | 7               | 9               |
| TENTARE DI UNIRE LA CULTURA ITALIANA E LA CULTURA TEDESCA               | 7               | 4               |
| È SAPERE/CONOSCENZA/ARRICCHIMENTO PERSONALE                             | 14              | <b>21</b>       |
| OCCUPARSI DI UN'ATTIVITÀ CULTURALE SPECIFICA (LIBRI/MUSICA,TEATRO)      | 9               | 11              |
| DARE ALLE PERSONE SERVIZI SOCIALI/ASSISTENZA                            | 8               | 1               |
| INTRATTENIMENTO DELLE PERSONE/SOCIALIZZAZIONE                           | 8               | 4               |
| DARE GLI SPAZI GIUSTI ALLE PERSONE DI OGNI ETÀ                          | 7               | 3               |
| È AGGIORNARSI/ESSERE AGGIORNATI SU QUELLO CHE SUCCEDA                   | 4               | <b>10</b>       |
| È ESPRESSIONE E SCAMBIO DI OPINIONI/DI IDEE                             | 4               | 7               |
| IMPEGNARSI IN UNA ASSOCIAZIONE CULTURALE                                | 3               | 1               |
| LA CULTURA DEVE ESSERE ORGANIZZATA CON IMPEGNO                          | 2               | 4               |
| LA CULTURA DEVE ESSERE RESA ACCESSIBILE A TUTTI CON PREZZI GIUSTI       | 2               | -               |
| È DIFFICILE DOVE VIVO OCCUPARSI BENE DI CULTURA ITALIANA/TEMA COMPLESSO | 3               | 1               |
| LA CULTURA È ESSENZIALE/LA CULTURA DEVE INTERESSARE TUTTI               | 1               | -               |
| PROMUOVERE/FAR CONOSCERE LE BELLEZZE ARTISTICHE DEI LUOGHI              | 1               | -               |
| ....  |                 |                 |
| ALTRE RISPOSTE  | 1               | 1               |
| NON SA INDICARE   | 3               | <b>14</b>       |

(DOM.1)

## A.2 OPINIONI SUL SIGNIFICATO DI “IMPEGNO CULTURALE PER LA COMUNITÀ”

- RISPOSTE SPONTANEE -  
ANALISI PER GRUPPI TIPOLOGICI

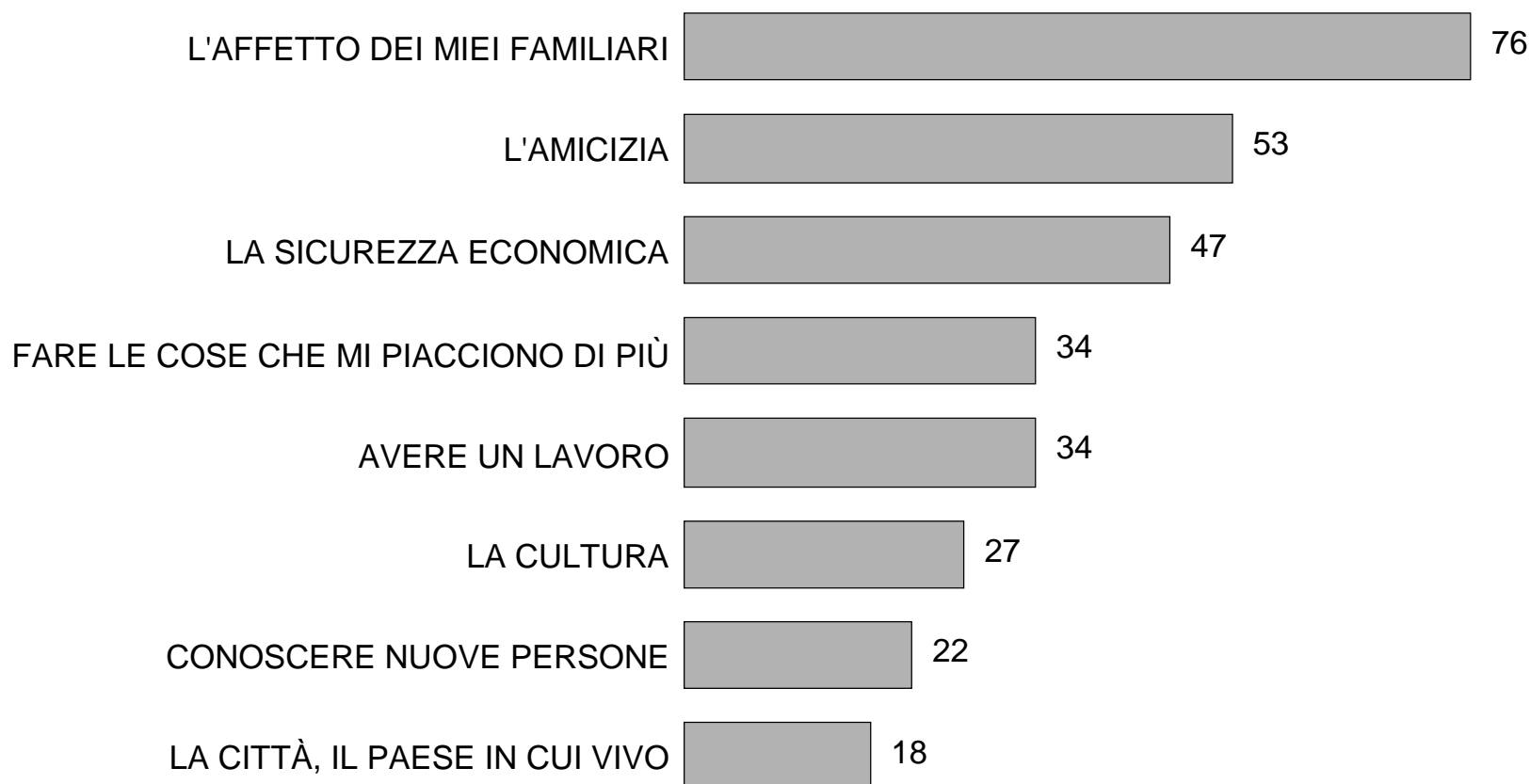
|  | TOTALE<br>n=500 | GR.1<br>“RICERCA DEL<br>SAPERE”<br>26% - n=128 | GR.2<br>“CASA/LAVORO/TV”<br>20% - n=99 | GR.3<br>“SOCIALE/AMICIZIA<br>VIAGGI”<br>28% - n=141 | GR.4<br>“STORIA/FOLKLORE”<br>26% - n=132 |
|--|-----------------|--|--|---|--|
| È TUTTO/INTERESSARSI DI TUTTO IN GENERALE      | 22              | 19   | 19                                     | <b>29</b>   | 19                                       |
| È SEGUIRE/PROMUOVERE LE TRADIZIONI CULTURALI   | 10              | 8  | 2                                      | 9   | <b>20</b>                                |
| RICERCARE E CONOSCERE LE PROPRIE RADICI/...    | 5               | 5  | 3                                      | 6   | 3  |
| È VALORIZZAZIONE DELLA CONVIVENZA/ ...         | 8               | <b>10</b>                                      | 1                                      | 6   | <b>12</b>                                |
| TENTARE DI UNIRE LA CULTURA ITALIANA/TEDESCA   | 7               | <b>12</b>                                      | 5                                      | 7   | 5  |
| È SAPERE/CONOSCENZA/ARRICCHIMENTO PERSONALE    | 13              | <b>15</b>                                      | 17                                     | 8   | 15                                       |
| OCCUPARSI DI UN'ATTIVITÀ CULTURALE ...         | 10              | 12   | 13                                     | 7   | 9  |
| DARE GLI SPAZI GIUSTI ALLE PERSONE DI OGNI ETÀ | 7               | 5  | 6                                      | 11  | 5  |
| INTRATTENIMENTO DELLE PERSONE/SOCIALIZZAZIONE  | 7               | 7  | <b>12</b>                              | 7   | 5  |
| DARE ALLE PERSONE SERVIZI SOCIALI/ASSISTENZA   | 7               | 7  | 10                                     | 6   | 7  |
| È AGGIORNARSI/ESSERE AGGIORNATI ...            | 5               | 5  | 3                                      | 5   | 4  |
| È ESPRESSIONE E SCAMBIO DI OPINIONI/DI IDEE    | 4               | 7  | 3                                      | 3   | 2  |
| IMPEGNARSI IN UN'ASSOCIAZIONE CULTURALE        | 3               | 4  | -                                      | 3   | 3  |
| LA CULTURA DEVE ESSERE ORGANIZZATA ...         | 2               | 4  | 3                                      | 1   | 1  |
| LA CULTURA DEVE ESSERE RESA ACCESSIBILE ...    | 2               | 2  | -                                      | 1   | 5  |
| È DIFFICILE DOVE VIVO OCCUPARSI BENE DI ...    | 2               | 1  | 7                                      | -   | 2  |
| .....  |                 |  |  |   |  |
| ALTRE RISPOSTE                                 | 1               | 1  | -                                      | -   | 1  |
| NON SA INDICARE                                | 4               | 1  | 13                                     | 3   | 2  |

### A.3 I VALORI PRIORITARI NELLA VITA

- TEST GUIDATO -

*“Fra le cose elencate su questo cartellino, alcune possono essere considerate importanti altre no. Mi può dire quali sono più importanti per Lei in questo momento della sua vita?”*

(BASE: TOTALE CAMPIONE n.= 500)



| COMUNI          |                 |
|-----------------|-----------------|
| URBANI<br>n=373 | RURALI<br>n=127 |
| 74              | 80              |
| 53              | 54              |
| <b>47</b>       | 41              |
| 34              | 27              |
| 34              | 32              |
| <b>27</b>       | 20              |
| <b>22</b>       | 15              |
| 18              | 11              |

(DOM.3)

**A.4 VALORI PRIORITARI NELLA VITA**  
**ANALISI PER GRUPPI TIPOLOGICI**

|                                      | <b>TOTALE<br/>n=500</b> | <b>GR.1<br/>“RICERCA DEL<br/>SAPERE”<br/>26% - n=128</b> | <b>GR.2<br/>“CASA/LAVORO/TV”<br/>20% - n=99</b> | <b>GR.3<br/>“SOCIALE/AMICIZIA<br/>VIAGGI”<br/>28% - n=141</b> | <b>GR.4<br/>“STORIA/FOLKLORE”<br/>26% - n=132</b> |
|--------------------------------------|-------------------------|--|---|---|---|
| L'AFFETTO DEI MIEI FAMILIARI         | 76                      | 73   | 75  | 73  | 81  |
| L'AMICIZIA                           | 53                      | <b>63</b>  | 35  | <b>61</b>   | <b>50</b>   |
| LA SICUREZZA ECONOMICA               | 47                      | 29   | 51  | <b>54</b>   | <b>53</b>   |
| FARE LE COSE CHE MI PIACCIONO DI PIÙ | 34                      | <b>45</b>  | 27  | <b>38</b>   | 25  |
| AVERE UN LAVORO                      | 34                      | 26   | <b>43</b>                                       | <b>48</b>   | 19  |
| LA CULTURA                           | 27                      | <b>54</b>  | 4   | 16  | <b>31</b>   |
| CONOSCERE NUOVE PERSONE              | 22                      | <b>40</b>  | 1   | 20  | 20  |
| LA CITTÀ, IL PAESE IN CUI VIVO       | 18                      | 18   | <b>24</b>                                       | 12  | 20  |

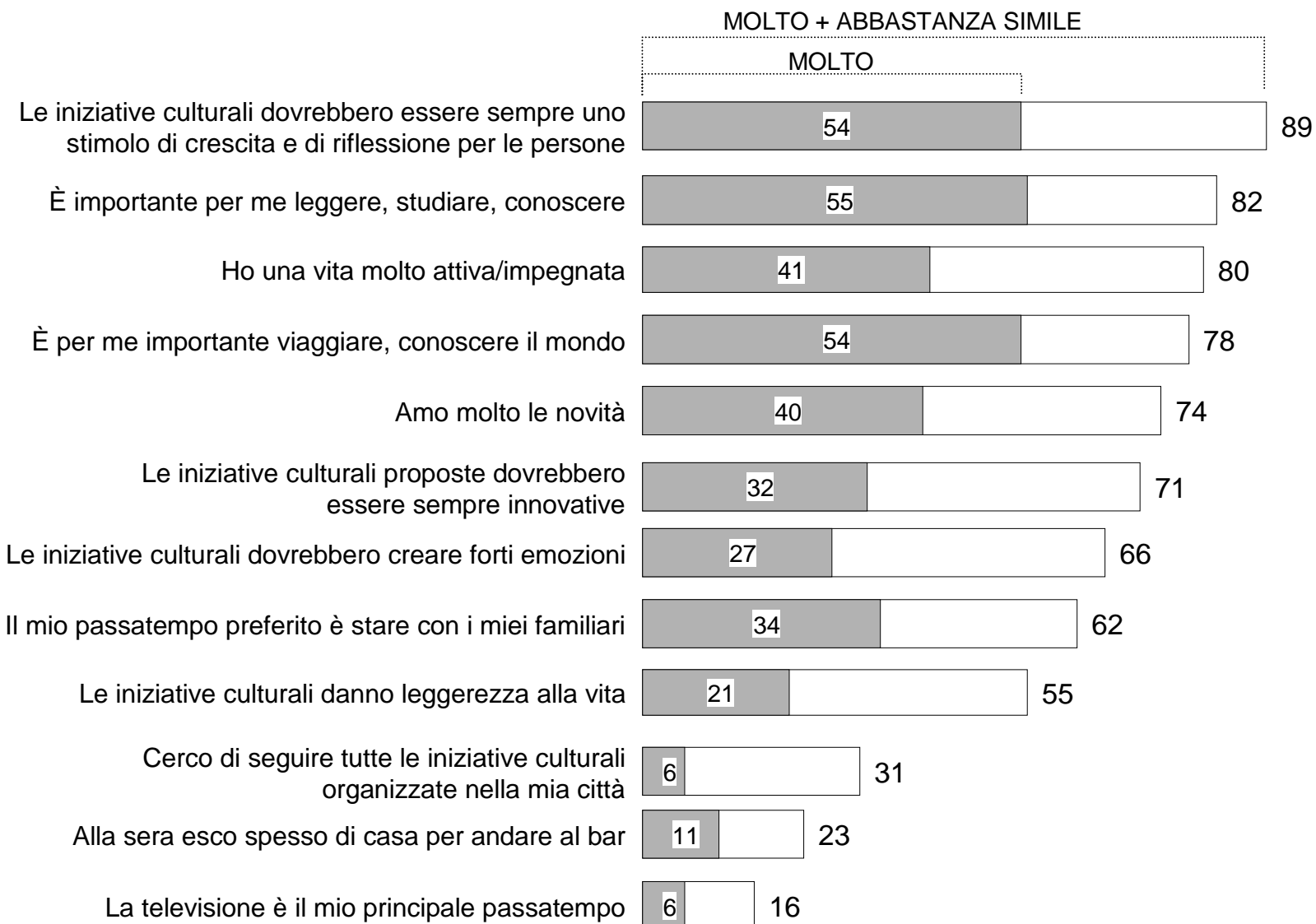
## A.5 ATTEGGIAMENTI DI BASE VERSO LA “CULTURA E IL TEMPO LIBERO”

- TEST GUIDATO -

“Alcuni intervistati prima di Lei ci hanno espresso alcune opinioni. Ora gliele leggerò e per ciascuna mi dica quanto è simile a quello che Lei fa o pensa.”

(BASE: TOTALE CAMPIONE, n=500)

MOLTO + ABB. SIMILE



| COMUNI          |                 |
|-----------------|-----------------|
| URBANI<br>n=373 | RURALI<br>n=127 |
| 90              | 85              |
| 81              | 76              |
| 81              | 76              |
| <b>80</b>       | 60              |
| 75              | 63              |
| 71              | 69              |
| 66              | 58              |
| 61              | <b>69</b>       |
| 56              | 41              |
| 30              | 42              |
| 23              | 27              |
| 16              | 17              |

(DOM.2)



## A.6 ATTEGGIAMENTI DI BASE VERSO LA “CULTURA E IL TEMPO LIBERO”

ANALISI PER GRUPPI TIPOLOGICI

**MOLTO +ABBASTANZA SIMILE**

|  | TOTALE<br>n=500 | GR.1<br>“RICERCA DEL<br>SAPERE”<br>26% - n=128 | GR.2<br>“CASA/LAVORO/TV”<br>20% - n=99 | GR.3<br>“SOCIALE/AMICIZIA<br>VIAGGI”<br>28% - n=141 | GR.4<br>“STORIA/FOLKLORE”<br>26% - n=132 |
|--|-----------------|--|--|---|--|
| LE INIZIATIVE CULTURALI DOVREBBERO<br>ESSERE SEMPRE UNO STIMOLO<br>DI CRESCITA E DI RIFLESSIONE PER LE PERSONE | 89              | <b>98</b>                                      | 82                                     | 85  | 91                                       |
| È IMPORTANTE PER ME LEGGERE,<br>STUDIARE, CONOSCERE  | 82              | <b>100</b>                                     | 42                                     | <b>86</b>   | <b>90</b>                                |
| HO UNA VITA MOLTO ATTIVA/IMPEGNATA   | 80              | <b>87</b>                                      | 66                                     | <b>83</b>   | 79                                       |
| È PER ME IMPORTANTE VIAGGIARE,<br>CONOSCERE IL MONDO   | 78              | <b>99</b>                                      | 42                                     | <b>85</b>   | 79                                       |
| AMO MOLTO LE NOVITÀ  | 74              | <b>92</b>                                      | 47                                     | 77  | 73                                       |
| LE INIZIATIVE CULTURALI PROPOSTE DOVREBBERO<br>ESSERE SEMPRE INNOVATIVE  | 71              | 74   | 63                                     | 72  | 72                                       |
| LE INIZIATIVE CULTURALI DOVREBBERO<br>CREARE FORTI EMOZIONI  | 66              | <b>87</b>                                      | 36                                     | 63  | 70                                       |
| IL MIO PASTEMPO PREFERITO E’<br>STARE CON I MIEI FAMILIARI   | 62              | 43   | <b>90</b>                              | 44  | <b>78</b>                                |
| LE INIZIATIVE CULTURALI DANNO LEGGEREZZA ALLA VITA   | 55              | <b>66</b>                                      | 43                                     | 40  | <b>71</b>                                |
| CERCO DI SEGUIRE TUTTE LE INIZIATIVE CULTURALI<br>ORGANIZZATE NELLA MIA CITTÀ                                  | 31              | <b>62</b>                                      | 8                                      | 12  | <b>39</b>                                |
| ALLA SERA ESCO SPESSO DI CASA PER ANDARE AL BAR  | 23              | <b>42</b>                                      | 3                                      | <b>40</b>   | 3  |
| LA TELEVISIONE È IL MIO PRINCIPALE PASTEMPO  | 16              | 1  | <b>34</b>                              | 15  | 16                                       |

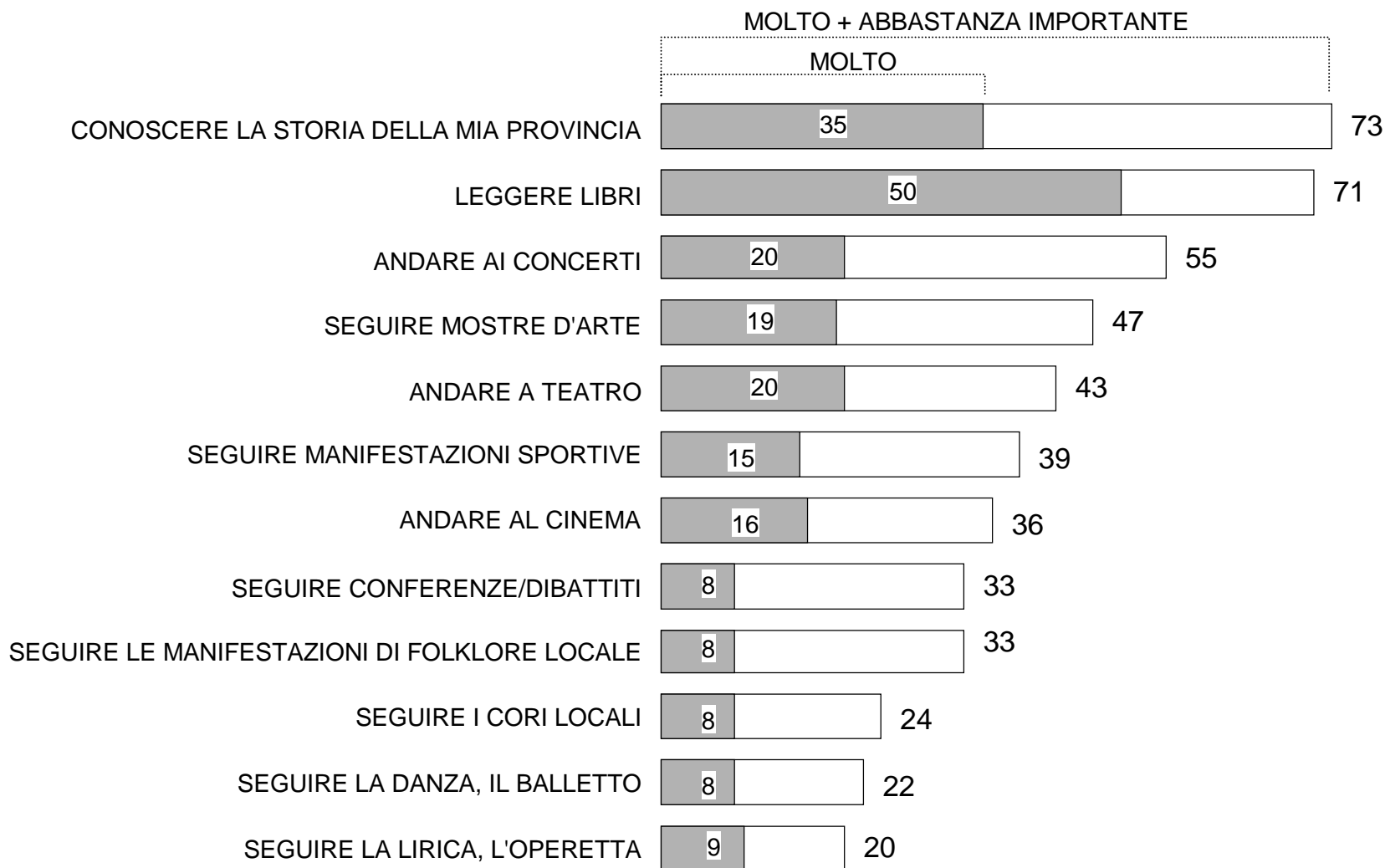
## A.7 GRADO D'IMPORTANZA DELLE PRINCIPALI INIZIATIVE CULTURALI

- TEST GUIDATO -

“Parliamo ora delle diverse iniziative/interessi culturali che una persona come Lei potrebbe avere. Per ciascuna iniziativa che le leggerò mi dica quanto è importante per Lei, cioè quanto corrisponde ai suoi interessi culturali.”

(BASE: TOTALE CAMPIONE n.= 500)

MOLTO + ABB.IMPORT



| COMUNI          |                 |
|-----------------|-----------------|
| URBANI<br>n=373 | RURALI<br>n=127 |
| 72              | 77              |
| <b>72</b>       | 57              |
| <b>54</b>       | 45              |
| <b>49</b>       | 32              |
| <b>43</b>       | 33              |
| 39              | <b>48</b>       |
| <b>36</b>       | 29              |
| 33              | 35              |
| 32              | <b>45</b>       |
| 22              | <b>38</b>       |
| <b>23</b>       | 16              |
| 20              | 16              |

(DOM.4)

## A.8 GRADO D'IMPORTANZA DELLE PRINCIPALI INIZIATIVE CULTURALI

- TEST GUIDATO -

ANALISI PER GRUPPI TIPOLOGICI

### MOLTO +ABBASTANZA IMPORTANTE

|  | TOTALE<br>n=500 | GR.1<br>"RICERCA DEL<br>SAPERE"<br>26% - n=128 | GR.2<br>"CASA/LAVORO/TV"<br>20% - n=99 | GR.3<br>"SOCIALE/AMICIZIA<br>VIAGGI"<br>28% - n=141 | GR.4<br>"STORIA/FOLKLORE"<br>26% - n=132 |
|--|-----------------|--|--|---|--|
| CONOSCERE LA STORIA DELLA MIA PROVINCIA      | 73              | 86   | 59                                     | 53  | 93                                       |
| LEGGERE LIBRI                                | 71              | 98   | 30                                     | 64  | 84                                       |
| ANDARE AI CONCERTI                           | 55              | 76   | 8                                      | 50  | 74                                       |
| SEGUIRE MOSTRE D'ARTE                        | 47              | 79   | 12                                     | 30  | 61                                       |
| ANDARE A TEATRO                              | 43              | 83   | 3                                      | 24  | 52                                       |
| SEGUIRE MANIFESTAZIONI SPORTIVE              | 39              | 42   | 24                                     | 49  | 37                                       |
| ANDARE AL CINEMA                             | 36              | 74   | 5                                      | 42  | 14                                       |
| SEGUIRE CONFERENZE/DIBATTITI                 | 33              | 59   | 5                                      | 20  | 42                                       |
| SEGUIRE LE MANIFESTAZIONI DI FOLKLORE LOCALE | 33              | 32   | 32                                     | 11  | 59                                       |
| SEGUIRE I CORI LOCALI                        | 24              | 25   | 23                                     | 2   | 48                                       |
| SEGUIRE LA DANZA, IL BALLETO                 | 22              | 39   | 13                                     | 7   | 28                                       |
| SEGUIRE LA LIRICA, L'OPERETTA                | 20              | 25   | 6                                      | 3   | 46                                       |

**B. LE INIZIATIVE CULTURALI  
DEGLI ULTIMI 12 MESI:  
CONOSCENZA E FRUIZIONE**

## **B. LE INIZIATIVE CULTURALI DEGLI ULTIMI 12 MESI: CONOSCENZA E FRUIZIONE**

### **Premessa**

Le informazioni contenute in questo capitolo permettono di delineare un quadro dettagliato della conoscenza e della fruizione delle iniziative culturali negli ultimi 12 mesi, sia nel proprio comune sia fuori dal comune di residenza. In particolare, sono state rilevate le seguenti informazioni:

- conoscenza delle iniziative culturali organizzate per la comunità italiana nel comune di residenza
- iniziative seguite negli ultimi 12 mesi (quali, quante, dove)
- conoscenza degli enti organizzatori delle iniziative (assessorato o associazioni)
- fonti di informazione sulle iniziative culturali.

### **Conoscenza delle iniziative culturali**

La conoscenza delle iniziative culturali organizzate negli ultimi 12 mesi per la comunità italiana nel comune di residenza si presenta articolata.

Le citazioni sono spontanee e cioè basate sui ricordi della persona intervistata. A livello generale 7 intervistati su 10 citano almeno un'iniziativa, riferendoci ai temi principali citati, troviamo in particolare:

- teatro (39%)
- concerti (33%)
- mostre (23%).

Seguono poi:

- feste/celebrazioni (18%)
- conferenze incontri (13 %)
- cinema (12%).

## B. - segue -

Minori sono le citazioni di iniziative concernenti: lo sport e la danza; alcuni intervistati citano inoltre il Festival di Laives (6%).

L'analisi dei temi citati dagli intervistati in relazione ai comuni di appartenenza, segnala alcune differenze di rilievo:

- nei comuni urbani sono più elevate le citazioni relative all'organizzazione di mostre d'arte e di cinema
- nei comuni rurali invece, sono maggiori le citazioni di teatro, conferenze e iniziative sportive (Tav. B1).

La tavola B1.a, illustra per ciascun tema, le principali citazioni degli intervistati. A livello generale si deve sottolineare che per ciascun tema le citazioni tendono a riguardare genericamente il tema dello spettacolo, solo in pochi casi riportano il titolo specifico dell'iniziativa.

Qui di seguito riportiamo, per ciascun tema, le citazioni principali, con riferimento alle due unità territoriali di analisi.

### Teatro

Viene citata per lo più l'organizzazione di spettacoli teatrali in generale; solo fra gli intervistati dei comuni urbani si ritrovano citazioni più specifiche delle iniziative:

- teatro in generale (c.urbani: 12%; c rurali :33%)
- inaugurazione nuovo teatro di Bolzano (c.urbani: 9%)
- teatro comico satirico (c.urbani: 6%)
- spettacoli teatro Puccini (c.urbani: 3%)
- teatro dialettale (c.urbani: 2%; c rurali :5%).

## B. - segue -

### Concerti

Sia per i comuni urbani sia per i comuni rurali, le citazioni si riferiscono ai concerti di :

- Cori (c.urbani: 11%; c rurali:9 %)
- Jazz (c.urbani: 9%)
- Rock (c.urbani: 8%; c rurali :2%).

### Mostre

Sono citate soprattutto dagli intervistati dei comuni rurali e sono per lo più generiche, in particolare si citano le mostre:

- d'arte in generale: (c.urbani: 5%; c. rurali :4%)
- del centro Trevi (c.urbani: 5%; c. rurali :1%)
- Di mercato/fiere (c.urbani: 7%; c. rurali :2%)

### Feste/celebrazioni

Le citazioni concernono soprattutto :

- ricorrenze/eventi pubblici come: celebrazioni natalizie, pasquali o feste dei patroni del comune/della città ecc (c.urbani: 11%; c rurali:3 %)
- feste di piazza: (c.urbani: 5%; c. rurali :12%).

## B. - segue -

### Incontri/conferenze

Le citazioni sono maggiori fra gli intervistati dei comuni rurali e sono relative a: incontri e conferenze (c.urbani: 7%; c. rurali :12%) o presentazione di libri in biblioteca (c.urbani: 2%; c. rurali: 6%).

### Cinema

Le citazioni, maggiori fra gli intervistati dei comuni urbani, si riferiscono all'organizzazione di cineforum (c.urbani: 11%; c. rurali: 2%).

L'analisi delle iniziative culturali conosciute in relazione ai gruppi tipologici, mette in evidenza che gli intervistati più attenti sono quelli dei gruppi "Ricerca del sapere" e "Storia e folklore", mentre il gruppo "Sociale/amicizia/Viaggi" presenta citazioni in linea al totale campione e si distingue unicamente per una maggiore citazione delle iniziative sportive (Tav. B2).

### **Iniziative culturali seguite negli ultimi 12 mesi: quali, quante, dove**

La verifica delle iniziative culturali seguite negli ultimi 12 mesi, è stata effettuata con un test guidato e cioè sottoponendo all'intervistato una serie di temi e chiedendo: quali ha seguito; fra quelli seguiti: se una sola iniziativa o più di una e dove (se nel comune di residenza o in un altro comune).

La maggioranza degli intervistati ha seguito almeno un'iniziativa culturale negli ultimi 12 mesi, e il dato relativo al numero di iniziative citate ci indica che in media ciascun intervistato ha seguito 4 iniziative circa.



## B. - segue -

Le citazioni prevalenti riguardano il cinema (47%); seguono (più o meno a pari livello) le seguenti iniziative:

- mostre d'arte (35%)
- manifestazioni sportive (33%)
- spettacoli teatrali di prosa (32%)
- concerti di musica leggera/rock (31%)
- manifestazioni di folklore locale (30%).

