



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO
DIPARTIMENTO DI SCIENZE SOCIALI



ISVOR-FIAT spa

SCIENZE UMANE
Sociologia

Componenti culturali della qualità urbana

Torino e le principali
città italiane: un raffronto
Volume 2

Una ricerca di:

E. Marra, P. Almondo, A. Anfossi, M.C. Belloni, M. Berra,
M.L. Bianco, E. Ercole, F. Garelli, C. Guala, F. Ortalda, D. Rei,
M. Revelli, F. Rositi, M. Talamo

Interventi di:

A. Bagnasco, F. Barbano, L. Gallino, G. Martinotti, A.R. Meo

ETASLIBRI

IJAV - VENEZIA
AREA SERV. BIBLIOGRAFICI
E DOCUMENTALI

DEPCIA
W
274

~~SEZIONE DAZI~~



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO
DIPARTIMENTO DI SCIENZE SOCIALI



ISVOR-FIAT spa

Componenti culturali della qualità urbana

Torino e le principali
città italiane: un raffronto
Volume 2
Indicatori e metodi

Direttore della ricerca: Ezio Marra
Coordinamento scientifico: Franco Rositi

Gruppo di Ricerca: P. Almondo, A. Anfossi, M. C. Belloni, M. Berra,
M. L. Bianco, E. Ercole, F. Garelli, C. Guala, E. Marra, F. Ortalda,
D. Rei, M. Revelli, M. Talamo

Con il contributo di: A. Bagnasco, F. Barbano, L. Gallino, G. Martinotti,
A. R. Meo

<i>Premessa</i>	Metodologia generale della ricerca	11
<i>Parte Prima</i>	Qualità urbana e mercati culturali	11
<i>Capitolo 1</i>	Effetti di contesto e consumi culturali.	
	Nota metodologica	13
	1.1 Avvertenza; 1.2 Questionario; 1.3 Tabelle	
<i>Capitolo 2</i>	Mercati culturali interni. Nota metodologica	45
	2.1 Problemi di definizione e di metodo; 2.2 Gli indicatori culturali; 2.3 La ricerca; 2.4 Tabelle e grafici; 2.4.1 Le undici maggiori città; 2.4.2 Le quattro metropoli; 2.4.3 Torino; 2.5 Questionario	
<i>Parte Seconda</i>	Vita culturale e sociale di dirigenti, imprenditori e avvocati	103
<i>Capitolo 3</i>	Vita culturale e sociale, ruoli professionali e strategie nel tempo libero	105
	3.1 Survey sui consumi culturali delle élite professionali; 3.2 Questionario; 3.3 Tabelle; 3.3.1 Dati anagrafici di contesto; 3.3.2 Qualità della vita e consumi culturali; 3.3.3 Immagine della città; 3.3.4 Profilo professionale	
<i>Capitolo 4</i>	La rilevazione del tempo quotidiano delle élite torinesi	189
	4.1 Osservazioni di metodo; 4.1.1 La rilevazione mediante bilanci tempo; 4.1.2 La scheda di rilevazione; 4.2 Scheda di rilevazione dei bilanci tempo; 4.3 Tabelle e figure	

<i>Parte Terza</i>	Associazioni	203
--------------------	---------------------------	-----

<i>Capitolo 5</i>	Associazioni culturali: frequenze, problemi metodologici, possibili approfondimenti	205
-------------------	--	-----

5.1 Premessa; 5.2 Scheda di rilevazione dati e frequenze; 5.3 Alcuni problemi metodologici; 5.3.1 La definizione del settore culturale: un indicatore di concentrazione (o di dispersione) delle attività; 5.3.2 Il compattamento delle associazioni in sei grandi settori culturali; 5.3.3 La definizione dell'indicatore di consistenza strutturale; 5.3.4 Approfondimenti di nuove tematiche legate all'associazionismo

<i>Parte Quarta</i>	Tecnologia, Scienza e Università	219
---------------------	---	-----

<i>Capitolo 6</i>	Percezione e presenza della tecnologia	221
-------------------	---	-----

6.1 Nota introduttiva; 6.2 Tabelle

<i>Capitolo 7</i>	Cultura accademica: indicatori per l'analisi del sistema universitario locale	227
-------------------	--	-----

7.1 Le strutture; 7.2 Le funzioni; 7.3 La popolazione accademica

<i>Capitolo 8</i>	Appendice: gli strumenti tecnico-informatici di base	230
-------------------	---	-----

8.1 Premessa; 8.2 La costruzione dei files; 8.2.1 I files di base; 8.2.2 La costruzione delle variabili; 8.2.3 Le prime statistiche descrittive; 8.3 Confronto con le altre survey nazionali e internazionali; 8.4 I packages utilizzati; 8.5 Ottimizzazione dell'uso di mainframe-mini-PC.

ETASLIBRI

SCIENZE UMANE
Sociologia



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO
DIPARTIMENTO DI SCIENZE SOCIALI



ISVOR-FIAT s.p.a.

243626

Componenti culturali della qualità urbana

Torino e le principali
città italiane: un raffronto
Volume 2

La ricerca presentata costituisce il risultato di un rapporto di convenzione tra ISVOR-FIAT S.p.A. e il Dipartimento di Scienze Sociali dell'Università di Torino e si propone di approfondire e dibattere, su una prevalente base empirica, le possibilità teoriche e operative per migliorare la qualità e la quantità dei consumi culturali urbani.

Un primo nucleo è costituito da un sondaggio sui consumi culturali basato su un campione rappresentativo della popolazione torinese. In parallelo si è effettuata un'indagine sui volumi di offerta e di vendita del mercato culturale di Torino e di altre grandi città italiane (Milano, Roma e Napoli).

Alcuni tipi di consumi culturali considerati come propri della "cultura dotta" sono maggiormente diffusi tra la popolazione con elevato status socio-professionale. Si è quindi reso necessario (seconda parte) interrogare separatamente cinque gruppi di élite professionale con un questionario più approfondito.

Nella terza parte si effettua un vero e proprio censimento e un'approfondita analisi delle associazioni culturali torinesi. Si è infine ritenuto importante analizzare sia l'atteggiamento della popolazione e dei gruppi di élite nei confronti della scienza e della tecnologia sia il sistema universitario torinese

ISBN 88-453-0385-3



9 788845 303852

Lire 36.000