Citati con un peso fra il 20% e il 26% troviamo: le conferenze, gli spettacoli di cabaret, musicali, i cori locali, i convegni.

Le iniziative meno seguite (citate da meno del 15% degli intervistati) sono: i concerti di musica classica, di musica jazz, la danza e il balletto, gli spettacoli di lirica.

L'analisi dei risultati fra gli intervistati dei comuni urbani e rurali, mette in luce alcuni fenomeni degni di nota.

Nei comuni urbani risultano maggiormente seguiti: cinema, mostre d'arte, concerti di musica leggera/rock, concerti di musica jazz, spettacoli di cabaret/musicali, convegni.

Gli intervistati dei comuni rurali invece, hanno partecipato maggiormente a: manifestazioni sportive, manifestazioni di folklore e cori locali (Tav. B3).

Fra i gruppi tipologici, sono gli intervistati del gruppo "Ricerca del sapere" i più attivi in assoluto. Rispetto al totale campione segnalano una maggiore partecipazione a tutte le iniziative ad eccezione dei cori locali e delle manifestazioni sportive.

Al polo opposto troviamo invece il gruppo "Casa/lavoro/tv" nel quale vi è il maggior numero di persone che non hanno seguito iniziative culturali negli ultimi 12 mesi.

## B. - segue -

Gli intervistati del gruppo “Storia/folklore” (che con il gruppo “Ricerca del sapere”, rappresenta il segmento maggiormente coinvolto nei temi culturali) hanno seguito, oltre alle manifestazioni di folklore, le mostre d’arte e il teatro di prosa.

Gli intervistati appartenenti al gruppo “Sociale/amicizia/viaggi” hanno seguito in particolare: il cinema, le manifestazioni sportive e i concerti di musica leggera/rock (Tav. B4).

Per ciascuna iniziativa seguita, tutti gli intervistati ne hanno seguito tendenzialmente più di un evento. Solo per le iniziative meno seguite in assoluto (ci riferiamo in particolare agli spettacoli di danza e alle opere liriche) gli intervistati si bilanciano fra coloro che hanno seguito un solo evento e quelli che ne hanno seguito più di uno.

Se analizziamo i risultati in relazione alla tipologia del comune di appartenenza, i fenomeni rilevati non variano significativamente (Tav. B5).

Con riferimento **al luogo dove hanno seguito le iniziative culturali**, il panorama che emerge è confortante e mette in luce una certa dinamicità nella popolazione. Se da un lato (e ovviamente) tutte le iniziative culturali sono state seguite nel proprio comune di residenza, una discreta quota di intervistati si è recata anche in altri comuni.

E’ bene tenere presente che il significato di “altro comune” è molto vario, in quanto si riferisce sia al comune limitrofo o nella propria regione, sia al comune in un’altra regione o in un altro stato.

La disponibilità a muoversi per seguire iniziative culturali è tendenzialmente maggiore fra gli intervistati residenti nei comuni rurali, ma è discreta anche fra gli intervistati residenti nei comuni urbani.

## B. - segue -

Con riferimento ai gruppi tipologici, gli intervistati più dinamici si trovano nel gruppo culturalmente più attivo (“Ricerca del sapere”).

Dopo questo gruppo, la maggiore attività culturale si rileva nel gruppo “Sociale/amicizia/viaggi”, i cui appartenenti hanno seguito le iniziative di maggiore interesse (cinema, sport, e concerti di musica leggera/rock) anche fuori dal proprio comune di residenza.

Gli appartenenti al gruppo “Storia/folklore” si sono recati fuori dal proprio comune di residenza in particolare per seguire le iniziative folkloristiche (Tav. B7a).

Con riferimento agli eventi culturali seguiti è stato chiesto agli intervistati di citare il nome specifico delle iniziative. Come per la citazione delle iniziative conosciute, gli intervistati tendono a ricordarsi i temi generali e non di eventi specifici.

Con riferimento alle citazioni delle iniziative seguite nel proprio comune (riportate in Tav. B9), riportiamo alcuni dati di rilievo:

- i concerti, vengono citati maggiormente dagli intervistati dei comuni rurali e le citazioni prevalenti si riferiscono ai cori
- il teatro è citato maggiormente nei comuni urbani, con riferimento al teatro comico; inoltre alcuni citano l'inaugurazione del teatro di Bolzano
- le citazioni relative alle mostre, prevalenti nel segmento comuni urbani, si riferiscono in particolare alle mostre di pittura
- gli incontri e le conferenze sono citate in ugual misura sia dagli intervistati dei comuni urbani sia dagli intervistati dei comuni rurali e riguardano o citazioni generiche o citazioni di conferenze su temi sociali.
- il cinema è menzionato soprattutto dagli intervistati dei comuni urbani e si riferisce unicamente all'organizzazione di cineforum.

## B. - segue -

Le citazioni relative alle iniziative seguite fuori dal proprio comune, si riferiscono in particolare a i concerti (per lo più di rock, musica classica e cori) e alle mostre di pittura (Tav. B10).

Nelle citazioni delle iniziative seguite fuori dal proprio comune di residenza, il 20% degli intervistati ha menzionato spontaneamente la città: Trento (6%), Verona e Venezia (3%), alcuni hanno citato anche città/paesi europei (4%) (tav. B10a).

La conoscenza degli enti che hanno organizzato le iniziative seguite negli ultimi 12 mesi, è stata rilevata chiedendo agli intervistati per ciascuna iniziativa da chi era stata organizzata: se dall'assessorato alla cultura italiana o dalle associazioni locali. Gli intervistati attribuiscono l'organizzazione delle iniziative per lo più alle associazioni. Un'eccezione è rappresentata dalle mostre d'arte la cui organizzazione è bilanciata fra assessorato e associazioni (Tav. B8).

## B. - segue -

### Fonti di informazione sulle iniziative culturali

Tre fonti in particolare sembrano svolgere un ruolo importante nell'informare i cittadini sulle iniziative culturali: i quotidiani locali (59%), le locandine (51%) e il passaparola fra amici/conoscenti (40%).

Hanno un ruolo minore : la TV, la radio e i notiziari di cultura, che vengono citati solo dal 19% degli intervistati per lo più residenti nei centri urbani.

Gli inviti diretti pesano invece per l'11%.

Fra i due segmenti territoriali si notano tuttavia alcune differenze:

- nei centri urbani le iniziative culturali sono maggiormente conosciute attraverso i quotidiani, la TV, la radio e i notiziari di cultura
- nei centri rurali invece, svolgono un ruolo informativo maggiore : le locandine, il passaparola e gli inviti diretti (Tav. B11).

In relazione ai gruppi tipologici, ad esclusione degli intervistati del gruppo "Ricerca del sapere" che sono i fruitori del maggior numero di canali di informazione, sono in particolare gli appartenenti al gruppo "Sociale/amicizia/viaggi" ad informarsi maggiormente attraverso quotidiani locali, locandine e passaparola.

Gli altri due gruppi invece fruiscono di Tv e radio in misura maggiore rispetto alla media campione (Tav. B12).

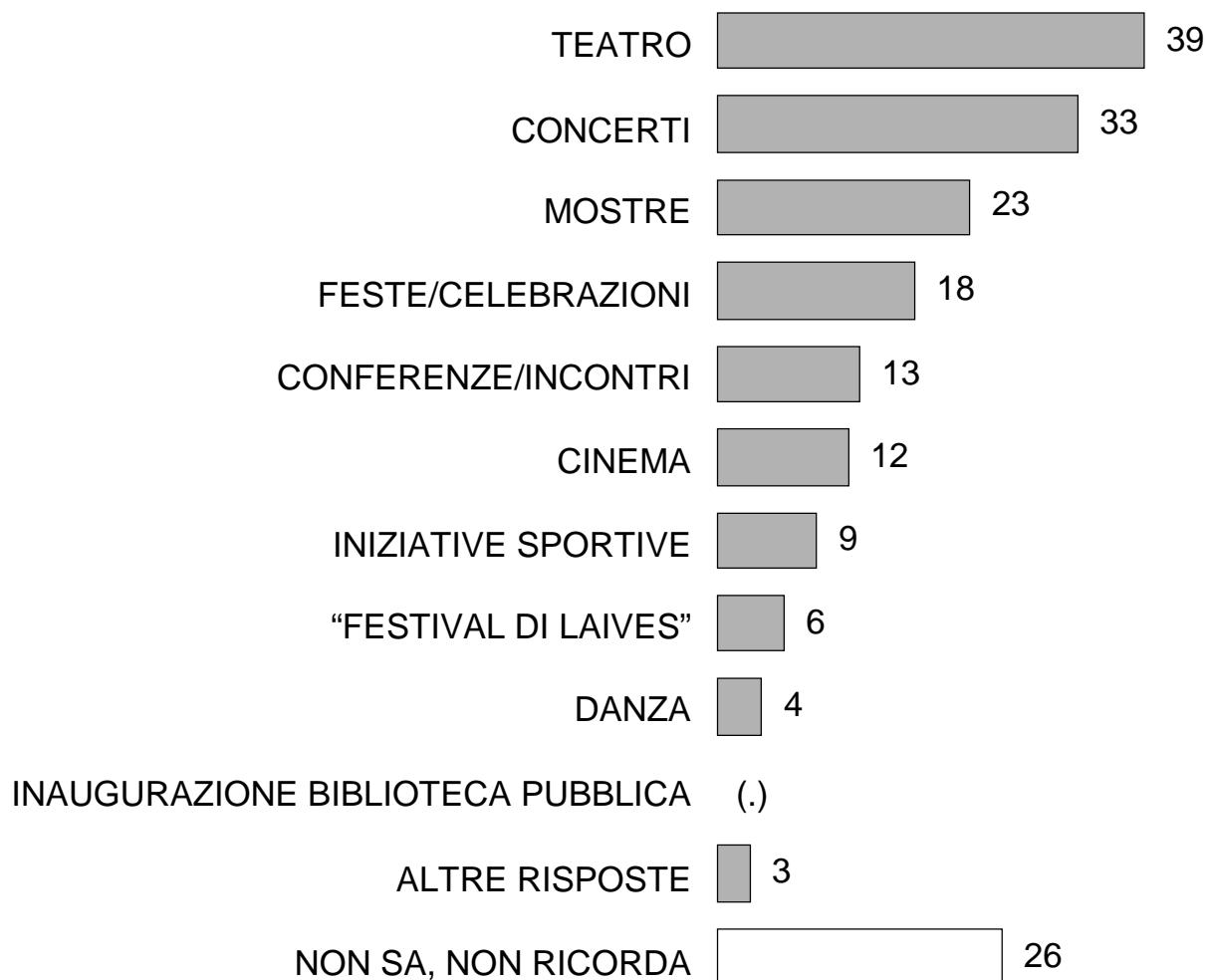
## B.1 CONOSCENZA DELLE INIZIATIVE CULTURALI ORGANIZZATE PER LA COMUNITÀ ITALIANA NEGLI ULTIMI 12 MESI NEL COMUNE DI RESIDENZA

“Parliamo ora delle attività culturali per la comunità italiana organizzate negli ultimi 12 mesi nel suo comune / città. Ricorda quali attività sono state organizzate? Me le può indicare?”

- RISPOSTE SPONTANEE -

(BASE: TOTALE CAMPIONE n.= 500)

### I TEMI PRINCIPALI



| COMUNI          |                 |
|-----------------|-----------------|
| URBANI<br>n=373 | RURALI<br>n=127 |
| 38              | 44              |
| 32              | 36              |
| 23              | 13              |
| 17              | 18              |
| 13              | 24              |
| 13              | 3               |
| 9               | 10              |
| 6               | 1               |
| 4               | 3               |
| -               | 4               |
| 3               | 1               |
| 27              | 22              |

(DOM.5)

## B.1a CONOSCENZA DELLE INIZIATIVE CULTURALI ORGANIZZATE PER LA COMUNITÀ ITALIANA NEGLI ULTIMI 12 MESI NEL COMUNE DI RESIDENZA

- RISPOSTE SPONTANEE -  
 TEMI PRINCIPALI: CITAZIONI ANALITICHE

### TEATRO: 39%

|   | C. Urb. | C. Rur. |
|---|---------|---------|
| • In generale                           | 12      | 33      |
| • Inaugurazione nuovo teatro di Bolzano | 9       | -       |
| • Teatro/comico satirico                | 6       | -       |
| • Spettacolo teatro Puccini             | 3       | -       |
| • Teatro dialettale                     | 2       | 5       |

### CONCERTI: 33%

|        | C. Urb. | C. Rur. |
|--------|---------|---------|
| • Cori | 11      | 9       |
| • Jazz | 8       | -       |
| • Rock | 8       | 2       |

### FESTE: 18%

|                            | C. Urb. | C. Rur. |
|----------------------------|---------|---------|
| • Ricorrenze eventi pubbl. | 11      | 3       |
| • Feste di piazza          | 5       | 12      |

### MOSTRE: 23%

|                        | C. Urb. | C. Rur. |
|------------------------|---------|---------|
| • Arte in generale     | 5       | 4       |
| • Del Centro Trevi     | 5       | 1       |
| • Mostre/mercato fiere | 7       | 2       |
| • Storico/culturali    | 4       | -       |

### CONFERENZE: 13%

|  | C. Urb. | C. Rur. |
|--|---------|---------|
| • In generale                                | 7       | 12      |
| • Incontri/presentazione libri in biblioteca | 2       | 6       |

### CINEMA: 12%

|                               | C. Urb. | C. Rur. |
|-------------------------------|---------|---------|
| • Cineforum/cinema all'aperto | 11      | 2       |

## B.2 CONOSCENZA DELLE INIZIATIVE CULTURALI ORGANIZZATE PER LA COMUNITÀ ITALIANA NEGLI ULTIMI 12 MESI NEL COMUNE DI RESIDENZA

- RISPOSTE SPONTANEE -

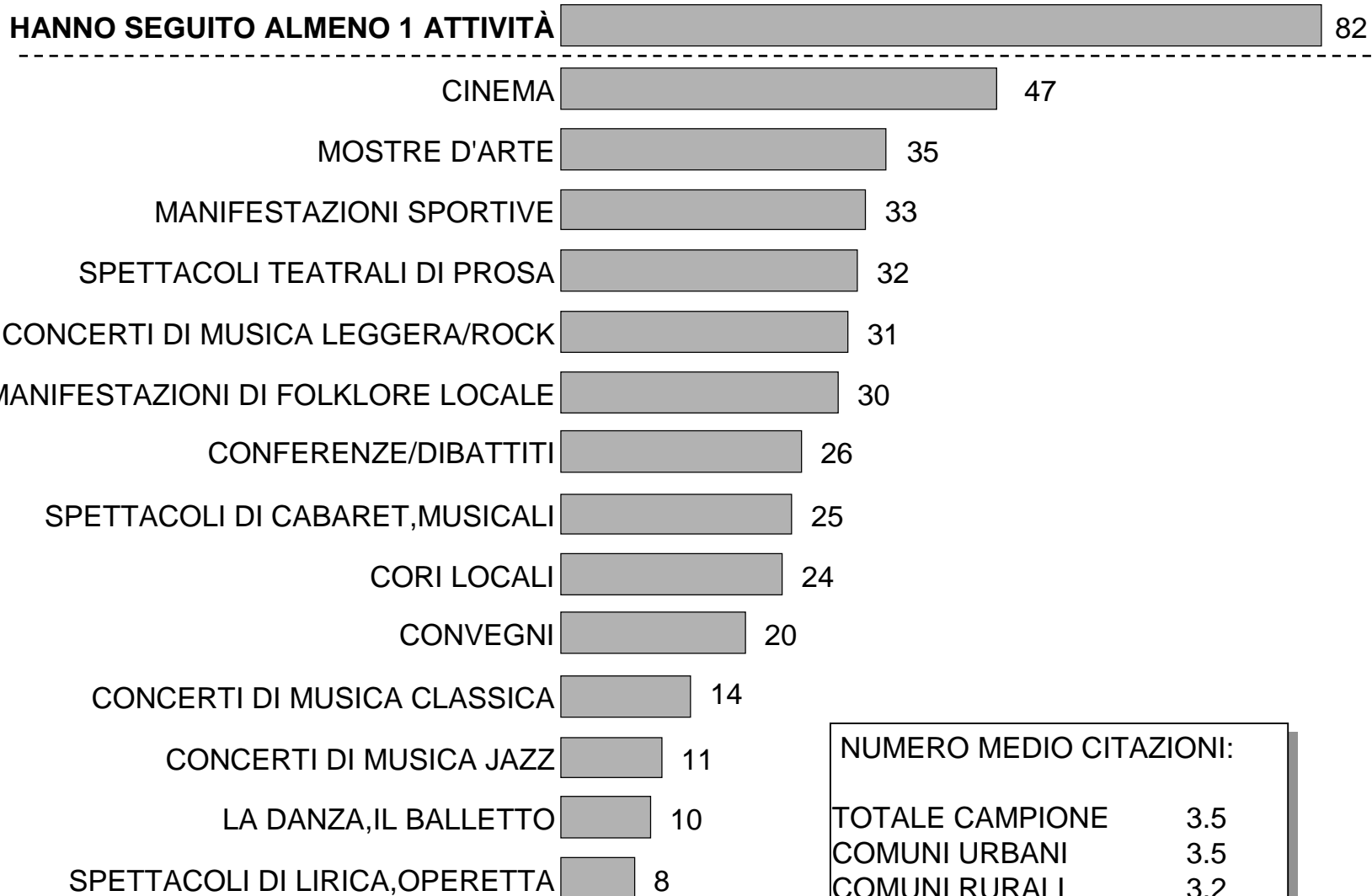
|                                   | TOTALE<br>n=500 | GR.1<br>“RICERCA DEL<br>SAPERE”<br>26% - n=128 | GR.2<br>“CASA/LAVORO/TV”<br>20% - n=99 | GR.3<br>“SOCIALE/AMICIZIA<br>VIAGGI”<br>28% - n=141 | GR.4<br>“STORIA/FOLKLORE”<br>26% - n=132 |
|-----------------------------------|-----------------|--|--|---|--|
| TEATRO                            | 39              | <b>51</b>                                      | 16                                     | 36  | <b>46</b>                                |
| CONCERTI                          | 33              | <b>38</b>                                      | 15                                     | 31  | <b>44</b>                                |
| (CORI)                            | 11              | 6  | 10                                     | 6   | <b>21</b>                                |
| MOSTRE                            | 23              | <b>34</b>                                      | 11                                     | 24  | 20                                       |
| FESTE/CELEBRAZIONI                | 18              | 17   | 21                                     | 14  | 21                                       |
| INCONTRI/CONFERENZE               | 13              | 16   | 4                                      | 10  | <b>19</b>                                |
| CINEMA                            | 12              | <b>23</b>                                      | 1                                      | 15  | 8  |
| INIZIATIVE SPORTIVE               | 9               | 8  | 6                                      | <b>15</b>   | 6  |
| FESTIVAL DI LAIVES                | 6               | 6  | 1                                      | 4   | <b>12</b>                                |
| DANZA                             | 4               | <b>10</b>                                      | 3                                      | 2   | 2  |
| INAUGURAZIONE BIBLIOTECA PUBBLICA | (.)             | 1  | -                                      | 1   | -  |
| ALTRE RISPOSTE                    | 3               | 4  | (.)                                    | 3   | 3  |
| NON SA, NON RICORDA               | 26              | 13   | 45                                     | 29  | 16                                       |



### B.3 INIZIATIVE CULTURALI SEGUITE NEGLI ULTIMI 12 MESI: QUALI?

- TEST GUIDATO -

"Iniziative culturali organizzate dall'Assessorato alla Cultura Italiana: attività seguite negli ultimi 12 mesi."  
(BASE TOTALE)



| COMUNI          |                 |
|-----------------|-----------------|
| URBANI<br>n=373 | RURALI<br>n=127 |
| 81              | 95              |
| <b>49</b>       | 35              |
| <b>35</b>       | 24              |
| 33              | <b>41</b>       |
| 32              | 30              |
| <b>31</b>       | 22              |
| 29              | <b>41</b>       |
| 26              | 29              |
| <b>25</b>       | 19              |
| 23              | <b>34</b>       |
| <b>21</b>       | 16              |
| 14              | 11              |
| <b>12</b>       | 5               |
| 10              | 6               |
| 8               | 7               |

| NUMERO MEDIO CITAZIONI: |     |
|-------------------------|-----|
| TOTALE CAMPIONE         | 3.5 |
| COMUNI URBANI           | 3.5 |
| COMUNI RURALI           | 3.2 |

(DOM.6-6A-6B-6C)

## B.4 INIZIATIVE CULTURALI SEGUITE NEGLI ULTIMI 12 MESI:QUALI?

### ANALISI PER GRUPPI TIPOLOGICI

|  | TOTALE<br>n=500 | GR.1<br>“RICERCA DEL<br>SAPERE”<br>26% - n=128 | GR.2<br>“CASA/LAVORO/TV”<br>20% - n=99 | GR.3<br>“SOCIALE/AMICIZIA<br>VIAGGI”<br>28% - n=141 | GR.4<br>“STORIA/FOLKLORE”<br>26% - n=132 |
|--|-----------------|--|--|---|--|
| <b>HANNO SEGUITO ALMENO 1 ATTIVITÀ</b> | <b>82</b>       | <b>97</b>                                      | <b>34</b>                              | <b>96</b>   | <b>90</b>                                |
| CINEMA                                 | 47              | 85   | 8                                      | 61  | 27                                       |
| MOSTRE D'ARTE                          | 35              | 60   | 1                                      | 31  | 40                                       |
| MANIFESTAZIONI SPORTIVE                | 33              | 38   | 11                                     | 47  | 29                                       |
| SPETTACOLI TEATRALI DI PROSA           | 32              | 55   | 3                                      | 26  | 39                                       |
| CONCERTI DI MUSICA LEGGERA/ROCK        | 31              | 50   | 4                                      | 44  | 20                                       |
| MANIFESTAZIONI DI FOLKLORE LOCALE      | 30              | 34   | 17                                     | 28  | 39                                       |
| CONFERENZE/DIBATTITI                   | 26              | 44   | 2                                      | 25  | 29                                       |
| SPETTACOLI DI CABARET,MUSICALI         | 25              | 51   | (.)                                    | 33  | 10                                       |
| CORI LOCALI                            | 24              | 26   | 9                                      | 8   | 51                                       |
| CONVEGNI                               | 20              | 36   | 2                                      | 20  | 18                                       |
| CONCERTI DI MUSICA CLASSICA            | 14              | 35   | (.)                                    | 5   | 13                                       |
| CONCERTI DI MUSICA JAZZ                | 11              | 24   | -                                      | 13  | 4  |
| LA DANZA,IL BALLETO                    | 10              | 29   | (.)                                    | 4   | 3  |
| SPETTACOLI DI LIRICA,OPERETTA          | 8               | 18   | (.)                                    | 1   | 12                                       |

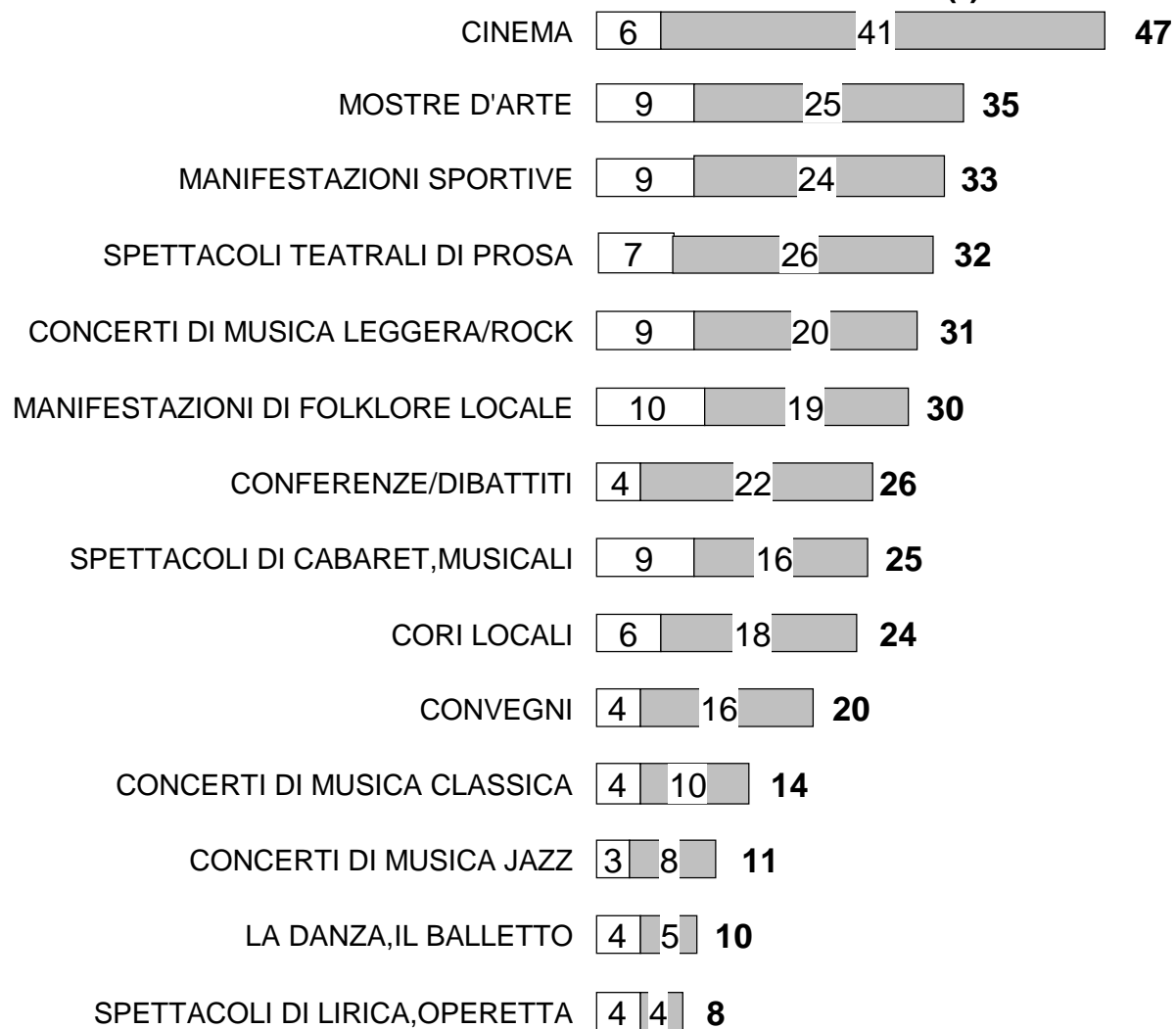
## B.5 INIZIATIVE CULTURALI SEGUITE NEGLI ULTIMI 12 MESI:QUANTE?

"Iniziativa culturale organizzata dall'Assessorato alla Cultura Italiana:attività seguite negli ultimi 12 mesi.Quante ne ha seguite?"

(BASE TOTALE)

COMUNI

1 SOLA PIÙ DI UNA (\*)



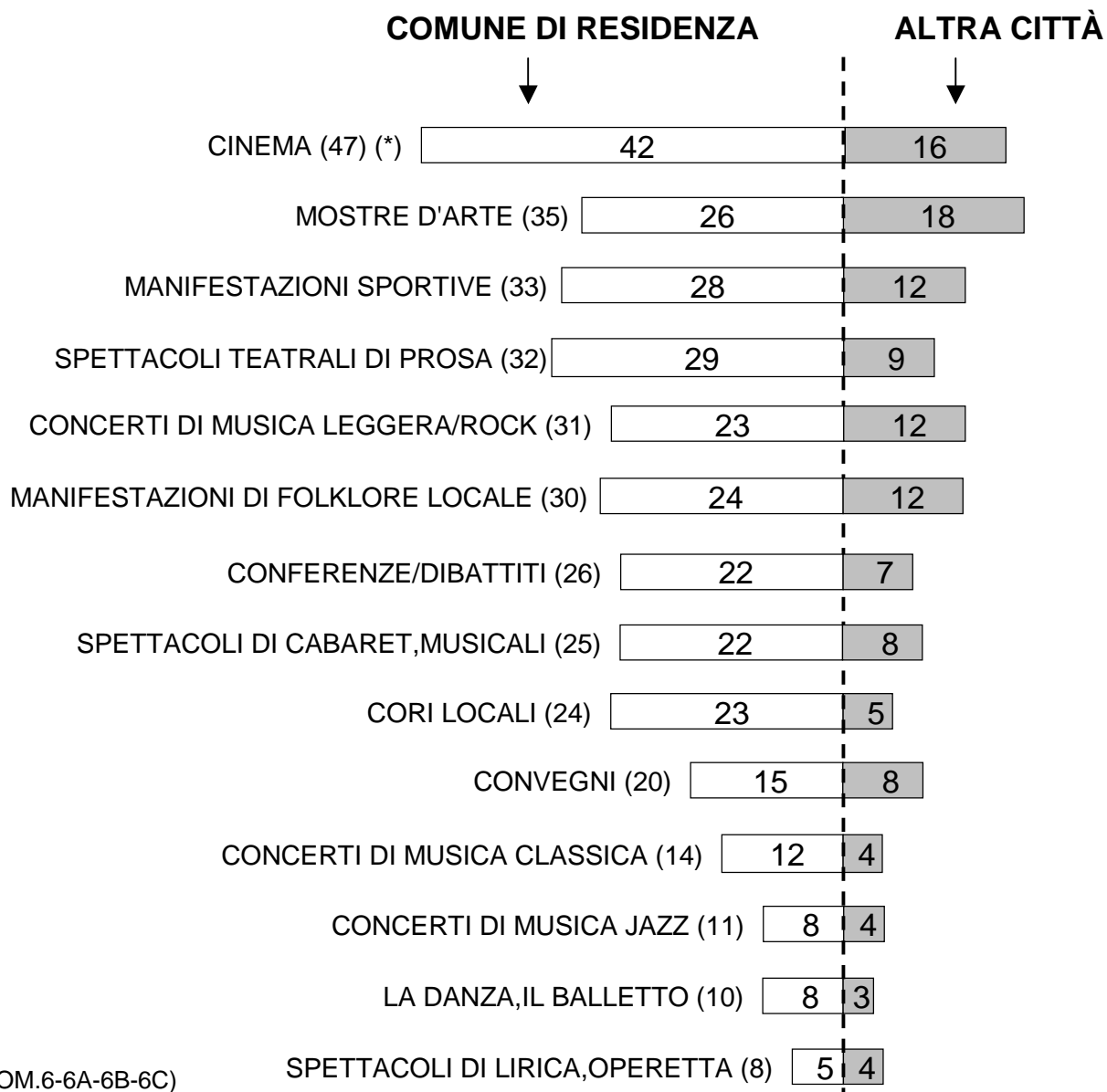
| URBANI (*) |     |            | RURALI (*) |     |            |
|------------|-----|------------|------------|-----|------------|
| TOTALE     | UNA | PIÙ DI UNA | TOTALE     | UNA | PIÙ DI UNA |
| 49         | 6   | 42         | 35         | 3   | 31         |
| 35         | 9   | 26         | 24         | 10  | 12         |
| 33         | 9   | 24         | 41         | 5   | 35         |
| 32         | 6   | 26         | 30         | 6   | 24         |
| 31         | 9   | 20         | 22         | 8   | 14         |
| 29         | 10  | 18         | 41         | 15  | 26         |
| 26         | 4   | 21         | 29         | 7   | 21         |
| 25         | 9   | 16         | 19         | 8   | 11         |
| 23         | 6   | 17         | 34         | 6   | 28         |
| 21         | 4   | 16         | 16         | 1   | 15         |
| 14         | 4   | 10         | 11         | 4   | 7          |
| 12         | 3   | 8          | 5          | 1   | 4          |
| 10         | 4   | 5          | 6          | 2   | 4          |
| 8          | 3   | 5          | 7          | 4   | 3          |

(DOM.6-6A-6B-6C) (\*) LA DIFFERENZA RISPETTO AL TOTALE SONO I "NON INDICA"

## B.6 INIZIATIVE CULTURALI SEGUITE NEGLI ULTIMI 12 MESI:DOVE?

"Iniziative culturali organizzate dall'Assessorato alla Cultura Italiana:attività seguite negli ultimi 12 mesi.Dove le ha seguite?"

(BASE TOTALE)



(DOM.6-6A-6B-6C)

(\*): I valori racchiusi da ( ), indicano il totale iniziative seguite negli ultimi 12 mesi

### COMUNI

| URBANI           |        |             | RURALI           |        |             |
|------------------|--------|-------------|------------------|--------|-------------|
| TOTALE (seguite) | COMUNE | ALTRA CITTÀ | TOTALE (seguite) | COMUNE | ALTRA CITTÀ |
| <b>49</b>        | 44     | 14          | <b>35</b>        | 4      | 33          |
| <b>35</b>        | 25     | 19          | <b>24</b>        | 17     | 12          |
| <b>33</b>        | 28     | 12          | <b>41</b>        | 33     | 16          |
| <b>32</b>        | 30     | 8           | <b>30</b>        | 22     | 14          |
| <b>31</b>        | 23     | 13          | <b>22</b>        | 15     | 11          |
| <b>29</b>        | 23     | 12          | <b>41</b>        | 37     | 8           |
| <b>26</b>        | 22     | 7           | <b>29</b>        | 20     | 11          |
| <b>25</b>        | 23     | 8           | <b>19</b>        | 8      | 14          |
| <b>23</b>        | 22     | 4           | <b>34</b>        | 29     | 14          |
| <b>21</b>        | 15     | 9           | <b>16</b>        | 14     | 8           |
| <b>14</b>        | 13     | 3           | <b>11</b>        | 8      | 3           |
| <b>12</b>        | 9      | 4           | <b>5</b>         | 2      | 2           |
| <b>10</b>        | 8      | 3           | <b>6</b>         | 2      | 5           |
| <b>8</b>         | 5      | 4           | <b>7</b>         | 2      | 4           |

## B.7 INIZIATIVE CULTURALI SEGUITE NEGLI ULTIMI 12 MESI:DOVE?

ANALISI PER GRUPPI TIPOLOGICI

| COMUNE                            | TOTALE | GR.1                                   | GR.2                           | GR.3  | GR.4                             |
|-----------------------------------|--------|--|--------------------------------|---|----------------------------------|
|                                   | n=500  | “RICERCA DEL<br>SAPERE”<br>26% - n=128 | “CASA/LAVORO/TV”<br>20% - n=99 | “SOCIALE/AMICIZIA<br>VIAGGI”<br>28% - n=141 | “STORIA/FOLKLORE”<br>26% - n=132 |
| CINEMA                            | 42     | 75                                     | 7                              | 53  | 23                               |
| MOSTRE D'ARTE                     | 26     | 47                                     | 1                              | 18  | 31                               |
| MANIFESTAZIONI SPORTIVE           | 28     | 29                                     | 11                             | 42  | 25                               |
| SPETTACOLI TEATRALI DI PROSA      | 29     | 50                                     | 3                              | 23  | 35                               |
| CONCERTI DI MUSICA LEGGERA/ROCK   | 23     | 37                                     | 3                              | 36  | 12                               |
| MANIFESTAZIONI DI FOLKLORE LOCALE | 24     | 27                                     | 13                             | 25  | 28                               |
| CONFERENZE/DIBATTITI              | 22     | 39                                     | 2                              | 20  | 23                               |
| SPETTACOLI DI CABARET,MUSICALI    | 22     | 43                                     | -                              | 30  | 9                                |
| CORI LOCALI                       | 23     | 24                                     | 9                              | 7   | 48                               |
| CONVEGNI                          | 15     | 24                                     | 2                              | 15  | 16                               |
| CONCERTI DI MUSICA CLASSICA       | 12     | 32                                     | (.)                            | 5   | 10                               |
| CONCERTI DI MUSICA JAZZ           | 8      | 20                                     | -                              | 10  | 2                                |
| LA DANZA,IL BALLETO               | 8      | 26                                     | -                              | 2   | 2                                |
| SPETTACOLI DI LIRICA,OPERETTA     | 5      | 12                                     | -                              | 1   | 8                                |

(DOM.6-6A-6B-6C)

## B.7a INIZIATIVE CULTURALI SEGUITE NEGLI ULTIMI 12 MESI:DOVE?

ANALISI PER GRUPPI TIPOLOGICI

**IN UN'ALTRA  
CITTÀ**

|                                   | TOTALE<br>n=500 | GR.1<br>"RICERCA DEL<br>SAPERE"<br>26% - n=128 | GR.2<br>"CASA/LAVORO/TV"<br>20% - n=99 | GR.3<br>"SOCIALE/AMICIZIA<br>VIAGGI"<br>28% - n=141 | GR.4<br>"STORIA/FOLKLORE"<br>26% - n=132 |
|-----------------------------------|-----------------|--|--|---|--|
| CINEMA                            | 16              | 31   | 1                                      | 20  | 7  |
| MOSTRE D'ARTE                     | 18              | 34   | -                                      | 19  | 16                                       |
| MANIFESTAZIONI SPORTIVE           | 12              | 13   | 2                                      | 20  | 9  |
| SPETTACOLI TEATRALI DI PROSA      | 9               | 16   | 1                                      | 5   | 11                                       |
| CONCERTI DI MUSICA LEGGERA/ROCK   | 12              | 24   | (.)                                    | 16  | 5  |
| MANIFESTAZIONI DI FOLKLORE LOCALE | 12              | 10   | 7                                      | 11  | 18                                       |
| CONFERENZE/DIBATTITI              | 7               | 12   | -                                      | 9   | 4  |
| SPETTACOLI DI CABARET,MUSICALI    | 8               | 18   | (.)                                    | 10  | 3  |
| CORI LOCALI                       | 5               | 8  | 2                                      | 1   | 9  |
| CONVEGNI                          | 8               | 17   | -                                      | 10  | 4  |
| CONCERTI DI MUSICA CLASSICA       | 4               | 10   | -                                      | (.)   | 4  |
| CONCERTI DI MUSICA JAZZ           | 4               | 8  | -                                      | 4   | 2  |
| LA DANZA,IL BALLETO               | 3               | 5  | (.)                                    | 3   | 2  |
| SPETTACOLI DI LIRICA,OPERETTA     | 4               | 11   | (.)                                    | 1   | 5  |

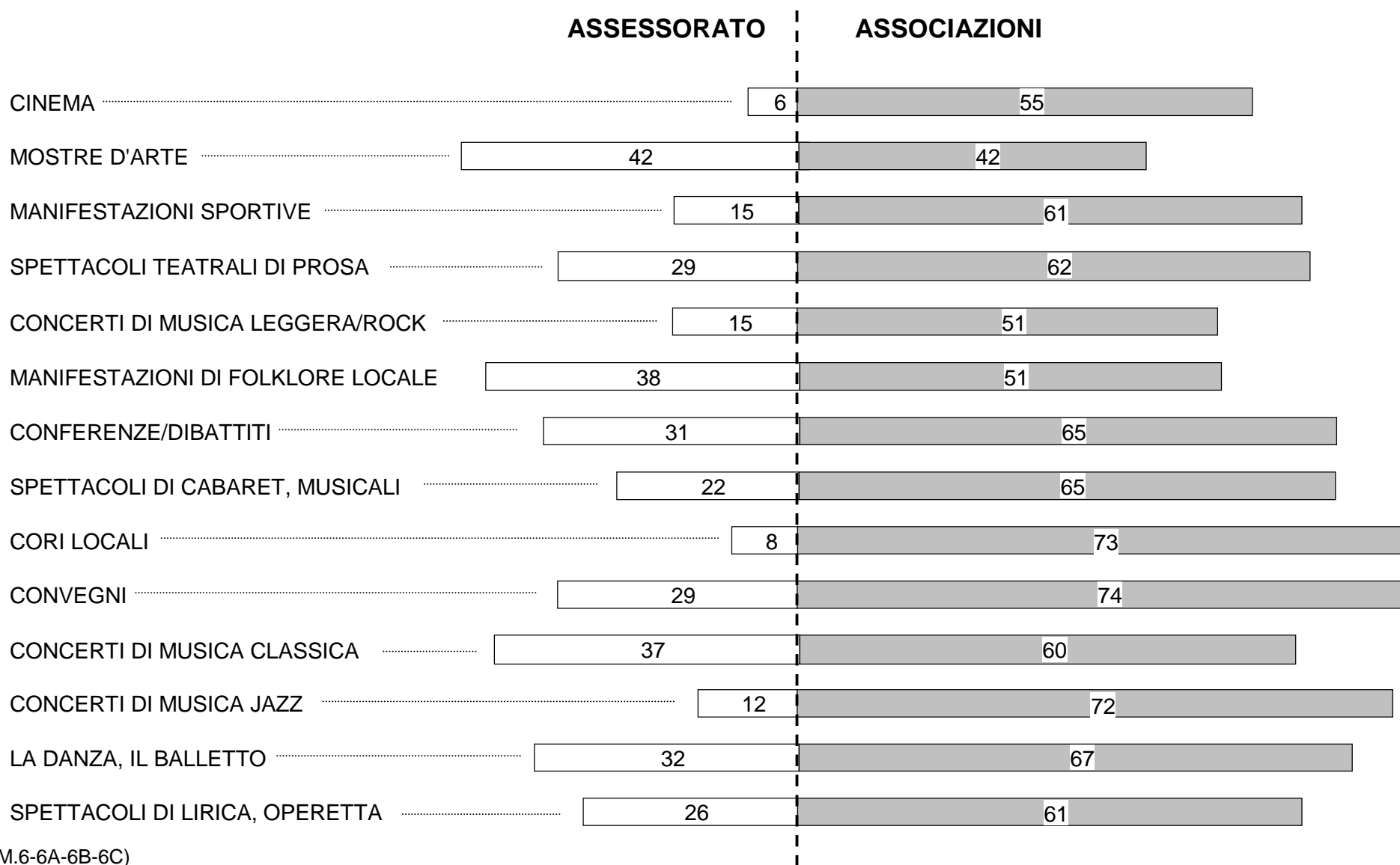
(DOM.6-6A-6B-6C)

## B.8 LE INIZIATIVE CULTURALI SEGUITE NEGLI ULTIMI 12 MESI, DA CHI SONO STATE ORGANIZZATE?

- RISPOSTE SPONTANEE -

*"Iniziativa culturale organizzata dall'Assessorato alla Cultura Italiana: attività seguite negli ultimi 12 mesi. Da chi sono state organizzate?"*

(BASE: CHI HA SEGUITO LE INIZIATIVE CULTURALI)



(DOM.6-6A-6B-6C)

## B.9 CITAZIONI DELLE INIZIATIVE CULTURALI SEGUITE NEL COMUNE DI RESIDENZA

- RISPOSTE SPONTANEE -

“Mi può citare il nome delle iniziative culturali che ha seguito Lei personalmente negli ultimi 12 mesi nel suo comune?”

### HANNO SEGUITO ALMENO UNA INIZIATIVA NEL COMUNE:

- TOTALE: 72%
- C. URBANI: 71%
- C. RURALI: 76%

|   |           | COMUNI          |                 |
|---|-----------|-----------------|-----------------|
|   |           | URBANI<br>n=373 | RURALI<br>n=127 |
| <b>CONCERTI</b>                               | <b>33</b> | <b>32</b>       | <b>39</b>       |
| • concerti di musica classica                 | 8         | 8               | 10              |
| • cori  | 14        | 13              | 19              |
| <b>TEATRO</b>                                 | <b>30</b> | <b>30</b>       | <b>19</b>       |
| • spettacoli di cabaret/teatro comico         | 11        | 12              | -               |
| • inaugurazione nuovo teatro a Bolzano        | 5         | 5               | -               |
| • altri spettacoli di prosa                   | 7         | 7               | 1               |
| <b>MOSTRE</b>                                 | <b>18</b> | <b>18</b>       | <b>11</b>       |
| • mostre fotografiche                         | 3         | 3               | 3               |
| • mostre di pittura                           | 7         | 7               | 7               |
| • mostre organizzate presso il “Centro Trevi” | 2         | 2               | -               |
| <b>INCONTRI/CONFERENZE</b>                    | <b>19</b> | <b>18</b>       | <b>22</b>       |
| • dibattiti/conferenze in generale            | 6         | 5               | 11              |
| • conferenze su temi scientifici              | 3         | 3               | 2               |
| • conferenze su temi sociali                  | 5         | 5               | 3               |
| <b>CINEMA</b>                                 | <b>18</b> | <b>20</b>       | <b>4</b>        |
| • organizzazione di cineforum                 | 11        | 11              | 3               |
| <b>INIZIATIVE SPORTIVE</b>                    | <b>15</b> | <b>15</b>       | <b>23</b>       |
| • calcio                                      | 4         | 4               | 11              |
| • hockey                                      | 4         | 4               | 2               |
| <b>FESTE/CELEBRAZIONI</b>                     | <b>11</b> | <b>10</b>       | <b>22</b>       |
| • feste paesane                               | 7         | 7               | 10              |
| <b>DANZA</b>                                  | <b>3</b>  | <b>3</b>        | <b>(.)</b>      |
| <b>“FESTIVAL DI LAIVES”</b>                   | <b>1</b>  | <b>1</b>        | <b>-</b>        |



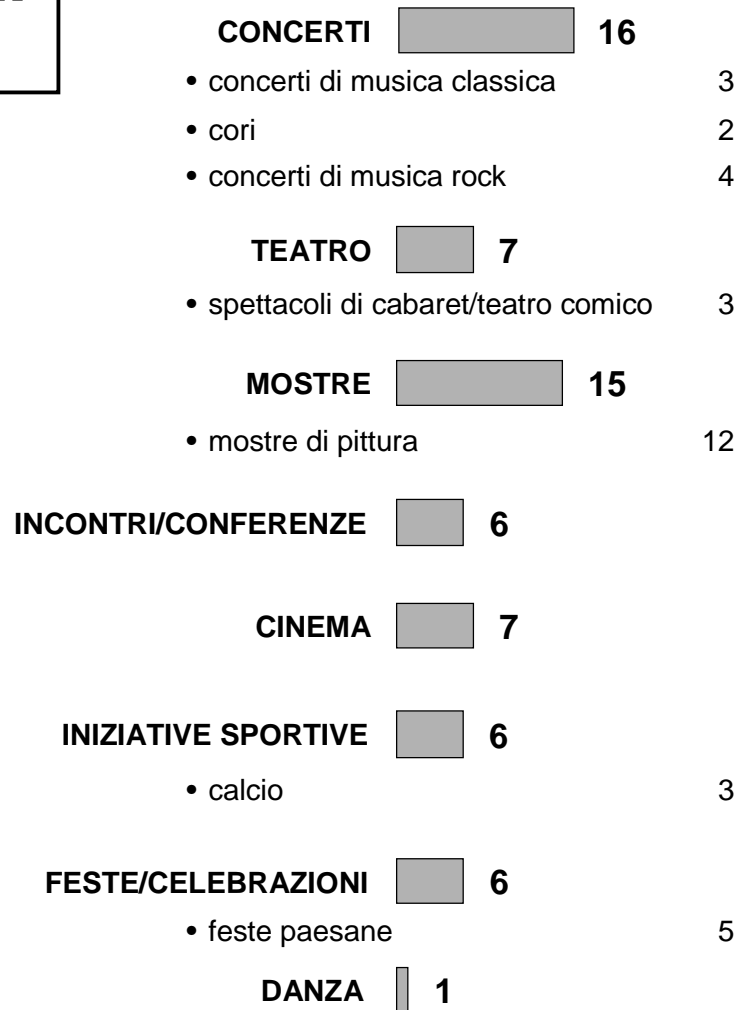
## B.10 INIZIATIVE CULTURALI SEGUITE IN UN ALTRO COMUNE

- RISPOSTE SPONTANEE -

"Mi può citare il nome delle iniziative culturali che ha seguito Lei personalmente negli ultimi 12 mesi fuori dal suo comune di residenza?"

**HANNO SEGUITO ALMENO UNA  
INIZIATIVA FUORI DAL COMUNE:**

- **TOTALE:** 42%
- **C. URBANI:** 40%
- **C. RURALI:** 69%



| COMUNI          |                 |
|-----------------|-----------------|
| URBANI<br>n=373 | RURALI<br>n=127 |
| <b>16</b>       | <b>24</b>       |
| 3               | 4               |
| 2               | <b>10</b>       |
| 4               | 5               |
| <b>6</b>        | <b>18</b>       |
| 2               | <b>8</b>        |
| <b>16</b>       | <b>9</b>        |
| 13              | 4               |
| <b>6</b>        | <b>12</b>       |
| <b>5</b>        | <b>25</b>       |
| <b>6</b>        | <b>13</b>       |
| 3               | 5               |
| <b>6</b>        | <b>6</b>        |
| 5               | 4               |
| <b>1</b>        | <b>2</b>        |

**B.10a IN QUALI CITTÀ SI SONO RECATI**  
 - CITAZIONI SPONTANEE (1) -



| COMUNI          |                 |
|-----------------|-----------------|
| URBANI<br>n=373 | RURALI<br>n=127 |
| 21              | 17              |
| 6               | 5               |
| 3               | 3               |
| 3               | 1               |
| 3               | -               |
| 1               | -               |
| 2               | 1               |
| 8               | 8               |
| 4               | 4               |

**(1): I risultati si riferiscono alle citazioni spontanee degli intervistati di comuni dove si sono recati per seguire le iniziative culturali**

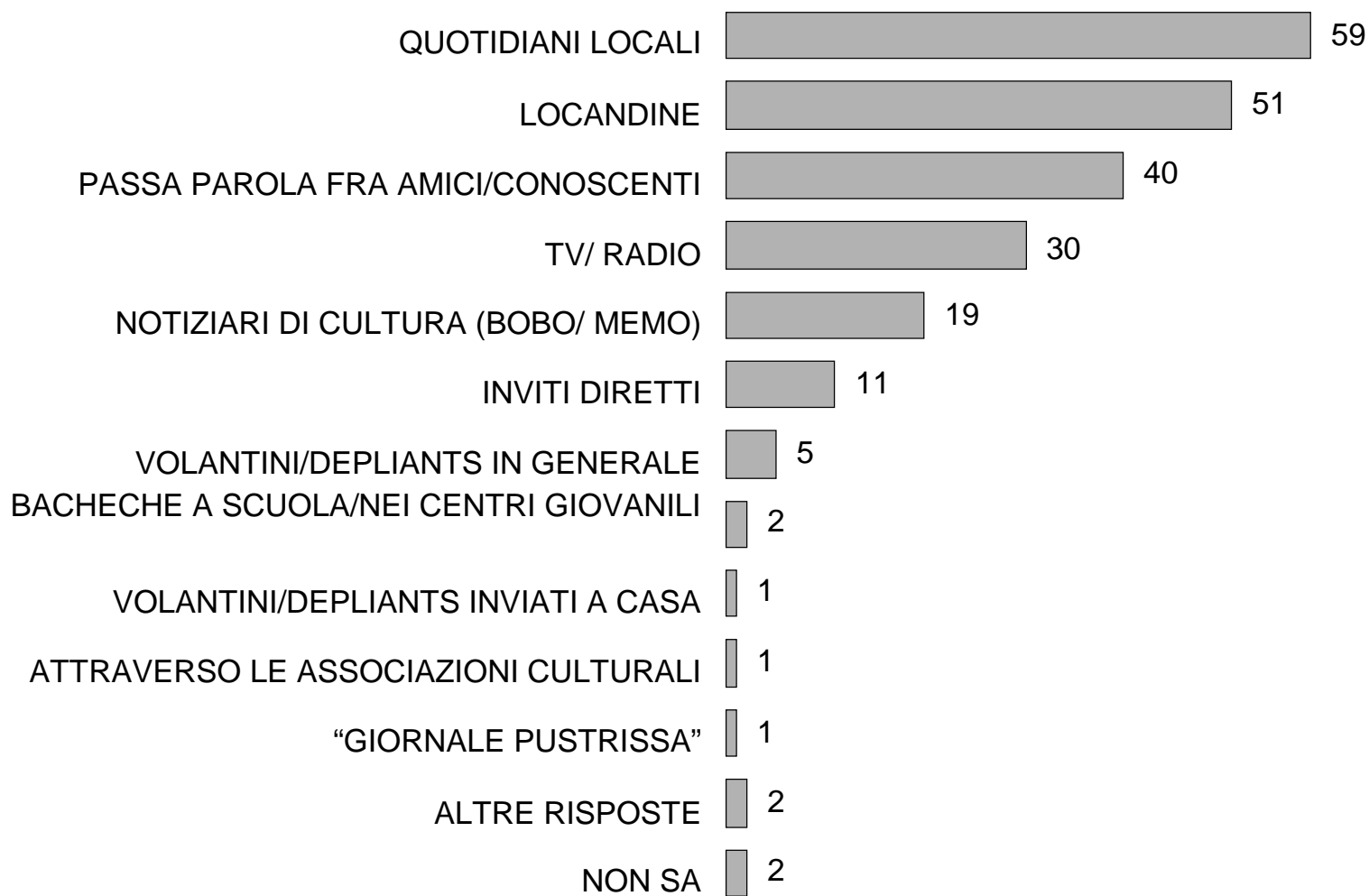
## B.10b HANNO SEGUITO INIZIATIVE CULTURALI IN UN ALTRO COMUNE

- RISPOSTE SPONTANEE -

|   | TOTALE<br>n=500 | GR.1<br>"RICERCA DEL<br>SAPERE"<br>26% - n=128 | GR.2<br>"CASA/LAVORO/TV"<br>20% - n=99 | GR.3<br>"SOCIALE/AMICIZIA<br>VIAGGI"<br>28% - n=141 | GR.4<br>"STORIA/FOLKLORE"<br>26% - n=132 |
|---|-----------------|--|--|---|--|
| <b>HANNO SEGUITO UNA<br/>INIZIATIVA FUORI<br/>CITANO UN LUOGO/CITTÀ</b> | <b>42</b>       | <b>58</b>                                      | 12                                     | <b>50</b>   | 40                                       |
| <u>dove:</u>  |                 |  |  |   |  |
| TRENTO  | 6               | 11   | -                                      | 8   | 2  |
| VERONA  | 3               | 5  | (.)                                    | 3   | 3  |
| VENEZIA   | 3               | 7  | (.)                                    | 3   | 1  |
| ROMA  | 2               | 4  | -                                      | 4   | (.)                                      |
| BOLOGNA   | 1               | 2  | -                                      | 1   | 1  |
| MILANO  | 1               | 4  | -                                      | (.)   | 1  |
| ALTRE CITTÀ ITALIANE  | 7               | 10   | 1                                      | 10  | 6  |
| CITTÀ / PAESI EUROPEI   | 4               | 9  | -                                      | 5   | 2  |

## B.11 FONTI D'INFORMAZIONE SULLE INIZIATIVE CULTURALI

*"Di solito come viene a conoscenza delle iniziative culturali organizzate nel suo comune di residenza?"*



| COMUNI          |                 |
|-----------------|-----------------|
| URBANI<br>n=373 | RURALI<br>n=127 |
| 61              | 28              |
| 49              | 64              |
| 38              | 52              |
| 30              | 4               |
| 20              | 3               |
| 10              | 15              |
| 6               | 4               |
| 2               | 1               |
| 1               | 1               |
| 1               | -               |
| 2               | -               |
| 2               | 1               |
| 2               | 8               |

(DOM.9)

## B.12 FONTI D'INFORMAZIONE SULLE INIZIATIVE CULTURALI

### ANALISI PER GRUPPI TIPOLOGICI

|                                      | <b>TOTALE<br/>n=500</b> | <b>GR.1<br/>“RICERCA DEL<br/>SAPERE”<br/>26% - n=128</b> | <b>GR.2<br/>“CASA/LAVORO/TV”<br/>20% - n=99</b> | <b>GR.3<br/>“SOCIALE/AMICIZIA<br/>VIAGGI”<br/>28% - n=141</b> | <b>GR.4<br/>“STORIA/FOLKLORE”<br/>26% - n=132</b> |
|--------------------------------------|-------------------------|--|---|---|---|
| QUOTIDIANI LOCALI                    | 59                      | <b>70</b>  | 46  | <b>65</b>   | 54  |
| LOCANDINE                            | 51                      | <b>65</b>  | 19  | <b>59</b>   | 53  |
| PASSA PAROLA FRA AMICI/CONOSCENTI    | 40                      | <b>58</b>  | 18  | <b>48</b>   | 30  |
| TV/ RADIO                            | 30                      | 14   | <b>47</b>                                       | 28  | <b>35</b>   |
| NOTIZIARI DI CULTURA (BOBO/ MEMO)    | 19                      | <b>46</b>  | 2   | 17  | 10  |
| INVITI DIRETTI                       | 11                      | <b>23</b>  | 3   | 7   | 9   |
| VOLANTINI/DEPLIANTS IN GENERALE      | 5                       | 4  | -   | 6   | 9   |
| CARTELLONE/NEI CENTRI GIOVANILI      | 2                       | 2  | 1   | 1   | 3   |
| VOLANTINI/DEPLIANTS INVIATI A CASA   | 1                       | (.)  | -   | 1   | 3   |
| ATTRAVERSO LE ASSOCIAZIONI CULTURALI | 1                       | 1  | -   | 1   | 1   |
| “GIORNALE PUSTRISSA”                 | 1                       | -  | 2   | 1   | 1   |
| ALTRE RISPOSTE                       | 2                       | 1  | (.)   | 1   | 4   |
| NON SA                               | 2                       | 2  | 4   | 2   | 2   |

(DOM.9 TAV.70)

## **C. LE ASSOCIAZIONI CULTURALI**

## C. LE ASSOCIAZIONI CULTURALI

### Premessa

Questo capitolo raccoglie le informazioni relative alla conoscenza e al vissuto delle associazioni culturali e alla conoscenza dei musei provinciali; in particolare :

- conoscenza guidata delle associazioni culturali
- partecipazione alle associazioni culturali
- opinioni sulle associazioni culturali
- musei provinciali conosciuti.

### Conoscenza guidata delle associazioni culturali

La conoscenza delle associazioni culturali è stata rilevata presentando agli intervistati un elenco di associazioni.

La conoscenza è abbastanza articolata, gli intervistati dichiarano di conoscere mediamente 4 tra le associazioni citate.

Solo alcune associazioni sono conosciute da circa la metà degli intervistati, in particolare:

- Filodrammatica di Laives (54%)
- Cineclub di Bolzano (49%)
- Circolo la Comune (46%)
- Circolo Walter Masetti (45%).

In aggiunta a queste associazioni, l'unica con un discreto numero di citazioni è quella del Coro Castel Flavon (28%).

## C. - segue -

La conoscenza delle associazioni è tendenzialmente maggiore fra gli intervistati dei comuni urbani, fatto salvo alcune realtà di associazioni locali, che ovviamente sono maggiormente menzionate dagli intervistati dei comuni rurali (Circolo A.Vivaldi, Coro Cima Bianca, U.D.A.E).

Fra i gruppi tipologici, la conoscenza delle associazioni si articola nel modo seguente:

- gli intervistati che appartengono al gruppo “Ricerca del sapere”, conoscono la maggior parte delle associazioni più della media campione
- gli intervistati del gruppo “Sociale/Amicizia/Viaggi” , conoscono maggiormente: Cineclub Bolzano, Circolo la Comune e Circolo Walter Masetti
- mentre negli altri due gruppi (dove troviamo una maggiore presenza anche di componenti adulti/anziani), vi è una conoscenza maggiore delle associazioni di Cori, e della Filodrammatica di Laives ( in particolare nel gruppo “Storia/Folklore” )(Tavv. C1-C2).

Il Centro culturale Trevi è conosciuto dal 37% degli intervistati, la conoscenza è tipica degli intervistati dei comuni urbani (che possiamo identificare per la maggior parte come cittadini di Bolzano, dove il centro ha sede).

Sono in particolare gli intervistati del gruppo “Ricerca del sapere” che conoscono il Centro Trevi (Tav. C3).



## **C. - segue -**

### **La partecipazione alle associazioni culturali**

La maggior parte degli intervistati non ha mai fatto parte attivamente di un'associazione culturale.

Solo il 17% degli intervistati dichiara di farne parte, e il 12% di averne fatto parte in passato.

Coloro che partecipano attualmente alle associazioni sono soprattutto:

- adulti (età fra i 46 e i 55 anni)
- di status superiore
- appartenenti per lo più al gruppo culturalmente più attivo ( “Ricerca del sapere”).

La presenza in particolare di partecipanti adulti, sembra essere un indicatore della difficoltà ad effettuare un ricambio generazionale nelle associazioni (Tavv. C4-C4a)

### **Le opinioni sulle associazioni culturali**

Nonostante la presenza di un consistente numero di associazioni, gli intervistati individualmente non sembrano viverlo come un problema. 7 intervistati su 10 ritengono che il numero delle associazioni sia giusto, e non esistono differenze nelle opinioni dei residenti nei comuni urbani e rurali.

Due aspetti connotano il vissuto che la maggioranza degli intervistati ha delle associazioni:

- sono importanti per promuovere e mantenere le tradizioni storiche
- sono l'unico veicolo delle attività culturali locali.

Viene comunque richiesta una maggiore coordinazione fra le attività delle diverse associazioni (Tav. C6).

## C. - segue -

Fra i gruppi tipologici, il vissuto delle associazioni si articola nel modo seguente:

- il gruppo “Ricerca del sapere” ritiene che le associazioni siano un punto di riferimento importante (ricordiamo che fra questi intervistati troviamo il maggior numero di partecipanti attivi), tuttavia richiedono con una certa enfasi una maggiore coordinazione fra le attività delle varie associazioni
- il gruppo “Storia e folklore” è il più coinvolto nei confronti delle associazioni ed anche però il più esigente nel richiedere una loro ottimizzazione
- il coinvolgimento degli altri due gruppi nei confronti delle associazioni è decisamente più contenuto (Tav. C7).

### **Musei provinciali conosciuti**

La conoscenza dei musei provinciali, risulta complessivamente modesta. Solo due musei sono conosciuti dal 60% degli intervistati : Il Museo Civico e il Museo Archeologico.

Dopo questi Musei, i più conosciuti, ma comunque da una minoranza di intervistati sono:

- Museo di arte moderna (23%)
- Museo di scienze naturali di Bolzano (19%)
- Museo di usi e costumi di Teodone ((16%)
- Museo Diocesano di Bressanone (11%) e il Museo di storia locale di Castel Tirolo (10%).

## **C. - segue -**

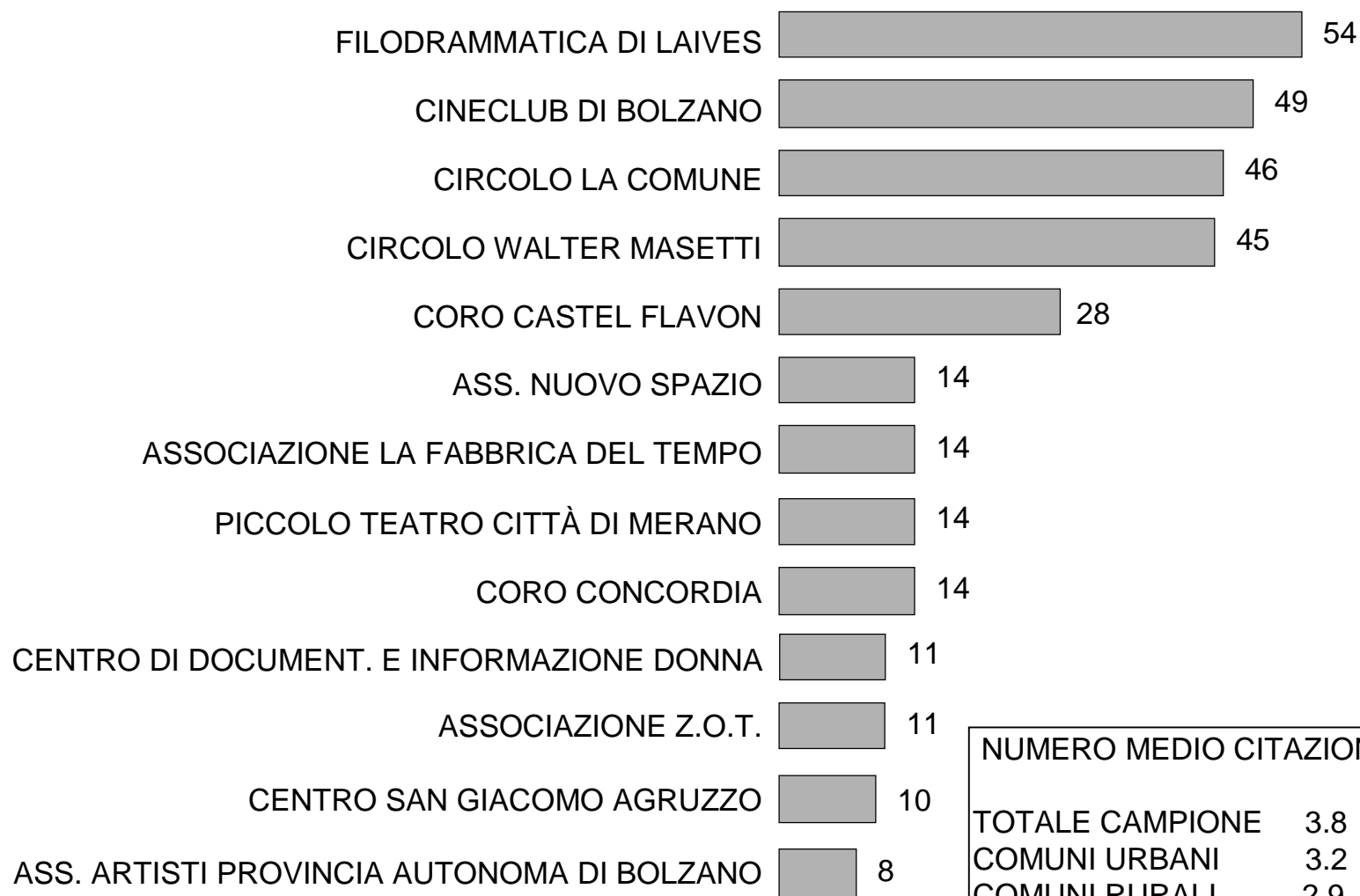
Si deve considerare tuttavia che anche se la conoscenza dei principali Musei (ubicati in Bolzano) è maggiore fra gli intervistati dei comuni urbani, la conoscenza degli altri Musei che si trovano in provincia non aumenta in modo significativo fra gli intervistati dei comuni rurali (Tav. C8).

Sono in particolare gli intervistati del gruppo “Ricerca del sapere” ad avere la conoscenza più articolata dei musei provinciali (Tav. C9).

## C.1 ASSOCIAZIONI CULTURALI CONOSCIUTE (I)

- RISPOSTE GUIDATE -

"Guardi questo cartellino e mi dica quali fra queste associazioni culturali Lei conosce"



| NUMERO MEDIO CITAZIONI: |     |
|-------------------------|-----|
| TOTALE CAMPIONE         | 3.8 |
| COMUNI URBANI           | 3.2 |
| COMUNI RURALI           | 2.9 |

| COMUNI          |                 |
|-----------------|-----------------|
| URBANI<br>n=373 | RURALI<br>n=127 |
| 51              | 54              |
| <b>50</b>       | 21              |
| <b>46</b>       | 24              |
| <b>44</b>       | 18              |
| 28              | 21              |
| 14              | 4               |
| 15              | 6               |
| 17              | 9               |
| 17              | 9               |
| 11              | 6               |
| 11              | 3               |
| 9               | 4               |
| 8               | 2               |

## C.1 ASSOCIAZIONI CULTURALI CONOSCIUTE (II)

- RISPOSTE GUIDATE -

"Guardi questo cartellino e mi dica quali fra queste associazioni culturali Lei conosce"

|  |   | COMUNI          |                 |
|--|---|-----------------|-----------------|
|  |   | URBANI<br>n=373 | RURALI<br>n=127 |
| CIRCOLO A. VIVALDI                           | 8 | 7               | <b>18</b>       |
| CORO CIMA BIANCA                             | 8 | 6               | <b>27</b>       |
| ASSOCIAZIONE PRO CULTURA                     | 7 | 7               | 8               |
| ASS. MUSICA ANTIQUA                          | 6 | 6               | 5               |
| COORDINAMENTO PER LA CULTURA MERANO VIVA     | 5 | 7               | 2               |
| U.D.A.E. (UNIONE DELLE ASSOCIAZIONI DI EGNA) | 5 | 3               | <b>33</b>       |
| ASSOCIAZIONE IL TELAIO                       | 4 | 6               | 2               |
| ASSOCIAZIONE HARLOCK                         | 4 | 4               | -               |
| CIRCOLO SABIONA                              | 4 | 4               | 6               |
| CENTRO ROMANO GUARDINI                       | 3 | 3               | -               |
| CIRCOLO ALTA PUSTERIA                        | 2 | 2               | -               |
| CIRCOLO ARTISTICO SAN ERARDO                 | 1 | 1               | 3               |
| NESSUNO/NON INDICA                           | 6 | 6               | 6               |

## C.2 ASSOCIAZIONI CULTURALI CONOSCIUTE (I)

- RISPOSTE GUIDATE -  
ANALISI PER GRUPPI TIPOLOGICI

|  | TOTALE<br>n=500 | GR.1<br>“RICERCA DEL<br>SAPERE”<br>26% - n=128 | GR.2<br>“CASA/LAVORO/TV”<br>20% - n=99 | GR.3<br>“SOCIALE/AMICIZIA<br>VIAGGI”<br>28% - n=141 | GR.4<br>“STORIA/FOLKLORE”<br>26% - n=132 |
|--|-----------------|--|--|---|--|
| FILODRAMMATICA DI LAIVES                   | 54              | <b>71</b>                                      | 26                                     | 49  | <b>63</b>                                |
| CINECLUB DI BOLZANO                        | 49              | <b>76</b>                                      | 15                                     | <b>62</b>   | 36                                       |
| CIRCOLO LA COMUNE                          | 46              | <b>80</b>                                      | 11                                     | <b>53</b>   | 33                                       |
| CIRCOLO WALTER MASETTI                     | 45              | <b>70</b>                                      | 24                                     | <b>51</b>   | 28                                       |
| CIRCOLO CASTEL FLAVON                      | 28              | <b>34</b>                                      | 20                                     | 21  | <b>36</b>                                |
| ASS. NUOVO SPAZIO                          | 14              | <b>33</b>                                      | -                                      | 12  | 7  |
| ASS. LA FABBRICA DEL TEMPO                 | 14              | <b>31</b>                                      | 1                                      | 12  | 10                                       |
| PICCOLO TEATRO CITTÀ DI MERANO             | 14              | 13   | 15                                     | 14  | 15                                       |
| CORO CONCORDIA                             | 14              | 12   | <b>19</b>                              | 9   | <b>20</b>                                |
| CENTRO DI DOCUMENT. E INFORMAZIONE DONNA   | 11              | <b>27</b>                                      | -                                      | 11  | 4  |
| ASSOCIAZIONE Z.O.T.                        | 11              | <b>23</b>                                      | -                                      | 13  | 3  |
| CENTRO SAN GIACOMO AGRUZZO                 | 10              | 12   | 11                                     | 4   | 12                                       |
| ASS. ARTISTI PROVINCIA AUTONOMA DI BOLZANO | 8               | <b>18</b>                                      | (.)                                    | 10  | 2  |

## C.2 ASSOCIAZIONI CULTURALI CONOSCIUTE (II)

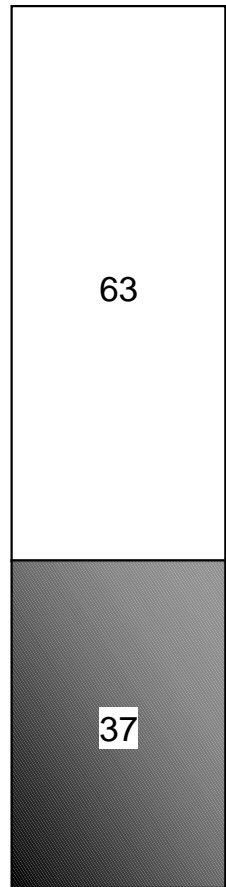
- RISPOSTE GUIDATE -  
ANALISI PER GRUPPI TIPOLOGICI

|  | TOTALE<br>n=500 | GR.1<br>“RICERCA DEL<br>SAPERE”<br>26% - n=128 | GR.2<br>“CASA/LAVORO/TV”<br>20% - n=99 | GR.3<br>“SOCIALE/AMICIZIA<br>VIAGGI”<br>28% - n=141 | GR.4<br>“STORIA/FOLKLORE”<br>26% - n=132 |
|--|-----------------|--|--|---|--|
| CIRCOLO A. VIVALDI                           | 8               | 12   | 6                                      | 7   | 7  |
| CORO CIMA BIANCA                             | 8               | 7  | 6                                      | 8   | 11                                       |
| ASS. PRO CULTURA                             | 7               | 8  | 3                                      | 8   | 7  |
| ASS. MUSICA ANTIQUA                          | 6               | <b>18</b>                                      | -                                      | 2   | 3  |
| COORDINAMENTO PER LA CULTURA MERANO VIVA     | 5               | 7  | 8                                      | 4   | 3  |
| U.D.A.E. (UNIONE DELLE ASSOCIAZIONI DI EGNA) | 5               | 6  | 3                                      | 2   | 7  |
| ASS. IL TELAIO                               | 4               | 6  | 2                                      | 5   | 2  |
| ASS. HARLOCK                                 | 4               | 9  | -                                      | 5   | -  |
| CIRCOLO SABIONA                              | 4               | 8  | -                                      | 2   | 7  |
| CENTRO ROMANO GUARDINI                       | 3               | 7  | -                                      | 1   | 2  |
| CIRCOLO ALTA PUSTERIA                        | 2               | 2  | 3                                      | 3   | -  |
| CIRCOLO ARTISTICO SAN ERARDO                 | 1               | 1  | 1                                      | 1   | 1  |
| NESSUNO/NON INDICA                           | 6               | 2  | <b>17</b>                              | 1   | 5  |

### C.3 CONOSCENZA DEL CENTRO CULTURALE “TREVI”

“Lei conosce il centro culturale Trevi (ex cinema Roma)?”

| COMUNI          |                 | TOTALE<br>n=500 | GR.1<br>“RICERCA DEL<br>SAPERE”<br>26% - n=128 | GR.2<br>“CASA/LAVORO/TV”<br>20% - n=99 | GR.3<br>“SOCIALE/AMICIZIA<br>VIAGGI”<br>28% - n=141 | GR.4<br>“STORIA/FOLKLORE”<br>26% - n=132 |
|-----------------|-----------------|-----------------|--|--|---|--|
| URBANI<br>n=373 | RURALI<br>n=127 |                 |  |  |   |  |
| NO              | 63              | 63              | 26   | 96                                     | 62  | 75                                       |
| SI              | 37              | 37              | 74   | 4                                      | 38  | 24                                       |

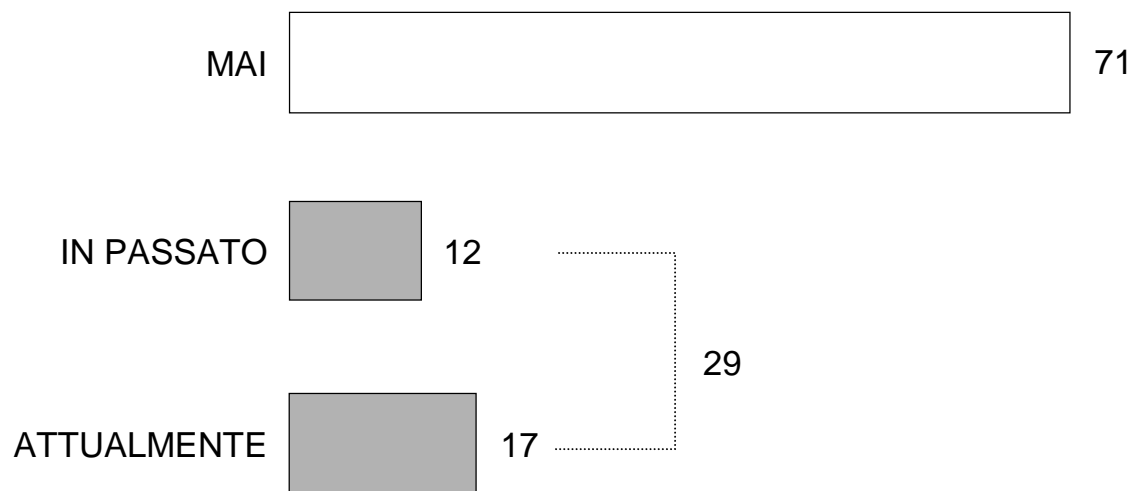




## C.4 PARTECIPAZIONE ALLE ASSOCIAZIONI CULTURALI

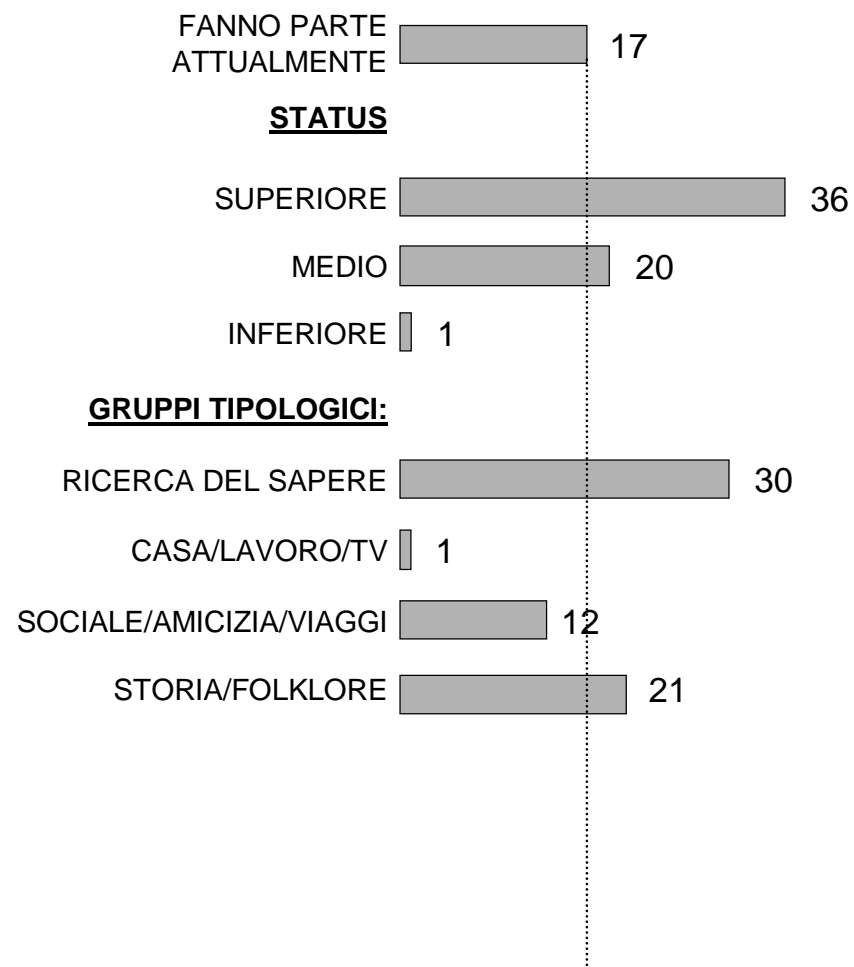
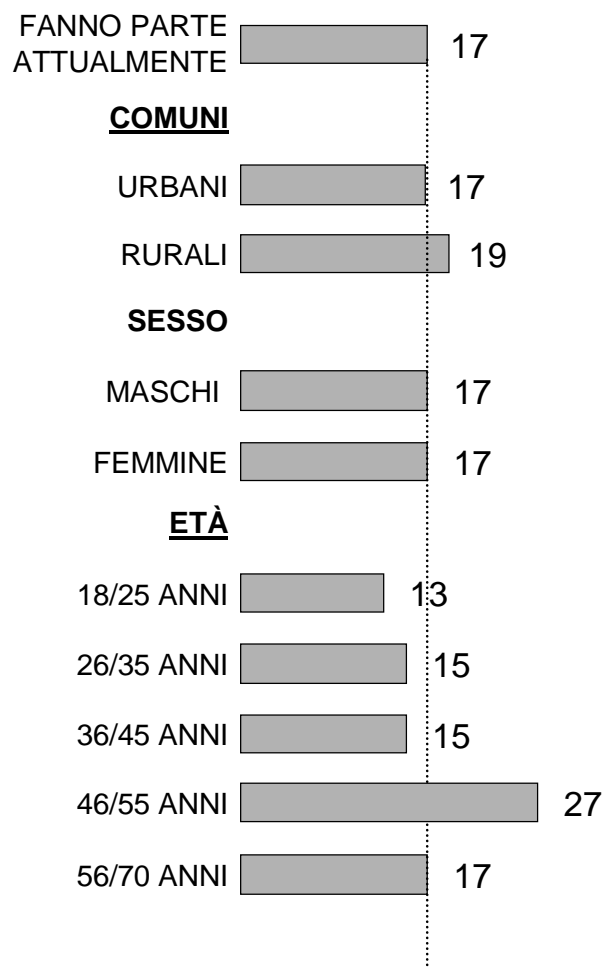
*“Lei ha fatto parte in passato o attualmente di una associazione culturale?”*

HANNO FATTO PARTE:



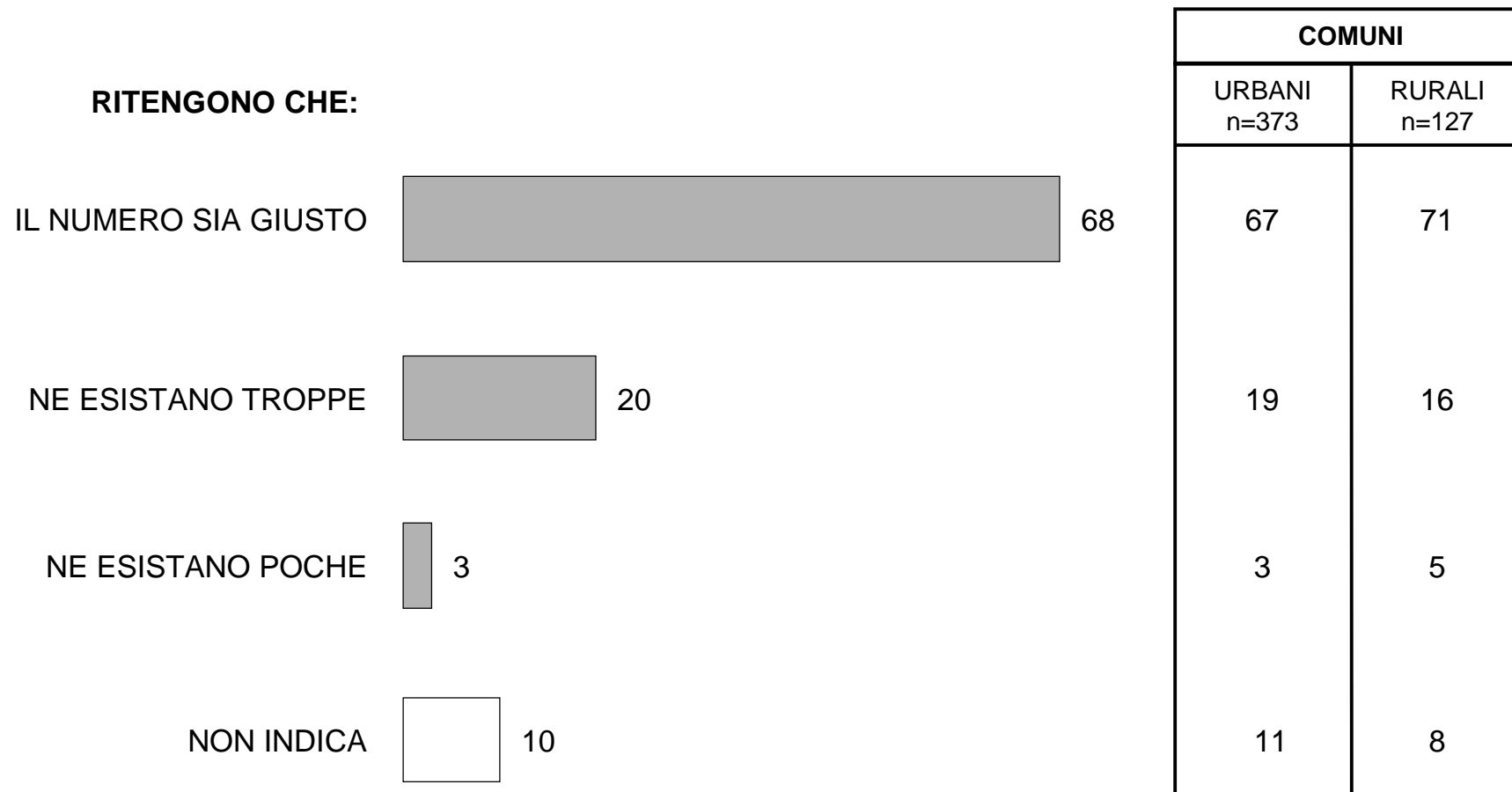
| COMUNI          |                 |
|-----------------|-----------------|
| URBANI<br>n=373 | RURALI<br>n=127 |
| 71              | 63              |
| 12              | 18              |
| 17              | 19              |

## C.4a FANNO PARTE DELLE ASSOCIAZIONI CULTURALI - PENETRAZIONE -



## C.5 OPINIONI SUL NUMERO DI ASSOCIAZIONI CULTURALI ESISTENTI

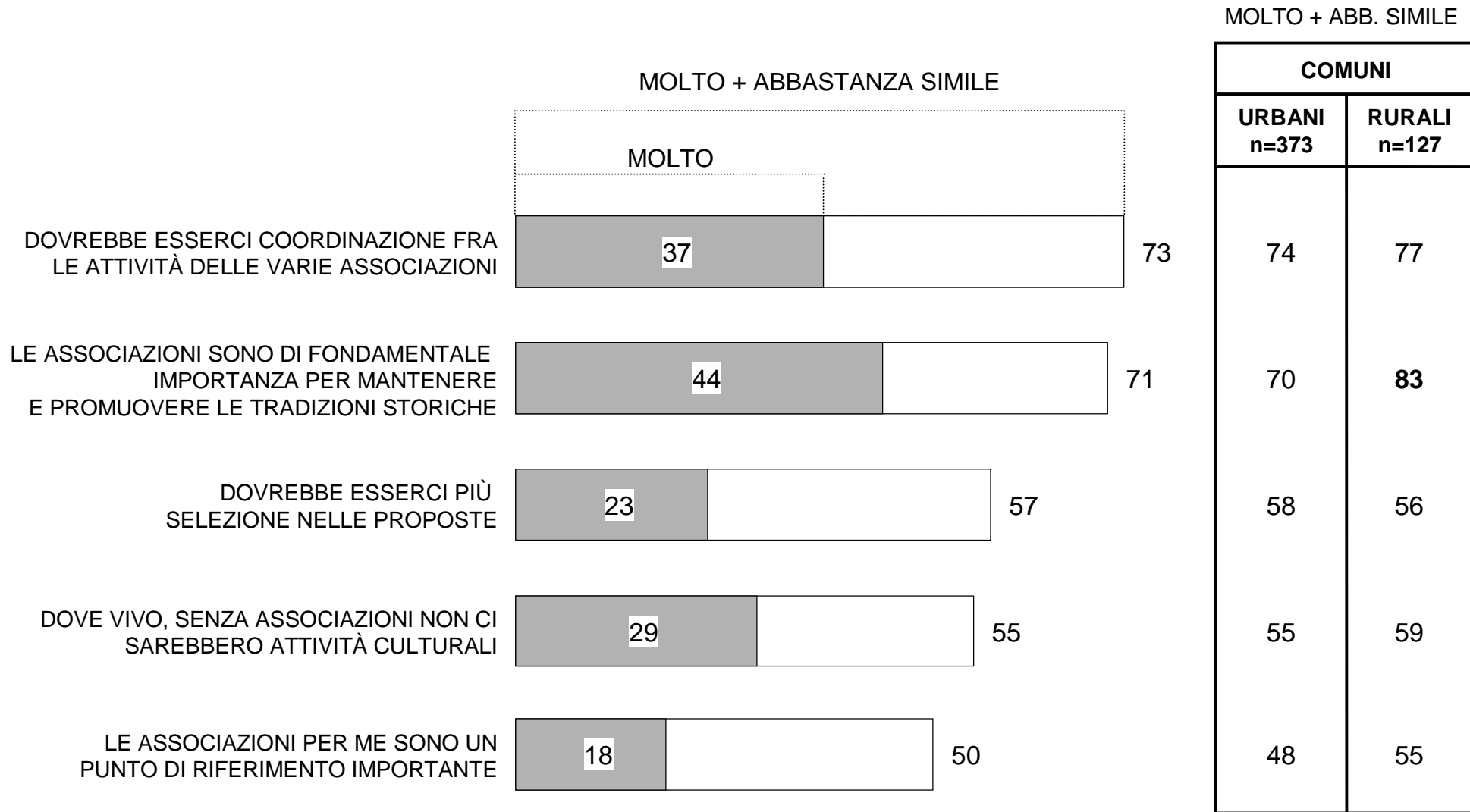
*"Nel complesso Lei ritiene che il numero di associazioni culturali esistenti sia giusto/adeguato oppure che esistano troppe associazioni?"*



## C6. OPINIONI SULLE ASSOCIAZIONI CULTURALI

### - TEST GUIDATO -

*"Alcuni intervistati prima di Lei, ci hanno espresso alcune opinioni sulle associazioni culturali. Ora glieste leggerò e per ognuna mi dica quanto è simile a quello che Lei pensa. Per rispondere scelga una delle frasi su questo cartellino."*



(DOM.14)

**C7. OPINIONI SULLE ASSOCIAZIONI CULTURALI**  
**ANALISI PER GRUPPI TIPOLOGICI**  
**- TEST GUIDATO -**

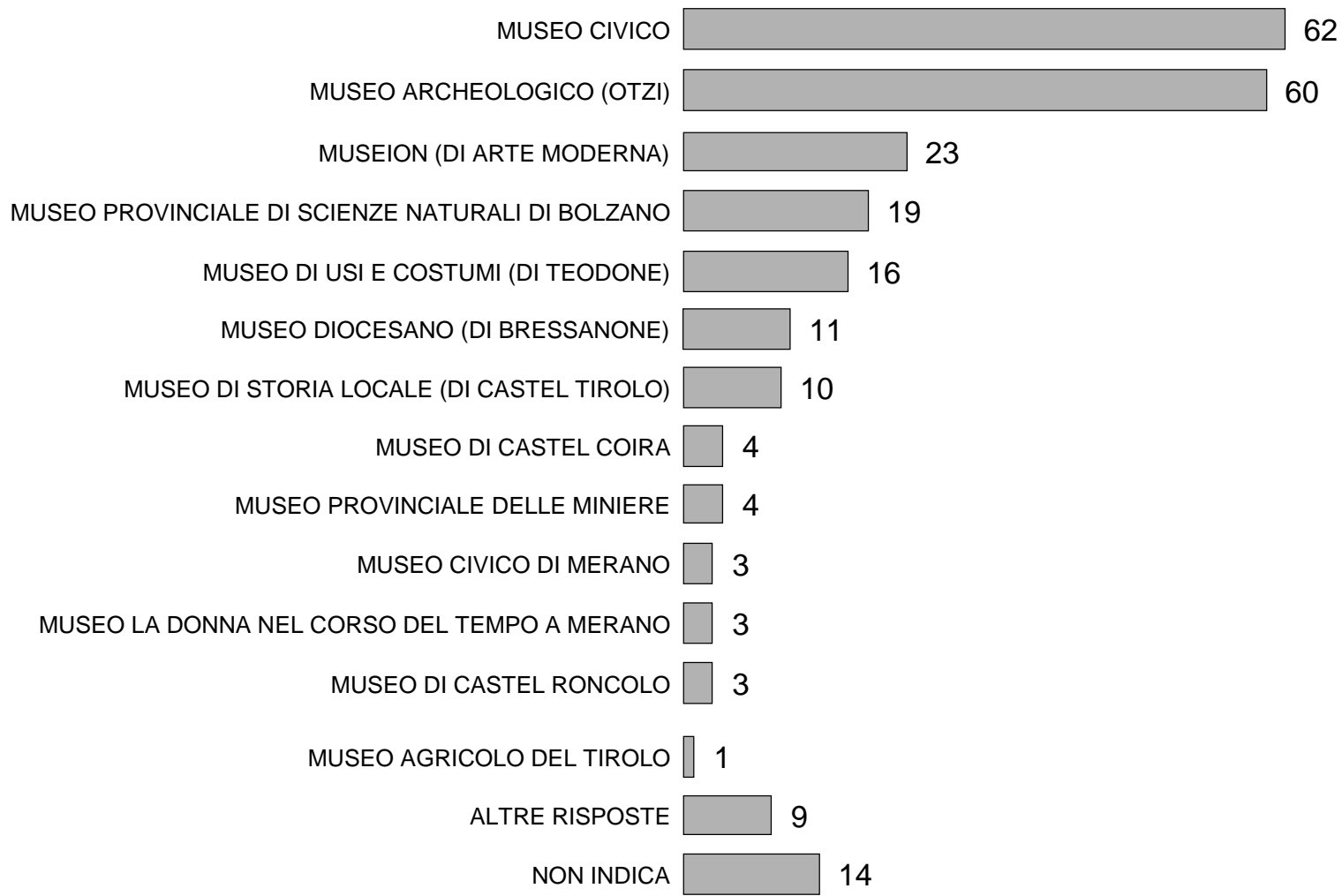
MOLTO + ABBASTANZA SIMILE

|   | <b>TOTALE</b><br>n=500 | <b>GR.1</b><br>“RICERCA DEL<br>SAPERE”<br>26% - n=128 | <b>GR.2</b><br>“CASA/LAVORO/TV”<br>20% - n=99 | <b>GR.3</b><br>“SOCIALE/AMICIZIA<br>VIAGGI”<br>28% - n=141 | <b>GR.4</b><br>“STORIA/FOLKLORE”<br>26% - n=132 |
|---|------------------------|---|---|--|---|
| DOVREBBE ESSERCI COORDINAZIONE FRA<br>LE ATTIVITÀ DELLE VARIE ASSOCIAZIONI                              | 73                     | <b>83</b>   | 55  | 68   | <b>82</b>                                       |
| LE ASSOCIAZIONI SONO DI FONDAMENTALE<br>IMPORTANZA PER MANTENERE<br>E PROMUOVERE LE TRADIZIONI STORICHE | 71                     | 75  | 58  | 62   | <b>88</b>                                       |
| DOVREBBE ESSERCI PÙ<br>SELEZIONE NELLE PROPOSTE   | 57                     | 61  | 35  | 60   | <b>66</b>                                       |
| DOVE VIVO, SENZA ASSOCIAZIONI NON CI<br>SAREBBERO ATTIVITÀ CULTURALI                                    | 55                     | 58  | 38  | 44   | <b>75</b>                                       |
| LE ASSOCIAZIONI PER ME SONO UN<br>PUNTO DI RIFERIMENTO IMPORTANTE                                       | 50                     | <b>60</b>   | 31  | 29   | <b>76</b>                                       |

## C8. MUSEI PROVINCIALI CONOSCIUTI

- RISPOSTE GUIDATE -

*“Quali musei della provincia conosce?”*



| COMUNI          |                 |
|-----------------|-----------------|
| URBANI<br>n=373 | RURALI<br>n=127 |
| <b>63</b>       | 32              |
| <b>60</b>       | 38              |
| <b>23</b>       | 14              |
| <b>19</b>       | 5               |
| <b>16</b>       | <b>23</b>       |
| 10              | 13              |
| 10              | 9               |
| 4               | 2               |
| 4               | <b>8</b>        |
| 3               | 5               |
| 3               | 1               |
| 3               | 1               |
| 1               | 4               |
| 10              | 6               |
| 14              | <b>27</b>       |

## C9. MUSEI PROVINCIALI CONOSCIUTI

ANALISI PER GRUPPI TIPOLOGICI

- RISPOSTE GUIDATE-

|  | TOTALE<br>n=500 | GR.1<br>"RICERCA DEL<br>SAPERE"<br>26% - n=128 | GR.2<br>"CASA/LAVORO/TV"<br>20% - n=99 | GR.3<br>"SOCIALE/AMICIZIA<br>VIAGGI"<br>28% - n=141 | GR.4<br>"STORIA/FOLKLORE"<br>26% - n=132 |
|--|-----------------|--|--|---|--|
| MUSEO CIVICO                                     | 62              | 83   | 30                                     | 70  | 58                                       |
| MUSEO ARCHEOLOGICO (OTZI)                        | 60              | 83   | 17                                     | 76  | 54                                       |
| MUSEION (DI ARTE MODERNA)                        | 23              | 42   | (.)                                    | 27  | 16                                       |
| MUSEO PROVINCIALE DI SCIENZE NATURALI DI BOLZANO | 19              | 37   | 1                                      | 19  | 14                                       |
| MUSEO DI USI E COSTUMI (DI TEODONE)              | 17              | 24   | 4                                      | 15  | 21                                       |
| MUSEO DIOCESANO (DI BRESSANONE)                  | 11              | 8  | 4                                      | 11  | 17                                       |
| MUSEO DI STORIA LOCALE (DI CASTEL TIROLO)        | 10              | 17   | 1                                      | 10  | 12                                       |
| MUSEO DI CASTEL COIRA                            | 4               | 7  | -                                      | 3   | 5  |
| MUSEO PROVINCIALE DELLE MINIERE                  | 4               | 10   | 1                                      | 3   | 3  |
| MUSEO CIVICO DI MERANO                           | 3               | 5  | (.)                                    | 2   | 3  |
| MUSEO LA DONNA NEL CORSO DEL TEMPO A MERANO      | 3               | 5  | -                                      | 3   | 2  |
| MUSEO DI CASTEL RONCOLO                          | 3               | 3  | 6                                      | 1   | 3  |
| MUSEO AGRICOLO DEL TIROLO                        | 1               | 1  | -                                      | 1   | 1  |
| ALTRE RISPOSTE                                   | 9               | 10   | 5                                      | 9   | 10                                       |
| NON INDICA                                       | 14              | 2  | 50                                     | 4   | 10                                       |

## **D. LA VALUTAZIONE DELLE ATTIVITÀ CULTURALI**



## D. LA VALUTAZIONE DELLE ATTIVITA' CULTURALI

### Premessa

Questo capitolo entra nel cuore della ricerca e dopo avere fatto una ricognizione del vissuto, della conoscenza e della fruizione delle attività culturali, illustra le opinioni degli intervistati sulla politica culturale condotta per la comunità italiana nella provincia di Bolzano.

Le informazioni contenute in questo capitolo si riferiscono a:

- la soddisfazione complessiva nei confronti delle iniziative culturali
- i motivi di insoddisfazione
- la valutazione della politica culturale del comune di residenza (test guidato)
- le opinioni sull'impegno pubblico per diffondere la storia e cultura locale
- le opinioni sul costo per il pubblico delle iniziative locali
- l'opinione sulla programmazione delle attività culturali nel comune di residenza
- l'opinione sui cambiamenti avvenuti negli ultimi 5 anni
- le attese.

## D. - segue -

### Soddisfazione complessiva nei confronti delle iniziative culturali

La soddisfazione complessiva per la politica culturale condotta per la comunità italiana nella provincia è complessivamente buona:

- metà degli intervistati si ritengono “molto o abbastanza soddisfatti” ( molto+ abbastanza soddisfatti:49%)
- i totalmente insoddisfatti rappresentano una minoranza ( poco soddisfatti+ per niente soddisfatti:19%) .

Tuttavia, anche fra i soddisfatti si intravedono potenziali spazi di miglioramento:

- da un lato la maggioranza si dichiara “abbastanza soddisfatta” (i molto soddisfatti sono solo il 3%)
- un gruppo consistente di intervistati si dichiara non sufficientemente soddisfatto (“così,così”:30%).

Non vi sono forti differenze nei giudizi degli residenti nei comuni urbani rispetto ai residenti nei comuni rurali, tuttavia fra questi ultimi aumentano leggermente i giudizi di completa insoddisfazione (Tav. D1).

La debole soddisfazione nei confronti della politica culturale sembra essere generata soprattutto da:

- la scarsa varietà dell’offerta (38%)
- la modesta offerta di iniziative per la comunità italiana (22%).

Seguono poi a distanza altre critiche, il cui peso unitario è comunque contenuto:

- la scarsa informazione (10%)
- l’esigenza di maggiori iniziative per i giovani (10%)
- la richiesta di una migliore qualità dell’offerta (9%).

## D. - segue -

Nella critica alla scarsa offerta di iniziative specifiche per la comunità italiana, si propone nuovamente la richiesta di una maggiore attenzione alla storia e alla presenza della comunità italiana sul territorio già emersa dalla fase qualitativa.

Per quanto concerne i principali motivi di insoddisfazione non vi sono differenze sostanziali fra comuni urbani e rurali, tuttavia i residenti nei comuni urbani sottolineano maggiormente i problemi relativi all'informazione sulle iniziative e alla mancanza di iniziative per i giovani, mentre i residenti nei comuni rurali lamentano maggiormente la ridotta varietà delle iniziative (Tav.D2).

In relazione alla segmentazione tipologica, ovviamente i più soddisfatti sono i gruppi culturalmente più attivi: "Ricerca del sapere" e "Storia/folklore" (Tav. D10).

### **Valutazione della politica culturale del comune di residenza**

Per capire nel dettaglio le opinioni sulla politica culturale abbiamo rilevato il livello di soddisfazione degli intervistati su una serie di aspetti relativi alla politica culturale. Per ciascun aspetto l'intervistato doveva esprimere un giudizio su una scala di valutazione semantica da "molto a per niente soddisfatto".

Sui risultati relativi alla valutazione della politica culturale, sono state effettuate due tipi di analisi:

- un'analisi diretta (semplicemente il commento dei valori percentuali)
- un'analisi indiretta, mediante l'applicazione di un'analisi statistica multivariata siamo andati ad individuare quali aspetti della politica culturale influiscono maggiormente sulla soddisfazione complessiva espressa dagli intervistati, per poi successivamente metterli in relazione con la soddisfazione espressa per ciascun aspetto ed individuare le aree di forza e di debolezza.

## D. - segue -

### L'analisi diretta dei risultati

Considerando la scelta dei poli più alti della scala (“molto + abbastanza soddisfatto”) a livello generale si evidenzia che la soddisfazione è diversificata in relazione ai diversi aspetti considerati.

Tuttavia, come evidenziato per la valutazione complessiva, i soddisfatti nei diversi aspetti rappresentano al massimo la metà degli intervistati.

Per alcuni aspetti della politica culturale la metà degli intervistati si giudica soddisfatta:

- Il numero di eventi e di spettacoli proposti annualmente (53%)
- la capacità di informare i cittadini sulle iniziative (52%)
- la capacità di soddisfare le esigenze culturali degli adulti (46%)
- la capacità dell'assessorato di aggiornare i cittadini sulle scelte di politica culturale (45%).

Altri aspetti, invece, rendono totalmente soddisfatti fra il 30% e il 36% degli intervistati, in particolare:

- la promozione delle attività folkloristiche locali e la capacità di diversificare le iniziative (36%)
- la sensibilità a promuovere storia e tradizioni locali (32%)
- l'uso degli spazi urbani all'aperto per le iniziative culturali (31%)
- la proposta delle ultime novità culturali (30 %).

Minore soddisfazione generano invece:

- la sensibilità alle esigenze culturali dei cittadini (21%)
- gli spazi dedicati ai giovani per fare musica o teatro (16%) e la capacità di soddisfare le esigenze culturali dei giovani (13%).

## D. - segue –

Complessivamente i residenti nei comuni urbani appaiono maggiormente soddisfatti per i diversi aspetti di politica culturale, ma soprattutto e ovviamente, evidenziano una maggiore soddisfazione per la varietà e l'innovazione (Tav. D4).

Come per la soddisfazione complessiva, ad essere più soddisfatti per i diversi aspetti di politica culturale sono soprattutto gli intervistati più attenti e attivi (i gruppi "Ricerca del sapere" e "Storia/folklore") (Tav. D5).

### L'analisi indiretta

Come abbiamo indicato prima, l'analisi indiretta mette in relazione a posteriori (e cioè dopo la rilevazione) attraverso l'applicazione di un'analisi statistica multivariata alcune informazioni fornite dagli intervistati.

In questo contesto, ci riferiamo a:

- la soddisfazione complessiva
- la soddisfazione espressa per i singoli aspetti di politica culturale.

In sostanza, quello che fa l'analisi indiretta è chiedersi: che relazione esiste fra la soddisfazione generale espressa da ciascun intervistato per la politica culturale condotta nel suo comune di residenza e la soddisfazione espressa dal medesimo intervistato per i singoli aspetti della suddetta politica?

Si individua quindi il peso che hanno i singoli aspetti nel determinare la soddisfazione complessiva (\*).

Poi tale peso, viene messo in relazione con la soddisfazione espressa per i singoli aspetti al fine di individuare quali sono le aree e di forza e di debolezza.

(\*) Tale peso, viene espresso da un indice statistico R di correlazione lineare.

## D. - segue -

Nella tavola D6 è riportato il peso che i singoli aspetti hanno nel generare la soddisfazione complessiva.

Da uno sguardo d'insieme si può notare come la soddisfazione per la politica culturale sia determinata dalla presenza di un mix di aspetti relativi a:

- varietà, innovazione e diversificazione delle iniziative
- capacità di relazionarsi con i cittadini (ascolto delle loro esigenze culturali e capacità di informazione)
- sensibilità alla storia e alle tradizioni locali
- capacità di soddisfare le diverse esigenze di giovani e adulti.

Come già abbiamo anticipato, è possibile (mettendo in relazione il peso delle caratteristiche nel determinare la soddisfazione complessiva e la soddisfazione espressa per i singoli aspetti di valutazione dell'attività culturale) ottenere una mappa delle aree di forza e di debolezza.

La suddetta mappa è riportata in Tav. D6a. Per una lettura corretta dei quadranti della mappa, è utile dare alcune indicazioni sulla sua costruzione.

I quadranti sono stati ottenuti, facendo una media del peso delle singole caratteristiche nel generare soddisfazione complessiva (la media è riportata sull'asse verticale: peso 42) e una media delle valutazioni di soddisfazione per tutte le caratteristiche considerando i valori più alti della scala "molto+abbastanza soddisfatto" (riportata sull'asse orizzontale:35%).

## D. - segue -

Sulla media delle valutazioni occorre tenere presente che:

- da un lato si utilizzano le valutazioni ai poli più alti della scala in quanto si vuole offrire un parametro di riferimento basato sulle valutazioni di eccellenza, in quanto è l'eccellenza che si deve considerare per l'ottimizzazione di qualunque servizio
- dall'altro si deve tenere presente che la media delle valutazioni reali 35% è buona ma non elevatissima (abbiamo già considerato che la soddisfazione espressa dagli intervistati presenta degli spazi di potenziale miglioramento), tale media potrebbe anche essere sostituita da un valore ideale che rappresenta il livello di soddisfazione che si vorrebbe avere (ad esempio: avere almeno il 50% di risposte molto+abbastanza soddisfatto), in questo caso la configurazione della mappa potrebbe cambiare.

Questa mappa aiuta quindi a capire quali sono le priorità di intervento nella politica culturale per generare una maggiore soddisfazione presso la popolazione.

Veniamo ora a spiegare le aree di forza e di debolezza:

- **aspetti di forza prioritari da mantenere** : sono quegli aspetti che hanno un peso elevato sulla soddisfazione complessiva e che ottengono anche valutazioni di soddisfazione superiori alla media di tutte le valutazioni
- **aspetti di forza prioritari da potenziare**: sono gli aspetti che hanno un peso elevato sulla soddisfazione complessiva nonché presentano delle valutazioni di soddisfazione inferiori alla media; su questi aspetti quindi è importante lavorare per migliorare la soddisfazione dei cittadini
- **aspetti di forza secondari necessari**: sono quelli che hanno un peso contenuto nel generare soddisfazione complessiva ma ottengono valutazioni elevate; sono quindi aspetti sui quali gli intervistati sono soddisfatti; tali aspetti vanno mantenuti ma non è utile investirvi ulteriormente.

## D. - segue -

- **aspetti marginali** : sono quegli aspetti che incidono debolmente sulla soddisfazione e presentano una valutazione contenuta; a volte il peso contenuto sulla soddisfazione può essere anche determinato dal fatto che sono aspetti che sono già soddisfatti e coperti da altri. Ad esempio: l'aspetto relativo alle esigenze culturali dei giovani (aspetto marginale) può essere già contenuto nell'aspetto "sensibilità alle esigenze culturali dei cittadini" (aspetto di forza prioritario da potenziare).

Nella mappa troviamo quindi che gli aspetti di forza prioritari da mantenere sono:

- la capacità di soddisfare le esigenze culturali degli adulti
- numero di eventi proposto e la diversificazione delle attività culturali
- la capacità di informare e di aggiornare i cittadini sulle iniziative culturali.

Gli aspetti prioritari di forza da potenziare sono:

- la proposta delle ultime novità culturali
- la sensibilità alle esigenze culturali di tutti i cittadini.

Fra gli aspetti di forza secondari necessari troviamo , ma veramente ai limiti dell'area, unicamente "la promozione delle attività folkloristiche locali".

Come aspetti marginali invece emergono: l'attenzione alle esigenze culturali dei giovani e la presenza degli spazi per i giovani, per questi aspetti riportiamo comunque a quanto indicato illustrando in generale la struttura dei quadranti della mappa.



## D. - segue -

### **Opinioni sull'impegno pubblico per diffondere la storia e cultura locale**

Rispetto alla soddisfazione complessiva per la politica culturale nel complesso, la soddisfazione sull'impegno per diffondere la storia e la cultura locale è più contenuta, con riferimento al totale campione rileviamo la seguente situazione:

- molto o abbastanza soddisfatti: 38%
- così, così soddisfatti: 23%
- poco o per niente soddisfatti: 36%.

In questa valutazione ritroviamo quanto gli intervistati hanno manifestato a livello spontaneo circa l'esigenza di una maggiore attenzione agli aspetti storici e culturali della regione con riferimento alla comunità italiana.

I residenti dei comuni urbani appaiono leggermente meno soddisfatti di quelli dei comuni rurali sull'impegno pubblico per diffondere la storia e la cultura locale (Tav. D7).

Fra i gruppi tipologici, i più soddisfatti sono quelli appartenenti al gruppo "Casa/lavoro/Tv", la valutazione di questo gruppo appare tuttavia relativamente attendibile, visto la loro attitudine ad avere una vita per lo più lontana dagli eventi pubblici (Tav. 10).

## **D. - segue -**

### **Opinioni sul costo per il pubblico delle iniziative culturali**

Nel complesso, il costo delle iniziative culturali è ritenuto tendenzialmente elevato (totale campione: costo “molto+abbastanza elevato: 47%; comuni urbani: 48%; comuni rurali: 21%). I più critici risultano quindi i residenti dei comuni urbani, del resto è proprio nei suddetti comuni dove avviene più frequentemente la programmazione di eventi culturali a pagamento (costo: “molto+abbastanza elevato- comuni urbani: 48%; comuni rurali: 21%). (Tav. D8).

Fra i gruppi tipologici, l’atteggiamento più critico relativamente al costo degli spettacoli si rileva nel gruppo “Sociale/amicizia/Viaggi”; si tratta in effetti di un gruppo con un’alta densità di giovani notoriamente più sensibili al costo degli eventi culturali (Tav. D10).

### **Opinioni sulla programmazione delle attività culturali nel comune di residenza**

Complessivamente non emergono critiche sulla programmazione degli eventi culturali: la maggioranza degli intervistati ritiene infatti che, nel corso dell’anno, ci siano poche sovrapposizioni nella programmazione degli spettacoli.

I meno critici appaiono i residenti nei comuni rurali, tale giudizio è ovviamente correlato al fatto che nei suddetti comuni la programmazione di eventi culturali è meno intensa di quella dei comuni urbani (Tav. D9).

Non esistono differenze significative di opinione fra i gruppi tipologici (Tav. D10).

## D. - segue -

### Opinioni sui cambiamenti avvenuti negli ultimi 5 anni

Un bilancio complessivamente positivo emerge dagli intervistati circa i cambiamenti avvenuti negli ultimi 5 anni nella gestione della politica culturale. La popolazione si divide: fra coloro che ritengono non ci sia stato alcun cambiamento (47%) e coloro che segnalano un cambiamento (46%)(Tav. D10).

Fra chi ha percepito un cambiamento, si tratta prevalentemente di un cambiamento positivo (42%).

La percezione di cambiamenti positivi sembra riguardare prevalentemente i residenti nei comuni urbani, in quanto sono pochi i residenti dei comuni rurali che hanno percepito un cambiamento. Tuttavia, anche in questi comuni, se si nota un cambiamento si tratta di un cambiamento positivo (Tav. D11).

I più consapevoli dell'evoluzione positiva avvenuta negli ultimi 5 anni sono gli intervistati culturalmente più attivi (gli appartenenti al gruppo "Ricerca del sapere"). Il fatto che i cambiamenti siano riscontrati proprio dal gruppo più sensibile alla vita culturale rafforza ulteriormente il quadro positivo emerso a livello del totale campione (Tav. D12).

I principali cambiamenti positivi riscontrati e citati spontaneamente dagli intervistati, riguardano in particolare l'aumento dell'offerta culturale, che porta ad una maggiore possibilità di scelta (46%).

Seguono poi molte segnalazioni, fra cui evidenziamo:

- l'apertura del nuovo teatro di Bolzano (18%)
- una maggiore informazione/pubblicità sulle iniziative (12%)
- una migliore qualità dell'offerta (11%) (Tav. D13).

## D. - segue -

A fronte di una comune condivisione dei principali cambiamenti positivi avvenuti negli ultimi 5 anni, esistono fra i gruppi tipologici differenti accentuazioni:

- il gruppo “Ricerca del sapere” segnala in particolare: l’apertura del nuovo teatro/sala concerti e una maggiore disponibilità di spazi per le attività culturali
- il gruppo “Casa/Lavoro/Tv”, evidenzia maggiormente: l’apertura del nuovo teatro/sala concerti e una percezione di offerta di un maggiore spazio culturale alla comunità italiana
- il gruppo “Sociale/amicizia/viaggi” segnala soprattutto l’esistenza di una maggiore offerta di eventi e una maggiore informazione sulle attività culturali
- il gruppo “Storia/folklore” segnala soprattutto un maggior impegno dell’assessorato alla cultura in generale (tav. D14).

### **Le attese**

Le attese per il futuro, sono state rilevate sottoponendo agli intervistati alcune iniziative e chiedendo loro di scegliere quelle che avrebbero voluto fossero ulteriormente sostenute dall’assessorato alla cultura italiana.

Prima di ogni altro intervento, viene gradita la proposta di organizzazione di attività propedeutiche, di formazione e avvicinamento all’arte e agli spettacoli. Una richiesta quindi di formazione per conoscere l’arte e poter avere maggiori strumenti per la scelta e l’apprezzamento delle attività culturali.

## D. - segue -

Seguono altre iniziative richieste da almeno 5 intervistati su 10:

- i concerti (56%)
- il numero di sale cinematografiche (54%)
- le mostre di storia e di tradizioni culturali (54%).

Più contenuta, ma comunque con un certo peso, vi è la richiesta di:

- mostre di arte antica (40)%
- mostre di arte moderna (38%)
- maggior numero di spettacoli teatrali (35%).

Rispetto alla media campione, qualche differenza nelle richieste è presente in relazione ai residenti dei comuni urbani e dei comuni rurali: i primi richiedono una maggiore organizzazione di mostre, i secondi invece un maggior numero di spettacoli teatrali(Tav. D15).

Fra i gruppi tipologici invece si nota:

- da parte dei gruppi più attivi (“Ricerca del sapere” e “Storia/folklore”), una maggiore richiesta di tutte le iniziative culturali
- mentre il gruppo dei più giovani “Sociale/amicizia/viaggi” richiede soprattutto concerti, e un maggior numero di sale cinematografiche (Tav. D16).

## D. - segue -

All'assessorato della cultura italiana, in aggiunta all'organizzazione di iniziative particolari, viene fatta specifica richiesta di sostenere e promuovere in particolare:

- i giovani artisti in generale (83%)
- i giovani artisti locali (81%)
- le associazioni e i circoli culturali per spettacoli di intrattenimento/divertimento (76%).

Inoltre, più della metà degli intervistati richiede all'assessorato di sostenere:

- le associazioni culturali per l'organizzazione di incontri e conferenze (62%)
- la ricerca storica (60%)
- il teatro (60%).

Fra i residenti nei comuni urbani e nei comuni rurali si rilevano alcune differenze nelle richieste all'assessorato:

- nei comuni urbani si richiede un maggior sostegno ai giovani artisti e al teatro
- nei comuni rurali, si richiede invece un maggiore sostegno alle associazioni culturali per l'organizzazione di spettacoli di intrattenimento e divertimento (tav. D17).

## D. - segue -

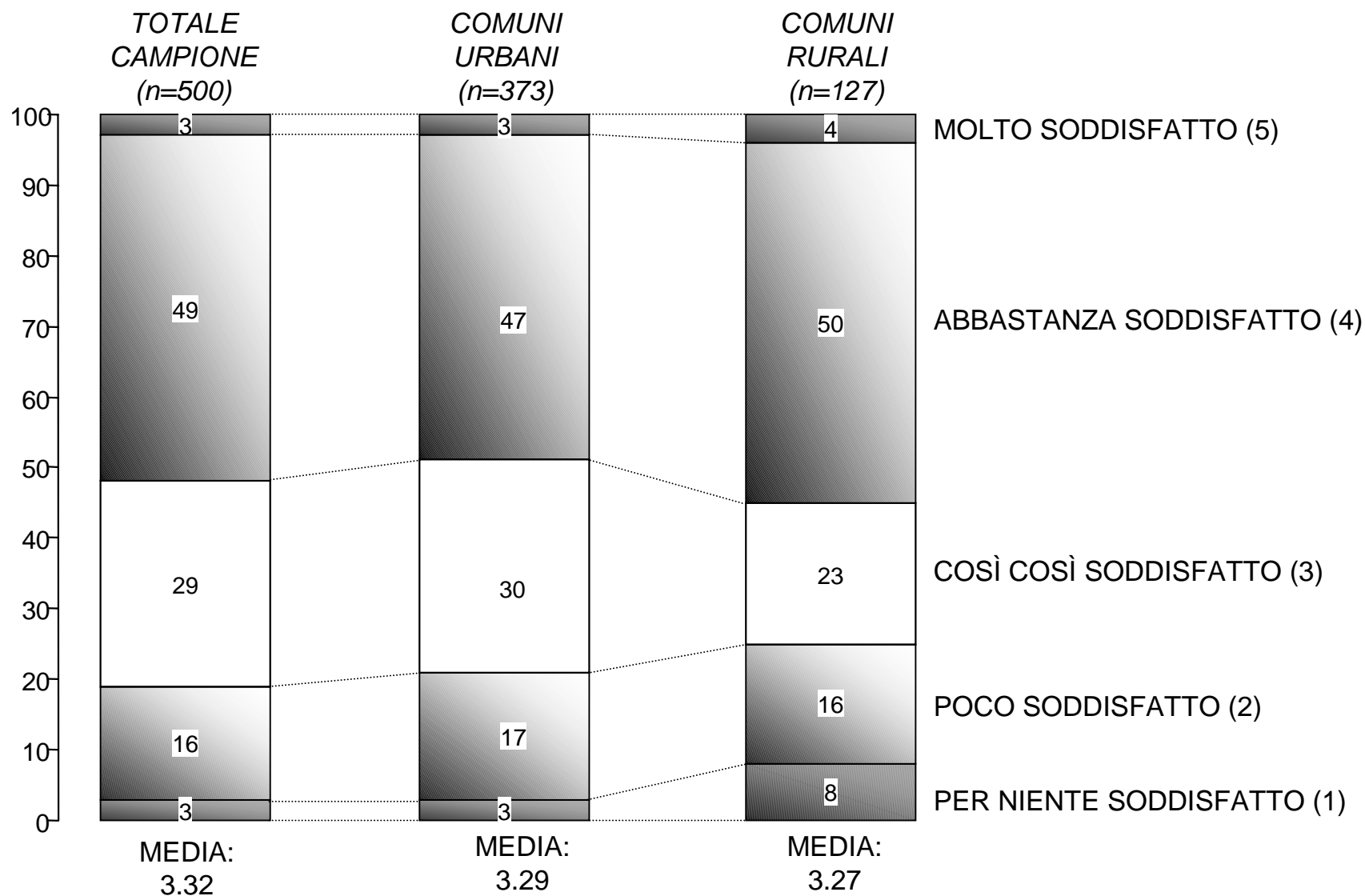
Di fatto sembra proprio che le esigenze culturali dei cittadini, si articolino in un mix di interessi diversificati.

Infatti chiedendo ipoteticamente agli intervistati come avrebbero investito fra le attività culturali potenzialmente disponibili un budget di 100.000 lire regalato dall'assessorato, la scelta privilegia soprattutto le seguenti attività:

- concerti
- teatro
- cinema
- mostre di storia e tradizioni culturali
- attività propedeutiche che avvicinino all'arte e agli spettacoli (tav. D19).

## D.1 SODDISFAZIONE COMPLESSIVA NEI CONFRONTI DELLE INIZIATIVE CULTURALI

“Facendo un bilancio complessivo delle attività/iniziativa culturali proposte nel comune, quanto si ritiene complessivamente soddisfatto?”





## D.2 MOTIVI DI INSODDISFAZIONE NEI CONFRONTI DELLE INIZIATIVE CULTURALI PROPOSTE

“Per quali motivi si ritiene poco / per niente soddisfatto?”

(BASE: CHI SI RITIENE POCO(PER NIENTE SODDISFATTO DELLE INIZIATIVE CULTURALI n=96)

- RISPOSTE SPONTANEE -

|  | COMUNI |        |
|--|--------|--------|
|  | URBANI | RURALI |
| POCA SCELTA/VARIETÀ IN GENERALE  | 36     | 41     |
| ORGANIZZARE UN MAGGIORE NUMERO DI INIZIATIVE PER LA COMUNITÀ ITALIANA  | 24     | 21     |
| POCA INFORMAZIONE/PUBBLICITÀ DELLE INIZIATIVE                          | 11     | 3      |
| MAGGIORI INIZIATIVE ADATTE AI GIOVANI                                  | 12     | 5      |
| BASSA QUALITÀ DELL'OFFERTA   | 9      | 9      |
| CREARE PIÙ SPAZI/SALE DOVE SI POSSANO ORGANIZZARE INIZIATIVE CULTURALI | 6      | 5      |
| VORREI MAGGIORE AGGREGAZIONE FRA I GRUPPI LINGUISTICI                  | 7      | 7      |
| VORREI MAGGIORE IMPEGNO DA PARTE DEGLI ENTI PREPOSTI                   | 4      | 8      |
| CREARE SPAZI PER I GIOVANI   | 4      | 2      |
| NON FANNO PARTECIPARE I CITTADINI ALLE SCELTE                          | 5      | -      |
| PREZZI ALTI  | 3      | -      |
| POCHE INIZIATIVE PER I GIOVANI   | 2      | 6      |
| ....   |        |        |
| ALTRE RISPOSTE   | 1      | 6      |
| NON SA INDICARE  | 2      | -      |

(DOM.20)

## D.3 MOTIVI DI INSODDISFAZIONE NEI CONFRONTI DELLE INIZIATIVE CULTURALI PROPOSTE

- RISPOSTE SPONTANEE -

### ANALISI PER GRUPPI TIPOLOGICI

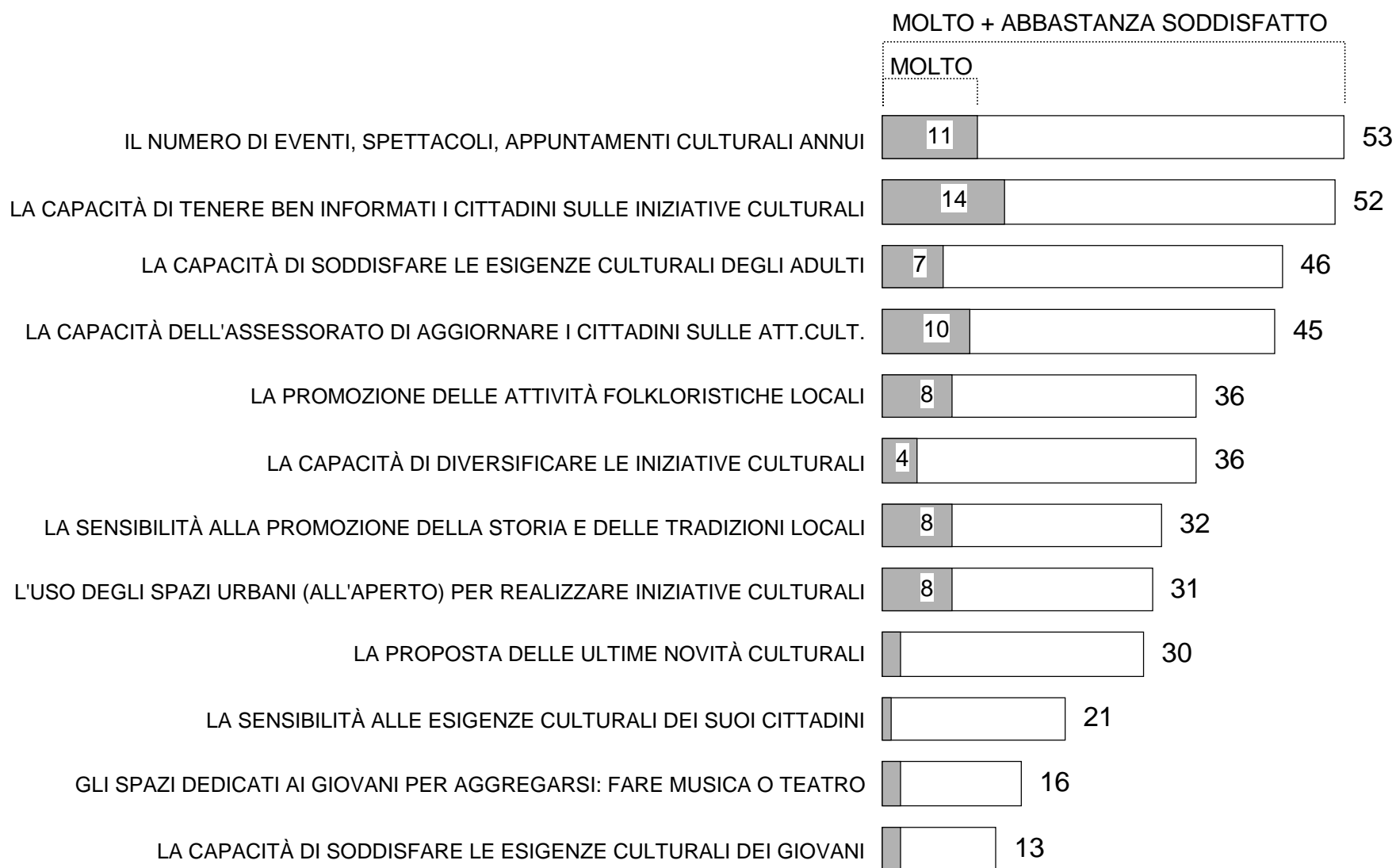
|   | TOTALE<br>n=96 | GR.1<br>“RICERCA DEL<br>SAPERE”<br>n=24 | GR.2<br>“CASA/LAVORO/TV”<br>n=10* | GR.3<br>“SOCIALE/AMICIZIA<br>VIAGGI”<br>n=35* | GR.4<br>“STORIA/FOLKLORE”<br>n=27* |
|---|----------------|---|-----------------------------------|---|------------------------------------|
| POCA SCELTA/VARIETÀ IN GENERALE   | 38             | <b>45</b>                               | 22                                | 34  | 42                                 |
| ORGANIZZARE UN MAGGIORE NUMERO DI INIZIATIVE<br>PER LA COMUNITÀ ITALIANA  | 22             | 9                                       | <b>44</b>                         | 23  | 25                                 |
| POCA INFORMAZIONE/PUBBLICITÀ DELLE INIZIATIVE                             | 10             | 7                                       | -                                 | 9   | <b>19</b>                          |
| MAGGIORI INIZIATIVE ADATTE AI GIOVANI                                     | 10             | 9                                       | -                                 | <b>15</b>                                     | 7                                  |
| BASSA QUALITÀ DELL'OFFERTA  | 9              | <b>21</b>                               | -                                 | 10  | 1                                  |
| CREARE PIÙ SPAZI/SALE DOVE SI POSSANO<br>ORGANIZZARE INIZIATIVE CULTURALI | 7              | 2                                       | -                                 | <b>13</b>                                     | 6                                  |
| VORREI MAGGIORE AGGREGAZIONE FRA I GRUPPI<br>LINGUISTICI                  | 7              | <b>17</b>                               | 12                                | 3   | 2                                  |
| VORREI MAGGIORE IMPEGNO DA PARTE DEGLI ENTI<br>PREPOSTI                   | 5              | <b>12</b>                               | -                                 | 4   | -                                  |
| CREARE SPAZI PER I GIOVANI  | 4              | -                                       | <b>18</b>                         | 6   | 1                                  |
| NON FANNO PARTECIPARE I CITTADINI ALLE SCELTE                             | 3              | 3                                       | -                                 | -   | <b>9</b>                           |
| PREZZI ALTI   | 3              | 4                                       | -                                 | 4   | 2                                  |
| POCHE INIZIATIVE PER I GIOVANI  | 2              | 2                                       | -                                 | 3   | 1                                  |
| ....  |                |   |                                   |   |                                    |
| ALTRE RISPOSTE  | 3              | 6                                       | 6                                 | 1   | -                                  |
| NON SA INDICARE   | 1              | -                                       | 6                                 | -   | -                                  |

(\*): NELLA LETTURA DEI RISULTATI, TENERE  
PRESENTE L'ESIGUA BASE DI RISPONDENTI

## D.4 VALUTAZIONE ANALITICA DELLA POLITICA CULTURALE DEL COMUNE DI RESIDENZA - TEST GUIDATO -

*“Pensando in particolare al suo comune di residenza, quanto si ritiene soddisfatto per...”*

MOLTO + ABB. SODD.



| COMUNI          |                 |
|-----------------|-----------------|
| URBANI<br>n=373 | RURALI<br>n=127 |
| 52              | 39              |
| 51              | 59              |
| 45              | 31              |
| 44              | 47              |
| 35              | 35              |
| 34              | 28              |
| 32              | 22              |
| 29              | 31              |
| 30              | 16              |
| 20              | 21              |
| 16              | 22              |
| 12              | 13              |

(DOM.16)

## D.5 VALUTAZIONE ANALITICA DELLA POLITICA CULTURALE DEL COMUNE DI RESIDENZA

- TEST GUIDATO -

ANALISI PER GRUPPI TIPOLOGICI (MOLTO + ABBASTANZA SODDISFATTO)

|  | TOTALE<br>n=500 | GR.1<br>"RICERCA DEL<br>SAPERE"<br>26% - n=128 | GR.2<br>"CASA/LAVORO/TV"<br>20% - n=99 | GR.3<br>"SOCIALE/AMICIZIA<br>VIAGGI"<br>28% - n=141 | GR.4<br>"STORIA/FOLKLORE"<br>26% - n=132 |
|--|-----------------|--|--|---|--|
| IL NUMERO DI EVENTI, SPETTACOLI,<br>APPUNTAMENTI CULTURALI ANNUI               | 53              | 61   | 45                                     | 47  | 59                                       |
| LA CAPACITÀ DI TENERE BEN INFORMATI I CITTADINI<br>SULLE INIZIATIVE CULTURALI  | 52              | 61   | 45                                     | 46  | 54                                       |
| LA CAPACITÀ DI SODDISFARE LE ESIGENZE<br>CULTURALI DEGLI ADULTI                | 46              | 47   | 43                                     | 39  | 56                                       |
| LA CAPACITÀ DELL'ASSESSORATO DI AGGIORNARE<br>I CITTADINI SULLE ATTIVITÀ CULT. | 45              | 56   | 37                                     | 35  | 51                                       |
| LA PROMOZIONE DELLE ATTIVITÀ FOLKLORISTICHE LOCALI                             | 36              | 41   | 39                                     | 33  | 33                                       |
| LA CAPACITÀ DI DIVERSIFICARE LE INIZIATIVE CULTURALI                           | 36              | 38   | 33                                     | 29  | 43                                       |
| LA SENSIBILITÀ ALLA PROMOZIONE DELLA STORIA<br>E DELLE TRADIZIONI LOCALI       | 32              | 45   | 21                                     | 23  | 39                                       |
| L'USO DEGLI SPAZI URBANI (ALL'APERTO)<br>PER REALIZZARE INIZIATIVE CULTURALI   | 31              | 27   | 46                                     | 20  | 34                                       |
| LA PROPOSTA DELLE ULTIME NOVITÀ CULTURALI                                      | 30              | 47   | 4                                      | 21  | 42                                       |
| LA SENSIBILITÀ ALLE ESIGENZE CULTURALI<br>DEI SUOI CITTADINI                   | 21              | 34   | 12                                     | 19  | 16                                       |
| GLI SPAZI DEDICATI AI GIOVANI PER AGGREGARSI:<br>FARE MUSICA O TEATRO          | 16              | 12   | 20                                     | 17  | 18                                       |
| LA CAPACITÀ DI SODDISFARE LE ESIGENZE<br>CULTURALI DEI GIOVANI                 | 13              | 14   | 14                                     | 10  | 13                                       |

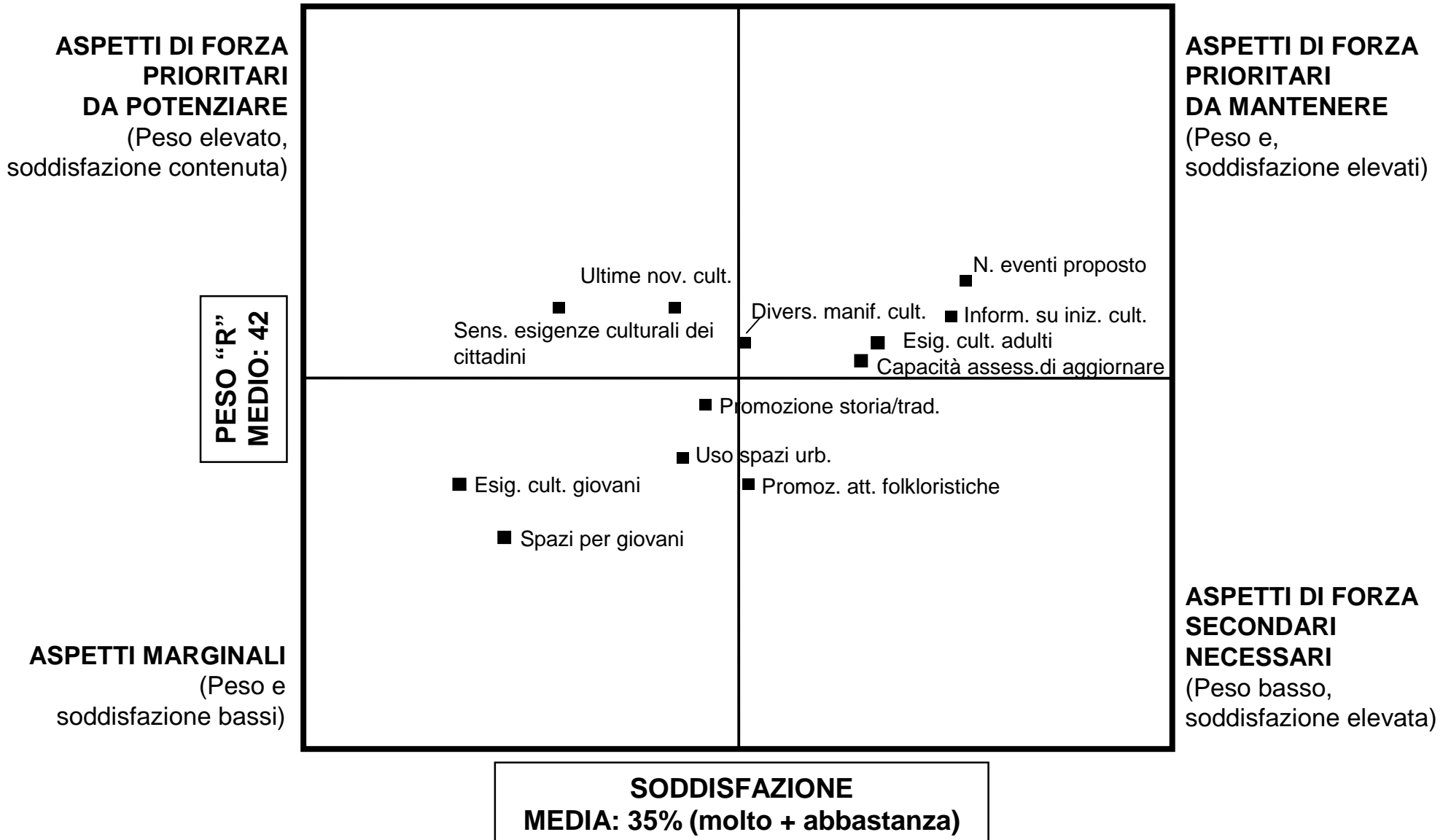
## D.6 IL PESO DEGLI ASPETTI DI POLITICA CULTURALE SULLA SODDISFAZIONE COMPLESSIVA – R –

- ANALISI INDIRETTA -



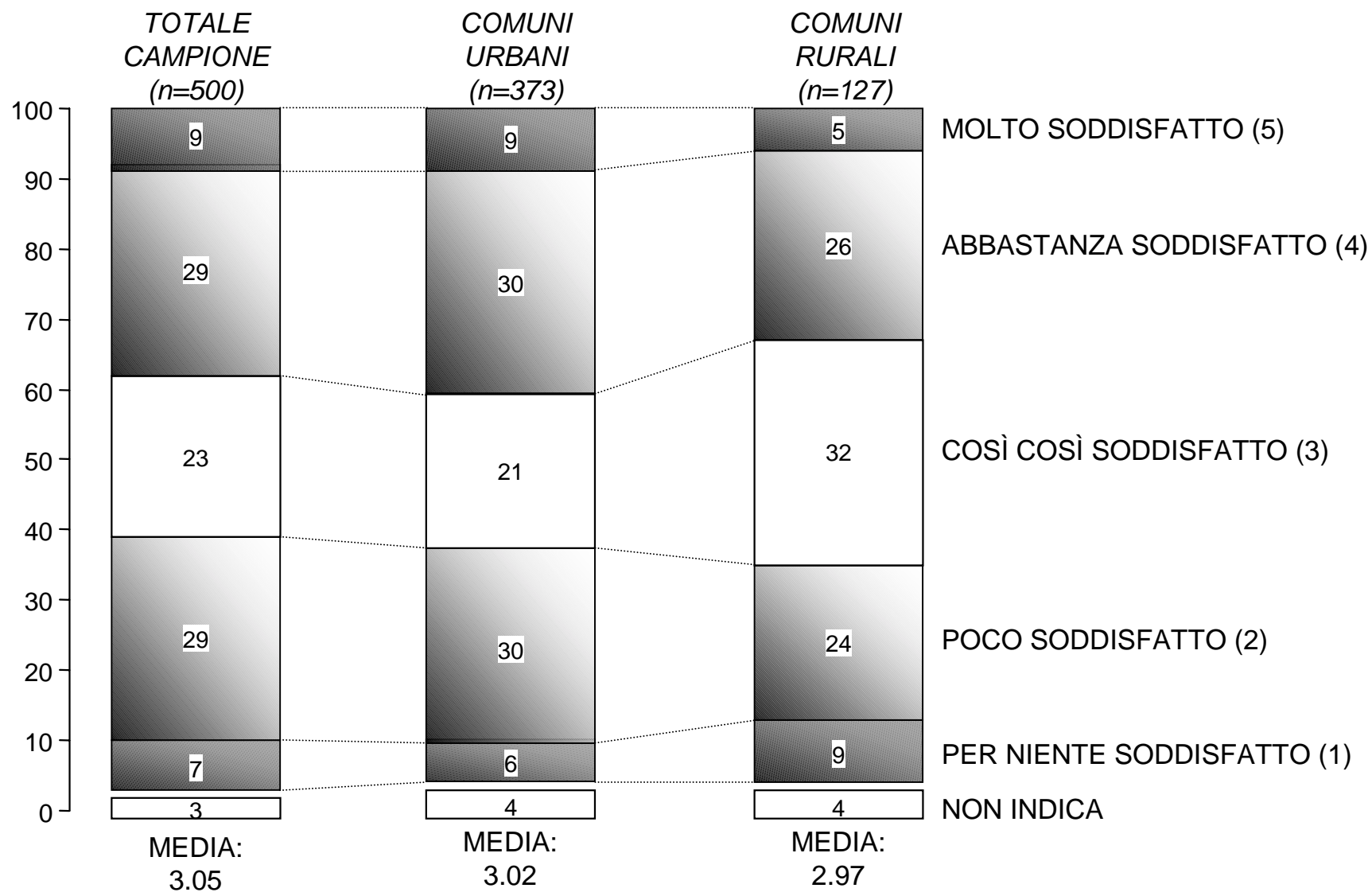
R: indice di correlazione lineare fra i singoli aspetti e la soddisfazione complessiva.  
Esprime in termini percentuali il peso dei singoli aspetti nel determinare la soddisfazione

**D.6a RELAZIONE FRA PESO E SODDISFAZIONE**  
 - MOLTO + ABBASTANZA SODDISFATTO -



## D.7 OPINIONI SULL'IMPEGNO PUBBLICO PER DIFFONDERE LA STORIA/CULTURA LOCALE

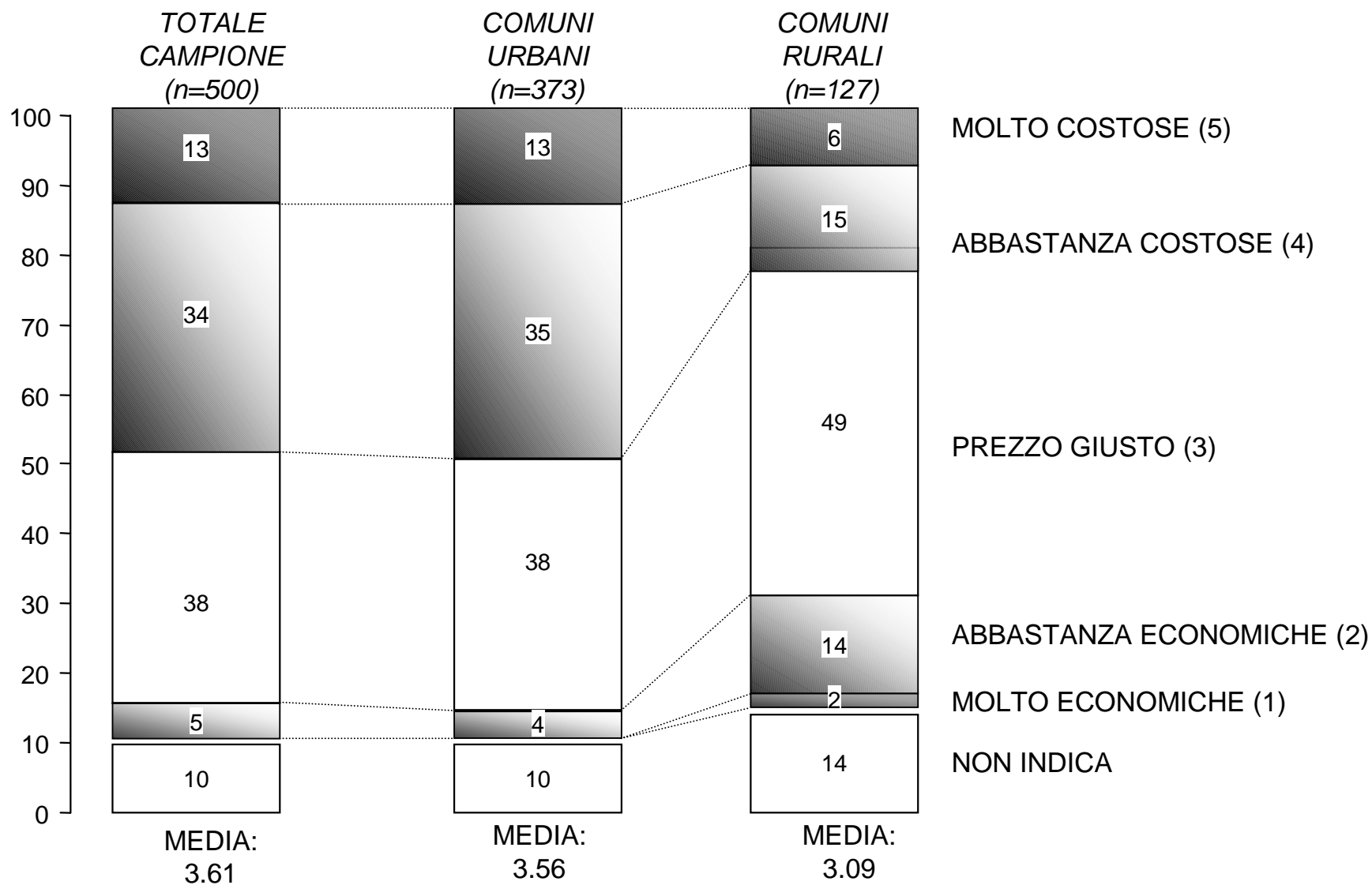
“Secondo lei è sufficiente l'impegno pubblico per fare/conoscere, diffondere la storia, la cultura locale, le tradizioni?”



(DOM.18)

## D.8 OPINIONI SUL COSTO PER IL PUBBLICO DELLE INIZIATIVE LOCALI

“Alcuni intervistati prima di lei ci hanno detto che le iniziative culturali a pagamento, (ad esempio teatri e concerti) sono economiche, altri che hanno un prezzo giusto, altri ancora che sono costose. Qual è la sua opinione ?”

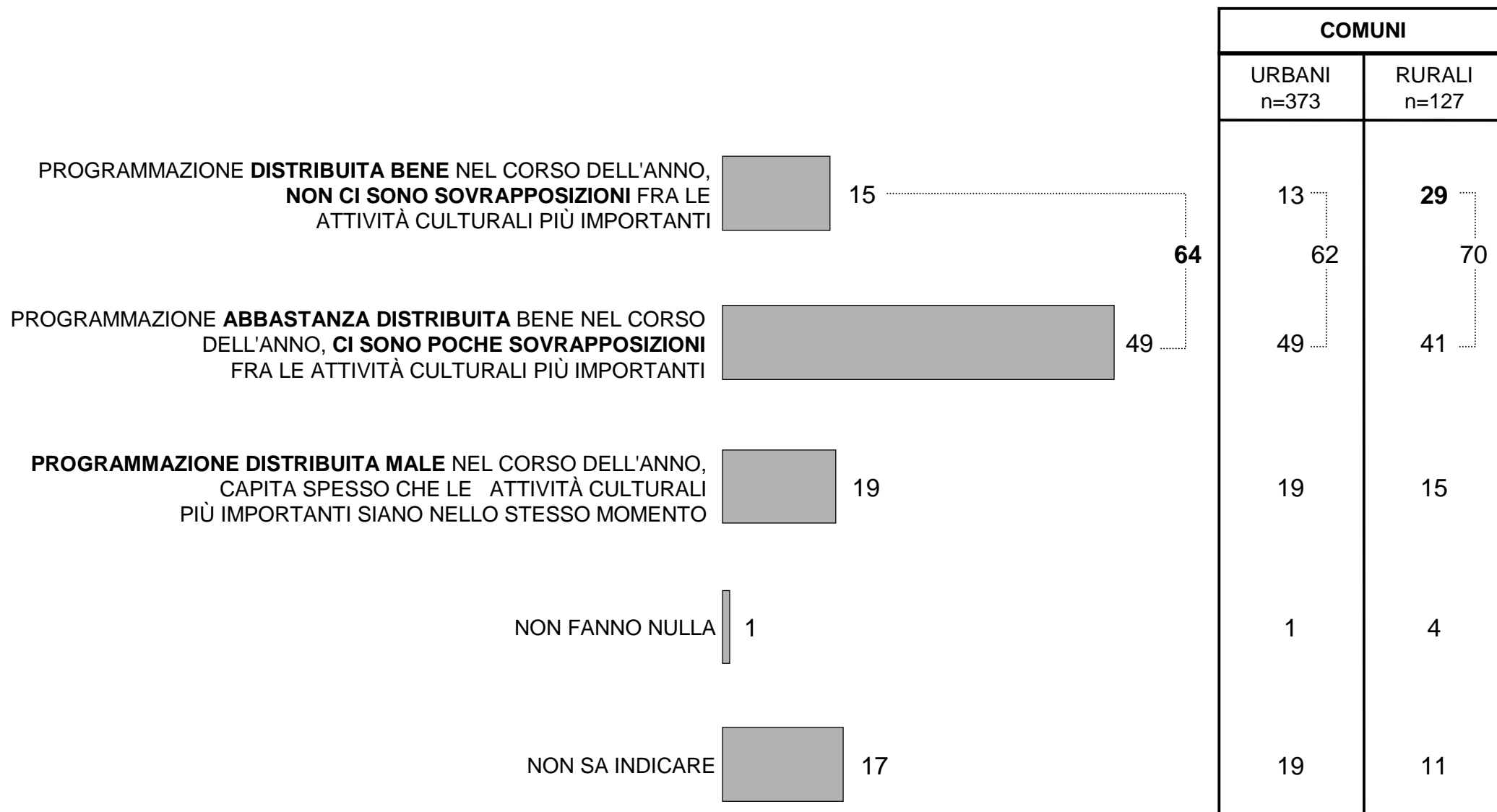


(DOM.21)



## D.9 OPINIONE SULLA PROGRAMMAZIONE DELLE ATTIVITÀ CULTURALI NEL COMUNE DI RESIDENZA

“Come giudica nel complesso nel suo comune la programmazione nel corso dell'anno delle attività/iniziativa culturali più importanti/significative (spettacoli/convegni,concerti,mostre,ecc...)”



(DOM.17)

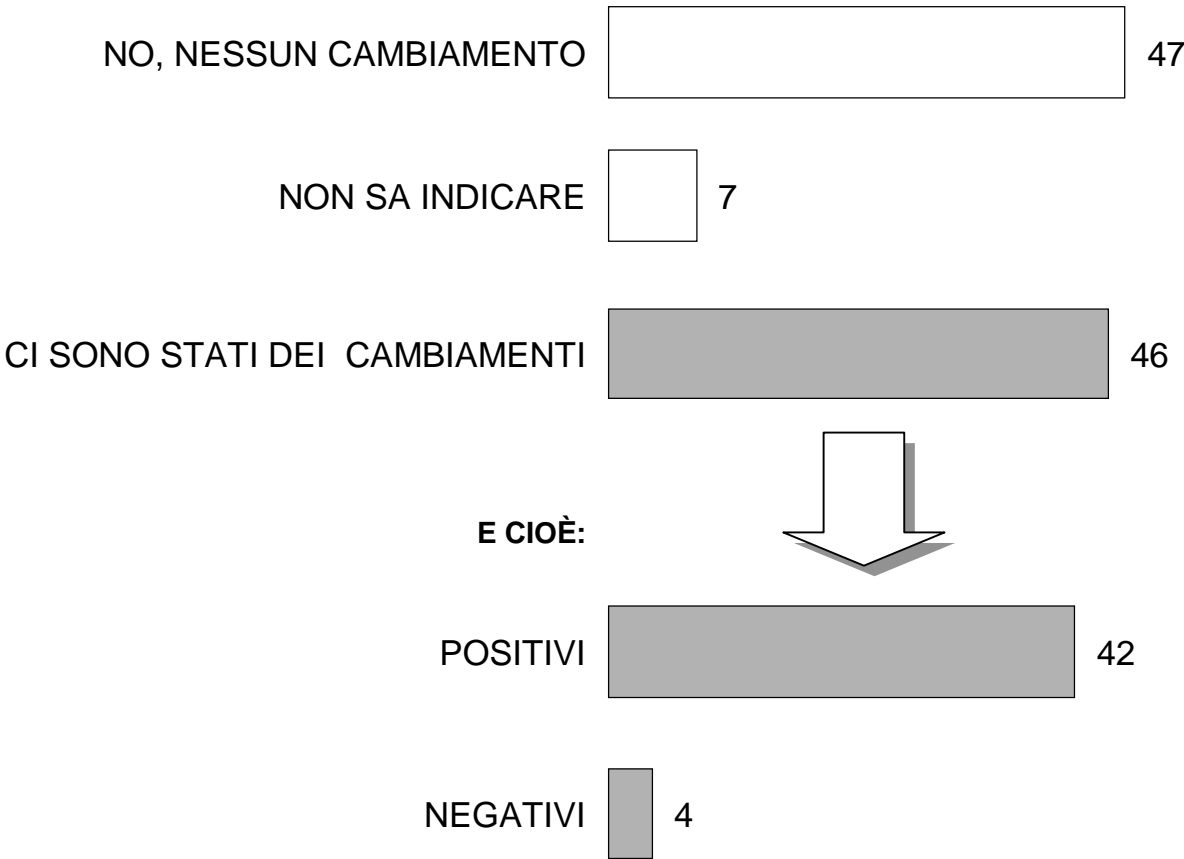
**D.10 VALUTAZIONE POLITICA CULTURALE**  
ANALISI PER GRUPPI TIPOLOGICI

|  | <b>TOTALE</b><br>n=500 | <b>GR.1</b><br>“RICERCA DEL<br>SAPERE”<br>26% - n=128 | <b>GR.2</b><br>“CASA/LAVORO/TV”<br>20% - n=99 | <b>GR.3</b><br>“SOCIALE/AMICIZIA<br>VIAGGI”<br>28% - n=141 | <b>GR.4</b><br>“STORIA/FOLKLORE”<br>26% - n=132 |
|--|------------------------|---|---|--|---|
| <b>SODDISFAZIONE COMPLESSIVA</b><br>(MOLTO + ABBASTANZA SODDISFATTI)   | 52                     | <b>70</b>   | 21  | 39   | <b>70</b>                                       |
| <b>È SUFFICIENTE L’IMPEGNO PUBBLICO PER<br/>FARE/CONOSCERE, DIFFONDERE LA STORIA<br/>LA CULTURA LOCALE, LE TRADIZIONI?</b><br>(MOLTO + ABBASTANZA)                       | 38                     | 35  | <b>47</b>                                     | 35   | 37  |
| <b>VALUTAZIONE COSTO INIZIATIVE CULTURALI</b><br>(MOLTO + ABBASTANZA COSTOSE)  | 47                     | 50  | 49  | <b>56</b>  | 34  |
| <b>PROGRAMMAZIONE <u>ABBASTANZA</u> DISTRIBUITA<br/><u>BENE</u> NEL CORSO DELL’ ANNO,<br/>CI SONO POCHE SOVRAPPOSIZIONI<br/>FRA LE ATTIVITÀ CULTURALI PIÙ IMPORTANTI</b> | 15                     | 15  | 17  | 22   | 4   |

(DOM.18-19-21)

# D.11 OPINIONI SUI CAMBIAMENTI AVVENUTI NEGLI ULTIMI 5 ANNI NELLA GESTIONE DELLE ATTIVITÀ CULTURALI

*“Nel complesso, pensando agli ultimi 5 anni, Lei ritiene che ci siano stati dei cambiamenti nel modo di gestire le attività culturali per la comunità italiana?  
Se sì, i cambiamenti che ha riscontrato, sono positivi o negativi?”*



| COMUNI          |                 |
|-----------------|-----------------|
| URBANI<br>n=373 | RURALI<br>n=127 |
| 47              | <b>66</b>       |
| 6               | 7               |
| <b>47</b>       | 27              |
| <b>42</b>       | 26              |
| 5               | 1               |

(DOM.22)

## D.12 OPINIONI SUI CAMBIAMENTI AVVENUTI NEGLI ULTIMI 5 ANNI NELLA GESTIONE DELLE ATTIVITÀ CULTURALI

*“Nel complesso, pensando agli ultimi 5 anni, Lei ritiene che ci siano stati dei cambiamenti nel modo di gestire le attività culturali per la comunità italiana?  
Se sì, i cambiamenti che ha riscontrato, sono positivi o negativi?”*

|                           | TOTALE<br>n=500 | GR.1<br>“RICERCA DEL<br>SAPERE”<br>26% - n=128 | GR.2<br>“CASA/LAVORO/TV”<br>20% - n=99 | GR.3<br>“SOCIALE/AMICIZIA<br>VIAGGI”<br>28% - n=141 | GR.4<br>“STORIA/FOLKLORE”<br>26% - n=132 |
|---------------------------|-----------------|--|--|---|--|
| NO, NESSUN CAMBIAMENTO    | 47              | 31   | <b>62</b>                              | 54  | 43                                       |
| CI SONO STATI CAMBIAMENTI | 46              | <b>67</b>                                      | 20                                     | 42  | 51                                       |
| <b>E CIOÈ:</b>            |                 |  |  |   |  |
| POSITIVI                  | 43              | <b>66</b>                                      | 15                                     | 37  | 46                                       |
| NEGATIVI                  | 4               | 2  | 5                                      | 5   | 5  |
| NON SA INDICARE           | 7               | 1  | 18                                     | 4   | 6  |

## D.13 CAMBIAMENTI POSITIVI RISCOINTRATI

“Quali cambiamenti positivi ha notato?”

- RISPOSTE SPONTANEE -

(BASE: CHI HA NOTATO DEI CAMBIAMENTI POSITIVI n=213)



| COMUNI          |                |
|-----------------|----------------|
| URBANI<br>n=181 | RURALI<br>n=34 |
| 47              | 35             |
| 17              | 6              |
| 12              | 8              |
| 12              | 11             |
| 8               | 15             |
| 7               | 3              |
| 5               | 14             |
| 7               | 11             |
| 5               | 8              |
| 4               | 5              |
| 4               | -              |
| 3               | -              |
| 3               | 2              |
| 3               | 2              |
| 2               | 13             |
| 4               | 3              |

## D.14 CAMBIAMENTI POSITIVI RICONTRATI

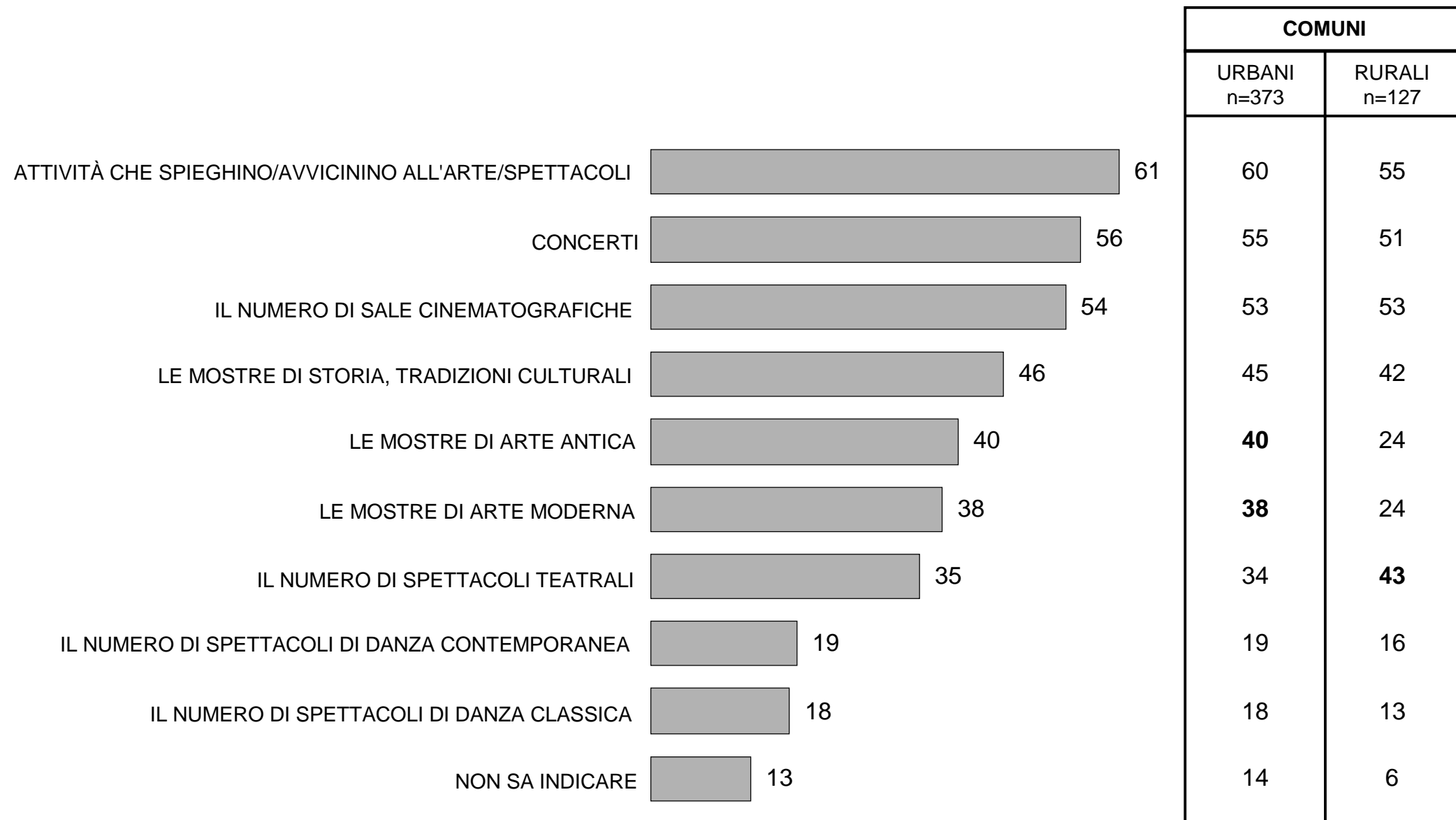
- RISPOSTE SPONTANEE - ANALISI PER GRUPPI TIPOLOGICI

|   | TOTALE<br>n=500 | GR.1<br>“RICERCA DEL<br>SAPERE”<br>26% - n=128 | GR.2<br>“CASA/LAVORO/TV”<br>20% - n=99 | GR.3<br>“SOCIALE/AMICIZIA<br>VIAGGI”<br>28% - n=141 | GR.4<br>“STORIA/FOLKLORE”<br>26% - n=132 |
|---|-----------------|--|--|---|--|
| <b>HA NOTATO CAMBIAMENTI POSITIVI E CIOÈ:</b>         |                 |  |  |   |  |
| È AUMENTATA L'OFFERTA/MOLTA PIÙ POSSIBILITÀ DI SCELTA | 46              | 46   | 43                                     | <b>52</b>   | 42                                       |
| L'APERTURA DEL NUOVO TEATRO/DELLA NUOVA SALA CONCERTI | 18              | <b>23</b>                                      | <b>26</b>                              | 9   | 18                                       |
| MAGGIORI INFORMAZIONI/PUBBLICITÀ DELLE INIZIATIVE     | 12              | 10   | -                                      | <b>19</b>   | 11                                       |
| È MIGLIORATA LA QUALITÀ DELL'OFFERTA                  | 11              | 12   | 4                                      | 14  | 10                                       |
| ASSESSORATO PIÙ ATTIVO/MAGGIORE IMPEGNO ....          | 8               | 6  | 3                                      | 3   | <b>18</b>                                |
| PIÙ SPAZI PER LE MANIFESTAZIONI/LA CULTURA            | 7               | <b>14</b>                                      | -                                      | 3   | 2  |
| MIGLIORATE LE ASSOCIAZIONI                            | 6               | 2  | 6                                      | 10  | 10                                       |
| MAGGIORE ORGANIZZAZIONE/SONO PIÙ COORDINATI ...       | 6               | 8  | 3                                      | 6   | 4  |
| MAGGIORE COMUNICAZIONE CON IL CITTADINO               | 5               | 4  | -                                      | 3   | 8  |
| PIÙ SPAZIO AGLI ITALIANI                              | 4               | 2  | <b>19</b>                              | 6   | 1  |
| PIÙ SPAZIO AI GIOVANI                                 | 3               | 1  | -                                      | 12  | -  |
| MIGLIORATA L'ATTENZIONE/SELEZIONE DELLA MUSICA        | 3               | 4  | -                                      | -   | 5  |
| MIGLIORATA L'ATTENZIONE/SELEZIONE PER IL TEATRO       | 3               | 5  | -                                      | 1   | 2  |
| PIÙ SPAZIO AI BAMBINI                                 | 3               | 3  | -                                      | 7   | 1  |
| LA NUOVA BIBLIOTECA/MIGLIORATA LA BIBLIOTECA COMUNALE | 2               | 2  | 3                                      | 2   | 2  |
| ....  |                 |  |  |   |  |
| ALTRE RISPOSTE  | 4               | 8  | 5                                      | 2   | (.)                                      |

## D.15 ATTESE: QUALI INIZIATIVE PER IL PUBBLICO

“Con riferimento alle Sue esigenze, quali fra le iniziative che leggerò vorrebbe che fossero ulteriormente sostenute dall’Assessorato alla Cultura della Comunità Italiana?”

- RISPOSTE GUIDATE -



(DOM.23)

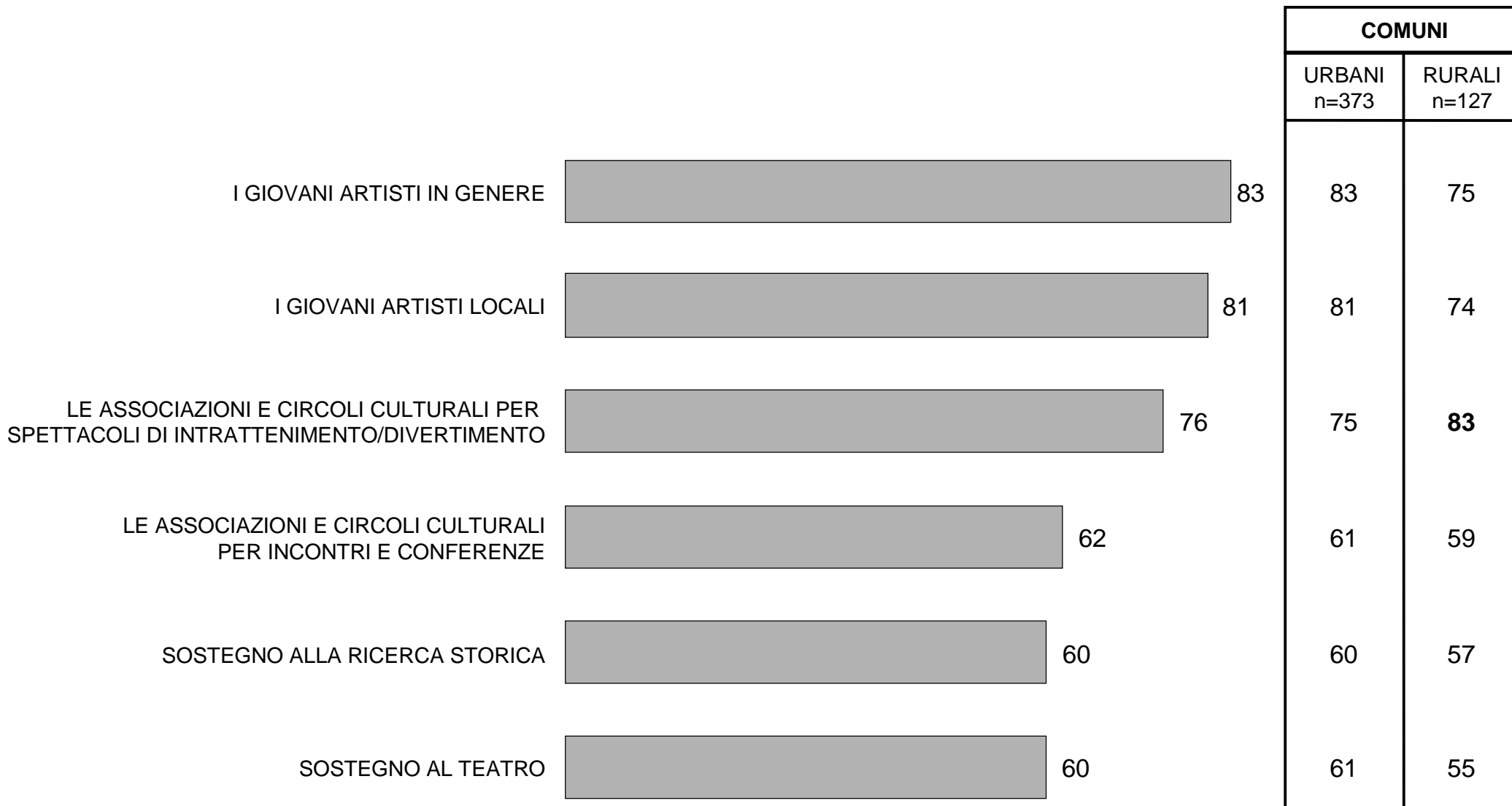
**D.16 ATTESE: QUALI INIZIATIVE PER IL PUBBLICO**  
ANALISI PER GRUPPI TIPOLOGICI

|  | TOTALE<br>n=500 | GR.1<br>“RICERCA DEL<br>SAPERE”<br>26% - n=128 | GR.2<br>“CASA/LAVORO/TV”<br>20% - n=99 | GR.3<br>“SOCIALE/AMICIZIA<br>VIAGGI”<br>28% - n=141 | GR.4<br>“STORIA/FOLKLORE”<br>26% - n=132 |
|--|-----------------|--|--|---|--|
| ATTIVITÀ CHE SPIEGHINO/AVVICININO<br>ALL'ARTE/SPETTACOLI | 61              | <b>80</b>                                      | 33                                     | 54  | <b>69</b>                                |
| CONCERTI   | 56              | <b>67</b>                                      | 11                                     | <b>73</b>   | 60                                       |
| IL NUMERO DI SALE CINEMATOGRAFICHE                       | 54              | <b>72</b>                                      | 21                                     | <b>73</b>   | 41                                       |
| LE MOSTRE DI STORIA, TRADIZIONI CULTURALI                | 46              | 49   | 26                                     | 32  | <b>73</b>                                |
| LE MOSTRE DI ARTE ANTICA                                 | 40              | <b>51</b>                                      | 13                                     | 35  | <b>54</b>                                |
| LE MOSTRE DI ARTE MODERNA                                | 38              | <b>61</b>                                      | 5                                      | 37  | 40                                       |
| IL NUMERO DI SPETTACOLI TEATRALI                         | 35              | 36   | 12                                     | 33  | <b>52</b>                                |
| IL NUMERO DI SPETTACOLI DI<br>DANZA CONTEMPORANEA        | 19              | <b>33</b>                                      | 5                                      | 12  | 23                                       |
| IL NUMERO DI SPETTACOLI DI DANZA CLASSICA                | 18              | <b>31</b>                                      | 4                                      | 4   | <b>32</b>                                |
| NON SA INDICARE  | 13              | 2  | 47                                     | 7   | 5  |



## D.17 LE ATTESE: CHI DOVREBBE SOSTENERE L'ASSESSORATO

*"E secondo Lei l'Assessorato alla Cultura della Comunità Italiana dovrebbe offrire un maggior sostegno a..."*



## D.18 LE ATTESE: CHI DOVREBBE SOSTENERE L'ASSESSORATO

ANALISI PER GRUPPI TIPOLOGICI

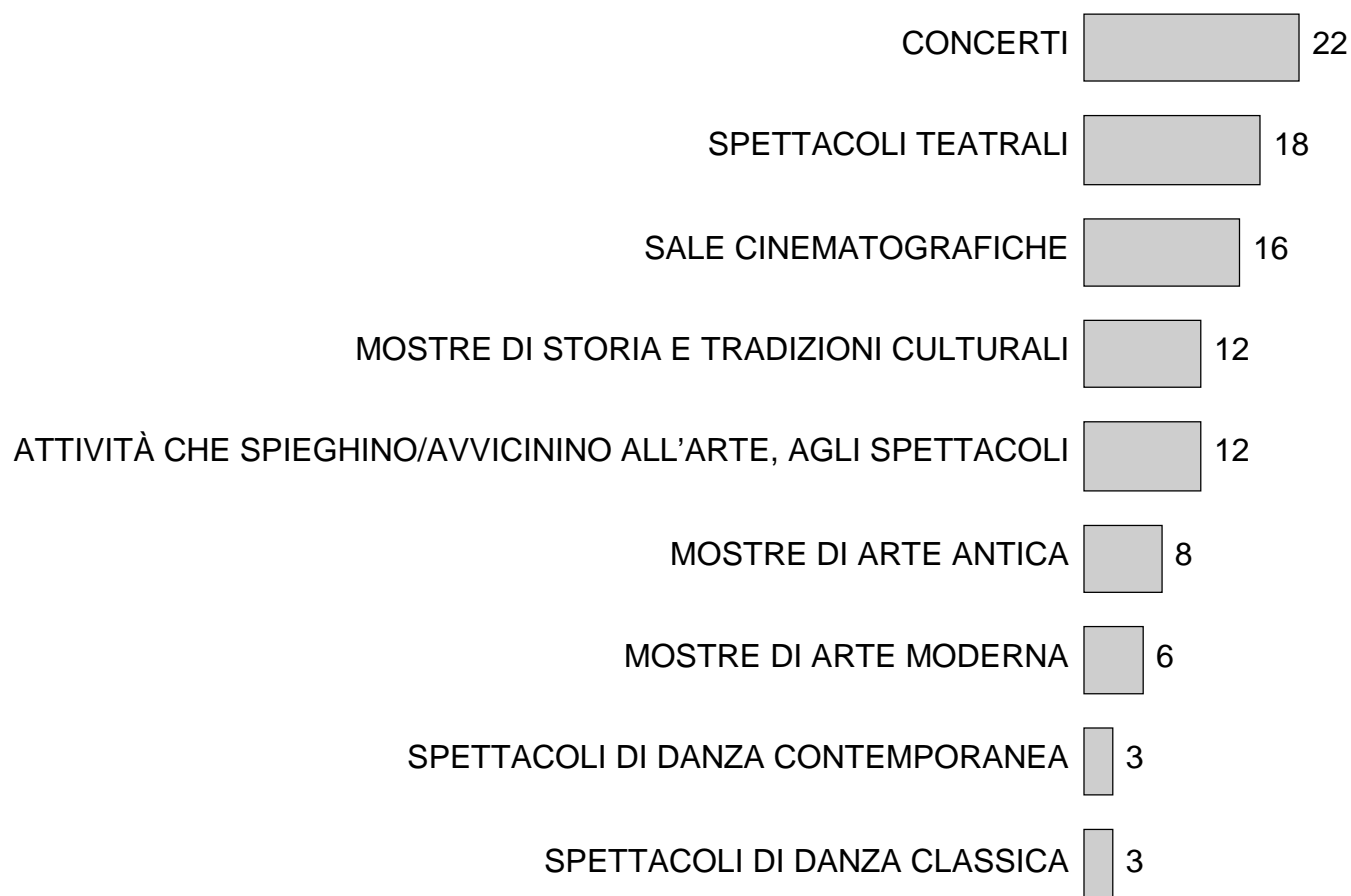
|   | TOTALE<br>n=500 | GR.1<br>"RICERCA DEL<br>SAPERE"<br>26% - n=128 | GR.2<br>"CASA/LAVORO/TV"<br>20% - n=99 | GR.3<br>"SOCIALE/AMICIZIA<br>VIAGGI"<br>28% - n=141 | GR.4<br>"STORIA/FOLKLORE"<br>26% - n=132 |
|---|-----------------|--|--|---|--|
| I GIOVANI ARTISTI IN GENERE   | 83              | 87   | 76                                     | 83  | 85                                       |
| I GIOVANI ARTISTI LOCALI  | 81              | 78   | 77                                     | 79  | <b>89</b>                                |
| LE ASSOCIAZIONI E CIRCOLI CULTURALI PER<br>SPETTACOLI DI INTRATTENIMENTO/DIVERTIMENTO | 76              | 66   | 74                                     | 77  | <b>85</b>                                |
| LE ASSOCIAZIONI E CIRCOLI CULTURALI<br>PER INCONTRI E CONFERENZE                      | 62              | 65   | 47                                     | 57  | <b>74</b>                                |
| SOSTEGNO ALLA RICERCA STORICA   | 60              | 62   | 48                                     | 49  | <b>80</b>                                |
| SOSTEGNO AL TEATRO  | 60              | 62   | 48                                     | 55  | <b>72</b>                                |

## D.19 PRIORITÀ DI INVESTIMENTO PERSONALE IN ATTIVITÀ CULTURALI

- VALORI MEDI IN LIRE -

*Se l'assessorato alla cultura italiana le regalasse 100.000 lire da spendere in attività culturali, come li spenderebbe fra le attività elencate su questo cartellino?*

*Può distribuirle come vuole in una sola o in più attività secondo i suoi interessi*



| COMUNI          |                 |
|-----------------|-----------------|
| URBANI<br>n=373 | RURALI<br>n=127 |
| 23              | 16              |
| 19              | 17              |
| 15              | 20              |
| 11              | 18              |
| 11              | 15              |
| 7               | 6               |
| 7               | 3               |
| 4               | 3               |
| 3               | 2               |

(DOM.30)

## D.20 LIBERE OPINIONI SE FOSSERO ASSESSORI SUL PROGETTO PRIORITARIO (I)

"Se Lei fosse l'Assessore alla Cultura di questa Regione, cosa realizzerebbe come progetto prioritario?"

- RISPOSTE GUIDATE -

|   | COMUNI          |                 |
|---|-----------------|-----------------|
|   | URBANI<br>n=373 | RURALI<br>n=127 |
| SPAZI DI AGGREGAZIONE PER I GIOVANI/DOVE POSSANO ESPRIMERSI               | 14              | 18              |
| MAGGIORE COINVOLGIMENTO/FORMAZIONE/EDUCAZIONE DEI GIOVANI ALLA CULTURA    | 8               | 10              |
| PROMUOVERE L'UNIONE DELLA COMUNITÀ ITALIANA E DELLA COMUNITÀ TEDESCA      | 11              | 6               |
| MAGGIORE SENSIBILIZZAZIONE SUI PROBLEMI DELLA COMUNITÀ MULTIETNICA        | 2               | -               |
| PIÙ SPAZIO AL CINEMA  | 9               | 15              |
| PIÙ SPAZI/PIÙ CENTRI PER MOMENTI DI AGGREGAZIONE                          | 9               | 5               |
| PIÙ SPAZIO ALLA MUSICA  | 7               | 5               |
| INIZIATIVE PIÙ ECONOMICHE/SOSTEGNO ECONOMICO A CHI NON PUÒ SPENDERE MOLTO | 5               | 1               |
| MAGGIOR PRESA IN CONSIDERAZIONE DELLE ORIGINI DELLA CULTURA ITALIANA      | 4               | 3               |
| PIÙ SPAZIO ALLA PRATICA DELLE ATTIVITÀ SPORTIVE                           | 5               | 4               |
| PIÙ SPAZI/STRUTTURE ADATTE ALLE MANIFESTAZIONI CULTURALI                  | 4               | 7               |
| PIÙ SPAZI PER I BAMBINI   | 4               | 4               |
| PIÙ CENTRI DI STUDIO DELLE LINGUE   | 3               | -               |
| PIÙ SPAZIO ALL'ARTE   | 4               | 1               |
| INCREMENTARE LA CULTURA/PIÙ INIZIATIVE CULTURALI IN GENERALE              | 2               | 6               |
| MAGGIORE SVILUPPO DELLE INIZIATIVE RICREATIVE                             | 4               | 4               |
| PIÙ SPAZIO PER GLI ANZIANI  | 3               | 8               |

(DOM.31)

## D.20a LIBERE OPINIONI SE FOSSERO ASSESSORI SUL PROGETTO PRIORITARIO (II)

"Se Lei fosse l'Assessore alla Cultura di questa Regione, cosa realizzerebbe come progetto prioritario?"

- RISPOSTE GUIDATE -

|   | COMUNI          |                 |
|---|-----------------|-----------------|
|   | URBANI<br>n=373 | RURALI<br>n=127 |
| CORSI DI FORMAZIONE PER LE PERSONE SULLE VARIE ATTIVITÀ CULTURALI | 2               | 4               |
| PIÙ SPAZIO AL TEATRO  | 1               | 7               |
| MAGGIORE CURA DELLA QUALITÀ DELL'OFFERTA                          | 2               | -               |
| FORMAZIONE DI UN TEAM PER LA GESTIONE DELLA CULTURA               | 2               | -               |
| MAGGIORI SPAZI URBANI PER IL TEMPO LIBERO                         | 2               | 3               |
| CURA DEL RESTAURO DI EDIFICI/MONUMENTI/OPERE D'ARTE               | 2               | -               |
| FARE PIÙ MOSTRE/ESPOSIZIONI IN GENERALE                           | 2               | (.)             |
| PIÙ SALE DA BALLO/DISCOTECHE                                      | 1               | 1               |
| MAGGIORE INFORMAZIONE/PUBBLICITÀ DELLE INIZIATIVE CULTURALI       | 1               | 2               |
| CONOSCERE DI PIÙ LE ESIGENZE DEL CITTADINO                        | 1               | -               |
| PIÙ SPAZIO ALLA DANZA   | (.)             | 2               |
| ALTRE RISPOSTE  | 4               | 2               |
| NON SAPREI  | 8               | 8               |
| NON INDICA  | 1               | 1               |

(DOM.31)

## **E. ULTERIORI APPROFONDIMENTI SULLE ATTIVITÀ PROVINCIALI**

## E. ULTERIORI APPROFONDIMENTI SULLE ATTIVITA' PROVINCIALI

### Premessa

Questo capitolo riassume alcune informazioni raccolte nel corso dell'intervista sulla conoscenza e fruizione di alcune attività provinciali, relativamente a:

- il supporto offerto allo studio del tedesco e delle lingue straniere
- i corsi offerti dalla provincia
- i centri giovanili
- la conoscenza delle pubblicazioni provinciali.

La conoscenza che gli intervistati hanno del **supporto allo studio delle lingue straniere** è buona:

- in particolare quella del tedesco (71%) da parte degli intervistati dei centri urbani
- più contenuta la conoscenza dei corsi di altre lingue straniere (55%) (Tav. E1).

E' ritenuta molto corretta la scelta della provincia di **supportare i cittadini per la partecipazione a corsi** di vario tipo, in particolare la maggioranza degli intervistati segnala, come particolarmente interessanti le seguenti iniziative:

- i corsi di seconda lingua (87%)
- i soggiorni all'estero per studenti (84%)
- I corsi di lingue straniere (78%).

## E. - segue -

Tuttavia, almeno da 6 intervistati su 10, vengono anche apprezzati:

- i corsi per la terza età
- i corsi di formazione e i soggiorni all'estero per gli adulti (Tav.E2).

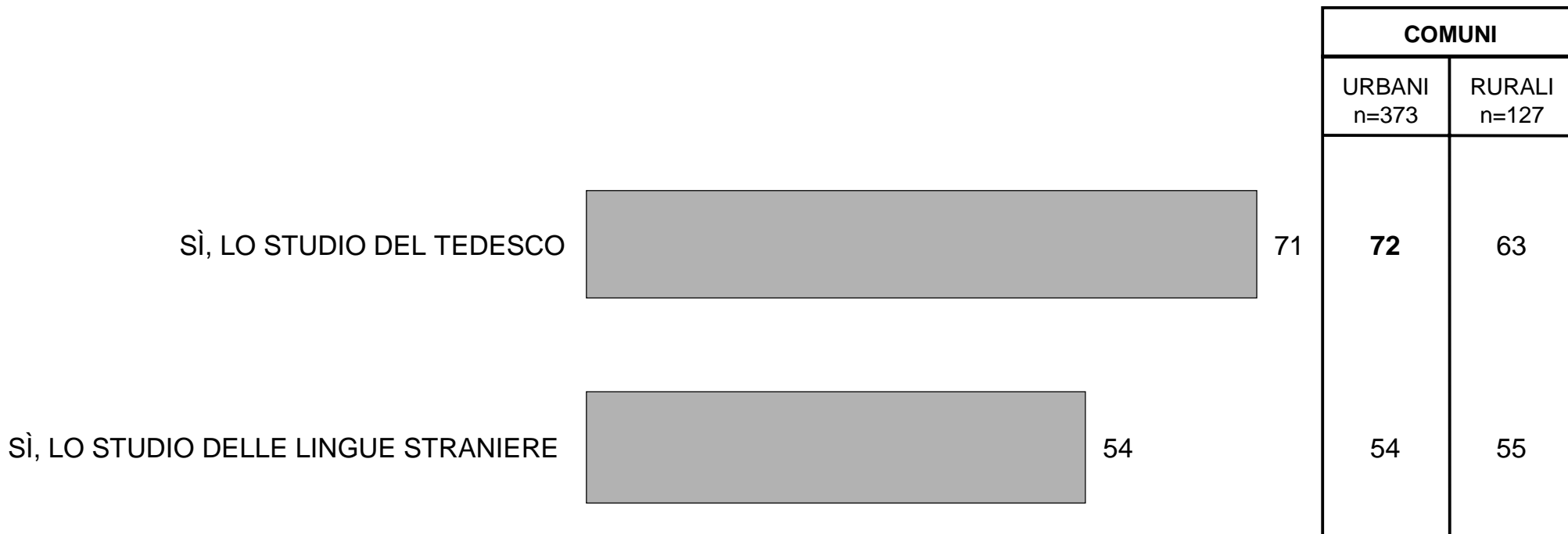
I **centri giovanili** sono ritenuti veramente importanti dalla gran parte degli intervistati, tuttavia la maggioranza di coloro che hanno figli, dichiara che i loro figli non frequentano un centro giovanile (Tavv.E3-E4).

La **conoscenza delle pubblicazioni della provincia** appartiene a circa 6 intervistati su 10. La conoscenza non varia in relazione ai segmenti territoriali analizzati (Tav.E6).



## E.1 CONOSCENZA DEL SUPPORTO ALLO STUDIO DEL TEDESCO E DELLE ALTRE LINGUE STRANIERE

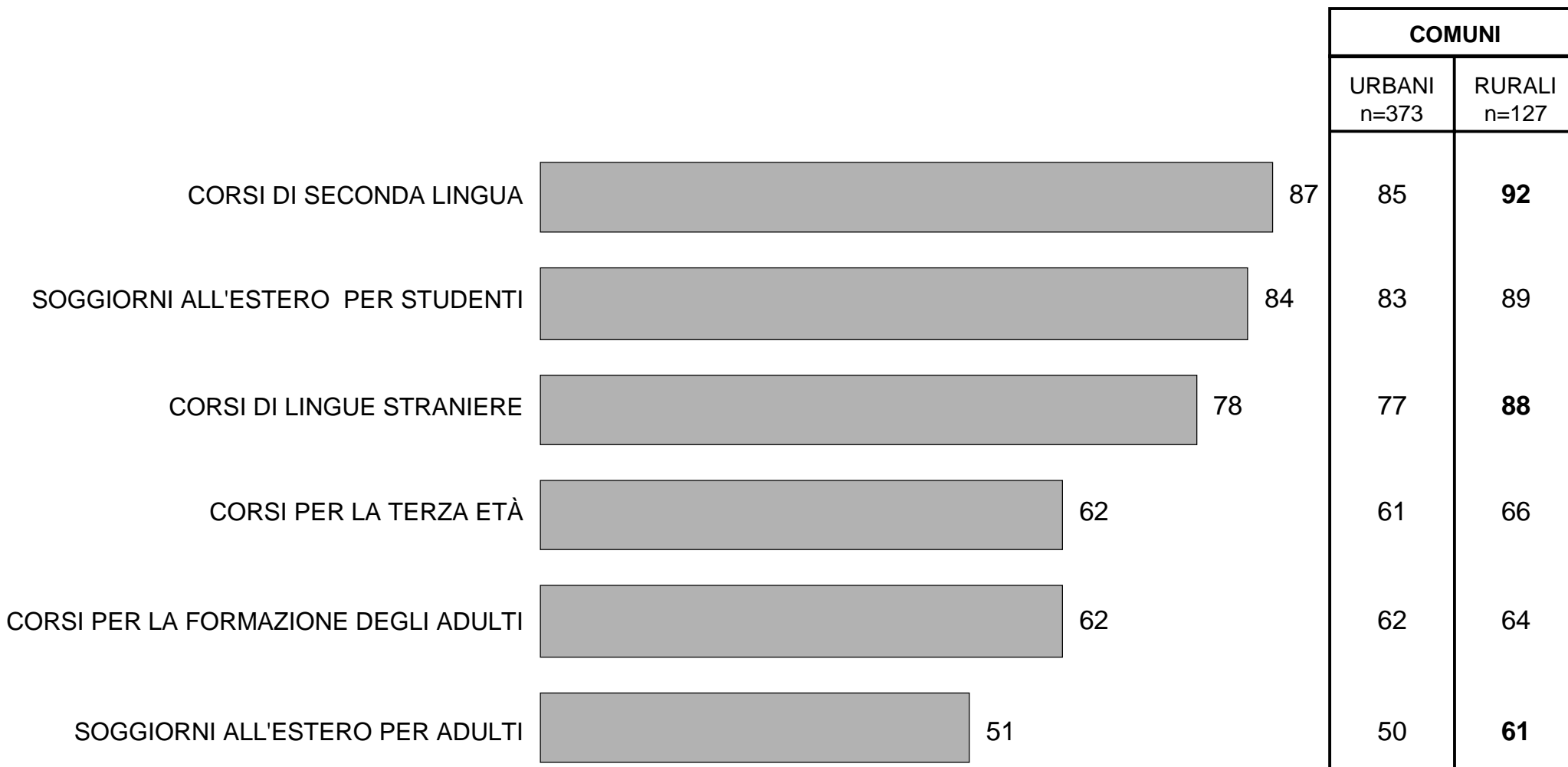
*“Lei personalmente sa che vengono offerti sostegni per....”*



## E.2 OPINIONI SUI SOSTEGNI OFFERTI DALLA PROVINCIA

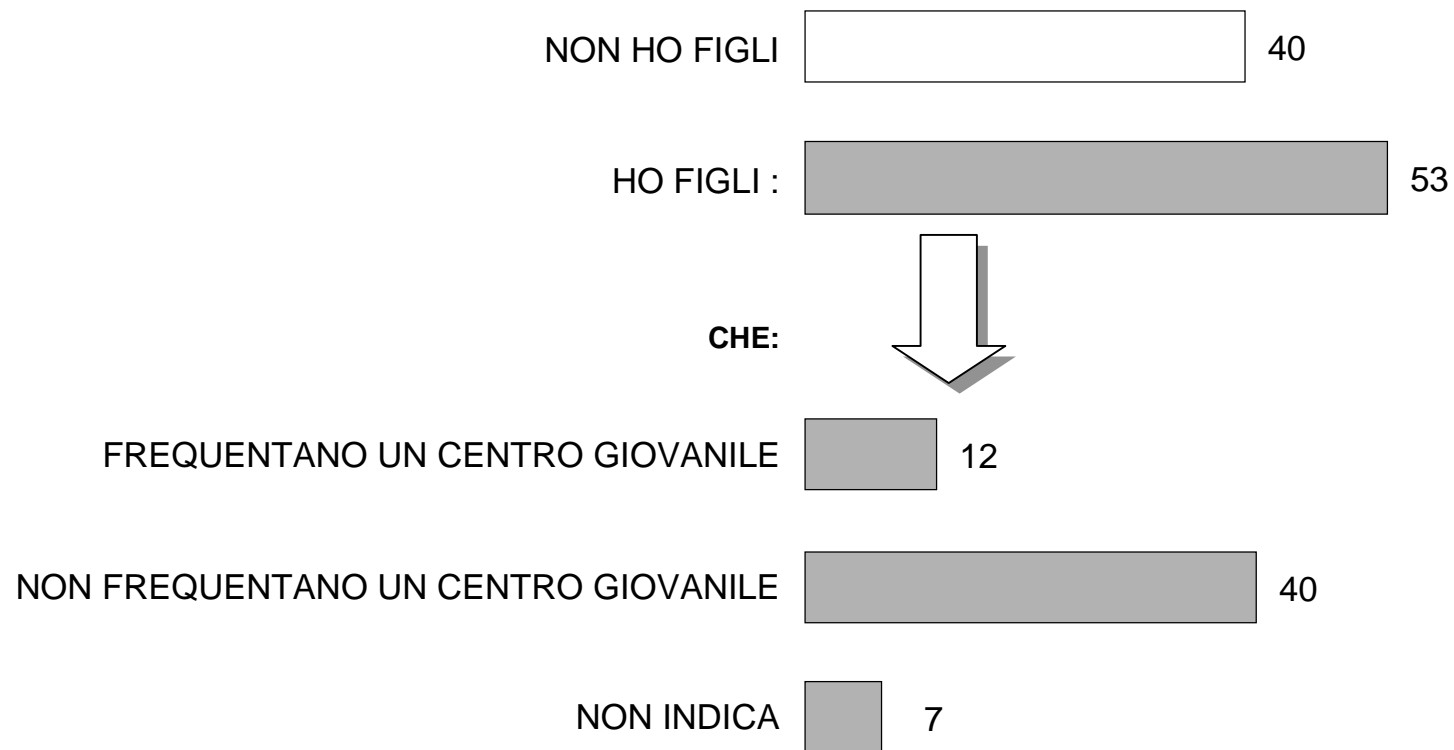
*“Lei personalmente ritiene che sia corretta e quanto la scelta della provincia di aiutare i cittadini per la partecipazione a...”*

- SCELTA MOLTO CORRETTA -



### E.3 FREQUENTAZIONE CENTRI GIOVANILI

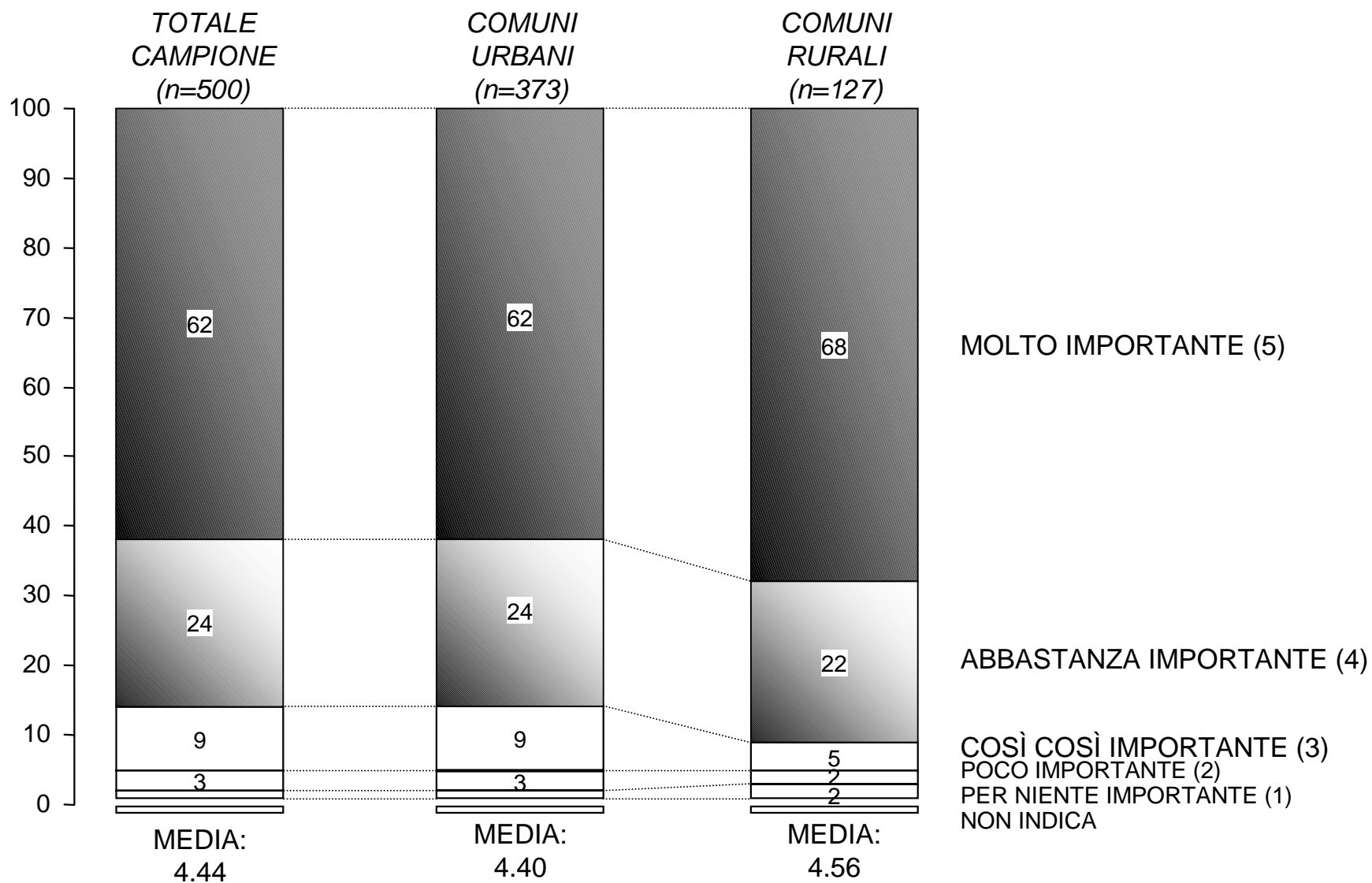
*“Lei ha dei figli? I suoi figli frequentano un centro giovanile?”*



| COMUNI          |                 |
|-----------------|-----------------|
| URBANI<br>n=373 | RURALI<br>n=127 |
| 41              | 26              |
| 52              | 61              |
| 12              | 15              |
| 40              | 46              |
| 7               | 13              |

## E.4 OPINIONE SULL'IMPORTANZA DEI CENTRI GIOVANILI PER I GIOVANI

"Quanto ritiene importante che i giovani frequentino un centro giovanile?"



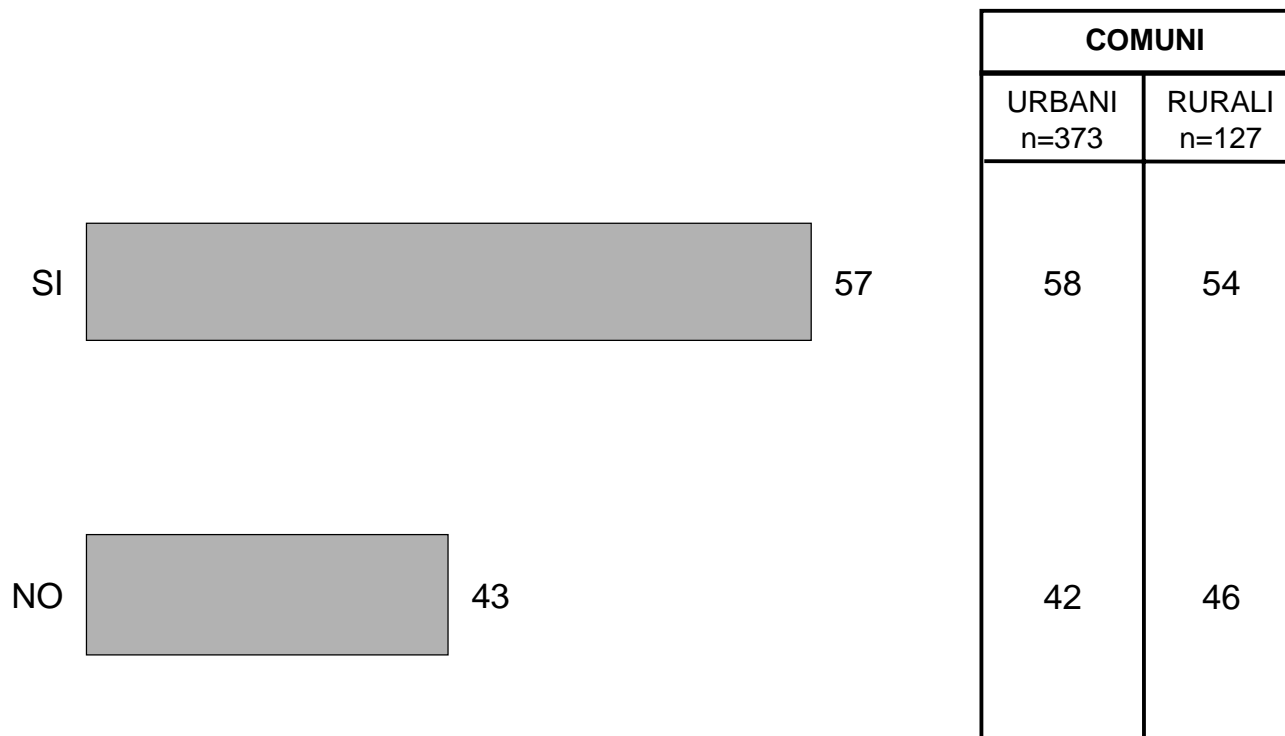
(DOM.27)

**E.5 OPINIONE SULL'IMPORTANZA DEI CENTRI GIOVANILI PER I GIOVANI**  
**ANALISI PER GRUPPI TIPOLOGICI**

|                                      | <b>TOTALE</b><br>n=500 | <b>GR.1</b><br>"RICERCA DEL<br>SAPERE"<br>26% - n=128 | <b>GR.2</b><br>"CASA/LAVORO/TV"<br>20% - n=99 | <b>GR.3</b><br>"SOCIALE/AMICIZIA<br>VIAGGI"<br>28% - n=141 | <b>GR.4</b><br>"STORIA/FOLKLORE"<br>26% - n=132 |
|--------------------------------------|------------------------|---|---|--|---|
| <b>MOLTO + ABBASTANZA IMPORTANTE</b> | 86                     | 80  | 96  | 77   | 94  |
| <b>POCO + PER NIENTE IMPORTANTE</b>  | 5                      | 4   | 1   | 11   | 1   |

## E.6 CONOSCENZA DELLE PUBBLICAZIONI DELLA PROVINCIA

*“Lei ha mai visto le ricerche o i libri pubblicati dalla provincia?”*



## **F. SINTESI DEI RISULTATI E CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE**

## F. SINTESI DEI RISULTATI E CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

L'esplorazione del significato di cultura per la comunità italiana dell'Alto Adige, porta ad individuare un vissuto polarizzato: da un lato emerge il tema dell'articolazione della vita culturale in attività di “**sapere**” specifiche (arte, cinema, teatro...), dall'altro (e con una certa forza) quello di “**valorizzazione della comunità**” sia in senso storico (ricercare, promuovere le proprie radici, le tradizioni culturali) sia in senso di convivenza culturale specifica (sostenere, dove possibile, l'unione, la convivenza fra la cultura italiana e quella tedesca).

Si conferma quindi il quadro emerso dall'indagine esplorativa che ha preceduto questa ricerca.

Questa richiesta di valorizzazione della storia e del folklore italiano (che di certo non presenta la forza e l'unità di espressione di quello tedesco) va intesa in senso molto ampio, come attesa di attenzione e valorizzazione – comunque- degli aspetti storici e culturali che caratterizzano la comunità italiana.

All'interno della popolazione italiana intervistata, sono stati individuati **quattro segmenti**, ciascuno dei quali offre uno spaccato specifico della vita culturale, in termini di: fruizione, esigenze, attese.

Il segmento più attivo dal punto di vista culturale è il gruppo “**Ricerca del sapere**” (rappresenta il 26% degli intervistati): e' un gruppo composto prevalentemente da individui giovani e adulti (18-35 anni) con un livello di istruzione elevato. Fra questi cittadini, la cultura è molto importante e si esprime in una continua ricerca e fruizione sia di emozioni culturali (spettacoli, iniziative) sia di occasioni di formazione.



## F. - segue -

Il secondo segmento più attivo dal punto di vista culturale è il gruppo “**Storia/Folklore**” (26% degli intervistati), è un gruppo composto prevalentemente da adulti-anziani (dai 56 ai 70 anni) ma anche da adulti più giovani, con un livello di istruzione medio- basso. E’, come il gruppo precedente molto attivo nella ricerca del sapere e nel seguire le attività culturali; tuttavia sono preferite particolarmente le iniziative rivolte alla storia e al folklore locale.

Il terzo segmento, che presenta anch’esso una forte dinamicità culturale è quello “**Sociale/amicizia/viaggi**” (28% degli intervistati), è il gruppo composto prevalentemente da giovani con un livello di istruzione medio-superiore nel quale la ricerca del sapere è per lo più affidata all’incontro, allo scambio sociale con il gruppo dei simili e al viaggio come mezzo di arricchimento culturale.

E’ un gruppo attivo ma ancora condizionato nella fruizione della cultura da una situazione economica precaria.

In questi tre gruppi, ognuno con una loro dinamicità e presenza nella vita culturale, possono quindi essere individuati i pubblici potenziali per il mantenimento, lo sviluppo e l’ottimizzazione dell’offerta culturale.

Infatti, l’ultimo segmento “**Casa-lavoro-tv**”, non costituisce un reale riferimento per individuare le tendenze e le attese culturali, in quanto trattasi per lo più di un gruppo rappresentativo della popolazione anziana, con uno stile di vita ritirato e quindi centrato prevalentemente sulla vita familiare. In questo gruppo la tv costituisce l’unico vero “passatempo culturale”.

## F. - segue -

La conoscenza delle iniziative culturali organizzate negli ultimi 12 mesi per la comunità italiana nel comune di residenza o nella regione si presenta articolata, ed anche la partecipazione è buona (almeno 8 intervistati su 10 hanno seguito almeno una iniziativa culturale; in media ogni persona ha seguito 4 iniziative culturali nei 12 mesi). E' chiaro che l'intensità di partecipazione è direttamente proporzionale al coinvolgimento culturale dimostrato dai segmenti di popolazione individuati: i più attivi sono nel gruppo "Ricerca del sapere" e "Storia/folklore", seguiti dal segmento giovane "Sociale/amicizia/viaggi".

In relazione agli eventi culturali conosciuti e seguiti il ricordo degli intervistati si articola soprattutto nella citazione generica dei temi culturali trattati, più che nel ricordo specifico delle iniziative.

La partecipazione culturale si aggrega soprattutto intorno ai seguenti temi :cinema, mostre d'arte, spettacoli teatrali di prosa, manifestazioni sportive, concerti di musica classica/leggera/rock,manifestazioni di folklore locale. Sono seguiti invece da un gruppo ristretto di persone: le conferenze, gli spettacoli di cabaret, i convegni.

Per quanto concerne l'offerta teatrale in particolare, dai cittadini più attenti vengono fatti specifici apprezzamenti alle conquiste "stabili": il teatro di Bolzano, il nuovo auditorium". L'offerta teatrale viene comunque vissuta come un tutt'uno (sia che sia offerta dalla provincia, sia che sia offerta dalle associazioni mediante la promozione di compagnie locali o mediante l'importazione di spettacoli noti). Sicuramente la realtà potrà cambiare con il radicarsi della presenza del nuovo teatro.

## F. - segue -

La vita culturale dei cittadini di lingua italiana presenta differenze significative sia in relazione ai comuni di appartenenza, sia in relazione ai segmenti di popolazione individuati.

Nei comuni urbani la vita culturale si è principalmente basata su: cinema, mostre d'arte, concerti di musica leggera/rock, concerti di musica jazz, spettacoli di cabaret/musicali, convegni.

Nei comuni rurali invece, i cittadini hanno seguito soprattutto: le manifestazioni sportive, le manifestazioni di folklore e i cori locali.

In parte questo fenomeno è da riportare anche al tipo di programmazione effettuata nei comuni di residenza, tuttavia si è evidenziata anche una certa tendenza alla mobilità: infatti una discreta quota di popolazione, per seguire le iniziative culturali, si è recata in altri comuni e non solo in quelli limitrofi ma anche nella regione, in altre regioni italiane o paesi europei.

La scelta culturale fra i segmenti di popolazione si presenta abbastanza diversificata:

- per gli appartenenti al gruppo “Ricerca del sapere” si nota una scelta che copre tutte le manifestazioni culturali ad eccezione dei cori locali e delle manifestazioni sportive
- gli appartenenti al gruppo “Storia/folklore” hanno seguito oltre alle manifestazioni folkloristiche, soprattutto le mostre d'arte e il teatro di prosa
- i più giovani, quelli del gruppo “Sociale/amicizia/viaggi”, hanno seguito in particolare: il cinema, le manifestazioni sportive e i concerti di musica leggera/rock.

## F. - segue -

Anche il cinema come il teatro necessita di una notazione particolare in quanto appare fra le attività più seguite pur essendo veicolata unicamente dall'organizzazione di cineforum in quanto mancano attualmente sale di programmazione permanenti.

Nel quadro della politica culturale anche le associazioni emergono con un vissuto positivo. Sono tuttavia poche quelle che godono di una conoscenza diffusa fra la popolazione (Filodrammatica Laives ,Cineclub di Bolzano, Circolo la Comune, Circolo Walter Masetti). Elevata la conoscenza anche del Centro Trevi.

Nelle associazioni si nota tuttavia una difficoltà ad un ricambio generazionale, in quanto la partecipazione attiva sembra essere limitata ad un gruppo ristretto di cittadini per lo più anziani e appartenenti ad un segmento culturalmente elevato.

Nonostante il numero di associazioni presenti sia elevato, questo aspetto non è percepito dagli intervistati; probabilmente quindi, ciascun cittadino vive il fenomeno "associazioni" in modo parziale e contestualizzato al suo comune di appartenenza.

Le associazioni sono complessivamente ritenute importanti, e da alcuni sono considerate l'unico veicolo della vita culturale nel proprio comune di residenza. A loro viene frequentemente attribuito un ruolo prioritario nella promozione e nel mantenimento delle tradizioni storiche.

Nonostante il loro numero non sia percepito come elevato emerge comunque una richiesta di maggiore coordinazione fra le loro attività.

## F. - segue -

La maggior parte della popolazione manifesta una discreta soddisfazione nei confronti della politica culturale condotta nel proprio comune di residenza. Inoltre (soprattutto fra i segmenti culturalmente più attivi), vi è una forte consapevolezza che negli ultimi cinque anni la politica culturale sia stata caratterizzata unicamente da cambiamenti positivi.

Fra i cambiamenti positivi riscontrati sono menzionati in particolare: l'aumento e la migliore qualità dell'offerta culturale che consente una maggiore possibilità di scelta; altre iniziative specifiche come: l'apertura del nuovo teatro a Bolzano e una maggiore attività di informazione/pubblicità delle iniziative.

La programmazione delle iniziative nel corso dell'anno è abbastanza buona e genera poche critiche circa la sovrapposizione di eventi culturali importanti.

Fra i punti di forza della politica culturale troviamo:

- la capacità di soddisfare le esigenze culturali degli adulti
- il numero di eventi proposto e la diversificazione delle attività culturali
- la capacità di informare e di aggiornare i cittadini sulle iniziative culturali.

## F. - segue -

A fronte di un buon livello di soddisfazione per la politica culturale, si intravedono tuttavia chiari spazi di potenziale miglioramento.

Fra gli aspetti da migliorare segnaliamo:

- la proposta anche di novità culturali
- la sensibilità alle esigenze culturali di tutti i cittadini (non solo di alcuni specifici segmenti di popolazione).

Si aggiungono a queste alcune segnalazioni sulla politica dei prezzi degli spettacoli, giudicati abbastanza costosi.

Il quadro complessivo di valutazione della politica culturale è quindi positivo, soprattutto connotato dalla consapevolezza che è un quadro in evoluzione.

In questa prospettiva devono essere interpretate anche le attese di cambiamento segnalate dagli intervistati sia con riferimento alle attività culturali da promuovere, sia con riferimento alle scelte di gestione.

Le principali attese nei confronti delle attività da promuovere vedono, prima ancora di segnalazioni specifiche, la richiesta di attività “propedeutiche/di formazione che avvicinino all’arte a agli “spettacoli” e che forniscano quindi all’individuo strumenti per una scelta ed un apprezzamento consapevole delle attività culturali.

## F. - segue -

Sarebbe inoltre gradita una maggiore organizzazione di: concerti e di mostre (in particolare quelle di valorizzazione della storia e delle tradizioni culturali locali) e l'istituzione di sale cinematografiche stabili.

Con riferimento alle scelte di gestione è emersa forte e chiara l'attesa di una valorizzazione culturale della storia e delle tradizioni della comunità italiana; le associazioni culturali vengono vissute come un potenziale strumento operativo per l'organizzazione di incontri e conferenze per la ricerca storica. Inoltre è atteso un maggiore dialogo e comunicazione fra istituzioni pubbliche e comunità (sia in termini di comunicazione delle iniziative sia di ascolto delle esigenze del pubblico).

Specifiche richieste vengono fatte con riferimento allo spazio da dedicare ai giovani: sia in termini di promozione e sostegno dei giovani artisti, sia di creazione di spazi nei quali possano esprimersi adeguatamente. Una buona politica culturale non può essere veramente tale se non tiene quindi conto di tutti i segmenti della popolazione.

Le attese sono forti sia presso i comuni urbani sia presso i comuni rurali, tuttavia con sfumature diverse: infatti, mentre nei comuni urbani il potenziamento richiesto è più relativo ai contenuti e alla tipologia delle iniziative culturali, nei comuni rurali è forte anche la richiesta di un arricchimento complessivo dell'offerta.

## F. - segue -

In estrema sintesi da questa ricerca quindi emerge che:

- esiste una buona percezione di relazione fra la gestione culturale dell'assessorato della cultura italiana e le attese dei cittadini, in particolare è forte la percezione dei cambiamenti positivi avvenuti negli ultimi 5 anni
- la maggioranza della comunità italiana in Alto Adige è caratterizzata da segmenti sensibili e attenti alla vita culturale, ognuno dei quali costituisce "un pubblico potenziale a cui dare ascolto"
- ciascun pubblico è caratterizzato da esigenze culturali diverse:
  - il pubblico più colto (rappresentato dai gruppi "Ricerca del sapere" e "Storia folklore") si articola fra coloro che sono attenti ed esigenti nei confronti dello sviluppo di temi culturali classici (il teatro, l'arte, la musica) e cittadini attenti anche ad un sapere connotato da storia e folklore (i cori, le manifestazioni folkloristiche)
  - il pubblico dei più giovani (gli appartenenti al gruppo "Sociale/amicizia/viaggi"), è altrettanto attento ad un "sapere", si tratta però di un sapere che viene veicolato attraverso gli eventi sociali, le esperienze di relazione con gli altri (gli spazi urbani per gli incontri sociali, la relazione con il gruppo, i concerti rock), l'arte e i viaggi.



## F. - segue -

- Inoltre esistono i pubblici in relazione al segmento territoriale di appartenenza:
  - la comunità urbana è il pubblico maggiormente privilegiato per l'organizzazione delle iniziative culturali e quindi da un lato si manifesta complessivamente meno critico, ma dall'altro maggiormente in attesa di una politica culturale di qualità e diversificata
  - la comunità rurale che beneficia di un'offerta culturale meno varia e intensa di quella urbana e che richiede una vita culturale più attiva oltre che di qualità.
- A fronte della consapevolezza di un assessorato attento alle esigenze dei cittadini, che ha introdotto parecchi cambiamenti positivi negli ultimi anni di gestione, è comunque forte la richiesta di una valorizzazione della gestione culturale.
- Tale valorizzazione si dovrebbe articolare in:
  - iniziative sia di promozione della cultura e della storia della comunità italiana (ricercare, promuovere, far conoscere i valori culturali e folkloristici che caratterizzano la comunità) sia di sostegno della convivenza (ove possibile) fra cultura italiana e cultura tedesca
  - una politica attenta alla promozione di attività di formazione e propedeutiche che consentano un avvicinamento più consapevole all'arte e agli spettacoli
  - una politica mirata a promuovere una scelta culturale varia, non disattenta alle novità e alle tendenze culturali in atto

## F. - segue -

- una politica attenta non solo alle esigenze culturali di un pubblico adulto ma anche dal segmento più giovane attraverso sia la promozione di giovani artisti, sia la creazione di spazi dove i giovani possano ritrovarsi ed esprimersi
- una gestione culturale che non si cali dall'alto ma sia in grado di comunicare: sia attraverso una divulgazione dell'informazione sia attraverso la creazione di spazi di dialogo con i cittadini e di monitoraggio delle loro esigenze.